



**关于玛格家居股份有限公司
申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并
公开转让的补充法律意见书**

中国 深圳 福田区 益田路6001号太平金融大厦11-12楼 邮政编码：518038
11F-12F, TAIPING FINANCE TOWER, 6001 YITIAN ROAD, FUTIAN, SHENZHEN, CHINA
电话 (Tel.)：(0755) 88265288 传真 (Fax.)：(0755) 88265537
网址 (Website)：www.sundiallawfirm.com

广东信达律师事务所
关于玛格家居股份有限公司
申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并
公开转让的补充法律意见书

信达三板字（2023）第 002-01 号

致：玛格家居股份有限公司（以下简称“公司”）

根据公司与信达签订的《专项法律顾问聘请协议》，信达接受公司的委托，担任其申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的专项法律顾问。

信达根据《公司法》《证券法》《监督管理办法》等法律、法规以及全国股转系统公司发布的《业务规则》《挂牌规则》《挂牌审核指引》和《分层管理办法》等相关业务规则，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具了《广东信达律师事务所关于玛格家居股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的法律意见书》（以下简称为“《法律意见书》”）。

全国股转系统公司挂牌审查部于 2024 年 1 月 3 日下发了《关于玛格家居股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）。根据《问询函》的有关要求，信达就其中的法律事项进行了核查，并出具本《广东信达律师事务所关于玛格家居股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的补充法律意见书》（以下简称“《补充法律意见书》”）。

信达已严格履行法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，对公司的有关法律事项进行了补充核查验证，保证本《补充法律意见书》不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏。

本《补充法律意见书》构成《法律意见书》的组成部分，本《补充法律意见书》内容与《法律意见书》内容不一致的，以本《补充法律意见书》内容为准。

《法律意见书》中的声明及简称仍适用于本《补充法律意见书》。

目 录

1.关于历史沿革及股权质押。	3
2.关于公司业务。	17
3.关于重大诉讼。	44
6.其他事项。	48
7.其他补充事项。	102
附件一：未决、未执行完毕的诉讼、仲裁情况	105
附件二：已决诉讼、仲裁的相关情况	112

1. 关于历史沿革及股权质押。

根据申请文件，（1）主办券商、律师合理推测重庆浩钥欣可能存在为熊科惠或其利益关联方代持公司股权的情况，重庆浩钥欣考虑其自身资金需求以及无法完全配合公司及中介机构开展进一步的股东核查工作而转让公司股权；（2）重庆浩钥欣自 2016 年 12 月以 1,836 万元受让龚政持有公司 27%的股份后，2017 年 1 月、4 月、7 月，2019 年 6 月、12 月，2021 年 11 月连续出让所持股份，按照公司整体估值计算转让价款；（3）公司控股股东、实际控制人唐斌持有天玛咨询 83.67%的出资份额，为天玛咨询的执行事务合伙人，天玛咨询持有公司 6.86%的股份存在质押。

请公司补充说明：（1）熊科惠、龚政、王法是否仍通过间接持股或其他方式持有公司股份；（2）结合资金流水核查情况，说明重庆浩钥欣历次转让股份的真实性，交易方之间是否存在关联关系，公司估值的变化情况是否与同行业公司一致，定价是否公允；（3）结合唐斌的各类资产情况，详细说明天玛咨询所持公司股份是否存在被行权或强制处分的可能性；结合公司近期股权转让价格，说明若天玛咨询所持公司股份被行权或强制处分，股权价款能否覆盖借款全额，是否会影响唐斌直接持有公司的股份，进而对公司控制权造成影响；（4）结合《证券法》《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司监管指引第 4 号》等法律法规规定，补充说明有限公司设立至今，公司是否存在穿透计算权益持有人数后公司实际股东是否超过 200 人的情形，是否存在非法集资、欺诈发行、公开发行等情形。

请主办券商及律师核查以上事项，并对公司“股权明晰，股票发行和转让行为合法合规”发表明确意见。

回复：

一、（1）熊科惠、龚政、王法是否仍通过间接持股或其他方式持有公司股份。

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了重庆股份转让中心有限责任公司出具的《玛格家居股份有限公司股东持股清册》（出具日为 2023 年 11 月 17 日）；

（2）通过查询企查查网站对公司在册的非自然人股东穿透至最终持有人（即穿透至自然人、政府机构或上市公司）；

（3）核查了公司设立至今的企业法人登记档案；

（4）核查了公司历史上股东入股的股权转让协议/增资协议/股东协议/投资协议/补充协议及款项收付凭证、验资报告；

（5）取得了熊科惠、龚政、王法出具的书面确认（信达律师于 2023 年 5 月 24 日现场向龚政、王法、熊科惠逐一核对了其签署的书面确认文件）；

（6）取得了公司所有在册股东出具的书面确认。

2.核查结论

（1）公司在册股东情况

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司的股东情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数额（万股）	持股比例	是否是最终持有人
1	唐斌	3,837.000	51.160%	是，自然人
2	高琴	1,045.200	13.936%	是，自然人
3	天玛咨询	514.650	6.862%	否
4	零壹咨询	412.575	5.501%	否
5	金牌厨柜	361.875	4.825%	是，上市公司
6	德韬建成	361.875	4.825%	否
7	帝欧家居	361.125	4.815%	是，上市公司
8	马礼斌	343.125	4.575%	是，自然人
9	金玛咨询	140.025	1.867%	否
10	艾玛咨询	122.550	1.634%	否
合计		7,500.000	100%	——

（2）天玛咨询、零壹咨询、德韬建成、金玛咨询及艾玛咨询的合伙人穿透核查情况

1) 天玛咨询

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，天玛咨询的合伙人穿透核查情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资份额（万元）	出资比例	是否穿透至最终持有人
1	唐斌	普通合伙人	2,526.1309	83.6667%	是，已穿透至自然人
2	高琴	有限合伙人	493.1491	16.3333%	
合计		——	3,019.2800	100%	——

2) 零壹咨询

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，零壹咨询的合伙人穿透核查情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资份额（万元）	出资比例	是否穿透至最终持有人
1	刘瑾	普通合伙人	95	3.12%	是，已穿透至自然人

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资份额（万元）	出资比例	是否穿透至最终持有人
2	陈红克	有限合伙人	2,825	92.62%	
3	石伟	有限合伙人	50	1.64%	
4	李惠芳	有限合伙人	50	1.64%	
5	李建刚	有限合伙人	30	0.98%	
合计		——	3,050	100%	——

3）德韬建成

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，德韬建成的合伙人穿透核查情况如下：

德韬建成								
第一层股权结构		第二层股权结构		第三层股权结构		第四层股权结构		是否穿透至最终持有人
合 伙 人 姓 名/名称	出资比例	股东姓名/名称	持股比例	股东姓名/名称	持股比例	股东姓名/名称	持股比例	
建潘集团	66.6667%	温建怀	59.10%	——				是，已穿透至自然人
		潘孝贞	39.40%					
		郑峰	1.50%					
泗阳科创投资发展有限公司	30%	泗阳县佳鼎实业有限公司	100%	泗阳县人民政府(江苏泗阳经济开发区管理委员会)	100%	——		是，已穿透至政府机构
宿迁德韬投资管理有限公司	3.3333%	厦门德韬资本创业投资有限公司	100%	厦门华瑞中盈控股集团有限公司	100%	建潘集团	60%	穿透后为温建怀、潘孝贞及郑峰，已穿透至自然人
						郑峰	28%	是，已穿透至自然人
						许亚南	5%	
						郑建榕	5%	
						潘孝贞	0.8%	
						温建怀	1.2%	

4）金玛咨询

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，金玛咨询的合伙人穿透核查情况如下：

序号	合伙人	合伙人类别	出资份额(万元)	出资比例	是否穿透至最终持有人
1	唐斌	有限合伙人	283.27	29.26%	是，已穿透至自然人
2	金海鹏	有限合伙人	62.93	6.50%	
3	唐华君	有限合伙人	62.93	6.50%	
4	谭兴义	有限合伙人	48.89	5.05%	
5	蒋礼	有限合伙人	48.89	5.05%	
6	张智	普通合伙人	48.89	5.05%	
7	朱春明	有限合伙人	48.89	5.05%	

8	陈宗洪	有限合伙人	48.89	5.05%	
9	万川	有限合伙人	41.92	4.33%	
10	康华	有限合伙人	41.92	4.33%	
11	蔡宝磊	有限合伙人	38.43	3.97%	
12	沈瀚	有限合伙人	38.43	3.97%	
13	杨勇	有限合伙人	34.95	3.61%	
14	陈红吉	有限合伙人	34.95	3.61%	
15	张茂杰	有限合伙人	34.95	3.61%	
16	何正阳	有限合伙人	27.98	2.89%	
17	张家峰	有限合伙人	21.01	2.17%	
合计			968.12	100.00%	——

5) 艾玛咨询

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，艾玛咨询的合伙人穿透核查情况如下：

序号	合伙人	合伙人类型	出资份额（万元）	出资比例	是否穿透至最终持有人
1	高琴	有限合伙人	84.56	9.99%	是，已穿透至自然人
2	任芸	普通合伙人	34.96	4.13%	
3	张国民	有限合伙人	34.96	4.13%	
4	向高	有限合伙人	27.93	3.30%	
5	黄巧英	有限合伙人	27.93	3.30%	
6	甘德军	有限合伙人	27.93	3.30%	
7	罗文英	有限合伙人	27.93	3.30%	
8	王秀兰	有限合伙人	27.93	3.30%	
9	黄丽娟	有限合伙人	27.93	3.30%	
10	任福明	有限合伙人	27.93	3.30%	
11	赖惠琼	有限合伙人	20.99	2.48%	
12	李勇	有限合伙人	20.99	2.48%	
13	刘伟	有限合伙人	20.99	2.48%	
14	郭其勇	有限合伙人	20.99	2.48%	
15	李展宇	有限合伙人	20.99	2.48%	
16	徐岭虹	有限合伙人	20.99	2.48%	
17	方泽波	有限合伙人	20.99	2.48%	
18	刘鹏飞	有限合伙人	20.99	2.48%	
19	杨江	有限合伙人	20.99	2.48%	
20	孙超华	有限合伙人	20.99	2.48%	
21	邹旭	有限合伙人	20.99	2.48%	
22	吴亮	有限合伙人	13.97	1.65%	
23	梁伟	有限合伙人	13.97	1.65%	
24	刘德波	有限合伙人	13.97	1.65%	
25	陈存庞	有限合伙人	13.97	1.65%	
26	张峰	有限合伙人	13.97	1.65%	
27	杨怡	有限合伙人	13.97	1.65%	
28	李春亮	有限合伙人	13.97	1.65%	
29	何继专	有限合伙人	13.97	1.65%	
30	常星	有限合伙人	13.97	1.65%	
31	于博	有限合伙人	13.97	1.65%	

32	黄娟	有限合伙人	13.97	1.65%	
33	陈金龙	有限合伙人	13.97	1.65%	
34	任雪兰	有限合伙人	13.97	1.65%	
35	张亚非	有限合伙人	13.97	1.65%	
36	王朝霞	有限合伙人	13.97	1.65%	
37	廖世银	有限合伙人	13.97	1.65%	
38	赵艳秋	有限合伙人	10.50	1.24%	
39	胡积昌	有限合伙人	10.50	1.24%	
40	鄢小群	有限合伙人	7.03	0.83%	
41	王光润	有限合伙人	7.03	0.83%	
42	刘发兴	有限合伙人	7.03	0.83%	
合计			846.42	100.00%	——

结合上述股东穿透核查情况，截至本《补充法律意见书》出具之日，熊科惠、龚政及王法均不存在直接或间接持有公司股份的情况。

根据熊科惠、龚政及王法分别出具的书面确认，其各自与公司、公司在册股东或曾经的股东之间不存在任何利益安排的情况。

根据对公司在册股东的访谈并根据其各自出具的书面确认，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司在册股东及其穿透至最终持有人均与熊科惠、龚政及王法不存在任何关联关系或委托持股等利益安排的情况。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书》出具之日，熊科惠、龚政、王法均不存在通过间接持股或其他方式持有公司股份的情况。

二、（2）结合资金流水核查情况，说明重庆浩钥欣历次转让股份的真实性，交易方之间是否存在关联关系，公司估值的变化情况是否与同行业公司一致，定价是否公允。

1. 核查过程、方式、依据

（1）核查了公司设立至今的企业法人登记档案；

（2）核查了公司历史上股东入股的股权转让协议/增资协议/股东协议/投资协议/补充协议及款项收付凭证、验资报告；

（3）就重庆浩钥欣历次转让股权/股份事项，分别对重庆浩钥欣及历次股权/股份的受让方（零壹咨询、魏盛才/马礼斌、德韬建成、瑞渝投资、天玛咨询）进行了访谈；

（4）查阅了重庆浩钥欣提供的部分银行流水；

(5) 查阅了零壹咨询、魏盛才、德韬建成、瑞渝投资及天玛咨询支付转让价款前后三个月的银行流水；

(6) 就玛格唐投资及重庆浩钥欣分别向零壹咨询转让公司股权事项，对唐斌及高琴进行了访谈；

(7) 取得了重庆浩钥欣、零壹咨询、魏盛才及马礼斌分别出具的书面确认；

(8) 通过 Wind 资讯查阅了同行业上市公司的估值情况。

2.核查结论

(1) 重庆浩钥欣历次股权/股份变动情况

经核查，自重庆浩钥欣于 2016 年 12 月受让龚政持有的公司 27%的股权至其不再持有公司股份期间，其持有的公司股权/股份变动情况如下：

序号	时间	股权变动前的持股情况	事项	受让方	转让价格	定价依据	股权变动后的持股情况
1	2017/01/26	重庆浩钥欣持股 27%	重庆浩钥欣将其持有的公司 1%的股权转给零壹咨询。	零壹咨询	2.45 元/出资额	注	重庆浩钥欣持股 26%
2	2017/04/13	重庆浩钥欣持股 26%	重庆浩钥欣将其持有的公司 3%的股权转给零壹咨询。		12.50 元/出资额	按照公司整体估值 8.5 亿元计算	重庆浩钥欣持股 23%
3	2017/07/17	重庆浩钥欣持股 23%	重庆浩钥欣将其持有的公司 4.99% 的股权转给魏盛才（马礼斌）。	魏盛才（马礼斌）	17.65 元/出资额	按照公司整体估值 12 亿元计算	重庆浩钥欣持股 18.01%
4	2019/06/24	重庆浩钥欣持股 17.11%（注：因 2018 年文振宇向公司增资，重庆浩钥欣原持有的公司 18.01%的股权稀释至 17.11%）	重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 5%的股权转给瑞渝投资。	瑞渝投资	13.97 元/出资额	按照公司整体估值 10 亿元计算	重庆浩钥欣持股 12.11%
5	2019/12/04	重庆浩钥欣持股 12.11%	重庆浩钥欣将其持有的公司 5%的股权转给德韬建成。	德韬建成	13.97 元/出资额	按照公司整体估值 10 亿元计算	重庆浩钥欣持股 7.11%
6	2021/11/01	重庆浩钥欣持股 6.862%（注：因 2020 年金玛咨询及艾玛咨询向公司增资，重庆浩钥	重庆浩钥欣将其持有的公司 6.862%的股权转给天玛咨询。	天玛咨询	14.67 元/股	按照公司整体估值 11 亿元计算	重庆浩钥不再持有公司股权

		欣原持有的公司 7.11%的股权稀释 至 6.862%）					
--	--	------------------------------------	--	--	--	--	--

注：本次转让价格低于公允价值的背景是为吸引当时为公司提供咨询服务的零壹咨询更好的给公司提供服务，公司大股东玛格唐投资及二股东重庆浩钥欣经协商一致，决定引入零壹咨询为公司的股东，并由玛格唐投资及重庆浩钥欣同时分别向零壹咨询转让公司 2%及 1%的股权，转让定价均为 2.45 元/出资额。就本次股权转让价格与公允价值的差额部分，公司已进行股份支付处理。

（2）重庆浩钥欣历次转让公司股权/股份真实

1）时间相近的重庆浩钥欣股权/股份转让，价格存在差异具备合理性

经核查，重庆浩钥欣转让公司股权过程中，时间相近的股权/股份转让中，价格存在差异的具体情况如下：

时间	事项	转让价格	定价依据
2017/ 01/26	重庆浩钥欣将其持有的公司 1%的股权转让给零壹咨询。	2.45 元/ 出资额	为吸引零壹咨询各合伙人给公司提供服务，公司大股东玛格唐投资及二股东重庆浩钥欣与零壹咨询协商，以低于公允价值的价格分别向零壹咨询转让了 2%及 1%的股权。就前述低于公允价值的差额部分，公司已进行股份支付处理。
2017/ 04/13	重庆浩钥欣将其持有的公司 3%的股权转让给零壹咨询。	12.50 元/ 出资额	按照公司整体估值 8.5 亿元计算。
2017/ 07/17	重庆浩钥欣将其持有的公司 4.99%的股权转让给魏盛才（马礼斌）。	17.65 元/ 出资额	按照公司整体估值 12 亿元计算。

根据对重庆浩钥欣、零壹咨询、唐斌及高琴的访谈，重庆浩钥欣于 2017 年 1 月向零壹咨询转让股权的价格明显低于 2017 年 4 月向零壹咨询转让股权的价格主要原因为：零壹咨询的合伙人具有丰富的家居行业咨询管理服务经验。2017 年 1 月，基于期待零壹咨询为公司提供更好服务的考虑，经玛格有限当时的两位股东玛格唐投资及重庆浩钥欣共同与零壹咨询协商，由玛格唐投资及重庆浩钥欣同时以低于公允价格的 2.45 元/出资额的价格分别向零壹咨询转让 2%、1%的公司股权。而 2017 年 4 月的转让，是因为零壹咨询在为玛格有限服务的过程中，看好玛格有限的发展，想多取得一些玛格有限的股权。恰好彼时重庆浩钥欣有资金方面的需求。在此背景下，经重庆浩钥欣与零壹咨询协商，重庆浩钥欣以 12.5 元/出资额的价格（按照公司整体估值 8.5 亿元计算）向零壹咨询转让部分公司股份。因此，前述价格的差异对重庆浩钥欣、公司及零壹咨询而言具备合理性。

根据对重庆浩钥欣、零壹咨询、魏盛才、马礼斌的访谈，重庆浩钥欣上述 2017 年 4 月向零壹咨询转让股权及 2017 年 7 月向魏盛才（马礼斌）转让股权均系解决重庆浩

钥欣自身的资金需求。前述各次股权转让的价格差异主要系：1）2017 年上半年，随着欧派家居、金牌厨柜、皮阿诺、志邦家居、我乐家居等定制家居企业的上市成功，整个定制家居行业属于比较火热的市场状态，公司估值在短期内有了较大提高；2）重庆浩钥欣向魏盛才（马礼斌）出让股权的同时，随附有股权回购、现金补偿等义务；而重庆浩钥欣向零壹咨询转让股权时，不存在股份回购、现金补偿等义务。

因此，重庆浩钥欣历史上时间相近的股权/股份转让，价格存在差异具有合理性。

2）经查询相关资金流水，重庆浩钥欣历次转让公司股权/股份真实

经核查零壹咨询、魏盛才、德韬建成、瑞渝投资及天玛咨询提供的其各自向重庆浩钥欣支付转让价款前后三个月的银行流水，除魏盛才受让重庆浩钥欣持有的上述玛格有限 4.99%股权的资金来源于马礼斌外（截至 2021 年 11 月，魏盛才已将其代持的玛格家居全部股份以 0 元的价格还原至马礼斌名下，由马礼斌实际持有），零壹咨询、德韬建成、瑞渝投资及天玛咨询受让重庆浩钥欣持有的公司股权/股份的资金均来源于其股东出资或银行借款，不存在委托持股等其他利益安排的情形。

根据对魏盛才及马礼斌的访谈，魏盛才系代马礼斌受让重庆浩钥欣持有的公司股权，魏盛才及马礼斌与重庆浩钥欣及其股东均不存在关联关系；魏盛才代马礼斌受让重庆浩钥欣持有的公司股权系魏盛才、马礼斌的真实意思表示；截至 2021 年 11 月，魏盛才已将代持的玛格家居 4.575%的股份以 0 元的价格还原至马礼斌名下，由马礼斌实际持有；其二人就上述股份代持形成过程、股份代持期间及终止股份代持过程，不存在任何的争议或纠纷。

根据对零壹咨询、德韬建成、瑞渝投资及天玛咨询的访谈并根据其各自出具的书面确认，其各自与重庆浩钥欣及其股东均不存在关联关系；其各自受让重庆浩钥欣持有的公司股权均系其各自真实意思表示，相关股权受让真实，不存在股权代持或其他利益安排。

根据对重庆浩钥欣及相关方（龚政、王法）的访谈及有关确认函，其各自与零壹咨询、魏盛才、马礼斌、德韬建成、瑞渝投资及天玛咨询均不存在关联关系；重庆浩钥欣历次转让其持有的公司股权均系其真实意思表示，重庆浩钥欣的历次相关股权转让真实，不存在股权代持或其他利益安排。

（3）同行业上市公司的估值变动情况

经查询，同行业上市公司自 2016 年至 2021 年期间的市盈率情况如下：

（单位：倍）

上市公司简称	2016/12/31	2017/12/31	2018/12/31	2019/12/31	2020/12/31	2021/12/31
尚品宅配 (300616)	——	50.87	25.85	28.50	63.07	65.18
顶固集创 (300749)	——	——	30.65	32.90	53.96	23.99
志邦家居 (603801)	——	38.67	13.58	17.20	26.20	19.09
金牌厨柜 (603180)	——	60.34	20.05	20.13	19.91	19.67
好莱客 (603898)	46.06	29.51	11.38	15.02	17.72	11.56
皮阿诺 (002853)	——	45.94	21.13	17.33	21.76	13.29
我乐家居 (603326)	——	38.20	22.97	26.02	15.92	15.62
欧派家居 (603833)	——	42.10	21.54	28.09	41.96	32.96
索菲亚 (002572)	42.28	40.87	15.12	19.36	22.41	15.07
平均值	44.17	39.32	18.43	21.16	23.95	17.70

注：尚品宅配系于 2017 年 3 月上市，顶固集创系于 2018 年 9 月上市，志邦家居系于 2017 年 6 月上市，金牌厨柜系于 2017 年 5 月上市，皮阿诺系于 2017 年 3 月上市，我乐家居系于 2017 年 6 月上市，欧派家居系于 2017 年 3 月上市。

结合上表内容，由于定制家居行业公司于 2017 年密集上市，行业处于高速发展周期，整体的估值水平较高。2018 年后，呈整体下降的波动变化。公司的整体估值情况与行业整体变化情况大致相当，具体情况如下表所示：

时间	事项	转让价格	定价依据	PE (倍)
2017/ 01/26	重庆浩钊欣将其持有的公司 1%的股权转让给零壹咨询	2.45 元/ 出资额	为吸引零壹咨询各合伙人给公司提供 服务，公司大股东玛格唐投资及二 股东重庆浩钊欣与零壹咨询协商， 以低于公允价值的价格分别向零壹 咨询转让了 2%及 1%的股权。按照 公司整体估值 8.5 亿元计算，就前 述低于公允价值的差额部分，公司已 进行股份支付处理。	——
2017/ 04/13	重庆浩钊欣将其持有的公司 3%的股权转让给零壹咨询	12.50 元/ 出资额	按照公司整体估值 8.5 亿元计算。	——
2017/ 07/17	重庆浩钊欣将其持有的公司 4.99%的股权转让给魏盛才(马礼斌)	17.65 元/ 出资额	按照公司整体估值 12 亿元计算。	——
2019/	重庆浩钊欣将其持有的公司	13.97 元/	按照公司整体估值 10 亿元计算。	14.19

06/24	5.00%的股权转让给瑞渝投资	出资额		
2019/12/04	重庆浩钊欣将其持有的公司5.00%的股权转让给德韬建成	13.97 元/出资额	按照公司整体估值 10 亿元计算。	14.19
2021/11/01	重庆浩钊欣将其持有的公司6.86%的股份转让给天玛咨询	14.67 元/股	按照公司整体估值 11 亿元计算。	11.18

注：上述重庆浩钊欣对外转让股权的 PE 以上一年度公司净利润测算；其中，因 2016 年度玛格有限仍处于亏损状态，不适用市盈率（PE）指标。

因此，公司自 2017 年以来，重庆浩钊欣股权交易涉及的整体估值变动情况与同行业上市公司估值变动趋势基本一致，不存在重大异常情况，定价公允。

基于上述，信达律师认为，除魏盛才以马礼斌提供的资金代马礼斌受让重庆浩钊欣持有的玛格有限 4.99%股权外，重庆浩钊欣历次其他股权/股份转让均系交易双方的真实交易；重庆浩钊欣历次交易双方之间均不存在关联关系。魏盛才代马礼斌受让重庆浩钊欣持有的公司股权均魏盛才、马礼斌的真实意思表示；2021 年 11 月，魏盛才将代持的玛格家居全部股份以 0 元的价格还原至马礼斌名下，由马礼斌实际持有；魏盛才与马礼斌就上述股权代持形成过程、股份/股份代持期间及终止股份代持过程，不存在任何的争议或纠纷，不影响重庆浩钊欣此次股权转让的效力；重庆浩钊欣股权交易涉及的公司整体估值变动情况与同行业上市公司估值变动趋势基本一致，不存在重大异常情况，定价公允。

三、（3）结合唐斌的各类资产情况，详细说明天玛咨询所持公司股份是否存在被行权或强制处分的可能性；结合公司近期股权转让价格，说明若天玛咨询所持公司股份被行权或强制处分，股权价款能否覆盖借款全额，是否会影响唐斌直接持有公司的股份，进而对公司控制权造成影响。

1.核查过程、方式、依据

（1）核查了天玛咨询与中国民生银行股份有限公司佛山分行签署的《并购贷款借款合同》《保证合同》《抵押合同》《质押合同》及《账户管理协议》；

（2）核查了天玛咨询向中国民生银行股份有限公司佛山分行还款的银行流水；

（3）查阅了天玛咨询的《企业信用报告》（出具之日为 2024 年 1 月 4 日）；

（4）查阅了重庆股份转让中心有限责任公司出具的《玛格家居股份有限公司股东持股清册》（出具日为 2023 年 11 月 17 日）；

（5）就股权质押的相关情况以及公司实际控制人唐斌的财务状况、清偿能力等事项，访谈了公司实际控制人唐斌；

(6) 核查了公司实际控制人唐斌拥有的资产情况（包括不限于房屋所有权、车辆所有权、银行存款及理财、对外投资情况）；

(7) 就唐斌名下相关房产的价值，登录了安居客或贝壳网网站查询同小区房屋价值情况；

(8) 就唐斌名下相关车辆的价值，登录了第一车网或汽车之家网站进行查询同款车辆的价值情况；

(9) 核查了报告期内公司向唐斌支付现金股利和薪酬的银行凭证；

(10) 核查了唐斌的征信报告（出具日为 2023 年 7 月 25 日）；

(11) 核查了公司设立至今的企业法人登记档案；

(12) 核查了公司历史上股东入股的股权转让协议/增资协议/股东协议/投资协议/补充协议及款项收付凭证、验资报告；

(13) 取得了唐斌及高琴出具的承诺函。

2. 核查结论

(1) 天玛咨询的借款情况

经核查，天玛咨询（公司控股股东、实际控制人唐斌担任其普通合伙人兼执行事务合伙人，并持有其 83.6667% 的出资份额）已将其持有的玛格家居 6.862% 的股份质押给了中国民生银行股份有限公司佛山支行，为其向中国民生银行股份有限公司佛山支行申请的 4,528.92 万元借款提供质押担保，前述借款期限为 2021 年 11 月 30 日至 2026 年 11 月 24 日，质押期限自 2021 年 12 月 7 日至前述主债务结清之日。前述借款主要用于天玛咨询受让重庆浩钥欣持有玛格家居 6.862% 的股份。

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，天玛咨询已向中国民生银行股份有限公司佛山支行累计归还了借款本金 1,585.12 万元，借款本金余额为 2,940.80 万元。

(2) 控股股东、实际控制人唐斌名下的资产情况

经核查，公司控股股东、实际控制人唐斌除持有公司股份外，拥有的其他主要资产情况如下：

序号	资产类型	净值(万元)	有无权利限制
1	多处不动产(包括写字楼、别墅)	2,422.48	其中价值为 744.09 万元的不动产权已抵押给中国民生银行股份有限公司佛山支行，为天玛咨询

			向其的借款提供抵押担保。
2	2 台奔驰车辆	139.8	无
3	银行存款(包含银行理财)	414.83	无
合计		2,977.11	——

注：1.上述房产价值依据安居客或贝壳网网站显示的同小区单位面积的价值计算或参照银行抵押贷款的评估价值；2.车辆价值依据第一车网或汽车之家网站查询的同款车型的价值；3.上述银行存款金额系依据唐斌截至 2024 年 1 月 5 日的银行存款及理财的余额计算。

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，唐斌信用良好，履约能力良好。

经核查，报告期内，公司向股东唐斌合计分配现金股利税后 2,813.05 万元，发放高管薪酬税后 412.29 万元；唐斌作为公司股东及总经理，在借款期限内（2021 年 11 月 30 日至 2026 年 11 月 24 日）可通过从公司获取分红及领取薪酬等方式获取较为稳定的现金流，用以支付上述借款及借款利息。

经核查，天玛咨询的合伙人唐斌及高琴已出具书面文件，承诺如届时天玛咨询不能及时足额清偿其对于民生佛山分行的借款，唐斌及高琴将按照各自持有天玛咨询的出资比例，积极代天玛咨询承担相应的还款责任。

（3）结合公司近期股权转让价格，如天玛咨询所持公司股份被行权或强制处分，股份转让价款预计能覆盖借款余额，不会对公司控制权造成影响。

经核查，自公司改制为股份公司至本《补充法律意见书》出具之日，公司的股份变动情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数额（万股）	转让价格（万元）	转让持股比例	股份转让协议签署时间	备注
1	重庆浩钊欣	天玛咨询	514.650	7,548.2	6.862%	2021/11/01	——
2	魏盛才	马礼斌	343.125	0	4.575%	2021/11/02	股份代持还原
3	瑞渝投资	金牌厨柜	361.875	5,000	4.825%	2023/11/15	转让方系受让方的全资下属企业，基于集团内的战略调整，转让方按照 2019 年取得股权的成本进行转让。

因此，除去上述股份代持还原以及同一控制下的股份转让行为，公司最近一次发生的市场化股份转让行为系天玛咨询受让重庆浩钊欣持有的公司股份。参照此次股份转让价格，天玛咨询所持有的公司 6.862%的股份预计价值为 7,548.2 万元，足够覆盖剩余借款本金 2,940.80 万元。

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，除上述被质押的 6.862%的股份外，唐斌还直接持有公司 3,837 万股股份，占公司总股本的 51.16%；天玛咨询所持有的公司 6.862%的股份价值预计能够足额覆盖剩余借款本金 2,940.80 万元，不会影响唐斌直接持有的公司股份，不会对公司控制权造成影响。

基于上述，信达律师认为，公司控股股东、实际控制人唐斌财务状况良好，具备清偿能力，天玛咨询因无法偿还银行借款导致质押股份被行权或强制处分的可能性较小；若天玛咨询所持公司股份被行权或强制处分，根据公司最近一次股份转让价格情况预计，相应的股份转让价款预计能覆盖剩余借款金额，不会影响唐斌直接持有公司的股份，亦不会对公司控制权的稳定造成重大不利影响。

四、（4）结合《证券法》《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司监管指引第 4 号》等法律法规规定，补充说明有限公司设立至今，公司是否存在穿透计算权益持有人数后公司实际股东是否超过 200 人的情形，是否存在非法集资、欺诈发行、公开发行等情形。

1. 核查过程、方式、依据

（1）核查了公司设立至今的企业法人登记档案；

（2）核查了公司历史上股东入股的股权转让协议/增资协议/股东协议/投资协议/补充协议及款项收付凭证、验资报告；

（3）通过查询企查查网站对公司在册的非自然人股东以及曾经的非自然人股东穿透至最终持有人（即穿透至自然人、政府机构或上市公司）；

（4）查阅了《证券法》《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司监管指引第 4 号--股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》等法律法规规定；

（5）取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

根据《非上市公众公司监管指引第 4 号--股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》（证监会[2023]34 号）的规定，对于应当“穿透核查”并计算股东人数的主体确定为“持股平台”，并对“持股平台”的具体内涵予以明确规定，即“单纯以持股为目的的合伙企业、公司等持股主体”。对于符合“依据相

关法律法规设立并规范运作，且已经接受证券监督管理机构监管”的私募股权基金、资产管理计划以及其他金融计划类型的“持股平台”，无需还原为最终出资人的直接持股，即对符合条件的“持股平台”不进行“穿透核查”并计算实际的股东人数。

依据上述规定并经核查，自公司设立至本《补充法律意见书》出具之日，公司历史上曾经的股东及在册股东穿透的情况以及计算股东人数的情况具体如下：

历史或在册股东	姓名/名称	穿透后股东情况	是否已穿透至最终持有人	股东人数计算
历史股东	玛格装饰	2019年7月26日注销；持有玛格家居股权期间，穿透后的股东为唐斌、高琴、唐华君	是，已穿透至自然人	3
	重庆浩立地产（集团）有限公司	熊科惠、董俐	是，已穿透至自然人	2
	重庆浩立投资管理 有限公司	熊科惠、熊永	是，已穿透至自然人	2
	玛格唐投资	唐斌、高琴	是，已穿透至自然人	2
	龚政	——	是，已穿透至自然人	1
	重庆浩铭欣	龚政、王法	是，已穿透至自然人	2
	魏盛才	——	是，已穿透至自然人	1
	文振宇	——	是，已穿透至自然人	1
	瑞渝投资	金牌厨柜	是，已穿透至上市公司	1
在册股东	唐斌	——	是，已穿透至自然人	1
	高琴	——	是，已穿透至自然人	1
	马礼斌	——	是，已穿透至自然人	1
	金玛咨询	张智、唐斌、万川、蒋礼、陈红吉、康华、谭兴义、何正阳、杨勇、张家峰、蔡宝磊、唐华君、朱春明、张茂杰、陈宗洪、金海鹏、沈瀚共计 17 名员工	是，已穿透至自然人	17
	艾玛咨询	高琴、任芸、张国民、向高、黄巧英、甘德军、罗文英、王秀兰、黄丽娟、任福明、赖惠琼、李勇、刘伟、郭其勇、李展宇、徐岭虹、方泽波、刘鹏飞、杨江、孙超华、邹旭、吴亮、梁伟、刘德波、陈存庞、张峰、杨怡、李春亮、何继专、常星、于博、黄娟、陈金龙、任雪兰、张亚非、王朝霞、廖世银、赵艳秋、胡积昌、鄢小群、王光润、刘发兴共计 42 名员工	是，已穿透至自然人	42
	天玛咨询	唐斌、高琴	是，已穿透至自然人	2
	零壹咨询	刘瑾、陈红克、石伟、李惠芳、李建刚	是，已穿透至自然人	5
	德韬建成	温建怀、潘孝贞、郑峰、许亚	是，已穿透至自然人或	1

		南、郑建榕、泗阳县人民政府 (江苏泗阳经济开发区管理委员会)	政府机构	
	帝欧家居	——	是, 已穿透至上市公司	1
	金牌厨柜	——	是, 已穿透至上市公司	1
合计(剔除重复项)				76

注: 德韬建成系已备案的私募基金, 按照《非上市公众公司监管指引第4号--股东人数超过200人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》的规定, 计算股东人数时算1名。

基于上述, 信达律师认为, 自公司设立至本《补充法律意见书》出具之日, 公司穿透计算权益持有人数后不存在超过200人的情形, 不存在非法集资、欺诈发行、公开发行等情形。

综上所述, 信达律师认为, 天玛咨询持有的公司股份质押事项不会影响公司股权结构的清晰, 不会影响公司控制权的稳定; 重庆浩钊欣已向天玛咨询转让了其持有的公司全部股份, 不再是公司的股东, 且相关主体已确认相应的股份转让系其真实意思表示, 因此公司历次股权变动合法、合规, 真实有效; 因此, 截至本《补充法律意见书》出具之日, 公司股权明晰, 股票发行和转让行为合法合规。

2. 关于公司业务。

根据申请文件, (1) 公司的经销商销售模式包括线上引流和线下获客方式, 其中线上引流系公司在淘宝、京东等线上平台设立旗舰店并将顾客引流至所在区域的经销商门店, 或经销商在公司授权许可前提下在线上设立网点、运营自媒体账号等方式获客; (2) 公司存在直接与房地产企业、学校等大宗客户开展定制家居产品销售合作; (3) 根据公开信息, 公司存在利用微信小程序进行引流的情况, 并且使用预约功能需要填写个人信息。

请公司补充说明: (1) 报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为, 若存在, 说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等, 是否规范, 是否存在欺诈消费者, 违反淘宝、京东等电商规定的情形; (2) 结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势, 说明公司电商销售是否存在经营风险; (3) 报告期内是否存在同一买家(如同一姓名、IP地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等)在多个电商平台重复购买公司产品的情况, 是否存在单个买家大额采购的情形, 如存在, 说

明原因及合理性；（4）按月份说明报告期各期各电商平台交易量分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；（5）是否存在于搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，若存在于搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险；（6）报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比；订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认定无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为；报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况；（7）公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，如涉及，是否属于大型平台及判断依据，是否符合国家产业政策要求，平台搭建及日常运营是否合法合规；公司是否涉及收集、储存、使用个人信息或数据，相关信息或数据来源、权属，收集、储存及使用的合法合规性，是否存在泄漏用户信息、违规收集或使用用户信息、利用用户信息违规开展精准经销或其他侵犯用户权益的情形，是否符合个人信息保护相关规定。

请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。请主办券商及会计师核查事项（1）至（4），并发表明确意见。

回复：

一、（1）报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者，违反淘宝、京东等电商规定的情形。

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了公司从淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等主要电商平台店铺后台管理系统导出的报告期内相关平台店铺售前及售后客服与终端客户的最近三个月聊天记录（系统仅保留最近三个月）；

（2）登录公司淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书店铺，并通过对客户评论的评论长度、评论内容、评论时间等方面对客户评论内容进行核查分析；

（3）登录公司在淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书电商平台店铺的

后台系统核查公司报告期内是否存在因刷单、刷好评收到平台处罚的通知消息等情况；

（4）查阅了立信出具的《玛格家居股份有限公司信息系统专项核查报告20200101-20221231》；

（5）结合对公司及公司控股股东、实际控制人及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员以及关键岗位人员报告期内的银行流水的核查情况，核查公司及主要关联方是否存在通过自身或委托第三方在公司电商平台店铺进行刷单或刷好评等相关的异常银行流水支出；

（6）就公司是否存在刷单、刷好评等违规操作事项，分别访谈了公司的财务负责人、线上营销负责人；

（7）获取并查阅报告期内公司营业外支出明细，核查公司是否存在被电商平台处罚的相关支出；

（8）查阅了淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等电商平台规则；

（9）查阅了公司及其下属企业市场监督管理部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

（10）查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站信息；

（11）查阅了主办券商国泰君安及会计师立信的问询回复；

（12）取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

（1）公司线上销售平台未进行最终销售

根据公司出具的书面确认并经核查，公司系一家专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务的现代化企业，专注于围绕中高端用户的个性化定制需求，通过信息化的技术手段，为客户提供包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的一站式全屋定制家居解决方案。报告期内，公司主要销售模式为经销商模式和大宗业务模式，不同销售模式项下面向的客户类型如下：

销售模式	客户类型	是否主要面向个人消费者
经销商模式	公司面向经销商，再由经销商面向终端客户	是
大宗业务模式	房地产企业、学校等客户	否

其中，经销商模式的终端客户主要以个人消费者为主，经销商的获客方式包括线上引流和线下获客。线上引流系公司通过在淘宝（极有家）、天猫、京东等线上平台开立店铺或通过公司官网、公众号、小程序等社交媒体平台开展线上营销并将消费者引流至所在区域的经销商门店。

经核查，公司的主营业务具有高度的个性化和定制化特征，在生产符合消费者需求的产品之前，需要通过线下经销商提前向消费者提供上门量尺、定制方案设计、协商定价等线下服务，无法仅通过互联网实现全套销售服务流程。因此，报告期内，公司在淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等线上平台开立的店铺主要系以品牌推广及线上引流为主要目标，未进行最终销售。

（2）公司在线上销售平台开立的店铺不存在通过自身或委托第三方进行刷单、刷好评等行为

经核查，因公司的线上销售平台主要系以品牌推广及线上引流为主要目标，未进行最终销售；线上销售不属于公司的销售渠道，不直接产生经济效益。同时，公司合作的主要电商平台包括淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等，均制定了关于禁止刷单、刷好评的相关规则。根据各电商平台关于禁止刷单、刷好评的相关规则，公司如发生刷单、刷好评等违规行为，将可能面临被扣分、搜索降权，甚至封禁店铺的惩罚，上述惩罚措施力度较大，违规成本较高，刷单及刷好评行为对公司所可能产生的经济效益与公司所可能承担的后果不成正比，因此公司无刷单、刷好评的动机。

经查阅公司从淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书店铺后台管理系统导出的报告期内相关平台店铺售前及售后客服与终端客户的最近三个月聊天记录（系统仅保留最近三个月）内容进行的核查分析，公司电商平台店铺的售前及售后客服人员不存在主动要求客户刷单或者主动向客户提供好评返现等刷单、刷好评的情况。

根据信达律师通过对相关客户评论的评论长度、评论内容、评论时间等方面对淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等平台店铺的客户评论内容进行的核查，公司在淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书店铺的客户评论不存在显著异常的情况，相关评论内容符合真实的评论逻辑。

根据公司出具的书面确认并经核查，报告期内，公司员工不存在通过淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等平台店铺支付订金下单的情形。

经查询公司在淘宝（极有家）、天猫、京东、拼多多、小红书等平台店铺的后台系

统消息，报告期内，公司不存在被电商平台认定存在刷单、刷好评行为或因刷单、刷好评等受到电商平台扣分、搜索降权、封禁店铺或产品等处罚的情况；且经核查公司报告期内营业外支出明细，公司报告期内不存在因刷单、刷好评行为被电商平台处罚的相关支出。

根据对公司控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员以及关键岗位人员报告期内的银行流水核查的情况，公司及主要关联方不存在通过自身或委托第三方在公司电商平台店铺进行刷单或刷好评等相关的异常银行流水支出。

根据公司出具的书面确认并经查询主办券商国泰君安及会计师立信的问询回复并经访谈公司的财务负责人，公司收入、业务、财务匹配分析结果不存在异常情形，出现的个别偏差均不存在无法合理解释的情况，不存在刷单、刷好评的情形；公司财务序时账金额与主要第三方资金平台流水金额差异较小，不存在异常情形；公司的销售费用具备完整性和真实性，不存在异常情况。

根据公司及其下属企业市场监督主管部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站信息并经公司书面确认，报告期内，公司不存在因刷单、刷好评等违规操作事项产生诉讼、仲裁或受到行政处罚的情形。

基于上述，信达律师认为，报告期内公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为。

二、（2）结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，说明公司电商销售是否存在经营风险。

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了报告期内公司主要电商平台访客数据；

（2）就公司电商零售业务进行市场推广的主要方式、内容、访客情况等情况，访谈公司线上营销负责人；

（3）取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

根据公司出具的书面确认，报告期内，公司主要使用天猫、极有家、拼多多、京东、小红书商城等电商平台进行线上营销，上述主要电商平台的浏览量情况如下：

(单位: 次)

2023 年度					
月份	天猫	极有家	拼多多	京东	小红书商城
1 月	728,481	255,773	119,597	48,175	3,882
2 月	818,140	308,554	150,121	71,806	8,186
3 月	980,395	308,337	175,785	79,224	9,161
4 月	967,938	289,418	145,033	64,951	4,249
5 月	893,441	356,881	147,844	63,872	3,163
6 月	754,022	251,066	86,481	62,028	2,243
合计	5,142,417	1,770,029	824,861	390,056	30,884
2022 年度					
月份	天猫	极有家	拼多多	京东	小红书商城
1 月	484,711	102,626	82,301	203,980	2,903
2 月	746,935	117,726	90,443	60,224	1,494
3 月	773,088	255,381	93,903	103,777	2,350
4 月	921,260	272,990	152,996	67,359	2,726
5 月	837,530	218,363	178,354	65,727	2,747
6 月	958,633	244,435	159,006	54,588	3,207
7 月	804,560	271,121	366,092	62,134	3,410
8 月	841,629	293,677	498,639	55,627	3,404
9 月	861,281	381,935	489,871	49,281	3,614
10 月	879,751	414,503	239,813	53,956	3,528
11 月	1,096,187	444,438	124,360	54,243	3,746
12 月	840,593	445,654	237,889	46,725	4,727
合计	10,046,158	3,462,849	2,713,667	877,621	37,856
2021 年度					
月份	天猫	极有家	拼多多	京东	小红书商城
1 月	511,688	136,883	2,312	83,833	4,112
2 月	461,377	95,314	4,402	51,129	3,302
3 月	562,301	125,064	5,353	65,805	6,669
4 月	489,621	92,805	17,471	49,552	6,995
5 月	536,590	79,242	29,518	61,099	6,472
6 月	589,665	53,313	27,824	50,991	6,239
7 月	763,088	89,614	73,257	41,788	7,172
8 月	982,634	178,526	87,966	59,294	7,418

9 月	746,068	123,216	86,909	62,141	6,789
10 月	778,752	178,128	163,140	60,070	9,619
11 月	888,773	146,084	181,035	65,730	9,983
12 月	462,147	103,877	100,898	62,980	8,593
合计	7,772,704	1,402,066	780,085	714,412	83,363

2022 年度，天猫和极有家凭借“超级短视频”产品进行引流，带动平台浏览量大幅上升。2022 年度，公司与拼多多进行战略合作，平台浏览量大幅上升；2023 年上半年，双方基于合作未达预定目标，终止了相关合作，平台浏览量下降。报告期内，公司京东平台浏览量保持平稳。2022 年度，公司基于小红书商城线上浏览量转换为线下销售的比率较低，减少了对其推广投入，其浏览量有所下降。

根据公司出具的书面确认，报告期内，由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的情况如下：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
订单数量（个）	8,823	17,117	21,539
终端客户（个）	1,448	2,748	3,737
其中重复购买的终端客户（个）	159	182	135
订单收入（万元）	3,028.30	5,971.30	7,768.45
占经销收入比例	7.76%	6.85%	7.83%

注：重复购买的终端客户指在不同年度购买公司产品且下单时间间隔 3 个月以上的终端客户。

由上表可以看出，2022 年度，通过主要电商平台引流到经销商并最终完成销售的订单数量、终端客户数量、订单收入和占比略有下降，与公司整体收入变动保持一致；2023 年 1-6 月，订单收入占比有所回升。

2021 年开始，公司通过线上专享产品促销宣传及直播宣传等多种方式引流，加深线上客户对公司新增产品品类及促销信息的了解，激发老客户二次购买需求，重复购买公司产品的终端客户数量呈整体上升趋势。

基于上述，信达律师认为，报告期内，公司通过主要电商平台引流并最终完成线下销售的收入占经销收入的比例保持在 7%左右，不存在重大经营风险。

三、（3）报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如存在，说明原因及合理性。

1. 核查过程、方式、依据

(1) 就公司电商零售业务进行市场推广的主要方式、内容、访客情况等情况，访谈公司线上营销负责人；

(2) 取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司不存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品情况。

经核查，报告期内，公司不存在通过线上渠道直接向终端客户销售的情形。因此，不存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品情况。由主要电商平台引流到经销商并最终完成销售的终端客户中存在重复购买公司产品情况，具体详见本题回复“（二）结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，说明公司电商销售是否存在经营风险”部分所述。

(2) 公司不存在单个买家大额线上采购的情形

经核查，报告期内，公司不存在通过线上渠道直接向终端客户销售的情形。因此，不存在单个买家大额线上采购的情形。

根据公司出具的书面确认，报告期内，公司由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的终端客户平均收入金额分层情况如下：

年份	金额分层	收入金额 (万元)	金额占比	终端客户数量 (个)	平均收入金额 (元)
2023 年 1-6 月	4 万元以上	1,303.45	43.04%	194	67,188.08
	2 万元-4 万元	1,027.76	33.94%	365	28,157.87
	2 万元以下	697.09	23.02%	889	7,841.33
	合计	3,028.30	100.00%	1,448	20,913.71
2022 年度	4 万元以上	2,615.64	43.80%	391	66,896.21
	2 万元-4 万元	1,954.06	32.72%	694	28,162.87
	2 万元以下	1,401.59	23.47%	1,663	8,428.10
	合计	5,971.30	100.00%	2,748	21,731.22
2021 年度	4 万元以上	2,841.53	36.58%	424	67,017.17
	2 万元-4 万元	2,854.06	36.74%	999	28,569.12

年份	金额分层	收入金额 (万元)	金额占比	终端客户数量 (个)	平均收入金额 (元)
	2 万元以下	2,072.87	26.68%	2,314	8,957.94
	合计	7,768.45	100.00%	3,737	20,787.93

由上面表格可以看出,报告期内,公司由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的不同层级的终端客户平均收入金额保持稳定,不存在异常采购的情况。

根据公司出具的书面确认,报告期内,公司终端客户平均下单金额分层情况如下:

年份	金额分层	下单金额 (万元)	金额占比	终端客户数量 (个)	平均下单金额 (元)
2023 年 1-6 月	4 万元以上	22,294.96	54.89%	2,979	74,840.43
	2 万元-4 万元	10,909.37	26.86%	3,812	28,618.50
	2 万元以下	6,224.57	15.32%	7,700	8,083.85
	为上年补单	1,190.27	2.93%	——	——
	合计	40,619.17	100.00%	14,491	28,030.62
2022 年度	4 万元以上	51,820.50	59.15%	7,089	73,099.88
	2 万元-4 万元	24,912.23	28.44%	8,523	29,229.41
	2 万元以下	9,249.76	10.56%	9,890	9,352.63
	为上年补单	1,624.99	1.85%	——	——
	合计	87,607.48	100.00%	25,502	34,353.18
2021 年度	4 万元以上	54,501.84	53.09%	7,556	72,130.54
	2 万元-4 万元	33,219.80	32.36%	11,559	28,739.34
	2 万元以下	13,697.42	13.34%	14,028	9,764.35
	为上年补单	1,236.30	1.20%	——	——
	合计	102,655.36	100.00%	33,143	30,973.47

由上表可以看出,公司由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的终端客户平均收入金额与公司整体终端客户平均下单金额保持接近,不存在明显异常情况。

四、(4) 按月份说明报告期各期各电商平台交易量分布情况,是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形。

1. 核查过程、方式、依据

(1) 就公司电商零售业务进行市场推广的主要方式、内容、访客情况等情况,访谈公司线上营销负责人;

(2) 取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

经核查，报告期内，公司不存在通过线上渠道直接向终端客户销售的情形。因此，公司不存在某一时间段平台交易量突增或其他异常情形。

根据公司出具的书面确认，报告期内，公司分月度由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的收入情况及占当月经销收入的比例如下：

（单位：万元）

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	当月经销收入比例	金额	当月经销收入比例	金额	当月经销收入比例
1 月	156.29	6.41%	380.56	6.34%	581.73	6.60%
2 月	418.77	7.50%	228.77	6.78%	86.48	6.05%
3 月	650.58	8.74%	583.91	7.59%	522.70	7.95%
4 月	567.11	8.04%	497.42	6.99%	564.57	8.26%
5 月	593.66	8.42%	528.68	7.31%	800.06	9.84%
6 月	641.90	6.77%	619.99	6.99%	871.60	10.36%
7 月	——	——	500.86	6.81%	766.26	8.25%
8 月	——	——	520.98	7.08%	713.91	7.55%
9 月	——	——	554.63	6.37%	669.92	7.60%
10 月	——	——	496.26	6.92%	704.02	8.08%
11 月	——	——	401.15	6.04%	661.63	6.30%
12 月	——	——	658.09	6.85%	825.56	6.72%
合计	3,028.30	7.76%	5,971.30	6.85%	7,768.45	7.83%

由上表可以看出，报告期内，公司分月度由主要电商平台引流到经销商并最终完成线下销售的收入分布情况占当月经销收入的比例基本保持一致，不存在某一时间段交易量突增或其他异常情形。

五、（5）是否存在于搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，若存在于搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

1. 核查过程、方式、依据

（1）通过“百度”“360 检索”“必应”等网站查询关键词，核查公司是否存在与搜索引擎合作开展的竞价排名及推广业务的情况；

(2) 核查了公司与主要电商平台签署的合作协议；

(3) 检索与线上推广及竞价排名业务的相关法律法规，分析公司与搜索引擎、电商平台开展推广及竞价排名业务的合法合规性，并核查是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等合规风险；

(4) 查阅了公司及其下属企业市场监督主管部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

(5) 查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站信息；

(6) 取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

(1) 公司与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务情况

经核查，报告期内，公司与搜索引擎、电商平台等开展的竞价排名或推广业务情况如下：

序号	合同名称	主体	签约方	电商平台/搜索引擎名称	竞价排名及推广业务情况
1	小红书店铺服务协议	行吟信息科技（武汉）有限公司（“小红书”）	玛格科技	小红书	玛格科技在小红书创建店铺。小红书向商家提供互联网信息服务、软件技术服务和营销推广服务：展现商品、关联相关商品、搜索商品、生成订单、管理交易、完成支付和平台客服的软件系统；提高商品曝光机会、品牌整合营销、销售提升、运营培训等品牌增值服务。
2	京准通服务协议	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	玛格科技	京东	向玛格科技提供京准通服务，将玛格科技在京东平台及 1 号店平台所售商品或服务的信息在相关推广空间进行投放。
3	品销宝广告服务协议	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	广东玛格	天猫、淘宝等平台	由阿里妈妈及其关联公司基于品销宝广告服务软件系统，向用户提供的，支持用户按其选定的条件，在淘宝（域名为 www.taobao.com，下同）、天猫网站（域名为 www.tmall.com，下同）、聚划算（域名为 juhuasuan.com，下同）、飞猪（域名为 alitrip.com、fliggy.com、feizhu.com，下同）等和（或）第三方网站（第三方拥有或合法运营的因特网、移动网、软件客户端及/或其他网络形态的信息网络空间，相关页面和

					(或)界面上,自助发布广告信息的一项服务。
4	获客宝工作台推广服务协议	每平每屋(上海)科技有限公司	广东玛格	天猫	公司通过入驻获客宝工作台,获取相关技术支持以及客户服务体系等,为公司提供营销推广服务。
5	阿里妈妈无界版软件服务协议	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	广东玛格	天猫、淘宝等平台	阿里妈妈通过阿里妈妈无界版软件系统向用户提供的软件服务及信息发布相关的服务。
6	淘宝新零售年度优惠协议	阿里(四川)网络技术有限公司	玛格家居	淘宝	在本地化活动中为公司提供本地化商家功能模块,通过图文视频等不同形式为甲方店铺、品牌及(或)其商品/服务进行宣传推广的服务,具体服务内容如下: (1)本地化流量场域服务:包括但不限于将公司本地化新零售商品加入同城购及搜索场域流量池; (2)本地化营销工具:包括但不限于提供线上店铺轻店营销组件、0元预约留资工具及商家CRM工具。
7	电子商务开放平台店铺服务协议	上海格物致品网络科技有限公司、北京有竹居网络科技有限公司	广东玛格、玛格科技	抖音	为广东玛格、玛格科技提供数据推广、费用统计、数据查询、分析、素材管理等服务,提供推广服务的平台包括但不限于巨量千川平台(网址为 qianchuan.jinritemai.com)、企业号平台(网址为 e.douyin.com)、巨量引擎广告投放平台(网址为 ad.oceanengine.com/)。
8	数据推广协议	广州彼昌传媒科技有限公司	玛格科技	今日头条、抖音、西瓜等字节跳动系平台	为玛格科技、广东玛格提供数据推广服务。数据推广方式为“依据《“今日头条”客户端广告竞价排名规则》”进行竞价推广。
9	广告代理合同	激石传媒科技(广州)有限公司	广东玛格	字节跳动平台	为广东玛格在字节跳动平台上发布所有“玛格”产品或得到合法授权的产品的宣传推广信息。
10	网络推广服务合同	瑞庭网络技术(上海)有限公司重庆分公司	玛格科技	安居客、58同城	在安居客APP及/或58同城APP为玛格科技进行网络推广和品牌推广等服务。
11	信息技术服务协议	深圳市叁柒无限网络科技有限公司	玛格科技	小红书	为玛格科技在“小红书品牌平台”后台开通相应的账号后,就“小红书”网络平台中的信息数据资源以线上竞价方式出价投标、按照预先设置的竞价成交规则由“小红书”网络平台系统完成程式化中标、发布执行等服务。
12	合作	上海并鹭信息	广东玛格	支付宝	为广东玛格通过支付宝平台投放广

	协议	科技有限公司			告。
--	----	--------	--	--	----

（2）公司与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等合规风险。

经核查，关于竞价排名及推广业务的法律法规对“广告主”的规范要求如下：

法规名称	具体规定	公司实际业务开展情况
《中华人民共和国广告法》 （以下简称“《广告法》”）	第十五条：第一款麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。	经核查，公司主营业务为家居产品的研发、生产和销售，不属于《广告法》第十五条规定的不得作广告的产品，不存在《广告法》第三十七条规定的法律、行政法规规定禁止生产、销售以及禁止发布广告的情形，不属于《广告法》第四十六条规定的发布前须申请广告审查的情形。
	第三十七条：法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得设计、制作、代理、发布广告。	
	第四十六条：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。	
	第三十二条：广告主委托设计、制作、发布广告，应当委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。	
《互联网广告管理办法》	第六条：法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。	经核查，公司主营业务为家居产品的研发、生产和销售，非法律、行政法规规定禁止生产、销售的商品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，亦不属于广告须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务。
	第七条：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。	

如上表所示，公司作为广告主与电商平台/搜索引擎合作开展的竞价排名及推广业务符合《广告法》及《互联网广告管理办法》的规定，合法合规。

根据“百度”“必应搜索”“360 搜索”等网站查询并经公司书面确认，公司与电商平台/搜索引擎合作开展竞价排名及推广业务时，均以自身的商标或商号作为关键词，不存在为提高其网站的点击次数，购买或使用其他主体商标、商号等知识产权作为关键

词，以图造成消费者混淆误认，从而获得交易机会的情形；不存在侵犯他人知识产权或被认定为构成不正当竞争的情形。

根据公司及其下属企业市场监督主管部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站信息，报告期内，公司不存在因开展的竞价排名及推广业务侵犯他人知识产权、不正当竞争等事项而受到市场监督等主管部门行政处罚的情形，亦不存在因开展的竞价排名及推广业务而存在诉讼、仲裁的情形。

基于上述，信达律师认为，公司作为广告主与电商平台合作开展的竞价排名及推广业务合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等合规风险。

六、（6）报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比；订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认定无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为；报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了报告期各期公司向前五大客户销售产品的销售合同；

（2）查阅了《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》；

（3）查阅了公司中标龙湖公司及金科集团业务的中标文件；

（4）查阅了公司及其下属企业市场监督主管部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

（5）查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、政府采购严重违法失信行为信息记录平台等网站信息等网站公开查询；

（6）查阅了公司内部《廉洁建设管理办法》等内部文件；

（7）取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

(1) 报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比。

经核查，报告期内，公司的销售模式包含经销商销售和大宗业务两种模式，其中经销商销售模式是公司主要的销售模式。各销售模式的具体情况如下：（单位：万元）

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务：	42,432.06	98.10%	92,682.63	98.07%	100,993.82	98.44%
经销商模式	39,043.49	90.26%	87,121.84	92.19%	99,269.25	96.75%
大宗业务模式	3,388.57	7.83%	5,560.79	5.88%	1,724.58	1.68%
其他业务：	823.48	1.90%	1,821.61	1.93%	1,605.35	1.56%
合计	43,255.54	100.00%	94,504.24	100.00%	102,599.18	100.00%

在经销商模式下，终端消费者通过线上平台引流、线下门店自然进店、线下营销活动参与等不同渠道与经销商达成购买意向后，与公司经销商门店的设计师确认设计方案，在向经销商预付全部或一定比例的定金后，经销商即在公司面向经销商的信息管理系统中进行下单。

在大宗业务模式下，公司通过招投标或与客户开展商务谈判的方式开拓业务，具体情况如下：

（单位：万元）

客户名称		获取方式	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
房地企业及其总包单位	龙湖	招投标	3,352.85	98.95%	3,552.86	63.89%	1,550.00	89.88%
	龙湖的土建总包单位或精装总包单位	招投标	9.46	0.28%	683.62	12.29%	11.44	0.66%
	金科集团	招投标	——	——	——	——	63.76	3.70%
	其他	商务洽谈	4.27	0.13%	2.36	0.04%	5.58	0.32%
	小计		3,366.59	99.35%	4,238.84	76.23%	1,630.77	94.56%
经销商高定展厅		商务洽谈	——	——	945.63	17.01%	——	——
个人		商务洽谈	15.02	0.44%	27.86	0.50%	32.08	1.86%
学校		商务洽谈	——	——	0.31	0.01%	53.68	3.11%

客户名称	获取方式	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	商务洽谈	6.96	0.21%	348.16	6.26%	8.04	0.47%
合计		3,388.57	100.00%	5,560.79	100.00%	1,724.58	100.00%

注：金科集团系指金科地产集团股份有限公司

依据上表，报告期内，公司通过公开招标方式获取的业务主要为向龙湖及其土建/精装总包单位、金科集团的产品销售。

经核查，我国法律法规关于必须履行招投标程序的事项规定如下：

序号	法律法规名称	内容
1	《中华人民共和国招标投标法》	第三条 在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。
2	《中华人民共和国招标投标法实施条例》	第三条 依法必须进行招标的工程建设项目的具体范围和规模标准，由国务院发展改革部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准后公布施行。
3	《必须招标的工程项目规定》	第五条 本规定第二条至第四条规定范围内的项目，其勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购达到下列标准之一的，必须招标：（一）施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上；（二）重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上；（三）勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到前款规定标准的，必须招标。

经核查，公司主营业务为从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务，不属于《中华人民共和国招标投标法》规定的必须采用招投标方式开展的业务。

经核查，报告期内，公司向龙湖及其土建/精装总包单位、金科集团的销售系通过招投标的方式进行，公司均按龙湖、金科集团的招投标要求履行了招投标程序，不存在应当履行公开招投标程序而未履行的情形。因此，公司招投标渠道获得项目的所有合同合法合规。除向龙湖及其土建/精装总包单位、金科集团销售外，公司获取其他客户订单的方式均为商务谈判，对于商务洽谈获取的订单，公司均是与客户协商一致后签订书面协议，双方合作具有真实业务背景，属于市场行为。自报告期期初至本《补充法律意

见书》出具之日，公司客户未对公司获取业务合同的合法合规性提出过异议，未因此发生纠纷、诉讼及仲裁等情况。

基于上述，信达律师认为，公司订单获取渠道合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同合法合规，不存在应履行公开招投标程序而未履行的情形。

(3) 报告期内，公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，不存在因此受到行政处罚的情况；公司已建立防范商业贿赂的内部制度建立并有效执行。

根据公司及其下属企业市场监督主管部门出具的合规证明、信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）并查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、政府采购严重违法失信行为信息记录平台等网站信息等网站及公司出具的书面确认，报告期内，公司及其下属企业不存在涉及商业贿赂、围标、串标等违法违规行为的情况，亦不存在因此而受到处罚的情形。

经核查，公司已经建立了《廉洁建设管理办法》等内部控制制度，并在经营过程中有效执行。通过执行前述内控制度，有效地规范了公司及其下属企业的资金支出行为，并从业务招待费、差旅费、业务借款、销售及收款等方面采取措施防范不正当竞争和商业贿赂等违法违规情形。

基于上述，信达律师认为，报告期内公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，公司已建立了防范商业贿赂的内部制度并有效执行。

七、（7）公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，如涉及，是否属于大型平台及判断依据，是否符合国家产业政策要求，平台搭建及日常运营是否合法合规；公司是否涉及收集、储存、使用个人信息或数据，相关信息或数据来源、权属，收集、储存及使用的合法合规性，是否存在泄漏用户信息、违规收集或使用用户信息、利用用户信息违规开展精准经销或其他侵犯用户权益的情形，是否符合个人信息保护相关规定。

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》等法律法规；

（2）登录公司自有网站、运营的公众号、小程序及在第三方电商平台核查公司互联网业务开展情况；

(3) 查阅了公司提供的域名证书，并登录工业和信息化部政务服务平台 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统查询 ICP 备案情况；

(4) 取得了公司关于拥有的网站、公众号、小程序，天猫、抖音、小红书等第三方营销平台的统计表；登录上述网站、公众号、小程序、第三方平台查询其主要功能及用途，并访谈公司线上营销的负责人，了解公司是否存在收集、存储个人数据、对相关数据的处理情况；

(5) 通过公司 MDMS 系统，取得了公司通过线上收集的访客信息名单；

(6) 登录了中华人民共和国工业和信息化部、重庆市通信管理局、广东省通信管理局、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网、中国裁判文书网、企查查等网站，查询了公司及其下属企业是否存在涉及个人信息、隐私泄露相关纠纷或处罚的情况；

(7) 查阅了《中华人民共和国民法典》（以下简称“《民法典》”）、《中华人民共和国数据安全法》（以下简称“《数据安全法》”）、《中华人民共和国网络安全法》（以下简称“《网络安全法》”）、《中华人民共和国个人信息保护法》（以下简称“《个人信息保护法》”）、《网络交易监督管理办法》《互联网个人信息安全保护指南》《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》等相关法律法规；

(8) 查阅了公司出具的关于个人信息保护的相关承诺；

(9) 取得了公司出具的书面确认。

2. 核查结论

(1) 公司是否涉及互联网平台的搭建与运营，如涉及，是否属于大型平台及判断依据，是否符合国家产业政策要求，平台搭建及日常运营是否合法合规。

1) 互联网平台的定义

根据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》及国家市场监督管理总局发布的《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》，互联网平台指“通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态”；平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。

《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》“2.1 分类依据”及“2.2 分类方案”

规定，依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类，即：网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台；《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》第 2.3-2.8 条对六大类平台进行了定义和进一步细分，具体如下：

平台类别	连接属性	主要功能	定义
网络销售类平台	连接人与商品	交易功能	网络销售类平台，连接的是人与商品，其主要功能包括提供销售服务、促成双方交易、提高匹配效率等。包括但不限于以下子平台：综合商品交易类、垂直商品交易类、商超团购类。
生活服务类平台	连接人与服务	服务功能	生活服务类平台，连接的是人与服务，其主要功能包括提供出行旅游、配送、家政、租房买房、子女教育等服务。包括但不限于以下子平台：出行服务类、旅游服务类、配送服务类、家政服务类、房屋经纪类。
社交娱乐类平台	连接人与人	社交娱乐功能	社交娱乐类平台，连接的是人与人，其主要功能包括社交互动、游戏休闲、视听服务、文学阅读等。包括但不限于以下子平台：即时通讯类、游戏休闲类、视听服务类、直播视频类、短视频类、文学类。
信息资讯类平台	连接人与信息	信息资讯功能	信息资讯类平台，连接的是人与信息，其主要功能包括提供新闻资讯、搜索服务、音视频资讯内容等。包括但不限于以下子平台：新闻门户类、搜索引擎类、用户内容生成（UGC）类、视听资讯类、新闻机构类。
金融服务类平台	连接人与资金	融资功能	金融服务类平台，连接的是人与资金，其主要功能包括提供支付结算的功能，提供网络贷款服务、金融理财服务、金融资讯和证券投资服务等。包括但不限于以下子平台：综合金融服务类、支付结算类、消费金融类、金融资讯类、证券投资类。
计算应用类平台	连接人与计算能力	网络计算功能	计算应用类平台，连接的是人与计算能力，其主要功能包括应用在手机、操作系统上，进行信息管理和云计算，提供网络服务等。包括但不限于以下子平台：智能终端类、操作系统类、手机软件（APP）应用商店类、信息管理类、云计算类、网络服务类、工业互联网类。

2）公司与互联网相关的业务情况

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及其下属企业自有网站、运营的公众号、小程序及在第三方电商平台开立店铺等涉及互联网相关业务的情况如下：

序号	类型	名称	备案信息/平台提供方	运营主体	功能介绍
----	----	----	------------	------	------

1	公司官网	玛格极品牌官网-高级全案定制品牌	渝 ICP 备 2021 004064 号-7	公司	宣传推广，未进行产品网络销售及提供收费服务。
2	广东玛格官网	玛格全屋定制	粤 ICP 备 1500 8977 号-3	广东玛格	宣传推广，未进行产品网络销售及提供有偿收费服务。
3	第三方社交媒体	微信小程序、微信公众号、微信视频号、小红书、抖音等	微信、小红书、抖音	公司、广东玛格、玛格科技	宣传推广及线上引流，未进行产品网络销售及提供有偿收费服务。
4	第三方电商平台	淘宝(极有家)、天猫、京东、抖音、小红书等电商平台店铺	淘宝、天猫、京东、抖音、小红书	公司、广东玛格、玛格科技	宣传推广服务、线上引流服务。

上述 1-2 项为公司自主搭建并运营的官方网站，系公司宣传推广渠道，不涉及向其他方提供服务，不存在相互依赖的双边或者多边主体在该等网站提供的规则下交互并以此共同创造价值的情形，不存在直接通过该等网站向市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务。

上述 3-4 项均基于微信、小红书、抖音、天猫、京东等第三方平台搭建，非公司独立建立的网站或 APP。公司作为微信公众号、小程序、视频号、抖音号的账号主体必须遵循抖音、微信、小红书等平台的规则，无法独立进行开发、设计。在该等业务模式下，公司非第三方平台的所有者或运营者，仅作为第三方平台的内容提供方，不涉及互联网平台的搭建与运营。

基于上述，信达律师认为，公司不涉及互联网平台的搭建与运营。

(2) 公司收集、储存、使用个人信息或数据合法合规，不存在泄漏用户信息、违规收集或使用用户信息、利用用户信息违规开展精准经销或其他侵犯用户权益的情形，符合个人信息保护相关规定。

1) 公司收集、储存、使用个人信息或数据的情况

经核查，公司的主营业务具有高度的个性化和定制化特征，在生产符合消费者需求的产品之前，需要提前向消费者提供上门量尺、定制方案设计、协商定价等线下服务，无法仅通过互联网实现全套销售服务流程。因此，报告期内，公司线上营销主要以品牌推广及产品宣传为主要目标，并开展招商及向经销商提供线上引流服务，同时向经销商收取一定的信息服务费。报告期内，公司不存在通过线上渠道直接向终端客户销售的情

形。报告期内公司线上营销渠道包括：自有网站的线上营销、通过第三方社交媒体的线上营销以及通过第三方电商平台的线上营销。具体如下：

A. 公司通过自有网站开展线上营销及收集、存储及使用个人信息的情况

经核查，报告期内，公司通过自有网站进行品牌及产品信息宣传推广服务、线上引流及招商服务。前述线上引流及招商服务中收集、存储和使用个人信息情况如下：

权利人	网站名称	域名	备案号	个人信息数据情况		
				收集情况	存储情况	使用情况
广东玛格	玛格全屋定制	macio.com.cn	粤 ICP 备 15008977 号-3	客 户 姓 名（或称呼）、联系方式、所在城市区域、代理意向等信息	本地服务器、公司数字化营销系统（Macio Digital MarketingSystem，以下简称“MDMS 系统”）	1、对应推送给经销商线下门店，由门店直接联系终端用户，为终端用户提供服务； 2、分配招商经理跟进合作事宜。
玛格家居	玛格极品牌官网-高级全案定制品牌	gcasa.cn	渝 ICP 备 2021004064 号-7		本地服务器	

经核查，报告期内，公司对外营销的自有网站分别围绕全屋定制系列产品和玛格极系列开展产品宣传、营销推广、线上引流以及招商服务，上述网站均为访客提供留言和在线咨询服务，访客可通过网站自愿提供姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域等方式预约线下到店体验或告知代理意向，经公司客服人员回访确认后将有效访客的个人信息录入 MDMS 系统直接跟踪管理，同时指定其所在区域内的经销商提供免费量尺、方案设计 & 报价等线下服务或者分配招商经理跟进合作事宜。

B. 公司通过第三方社交媒体开展线上营销以及收集、存储及使用个人信息的情况

经核查，报告期内，公司通过公众号、小程序、视频号等社交媒体进行品牌及产品信息宣传推广服务、线上引流及招商服务。前述线上引流及招商服务中收集、存储和使用个人信息情况如下：

序号	运营主体	平台名称	账户名称	主要功能	个人信息数据情况		
					收集情况	存储情况	使用情况
1	玛格家居	微信视频号	玛格美好家	活 动 营 销、产 品 宣 传 及 线 上 引 流	客 户 姓 名（或称呼）、联系方式、所在城市区域等信息	第 三 方 平 台 云 服 务 器、公 司 MDMS 系 统	对 应 推 送 给 经 销 商 线 下 门 店，由 门 店 直 接 联 系 终 端 用 户，为 终 端 用 户 提 供 服 务
2	广东玛格	微信 公众号	玛格全屋定制				
			玛格定制家居				
			玛格极 高级全案定制				
3		微信	玛格定制家居				

序号	运营主体	平台名称 小程序	账户名称	主要功能	个人信息数据情况		
					收集情况	存储情况	使用情况
			全屋定制案例库				
			玛格家居严选限时福利购				
			玛格全屋定制产品集				
			玛格极MACIOG				
4		微信视频号	玛格全屋定制				
			玛格定制家居官方				
5		小红书	玛格全屋定制				
6		住小帮	玛格全屋定制				
7		微赞	玛格全屋定制				
8		玛格家居	抖音				
9	玛格科技	玛格有美家					
10	广东玛格	玛格美好家					
11		玛格全屋定制					
12	广东玛格	微信小程序	玛格家居品牌招商	招商	客户姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域、代理意向等信息	第三方云服务器	分配招商经理跟进
13	玛格科技	微信公众号	玛格极 高级全案定制	活动营销、产品宣传及线上引流	客户姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域等信息	平台云服务器、记录留资表	同步交于销售部跟进终端用户产品咨询问题及需求,确认后交于经销商为终端用户提供服务
14		微信小程序	玛格极MACIOG				
15		抖音	玛格·极MACIOG				
16		小红书	玛格极MACIOG				

根据公司出具的书面确认并经核查,报告期内,除上述社交媒体账号以外,公司无对外运营的 APP。截至本《补充法律意见书》出具之日,除微赞直播和微信视频号直播存在向用户收取线上定制意向金的情形外,公司其他正在运营的微信公众号、小程序等社交媒体账号均未开通线上交易功能。

经核查,公司通过上述社交媒体平台展示公司产品信息和设计案例,有购买公司产品意向的访客通过评论、私信或在线咨询等方式自愿填写姓名(或称呼)、联系方式、

所在城市区域等个人信息预约到店体验。公司客服人员通过其预留的联系方式向访客确认购买意向、产品需求以及预留信息的真实性，确认无误后提示访客由其所在区域的经销商门店提供后续服务，并将访客自愿提供的相关信息录入公司 MDMS 系统进行管理，同时指定其所在区域内的经销商提供免费量尺、方案设计及报价等线下服务。其中，对于玛格科技管理的玛格极品牌的社交媒体平台，访客自愿提供的个人信息经公司客服回访并确认真实有效后直接记录于《玛格极新媒体平台留资表》中，实时更新并同步交于销售部跟进访客的后续需求。销售部在与访客确认产品需求、购买意向后将指定具备玛格极产品经销资格的经销商为访客提供后续线下服务。

除面向终端消费者群体以外，有经销公司产品意向的访客可通过“玛格家居品牌招商”的小程序主动提供姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域、代理意向等信息，经招商客服回访确认其所在城市区域、代理意向等信息真实性后，分配至其所在区域内的招商经理跟进合作事宜。

C. 公司通过第三方电商平台开展线上营销以及收集、存储及使用个人信息的情况

经核查，报告期内，公司通过第三方电商平台开展品牌及产品信息宣传推广服务、线上引流服务。前述线上引流服务中收集、存储和使用个人信息情况如下：

序号	平台名称	店铺名称	运营主体	个人信息数据情况		
				收集情况	存储情况	使用情况
1	淘宝	玛格实木定制	玛格家居	访客姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域、产品需求、房屋情况等信息	第三方电商平台及公司 MDMS 系统	对应推送给经销商线下门店，由门店直接联系终端用户，为终端用户提供服务。
2	天猫	玛格家居旗舰店	广东玛格			
3	京东	玛格全屋定制旗舰店	玛格科技			
		玛格官方旗舰店				
4	淘宝（极有家）	玛格定制生活馆	广东玛格			
5	1688	玛格家居股份有限公司	玛格家居			
6	速卖通	MACIO HOME Official Store	玛格科技			
7	拼多多	玛格官方旗舰店	玛格科技			
8	抖音商城	玛格家居全屋定制专卖店	玛格科技			
		玛格全屋定制企业店	广东玛格			
		玛格全屋定制旗舰店	玛格科技			
9	小红书商城	玛格全屋定制旗舰店	玛格科技			

经核查，公司通过第三方电商平台展示公司产品信息和设计案例，访客可通过支付

定制意向金、直接预约到店体验或者咨询店铺客服等方式自愿填写姓名（或称呼）、联系方式、所在城市区域、产品需求、房屋情况等个人信息。公司客服人员通过电商平台取得访客的相关信息后，通过其预留的联系方式向访客确认购买意向、产品需求以及预留信息的真实性，确认无误后提示消费者由其所在区域的经销商门店提供后续服务，并将电商平台上的访客信息推送至相应的经销商门店，实现从线上营销到线下服务。

根据公司出具的书面确认并经核查，报告期内，公司及其下属企业不存在未经访客同意主动收集并存储访客信息的情形，访客于上述第三方电商平台中填写的信息均存储于电商平台的云服务器中，后续公司客服人员通过第三方电商平台中访客预留的联系方式向其确认是否存在购买意向且信息真实，并将访客自愿提供的相关信息录入公司MDMS 系统进行管理。

2）相关信息或数据来源、权属，收集、储存及使用的合法合规性，是否存在泄漏用户信息、违规收集或使用用户信息、利用用户信息违规开展精准经销或其他侵犯用户权益的情形，是否符合个人信息保护相关规定。

经核查，公司收集相关个人信息或数据来源于其自有网站的线上营销、第三方社交媒体的线上营销以及第三方电商平台的线上营销。公司通过线上营销渠道收集的访客个人信息均来源于访客的自愿提供。针对不同平台，公司在收集访客个人信息前分别通过在线咨询弹窗、征求访客授权同意等方式取得了访客自愿、明确的同意，并同步告知了访客收集其个人信息的目的。

A. 公司开展线上营销过程中个人信息的收集、存储、使用等符合相关法律法规的规定

a 有关个人信息收集、存储及使用的有关法律法规

序号	法律法规	具体规定
1	《民法典》	第一百一十一条 自然人的个人信息受法律保护。任何组织或者个人需要获取他人个人信息的，应当依法取得并确保信息安全，不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息，不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息。 第一千零三十五条 处理个人信息的，应当遵循合法、正当、必要原则，不得过度处理，并符合下列条件：（一）征得该自然人或者其监护人同意，但是法律、行政法规另有规定的除外；（二）公开处理信息的规则；（三）明示处理信息的目的、方式和范围；（四）不违反法律、行政法规的规定和双方的约定。 个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开等。 第一千零三十八条 信息处理者不得泄露或者篡改其收集、存储的个人信息；未经自然人同意，不得向他人非法提供其个人信息，但是经过加工无法识别特定

		个人且不能复原的除外。 信息处理者应当采取技术措施和其他必要措施,确保其收集、存储的个人信息安全,防止信息泄露、篡改、丢失;发生或者可能发生个人信息泄露、篡改、丢失的,应当及时采取补救措施,按照规定告知自然人并向有关主管部门报告。
2	《数据安全法》	第三十二条 任何组织、个人收集数据,应当采取合法、正当的方式,不得窃取或者以其他非法方式获取数据。 法律、行政法规对收集、使用数据的目的、范围有规定的,应当在法律、行政法规规定的目的和范围内收集、使用数据。
3	《网络安全法》	第二十二条 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。 第四十一条 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。
4	《个人信息保护法》	第四条 个人信息是以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息,不包括匿名化处理后的信息。 个人信息的处理包括个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等。 第五条 处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则,不得通过误导、欺诈、胁迫等方式处理个人信息。 第六条 处理个人信息应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。 收集个人信息,应当限于实现处理目的的最小范围,不得过度收集个人信息。 第七条 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。 第十条 任何组织、个人不得非法收集、使用、加工、传输他人个人信息,不得非法买卖、提供或者公开他人个人信息;不得从事危害国家安全、公共利益的个人信息处理活动。 第十四条 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。 个人信息的处理目的、处理方式和处理的个人信息种类发生变更的,应当重新取得个人同意。 第二十七条 个人信息处理者可以在合理的范围内处理个人自行公开或者其他已经合法公开的个人信息;个人明确拒绝的除外。个人信息处理者处理已公开的个人信息,对个人权益有重大影响的,应当依照本法规定取得个人同意。
5	《网络交易监督管理办法》	第十三条 网络交易经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。网络交易经营者收集、使用消费者个人信息,应当公开其收集、使用规则,不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。 网络交易经营者不得采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式,强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的,应当逐项取得消费者同意。

		网络交易经营者及其工作人员应当对收集的个人信息严格保密,除依法配合监管执法活动外,未经被收集者授权同意,不得向包括关联方在内的任何第三方提供。
6	《互联网个人信息安全保护指南》	第 6.1 条 收集 个人信息的收集行为应满足以下要求: a) 个人信息收集前,应当遵循合法、正当、必要的原则向被收集的个人信息主体公开收集、使用规则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围等信息; b) 个人信息收集应获得个人信息主体的同意和授权,不应收集与其提供的服务无关的个人信息,不应通过捆绑产品或服务各项业务功能等方式强迫收集个人信息; c) 个人信息收集应执行收集前签署的约定和协议,不应超范围收集; d) 不应大规模收集或处理我国公民的种族、民族、政治观点、宗教信仰等敏感数据; e) 个人生物识别信息应仅收集和使用摘要信息,避免收集其原始信息; f) 应确保收集个人信息过程的安全性: 1) 收集个人信息之前,应有对被收集人进行身份认证的机制,该身份认证机制应具有相应安全性; 2) 收集个人信息时,信息在传输过程中应进行加密等保护处理; 3) 收集个人信息的系统应落实网络安全等级保护要求; 4) 收集个人信息时应有对收集内容进行安全检测和过滤的机制,防止非法内容提交。 第 6.2 条 保存 个人信息的保存行为应满足以下要求: a) 在境内运营中收集和产生的个人信息应在境内存储,如需出境应遵循国家相关规定; b) 收集到的个人信息应采取相应的安全加密存储等安全措施进行处理; c) 应对保存的个人信息根据收集、使用目的、被收集人授权设置相应的保存时限; d) 应对保存的个人信息在超出设置的时限后予以删除; e) 保存信息的主要设备,应对个人信息数据提供备份和恢复功能,确保数据备份的频率和时间间隔,并使用不少于以下一种备份手段: 1) 具有本地数据备份功能; 2) 将备份介质进行场外存放; 3) 具有异地数据备份功能。 第 6.3 条 应用 个人信息的应用应满足以下要求: a) 对个人信息的应用,应符合与个人信息主体签署的相关协议和规定,不应超范围应用个人信息; (注: 经过处理无法识别特定个人且不能复原的个人信息数据,可以超出与信息主体签署的相关使用协议和约定,但应提供适当的保护措施进行保护。 b) 个人信息主体应拥有控制本人信息的权限,包括: 1) 允许对本人信息的访问; 2) 允许通过适当方法对本人信息的修改或删除,包括纠正不准确和不完整的数据,并保证修改后的本人信息具备真实性和有效性; c) 完全依靠自动化处理的用户画像技术应用于精准营销、搜索结果排序、个性化推送新闻、定向投放广告等增值应用,可事先不经用户明确授权,但应确保用户有反对或者拒绝的权利; 如应用于征信服务、行政司法决策等可能给用户带来法律后果的增值应用,或跨网络运营者使用,应经用户明确授权方可使用其数据; d) 应对个人信息的接触者设置相应的访问控制措施,包括: 1) 对被授权访问个人信息数据的工作人员按照最小授权的原则,只能访问最少够用的信息,只具有完成职责所需的最少数据操作权限; 2) 对个人信息的重要操作设置内部审批流程,如批量修改、拷贝、下载等; 3) 对特定人员超限制处理个人信息时配置相应的责任人或负责机构进行审批,并对这种行为进行记录。 e) 应对必须要通过界面(如显示屏幕、纸面)展示的个人信息进行去标识化的处理。
7	《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》	二、网络服务提供者和其他企业事业单位在业务活动中收集、使用公民个人电子信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经被收集者同意,不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。 网络服务提供者和其他企业事业单位收集、使用公民个人电子信息,应当公开其收集、使用规则。 三、网络服务提供者和其他企业事业单位及其工作人员对在业务活动中收集的公民个人电子信息必须严格保密,不得泄露、篡改、毁损,不得出售或者非法向他人提供。 四、网络服务提供者和其他企业事业单位应当采取技术措施和其他必要措施,确

	保信息安全，防止在业务活动中收集的公民个人电子信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。 五、网络服务提供者应当加强对其用户发布的信息的管理，发现法律、法规禁止发布或者传输的信息的，应当立即停止传输该信息，采取消除等处置措施，保存有关记录，并向有关主管部门报告。
--	---

b 公司开展线上营销过程中关于个人信息收集、存储及使用合法合规性

经核查，公司主营业务为向消费者提供定制化全屋定制服务，需要由经销商线下门店与终端客户预约进行上门量尺，并根据终端客户的个性化需求提供设计方案和进行产品报价等具体服务。公司线上营销的主要作用是向线下实体店提供引流及招商服务。在向线下实体店引流过程中，需要线上访客提供姓名（称呼）、联系方式、所在区域、客户需求等必要的个人信息，以便于后续协调经销商服务人员跟进，实现线上营销到线下服务的衔接；在招商服务过程中，需要线上访客提供姓名（称呼）、联系方式及所在区域等必要的个人信息，以便后续进一步与访客核实合作意愿，开展商务谈判。前述个人信息收集均系为订立访客作为一方当事人的合同所必需的，符合一般商业习惯。

经核查，报告期内，公司不存在超越访客知晓的收集其个人信息的目的而非法使用、加工、传输、提供、公开其个人信息的情形，亦不存在对获取的访客数据进行数据挖掘并提供增值服务的情形；在处理访客个人信息时，公司执行了严格的权限管理，坚持以“最小、必要”为原则，相关人员仅在授权范围内合法处理访客个人信息，并严格保密。公司及其下属企业运营的第三方社交媒体及电商平台店铺均归属于天猫、抖音、淘宝、京东等平台，其在客户信息及相关数据的收集、使用及保护中遵守各平台的相关规定，接受平台的统一监管。

根据公司出具的书面确认并经查询中华人民共和国工业和信息化部、重庆市通信管理局、广东省通信管理局、国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网、中国裁判文书网、企查查等网站，报告期内，公司及其下属企业不存在泄露用户信息、违规收集、使用、储存用户及利用客户信息违规开展精准经销或者其他侵犯用户权益的情形，亦未因此而受到行政处罚或产生诉讼纠纷的情形。

经核查，公司已出具书面承诺：在未来业务开展过程中，公司及其下属企业将严格执行保障个人信息安全的措施，遵守《民法典》《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规，认真贯彻落实有关保障个人信息安全的法律法规要求。

基于上述，信达律师认为，报告期内，公司对个人信息收集、存储、使用合法合规，不存在泄露用户信息、违规收集或使用用户信息，不存在利用用户信息违规开展精准经

销或其他侵犯用户权益的情形，符合个人信息保护的规定。

3. 关于重大诉讼。

根据申请文件，公司重大诉讼金额合计 590.75 万元。请公司：（1）根据《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定，以列表形式区分公司作为原告方或被告方，补充披露报告期内及期后公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项的案由、进展、金额等相关情况，逐笔说明会计处理情况以及预计负债是否充分计提、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施；（2）结合报告期内及期后已决的其他诉讼情况、各项诉讼类型及发生原因、公司反诉情况、是否胜诉等，说明公司是否存在内控及合规管理体系不健全、不规范等情形，公司采取的规范措施及诉讼风险防范措施。

请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。请主办券商、会计师对报告期内全部诉讼会计处理是否合规、预计负债计提是否充分进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、（1）根据《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定，以列表形式区分公司作为原告方或被告方，补充披露报告期内及期后公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项的案由、进展、金额等相关情况，逐笔说明会计处理情况以及预计负债是否充分计提、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施；

1. 核查过程、方式、依据

（1）核查了公司报告期内及期后公司未决或未执行完毕的诉讼、仲裁事项的相关文书；

（2）就公司及下属企业的诉讼情况，查询了中国裁判文书网、人民法院公告网；

（3）就公司全部未决或未执行完毕的诉讼、仲裁的相关情况，访谈了公司的法律事务负责人；

（4）取得公司出具的确认函；

（5）查阅了《公开转让说明书》；

(6) 查阅了主办券商国泰君安及会计师立信的问候回复。

2. 核查结论

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及下属企业未决或未执行完毕的诉讼或仲裁情况详见本《补充法律意见书》附件一部分所述（包括不限于原告、被告、案由、进展、涉案金额、会计处理及预计负债是否充分计提等相关情况）。

根据主办券商国泰君安及会计师立信的问候回复，上述未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项导致经济利益流出公司的可能性较小，根据会计准则要求，在相关资产负债表日公司无需进行会计处理，无需计提预计负债。

鉴于会计处理情况以及预计负债是否充分计提属于非法律事项，信达律师作为非财务专业人士并基于对主办券商国泰君安及会计师立信的合理信赖，按照普通人的一般注意义务，认为：公司未决或未执行完毕的诉讼或仲裁在相关资产负债表日公司无需进行会计处理，不涉及计提预计负债的情况。

经核查，上述未决或未执行完毕的诉讼或仲裁累计 11 个，其中 4 个系公司或下属企业起诉其他第三方违约或侵权，剩余 7 个均系因经销商与终端消费者的纠纷，导致公司或下属企业作为品牌厂商被终端消费者连带起诉而涉诉。其中，第 1 项及第 2 项诉讼虽然涉及商标侵权纠纷，但公司系该等诉讼的原告且系所涉商标的所有权人，不存在因该等案件败诉而无法继续使用所涉商标的情形；除此以外，其他未决或未执行完毕的诉讼或仲裁均不涉及公司主要产品、其他商标、专利、技术、土地、房产、设备、资质等关键资源要素，不涉及公司股东大会、董事会决议被申请撤销或者宣告无效或可能导致公司实际控制人变更的情形，不涉及股权纠纷；该等案件相对方均不是公司的主要供应商或客户，不存在影响公司与主要客户或供应商后续合作的情形，不会对公司经营产生重大不利影响。

经核查，公司设置了法务部并配置了专门的法务人员管理公司日常法律事务，就可能发生的诉讼风险提供相应的预防措施；同时，公司亦聘请了外部律师在诉讼中最大限度地保护公司权益；公司将进一步加强人员管理和培训，强化各部门负责人的风险防范意识，重视合同履行各个阶段的交易风险，以避免公司因自身或交易对方违约、违规等原因导致公司财产、声誉等损失；此外，针对因经销商与终端消费者的纠纷而导致公司涉诉的情况，公司已在经销合同中明确公司与经销商的责任，进一步加强对经销商的选

择、培训及考核，同时，公司建立了客户投诉机制（即“消费者热线”4000003115 及微信服务号），对经销商的服务进行监督管理。

经核查，公司已根据《挂牌审核指引》的规定，在《公开转让说明书》中以列表形式区分公司作为原告方或被告方，补充披露了报告期内及期后公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项的案由、进展、金额等相关情况。

基于上述，信达律师认为，公司已根据《挂牌审核指引》的规定，在《公开转让说明书》中以列表形式区分公司作为原告方或被告方，补充披露了报告期内及期后公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项的案由、进展、金额等相关情况；截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及其下属企业未决或未执行完毕的诉讼或仲裁均不会影响公司与主要客户或供应商后续的合作，不会对公司的生产经营造成重大不利影响；公司已采取有效措施积极预防及处理有关诉讼事项。

二、（2）结合报告期内及期后已决的其他诉讼情况、各项诉讼类型及发生原因、公司反诉情况、是否胜诉等，说明公司是否存在内控及合规管理体系不健全、不规范等情形，公司采取的规范措施及诉讼风险防范措施。

1.核查过程、方式、依据

- （1）核查了公司报告期内及期后公司全部已决诉讼、仲裁事项的相关文书；
- （2）就公司及下属企业的诉讼情况，查询了中国裁判文书网、人民法院公告网；
- （3）就公司全部已决诉讼、仲裁的相关情况，访谈了公司的法律事务负责人；
- （4）查阅了公司在订单管控、质量管控、售后管控、知识产权相关方面的内控制度；
- （5）取得公司出具的确认函。

2.核查结论

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及其下属企业报告期内及期后已决的诉讼、仲裁的情况详见本《补充法律意见书》附件二部分所述（包括不限于原告、被告、案由、涉案金额、判决结果、诉讼类型、公司反诉等相关情况）。

经核查，上述已决的诉讼或仲裁累计 14 个，其中 3 个系公司或下属企业起诉其他第三方违约或侵权（均以和解或撤诉结案）；7 个系因经销商与终端消费者的纠纷，导

致公司或下属企业作为品牌厂商被终端消费者连带起诉而涉诉（法院驳回原告起诉或原告撤诉结案 6 个，以和解结案 1 个）；2 个系因劳动纠纷，员工起诉公司或下属企业（均以和解结案）；2 个系其他第三方起诉公司或下属企业侵权（均以双方和解结案）。

经核查，公司报告期内及期后已决诉讼、仲裁中涉及公司或下属企业承担责任的案件较少，且该等案件均不涉及公司主要产品、核心商标、专利、技术、土地、房产、设备、资质等关键资源要素，不涉及公司股东大会、董事会决议被申请撤销或者宣告无效或可能导致公司实际控制人变更的情形，不涉及股权纠纷，累计涉案金额占公司报告期末净资产的比重小且案件相对方均不属于公司主要的供应商或客户，不会对公司生产经营造成重大不利影响。

根据公司出具的书面确认并经核查，公司已制定了较为健全和规范的内控及合规管理体系，并有效运行，具体如下：

（1）公司已制定了《订单管理部业务控制程序》《异型订单接单管理制度》《客服管理中心业务控制程序》《销售中心业务控制程序》《品牌管理中心业务控制程序》等内控制度，明确规定了公司各销售相关业务部门的业务控制流程；同时，公司在各大销售区域内相应配备了一定数量的销售人员，负责落实公司的销售政策并处理经销商跨区域销售等违规行为事件；此外，公司在其与经销商签订的《经销合同》中明确约定了双方在订单下单、产品交付、销售回款、产品售后的责任承担等方面的权利义务；

（2）公司已制定了《售后质量目标考核管理制度》《品质会议管理制度》《成品检验控制实施规则》《玛格新品开发 APQP 质量管理体系》等内控制度，明确了对产品质量的监督管理要求；

（3）公司已制定了《客户投诉处理办法》《客户投诉及售后处理管理制度》《玛格市场客诉判定细则》《重大客诉追责管理制度》《客诉问题改善实施流程》等内控制度，对客户投诉的应对、售后处理、责任判定、追责及问题改善等内容进行了明确规定；

（4）公司已制定了《知识产权管理制度》《知识产权申办流程》《专利论文等知识产权管理及奖励制度》《保密管理制度》等内控制度，明确规定了公司对知识产权、生产工艺、技术秘密的管理和保护要求；

（5）公司定期组织相关培训，加强公司对各部门业务环节相关流程的风险把控；

（6）公司设置了法务部并配置了专门的法务人员管理公司日常法律事务，就可能发生的诉讼风险提供相应的预防措施。

基于上述，信达律师认为，虽然公司报告期内及期后存在一定数量的已决诉讼或仲裁，但该等诉讼或仲裁中涉及公司或下属企业承担责任的较少，且累计金额占公司净利润比例较低，不会对公司生产经营造成重大不利影响；公司不存在内控及合规管理体系不健全、不规范等情形，公司已采取必要的规范措施及诉讼风险防范措施来处理及预防日常经营中的诉讼或仲裁事项。

6. 其他事项。

（1）关于特殊投资条款。根据申请文件，2017年7月重庆浩钥欣转让公司4.99%的股份给魏盛才，并且义务方重庆浩钥欣与权利方魏盛才签署特殊投资条款，2021年11月魏盛才将其代持公司4.575%的股份还原至马礼斌名下。请公司补充说明：签署特殊投资条款时，重庆浩钥欣是否知悉魏盛才与马礼斌之间的股权代持情况；代持解除后，权利方魏盛才已不再持有公司股份，特殊投资条款是否仍然有效；若马礼斌提出回购要求，重庆浩钥欣是否会存在异议，对于特殊投资条款的有效性，前述主体是否存在纠纷或潜在纠纷。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

回复：

1. 核查过程、方式、依据

- （1）核查了公司的企业法人登记档案；
- （2）查阅了重庆浩钥欣向魏盛才转让股权的有关协议及价款支付凭证；
- （3）就回购协议的履行情况，分别访谈了魏盛才、马礼斌及重庆浩钥欣；
- （4）就魏盛才与马礼斌股权代持事项，访谈了重庆浩钥欣；
- （5）取得了马礼斌出具的书面确认。

2. 核查结论

（1）签署特殊投资条款时，重庆浩钥欣已知悉魏盛才与马礼斌之间的股权代持情况。

根据对重庆浩钥欣的访谈及马礼斌出具的书面确认，重庆浩钥欣向魏盛才转让股权有关的商务谈判及交易细节均系马礼斌亲自参与，并由马礼斌安排魏盛才签署有关交易协议；重庆浩钥欣在向魏盛才转让股权时已知悉魏盛才与马礼斌之间的股权代持事项。

（2）代持解除后，权利方魏盛才已不再持有公司股份，特殊投资条款仍有效

经核查，重庆浩钥欣、熊浩及重庆浩立地产与魏盛才签署特殊条款协议的时间系2017年。

根据当时有效的《合同法》（1999年10月1日实施，2021年1月1日废止）第四百零三条规定，受托人以自己的名义与第三人订立合同时，第三人不知道受托人与委托人之间的代理关系的，受托人因第三人的原因对委托人不履行义务，受托人应当向委托人披露第三人，委托人因此可以行使受托人对第三人的权利，但第三人与受托人订立合同时如果知道该委托人就不会订立合同的除外。受托人因委托人的原因对第三人不履行义务，受托人应当向第三人披露委托人，第三人因此可以选择受托人或者委托人作为相对人主张其权利，但第三人不得变更选定的相对人。委托人行使受托人对第三人的权利的，第三人可以向委托人主张其对受托人的抗辩。第三人选定委托人作为其相对人的，委托人可以向第三人主张其对受托人的抗辩以及受托人对第三人的抗辩。

依据上述规定，因重庆浩钥欣在签署相关特殊协议时已知悉魏盛才系代马礼斌持有股权，当魏盛才无法主张上述协议项下的权利时，马礼斌有权直接向重庆浩钥欣或其担保方主张上述协议项下的权利。因此，魏盛才将其所代持的股份还原至实际所有人马礼斌名下不会对上述回购协议的效力造成重大不利影响，该等协议仍有效。

（3）若马礼斌提出回购要求，重庆浩钥欣可能会存在异议。

根据对马礼斌及魏盛才的访谈，因其目前无法估计玛格家居上市后的投资收益情况，因此，马礼斌本人尚未就上述事项向重庆浩钥欣提出赔偿或股份回购/补偿请求，亦未指示魏盛才向重庆浩钥欣提出赔偿或股份/补偿请求，上述回购条款实际尚未执行，亦未解除。

根据对重庆浩钥欣的访谈，马礼斌或魏盛才均尚未向其或担保方提出要求回购或无偿转让股份、甚至追究违约金的情况。

根据马礼斌出具的书面确认（出具日为2023年5月4日），自其签署书面确认函之日起至公司首次公开发行股票并上市且其持有的公司股票法定锁定期限届满之日期间，

其暂不会向重庆浩钥欣及其担保方主张股份回购或股份补偿责任，亦不会指示魏盛才向重庆浩钥欣及其担保方主张股份回购或股份补偿责任。

同时，马礼斌进一步出具书面确认，截至本《补充法律意见书》出具之日，其或魏盛才与重庆浩钥欣或其担保方就上述特殊条款事项不存在纠纷。

经核查，上述特殊投资条款不涉及需要公司承担任何义务的情况，符合《挂牌审核指引》第 1-8 条规定可以不予清理的情形。

因上述特殊权利条款的相关方分别为马礼斌/魏盛才、重庆浩钥欣及其担保方，如马礼斌/魏盛才向重庆浩钥欣或其担保方提出回购要求，重庆浩钥欣可能会有异议，但双方目前就该等事项暂未产生争议或纠纷；该等事项可能导致的纠纷或潜在纠纷均不会涉及公司或公司实际控制人等其他股东承担责任，不会导致公司控制权发生变更，不会对公司的治理或经营产生重大不利影响。

基于上述，信达律师认为，签署特殊投资条款时，重庆浩钥欣已知悉魏盛才与马礼斌之间的股权代持情况；代持解除后，权利方魏盛才虽已不再持有公司股份，但根据当时有效的《合同法》的相关规定，特殊投资条款仍有效；截至本《补充法律意见书》出具之日，上述主体就有关特殊条款事项不存在纠纷；该等特殊投资条款不涉及需要公司承担任何义务的情况，符合《挂牌审核指引》第 1-8 条规定可以不予清理的情形；根据马礼斌出具的书面确认，上述特殊投资条款在公司挂牌新三板期间暂不会执行；如未来马礼斌提出回购要求，重庆浩钥欣可能会对该等事项提出异议，但该等事项可能导致的纠纷或潜在纠纷不会导致公司控制权发生变更，不会对公司的治理或经营产生重大不利影响。

(2) 关于公司经营合规性。根据申请文件，子公司广东玛格位于佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 号的扩建项目无需环评验收手续。请公司：①补充说明扩建项目无需环评验收手续的依据；②补充说明危险废弃物处置的合规性；③补充披露日常经营场所的具体情况，包括但不限于日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备情况等有关消防安全的信息，并结合法律法规对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项予以披露。请主办券商、律师补充核查以上事项，并对以下事项发表明确意见：①公司日常经营场所是否需要进行消防验收、办理消防备案或接受消防安全检查以及上述事项的办理情况；②无法按相关规定通过消防验收、完成消防备案或通过消防安全检查的场所是否已经停止施工、停止使

用或暂停对外经营活动，是否存在被消防处罚的风险，是否构成重大违法违规；③公司日常经营场所是否存在消防安全方面的风险，对相关风险的应对措施及其有效性。

回复：

一、①补充说明扩建项目无需环评验收手续的依据；

1.核查过程、方式、依据

（1）查阅《建设项目环境保护管理条例》《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》等法律法规；

（2）查阅了佛山市三水区环境保护局就广东玛格“佛山市三水区中心科技工业区大塘园 A 区 68-4 号的扩建项目”出具的《佛山市环境保护局建设项目环保备案登记表》（三环备（大）[2016]11 号）；

（3）登录中华人民共和国生态环境部官网查询了“关于环评登记表项目是否要进行环保验收的回复”。

2.核查结论

经核查，《建设项目环境保护管理条例》《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》关于建设项目环保验收的规定如下：

法律规定	具体内容
《建设项目环境保护管理条例》	第七条 国家根据建设项目对环境的影响程度，按照下列规定对建设项目的环境保护实行分类管理： （一）建设项目对环境可能造成重大影响的，应当编制环境影响报告书，对建设项目产生的污染和对环境的影响进行全面、详细的评价； （二）建设项目对环境可能造成轻度影响的，应当编制环境影响报告表，对建设项目产生的污染和对环境的影响进行分析或者专项评价； （三）建设项目对环境的影响很小，不需要进行环境影响评价的，应当填报环境影响登记表。 第十七条 编制环境影响报告书、环境影响报告表的建设项目竣工后，建设单位应当按照国务院环境保护行政主管部门规定的标准和程序，对配套建设的环境保护设施进行验收，编制验收报告。 建设单位在环境保护设施验收过程中，应当如实查验、监测、记载建设项目环境保护设施的建设和调试情况，不得弄虚作假。 除按照国家规定需要保密的情形外，建设单位应当依法向社会公开验收报告。
《建设项目竣工环境保护验收暂行办法》	第二条 本办法适用于编制环境影响报告书（表）并根据环保法律法规的规定由建设单位实施环境保护设施竣工验收的建设项目以及相关监督管理。

依据上述规定并经查询中华人民共和国生态环境部官方网站“部长信箱”栏目“关于环评登记表项目是否要进行环保验收的回复”（2019年4月30日回复）显示，按照现行法律规章，对编制环境影响登记表的建设项目不需要开展环保验收。

经核查，广东玛格已就其扩建项目编制了环境影响登记表并就该环境影响登记表取得了佛山市三水区环境保护局出具的《佛山市环境保护局建设项目环保备案登记表》（三环备（大）[2016]11号）。依据上述规定，广东玛格上述“佛山市三水区中心科技工业区大塘园A区68-4号的扩建项目”无须办理环保验收。

二、②补充说明危险废弃物处置的合规性；

1.核查过程、方式、依据

（1）查阅公司及其下属企业投产项目的环境影响评价文件文件，了解危险废弃物产生的类别及产生量；

（2）查阅公司及其下属企业与第三方机构签署的有关危险废弃物处置协议及该等机构的危险废物经营许可证；

（3）实地勘察公司主要经营场所的危险废弃物仓库，了解危废存放场所情况及危废识别标志设置情况；

（4）查阅了《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《危险废物转移管理办法》；

（5）查阅了公司及其下属企业危险废弃物管理计划、危险废弃物台账、企业危险废弃物申报表；

（6）查阅公司及其下属企业报告期内的危险废弃物转移联单；

（7）查阅公司及其下属企业所属环保主管部门出具的合规证明或信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

（8）取得公司出具的确认函。

2.核查结论

（1）报告期内公司及其下属企业危险废弃物的产生、处置情况

经核查，报告期内，公司及其下属企业生产过程中产生的危险废弃物主要为废漆渣、废胶渣等。针对前述危险废弃物的处置，公司或下属企业均采取通过委托具有危险废弃物经营许可资质的第三方机构进行处置，不存在自行处置废弃物的情况。

经核查，在委托第三方转移、运输危险废弃物之前，危险废弃物需暂存于公司或下属企业的生产经营场所，故公司及下属企业在其生产经营场所均设置了专门存放危险废弃物的设施和场地，并设置了危险废弃物识别标志。报告期内，公司及其下属企业转移危险废弃物的平均周期不超过 6 个月，具体根据实际生产情况有所差异。

（2）报告期内，公司及其下属企业的危险废弃物处置系委托第三方单位完成，该第三方单位具备危险废弃物经营许可证。

经核查，报告期内，公司及下属企业均已委托具备危险废弃物经营许可资质的第三方单位来处置危险废弃物。该等第三方的危险废弃物经营许可证、委托处置协议期限及处置危险废弃物的情况如下：

序号	委托方	受托方	受托方的危险废弃物经营许可证编号	处置协议期限	处置危险废弃物
1	公司	重庆海创环保科技有限公司	CQ5002330049	2020.05.30-2021.05.29	废漆渣、废胶渣、其他废物
2		重庆中明港桥环保有限责任公司	CQ5001180026	2021.04.14-2022.04.13	废石棉
3		重庆海创环保科技有限公司	CQ5002330049	2021.06.30-2022.06.29	废漆渣、废胶渣、其他废物
4		重庆弘邦环保有限公司	CQ5001130039	2022.06.21-2023.06.21	废矿物油、废活性炭、沾染废物、实验室废物
5		重庆海创环保科技有限公司	CQ5002330049	2022.06.30-2023.06.29	废漆渣、废胶渣、其他废物
6		重庆云鑫环保产业发展有限公司	CQ5001160048	2023.06.17-2024.06.30	废物包装物（油漆桶）
7		重庆南桐环保科技有限公司	CQ5001100103	2023.07.05-2024.07.04	废矿物油、废漆渣、沾染废物、废活性炭、废弃包装物、实验室废液
8	广东玛格	广东碧海蓝天环保科技有限公司	SD440619080701	2021.01.01-2021.12.31	废油漆渣、废活性炭、废机油、废包装桶
9		广东省汇泰达环保科技有限公司	SD440620042812	2022.01.01-2022.12.31	废油漆渣、废 UV 灯管、废活性炭、废包装桶、废机油
10		广东省汇泰达环保科技有限公司	SD440620042812	2022.11.11-2023.11.10	废机油、废活性炭、废油漆渣、废水处理污泥、废胶水渣、废包装桶、UV 灯

					管
--	--	--	--	--	---

(3) 公司及下属企业危险废弃物处置合规

《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》第七十八条规定，“产生危险废物的单位，应当按照国家有关规定制定危险废物管理计划；建立危险废物管理台账，如实记录有关信息，并通过国家危险废物信息管理系统向所在地生态环境主管部门申报危险废物的种类、产生量、流向、贮存、处置等有关资料”；第八十二条规定，“转移危险废物的，应当按照国家有关规定填写、运行危险废物电子或者纸质转移联单。跨省、自治区、直辖市转移危险废物的，应当向危险废物移出地省、自治区、直辖市人民政府生态环境主管部门申请。移出地省、自治区、直辖市人民政府生态环境主管部门应当及时商经接受地省、自治区、直辖市人民政府生态环境主管部门同意后，在规定期限内批准转移该危险废物，并将批准信息通报相关省、自治区、直辖市人民政府生态环境主管部门和交通运输主管部门。未经批准的，不得转移”。

《危险废物转移管理办法》第二十一条规定，“跨省转移危险废物的，应当向危险废物移出地省级生态环境主管部门提出申请。移出地省级生态环境主管部门应当商经接受地省级生态环境主管部门同意后，批准转移该危险废物。未经批准的，不得转移”。

经核查，报告期内，公司及下属企业委托第三方单位按期处理存储的危险废物，该等第三方单位均具备《危险废物经营许可证》；公司转移危险废物时，依法填报危险废物转移联单。

经核查公司及其下属企业报告期内的危险废物转移联单，公司产生的危险废弃物的接收单位均不涉及危险废物跨省转移。故公司及其下属企业仅需通过国家危险废物信息管理系统向所在地生态环境主管部门申报危险废物的种类、产生量、流向、贮存、处置等有关资料，并在转移危险废物时填写危险废物转移联单。根据公司提供的危险废物管理计划、危险废物管理台账并经公司出具的书面确认，报告期内，公司及其下属企业已通过国家危险废物信息管理系统向所在地生态环境主管部门申报危险废物的种类、产生量、流向、贮存、处置等有关资料。

根据公司及其下属企业出具的书面确认、相关生态环境主管部门出具的证明文件及信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版），报告期内，公司及其下属企业均不存在因违反环境保护方面的法律法规而受到行政处罚的情形。因此，公司及其下属企业报告期内危险废弃物的处置合规。

三、③补充披露日常经营场所的具体情况，包括但不限于日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备情况等有关消防安全的信息，并结合法律法规对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项予以披露。

1.核查过程、方式、依据

- (1) 查阅公司提供的不动产权证书及房屋所有权证；
- (2) 查阅公司下属企业的房屋租赁协议；
- (3) 查阅公司及其下属企业报告期内的消防设施点检表；
- (4) 查阅公司及其下属企业的消防设施统计台账；
- (5) 查阅公司及其下属企业生产经营场所的消防验收文件；
- (6) 实地勘察公司主要生产经营场所，了解公司在其主要生产经营场所的消防设施配备情况；
- (7) 就公司生产经营场所相关消防手续办理情况、消防设施配备情况、消防检查情况等，访谈了公司消防工作相关负责人；
- (8) 查阅了《中华人民共和国消防法》《建筑工程施工许可管理办法》《消防监督检查规定》；
- (9) 查阅了有关主管部门出具的合规证明或信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；
- (10) 查询公司及其下属企业在中华人民共和国应急管理部、重庆市应急管理局、广东省应急管理厅、佛山市人民政府、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站的记录；
- (11) 查阅了《公开转让说明书》；
- (11) 取得公司出具的书面确认。

2.核查结论

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及其下属企业的日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备、消防验收/备案、日常消防监督检查的具体情况如下：

主体	坐落	建筑面积 (m²)	用途	消防设施配备情况	消防验收/ 备案情况	日常消防监督检查情 况
玛格家居	重庆市巴南区界石镇66号	105,779.40	生产经营	配备了消火栓系统、消防喷淋系统、消防主机、水泵房、灭火器等消防设施。	巴工消验字[2015]第0131号、巴工消验字[2015]第0131号、500000WYS150013445（注1）	报告期内，公司已针对日常经营场所按照消防安全相关规定，严格进行日常消防监督检查；同时，消防主管部门不定期对公司消防安全情况进行检查指导；报告期内，公司不存在被消防主管部门行政处罚的情形。
广东玛格	佛山市三水區大塘工业园天泰路1号	53,589.71	生产经营	配备了消火栓、消防水炮、灭火器箱、灭火器等消防设施。	440000WYS180032787、440000WYS170026755	
	佛山市三水區大塘园天泰路6号	27,239	生产经营	配备了消火栓、消防水炮、灭火器箱、灭火器等消防设施。	440000WYS100079084、440000WYS110005754、440000WYS140014214	
玛格科技	广州市天河区林和西路1号	1,459.84	办公	配备了灭火器、防毒面具等消防设施。	97(穗)公消监(验)字第848号	

注：根据公司出具的书面确认，公司名下产权证号为“渝（2020）巴南区不动产权第 001326740 号”“渝（2020）巴南区不动产权第 001326723 号”“渝（2020）巴南区不动产权第 001326685 号”“渝（2020）巴南区不动产权第 001326671 号”的有证房产及部分无证房产（门卫室、油漆库、铁皮房及配电房）、广东玛格租赁用作展厅的房产（面积合计 1,080 m²）为辅助性房产，其各自面积未超过 300 m²或投资额低于 30 万元。根据《公安消防部门深化改革服务经济社会发展八项措施》规定，取消投资额在 30 万元以下或者建筑面积在 300 平方米以下的建设工程消防设计和竣工验收消防备案。因此，该等建筑工程无需办理建设工程消防设计和竣工验收消防备案。

依据《中华人民共和国消防法》第十三条规定，“国务院住房和城乡建设主管部门规定应当申请消防验收的建设工程竣工，建设单位应当向住房和城乡建设主管部门申请消防验收。前款规定以外的其他建设工程，建设单位在验收后应当报住房和城乡建设主管部门备案，住房和城乡建设主管部门应当进行抽查。依法应当进行消防验收的建设工程，未经消防验收或者消防验收不合格的，禁止投入使用；其他建设工程经依法抽查不合格的，应当停止使用”以及《建筑工程施工许可管理办法》等相关法律法规规定，公司及其下属企业日常经营场所作为建设工程已按规定完成消防验收或消防备案。

根据《中华人民共和国消防法》第十五条规定：“公众聚集场所投入使用、营业前消防安全检查实行告知承诺管理。公众聚集场所在投入使用、营业前，建设单位或者使用单位应当向场所所在地的县级以上地方人民政府消防救援机构申请消防安全检查，作出场所符合消防技术标准和管理规定的承诺，提交规定的材料，并对其承诺和材料的真实性负责。消防救援机构对申请人提交的材料进行审查；申请材料齐全、符合法定形式的，应当予以许可。消防救援机构应当根据消防技术标准和管理规定，及时对作出承诺

的公众聚集场所进行核查。申请人选择不采用告知承诺方式办理的，消防救援机构应当自受理申请之日起十个工作日内，根据消防技术标准和管理规定，对该场所进行检查。经检查符合消防安全要求的，应当予以许可。公众聚集场所未经消防救援机构许可的，不得投入使用、营业。消防安全检查的具体办法，由国务院应急管理部门制定”；第七十三条规定“本法下列用语的含义：（三）公众聚集场所，是指宾馆、饭店、商场、集贸市场、客运车站候车室、客运码头候船厅、民用机场航站楼、体育场馆、会堂以及公共娱乐场所等”以及《消防监督检查规定》等相关法律法规，公司及其下属企业日常经营场所不属于公共聚集场所，无需进行消防安全检查。

经核查，公司已在《公开转让说明书》中已结合相关法律法规的规定对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项进行了补充披露。

四、①公司日常经营场所是否需要进行消防验收、办理消防备案或接受消防安全检查以及上述事项的办理情况；

1.核查过程、方式、依据

- （1）查阅公司及其下属企业目前正在使用的房产及承租房屋相关的消防验收文件；
- （2）就公司相关消防手续办理情况、消防检查情况等，访谈了公司消防工作相关负责人；
- （3）取得公司出具的书面确认。

2.核查结论

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司日常生产经营的场所均已根据《中华人民共和国消防法》《建设工程消防设计审查验收管理暂行规定》的相关规定办理消防验收或备案手续；公司及其下属企业日常经营场所不属于公共聚集场所，无需进行消防安全检查（具体详见本题“三、③补充披露日常经营场所的具体情况，包括但不限于日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备情况等有关消防安全的信息，并结合法律法规对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项予以披露”部分所述）。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司日常经营场所均已办理了消防验收/备案手续；公司及其下属企业日常经营场所不属于公共聚集场所，无需进行消防安全检查。

五、②无法按相关规定通过消防验收、完成消防备案或通过消防安全检查的场所是否已经停止施工、停止使用或暂停对外经营活动，是否存在被消防处罚的风险，是否构成重大违法违规；

1.核查过程、方式、依据

（1）查阅公司及其下属企业所属应急主管部门出具的合规证明或信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

（2）查询公司及其下属企业在中华人民共和国应急管理部、重庆市应急管理局、广东省应急管理厅、佛山市人民政府、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站的记录；

（3）就公司及其下属企业报告期内是否存在因违反消防相关规定而停止施工、停止使用、暂停对外经营活动或被给予处罚的情况，访谈公司消防工作相关负责人；

（4）实地勘察公司主要生产经营场所，了解公司目前是否存在停止施工、停止使用或暂停对外经营活动等情况；

（5）取得公司出具的书面确认。

2.核查结论

如本题“三、③补充披露日常经营场所的具体情况，包括但不限于日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备情况等有关消防安全的信息，并结合法律法规对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项予以披露”部分所述，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及其下属企业日常经营场所不属于公共聚集场所，无需进行消防安全检查；公司日常经营场所均已办理了消防验收/备案手续

经查询中华人民共和国应急管理部、重庆市应急管理局、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站，报告期内，公司及下属企业不存在因违反消防法律法规受到行政处罚的情形。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司日常经营场所均已办理了消防验收/备案手续，不存在其他无法按相关规定通过消防验收、完成消防备案或通过消防安全检查的场所。就已办理消防验收/备案手续的经营场所，公司及其下属企业不存在被处罚的风险。

六、③公司日常经营场所是否存在消防安全方面的风险，对相关风险的应对措施及其有效性。

1.核查过程、方式、依据

（1）查阅公司的《厂区安全管理制度》《安全生产责任制度》《安全事故奖罚制度》等制度；

（2）就公司及其下属企业已就消防安全风险采取的应对措施及是否存在相关风险，访谈公司消防工作相关负责人；

（3）查阅公司自 2021 年 1 月 1 日至今的消防演练、培训记录；

（4）查阅公司及其下属企业所属应急主管部门出具的合规证明或信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）；

（5）查询公司及其下属企业在中华人民共和国应急管理部、重庆市应急管理局、广东省应急管理厅、佛山市人民政府、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站的记录；

（6）取得公司出具的书面确认。

2.核查结论

如本题“三、③补充披露日常经营场所的具体情况，包括但不限于日常经营场所的地址、建筑面积、消防设施配备情况等有关消防安全的信息，并结合法律法规对公司涉及消防验收、消防备案、消防安全检查以及日常消防监督检查的相关事项予以披露”部分所述，公司日常经营场所均已按规定配备了消防安全设施且按照有关规定进行办理消防验收或备案。

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司已就消防安全方面采取了相对有效的措施，主要包括：

（1）公司根据结合自身具体情况制定了《厂区安全管理制度》《安全生产责任制度》《安全事故奖罚制度》等制度，从消防等方面建立安全生产的制度性规定。

（2）公司在日常经营场所配置了灭火器、消防栓、消防供水系统、消防供配电设施、疏散指示标志、火灾应急照明等消防设施和器材，设置了消防通道、标识、安全疏散通道，定期维护保养并确保疏散通道和安全出口畅通。

(3) 公司定期组织员工开展消防演练及安全教育学习，普及消防知识，增强安全观念，将消防安全责任落实到个人。

此外，根据公司提供的材料、书面说明、应急主管部门出具的合规证明或信用广东出具的企业信用报告（无违法违规证明版）并经查询公司及其下属企业所在地应急管理部门网站、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站，报告期内，公司及下属企业不存在因违反消防安全等方面的法律、法规、政策而被行政处罚的情形。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司日常经营场所均已按规定配备了消防安全设施且按照有关规定进行办理消防验收或备案；公司日常经营场所消防安全方面的风险较小；在消防方面不存在重大违法违规行为，对相关风险的应对措施有效。

(3) 关于深交所主板申报。根据公开信息，公司于 2023 年 3 月申报深交所主板，于 2023 年 11 月撤回申报。请公司补充说明：①前次终止审核的原因，是否存在可能影响本次挂牌的相关因素且未消除；②对照主板申报文件信息披露内容、问询回复内容，说明本次申请挂牌文件与申报主板信息披露文件的主要差异，存在相关差异的原因；③主板申报及问询回复中已披露且对投资者决策有重要影响的信息在本次申请挂牌文件中是否已充分披露；④公司是否存在与主板申报相关的重大媒体质疑情况，如存在，请说明具体情况、解决措施及其有效性。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

回复：

一、①前次终止审核的原因，是否存在可能影响本次挂牌的相关因素且未消除。

1.核查过程、方式、依据

- (1) 核查了公司前次申报的有关董事会、股东大会决议；
- (2) 查阅了前次申报的有关申报文件；
- (3) 就前次终止审核事项，访谈了公司实际控制人以及主办券商；
- (4) 查阅了《审计报告》。

2.核查结论

- (1) 前次申报及撤回的简要过程

2021年11月18日，公司召开了第一届董事会第四次会议，审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市的议案》等与公司前次申报相关的全部议案，并提请召开2021年第二次临时股东大会审议。2021年12月5日，公司召开2021年第二次临时股东大会，审议通过第一届董事会第四次会议提交的与前次申报相关的全部议案。

2021年12月23日，公司向证监会报送了《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市的申请报告》（玛格家居[2021]002号）及相关申请文件，并于2021年12月28日收到《关于玛格家居股份有限公司首次公开发行股票（A股上交所主板和深交所主板、B股）核准》的受理通知书（受理序号：213522）。

2022年2月22日和2022年11月8日，公司分别收到证监会出具的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》和《中国证监会行政许可项目审查二次反馈意见通知书》。

2022年12月3日，公司召开了第一届董事会第七次会议，审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市的议案》《关于豁免2022年第一次临时股东大会通知期限的议案》等议案，申请将前次申报的决议有效期延长至2023年12月4日，并提请召开2022年第一次临时股东大会审议。2022年12月4日，公司召开2022年第一次临时股东大会，审议通过第一届董事会第七次会议提交的全部议案。

2023年2月17日，全面注册制正式实施，公司于2023年2月27日向深交所报送了《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的申请报告》（玛格家居[2023]001号）及相关申请文件，并于2023年3月1日收到《关于受理玛格家居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通知》（深证上审〔2023〕102号）的前次申报受理通知。

2023年3月28日，公司收到前次申报的《关于玛格家居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》。

2023年11月7日，公司召开了第二届董事会第二次会议，审议通过了《关于终止公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市的议案》，并于2023年11月13日向深交所提交撤回前次申报的申请。2023年11月21日，深交所决定终止对公司前次申报的审核。

（2）前次终止审核的背景及原因

2021 年 12 月 23 日，玛格家居首次向证监会提交深交所主板发行上市申请文件时主板对于申报企业暂无明确的板块定位要求。自 2023 年 2 月全面注册制实施以来，证监会及交易所对主板的板块定位有了新的阐述，要求主板突出“大盘蓝筹”特色，重点支持业务模式成熟、经营业绩稳定、规模较大、具有行业代表性的优质企业。其中，全面注册制下主板对申报企业的规模、行业代表性等行业地位方面提出更高要求，但公司经营规模、行业地位与行业内龙头企业之间仍存在一定差距，在主板大盘蓝筹板块定位方面的论证空间有限。报告期内，同行业可比上市公司营业收入及市场占有率情况如下：

（单位：亿元）

序号	公司	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
		营业收入	市占率	营业收入	市占率	营业收入	市占率
1	欧派家居	98.43	3.40%	224.80	2.94%	204.42	2.55%
2	索菲亚	47.44	1.64%	112.23	1.47%	104.07	1.30%
3	志邦家居	23.01	0.79%	53.89	0.71%	51.53	0.64%
4	尚品宅配	20.70	0.71%	53.14	0.70%	73.10	0.91%
5	金牌厨柜	15.06	0.52%	35.53	0.47%	34.48	0.43%
6	好莱客	9.73	0.34%	28.23	0.37%	33.71	0.42%
7	我乐家居	7.36	0.25%	16.66	0.22%	17.25	0.22%
8	皮阿诺	5.73	0.20%	14.52	0.19%	18.24	0.23%
9	顶固集创	5.71	0.20%	10.73	0.14%	12.98	0.16%
平均		25.91	0.89%	61.08	0.80%	61.09	0.76%
家具制造业		2,898.20	100.00%	7,634.10	100.00%	8,004.60	100.00%
公司		4.33	0.15%	9.45	0.12%	10.26	0.13%

注：家具制造业行业数据来源于国家统计局发布的规模以上家具制造业企业主要财务指标。

报告期各期，公司营业收入分别为 10.26 亿元、9.45 亿元和 4.33 亿元，占规模以上家具制造业企业营业收入比例分别为 0.13%、0.12%和 0.15%。公司在收入规模及行业地位等方面与欧派家居、索菲亚等行业龙头企业间存在一定的差距。因此，在新规实施后，公司预计暂不符合深交所主板对于申报企业大盘蓝筹的板块定位要求，并且在综合考虑后选择撤回其前次主板申报的申请文件。

因此，公司前次终止审核的原因具备合理性，不存在影响本次挂牌申请的相关因素且未消除的情形。

二、②对照主板申报文件信息披露内容、问询回复内容，说明本次申请挂牌文件与申报创业板信息披露文件的主要差异，存在相关差异的原因。

1.核查过程、方式、依据

- (1) 查阅了前次申报的有关申报文件；
- (2) 就前次申报的有关申报文件与本次挂牌的申报文件进行对比分析；
- (3) 取得了公司出具的书面确认。

2.核查结论

2023 年 6 月 27 日，公司协同中介机构向深交所提交 2022 年度财务数据更新后的《玛格家居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》等信息披露文件，最新披露的报告期为 2020 年度、2021 年度和 2022 年度。截至深交所终止审核玛格家居首次公开发行股票并在主板上市申请文件之日，公司尚未披露审核问询回复相关文件。

2023 年 12 月 23 日，公司协同中介机构向贵司提交的本次推荐挂牌申请文件均已根据《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第 1 号》等规定充分披露相关信息内容。

除因本次申请挂牌《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》与前次主板申报《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》间的规则差异导致本次信息披露文件需要补充披露的内容以外，玛格家居本次申请挂牌申报文件与前次主板申报信息披露文件间存在的差异情况如下：

序号	差异项目	本次申报文件相关内容	前次主板申报文件对应内容	差异说明/原因
1	报告期	本次申报报告期为 2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月	前次申报报告期为 2020 年度、2021 年度和 2022 年度	本次推荐挂牌报告期要求为两年一期
2	风险因素	大宗业务下游客户应收账款回收的风险、房地产行业调控导致公司利润下滑的风险、主要原材料价格波动的风险、税收优惠政策变化的风险、安全生产风险、违建瑕疵风险等 11 个风险	大宗业务下游客户应收账款回收的风险、房地产行业调控导致公司利润下滑的风险、主要原材料价格波动的风险、税收优惠政策变化的风险、安全生产风险、违建瑕疵风险等 23 个风险	本次申报根据推荐挂牌披露要求并结合公司经营情况，基于重要性程度更新有关风险因素的披露，同时删除了关于募集资金、社保住房公积金等风险
3	历史沿革	披露了 2021 年初至公开转让说明书签署之日的股权变动情况	披露了 2020 年初至 2023 年 6 月 25 日的股权变动情况	根据最新情况进行更新，新增瑞渝投资向金牌厨柜转让股权的变动情况

4	子公司、分公司及参股公司情况	披露相关子公司、分公司、参股公司目前的基本情况，以及最近一年一期主要财务数据	披露相关子公司、分公司、参股公司截至 2023 年 6 月 25 日的基本情况，以及最近一年一期主要财务数据	根据最新情况进行更新，因玛格家居广州分公司已注销，删除了相关内容
5	公司股权结构	披露公司截至公开转让说明书签署之日的股权结构	披露公司截至 2023 年 6 月 25 日的股权结构	(1) 瑞渝投资向金牌厨柜转让其持有的公司 4.83% 股权；(2) 唐斌、高琴受让建潘集团持有的天玛咨询 49.00% 的出资份额
6	区域股权市场或其他交易场所挂牌情况	公司于 2023 年 11 月 27 日进入重庆股份转让中心专精特新专板培育（简称“ZP 玛格”，企业代码：100959）	公司自设立以来，未发生过在其他证券市场的上市或挂牌情况	根据最新情况进行更新
7	股权激励情况或员工持股计划	披露申报前已制定或实施的股权激励相关安排、员工持股平台基本情况、备案情况、股份锁定期安排、行权条件、股权管理机制、实施情况及股份支付情况	披露申报前已制定或实施的股权激励相关安排、员工持股平台基本情况、备案情况、股份锁定期安排、员工持股平台人员离职后的股份处理、对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响	补充披露行权条件、股权管理机制、实施情况等内容
8	公司历史沿革中存在的代持情形	披露重庆浩钥欣、马礼斌与魏盛才股权代持的背景、原因及解除过程	披露公司历史沿革中重庆浩钥欣的异常及解决情况、马礼斌与魏盛才股权代持的背景、原因及解除过程	补充披露重庆浩钥欣股权代持的背景、原因
9	公司股东间关于股份代持的诉讼情况	披露 2018 年唐斌、高琴关于股东资格确认的诉讼背景、原因及处理过程	在深交所问询回复中回复，未公告	补充披露
10	董事、监事、高级管理人员	披露截至公开转让说明书签署之日董事、监事与高级管理人员的最新简历，对外投资，兼职及监事变动情况	披露截至 2023 年 6 月 25 日的董事、监事与高级管理人员最新简历、对外投资，最近一年薪酬，兼职情况	2023 年 11 月，屈志因个人原因辞去监事职务，由董珊珊担任监事职务
11	内部组织结构及业务流程	披露截至公开转让说明书签署之日的公司内部组织结构图、各职能部门的主要职责、业务流程及经销商核查情况	披露截至 2023 年 6 月末公司内部组织结构图、各职能部门的主要职责及业务流程	(1) 根据最新情况更新组织结构图并补充披露重庆、广东各车间职能情况；(2) 根据《挂牌审核指引》要求补充披露主要委外加工及 OEM 供应商情况；(3) 根据《挂牌审核指引》要求补充披露经销商模式及核查情况
12	主要供应商与主要客户重合的情况	披露报告期内公司向 OEM 代工厂供应部分原材料的情况	在证监会一次反馈意见回复中回复，未公告	补充披露
13	公司所处行业基本情况及竞争情况	披露最新的公司市场地位，行业竞争情况，主要竞争优势与劣势，以及竞争对手等情况	披露截至 2023 年 6 月 25 日公司市场地位，行业竞争情况，主要竞争优势与劣势，以及竞争对手等情况	根据最新情况进行更新

14	关联方、关联关系及关联交易	披露截至公开转让说明书签署之日公司关联方和报告期内关联交易情况	披露截至 2023 年 6 月 25 日公司关联方和报告期内关联交易情况	根据本次推荐挂牌规则更新最新情况的关联方
15	公司财务	对 2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月财务报表、会计政策、盈利能力、财务状况、现金流量等情况进行分析	对 2020 年度、2021 年度、2022 年度财务报表、会计政策、盈利能力、财务状况、现金流量等情况进行分析	基于谨慎性和会计政策的连续性原则进行前期会计差错更正，对 2021 年度和 2022 年度的龙湖应收账款进行重新计提
16	诉讼、仲裁情况	披露报告期内及期后全部未决或未执行完毕重大诉讼事项的案由、进展、金额等相关情况	不存在尚未了结的或可预见的对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大诉讼事项	结合《挂牌审核指引》规定的重大诉讼标准补充披露报告期内及期后全部未决或未执行完毕重大诉讼事项
17	募集资金运用与未来发展规划	无	5 个募集资金投资项目，拟募集资金 7.00 亿元	本次推荐挂牌不涉及定向发行及募集资金使用
18	相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施	披露相关责任主体根据本次推荐挂牌的相关规则作出的承诺及未能履行承诺的约束措施	披露相关责任主体根据前次主板申报相关规则作出的承诺及未能履行承诺的约束措施	因申报板块发生变化，相关责任主体根据本次推荐挂牌相关规则重新出具了承诺及未能履行承诺的约束措施

本次申请挂牌的报告期内，因 2023 年以来龙湖部分项目结算周期变长，同时预期房地产市场持续低迷的情况，公司基于谨慎性考虑对龙湖的应收账款按各项目合同权利相关的信用风险为基础划分其账龄并计提信用减值损失。但前次主板申报报告期末，公司对龙湖采取的坏账计提方式为以整体合同权利相关的总体信用风险为基础划分其账龄并计提信用减值损失。因此，由于 2023 年以来龙湖实际情况发生变化，为保证本次申报报告期内会计政策的连续性，公司基于谨慎性的原则对 2021 年和 2022 年相关财务数据进行追溯更正，影响财务报表项目及金额如下：

(1) 合并资产负债表项目

(单位：元)

项目	2022 年 12 月 31 日			
	更正前	更正金额	更正后	更正占比
应收账款	18,844,441.60	-496,971.65	18,347,469.95	-2.64%
其他流动资产	9,978,759.64	671,240.50	10,650,000.14	6.73%
递延所得税资产	5,837,973.28	173,519.40	6,011,492.68	2.97%
资产总计	911,053,284.52	347,788.25	911,401,072.77	0.04%
合同负债	68,461,237.50	1,331,064.86	69,792,302.36	1.94%

盈余公积	26,078,099.19	-98,327.66	25,979,771.53	-0.38%
未分配利润	263,172,191.38	-884,948.95	262,287,242.43	-0.34%
净资产	471,020,428.60	-983,276.61	470,037,151.99	-0.21%

(单位：元)

项目	2021 年 12 月 31 日			
	更正前	更正金额	更正后	更正占比
应收账款	2,132,482.78	4,390,563.22	6,523,046.00	205.89%
其他流动资产	5,080,230.83	1,418,866.76	6,499,097.59	27.93%
递延所得税资产	4,231,470.56	66,173.17	4,297,643.73	1.56%
资产总计	885,756,445.66	5,875,603.15	891,632,048.81	0.66%
合同负债	101,455,851.50	6,250,584.43	107,706,435.93	6.16%
盈余公积	16,611,302.50	-37,498.13	16,573,804.37	-0.23%
未分配利润	222,399,251.37	-337,483.15	222,061,768.22	-0.15%
净资产	419,431,355.56	-374,981.28	419,056,374.28	-0.09%

(2) 合并利润表项目

(单位：元)

项目	2022 年度			
	更正前	更正金额	更正后	更正占比
信用减值损失	-2,116,643.93	-715,641.56	-2,832,285.49	33.81%
所得税费用	12,801,076.41	-107,346.23	12,693,730.18	-0.84%
净利润	88,489,736.70	-608,295.33	87,881,441.37	-0.69%

(单位：元)

项目	2021 年度			
	更正前	更正金额	更正后	更正占比
信用减值损失	-2,463,436.75	-260,864.77	-2,724,301.52	10.59%
所得税费用	19,673,216.82	-39,129.72	19,634,087.10	-0.20%
净利润	108,640,149.10	-221,735.05	108,418,414.05	-0.20%

经上述调整后，2021 年末和 2022 年末，公司总资产较前次申报时分别增加 0.66% 和 0.04%，净资产分别减少 0.09% 和 0.21%；2021 年度和 2022 年度，公司净利润分别

较上次申报时下降 0.20%和 0.69%。因此，上述变动比例均较小，本次申报追溯调整后的财务数据与前次申报不存在重大差异。

综上所述，公司两次申报材料在信息披露方面的差异主要系由报告期变化、行业变化以及企业发展等原因所致，两次申报材料信息披露不存在重大实质性差异。

三、③主板申报及问询回复中已披露且对投资者决策有重要影响的信息在本次申请挂牌文件中是否已充分披露

1.核查过程、方式、依据

(1) 查阅了前次申报的有关申报文件；

(2) 就前次申报的有关申报文件与本次挂牌的申报文件进行对比分析。

2.核查结论

经核查前次主板申报文件及问询回复文件内容，相关已披露且对投资者投资决策有重要影响的信息在本次申请挂牌文件中均已充分披露。

四、④公司是否存在与主板申报相关的重大媒体质疑情况，如存在，请说明具体情况、解决措施及其有效性。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

1.核查过程、方式、依据

(1) 通过“百度”“360 检索”“必应”等网站查询关键词，查询与公司主板申报有关的媒体质疑事项；

(2) 针对质疑事项，分别进行了如下核查：

1) 关于个体户张庆伟的核查程序

A. 对于张庆伟、唐斌、高琴访谈，了解个体户张庆伟经营的相关情况，取得其签署的《店铺整体转让协议》；

B. 取得了张庆伟、个体户张庆伟、个体户唐斌、个体户高琴 2016 年-2018 年的全部银行流水，了解重庆主城玛格的日常经营与实际控制人情况；

C. 取得了张庆伟、唐斌、高琴在报告期内的全部银行流水，针对大额资金往来情况进行核查，核实是否存在其他通过控制主体从事经销商经营的情况。

2) 关于盈利能力及销售模式的核查程序

A. 查阅了《审计报告》；

B. 在公开信息网站获取同行业上市公司年报等公开资料，了解其经营情况及销售模式，并进行对比分析；

3) 关于第一大经销商业绩真实性及经销商关联关系的核查程序

A. 取得公司分客户收入汇总表，取得并查阅了经销商的工商登记资料、实际控制人清单，并查阅其注册地、注册资本、设立时间、主营业务、股东结构等基本信息，并与公司关联方清单进行对比；

B. 对公司报告期内的主要经销商进行现场访谈及视频访谈，取得其出具的与公司不存在关联关系的声明；

C. 取得公司股东、董事、监事、高级管理人员等出具的关联关系调查表，并与公司经销商清单进行对比；

D. 取得公司股东、董事、监事、高级管理人员的银行流水，并与经销商清单进行核对；

E. 就重庆一粟联创家居有限公司租赁公司厂房相关事项访谈欧亚琴，并现场查看重庆一粟联创家居有限公司租赁厂房情况。

4) 关于零壹咨询的咨询费的核查程序

A. 针对相关股权转让事项，访谈了唐斌、高琴、陈红克、龚政等股东；

B. 分别就零壹咨询及建众咨询提供服务事项访谈零壹咨询陈红克、李建刚并取得公司与零壹咨询人员主要对接业务人员谭兴义、康华提供的关于与零壹咨询及建众咨询项目组对接情况的说明；

C. 取得侯定文、李建刚等驻场工作人员在玛格家居的差旅记录、报销记录等；

D. 通过网络检索建众咨询相关情况，查阅侯定文、李建刚等人的从业经历，调查零壹咨询是否具备为玛格家居提供咨询服务的能力；

E. 取得了建众咨询与其提供咨询服务的部分客户所签署的合同，确认其具备提供咨询服务能力；

F. 查阅玛格家居 2018 年度销售记录，确认零壹咨询基本达到预定业绩目标；

G. 取得了玛格家居与零壹咨询签署的相关合同，玛格家居支付零壹咨询的银行回单等；

H. 核查了公司历次股东入股的股权转让协议/增资协议/股东协议/投资协议/补充协议及款项收付凭证、验资报告；

I. 核查了个体户张庆伟与公司的交易明细、个体户张庆伟资金流水；核查了唐斌、高琴、张庆伟的全部个人账户的银行流水。

5) 关于公司独立性的核查程序

A. 核查了公司设立至今的企业法人登记档案；

B. 就玛格装饰与浩立地产合资设立玛格有限的相关事项，访谈了唐斌、熊浩等相关人员；

C. 通过企查查，取得了公司 2013 年至 2021 年的年度报告，了解公司修改联系电话的情况；

D. 就广州绿网环境保护服务中心的网站上公司的联系电话及资料来源等事项访谈了公司环保相关负责人。

6) 关于高新技术企业资质的核查程序

A. 取得了玛格家居及广东玛格申报高新技术企业的全套申报材料，并对申报材料中科技人员的名单进行了核查；

B. 取得了玛格家居及广东玛格的高新技术企业证书；

C. 取得并查阅了《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）、《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号），了解高新技术企业认定的条件；

D. 取得并查阅了 2020 年末公司及下属企业员工花名册。

7) 关于募投项目产能的核查程序

A. 取得并核查了公司募投项目的可行性研究报告；

B. 取得并查阅了公司募投项目的备案证、环评报告；

C. 查阅了重庆市巴南区生态环境局公示的更正公告。

2.核查结论

经查询，自 2021 年 12 月 21 日公司首次向证监会提交首次公开发行股票并在主板上市申请以来，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司存在的与主板申报相关的重大媒体质疑情况如下：

时间	标题	媒体名称	主要关注问题
2023/11/27	玛格家居深主板 IPO 被终止 营收仅为同行 1/24 难称大盘蓝筹 报告期内突击分红近亿元	注册制透视	1、个体户张庆伟； 2、经销商管理制度；
2023/10/30	玛格家居 IPO：经营靠自买自卖？估值靠自导自演？	估值之家	1、盈利能力及销售模式； 2、经销商关联关系； 3、个体户张庆伟； 4、第一大经销商业绩真实性； 5、大额利息支出； 6、产权瑕疵； 7、零壹咨询投资者身份、补偿款、咨询服务费
2022/10/31	玛格家居体量小增速低，高度依赖经销商，招股书信披真实性存疑	黄锐	1、募投项目面积与环评不符； 2、研发和设计人员占比疑似不达标，高新技术企业资质存疑
2022/09/21	玛格家居下游难降温窘境 募投项目数据上演变脸术拷问信披质量	金证研	1、突击申请专利； 2、公司独立性； 3、募投项目面积与环评不符
2022/07/28	IPO 快讯 负债率 60%，玛格家具“硬着头皮”二度冲刺 IPO！	上兵资本情报局	1、第一大经销商业绩真实性； 2、零壹咨询的咨询费
2022/07/25	玛格家居 IPO：高管履历信披或不实，募投项目产能受拷问	商务财经 IPO	1、高新技术企业资质存疑； 2、募投项目信披不一致； 3、高管履历信披不实
2022/07/19	玛格家居二度 IPO：大股东已套现离场 第一大经销商业绩真实性待解	和讯网	1、重庆浩钥欣套现离场； 2、股权质押对实控权的影响； 3、第一大经销商业绩真实性
2022/07/08	玛格家居规模小增速慢 多起投诉暴露管理隐患	投资者网	1、公司成长性； 2、售后、产品质量问题
2022/06/22	玛格家居交易数据有看头 实控人质押股权买股份	中国产业经济信息网	个体户张庆伟
2022/06/09	财务舞弊 涉嫌通过巨额咨询费掏空公司，蹊跷的控制权稳定性：玛格家居，创始人的“天衣无缝”计划！	市值风云	1、经销商关联关系； 2、零壹咨询的咨询费； 3、股东纠纷
2022/05/08	成立两个月跻身大客户 玛格家居重要客户疑点重重	明镜财经	个体户张庆伟
2022/04/29	无法配合股东核查工作 玛格家居投资多年股东 IPO 前清仓离场	大众证券报	1、重庆浩钥欣 2016 年入股资金合规性； 2、重庆浩钥欣退出原因； 3、2017 年重庆浩钥欣转让价格差距大； 4、熊浩与重庆浩钥欣的关系； 5、重庆浩钥欣、熊浩代持；

2022/04/26	玛格家居 ipo 五大质疑公司回应称“不方便回复”	电鳗快报	1、入股价格公允性； 2、董事长身缠百余风险
2022/04/26	玛格家居 IPO：资产负债率高达 60% 股东间存诉讼纠纷 监管提出五大质疑需求遭拒	博尚新财	1、股东纠纷； 2、入股价格公允性； 3、零壹咨询补偿款、咨询服务费
2022/04/15	IPO 前创始股东因股东资格确认纠纷“对簿公堂” 玛格家居控制权稳定性存疑	大众证券报	股东纠纷
2022/03/02	营收增速处于行业较低水平玛格家居拟 ipo	每日经济新闻	1、股东纠纷； 2、入股价格公允性； 3、零壹咨询补偿款、咨询服务费
2022/02/28	玛格家居 IPO 的股东“众生相”：副总因股东资格确认纠纷起诉同行找人代持也要入股	每日经济新闻	1、股东纠纷； 2、入股价格公允性； 3、零壹咨询补偿款、咨询服务费
2022/02/18	玛格家居缘何形成“个体户依赖”？	IPO 日报国际金融报	个体户张庆伟
2022/01/30	玛格家居 IPO：实控人低价突击入股 还曾兼任第一大客户	新浪财经	1、入股价格公允性； 2、运输费、物流费大幅下降

针对上述媒体报道所质疑的问题，公司已就重庆浩钥欣入股、退出、转让价格及代持情况、经销商制度、经销商核查、产权瑕疵、公司历次股权变动、股东纠纷、运输费及物流费、董监高是否存在的违法违规及受处罚等情况在本次申请挂牌的公开转让说明书或本次审核问询函的回复中进行充分披露及说明。除已说明的内容以外，公司主要针对以下媒体报道的关注问题进行补充说明：

（1）关于个体户张庆伟

1）媒体相关质疑内容

“（1）在并未收取任何款项的情况下，将重庆市主城区经销商的经营管理工作转让给公司员工，这似乎并不符合逻辑。

.....

根据招股书所说，张庆伟在 2018 年 4 月便不再是重庆主城区经销商，但为什么到 2019 年末，个体户张庆伟仍欠玛格家居 733.47 万元货款？并且张庆伟所欠货款虽然已于 2020 年全部收回，但支付货款拖欠产生的资金占用费为什么是唐斌和高琴？个体户张庆伟与唐斌、高琴是否存在特殊关系不得而知，但公司的内控必然是存在极大的问题。”

“（2）利用如此优惠的条款将玛格家居发源地重庆主城区核心商铺全部转让给一位员工，理由竟然是鼓励其创业？这明面上的逻辑似乎并不通顺

.....

争议非但没有解决，创始人还自掏腰包弥补窟窿，而且由于唐斌、高琴二人的特殊身份，很难相信这笔钱实际上不是由公司垫资的。”

2) 具体情况说明

A. 个体户张庆伟经营的重庆主城区域经销商系唐斌、高琴所设立

玛格家居及其业务前身玛格装饰成立以来，公司立足于重庆区域，建立辐射全国的经销商体系，因此公司在经销商体系建立之初就在重庆主城区域建立经销门店，主要用于对外的品牌形象展示，向重庆主城区域客户提供定制家居产品。

唐斌、高琴二人系公司的创始人股东，自公司成立以来，二人成立个体工商户，作为重庆主城区域经销商（以下简称“重庆主城玛格”）经营玛格品牌的经销门店。经过多年的发展，截至 2016 年，重庆主城玛格的门店已拓展到包括南岸区红星美凯龙门店、江北区金源居然之家门店、北部新区聚兴美门店、九龙坡区红星美凯龙门店、九龙坡区居然之家门店、北部新区红星美凯龙门店、江北区聚信门店 7 家专卖门店以及 1 家维尔装饰公司展示店在内的 8 家门店。

在个体户张庆伟 2016 年接手经营重庆主城玛格之前，重庆主城玛格实际由唐斌、高琴二人经营。

B. 唐斌、高琴向张庆伟转让重庆主城玛格门店的背景及原因

2016 年，公司位于重庆巴南区的制造基地正式投产，公司的经营业务也由玛格装饰迁移到玛格家居，整体进入快速发展阶段。在此之前，唐斌、高琴二人在管理公司整体业务的同时，仍兼顾重庆主城玛格的经营事务，但随着公司业务的持续扩张，二人拟将工作重心聚焦于玛格家居公司的整体经营管理，减少重庆主城玛格日常事务对精力的分散。此外，随着公司的同行业竞争对手纷纷提交上市申请，公司也开始考虑通过规范化的运作方式，逐步做大做强。唐斌作为公司实际控制人，高琴作为创始股东及高级管理人员，二人从事公司的经销商业务不利于公司的独立性规范要求。因此，基于上述情况考虑，唐斌、高琴二人拟将其持有的重庆主城玛格的门店对外转让，寻找新的经营者。

2016 年起，唐斌、高琴二人开始物色经销商的合适人选，包括鼓励内部员工自主创业经营重庆主城玛格。张庆伟系公司的司机，在进入公司前曾从事出租车经营，服装经营以及二手车买卖等生意，具备一定的经商经验。经唐斌、高琴二人综合考察后，2016

年6月20日，张庆伟与唐斌、高琴二人签订《店铺整体转让协议》，拟由张庆伟承接重庆主城玛格的门店经营。

C. 在张庆伟缺乏收购能力的情况下，唐斌、高琴仍向其转让门店的原因

在确定张庆伟作为门店转让最终经营者前，唐斌、高琴二人曾多方考察受让人员，包括鼓励内部员工进行创业。但由于重庆主城玛格作为公司重要的形象展示窗口，在多年的经营中开设的门店数量较多，样品及装修投入金额较大，因此在短期内并未物色到具备资金实力和投资意愿的经营者。

在此情况之下，张庆伟有强烈的经营意愿，但在协议签署时张庆伟并无足够资金用以支付门店转让价款。因此，唐斌、高琴和张庆伟达成口头约定，在实际完成门店转让价款支付之前，唐斌、高琴所持有的重庆主城玛格专卖店的经营由张庆伟代为经营，经营期间实际门店经营的盈利或亏损由唐斌、高琴承担，张庆伟负责协助开展门店日常经营管理的具体事务。因此，自协议签署后，重庆主城玛格的门店仍为唐斌、高琴所有，由张庆伟开展经营。

D. 签署门店转让协议后，唐斌、高琴仍实际控制重庆主城玛格

在完成门店转让协议签署后，基于重庆主城玛格的经营状况和未来发展形势，张庆伟考虑到重庆主城玛格实际经营的难度以及自身能力边界，并未对于门店实际投入，亦未支付店铺转让价款，仅参与门店日常经营具体事务的管理，未取得门店的实际控制权。在此期间，张庆伟本人亦未承担经营期间的实际风险，实际盈亏仍由唐斌、高琴二人承担。

综上所述，重庆主城玛格的专卖门店系由唐斌、高琴二人创立，唐斌、高琴出于自身发展及公司规范的考虑，将其所持有的门店资产转让给张庆伟；在张庆伟受让门店后，张庆伟并未实际支付资金并承担经营风险，唐斌、高琴二人为个体户张庆伟所经营重庆主城玛格的实际控制人。

E. 个体户张庆伟与公司间的交易定价公允，不存在利益输送

2016年7至12月、2017年度、2018年1至3月，公司向个体户张庆伟销售产品及提供服务的金额分别为628.99万元、1,179.30万元、545.44万元。公司向个体户张庆伟销售产品按照与其他经销商统一的定价策略，不存在利益输送情形。

在信用政策上，公司考虑到个体户张庆伟为重庆主城区区域的经销商，整体经营的成本较高，且经营期间未能实现盈利，公司同意给予其一定的信用额度。2016 年末至 2019 年末，玛格有限对个体户张庆伟的应收账款余额情况如下：

（单位：万元）

项目	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
应收账款余额	733.47	928.36	521.13	160.17

就上述期间内个体户张庆伟拖欠的公司货款，个体户张庆伟均已全部偿还，且唐斌及高琴于 2021 年 5 月 26 日按照同期银行贷款利率对应向公司支付了资金占用费。

报告期内，公司不存在与个体户张庆伟发生交易的情况；除唐斌及高琴向公司支付资金占用费发生在报告期内，上述其他事项均发生在报告期外，上述个体户张庆伟的相关事项不存在对报告期内公司业务收入和利润产生重大影响的情形。

3) 解决措施及有效性

A. 2018 年，张庆伟将其所持的门店转让给欧亚琴

2018 年 4 月 8 日，张庆伟与欧亚琴签署了《店铺整体转让协议》。该协议约定，张庆伟同意将其所持有的 7 家专卖门店（其中 1 家为展示店）以人民币 500 万元的价格转让给欧亚琴，且张庆伟应当完成其中 2 家门店的重新上样，费用 300 万元。

2019 年 4 月 16 日，经张庆伟及欧亚琴配偶易晓东对账确认，张庆伟就上述 2 家门店重新上样实际垫款累计 252.79 万元。因后续欧亚琴还将进一步处理张庆伟门店遗留问题，双方最终确认上述门店重新上样费用为 250 万元。

因此，就张庆伟向欧亚琴转让上述门店事项，欧亚琴累计向张庆伟支付了 750 万元款项（包含 250 万元的门店重新上样费用），资金来源于其自有资金。张庆伟在收到门店转让款项后将资金交付给高琴、唐斌。

B. 个体户张庆伟拖欠的货款已全部收回，唐斌、高琴已支付完毕拖欠货款产生的资金占用费

2019 年末，个体户张庆伟欠公司的货款为 733.47 万元，货款已于 2020 年全部收回。2021 年 5 月，唐斌和高琴分别支付了上述货款拖欠产生的资金占用费 68.11 万元和 27.24 万元，共计 95.35 万元，资金占用费按照中国人民银行短期贷款基准利率计算。

C. 欧亚琴受让门店的原因、商业合理性

欧亚琴多年从事家居产品的经销工作，为久盛地板、帅丰集成灶的重庆区域经销商的实际控制人，具有丰富的经销商经营经验，积累了重庆市当地较多的家装渠道资源，其本人也看好定制家居行业；因以张庆伟名义经营的重庆地区的玛格门店业务开展不理想，同时为规范经销商经营，消除公司重庆主城玛格经营方个体户张庆伟实际由唐斌、高琴控制的情形，公司有意引进具有丰富行业销售渠道积淀的经销商。

2018年4月，欧亚琴决定承接重庆主城玛格的门店（包括门店的资产、人员及在手订单）并以其控制的主体南岸区柒玖木地板经营部来担任玛格的经销商。此后，张庆伟注销了以其名义在重庆主城经营玛格产品的个体工商户。

经核查，欧亚琴与公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系。

就上述转让门店事项，张庆伟及欧亚琴已按照协议约定对应完成相关门店的交割手续，欧亚琴亦按照协议约定向张庆伟支付完毕所有转让款项，上述门店转让事项真实。定价依据为结合转让前门店的资产情况及后续重新上样的垫款情况加上品牌溢价并经双方协商确定，定价公允。

综上所述，除唐斌及高琴向公司支付资金占用费发生在报告期内，上述其他事项均发生在报告期外；且上述个体户张庆伟的相关事项已有效解决，不存在对报告期内公司业务收入和利润产生重大影响的情形。

（2）关于盈利能力及销售模式

1）媒体相关质疑内容

“一、利润率远超龙头企业，但销售几乎完全依赖经销商

作为一家不太知名厂商，玛格家居的利润率却很高。根据估值之家统计，在招股说明书中披露的九家可比公司中，玛格家居的盈利能力（营业利润率）仅次于龙头老大欧派家居，这几乎是难以理解的，让人不禁怀疑发行人所披露的财务数据存在水分。

.....

从发行人自行披露的9家可比公司情况来看，完全依赖经销商营销方式非常罕见，仅皮阿诺一家与发行人商业模式类似。然而，从上述表格来看，皮阿诺的盈利水平最为堪忧，是9家可比公司中收入排名倒数第四位，2021年营业收入18.24亿元，仅高于我乐家居。而营业利润在其他公司普遍盈利情况下，竟然发生了巨额亏损，2021年的亏

损金额达到了 7.29 亿元。而采用同样的营销方式的发行人，盈利能力却很强，令人匪夷所思。

.....

但是，发行人作为一家宣称走中高端路线、定制化家具公司，竟然完全没有想过搭建自营的营销渠道，除了少量大宗业务模式（即直接供货给地产商作为样板房和精装房使用），全部采用经销商模式，这意味着所有与 C 端客户建立起联系的 100%是经销商，这是极不寻常的，相当于主动给自己关上门并把钥匙交由他人，对于任何一家想要做大做强的企业来说，从逻辑上就自相矛盾。那么，表面上的经销商是否受到发行人实际控制，是估值之家提醒投资者需要关注的重点，也强烈呼吁监管部门敦促发行人披露更完善的信息。”

2) 具体情况说明

A.公司营业利润率处于正常水平，与同行业公司不存在显著差异

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-6 月，同行业上市公司营业利润率情况如下：

公司	营业利润率		
	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
欧派家居	13.28%	13.59%	14.97%
索菲亚	12.37%	11.47%	4.29%
志邦家居	8.15%	10.69%	10.71%
尚品宅配	-4.35%	0.55%	0.78%
金牌厨柜	5.43%	8.15%	10.47%
好莱客	9.53%	18.32%	-0.24%
我乐家居	10.12%	10.33%	-12.85%
皮阿诺	3.79%	1.77%	-8.37%
顶固集创	5.61%	11.66%	-37.71%
平均	7.10%	9.61%	-1.99%
公司	7.22%	10.64%	12.49%

除 2021 年度外，公司营业利润水平与同行业上市公司不存在明显差异。2021 年度，同行业上市公司因受到恒大集团等房地产商违约影响，当年盈利水平大幅下降，由于公司大宗业务占比较小且主要客户龙湖未出现债务公开违约情形，经营情况稳定，因而 2021 年度公司净利润未出现大幅波动。除 2021 年度外，各年度均有 5-6 家

同行业上市公司营业利润率与归母净利润率高于公司，故不存在媒体质疑的“玛格家居的盈利能力（营业利润率）仅次于龙头老大欧派家居”的情况。

B.经销商模式为行业主要销售模式，直营模式占比较低

报告期各期，同行业可比公司的销售模式收入占主营业务收入比例情况如下：

公司	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度		
	经销收入占比	大宗收入占比	直营收入占比	经销收入占比	大宗收入占比	直营收入占比	经销收入占比	大宗收入占比	直营收入占比
顶固集创	54.28%	42.12%	0.45%	69.30%	28.48%	0.86%	70.08%	29.08%	0.83%
志邦家居	61.75%	26.42%	8.97%	57.23%	32.71%	7.83%	58.18%	33.95%	6.63%
金牌厨柜	52.97%	35.55%	2.52%	52.69%	36.78%	3.64%	55.55%	33.86%	5.69%
好莱客	87.97%	8.17%	3.86%	81.27%	15.38%	3.33%	74.85%	22.52%	2.50%
皮阿诺	52.51%	47.49%	——	60.40%	39.60%	——	50.90%	49.10%	——
我乐家居	72.79%	11.80%	15.41%	70.41%	9.76%	19.83%	62.62%	18.98%	18.40%
欧派家居	80.28%	15.36%	2.95%	79.92%	15.88%	3.21%	77.84%	18.23%	2.92%
索菲亚	83.09%	13.73%	2.48%	83.39%	13.79%	2.50%	80.83%	15.51%	3.31%
平均值	68.20%	25.08%	5.24%	69.33%	24.05%	5.89%	66.36%	27.65%	5.75%
公司	92.01%	7.99%	——	94.00%	6.00%	——	98.29%	1.71%	——

注 1：尚品宅配与同行业上市公司销售模式存在一定差异，未在此处列示；

注 2：数据来源于同行业可比上市公司的定期报告。

2021 年度至 2023 年 1-6 月，同行业上市公司直营模式收入平均占比分别为 5.31%、5.75%及 5.89%，各年度均有 5-6 家同行业上市公司直营收入占比在 5%以下，而各年度同行业上市公司经销收入平均占比均在 65%以上，直营模式对同行业上市公司的利润率水平影响有限，同时经销商模式系行业内主要的销售模式，除公司外，皮阿诺亦不存在直营销售，公司销售模式与行业不存在明显差异。

C.公司具备成熟完善的经销商体系，为全国客户提供专业服务

在经销商模式下，公司通过选择和培育具备行业运营经验、品牌意识、团队服务能力、市场信誉良好、资金实力雄厚的经销商，与之签订《经销合同》，授权其在特定区域内，按公司要求开设“玛格全屋定制”“玛格·极”等专卖店，建立经公司培训合格的服务队伍，销售“玛格”“玛格·极”品牌全系列产品，由经销商为消费者提供上门量尺、设计方案、送货安装等服务。

公司在保证产品质量的基础上，以布局广泛的经销商为重要途径，通过在管理、销售、服务等方面对各区域经销商团队进行长期持续的培训，形成了具备面向全国消费者

个性化需求快速响应能力的服务网络。与此同时，公司组建了以客户中心部门为主的售后服务团队，打造了覆盖“售前、售中、售后”全环节完备的服务团队与服务能力。在长期的合作与发展中，公司与经销商形成了良性共进的合作体系，对增强客户粘性、提升品牌口碑与美誉度起到了强有力的促进作用。

综上，公司在营业利润率、销售模式上与同行业公司不存在重大差异，2021 年度公司与同行业可比公司的营业利润率差异具备合理性。同时，公司具备完善、成熟的经销商体系，产品价值的实现取决于产品质量与公司的经营管理水平，销售模式仅为价值的实现方式，而经销商可以利用自身地域资源与经营优势为公司在 C 端的服务提供补充，进而形成产销之间的良性合作。

（3）关于第一大经销商业绩真实性及经销商关联关系

1）媒体相关质疑内容

“（1）发行人将张庆伟识别为关联方，理由是‘个体户张庆伟系公司控股股东、实际控制人唐斌以及董事、副总经理高琴共同控制的经营主体’，但是欧亚琴同样承包了这些店铺，却并没有被识别为关联方进行详细披露。估值之家不禁怀疑，这个关联方关系的认定是否过于随意？估值之家认为，关联方的认定不应该以店铺的转让金是否支付为标准，而是以这些经销商实际上是否受控为标准进行披露。针对承包同一店铺，却有两种不同的结果，要么是张庆伟的关联关系未完全披露，要么是针对欧亚琴的关联方关系未正确识别。

.....

从发行人针对销售收入的披露来看，发行人拥有着众多经销商，欧亚琴尚且与实控人存在着千丝万缕的联系，其他更小的个体户与发行人之间很可能也存在类似情形，使得发行人收入和盈利水平变得不那么可信。”

“（2）按照玛格家居商业模式，经销商根本不需要设置自己的仓库，因为经销商服务到门店下单这一步即结束，后续的图纸审核、生产发货等工作都由发行人来完成；即使设置，一般情况下也应该是在靠近门店的位置。然而，重庆一粟却要在玛格家居的生产地设立仓库，这并不符合经销商与发行人之间的分工。但是，估值之家找到了一个合理的解释：通过这样的设置，玛格家居可以在不实际发货的同时确认收入。

.....

而货物转移到重庆一粟之后是否真的发货给第三方完成销售了，还是继续躺在仓库里面，甚至参与玛格家居的再一次循环，就不得而知了。”

2) 具体情况说明

A. 欧亚琴及其关联方与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系

根据《企业会计准则第 36 号——关联方披露》规定，企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业构成企业的关联方，个体户张庆伟系公司控股股东、实际控制人唐斌以及董事、副总经理高琴共同控制的经营主体，因此被认定为公司的关联方。

因以张庆伟名义经营的重庆地区的玛格门店业务开展不理想，同时为规范经销商经营，消除公司重庆主城玛格经营方个体户张庆伟实际由唐斌、高琴控制的情形，公司有意引进具有丰富行业销售渠道积淀的经销商。欧亚琴多年从事家居产品的经销工作，为久盛地板、帅丰集成灶的重庆区域经销商的实际控制人，具有丰富的经销商经营经验，积累了重庆市当地较多的家装渠道资源，其本人也看好定制家居行业。2018 年 4 月，欧亚琴决定承接重庆主城玛格的门店（包括门店的资产、人员及在手订单）并以其控制的主体南岸区柒玖木地板经营部来担任玛格的经销商，共计支付转让价款 750 万元，资金来源于其自有资金，转让后的重庆主城经销商控制权亦随之转让。

经核查，欧亚琴及其关联方与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系。同时，就上述转让门店事项，张庆伟及欧亚琴已按照协议约定对应完成相关门店的交割手续，欧亚琴亦按照协议约定向张庆伟支付完毕所有转让款项，上述门店转让事项真实，转让后重庆主城经销商不再受唐斌、高琴控制。

综上所述，欧亚琴及其关联方与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

B. 其他经销商与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间均不存在关联关系

针对经销商与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间的关联关系主要采取了以下核查方式：

a.取得公司分客户收入汇总表，取得并查阅了经销商的工商登记资料、实际控制人清单，并查阅其注册地、注册资本、设立时间、主营业务、股东结构等基本信息，并与公司关联方清单进行对比；

b.对公司报告期内的主要经销商进行现场访谈及视频访谈，取得其出具的与公司不存在关联关系的声明；

c.取得公司股东、董事、监事、高级管理人员等出具的关联关系调查表，并与公司经销商清单进行对比；

d.取得公司股东、董事、监事、高级管理人员的银行流水，并与经销商清单进行核对。

经核查，经销商与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间均不存在关联关系。

C. 公司与重庆一粟联创家居有限公司之间的交易往来真实，不存在虚增存货及操纵收入的情形

报告期内，公司将厂房租赁给主要经销商重庆一粟联创家居有限公司的具体情况如下：

序号	出租方	承租方	地址	面积 (m²)	用途	租赁期限	租赁价格
1	公司	重庆一粟联创家居有限公司	重庆市巴南区界石镇石桂大道66号4号厂房	1,150	仓储	2022/11/30-2023/11/29	15 元/平方米/月

重庆一粟联创家居有限公司系公司重庆主城区的经销商。因终端客户的产品安装时间与公司交付产品的时间存在差异，重庆一粟联创家居有限公司需租赁场所用于暂时存放公司已经交付但尚未安装的部分产品。为节约运输成本及降低因转运造成的产品破损率，经与公司协商一致，重庆一粟联创家居有限公司租赁公司空置的部分场地用于暂时存放公司已经交付但尚未安装的部分产品。

经信达律师现场走访，重庆一粟联创家居有限公司租赁公司的仓库与公司自有仓库已做了明确的隔离区分；且未经重庆一粟联创家居有限公司的同意，公司及其他人员无法随意进出其仓库。另外，通过现场盘点及核查出库单，未发现明显异常，公司与重庆一粟联创家居有限公司之间的交易往来真实，公司不存在虚增存货及操纵收入的情形。

（4）关于零壹咨询

1）媒体相关质疑内容

“（1）七、投资者身份蹊跷，为空壳公司

玛格家居有一段复杂的股权转让过程，关于股权转让的始末情况已从 2023 年 3 月 1 日披露的招股说明书中删去了，但是估值之家在 2022 年 1 月 27 日的招股说明书中，发现玛格家居与成立于 2016 年的零壹（深圳）咨询管理合伙企业（有限合伙）存在一些不寻常的交易。

.....

第一版招股说明书披露零壹咨询的净资产为四百多万元，总资产仅 7、8 百万元，矛盾的数据令人对招股说明书的披露质量大跌眼镜，不过 2023 年新发布的招股说明书修正了这一错误，直接将零壹咨询的财务数据删除了，投资者对于零壹咨询的真实财务情况更加无从知晓。

零壹咨询成立后不久即对玛格家居进行投资，且从其资产规模和实收资本方面看，资金实力并不雄厚，根据天眼查的信息，除了玛格家居，零壹咨询也未对其他单位进行投资。可以看出这家公司并非正规基金，而是为了持有玛格家居股份而专门设立的公司。”

“（2）八、疑似通过外部机构对公司估值进行操纵

以上信息来看，零壹咨询 2017 年 1 月收购 3%的股份仅出资 500 万元，其中 333.33 支付给玛格唐，166.67 支付给重庆浩钥欣，相当于 1 月份时零壹咨询收购玛格家居 3%的股份仅花费 500 万元；仅仅 3 个月后，2017 年 4 月，收购 3%的股份即花费了 2,550 万元，支付给重庆浩钥欣，足足翻了五倍。在这 3 个月内，玛格家居的股份价值真的会有如此悬殊的差异？估值之家认为，这很有可能是一揽子交易，是实控人联合零壹咨询在操纵公司估值。

.....

2019 年 7 月，零壹咨询针对 2017 年的转让事宜又追加了补偿，却不是补偿给玛格唐，而是补偿给唐斌和高琴个人。基于唐斌及高琴 2018 年度以及未来对于玛格有限经营发展贡献及重要性，经零壹咨询与玛格唐投资、唐斌、高琴各方协商一致并签署协议，就 2017 年 1 月玛格唐投资向零壹咨询转让玛格有限 2%股权事项，零壹咨询同意向唐斌

支付 865 万元款项，向高琴支付 283.14 万元款项。零壹咨询收购 2%的股权是从玛格唐处收购的，却补偿给唐斌、高琴二人，这也是不寻常的。另外，对于同时出让 1%股权的重庆浩钥欣，也没有给予相应的补偿。”

“（3）九、支付无商业实质的大额咨询服务费，疑似存在体外循环

2016 年 10 月，公司与零壹咨询签订《玛格家居企业咨询服务驻场服务合同书》，零壹咨询为公司提供包括企业内部/外部调研、顶层设计报告、战略实施规划、落地实施以及项目总结等全方位咨询管理服务，由零壹咨询派驻项目负责人及现场工作人员。服务期限为 2016 年 9 月至 2021 年 8 月共计 5 年，咨询服务费标准为 250 万元/年，约定协助玛格家居 2018 年年度含税销售收入达到 9 亿元。

.....

零壹咨询作为一家合伙企业，发行人的股东，同时又给发行人提供总价 1,250 万元的咨询服务，而发行人对不菲的咨询服务却十分草率，仅仅是过了 2 年，便认为这样的咨询服务已经达到目的，支付了所有本应该提供 5 年服务的金额（按照 250 万一年），很明显缺乏商业实质。而零壹咨询同时又投资了玛格家居，很难相信这样的筹资没有自导自演的成分。”

2) 具体情况说明

A. 零壹咨询系建众咨询部分核心人员为投资公司所专门设立的持股平台，而建众咨询在家居行业内具有较高的知名度

a. 零壹咨询在咨询领域的行业地位

零壹咨询为建众咨询的关联企业，系建众咨询部分核心人员为投资公司所专门设立的持股平台，零壹咨询的 5 名合伙人均为（或曾经为）建众咨询的资深员工。

建众咨询成立于 2008 年，为行业内知名的咨询服务机构，全国工商联家具装饰业商会大商专业委员会副会长单位，专注于家居建材行业，以运营全案服务为核心，为企业提供包括顶层设计、运营全案、全域营销、搜索电商+内容电商、品类到整装、连锁门店运营等一系列模式解决方案及全方位咨询服务。

根据其官方网站介绍，其在行业内积累了丰富经验，已提供咨询培训服务超过 700 家企业，拥有超过 3,100 个全行业企业咨询项目案例。在定制家居领域，建众咨询至少为包括欧派家居、索菲亚、金牌厨柜、好莱客、志邦家居、顶固集创、皮阿诺七家同行

业上市公司品牌以及包括公司在内的博洛尼、百得胜、掌上明珠、双虎家具等业内知名品牌提供不同类型的咨询服务，在家居行业内具有较高的知名度。

b.公司引入外部咨询机构系改善经营的战略需要

2016年6月，随着公司自有土地和厂房的建设完成，公司完成了经营主体的变更，由公司业务前身玛格装饰的经营主体转移为以玛格有限为经营主体，公司整体搬迁进入位于重庆市巴南区的自有生产基地开展生产经营工作，进入了新的发展阶段。

彼时，尽管公司已在定制家居行业内具有一定的知名度，销售收入初具规模，但公司在营销方面仍存在较为明显的短板，为此，公司管理层拟通过引入外部咨询机构辅助公司完善销售体系，以期有效提升自身经营业绩。公司未经审计的财务数据显示，2015年度，公司的营业收入为1.78亿元（数据未经审计）。

在进行商务合作过程中，公司对于建众咨询在定制家居咨询行业内的地位及其创始人侯定文等人营销能力、管理能力的高度认可，认为与其开展合作后能够帮助公司建立有效的营销体系，帮助公司实现业绩提升；与此同时，建众咨询在家居行业有较深的经验，其一方面看好公司在定制家居行业的差异定位和发展思路，同时也看好定制家居行业未来在资本市场上发展的潜力。

为实现公司与建众咨询的深度利益绑定，双方拟采用业务合作及投资入股的合作方案，由其向公司提供咨询服务同时允许其以较低的价格入股持有公司股权。同时，考虑到咨询服务效果与提供咨询服务人员的执业开展密切相关，为达到较好的服务效果，公司与建众咨询协商，由建众咨询向公司提供服务的主要人员成立有限合伙企业零壹咨询，以零壹咨询的名义向公司提供咨询服务，同时以其作为持股平台，持有公司的股权，共享公司发展红利。

因此，公司选择了定制家居行业具有较高知名度的建众咨询开展合作，并引入零壹咨询作为股东。

c.零壹咨询财务数据未经审计，信息披露符合主板注册制相关要求

零壹咨询财务数据由零壹咨询方提供，且相关数据未经审计。此外，根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第57号——招股说明书》的要求，除控股股东及实际控制人外的其他持有发行人百分之五以上股份或表决权的主要股东应披露的基本情况为“主要股东为法人的，应披露成立时间、注册资本、实收资本、注

册地和主要生产经营地、股东构成、主营业务及其与发行人主营业务的关系”，招股说明书中零壹咨询信息披露符合主板注册制的有关要求。

B. 公司已就 2017 年 1 月零壹咨询受让股份与 2017 年 4 月零壹咨询受让股份的差额确认股份支付，不存在实际控制人通过外部机构对公司估值进行操纵的情形

a. 公司股份支付的确认情况

2017 年 1 月 13 日，玛格唐投资和重庆浩钥欣分别将其持有的玛格有限 2%和 1%的股权（分别对应 136 万元和 68 万元出资额）分别以 333.33 万元和 166.67 万元的价格转让给零壹咨询，转让价格为 2.45 元/注册资本。本次股权转让的主要目的系以低于同期市场价格引入为公司提供咨询管理服务的专业团队成为股东。

2017 年 4 月 8 日，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 3.00%的股权（对应 204 万元出资额）以 2,550 万元的价格转让给零壹咨询，转让价格为 12.5 元/注册资本。本次股权转让背景系重庆浩钥欣基于资金方面需求，同时零壹咨询看好玛格有限未来的发展，通过受让重庆浩钥欣转让的股权增加持有公司股权。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》等相关规定的要求，公司对玛格唐投资及重庆浩钥欣分别转让 2%、1%股权给零壹咨询的两次股权转让价格的差异确认股份支付 2,050 万元。

b. 股份支付费用的公允性

本次股份支付费用涉及公允价值的选取与 2017 年 1 月零壹咨询入股时间最为接近的一次股权转让价格，即 2017 年 4 月，重庆浩钥欣向零壹咨询转让 3%的股权。本次转让定价为 12.5 元/出资额，对应整体估值 8.5 亿元，为参考市场定价。

在计算 2017 年 1 月零壹咨询入股公司的股份支付金额选取确定公允价值的标准之时，一方面参考时间较为接近且按照公平原则自愿交易的重庆浩钥欣与零壹咨询股权转让价格作为参考依据，同时本次的交易对应总估值为 8.5 亿元，与 2017 年 7 月至 2021 年公司陆续发生的多次股权转让对应公司 10 亿元-12 亿元的整体估值较为接近，价格处于合理的区间范围，因此，本次股份支付费用所选取的公允价值合理，股份支付费用的确认具备公允性。

综上所述，公司已就 2017 年零壹咨询两次受让股权转让的事项确认了股份支付，股份支付费用所选取的公允价值合理，股份支付费用的确认具备公允性。在考虑股份支

付的情况下，2017 年 1 月与 2017 年 4 月两次股权转让对应的整体估值均为 8.5 亿元，不存在实际控制人联合零壹咨询操纵公司估值的情形。

C. 零壹咨询合伙人陈红克向唐斌、高琴支付补偿款的背景及原因

2017 年 1 月，零壹咨询以 2.45 元/注册资本取得玛格唐投资及重庆浩钥欣转让的共计 3%的股权，玛格唐投资的股东为唐斌、高琴二人。2019 年 7 月，经零壹咨询与玛格唐投资、唐斌、高琴各方协商一致并签署协议，就 2017 年 1 月玛格唐投资向零壹咨询转让玛格有限 2%股权事项，零壹咨询同意向唐斌支付 865 万元款项，向高琴支付 283.14 万元款项，由零壹咨询合伙人陈红克向唐斌、高琴支付相关款项。陈红克向唐斌、高琴支付补偿款主要系考虑原因如下：

a.公司经营业绩提升明显，估值快速上涨；公司已按照约定向零壹咨询支付咨询服务费。

自零壹咨询 2017 年入股以来，公司由 2016 年营业收入 4.23 亿元，净利润-118 万元提升至 2018 年的营业收入 7.63 亿元，净利润 7,044.74 万元，经营业绩出现明显提升。与此同时，公司的估值也伴随着定制家居行业内的头部企业欧派家居、金牌厨柜、皮阿诺等上市出现明显提升，如 2018 年公司引入外部投资者的增资价格已提升至 16.8 元/注册资本，较其首次入股价格 2.45 元/注册资本已出现明显提升。与此同时，公司已与零壹咨询协商提前终止咨询服务事项，公司已经根据补充协议向零壹咨询支付咨询服务费。

b.零壹咨询高度认可唐斌、高琴对于公司发展的贡献，同意给予一定补偿

在 2019 年公司与零壹咨询协商咨询服务协议调整过程中，唐斌、高琴认为自身在近年来公司发展过程具有决定性作用，零壹咨询已取得本次咨询服务所对应的咨询服务费用，但 2017 年 1 月向其转让 2%的股权价格明显偏低，公司的估值水平和实际价值已出现明显提升，因此唐斌、高琴向零壹咨询提出对于前次股权转让进行一定补偿。

零壹咨询认可唐斌、高琴对于公司发展的贡献，同时结合股权估值快速提升的客观情况，零壹咨询同意给予二人就前次股权转让给予一定补偿。由于玛格唐投资所持有玛格家居的股份已经转让给唐斌、高琴二人，因此由零壹咨询合伙人陈红克直接将补偿款项支付给唐斌、高琴二人。

根据对重庆浩钥欣的访谈并经核查，重庆浩钥欣已知悉上述支付补偿款事项；因重庆浩钥欣从未实际参与公司经营管理，且当时重庆浩钥欣又转让了 3% 的公司股权给零壹咨询所获得的股权转让价款缓解了重庆浩钥欣资金压力，所以重庆浩钥欣没有像唐斌和高琴一样向零壹咨询要求额外支付补偿款；就重庆浩钥欣向零壹咨询转让股权事项（包括转让价格等），重庆浩钥欣与零壹咨询双方之间不存在争议或纠纷，亦不存在任何未披露的利益安排情况。

D. 零壹咨询为公司提供咨询服务具备商业实质，公司与零壹咨询提前终止咨询服务并支付 1,250 万元具备合理性

a. 零壹咨询提供咨询服务的具体内容

2016 年 10 月，公司与零壹咨询签订《玛格家居企业咨询管理驻场服务合同》，由零壹咨询向公司提供企业咨询管理驻场服务，指派资深营销专家侯定文作为负责人，带领团队向公司提供驻场服务。

根据合同约定，本次的咨询服务主要为在公司现有品牌、产品、渠道、终端、团队等企业综合资源基础上，通过咨询机构的专业营销咨询和实效服务，指导和协助公司推动终端系统提升项目。围绕这一次合作主旨，本次咨询所提供的企业咨询管理服务主要包括：

项目类别	工作内容
企业内部/外部调研	咨询所需企业原有制度和文件的阅读和分析；对核心企业关键人员进行访谈沟通；熟悉公司产品结构和定价系统；熟悉公司各部门业务流程；部分核心经销商调研；抽样终端走访与调研；销售结构分析销售数据分析；主要竞争对手品牌重点调研等。形成《项目工作推进管理办法》
顶层设计报告	顶层设计甲方规划与分解；企业三年营销战略规划（品牌战略、营销团队管理、渠道战略、终端策略）
战略实施规划	基于企业现状优劣势分析下的战略实施规划；企业战略实施过程中问题及难点分析及应对策略
落地实施	依据战略规划实施战略步骤；战略计划下的运营管理，并辅助对应的策略计划；组织建设及团队搭建，基于企业发展的人力资源管理体系；营销管理及营销目标绩效达成计划
项目总结	《项目阶段性总结报告》及《项目年度总结报告》汇报

b. 零壹咨询提供服务的实现效果

在公司与零壹咨询签订咨询服务协议之前，公司经营业绩初步呈现良好的增长趋势，在此基础上并在零壹咨询的支持协助下，公司经营管理团队把握住了行业整体发展机遇，有效拓展了营销网络，实现较好的营业收入增长

公司 2015 年度至 2018 年度，公司的营业收入增长情况如下：

（单位：亿元）

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	7.63	26.32%	6.04	42.79%	4.23	137.64%	1.78

注：2015 年度至 2017 年度收入为未经审计数据，营业收入系包含玛格装饰及各子公司的合并数据

在零壹咨询为公司提供咨询服务期间，公司不仅实现了营销方面的收入提升，同样在经销商提效、渠道开拓、营销与中后段体系化建设方面，均形成较好的工作效果，并形成了体系化的制度安排保障公司的持续经营。服务效果主要体现在以下方面：

①协助存量经销商进行销售诊断，优化经销商服务销售服务流程，有效提升经销商业绩，实现经销商平均提货额有效提升；

②协助渠道开拓，通过问题诊断和改善方案的提出以及每月目标的拆解和过程指导，每年实现 1-200 家门店的新增和汰换；

③协助建立有效的人才激励制度，协助公司推进企业架构优化等；明确部门职能，将部门和个人的绩效与公司的经营目标实现强有力的挂钩，提升主观能动性；

④为公司前端营销与后端的建店、培训、接单、生产、供应链等一体化进行打通提供咨询建议，通过对于整体交付效率、产品品质、服务保障提升等，提升前端营销质量。

因此，从公司经营业绩的实现情况以及对公司管理能力的提升方面来看，通过零壹咨询与公司经营团队的通力配合，整体的实现效果基本达到合同签订前公司的预期。

综上所述，零壹咨询为公司提供咨询服务具备商业实质。

c. 公司与零壹咨询提前终止咨询服务并支付 1,250 万元的背景及原因

2018 年度，随着公司营业收入规模的提升，公司开始规划上市事项。在公司管理层与有关中介机构沟通过程中，公司了解到这种以股东低价转让股权给咨询机构为公司换取咨询服务的方式，因其同时涉及关联交易金额较大、时间跨度较长且涉及相应的“对赌”条款，将可能会对公司上市造成不利影响。因此，在此情形下，且考虑到当时零壹咨询为公司提供咨询服务的效果基本达成，公司开始与零壹咨询协商拟提前终止上述咨询服务合同。

经核算，公司于 2018 年度实现的营业收入为 7.63 亿元，折合含税收入约为 8.85 亿元，较咨询服务合同约定的 9 亿元含税收入目标已较为接近，同时公司 2018 年末存在部分在手未交付订单金额的情况，因此，零壹咨询认为其已基本实现业绩约定目标，原有协议应继续执行。同时零壹咨询也认为公司在以唐斌为核心的管理团队带领下实现了快速发展，未来公司具备较好的发展前景，其仍想继续持有公司的股权。双方开始协商的时候，零壹咨询并不想提前终止咨询服务合同。

但公司考虑到其在零壹咨询的协助下实已现了业绩的明显提升，基本达到了先前的预期效果；公司也已建立了较为完善的管理制度、人员架构、经销商管理体系等，进入了相对平稳增长阶段；且就零壹咨询为公司提供咨询服务而言，由于零壹咨询持有公司股权，其为公司提供服务构成关联交易；加之咨询服务协议还包含“对赌”内容，势必会对公司的上市计划造成不良影响。为此，公司与零壹咨询经过多次协商，零壹咨询同意提前终止双方之间的咨询服务合同。2019 年，公司与零壹咨询以及玛格唐投资、重庆浩钥欣签署协议，主要约定：

①确认零壹咨询的驻场咨询服务的 9 亿元销售目标已基本达成，各方均同意结束该合同项下的咨询服务。自 2018 年 12 月 31 日后，零壹咨询无需继续提供咨询股份服务，甲方于 2019 年 12 月 31 日前向零壹咨询支付约定的共计 1,250 万元的咨询费用；

②自协议签订后，零壹咨询仍具有对公司相关商业秘密负有保密责任。同时在协议签订后的三年内，零壹咨询及其关联企业不得为好莱客、百得胜、图森、诗尼曼、卡诺亚品牌提供全案咨询服务。

2021 年 3 月，玛格唐投资、重庆浩钥欣分别与零壹咨询签署补充协议，确认回购条款自始无效，各方无需履行“回购”条款项下任何义务。

综上所述，公司与零壹咨询提前终止咨询服务并支付 1,250 万元具备合理性。

（5）关于公司独立性

1）媒体相关质疑内容

“顾小而忘大，后必有害。独立性缺失是拟上市企业申请首次公开发行被否决的因素之一。而历史上，玛格家居却频与关联方共用电话。

3.1 曾长期使用的企业联系方式，关联到多家存续企业

据市场监督管理局数据，2013-2015 年，玛格家居的企业联系电话均为 66226966。

据广州绿网环境保护服务中心（以下简称“绿网”）数据，截至查询日 2022 年 4 月 19 日，绿网于 2019 年 11 月 20 日更新的信息中，玛格家居的企业联系方式包括 023-66226966。

.....

也就是说，2013-2015 年，玛格家居与其原监事、原董事控制的企业以及原股东持续共用联系电话。到了 2019-2020 年，玛格家居在绿网更新的联系电话，或也与上述关联方存在重叠。至此，玛格家居与关联方是否存在经营混淆的嫌疑？”

2) 具体情况说明

玛格家居成立于 2013 年，在公司设立以前，公司以玛格装饰为主体开展经营工作，且一直没有自己的生产经营基地，在整体搬迁至公司现有厂址以前，公司主要的经营主体位于重庆江津，采用租赁厂房的方式经营。

浩立地产的主营业务为房地产开发业务，主要在重庆巴南区域从事地产开发业务。基于玛格装饰取得自有地块开展经营工作的需要和浩立地产具备丰富的地产开发操作经验，双方于 2013 年合资成立了玛格有限，并于重庆巴南取得自有地块，其中玛格装饰持股 73%，浩立地产持股 27%。

2013 年至 2015 年期间，玛格家居尚未承接玛格装饰转移的定制家居业务，尚未正式开展经营业务。公司原董事熊浩除担任公司董事以外，在此期间仍为包括时任股东浩立地产等多家公司的实际控制人。由于当时经营主体玛格装饰的主要经营地址位于重庆市江津区，不属于重庆主城区，为便于玛格家居办理工商登记等业务，玛格家居与时任股东单位共用电话号码。公司曾经的股东重庆浩钥欣的控股股东龚政（公司曾经的监事）与熊浩为多年好友。因龚政当时投资设立重庆浩钥欣时并未租赁独立的经营场所，为办理工商登记方便，经龚政与熊浩协商，同意重庆浩钥欣的注册地址登记在熊浩控制的企业所在地。因此，重庆浩钥欣与熊浩控制的企业存在共用同一电话号码的情况。

2016 年，随着玛格装饰相关业务整体转入玛格家居主体，公司整体经营地变更至重庆市巴南区，随后公司已将工商登记的电话信息变更为实际使用的号码。根据国家企业信用信息公示系统显示，公司报送的 2016 年度报告已将企业联系电话变更为实际使用的号码。

针对媒体质疑中绿网于 2019 年 11 月 20 日、2020 年 12 月 27 日更新的电话号码，由于绿网是一家环境数据分析服务的非营利性环保组织，且公司从未向其提供过任何资料，因此无法确认其资料来源的真实性、准确性。截至本《补充法律意见书》出具之日，绿网中已无法查询到玛格家居的企业联系方式。

因此，玛格家居在 2013 年-2015 年度与公司原董事、原监事所控制的部分企业共用电话系在公司尚未正式开展业务期间为便于办理工商登记业务造成，不存在公司与上述所涉主体存在经营混淆、不独立经营等情形。

报告期内，公司在资产、人员、财务、机构、业务等各方面均保持独立性，同时公司具有独立完整的供应、生产、销售系统和面向市场自主经营的能力，符合监管机构对公司独立性的基本要求。

（6）关于高新技术企业资质

1）媒体相关质疑内容

“据企信网工商年报披露信息，2021 年，玛格家居养老、医疗、生育、失业、工伤保险缴纳人数分别为 1,124 人、1,126 人、0 人、1,125 人和 1,130 人；广东玛格对应人数分别为 961 人、961 人、961 人、961 人和 973 人。2020 年，玛格家居上述社会保险缴纳人数分别为 1,105 人、1,108 人、0 人、1,106 人和 1,111 人；广东玛格对应人数均为 780 人。

以较少人数的社保缴纳种类来计算，两家有高新资质企业 2021 年和 2020 年的员工合计人数至少应有 2,085 人、1,885 人。高企认定准则要求“从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年（指申报年上一年度）职工总数的比例不低于 10%”。

据高新企业认定管理工作网，玛格家居、广东玛格的高新资质有效期起始时间分别为 2021 年 11 月、12 月，但招股书中未披露 2020 年研发人员的数量。

从 2021 年末的员工人数构成来看，玛格家居及其下属企业的研发和设计人员共 171 人。若研发和设计人员均属于这两家企业，那么玛格家居及广东玛格 2021 年从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例为 8.20%。”

2）具体情况说明

玛格家居及广东玛格均于 2021 年申报高新技术企业，截至本《补充法律意见书》出具之日，玛格家居已取得了重庆市科学技术局、重庆市财政局和重庆市税务局联合批

准的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202151100230），有效期三年；广东玛格已取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省税务局联合批准的《高新技术企业证书》（证书编号为 GR202144006540），有效期三年。2021 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期间，玛格家居及广东玛格享受企业所得税税率为 15% 的税收优惠政策。

A. 高新技术企业认定条件

2016 年，科技部、财政部、国家税务总局修订印发的《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）规定，高新技术企业认定需满足“从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%”的条件。

同时，科技部、财政部、国家税务总局修订印发的《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号）对科技人员占比的解读如下：

“（五）企业科技人员占比

企业科技人员占比是企业科技人员数与职工总数的比值。

1. 科技人员

企业科技人员是指直接从事研发和相关技术创新活动，以及专门从事上述活动的管理和提供直接技术服务的，累计实际工作时间在 183 天以上的人员，包括在职、兼职和临时聘用人员。

2. 职工总数

企业职工总数包括企业在职、兼职和临时聘用人员。在职人员可以通过企业是否签订了劳动合同或缴纳社会保险费来鉴别；兼职、临时聘用人员全年须在企业累计工作 183 天以上。

3. 统计方法

企业当年职工总数、科技人员数均按照全年月平均数计算。

月平均数=（月初数+月末数）÷2

全年月平均数=全年各月平均数之和÷12

年度中间开业或者终止经营活动的，以其实际经营期作为一个纳税年度确定上述相关指标。”

B. 公司科技人员占比与研发人员占比的差异

根据上述高新技术企业认定的相关规定，玛格家居及广东玛格申报的科技人员人数及占比、2020 年末研发人员人数及占比情况如下：（单位：人）

高新技术企业认定的科技人员情况					
公司	科技人员(研发人员) 数量	科技辅助人员数量	合计	职工总数	占比
玛格家居	80	34	114	1,105	10.32%
广东玛格	72	14	86	678	12.86%
按招股说明书口径披露的 2020 年末研发人员情况					
公司	研发人员数量		员工总数		占比
玛格家居	82		1,137		7.21%
广东玛格	72		854		8.43%

据上表，玛格家居及广东玛格申报的科技人员占比均超过 10%，与 2020 年末研发人员情况存在差异，主要原因系：

a.高新技术企业认定的职工总数为年度平均数，统计口径存在差异；

b.公司申报的科技人员除研发人员以外，还包括专门从事研发和相关技术创新活动的管理、提供直接技术服务的相关管理人员、生产人员等科技辅助人员。

其中，广东玛格除科技辅助人员以外的科技人员数量与 2020 年末的研发人员数量一致；玛格家居除科技辅助人员以外的科技人员数量与 2020 年末的研发人员数量存在 2 个人的差异，主要系由于研发人员于玛格家居申报高新技术企业前离职所致。

综上，玛格家居及广东玛格申报的科技人员占比满足高新技术企业认定的条件，玛格家居除科技辅助人员以外的科技人员数量与 2020 年末的研发人员数量存在差异的原因具备合理性。

（7）关于募投项目产能

1) 媒体相关质疑内容

“据更新后的招股书，工厂改扩建项目主要用于生产定制衣柜和室内木门，预计达产后定制衣柜产能为 15 万套、室内木门产能为 8.87 万套；柜体生产线项目和广东玛格改扩建项目计划新增定制衣柜产能 13 万套、整体厨柜产能 6 万套。

而工厂改扩建项目环评文件的表述为：建成后年产智能衣柜 93.30 万平方米、室内门 33.10 万平方米、静电喷粉门板 30.00 万平方米、精品门板 34.40 万平方米。柜体生产线项目、广东玛格改扩建项目备案信息的表述为：项目完成后，年产板式家具 199.60 万平方米；新增柜体 9 万套。

值得注意的是，工厂改扩建项目的施工工期以及占地、建筑面积或也存在疑点。

招股书披露，工厂改扩建项目主要建设内容系厂房及相关配套设施建设，项目总占地面积 10,560 平方米，总建筑面积约 50,000 平方米，建设期为 24 个月，其中工程实施 12 个月。

但工厂改扩建项目环评文件披露的施工工期为 14 个月，项目新建 6 号厂房的占地面积约 15,093.80 平方米，建筑面积约 35,919.10 平方米，并将原有闲置 4 号厂房改建为本项目相关辅助用房，建筑面积合计 18,000 平方米。”

2) 具体情况说明

因本次公司申请挂牌不涉及定向发行，不存在募集资金投资项目的情况。

前次申报过程中关于媒体质疑的募集资金投资项目产能差异的主要原因系披露口径为“套”与“平方米”的不同导致的差异，公司前次申报不存在信披不一致的情况。

对于媒体质疑的募集资金投资项目的面积差异，公司已对环评报告进行更正并于 2022 年 5 月 12 日经重庆市巴南区生态环境局对外公示，更正后招股说明书披露的占地面积与环评报告的占地面积存在 33.80 平方米的差异，主要系募投项目设计方案略有调整所致，占地面积的披露最终以备案信息为准，公司前次申报不存在信披不一致的情况。

基于上述，信达律师认为，公司存在的与主板申报相关的重大媒体质疑问题均已在本次申请挂牌文件中充分披露，解决措施合理、有效。

(4) 关于子公司。根据申请文件，子公司广东玛格取得方式为同一控制下企业合并。请公司补充说明：相关收购的背景及原因、取得的价格、定价依据及公允性，是否履行相应审议程序，合并子公司对公司生产经营及业绩情况的影响。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

回复：

1. 核查过程、方式、依据

- (1) 核查了广东玛格的企业法人登记档案；
- (2) 就有关收购的背景及原因，访谈了公司实际控制人唐斌；
- (3) 核查了玛格装饰就转让广东玛格 52%股权事项的股东会决议；
- (4) 查阅了《审计报告》。

2. 核查结论

(1) 广东玛格被收购前的股权结构

经核查，在玛格有限收购广东玛格 100%股权前，广东玛格的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	玛格装饰	520	520	52%
2	唐斌	480	480	48%
合计		1,000	1,000	100%

(2) 玛格有限收购广东玛格 100%股权的背景及原因、价格、定价依据及公允性、收购过程中履行的审议程序。

经核查，在玛格有限收购广东玛格 100%股权前，广东玛格及玛格有限均系玛格装饰（唐斌持股 80%，高琴持股 20%）控制的企业。在 2015 年年底，结合当时玛格有限已存在外部投资人重庆浩立投资管理有限公司，且已在重庆市巴南区取得的土地使用权建设了相关生产基地的情况，为专心经营公司，将其做大做强，唐斌和高琴作为玛格装饰当时的主要股东，决定以玛格有限作为未来的业务发展主体，将玛格装饰的资产、人员、业务逐步转移至玛格有限，且最终不再经营玛格装饰。

因广东玛格的主营业务与玛格有限相同，出于避免同业竞争、减少关联交易、统筹玛格有限全体股东利益将玛格有限做大做强的考虑，玛格装饰及唐斌将其各自持有的广东玛格全部股权转让给了玛格有限。因属于同一控制下的企业合并，转让价格参照实缴出资定价，定价具备公允性。

2015 年 12 月，玛格装饰召开股东会并作出决议：同意玛格装饰将其持有的广东玛格 52%的股权按照 520 万元的价格转让给玛格有限。

2015 年 12 月 28 日，广东玛格召开股东会并作出决议：同意唐斌将持有的广东玛格 48%的股权以 480 万元的价格转让给公司；玛格装饰将其持有的广东玛格 52%的股权以 520 万元的价格转让给公司。

2015 年 12 月 28 日，公司签署了新的《广东玛格家居有限公司章程》。同日，公司分别与玛格装饰、唐斌就上述股权转让事项签署了股权转让协议。

2015 年 12 月 30 日，广东玛格就上述股权转让事项办理完毕工商变更登记手续。

上述股权转让完成后，广东玛格的股东名称、认缴出资额、实缴出资额及出资比例如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	玛格家居	1,000	1,000	100%
	合计	1,000	1,000	100%

（3）合并子公司对公司生产经营及业绩情况的影响

根据《审计报告》及公司出具的书面确认，报告期内，广东玛格的经营业绩以及占合并层面的比例情况如下：（单位：万元）

名称	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度	
	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入
广东玛格	2,712.65	23,625.88	7,353.21	56,540.78	7,098.45	55,516.76
公司（合并口径）	2,679.16	43,255.54	8,788.14	94,504.24	10,841.84	102,599.18
广东玛格占公司（合并口径）的比例	101.25%	54.62%	83.67%	59.83%	65.47%	54.11%

注：1.广东玛格的营业收入、净利润主要来源于合并体系内的销售，上述表格数据未进行合并抵销处理；2.2023 年 1-6 月，广东玛格净利润占合并层面的比例超过 100%主要系合并体系内其他主体存在亏损的情况。

如上表所述，报告期内，广东玛格作为公司重要的子公司，主要从事定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的全屋定制家居产品的设计、研发、生产、销售及服务业。2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月广东玛格营业收入占公司合并口径比例分别为 54.11%及 59.83%、54.62%，净利润占公司合并口径比例分别为 65.47%、83.67%、101.25%，对公司生产经营和业绩影响较大。

玛格有限收购广东玛格后，能有效避免同业竞争、减少关联交易，且能提高公司的管理效率符合公司全体股东利益，对公司的生产经营以及业绩情况有较好的促进作用。

基于上述，信达律师认为，玛格有限收购广东玛格 100%股权系出于避免同业竞争、减少关联交易、统筹玛格有限全体股东利益将玛格有限做大做强考虑；前述收购系同一控制下的企业合并，转让双方参照实缴出资定价，收购价格具备公允性；就前述收购

事项，广东玛格及玛格装饰均已履行了相应的内部审批程序，合法有效；前述收购完成后，能有效避免同业竞争、减少关联交易，且能提高管理效率，符合公司全体股东利益，对公司的生产经营以及业绩情况有较好的促进作用。

(6) 关于其他非财务事项。请公司补充说明：①继受取得专利及软件的具体情况，包括但不限于背景原因、协议签署情况、转让价格及公允性、权属变更登记办理情况，出让方与公司是否存在关联关系，是否存在利益输送，是否存在权属瑕疵；②公司与股东金牌橱柜、帝欧家居信息披露一致性及差异情况；③域名未办理备案的原因及目前使用情况，是否合法合规，是否存在受到行政处罚的风险；④公司独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》等相关规定。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

回复：

一、①继受取得专利及软件的具体情况，包括但不限于背景原因、协议签署情况、转让价格及公允性、权属变更登记办理情况，出让方与公司是否存在关联关系，是否存在利益输送，是否存在权属瑕疵；

1.核查过程、方式、依据

(1) 核查了公司及下属企业拥有的专利及域名的证书；

(2) 通过查询中国及多国专利审查信息查询网站及 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统网站查询了有关专利及域名的情况；

(3) 查询了有关专利购买的协议及支付凭证；

(4) 就购买专利及域名事项，访谈了公司相关负责人；

(5) 通过企查查查询了自外部第三方购买的专利的原专利权人的有关情况；

(6) 查阅了公司董事、监事及高级管理人员填写的关联方调查表；

(7) 取得了公司的书面确认。

2.核查结论

(1) 继受取得的专利

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，除合并报表范围内的公司相互转让的专利外，公司拥有且有效维护的专利中自其他外部第三方受让的专利情况如下：

序号	专利号	专利名称	专利类型	是否签署协议	转让价格(元)	转让方代理人	原专利权人	受让专利原因	
1	ZL201710125340.0	一种安全屋用防盗门	发明	是	38,000	重 庆 至道 知 识 产 权 代 理 有 限 公 司	成都蒲江珂贤科技有限公司	基于技术储备目的受让，不属于公司的核心专利	
2	ZL201510934829.3	一种用于加工木板表面的抛光装置	发明		50,000	维正知识产权服务有限公司	嵊州市古艺术雕装饰有限公司		
3	ZL201821634103.3	一种家具生产用圆角剪切装置	实用新型		14,880		漳州市云木轩家具有限公司		
4	ZL201820390136.1	一种木材家具破损处修复器	实用新型				云和漫行者玩具有限公司		
5	ZL201820095497.3	一种可防蚊虫的安全橱柜	实用新型				温州欧帝林装饰设计有限公司		
6	ZL201820083610.6	一种可除尘的手自一体木板打磨机	实用新型		5,000		湖州振硕自动化科技有限公司		
7	ZL201820083617.8	一种防尘效果好的多功能木板打磨装置	实用新型		5,000		湖州振硕自动化科技有限公司		
8	ZL201820084207.5	一种可自动上料的手自一体木板刨削装置	实用新型		5,000		湖州振硕自动化科技有限公司		
9	ZL201820084752.4	一种带除尘功能的全自动木板打磨装置	实用新型		5,000		湖州振硕自动化科技有限公司		
10	ZL201721767889.1	一种木头抓取提升用的移动式小车	实用新型		5,000		湖州吴兴华隆机械有限公司		
11	ZL201720345225.X	一种木制家具生产用喷漆通风装置	实用新型		5,000		广州梵智产品设计有限公司		
12	ZL201820084209.4	一种多功能木板打磨装置	实用新型		5,000		湖州振硕自动化科技有限公司		

根据公司出具的书面确认并经核查, 公司上述继受取得的专利均与转让方代理人签署了书面协议, 相关专利的定价主要系公司与转让方代理人协商一致确定, 并由公司支付给转让方代理人, 系正常市场交易行为, 定价公允; 上述专利均已变更登记至公司名下, 公司与该等专利的原权利人以及转让方代理人均不存在任何关联关系或利益输送; 截至本《补充法律意见书》出具之日, 就上述继受取得的专利, 公司均已获得了完备的

权属证书，不存在质押、被采取司法强制措施或其他权利受到限制的情形，亦不存在产权纠纷或潜在纠纷，不存在权属瑕疵。

（2）继受取得的软件

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，除合并报表范围内的公司相互转让域名外，公司不存在从第三方继受取得软件的情况。

基于上述，信达律师认为，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司通过继受取得的专利及软件中，仅部分专利系基于技术储备目从外部第三方购买获取，其他专利及软件均系合并体系内的转让；该等自外部第三方购买获取的专利，均已变更登记至公司名下，公司与该等专利的原权利人以及转让方代理人均不存在任何关联关系或利益输送；公司与上述专利的原权利人以及转让方代理人就上述专利转让事项不存在争议或纠纷，继受取得的专利权属不存在瑕疵。

二、②公司与股东金牌橱柜、帝欧家居信息披露一致性及差异情况；

1.核查过程、方式、依据

（1）查阅了金牌橱柜及帝欧家居关于投资公司的公告内容；

（2）查阅了《公开转让说明书》。

2.核查结论

经核查，公司与股东金牌橱柜、帝欧家居信息披露一致，不存在差异的情况。

三、③域名未办理备案的原因及目前使用情况，是否合法合规，是否存在受到行政处罚的风险；

1.核查过程、方式、依据

（1）核查了公司及下属企业拥有的域名证书；

（2）通过查询 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统网站，核查公司及下属企业的域名备案情况；

（3）逐一登录并核实了公司及下属企业正在使用的域名情况；

（4）通过查询国家企业信用信息公示系统、企查查、信用中国，核实公司及下属企业的行政处罚情况；

(5) 查阅了《互联网信息服务管理办法》《非经营性互联网信息服务备案管理办法》等相关规定；

(6) 取得了公司出具的书面确认。

2.核查结论

经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及下属企业拥有的域名情况如下：

序号	域名名称	注册所有人	注册日期	到期日期	备案情况
1	macio.com.cn	广东玛格	2008/03/06	2026/03/06	粤 ICP 备 15008977 号-3
2	macio.net	广东玛格	2008/03/06	2026/03/06	未使用未备案
3	emacio.com	玛格家居	2015/02/05	2026/02/05	渝 ICP 备 2021004064 号-4
4	macio.ren	玛格家居	2014/11/26	2026/11/26	未使用而无需备案
5	玛格.cn	玛格家居	2009/09/03	2025/09/03	未使用而无需备案
6	玛格.中国	玛格家居	2021/01/19	2026/01/19	未使用而无需备案
7	maguo.net	玛格家居	2020/01/19	2026/01/19	未使用而无需备案
8	maguo.pro	玛格家居	2019/12/09	2026/12/09	未使用而无需备案
9	taat.cc	玛格家居	2021/01/19	2026/01/19	未使用而无需备案
10	gcasa.cn	玛格家居	2021/10/11	2025/10/11	渝 ICP 备 2021004064 号-6
11	maciozn.com.cn	玛格家居	2022/03/04	2027/03/04	渝 ICP 备 2021004064 号-7

根据《互联网信息服务管理办法》《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的有关规定：在中国境内提供互联网信息服务应当依法履行许可或备案手续；在中国境内的组织或个人利用通过互联网域名访问的网站或者利用仅能通过互联网 IP 地址访问的网站提供非经营性互联网信息服务，应当依法履行备案手续；未经备案，不得在中国境内从事非经营性互联网信息服务。

根据公司出具的书面确认，上述部分域名未办理域名备案的原因系目前尚未开展使用。公司注册该等域名主要系：1) 防止第三方通过注册近似域名侵害公司利益、影响公司正常业务经营；2) 为公司未来的发展储备足够的域名资源；如公司或其子公司未来需要使用该等已注册的域名开通网站从事经营性或非经营性信息服务，其将会按照有关法律向主管部门履行许可或备案手续。

经核查，截至本《法律意见书》出具之日，公司未办理域名备案的域名均无法访问。

根据公司出具的书面确认并经查询国家企业信用信息公示系统、企查查、信用中国，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及下属企业不存在因域名备案事项而受到行政处罚的情况。

基于上述，信达律师认为，根据《互联网信息服务管理办法》《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的规定，公司及下属企业已就其投入运营使用的域名办理了域名备案，公司其他尚未投入使用的域名无需办理域名备案，公司域名备案事项符合法律规定；截至本《补充法律意见书》出具之日，公司及下属企业不存在因域名备案事项而受到行政处罚的风险。

四、④公司独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》等相关规定。请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

1. 核查过程、方式、依据

- (1) 核查了公司聘请独立董事的有关董事会及股东大会会议文件；
- (2) 核查了公司报告期内的董事会、监事会及股东大会会议文件；
- (3) 核查了公司报告期内的独立董事事前认可意见以及独立意见；
- (4) 查阅了独立董事孙俊英、李国华的身份证明文件、个人征信报告、无犯罪记录证明以及调查表情况；
- (5) 查阅了会计专业独立董事孙俊英的注册会计师证书；
- (6) 查阅了《公司章程》以及《独立董事工作制度》；
- (7) 取得了独立董事孙俊英、李国华出具的书面确认；
- (8) 通过企查查网站查询了孙俊英、李国华的任职及投资情况；
- (9) 查询了证券期货市场失信记录查询平台、人民法院公告网、深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、全国股转系统、中国执行信息公开网、中国裁判文书网等网站信息；
- (10) 查阅了《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》。

2. 核查结论

(1) 独立董事的选举

经核查，2020 年 9 月 30 日，公司召开了创立大会，审议并通过了《关于选举玛格家居股份有限公司董事及确定董事薪酬的议案》，同意选举唐斌、高琴、任芸、孙俊英、李国华为公司第一届董事会董事，任期三年，其中，孙俊英、李国华为独立董事。2023 年，公司分别召开了第一届董事会第十一次会议及 2023 年第一次临时股东大会审议通过了《关于董事会换届选举暨提名第二届董事会独立董事的议案》，同意选举孙俊英、李国华为公司第二届董事会独立董事，任职三年。

经核查，自孙俊英、李国华第一次被选举为公司独立董事至本《补充法律意见书》出具之日，其二人任期均未满六年。

(2) 独立董事的设置情况

根据独立董事孙俊英、李国华分别出具的书面确认并经核查，截至本《补充法律意见书》出具之日，公司独立董事的设置符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》（以下简称“《独立董事指引》”）。具体如下：

《独立董事指引》的具体规定	公司实际情况
第七条 独立董事及独立董事候选人应当同时符合以下条件：（一）具备挂牌公司运作相关的基本知识，熟悉相关法律法规、部门规章、规范性文件及全国股转系统业务规则；（二）具有五年以上法律、经济、财务、管理或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；（三）全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称全国股转公司）规定的其他条件。	公司董事会由 5 名董事组成，其中独立董事 2 名，分别为孙俊英、李国华。孙俊英、李国华分别具有五年以上财务、法律或其他履职所必需的工作经验及相关业务知识，符合《独立董事指引》第七条的规定。
第八条 以会计专业人士身份被提名为独立董事候选人的，应具备较丰富的会计专业知识和经验，并至少符合下列条件之一：（一）具有注册会计师职业资格；（二）具有会计、审计或者财务管理专业的高级职称、副教授及以上职称或者博士学位；（三）具有经济管理方面高级职称，且在会计、审计或者财务管理等专业岗位有五年以上全职工作经验。	独立董事孙俊英系以会计专业人士身份被提名为独立董事候选人，其具备注册会计师执业资格，符合《独立董事指引》第八条的规定。
第九条 独立董事及独立董事候选人应当具有独立性，下列人员不得担任独立董事：（一）在挂牌公司或者其控制的企业任职的人员及其直系亲属和主要社会关系；（二）直接或间接持有挂牌公司 1%以上股份或者是挂牌公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；（三）在直接或间接持有挂牌公司 5%以上股份的股东单位或者在挂牌公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；（四）在挂牌公司控股股东、实际控制人及其控制的企业任职的人员；（五）为挂牌公司及其控股股东、实际控制人或者其各自控制的企业提供财务、法律、咨询等服务的人员，包括但不限于提供服务的中介机构的项目组全体人员、各级复核人员、在报告上签字的	截至本《补充法律意见书》出具之日，公司独立董事孙俊英、李国华不存在《独立董事指引》第九条规定的不具备独立性的情形。

《独立董事指引》的具体规定	公司实际情况
人员、合伙人及主要负责人；（六）在与挂牌公司及其控股股东、实际控制人或者其各自控制的企业有重大业务往来的单位担任董事、监事或者高级管理人员，或者在有重大业务往来单位的控股股东单位担任董事、监事或者高级管理人员；（七）最近十二个月内曾经具有前六项所列情形之一的；（八）全国股转公司认定不具有独立性的其他人员。前款第（四）项、第（五）项及第（六）项的挂牌公司控股股东、实际控制人控制的企业，不包括根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条规定，与挂牌公司不构成关联关系的企业。	
第十条 独立董事及独立董事候选人应无下列不良记录： （一）存在《公司法》规定的不得担任董事、监事、高级管理人员的情形；（二）被中国证监会采取证券市场禁入措施，期限尚未届满的；（三）被全国股转公司或者证券交易所采取认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员的纪律处分，期限尚未届满的；（四）最近三十六个月内因证券期货违法犯罪，受到中国证监会行政处罚或者司法机关刑事处罚的；（五）因涉嫌证券期货违法犯罪，被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的；（六）最近三十六个月内受到全国股转公司或证券交易所公开谴责或三次以上通报批评的；（七）根据国家发改委等部委相关规定，作为失信联合惩戒对象被限制担任董事或独立董事的；（八）在过往任职独立董事期间因连续三次未亲自出席董事会会议或者因连续两次未能出席也不委托其他董事出席董事会会议被董事会提请股东大会予以撤换，未满足十二个月的；（九）全国股转公司规定的其他情形。	截至本《补充法律意见书》出具之日，公司独立董事孙俊英、李国华不存在《独立董事指引》第十条规定的不良记录。（注）
第十一条 在同一挂牌公司连续任职独立董事已满六年的，自该事实发生之日起十二个月内不得被提名为该挂牌公司独立董事候选人。	孙俊英、李国华均系自 2020 年 9 月 30 日至今担任公司独立董事。截至本《补充法律意见书》出具之日，其二人在公司连续任职期限未满六年，符合《独立董事指引》第十一条的规定
第十二条 已在五家境内外上市公司或挂牌公司担任独立董事的，不得再被提名为其他挂牌公司独立董事候选人。	孙俊英、李国华境内担任独立董事的上市公司或挂牌公司未满五家，符合《独立董事指引》第十二条的规定。

注：2022 年 9 月 8 日，因跨境通（002640）的违规行为，孙俊英被中国证监会予以了通报批评的纪律处分。前述事项不属于《独立董事指引》第十条规定的不良记录，因此，该等事项不影响孙俊英作为公司独立董事的任职资格。

基于上述，信达律师认为，公司独立董事设置符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》等相关规定。

7. 其他补充事项。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌审核指引——区域性股权市场创新型企业申报与审核（试行）》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、进层条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

回复：

1. 核查过程、方式、依据

（1）查阅了公司本次挂牌的申请材料；

（2）查阅了《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌审核指引——区域性股权市场创新型企业申报与审核（试行）》等规定；

（3）取得了公司的书面确认。

2. 核查结论

经核查，信达律师认为，公司不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项需要补充披露。

经核查，公司本次财务报告审计截止日为2023年6月30日，至本次公开转让说明书签署日未超过7个月。

（以下无正文）

（本页无正文，系《广东信达律师事务所关于玛格家居股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的补充法律意见书》之签署页）

广东信达律师事务所（盖章）



负责人（签字）：

经办律师（签字）：

魏天慧 魏天慧

魏天慧 魏天慧

魏 蓝 魏蓝

2024 年 1 月 23 日

附件一：未决、未执行完毕的诉讼、仲裁情况

序号	原告	被告	基本案情	诉讼请求	案件进展	诉讼类型	会计处理情况	预计负债是否充分计提
1	玛格家居	广州市华庭居木业有限公司	玛格装饰于 2010 年获得“玛格”商标专用权（商标号 6582245）并转让给玛格有限；玛格有限公司于 2018 年获得“玛格”商标专用权（商标号 23420435）。“玛格”“玛格”品牌经过公司多年的使用，在家居行业具有很高的知名度。2016 年“玛格”商标被认定为“重庆市著名商标”。被告成立于 2017 年，经营范围包括：软木制品及其他木制品制造；建筑用木料及木材组件加工；其他木材加工；建材、装饰材料批发等。根据广州市花都区市场监督管理局发布的穗花市监处罚〔2022〕523 号《行政处罚决定书》，被告在未取得原告授权的情况下私自生产外包装标有“玛格”和“玛格”标识的定制家居，侵犯了原告的商标专用权，给予被告相应的行政处罚。	1、请求判决被告立即停止侵犯“玛格”商标专用权（商标号 6582245）、“玛格”商标专用权（商标号 23420435）；2、请求判决被告停止不正当竞争行为；3、请求判决被告向原告赔偿损失 100 万元；4、请求判决被告承担为维护权利而支付的律师费 3 万元；5、请求判决被告在自己公司网站首页显著位置连续发表 30 日的道歉声明，为原告消除影响；6、请求判决本案诉讼费用由被告承担。	一审审理中	商标侵权	在相关资产负债表日，公司预期本案不会导致经济利益流出公司，不涉及或有事项相关会计处理	无需计提预计负债
2	玛格家居	四川玛格建筑装饰工程有限公司	玛格装饰于 2010 年获得“玛格”商标专用权（商标号 6582245）并转让给玛格有限；玛格有限公司于 2018 年获得“玛格”商标专用权（商标号 23420435）。“玛格”“玛格”品牌经过公司多年的使用，在家居行业具有很高的知名度。2016 年“玛格”商标被认定为“重庆市著名商	1、请求判决被告立即停止侵犯“玛格”商标专用权（商标号 6582245）、“玛格”商标专用权（商标号 23420435）；2、请求判决被告停止不正当竞争行为；3、请求判决被告向原告赔偿损失				

			标”。被告成立于 2016 年，经营范围包括：建筑装饰装修工程、房屋建筑工程、建材、家具等，与原告经营范围相同，都是从事家具行业的企业，具有直接竞争关系。	100 万元；4、请求判决被告承担为维护权利而支付的律师费 3 万元；5、请求判决被告在省一级报刊或者网站首页显著位置连续发表 30 日的道歉声明，为原告消除影响；6、请求判决本案诉讼费用由被告承担。				
3	刘军	海城市响堂区森隆建筑材料商店、贾玉迪、上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技	海城市响堂区森隆建筑材料商店系玛格科技的经销商。原告在被告红星美凯龙商场与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，原告定制产品总价款 60 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 56 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约发货构成违约。	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决海城市响堂区森隆建筑材料商店、贾玉迪退还货款及违约金共计 1 万元；3、请求判决上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技对上述款项承担连带赔偿责任；4、请求判决被告承担本案诉讼费。	一审裁定驳回，原告上诉，二审审理中	装饰装修合同纠纷		
4	孙琳	海城市响堂区森隆建筑材料商店、赵纪漠、贾玉迪、上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城	海城市响堂区森隆建筑材料商店系玛格的经销商。原告在被告红星美凯龙商场与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，原告定制产品总价款 4.27 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 4.27 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约对原告房屋进行装修构成违约。	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决五被告返还原告支付装修款 4.27 万元；3、请求判决被告依照合同约定支付违约金 0.427 万元；4、请求上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技承	一审审理中	装饰装修合同纠纷		

		分公司、玛格科技		担连带赔偿责任；5、请求判决被告承担本案诉讼费。				
5	黄锦添	梁嘉诚、广东玛格、玛格科技	梁嘉诚以“开平市玛格全屋定制”的名义与原告签署了《玛格全屋定制订购合同》，原告向梁嘉诚支付了 9.8938 万元款项。梁嘉诚及开平市玛格全屋定制未依约提供定制家居构成违约。	1、请求判决解除原告与“开平市玛格全屋定制”签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决被告梁嘉诚返还原告支付定制家具款 9.8938 万元及支付违约金 0.989380 万元；3、请求判决广东玛格、玛格科技对第二项款项返还及支付违约金承担连带清偿责任；4、请求判决被告承担本案诉讼费。	一审审理中	定作合同纠纷		
6	刘玫	玛格科技	原告在玛格科技经销商济南红星美凯龙世博家居生活广场定制店订购了全屋定制产品并支付了 4.0438 万元。但由于经销商交付的产品与原告要求不一致，经销商就没有进行安装，双方产生纠纷。	1、请求判决被告退还 4.0438 万元预付货款；2、请求判决被告承担本案诉讼费用。	一审法院驳回原告全部诉讼请求，原告上诉，二审审理中	产品销售者责任纠纷		
7	米沙	广东玛格、北京睦然舒欣科技有限公司	原告与玛格股份经销商东五环梧桐湾玛格全屋定制签署了定制合同，并支付款项 4.1 万元。经销商未依约发货构成违约。	1、请求判决解除原告与被告签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决被告返还原告支付合同款 4.1 万元；3、请求判决被告承担本案诉讼费。	一审审理中	定作合同纠纷		
8	天津玛格	山西金玛智能化家居有限公司、太原经济技术开发区玛格定制店（以下简称“玛格定制店”）、高英、史强签订《终	2018 年 7 月 19 日，天津玛格与山西金玛智能化家居有限公司（以下简称“金玛公司”）金玛公司、太原经济技术开发区玛格定制店（以下简称“玛格定制店”）、高英、史强签订《终	1、请求判令金玛公司、玛格定制店向天津玛格支付垫付款 1,576,598.87 元，并从起诉之日，以未付款 1,576,598.87 元为基数，	一审判决四被告向天津玛格支付 21.76 万元，	买卖合同纠纷		

	开发区玛格定制店、高英、史强	止合作遗留问题处理协议》，协议约定因被告金玛公司和玛格定制店系 2017 年、2018 年年度玛格加盟商，现原告与金玛公司、玛格定制店的加盟关系已经终止，就处理金玛公司、玛格定制店作为加盟商期限遗留的消费者问题，达成了一致意见。协议涉及的主要内容：1、天津玛格寻找新的意向商承接金玛公司在太原用于经营玛格定制家居项目的设施和物资，转让金额 822,400 元直接支付给天津玛格用于处理遗留问题。天津玛格代金玛公司电子货款 180,000 元用于订单生产，此外金玛公司另行向原告支付 100,000 元用于遗留订单生产的货款。 2、若本协议约定的相关款项仍不能完全解决金玛公司遗留订单的全部生产，则由金玛公司负责筹集资金生产，如因此造成原告损失的，金玛公司、高英、史强连带赔偿责任。协议还约定金玛公司、玛格定制店未能如期履行的，则天津玛格有权向高英、史强追偿。协议签订后，玛格公司积极与遗留客户协商解决订单事宜，针对只支付定金的客户，则向其退还定金；针对已经付清全部货款或大部分货款的客户，则根据客户的要求继续履行合同。因金玛公司支付的款项不足以处理遗留问题，原告为处理被告金玛公司及玛格定制店所遗留的客户订单额外支付了 1,576,598.87 元，根据协议约定，四被	按同期贷款利率支付资金占用损失至支付完毕止；2、请求判令高英、史强对上述诉请承担连带清偿责任；3、请求判决案件受理费由被告负担。	尚未执行完毕		
--	----------------	--	--	--------	--	--

			告应向天津玛格支付该款项。天津玛格认为双方签订的协议是五方真实意思表示，各方当事人均应按照协议约定履行，天津玛格为处理遗留问题额外支付的款项，四被告拒绝按照协议履行，其行为已经严重违约。					
9	玛格家居	重庆庆科商贸有限公司、金科地产集团股份有限公司	原告玛格公司因与被告重庆庆科商贸有限公司（以下简称“庆科公司”）之间存在“金科天辰”工程项目承包合同关系，庆科公司应退还原告质保金 287,459.01 元。庆科公司为退还该质保金，庆科公司作为出票人于 2022 年 6 月 22 日出具电子商业承兑汇票 1 张，收票人为原告，票据金额为 177,495.18 元，承兑人信息为金科地产集团股份有限公司（以下简称“金科公司”）；同年 8 月 26 日，庆科公司作为出票人又出具电子商业承兑汇票 1 张，票据金额为 109,963.83 元，承兑人信息为金科公司。上述票据分别到期后，原告于到期日提示承兑人予以承兑付款，但截至起诉之日，二被告均拒绝承兑，原告此后多次要求被告支付票据金额均遭拒绝。	1、请求判令二被告向原告支付票据金额 287,459.01 元；2、请求判令二被告向原告支付逾期付款利息计算标准为以 177,495.18 元为基数，自 2022 年 12 月 19 日起按同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率计算至实际给付之日止；以 109,963.83 元为计算基数，自 2023 年 2 月 27 日起按同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率计算至实际给付之日止，3、请求判令二被告承担诉讼费、保全费。	一审判决被告金科地产集团股份有限公司、重庆庆科商贸有限公司向原告玛格家居股份有限公司连带支付汇票金额 287,459.01 元及利息。原告庆科公司上诉，二审审理中	票据纠纷		
10	吴佳雯	广东玛格、龙岩市伊派建材贸易有限公司、陈天开、陈金	原告与龙岩市伊派建材贸易有限公司及陈景开分别签署了玛格家居全屋定制合同，并合计支付了 252,388 元。龙岩市伊派建材贸易有限公司及陈景开未履行合同，构成违约。	1、请求判决解除原告与广东玛格、龙岩市伊派建材贸易有限公司的买卖合同；2、请求判令广东玛格返还款项 252,388 元整及资金占用费。龙岩市伊派建材贸易有限公司	一审审理中	买卖合同纠纷		

		开、龙岩居然之家市场管理有限公司		对广东玛格的上述债务承担连带赔偿责任。3、请求判令陈天开、陈金开对龙岩市伊派建材贸易有限公司的上述债务承担连带偿还责任。4、请求判令龙岩居然之家市场管理有限公司对广东玛格、龙岩市伊派建材贸易有限公司上述返还款项及资金占用费承担补充偿还责任				
11	强正雯	玛格家居、周宇辉、陈爱军	原告购买了位于阳光城市晶海园 5 幢 403 室的住房一套，委托被告一、二进行全屋定制装修。原告与被告一、二于 2022 年 1 月签订了《玛格全屋定制订购合同》，合同约定由被告一、二为原告购买的位于阳光城市晶海园的房屋进行全屋定制装修，全屋定制价格为 178,000 元，原告于合同签订前即向被告一、二支付 55,800 元，合同签订时支付 50,000 元，进场施工时支付 30,000 元，合计实际支付 135,800 元。合同签订后，被告一、二派被告三进场装修，被告三在案涉房屋内施工时吸烟引发火灾，经 119 出警后扑灭。该起火灾造成原告装修的房屋全部毁损。该火灾经溧阳市消防救援大队勘验出具深消火字（2022）第 0007 号火灾认定书，认定“起火原因：排除电器线路故障，不排除遗留火种引发火灾”。事故发生后，经原告多次催促，	1、请求判令三被告向原告赔偿因火灾造成的损失 573,607 元及利息；2、请求判令三被告承担本案诉讼费。	二审法院裁定发回一审法院重审，一审法院重审中	装饰装修合同纠纷		

		被告已经拒绝履行合同义务。此次火灾造成原告财产的巨大损失，要求被告予以赔偿。					
--	--	--	--	--	--	--	--

附件二：已决诉讼、仲裁的相关情况

序号	原告/申请人	被告/被申请人	基本案情	诉讼请求	终审裁判结果/和解/调解结果	执行/履行情况	诉讼类型	公司是否反诉
1	李嘉营	海城市响堂区森隆建筑材料商店、赵纪漠、贾玉迪、上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技	海城市响堂区森隆建筑材料商店系玛格的经销商。原告在被告红星美凯龙商场与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，原告定制产品总价款 11 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 10.5 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约发货构成违约。	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决五被告返还原告支付装修款 10.5 万元；3、请求判决被告依照合同约定支付违约金 1.1 万元；4、请求判决上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技承担连带赔偿责任；5、请求判决被告承担本案诉讼费。	裁定驳回原告起诉。	——	装饰装修合同纠纷	否
2	李天明	海城市响堂区森隆建筑材料商店、赵纪漠、贾玉迪、上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技	海城市响堂区森隆建筑材料商店系玛格的经销商。原告在被告红星美凯龙商场与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，原告定制产品总价款 5 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 5 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约发货构成违约。	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决五被告返还原告支付装修款 5 万元；3、请求判决上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技承担连带赔偿责任；4 请求判决、被告承担本案诉讼费。	裁定驳回原告起诉。	——	装饰装修合同纠纷	否
3	潘兵	海城市响堂区森隆建筑材料商店、赵纪漠、贾玉迪、上海红星	海城市响堂区森隆建筑材料商店系玛格的经销商。原告在被告红星美凯龙商场与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决五被告返还原告支付装修款 11.78 万	裁定驳回原告起诉。	——	装饰装修合同纠纷	否

		美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技	原告定制产品总价款 13.5 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 11.78 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约提供装修材料及服务构成违约。	元；3、请求判决海城市响堂区森隆建筑材料商店依照合同约定支付违约金 1.178 万元；4、请求判决被告承担本案诉讼费。				
4	王猛	海城市响堂区森隆建筑材料商店、赵纪漠、贾玉迪、上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技	原告与被告海城市响堂区森隆建筑材料商店签订《玛格全屋定制订购合同》，合同约定，原告定制产品总价款 4.3 万元。合同签订后，原告陆续支付被告海城市响堂区森隆建筑材料商店 4.01 万元款项，海城市响堂区森隆建筑材料商店未依约对原告房屋进行装修构成违约。	1、请求判决解除原告与海城市响堂区森隆建筑材料商店签订的《玛格全屋定制订购合同》；2、请求判决五被告返还原告支付装修款 4.01 万元；3、请求判决被告依照合同约定支付违约金 0.451 万元；4、请求上海红星美凯龙品牌管理有限公司海城分公司、玛格科技承担连带赔偿责任；5、请求判决被告承担本案诉讼费。	原告撤回起诉。	——	装饰装修合同纠纷	否
5	占文昭	广东玛格广州分公司、广东玛格	申请人与被申请人就劳动报酬方面发生争议。	被申请人向申请人支付 2020 年 11 月 1 日起至 2021 年 3 月 26 日的工资共计 6,855 元。	双方达成调解协议书且仲裁机构出具仲裁调解书。	被申请人已支付完毕调解款。	劳动仲裁	否
6	北京全景视觉网络科技股份有限公司广州分公司	广东玛格	原告认为被告在没有得到授权的情况下，于其新浪微博中擅自使用原告享有著作权的编号为 1L-3583 的作品作为文章配图。	1、判令被告立即停止使用原告享有著作权的摄影作品；2、判令被告在其微博置顶位通过博文就侵权事实向原告公开致歉；3、判令被告赔偿原告著作权侵权赔偿金及其他费用共计 10,000 元。	双方达成和解协议且原告撤诉。	被告已支付完毕和解款。	侵害作品信息网络传播权纠纷	否

7	广东玛格	中山市新旗建材有限公司	原告与被告双方签订了《橱/浴柜石英石台面供货安装合同》，约定被告为原告在中山市上乘花园项目中提供橱柜工程台面的供货及安装。后续被告未能如期交付货物且也无能力继续履行合同后续内容。	1、被告向原告退还预付款 82,426.71 元；2、被告向原告支付损失费用 5,000 元；3、被告向原告支付逾期退还预付款的利息；4、被告向原告支付违约金 365,319 元；5、被告向原告开具并交付实际供货产生的货款 63,700.89 元对应的发票名为“*非金属矿物制品*石英石”的有效增值税专用发票原件；6、被告承担原告为本案申请财产保全支付的担保费。	双方达成和解协议且审理法院出具民事调解书。	原告后续通过申请强制执行，取得执行款共计 108,969.01 元。	买卖合同纠纷	否
8	林香、黄成红、龚雪梅、黄珊珊	广东玛格	四名申请人系黄福林的直系亲属，因黄福林非因公死亡待遇与广东玛格发生纠纷。	诉求被申请人支付供养直系亲属一次性救济金 60,150 元。	双方达成调解协议且仲裁机构出具仲裁调解书。	被申请人已支付完毕调解款。	劳动仲裁	否
9	李继旭	广东玛格	申请人就被申请人与其解除劳动合同的事项发生争议。	1、裁决被申请人支付申请人代通知金 5,500 元；2、裁决被申请人支付申请人 11 月 26 日-12 月 10 日下午 15:00 期间工资 3,000 元；3、裁决被申请人支付申请人 2022 年 6 月-10 月高温补贴 1,500 元；4、裁决被申请人支付申请人违法解除劳动合同赔偿金 22,000 元；5、裁决被申请人开具相关证明给被申请人办理失业申报；6、裁决被申请人给申请人做离职体检；7、	双方达成调解协议且仲裁机构出具仲裁调解书。	被告已支付完毕调解款。	劳动仲裁	否

				裁决被申请人支付申请人应休未休年假工资 5,500 元；8、确认被申请人与申请人 2021 年 6 月 15 日至 2022 年 12 月 10 日存在劳动关系，以上合计 37,500 元。				
10	沈阳图强知识产权服务合伙企业（有限合伙）	广东玛格	原告认为被告在未取得原告及原创作者许可的情况下，于“高端定制家居网”网站上发表文章《【潍坊玛格】做个精明的业主_毛坯房怎么验收?》中使用编号为 cpmh-50862f10z 摄影作品。	1、判决被告立即停止使用原告享有著作权的摄影作品；2、请判决被告赔偿原告经济损失及维权合理开支 10,000 元；3、诉讼费由被告承担。	双方达成调解协议书且原告撤诉。	被告已支付完毕调解款。	侵害作品信息网络传播权纠纷	否
11	玛格家居	安徽智艺家居有限公司、深圳市达文森科技有限公司	被告未经原告同意擅自使用“玛格”作为搜索的关键词进行使用。	1、请求判令二被告停止侵犯原告“玛格”商标专用权；2、请求判令二被告停止不正当竞争行为；3、请求判令二被告承担损害经济损失和合理维权费用 1,000,000 元；4、请求判令二被告承担本案诉讼费。	原告撤诉。	——	侵害商标权纠纷	否
12	玛格家居	北京宝御德科技有限公司、安徽智艺家居有限公司、深圳市达文森科技有限公司	被告未经原告同意擅自使用“玛格”作为搜索的关键词进行使用。	1、请求判令三被告停止侵犯原告“玛格”商标专用权；2、请求判令三被告停止不正当竞争行为；3、请求判令三被告承担损害经济损失和合理维权费用 1,000,000 元；4、请求判令三被告承担本案诉讼费。	原告撤诉。	——	不正当竞争纠纷	否

13	王爵	广东玛格	注	——	原告撤诉。	——	合同纠纷	否
14	刘玫	山东建森家居有限公司、济南红星美凯龙世博家居生活广场有限公司、天津玛格	原告与被告相关方就产品价格计算等方面产生争议纠纷，要求返还预存货款。	1、请求依法判被告退还原告 40,438 元预存货款；2、请求依法判济南红星美凯龙世博家居生活广场有限公司承担连带责任；3、请求依法判令四被告承担本案诉讼费用。	判 决 驳 回 原 告 诉讼请求。	——	合同纠纷	否

注：根据公司出具的书面确认，公司实际未收到该案件的相关材料。该等诉讼信息主要来源于裁判文书网的查询结果。