

马可波罗控股股份有限公司

MarcoPolo Holdings Co., Ltd.



（住所：广东省东莞市高埗镇北王路高埗段 102 号）

关于马可波罗控股股份有限公司 首次公开发行股票并在主板上市的 上市委审议意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2024 年 5 月 17 日出具的《关于上市审核委员会审议意见的落实函》（审核函〔2024〕110025 号）（以下简称“上市委意见落实函”）的要求，招商证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“招商证券”）会同马可波罗控股股份有限公司（以下简称“马可波罗”、“公司”、“发行人”或“申请人”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”或“容诚会计师”）对上市委意见落实函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与《马可波罗控股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》（上会稿）具有相同含义；上市委意见落实函回复中若出现合计数值与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

请发行人：（1）结合发行人主要产品价格变化趋势、市场竞争情况、同行业可比公司情况等，说明并披露经营业绩是否稳定；（2）说明单项坏账准备计提是否准确。同时，请保荐人、申报会计师补充核查并发表明确意见。

回复：

1-1 结合发行人主要产品价格变化趋势、市场竞争情况、同行业可比公司情况等，说明并披露经营业绩是否稳定

公司作为建筑陶瓷行业龙头企业，经历了下游房地产市场多轮波动，总体保持较大规模且稳健的经营业绩，充分体现了较强的市场韧性。未来在下游房地产政策支持、城镇化率不断提升以及市场份额向龙头集中的大环境下，公司在已形成的品牌、产品、技术工艺、成本等方面竞争优势的基础上持续精进，将继续保持经营稳健、业绩稳定。具体分析如下：

一、从外部政策及行业发展方向来看，下游房地产市场筑底企稳，叠加城镇化持续推进、庞大的存量建筑重装需求以及建筑陶瓷市场边界不断拓宽等外部因素影响，建筑陶瓷市场需求空间广阔，为公司业绩稳定提供基础支撑与增长动力

（一）下游房地产调控政策的不利影响因素目前已基本消除，近期多项重磅房地产支持政策出台，房地产行业呈现企稳回暖迹象，将带动建筑陶瓷消费需求的修复

当前，我国房地产市场供求关系发生重大变化，行业经历了巨大变化，但作为内需的重要组成部分，房地产业将在中长期内始终维持支柱产业地位，是拉动投资、稳定增长、实现国民经济稳步复苏的关键力量。2024 年三季度以来，国家推出一系列重磅房地产支持政策。

时间	具体政策
2024 年 9 月	央行宣布将全国层面的二套房贷款最低首付比例由 25%下调至 15%，并降低存量房贷利率，引导商业银行将存量房贷利率降至新发放房贷利率附近。

时间	具体政策
2024 年 9 月	中共中央政治局召开会议，会议强调“要降低存款准备金率，实施有力度的降息”、“要促进房地产市场止跌回稳，加大‘白名单’项目贷款投放力度”、“要回应群众关切，调整住房限购政策，降低存量房贷利率”、“抓紧完善土地、财税、金融等政策，推动构建房地产发展新模式”。
2024 年 9 月	上海、广州、深圳、北京等地相继发布“楼市新政”，政策内容涵盖了限购调整、降低首付比例、优化贷款利率以及交易税费等方面，进一步放松了购房资格限制。
2024 年 10 月	中共中央政治局委员、国务院副总理在山西太原、陕西西安调研时指出，房地产市场是当前宏观经济的一个风向标，做好房地产工作对于推动经济持续回升向好、维护人民群众切身利益至关重要，要切实提高政治站位，全力以赴抓好保交房、稳房市等工作。
2024 年 10 月	财政部在国新办新闻发布会上提出将“叠加运用地方政府专项债券、专项资金、税收政策等工具，支持推动房地产市场止跌回稳”。 具体而言，一是允许专项债用于土地储备；二是支持收购存量房，加大保障性住房供给；三是及时优化完善相关税收政策。
2024 年 10 月	住房和城乡建设部部长在国新办新闻发布会上，提出“中国的房地产在系列政策作用下，经过三年的调整，市场已经开始筑底”、“政策效果已经开始显现，房地产开发投资、新建商品房销售等主要指标降幅继续收窄，特别是 9 月底以来，一手房的看房量、到访量、签约量明显增加，二手房的交易量持续上升，市场出现了积极变化。”、“房地产的主要指标明显好转。特别是一线城市，10 月份以来全线回稳”。
2024 年 11 月	财政部、税务总局、住房和城乡建设部发布了《关于促进房地产市场平稳健康发展有关税收政策的公告》： 契税方面，将现行享受 1% 低税率优惠的面积标准由 90 平方米提高到 140 平方米，并明确北上广深 4 个城市可以与其他地区统一适用家庭第二套住房契税优惠政策，即调整后，在全国范围内，对个人购买家庭唯一住房和家庭第二套住房，只要面积不超过 140 平方米的，统一按 1% 的税率缴纳契税。 增值税方面，在城市取消普通住宅标准后，对个人销售已购买 2 年以上(含 2 年)住房一律免征增值税。
2024 年 11 月	国家税务总局发布《关于降低土地增值税预征率下限的公告》： 土地增值税方面，将各地区土地增值税预征率下限统一降低 0.5 个百分点。各地可以结合本地区情况对实际执行的预征率进行调整。

随着一揽子利好政策落地，国庆以来多地楼市成交活跃。根据住房和城乡建设部“全国房地产市场监测系统”网签数据，10 月份全国新建商品房网签成交量同比增长 0.9%，比 9 月份同比扩大 12.5 个百分点，自去年 6 月份连续 15 个月下降后首次实现增长；全国二手房网签成交量同比增长 8.9%，连续 7 个月同比增

长；新建商品房和二手房成交总量同比增长 3.9%，自今年 2 月份连续 8 个月下降后首次实现增长。从环比数据看，10 月份全国新建商品房网签成交量环比增长 6.7%；二手房网签成交量环比增长 4.5%；新建商品房和二手房成交总量环比增长 5.8%。

从地域上看，10 月份一线城市房产成交量增长明显，广州、深圳、南京、宁波、大连、东莞等城市新房成交量同比增幅超过 30%，北京、上海、深圳、杭州等城市二手房成交量同比增长超过 50%。同时，成交量增长从一线城市向更多城市扩大，11 个省份新建商品房网签成交量同比增长，较上月增加 6 个。

综上，近期出台的“一揽子”房地产支持政策效果已开始显现，随着各项政策不断落地，房地产市场的改善将更加显著，我国房地产市场有望进入筑底企稳阶段，将带动上游建筑陶瓷行业消费需求的修复。

（二）存量建筑重装需求是建筑陶瓷行业未来需求的基本盘，城镇化持续推进、存量房迎来改造高峰，叠加装修补贴政策落地，为公司业绩稳定提供坚实支撑

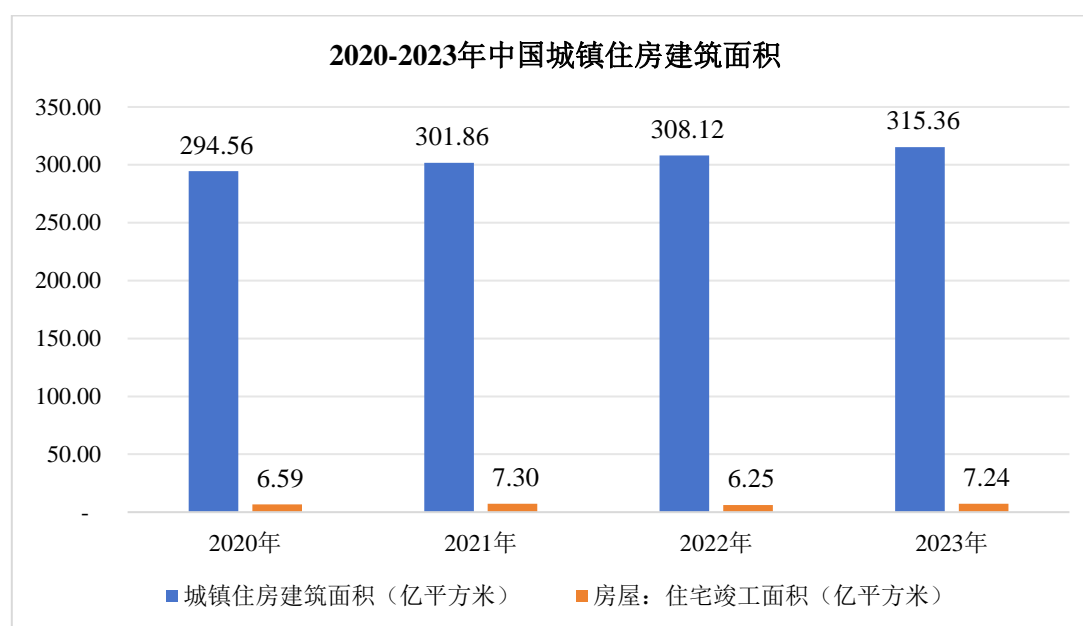
2023 年底我国常住人口城镇化率达到 66.16%，与高收入国家平均 80%左右的城镇化率相比，我国城镇化水平仍有一定发展空间。2024 年，国务院印发《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》，提出要经过 5 年的努力使常住人口城镇化率提升至接近 70%，城镇化的持续推进，将带来一定的城镇住房新增需求和重装需求。

长期来看，已有建筑的翻新带来的装修需求有望迎来上升趋势，为建筑陶瓷行业带来巨大增量。存量建筑的建筑陶瓷市场需求可分为两部分：城中村、老旧小区改造和房屋重装。

城中村、老旧小区改造方面，近年来我国在大力推进老旧小区的改造，2019-2022 年，我国已累计开工 16.74 万个老旧小区改造，到 2023 年底我国累计开工老旧小区改造数量已达 22.11 万个。2023 年以来国务院、中共中央陆续提出在超大特大城市积极稳步实施城中村改造，2024 年 10 月住建部提出要新增实施 100 万套城中村改造和危旧房改造，老旧小区改造将拉动部分室内装修的需求，并且改造过程中对小区内建筑物屋面、外墙、楼梯等公共部位的提升维修中也会带动

建筑陶瓷需求。

房屋重装方面，据测算 2023 年末我国存量住房面积超过 300 亿平方米，其中 20 年以上房龄住房占比接近 30%。随着存量住宅房龄的增长以及二手房市场的持续发展，都将产生存量房二次装修和局部翻新需求，为建筑陶瓷行业带来巨大的市场空间。



数据来源：国家统计局

在装修补贴政策方面，为刺激居民装修消费需求，国家发改委等部门于 2024 年 6 月印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，提出丰富家装家居消费场景，鼓励家装样板间进商场、进社区、进平台，支持居民开展旧房装修、局部改造和居家适老化改造。2024 年 8 月以来，旧房装修补贴政策在北京、上海、深圳、浙江等多地陆续出台，预计将在全国范围内逐步实施，建筑陶瓷消费需求有望加快释放，为公司业绩稳定提供坚实支撑。

（三）新产品应用场景和领域不断延伸，拓展建筑陶瓷行业市场边界，为公司业绩提供新的增长点

近年来，以陶瓷板材为代表的新产品推出是对传统产品的重要革新，陶瓷板材突破了传统瓷砖的装饰属性，具备尺寸规格跨度大、定制加工属性好、使用性能提升等诸多优点。建筑陶瓷新产品的这些特性使得瓷砖从以往在墙面、地面的应用，逐步向与家居场景强相关的成品家具、定制家居、家电、橱柜面板等应用

领域拓展，对石材、木板、塑胶板、玻璃、铝板以及各类复合板等材料形成一定替代作用，市场规模迅速扩大，成为行业新的增长点。

二、从市场竞争情况来看，鉴于高端产能供给不足、市场分散的行业竞争格局，受益于行业转型升级和集中度提升的确定趋势，公司凭借规模和绿色产能优势，市场份额将进一步扩大，实现经营业绩稳定

2023 年我国规模以上建筑陶瓷企业收入约 2,987 亿元，预估全行业规模或超 3,000 亿元，建筑陶瓷行业市场空间大。从竞争格局角度看，目前我国建筑陶瓷行业分散，呈现“大行业，小企业”的市场竞争格局，单家企业市场份额不超过 5%。

近年来，随着“煤改气”等环保政策逐步落地，“碳排放”、“能耗”成为陶瓷行业发展的约束性指标，对建筑陶瓷企业的节能环保要求日益提升，同时行业面临高端产能供给不足、低端产能供给过剩的问题，行业向绿色化、高端化、智能化转型是必然趋势。而无论是使用更清洁的天然气还是购置更先进的环保设备或自动化产线，都使建筑陶瓷行业转型升级投入门槛显著增加，对中小企业构成进入壁垒，使建筑陶瓷行业加速落后产能的淘汰。

根据中国建筑卫生陶瓷协会的统计数据，2017-2023 年期间，有 300 多家规模以上陶瓷企业被淘汰，企业数量从 1,402 家减少到 1,022 家，下降了 27.10%，全国瓷砖产量减少约 34.16 亿平米，跌幅达 33.67%。头部企业利用规模和绿色节能技术优势等进一步扩大高端产能供给，2019-2023 年马可波罗、东鹏控股和蒙娜丽莎三家行业头部企业合计销量增长 43.12%，以产量口径计算市场占有率从 4.01% 提升至 7.38%，行业集中度明显提高。

中国建筑卫生陶瓷协会预计到“十四五”末行业销售额前十企业的集中度将超过 20%，市场份额越来越向头部企业集中，将有利于行业头部企业引领行业用新技术改造提升传统产业，积极促进行业走向绿色化、高端化、智能化，加快实现行业转型升级，加速发展建筑陶瓷产业新质生产力。

综上，公司较早完成“煤改气”，同时大力发展尾矿尾料循环利用，既实现了减废降碳的绿色生产，也巩固了成本优势，因此公司作为行业龙头将受益于行业转型升级、集中度提升的行业发展趋势，有望在建筑陶瓷行业巨大的市场空间

中进一步扩大份额，为未来经营业绩稳定提供重要支撑。

三、从销售端来看，公司及时把握市场变化和消费新需求，不断优化产品结构、客户结构和渠道布局，提升高单价产品比例以保障价格稳定，支持经销商拓展家装渠道实现销量增长，公司未来业绩稳定可持续

（一）突出的品牌影响力有助于实现公司产品的高附加值及稳定业绩

发行人拥有的“马可波罗瓷砖”、“唯美 L&D 陶瓷”品牌是行业公认的头部品牌，“马可波罗瓷砖”的品牌价值连续十三年位列建筑陶瓷行业第一。近年来，发行人注重品牌投入，报告期内累计广告宣传投入 36,196.50 万元，在同行可比公司中处于较高水平。发行人已建立起较强的品牌影响力，有利于公司在激烈的市场竞争中保持优势，实现产品的高附加值，保持整体经营业绩的稳定性。

（二）公司优化产品结构，陶瓷板材占比提升，有助于抵消降价对业绩的不利影响，公司产品价格降幅收窄

近年来，以陶瓷板材为代表的新产品引领行业发展热点，被家具设计师们应用到了更多的家居环境中，受到了终端消费者的青睐和追捧，陶瓷板材市场成长迅速。

报告期内，发行人主要产品单价及收入变动情况如下：

单位：万元、元/平米

产品类型	2024 年 1-6 月			2023 年度		
	收入	单价	收入占比	收入	单价	收入占比
陶瓷板材	103,774.66	50.75	28.58%	239,050.04	54.16	26.92%
普通砖	259,308.12	34.46	71.42%	648,917.43	35.90	73.08%
合计	363,082.78	37.94	100.00%	887,967.47	39.48	100.00%
产品类型	2022 年度			2021 年度		
	收入	单价	收入占比	收入	单价	收入占比
陶瓷板材	209,763.02	59.86	24.35%	138,987.82	86.92	14.89%
普通砖	651,592.96	37.90	75.65%	794,566.84	41.96	85.11%
合计	861,355.99	41.62	100.00%	933,554.66	45.46	100.00%

注：陶瓷板材指由黏土和无机非金属材料经成形、高温烧成等工艺制成的规格不小于 750*1500mm（上表面积 1.125 m²）的板状陶瓷制品，包括陶瓷薄板、陶瓷大板、陶瓷岩板及其

他规格不小于 750*1500mm 板状陶瓷制品。

报告期内发行人积极把握市场需求，不断优化产品结构，大力拓展单价较高的陶瓷板材业务，报告期对应销售占比从 14.89%提升至 28.58%，有助于抵消产品因市场竞争降价的影响，2022 年至 2024 年 1-6 月，公司产品单价分别下降 3.84 元/平米、2.14 元/平米和 1.54 元/平米，降幅分别为 8.45%、5.14%、3.90%，降幅不断收窄，销售价格趋于稳定有助于保障公司盈利能力的持续稳定。

（三）公司及时应对下游市场变化，优化客户结构，积极把握消费需求转变，支持经销商拓展家装客户，保持业绩稳定

报告期内，发行人的销售终端客户主要由房地产工程、家装公司及零售渠道构成。

过去几年房地产行业调整，房地产企业采购需求有所下降，且公司加强了风险管控，主动减少了对部分经营风险较大的房地产客户的销售规模，因此终端客户中房地产客户销售收入和占比呈现下降趋势。

近年来，家居消费模式从购买产品本身快速扩展至购买整体空间解决方案，而家装这种从设计、施工到家具产品、软装饰品的搭配等方面提供家庭装修一站式解决方案的模式，十分契合年轻一代消费者省钱、省时、省力的消费需求，因此家装业务近几年快速发展。公司一方面直接通过与大型家装企业建立合作关系实现销售，另一方面通过开拓特定产品线，专供家装渠道，助力经销商拓展家装市场，巩固和扩大公司经销业务，保证经营业绩稳定可持续。报告期各期，终端客户中家装客户的金额及占比呈上升趋势。

综上，在销售端，公司及时把握下游市场变化和终端消费需求转变，不断优化产品结构，提升高单价产品比例以保障价格稳定。直销模式下，公司主动调整客户结构，提高销售质量，降低经营风险。经销模式下，加强家装渠道布局，支持经销商拓展家装渠道实现销量增长，有利于公司未来业绩稳定可持续。

四、从成本端来看，公司坚持绿色循环经济，尾料、尾矿等物料的规模化利用降低原材料成本，通过持续精进生产技术工艺降低能耗、提升效率，大力推行“极致成本”战略的实施，建立起精益运营的企业文化，实现降本增效以保障盈利空间

（一）公司坚持绿色循环经济，实现尾料、尾矿等物料的规模化利用降低原材料成本

公司坚持绿色循环经济，构建以绿色工厂、绿色产品、绿色供应链为主题的绿色制造体系，通过配方改良及生产技术的提升，解决工艺瓶颈，实现陶瓷生产过程中的各类尾料循环使用，同时还大量消化生产基地周边的尾矿、尾料、城市弃土等“城市矿山”，在最大程度节约资源的同时，降低公司的原材料成本。

（二）公司通过设备升级改造和精进生产工艺有效提升能源使用效率、降低能源消耗，实现能源成本节约

发行人较早完成煤改气，在提高天然气使用效率方面积累了丰富经验。一方面公司拥有低温快烧专利技术，积极推进瓷砖坯体减薄生产技术的研发与应用以及优化坯体工艺配方等，降低辊道窑烧成温度，提高产品烧成速度，有效提升单线生产效率并减少干燥及烧成的天然气消耗量，降低单位能源成本。另一方面公司对部分产线干燥器、燃烧器等生产设备进行技术改造，实现了烧成温度的降低和能源使用效率的提升。同时，公司通过工艺优化，使用较大吨位的球磨机、引入原料预破碎环节，有效节省球磨环节耗电量，提升电的使用效率。

（三）公司大力推行“极致成本”战略的实施，建立起精益运营的企业文化，将节约意识贯穿到生产经营过程始终

公司一直秉承成本是规划、管理出来的理念，大力推行“极致成本”战略的实施，建立起精益运营的企业文化，将节约意识贯穿到生产经营过程始终。一方面推行“划小单位考核制度”，对所有降本增效措施进行落实考核。另一方面，公司设立总裁改革创新奖等激励措施，鼓励广大员工开展创新节约活动，向同行业单项标杆学习。此外公司还通过加大集团采购、淡季采购和择机采购以及不断完善供应商招投标管理、扩大源头采购等措施，有效降低采购成本。

综上，在成本端，公司多年来在配方技术、生产工艺技术等方面进行持续创新和提升，大力推行“极致成本”战略的实施，形成了较为明显的成本优势，是公司能够实现业绩稳定的重要因素。

五、从同行业公司对比来看，公司经营规模较大，业务发展稳健，报告期与同行业公司相比抗风险能力强，业绩较为稳定

受房地产市场整体下滑影响，2021-2023 年建筑陶瓷行业产量下滑 17.67%。在此背景下，公司近三年营业收入分别为 93.65 亿元、86.61 亿元和 89.25 亿元，产量增长 10.84%，销量增长 9.52%，保持较大且稳定的业绩规模，体现出公司作为行业龙头较为突出的抗风险能力。

报告期，公司与同行业可比公司经营业绩变动的对比情况如下：

单位：万元

项目	名称	2024 年 1-6 月	变动 幅度 (%)	2023 年度	变动 幅度 (%)	2022 年度	变动 幅度 (%)	2021 年度
营业收入	东鹏控股	309,416.03	-14.72	777,276.25	12.16	692,986.33	-13.15	797,866.34
	蒙娜丽莎	233,452.01	-19.78	592,079.04	-4.94	622,858.43	-10.85	698,652.13
	帝欧家居	138,956.68	-21.73	376,045.30	-8.55	411,203.60	-33.11	614,702.58
	新明珠	未披露	-	未披露	-	742,419.96	-12.59	849,323.22
	行业平均	227,274.91	-17.99	581,800.20	1.06	617,367.08	-16.59	740,136.07
	马可波罗	364,945.55	-14.53	892,475.01	3.05	866,092.92	-7.52	936,482.90
归属于母 公司 股东的净 利润	东鹏控股	21,050.89	-45.22	72,043.30	256.63	20,201.00	31.50	15,361.97
	蒙娜丽莎	8,260.21	-49.77	26,623.84	169.93	-38,070.06	-220.93	31,481.34
	帝欧家居	-5,506.54	9.07	-65,809.81	56.35	-150,752.32	-2,255.69	6,993.22
	新明珠	未披露	-	未披露	-	61,168.01	0.15	61,077.50
	行业平均	7,934.85	-51.24	10,952.44	119.49	-26,863.34	-193.51	28,728.51
	马可波罗	71,080.01	-7.95	135,293.72	-10.66	151,434.61	-8.40	165,323.29
扣除 非经常 性损益 后 归属于母 公司 股东的净 利润	东鹏控股	19,950.11	-42.59	67,991.30	233.92	20,361.85	340.61	4,621.31
	蒙娜丽莎	6,873.46	-58.68	24,225.49	157.64	-42,025.33	-240.87	29,831.79
	帝欧家居	-7,126.92	-5.53	-63,868.97	57.63	-150,741.49	-2,156.00	7,331.78
	新明珠	未披露	-	未披露	-	56,172.53	2.10	55,014.49
	行业平均	6,565.55	-55.87	9,449.27	116.44	-29,058.11	-220.08	24,199.84
	马可波罗	64,170.79	-9.88	123,989.87	-8.84	136,014.28	-6.83	145,978.19

注：1、2024 年 1-6 月的变动幅度为较 2023 年 1-6 月的变动情况；

2、帝欧家居 2022 年、2023 年和 2024 年 1-6 月归母净利润和扣非后归母净利润均为亏损，同比增幅代表亏损缩小，同比减幅表示亏损扩大；

3、新明珠未披露 2023 年和 2024 年 1-6 月数据，计算 2023 年度和 2024 年 1-6 月行业平均变动幅度未包含新明珠。

2022 年、2023 年和 2024 年 1-6 月，公司营业收入变动幅度分别为-7.52%、3.05%和-14.53%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润变动幅度分别为-6.83%、-8.84%和-9.88%。同行业可比公司营业收入平均变动幅度分别为-16.59%、1.06%和-17.99%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润变动幅度分别为-220.08%、116.44%和-55.87%。与同行可比公司相比，公司扣非后归母净利润变动幅度与营业收入变动幅度相近，主要系发行人业绩规模较大，各项财务指标较为平稳，具有较强的稳定性和抗风险能力。

六、从期后业绩来看，公司报告期期后业绩稳定，不存在大幅下滑风险

（一）2024 年 1-9 月业绩情况

公司 2024 年 1-9 月的业绩与去年同期比较情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-9 月	2023 年 1-9 月	同比变动比例
营业收入	549,840.42	659,694.87	-16.65%
归属于母公司股东的净利润	113,716.12	121,827.16	-6.66%
扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的净利润	100,813.16	114,687.32	-12.10%

注：上述 2024 年 1-9 月公司的财务数据，已经容诚会计师审阅。

公司 2024 年 1-9 月实现营业收入为 549,840.42 万元，同比变动-16.65%；归属于母公司股东净利润为 113,716.12 万元，同比变动-6.66%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 100,813.16 万元，同比变动-12.10%，公司业绩同比下降主要系受市场环境的影响。

（二）2024 年全年业绩预计

公司预计 2024 年主要经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度预计	2023 年度	同比变动比例
营业收入	723,000.00~743,000.00	892,475.01	-18.99%~-16.75%
归属于母公司所有者的净利润	128,000.00~135,000.00	135,293.72	-5.39%~-0.22%
扣除非经常性损益后 归属于母公司股东的净利润	115,000.00~122,000.00	123,989.87	-7.25%~-1.60%

注：2024 年度数据为预计数，未经审计或审阅。

公司预计 2024 年度实现营业收入约为 723,000.00 万元至 743,000.00 万元，同比下降 18.99%至 16.75%；归属于母公司所有者的净利润约为 128,000.00 万元至 135,000.00 万元，同比下降 5.39%至 0.22%，扣除非经常性损益后归母净利润约为 115,000.00 万元至 122,000.00 万元，同比下降 7.25%至 1.60%。

2024 年 9 月中共中央政治局召开会议，明确提出“要促进房地产市场止跌回稳”，中央和地方推出一系列房地产支持政策。2024 年 10 月，我国房地产市场交易数据已呈现明显回暖迹象，随着市场需求端的逐步回暖，公司 2024 年业绩不存在大幅下滑风险。

综上所述，公司经营规模较大，业务发展稳健，报告期与同行业公司相比抗风险能力强，业绩较为稳定。在房地产市场筑底回稳、市场份额向头部企业集中以及公司产品价格企稳的背景下，发行人将充分发挥品牌、产品、技术工艺、成本等方面的竞争优势，经营业绩将保持稳健发展的态势。

七、核查程序和核查结论

（一）核查程序

保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅研究报告及公开新闻报道，了解房地产利好政策、发行人所在行业的发展趋势、竞争格局变化及未来市场需求等；了解分析公司主要产品的价格、销量变动趋势；结合上述信息，分析公司未来单价、销量持续下滑风险；

2、取得发行人报告期收入成本明细表，核查各产品销售单价和单位成本情况，并与上年同期进行对比，分析价格和毛利率波动原因；

3、查阅同行业可比公司报告期各期定期报告财务数据，对比与发行人业绩变动情况差异并分析其原因及合理性，分析发行人经营业绩是否具备稳定性；

4、获取发行人终端销售数据，分析各终端销售客户类型收入及占比变动原因；

5、重点针对发行人销售收入真实性，执行了如下核查程序：

（1）了解与收入确认相关的关键内部控制，确定相关内部控制是否得到有

效执行；

（2）检查主要的销售合同，分析收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（3）对营业收入及毛利率按业务类别、客户类型、季度等执行分析性程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

（4）执行细节测试，包括销售合同、客户提货单、客户验收单、送货单、报关单等；

（5）查询主要客户及新增客户的工商登记资料等，实施函证程序，报告期内，对主要客户进行发函，发函比例均在 80%以上，回函确认比例为 70%以上，对未回函的客户，执行了替代测试程序，核查客户的销售订单、发货单、送货单、验收单、报关单和发票等原始单据，以及期后回款情况，通过函证及替代测试核实收入真实性比例 80%以上；

（6）对发行人报告期内主要客户进行实地走访和视频访谈，确认客户是否真实经营，了解客户的基本情况、与发行人业务合作情况、与发行人定价与结算情况、关联关系及其他资金往来情况等；

（7）获取发行人出口退税申报表和海关电子口岸数据，核查出口退税金额和海关电子口岸数据与公司出口收入规模的匹配性；

（8）对销售收入执行截止性测试，将资产负债表日前后确认的营业收入核对至提货单、验收单、送货单、报关单等支持性文件，核查营业收入是否在恰当期间确认；

（9）结合同行业公司毛利率，行业环境因素，发行人主要产品类型构成，目标市场客户群体，国家政策等因素进行对比毛利率分析；

（10）发行人客户销售回款涉及银行存款回款及应收票据回款，检查大额回款凭证，核对回款金额、日期、付款人名称等信息；

（11）获取报告期各期主要经销商的进销存数据，分析期末存货余额占当期采购金额比例，是否存在库存积压的情况。对发行人主要经销商进行了访谈，查看经销商库存情况；

（12）针对发行人的经销商收入，穿透至终端客户进行走访核查，确认发行人经销商是否均已实现收入。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

公司经营规模较大，业务发展稳健，报告期与同行业公司相比抗风险能力强，业绩较为稳定。在房地产市场筑底回稳、市场份额向头部企业集中以及公司产品价格企稳的背景下，发行人将充分发挥品牌、产品、技术工艺、成本等方面的竞争优势，经营业绩将保持稳健发展的态势。

1-2 说明单项坏账准备计提是否准确

报告期内，公司的单项坏账计提政策具有合理性且一贯执行，不存在跨期调节的情形，单项坏账准备计提准确，符合企业会计准则的规定，具体分析如下：

一、公司应收款项坏账计提整体情况

报告期各期末，公司应收款项余额（含应收账款、应收票据、合同资产、其他应收款等科目）分别为 379,786.50 万元、342,895.29 万元、310,947.66 万元及 300,566.46 万元，坏账准备余额分别为 110,129.60 万元、110,893.19 万元、136,598.49 万元及 134,212.43 万元。其中涉及单项计提的应收款项余额合计 95,555.55 万元、108,999.43 万元、122,182.36 万元和 116,281.43 万元，坏账计提余额 66,285.19 万元、66,222.24 万元、90,750.70 万元和 87,681.04 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	2024.6.30	2023.12.31	2022.12.31	2021.12.31
应收款项余额	300,566.46	310,947.66	342,895.29	379,786.50
其中：单项计提	116,281.43	122,182.36	108,999.43	95,555.55
组合计提	184,285.03	188,765.30	233,895.86	284,230.95
坏账准备	134,212.43	136,598.49	110,893.19	110,129.60
其中：单项计提	87,681.04	90,750.70	66,222.24	66,285.19
组合计提	46,531.39	45,847.79	44,670.95	43,844.42
应收款项净额	166,354.03	174,349.18	232,002.10	269,656.90
其中：单项计提	28,600.39	31,431.66	42,777.19	29,270.36
组合计提	137,753.64	142,917.52	189,224.91	240,386.54

公司的应收款项余额呈逐年减少的趋势，但坏账准备整体呈增长趋势，主要原因是 2020 年下半年起，发行人针对部分债务违约风险较高的涉房客户的应收款项单项计提坏账准备。

报告期各期，公司信用减值损失构成如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
应收票据坏账损失	36.94	-409.77	-19,290.15	22,417.33
应收账款坏账损失	4,241.99	38,538.24	22,441.12	38,320.05
其他应收款坏账损失	108.03	2,185.16	4,993.17	15,318.85
合计	4,386.96	40,313.63	8,144.14	76,056.24

2021 年信用减值损失较大，主要系多家地产公司经营状况恶化导致信用风险增加，应收款项坏账减值计提增加所致。

2022 年信用减值损失下降较多，主要系 2022 年主要客户信用风险在 2021 年基础上未显著进一步增加，且上年部分客户单项计提的坏账转回所致。其中应收票据减值损失存在大额转回的主要原因系：（1）部分逾期票据期末转回至应收账款及其他应收款导致应收票据坏账准备同步转至对应科目；（2）上年部分单项计提的坏账准备本期转回。

2023 年信用减值损失较上年有所增加，主要系 2023 年主要客户出现美元债价格进一步下跌、以房抵债进展不及预期或其他信用风险进一步增加的迹象，公司对信用风险较高的多家地产公司提高坏账准备单项计提比例，应收款项坏账减值计提增加所致。

2024 年上半年发行人信用减值损失下降，主要系当期客户信用风险未发生明显变化，公司信用减值损失计提减少。

综上，公司报告期内坏账计提金额波动的原因具有合理性。

二、按单项计提坏账准备计提政策及情况

（一）单项坏账准备计提的范围合理、充分

公司对报告期内期末应收款项余额超过 200 万元的客户逐个进行核查，当客户出现以下情形时，将期末余额列入单项计提：

- 1、当客户出现公开市场债务违约时，列入单项计提坏账准备的范围；
- 2、当客户的美元债券市场价格显著下跌、下跌幅度明显大于公司对该客户按整体预期信用损失率计提的坏账准备比例，列入单项计提范围；

3、当客户出现大量的以房抵债时，说明客户的流动性较差、信用风险明显上升，列入单项计提坏账准备的范围；

4、针对提起诉讼客户和列为失信被执行人的客户，公司综合评估客户的信用风险并视情况列入单项计提坏账准备的范围。

美元债作为世界上规模最大、交易市场最成熟的债券品种，其价格能够较为充分地反映发债主体的信用风险，以美元债价格大幅下跌作为单项计提坏账范围的考虑因素之一，具有合理性；除该因素外，公司还将公开市场违约、大规模以房抵债、涉诉、被列为失信被执行人等信用风险恶化迹象作为纳入单项计提范围的考虑因素。因此，单项坏账计提的范围具有合理性、充分性。

（二）单项计提比例的确认方法合理、明确

公司主要结合客户美元债价格、客户股东背景、账龄及期后回款情况综合判断确定单项计提比例。

1、有美元债客户的单项计提比例确定方法

（1）参考美元债价格客户的单项计提

对于非国资背景公司且有美元债价格可参考的客户，在 2021 年度与 2022 年度，公司按以下标准确认单项计提比例：美元债价格小于 15 美元的按 90%计提；美元债价格大于等于 15 美元且小于 25 美元的按 80%计提；美元债价格大于等于 25 美元且小于 35 美元的按 70%计提；美元债价格大于等于 35 美元且小于 50 美元的按 60%计提；美元债价格大于等于 50 美元的暂不单项计提。具体情况如下：

美元债价格区间	单项计提比例
大于等于 50 美元	不列入单项计提
大于等于 35 美元且小于 50 美元	60%
大于等于 25 美元且小于 35 美元	70%
大于等于 15 美元且小于 25 美元	80%
小于 15 美元	90%

自 2023 年起，由于下游客户整体信用风险有上升趋势，公司对于美元债价格小于 15 美元的按 100%计提。

(2) 考虑股东背景及期后回款等情况且有美元债价格可参考的客户单项计提

公司在确定单项计提比例时，在美元债价格基础上，还会综合考虑其国资背景、期后回款情况及账龄等情况。国资背景公司指国资控制公司或第一大股东为国资或国资控制公司，由于国资背景公司的信用风险低于同等情况下的非国资背景公司，此外，期后回款情况较好（含抵房进展较好）一定程度反映了客户履行债权的能力，因此针对国资背景公司及期后回款情况较好的客户，公司会在原有计提比例的基础上调整一定的计提比例。

(3) 未参考美元债价格的单项计提

客户美元债价格大于等于 50 美元时，参考美元债价格无需单项计提坏账准备，但触发公开市场债务违约、大规模以房抵债、涉诉、余额 200 万元以上且被列为失信被执行人等情形的，按以下原则确认单项计提比例：

2021 年度，公司该情形下不存在 200 万元以上的大规模以房抵债、涉诉或被列为失信被执行人客户（参考美元债确定单项计提比例客户中的涉诉、被列为失信被执行人客户或大规模以房抵款客户除外，下同）。

2022 年度，公司对前述客户按 30%计提坏账准备。公司在以房抵债过程中获得的房产的可变现净值占债权原值的比例约为 70%，前述各情形中信用风险较为接近，因此对前述情形按 30%计提坏账准备。

2023 年及 2024 年 1-6 月，前述情形客户应收款项的账龄大幅度向长账龄迁徙，对其单项计提比例结合账龄情况提高至按 50%或 100%的比例计提。

2、未公开发行美元债客户的单项计提比例确定方法

对于未公开发行美元债的客户，公司主要考虑其是否涉及触发公开市场债务违约、大规模以房抵债、是否涉诉及被列入失信被执行人等信息，并结合客户股东背景、账龄及期后回款情况综合判断是否触发单项计提条件。计提比例的确定方法见本回复“问题 1-2、二、（二）、1、（3）未参考美元债价格的单项计提”

相关内容。

（三）公司应收款项单项计提相关的内控及审批程序完善，能够有效防范利用坏账计提调节利润的风险

公司制定了《销售与回笼管理规定》，在对应收款项进行日常管理的基础上，业务人员收集客户主体信用情况、逾期时间等信息并识别信用风险较大的客户，反馈给财务部门进行会计处理。在财务核算上，公司制定了《金融资产减值准备计提细则》，明确规定了应收款项信用风险显著增加时单项坏账计提的标准。上述内控制度在报告期内有效执行，同时公司建立了财务报表审批、审计报告出具以及董事会等公司治理层面的审批制度，能够有效防范利用坏账计提调节利润的风险。

综上，报告期内，公司应收款项单项计提相关的内控及审批程序完善，并得到有效执行，对外披露财务信息相关制度并有效执行，能够有效防范利用坏账计提调节利润的风险。

三、与同行业可比公司的对比分析

（一）信用减值损失同行业对比分析

报告期内，公司及同行业企业信用减值损失计提情况如下：

单位：万元

公司	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
东鹏控股	2,911.46	11,072.44	16,508.37	77,244.80
蒙娜丽莎	4,111.04	25,078.93	59,512.16	18,576.64
帝欧家居	206.52	34,758.61	67,200.15	30,891.35
新明珠	-	-	4,790.81	78,207.39
马可波罗	7,120.65	43,736.75	19,263.84	76,056.24

注：表中数据为信用减值损失计提数，等于利润表中信用减值损失发生额加单独进行减值测试的应收款项减值准备转回金额；新明珠未披露 2023 年度及 2024 年 1-6 月数据，下同。

1、2021 年与 2022 年计提情况分析

2021 年、2022 年，公司与东鹏控股、新明珠在信用风险识别较为一致，在 2021 年计提了大额信用减值损失、在 2022 年计提的信用减值损失相对较小；发

行人 2022 年单项坏账计提金额小于蒙娜丽莎、帝欧家居，主要是由于：坏账计提政策方面，发行人 2021 年地产客户出现美元债大幅下跌、大规模以房抵债等迹象时即已对主要地产公司单项计提坏账，2021 年蒙娜丽莎主要针对公开违约及票据逾期客户进行单项计提、单项计提范围及比例较低，帝欧家居该年对余额较大的部分地产公司根据信用风险判断计提比例较低，2022 年地产公司进一步大面积公开市场违约时，蒙娜丽莎、帝欧家居增加了单项计提范围和比例；此外发行人与同行业相比对部分地产客户的余额规模也存在较大差异。以上因素综合导致发行人 2022 年单项计提金额小于蒙娜丽莎和帝欧家居，具有合理性。

2、2023 年计提情况分析

2023 年，公司信用减值损失计提数占应收款项余额的比重与蒙娜丽莎、帝欧家居较为接近，高于东鹏控股，主要系：

（1）对重点客户的单项计提或增加单项计提比例使得信用减值损失增加

房地产行业进一步出清，部分房地产公司信用风险进一步上升，公司对该部分房地产公司增加了单项计提金额。

（2）账龄组合计提的长账龄应收款项占比增加使得信用减值损失增加

2022 年末与 2023 年末，公司按账龄组合计提坏账的应收款项余额分别为 229,226.70 万元和 186,325.00 万元，1 年以上账龄占比分别为 33.85%和 41.78%，1 年以上账龄占比上升了 7.93 个百分点，导致账龄组合计提比例由 2022 年 19.42% 上升到 24.49%，坏账准备计提比例上升了 5.07 个百分点。长账龄应收款项的占比上升使得账龄组合的坏账准备比例增加、使得信用减值损失增加。按 2022 年末账龄组合综合计提比例模拟计算的 2023 年末账龄组合坏账准备余额为 36,191.11 万元，2023 年末账龄组合坏账准备实际余额为 45,635.45 万元，因长账龄占比上升使得坏账准备余额和信用减值损失增加了 9,444.35 万元。

3、2024 年 1-6 月计提情况分析

2024 年 1-6 月，公司计提的信用减值损失金额为 7,120.65 万元，高于同行业可比公司，具有谨慎性。

综上所述，经与同行业对比分析，公司信用减值准备计提具有合理性，不存在调节利润的情形。

（二）综合坏账计提比例同行业对比分析

报告期各期末，公司的应收款项综合坏账计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	项目	2024/6/30	2023/12/31	2022/12/31	2021/12/31
东鹏控股	账面余额	254,826.89	257,811.81	257,825.49	284,553.77
	坏账准备	123,033.88	120,687.85	110,445.52	95,799.62
	占比	48.28%	46.81%	42.84%	33.67%
蒙娜丽莎	账面余额	200,487.42	185,873.61	199,731.03	218,427.85
	坏账准备	87,652.56	87,446.15	73,765.30	23,049.29
	占比	43.72%	47.05%	36.93%	10.55%
帝欧家居	账面余额	300,492.75	308,386.17	351,031.80	446,531.05
	坏账准备	139,984.43	142,764.07	114,201.05	50,959.87
	占比	46.58%	46.29%	32.53%	11.41%
新明珠	账面余额	-	-	300,123.78	315,650.30
	坏账准备	-	-	151,158.31	148,985.33
	占比	-	-	50.37%	47.20%
发行人	账面余额	381,972.95	392,354.15	424,301.78	446,548.29
	坏账准备	202,437.70	204,823.76	168,259.84	160,521.25
	占比	53.00%	52.20%	39.66%	35.95%

注 1：上表中的账面余额为应收款项账面余额，包含应收账款、应收票据、其他应收款及合同资产四个科目余额加对外转让关联方的应收款项余额合计；

注 2：上表中的占比（应收款项综合坏账计提比例）=坏账准备/账面余额；

注 3：新明珠未披露 2023 年末、2024 年 6 月末数据。

由上表可知，发行人 2023 年末、2024 年 6 月末综合坏账计提比例与同行业接近，发行人 2021 年综合计提比例低于新明珠，2022 年低于新明珠、东鹏控股，主要是应收款项余额中客户结构差异导致的。

（三）报告期与同行业可比公司单项计提的对比情况

报告期内，公司单项计提坏账准备情况与同行业对比如下：

单位：%

年度	东鹏控股	帝欧家居	蒙娜丽莎	新明珠	马可波罗
2021 年度	41.64-80.00	24.00-80.00	8.09-50.00	30.00-90.00	60.00-90.00
2022 年度	23.26-100.00	20.00-90.00	30.00-100.00	30.00-90.00	30.00-90.00
2023 年度	40.00-100.00	不适用	不适用	80.00-90.00	50.00-100.00
2024 年 1-6 月	不适用	不适用	不适用	不适用	50.00-100.00

注 1：考虑可比性，此处仅列示同行业公司披露了具体单项计提客户名称的坏账计提比例情况；同行业公司 2024 年 6 月末均未披露单项计提坏账准备的具体客户构成；

注 2：蒙娜丽莎 2022 年年报问询函披露单项计提坏账准备的前十名单位名称，其余未披露单位名称数据取自 2022 年半年报数据；

注 3：新明珠反馈回复中仅披露 2023 年 6 月恒大地产等两家地产客户单项计提比例情况。

2021 年至 2022 年，与同行业可比公司相比，发行人存在对部分地产客户的应收款项坏账未进行单项计提或计提比例较低的情形，但不存在较大差异，主要系部分客户积极与公司协商偿债方案，或期后回款情况良好，公司参照美元债价格，结合期后回款、客户股东背景等客户信用状况确定单项坏账计提比例，单项计提比例与同行业不存在重大差异；公司对部分地产客户进行综合评估，其中部分客户当期回款情况良好，应收款项账龄主要集中在 1 年以内，应收款项无法回收风险较小，或者部分客户按账龄计提的坏账比例与假设美元债价格计提的坏账比例接近，因此对该部分客户按照账龄组合计提坏账。公司坏账计提符合信用风险认定、符合公司实际业务情况、符合公司会计政策及《企业会计准则》。

截至 2024 年 6 月末，公司应收款项坏账综合计提比例在同行业可比公司中较为谨慎。

综上，发行人结合实际业务情况及信用风险评估情况对客户进行单项计提，与同行业差异具有合理性，应收款项坏账计提合理充分，符合《企业会计准则》规定。

（四）模拟测算按照同行业可比公司应收款项坏账准备计提对报告期内经营业绩和财务指标的影响

公司结合同行业可比公司应收款项坏账计提政策，拟定模拟测算报告期坏账准备计提比例。模拟测算以公司计提比例为基础，对于同行业未有计提及公司相对同行业计提更为谨慎的客户，以公司计提比例作为模拟测算比例；对于同行业存在更为谨慎计提比例的客户，公司选取行业内较高计提比例为标准测算。

公司参照同行业可比公司情况确定的模拟测算账龄组合坏账计提比例如下：

项目		马可波罗	新明珠	东鹏控股/ 帝欧家居/ 蒙娜丽莎	模拟测算坏账 计提比例
按账龄组合 计提的坏账 准备	1 年以内	10.00%	5.00%	5.00%	10.00%
	1-2 年	20.00%	20.00%	10.00%	20.00%
	2-3 年	50.00%	50.00%	30.00%	50.00%
	3-4 年	100.00%	100.00%	50.00%	100.00%
	4 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：东鹏控股在新金融工具准则适用前使用该账龄计提比例，新金融工具准则适用后按照预期信用损失率计提坏账，报告期内各账龄应收账款预期信用损失率不高于公司坏账计提比例。

公司参照同行业可比公司情况确定的模拟测算单项坏账计提比例如下：

单位：%

项目	东鹏控股	帝欧家居	蒙娜丽莎	新明珠	马可波罗	模拟测算坏 账计提比例
2021 年	41.64-80.00	24.00-80.00	8.09-50.00	30.00-90.00	60.00-90.00	19.96-90.00 ¹
2022 年	23.26-100.00	20.00-90.00	30.00-100.00	30.00-90.00	30.00-90.00	30.00-100.00
2023 年	40.00-100.00	20.00-90.00	30.00-100.00	30.00-90.00	50.00-100.00	30.00-100.00
2024 年 1-6 月	40.00-100.00	20.00-90.00	30.00-100.00	30.00-90.00	50.00-100.00	30.00-100.00

注 1：表格中仅列示了单项计提比例。存在少量同行业按单项计提但公司按账龄计提的情形，公司按照同行业最高单项计提比例进行了模拟测算，因此存在模拟测算坏账比例范围较大的情形；

注 2：因同行业公司未在每个报告期期末披露单项计提客户具体构成，2023 年度、2024 年 1-6 月蒙娜丽莎、帝欧家居单项计提坏账准备比例取自 2022 年年报数据，蒙娜丽莎 2022 年年报问询函披露单项计提坏账准备的前十单位名称，其余未披露单位名称数据取自 2022 年半年报数据；

注 3：东鹏控股 2024 年 1-6 月单项计提比例取自其 2023 年年报数据；

注 4：新明珠反馈回复中仅披露 2023 年 6 月恒大地产等两家地产客户单项计提比例情况，2023 年该两家客户单项计提比例取自反馈回复，其余客户采用 2022 年单项计提比例；2024 年 1-6 月单项计提比例与 2023 年取数一致。

以上模拟测算具体情况见《关于马可波罗控股股份有限公司应收款项坏账计

提情况的专项核查意见》。

报告期内，模拟测算按同行业可比公司的实际计提比例计提坏账准备（含单项计提及账龄组合计提）对发行人净利润的影响如下表所示：

单位：万元

项目	指标	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
原申报报表	净利润	71,080.01	135,293.72	151,434.61	165,323.29
	归母净利润	71,080.01	135,293.72	151,434.61	165,323.29
	扣非后归母净利润	64,170.79	123,989.87	136,014.28	145,978.19
模拟报表	净利润	71,052.12	146,698.70	144,993.41	160,142.08
	归母净利润	71,052.12	146,698.70	144,993.41	160,142.08
	扣非后归母净利润	64,142.89	135,097.66	129,510.75	140,796.98
影响数	净利润	-27.89	11,404.98	-6,441.20	-5,181.21
	归母净利润	-27.89	11,404.98	-6,441.20	-5,181.21
	扣非后归母净利润	-27.89	11,107.79	-6,503.53	-5,181.21

按报告期同行业可比公司（含发行人）实际计提比例中较高计提比例模拟测算发行人的坏账准备计提，对报告期各期扣非后归母公司净利润的影响分别为-5,181.21万元、-6,503.53万元、11,107.79万元及-27.89万元，模拟测算后报告期各期归属于母公司的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）均为正，分别为140,796.98万元、129,510.75万元、135,097.66万元及64,142.89万元，不影响本次发行上市条件。

四、核查程序及结论

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师实施了以下核查程序：

1、获取并检查发行人的应收款项管理制度和客户信用管理制度，了解并评估了管理层与应收款项坏账准备计提相关的内部控制，并测试了相关控制执行的有效性；

2、了解发行人评估客户信用风险的方法和标准、应收款项单项计提的会计

政策和具体计提方法、发行人对地产公司单项计提依据及比例，并结合销售客户信用风险的特征评价合理性；

3、复核单项计提的地产公司美元债价格及其他单项坏账计提依据，评估坏账准备计提是否充分；

4、通过公开渠道查询主要房地产开发企业客户发布的定期报告等公开信息，了解其经营状况、债务违约等情况；

5、查阅同行业可比公司年度报告、招股说明书等公开信息，查询可比公司的应收款项单项坏账准备计提政策及计提情况，与发行人进行比较，复核发行人的单项坏账准备计提的合理性。

（二）核查结论

经上述核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人单项坏账计提的范围合理、充分。

2、发行人单项计提坏账比例的确定方法合理、明确。

3、发行人在报告期内的坏账计提政策一致，不存在跨期调节的情形。

4、发行人报告期内与部分同行业的单项计提存在一定差异，差异的原因具有合理性。

综上，对于单项计提坏账准备的应收款项，各客户的信用风险判断依据充分合理，应收款项坏账计提比例的确定依据合理、充分，计提准确，不存在调节坏账准备计提的情形。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的上市委审议意见落实函的回复》之签章页）



2024 年 12 月 11 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读马可波罗控股股份有限公司本次上市委审议意见落实函回复报告的全部内容,确认本回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人:


黄建平



2024年12月11日

（本页无正文，为《关于马可波罗控股股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的上市委审议意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：

肖雁

肖 雁

万鹏

万 鹏

法定代表人：

霍达

霍 达



2024年12月11日

上市委审议意见落实函回复报告的声明

本人已认真阅读马可波罗控股股份有限公司本次上市委审议意见落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人：



霍 达



2024年12月11日