

目 录

一、关于融资规模及效益测算·····	第 1—36 页
二、关于应收账款及合同资产·····	第 36—64 页
三、关于经营情况·····	第 64—91 页
四、关于财务性投资·····	第 91—102 页

关于志邦家居股份有限公司 向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的审核 问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2024〕5-25号

上海证券交易所：

我们已对《关于志邦家居股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的审核问询函》（上证上审（再融资）（2023）654号，以下简称审核问询函）所提及的志邦家居股份有限公司（以下简称志邦家居公司或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于志邦家居股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2024〕5-18号）。因志邦家居公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。

下文说明中，公司2024年6月30日/2024年1-6月数据未经审计。

一、关于融资规模及效益测算

根据申报材料，1) 本次募集资金投资项目“清远智能生产基地（一二期）建设项目”拟使用募集资金41,616.88万元、“数字化升级项目”拟使用募集资金8,383.12万元、“补充流动资金”拟使用募集资金20,000.00万元；2) 经估算，本次募投项目完全达产后预计毛利率为37.90%，内部收益率为21.39%（所得税后），静态回收期为6.12年（所得税后，含建设期）。请发行人说明：（1）募投项目投资金额的具体内容、测算依据及测算过程；（2）结合日常营运需要、公司货币资金余额及使用安排、日常经营积累、目前资金缺口，公司产能扩张和融资规模与同行业可比公司的对比等情况，分析本次募集资金

规模的合理性；（3）结合本次募投项目中非资本性支出的金额情况，测算本次募投项目中实际补充流动资金的具体数额及其占本次拟募集资金总额的比例，是否超过 30%；（4）效益测算中销量、单价、毛利率、净利率等关键测算指标的确定依据，本募效益测算结果是否谨慎合理；（5）结合募投项目的盈利测算、长期资产的折旧摊销情况，说明募投项目投产对公司经营业绩的影响，并完善募投项目效益未达预期的风险；（6）公司针对上述事项履行的决策程序及信息披露情况。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 2）

（一）募投项目投资金额的具体内容、测算依据及测算过程

2024 年 5 月 5 日，公司第四届董事会第二十四次会议、第四届监事会第二十三次会议审议通过《关于调整公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案〉的议案》等议案，决定将公司本次向不特定对象发行可转换公司债券拟募集资金总额调整为不超过人民币 67,000 万元（含本数），扣除发行费用后全部用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	募集资金投入金额
1	清远智能生产基地(一二期)建设项目	60,984.80	41,616.88
2	数字化升级项目	9,660.37	8,383.12
3	补充流动资金	17,000.00	17,000.00
合 计		87,645.17	67,000.00

上述募投项目投资金额的具体内容、测算依据及测算过程情况如下：

1. 清远智能生产基地(一二期)建设项目

（1）募投项目投资金额的具体内容

本项目总投资 60,984.80 万元，拟使用募集资金 41,616.88 万元，拟建设智能工厂、购置先进生产设备，新建厨柜、衣柜及配套生产线。本项目具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	项 目	拟投资金额	比例	拟使用募集资金金额
1	建设投资	59,909.41	98.24%	41,616.88

1.1	建筑工程费用	27,820.24	45.62%	14,727.55
1.2	设备购置费用	30,344.24	49.76%	26,889.33
1.3	预备费	1,744.93	2.86%	
2	铺底流动资金	1,075.38	1.76%	
合 计		60,984.80	100.00%	41,616.88

(2) 投资数额的测算依据及测算过程

本募投项目投资构成包括建筑工程费用、设备购置费用、预备费、铺底流动资金。本募投项目投资构成的测算依据及过程如下：

1) 建筑工程费用

本项目建筑工程投资共计 27,820.24 万元。主要包括新建 1#厂房、2#厂房、1#综合楼等，建设面积主要系根据募投项目实际场地需求和历史项目经验而确定，建设单价主要系根据公司历史建造经验及当地市场公允价格综合确定。建筑工程投资的具体明细如下：

建筑物		建筑面积 (m ²)	土建单价 (万元/m ²)	土建成本 (万元)	装修单价 (万元/m ²)	装修成本 (万元)	建造成本 (万元)
1#厂房 [注 1]	1 楼	18,470.14	0.13	2,401.12	0.06	1,108.21	3,509.33
	2 楼	18,470.14	0.13	2,401.12	0.06	1,108.21	3,509.33
	3 楼	18,470.14	0.13	2,401.12	0.06	1,108.21	3,509.33
	负 1 层	11,841.03	0.23	2,723.44			2,723.44
	小计	67,251.46		9,926.79		3,324.63	13,251.42
1#综合楼	1 楼	1,389.59	0.20	277.92	0.10	138.96	416.88
	2 楼	1,389.59	0.20	277.92	0.10	138.96	416.88
	3 楼	1,389.59	0.20	277.92	0.10	138.96	416.88
	4-15 楼	16,675.04	0.20	3,335.01	0.10	1,667.50	5,002.51
	小计	20,843.80		4,168.76		2,084.38	6,253.14
2#厂房 [注 2]	1 楼	18,479.30	0.13	2,402.31	0.06	1,108.76	3,511.07
	2 楼	18,479.30	0.13	2,402.31			2,402.31
	3 楼	18,479.30	0.13	2,402.31			2,402.31
	小计	55,437.90		7,206.93		1,108.76	8,315.69

合 计	143,533.16		21,302.48		6,517.76	27,820.24
-----	------------	--	-----------	--	----------	-----------

[注1]1#厂房负1层为地下车库，故未安排装修

[注2]2#厂房2楼、3楼暂未规划产线，故未安排装修

2) 设备购置费用

本项目设备购置及安装投资共计 30,344.24 万元。设备投资主要系购置配套生产设备及其他配套设备所产生的支出。设备的数量主要系基于该项目预计需求而确定；设备的价格主要参照供应商价格，并结合公司历史采购经验综合测算得出。设备投资的具体明细如下：

单位：万元

建筑物名称	楼层	对应产线	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万 元)
1#厂房	1楼	衣柜 线	全自动柔性化板材 开料方案	8.00	155.00	1,240.00
			柔性封边线(4机 线)	1.00	1,110.80	1,110.80
			裁-封-钻-分拣-包 装连线	1.00	2,763.00	2,763.00
			原材料立体库	1.00	1,140.00	1,140.00
			成品立体库	1.00	1,760.00	1,760.00
			纸箱机等其他设备			470.48
			1楼主线小计			8,484.28
			左式直线封边机 (标准筒配版)	2.00	62.30	124.60
			封边连线(非标线 适用于窄板)	1.00	200.30	200.30
			断料锯等其他设备			157.74
			1楼窄条线小计			482.64
			全自动直线封边机 (标准机)	3.00	159.50	478.50
			全自动直线封边机 (非标高配机)	2.00	168.00	336.00
			全自动柔性化板材 开料方案	2.00	155.00	310.00
			数控点对点钻孔加 工中心(标准机)	2.00	54.00	108.00
			通过式六面钻等其			216.85

建筑物名称	楼层	对应产线	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万 元)
			他设备			
			1 楼辅线小计			1,449.35
			公共吸尘(1-3 层)	2.00	275.00	550.00
			空压机(1-3 层)	1.00	153.00	153.00
			废气处理(1 层)	2.00	35.00	70.00
			提升机	5.00	65.00	325.00
			1 楼配套设备小计			1,098.00
	2 楼	门板 线	柔性封边线(2 机 线)	1.00	456.80	456.80
全自动柔性化板材 开料方案			2.00	155.00	310.00	
纸箱机			1.00	86.00	86.00	
通过式六面钻等其 他设备					119.90	
2 楼门板主线小计					972.70	
全自动直线封边机 (非标高配机)			2.00	168.00	336.00	
地轨道			324.00	0.80	259.20	
数控点对点钻孔加 工中心(标准机)			2.00	54.00	108.00	
左式直线封边机 (高配机)			1.00	92.00	92.00	
数控点对点钻孔加 工中心等其他设备					239.04	
2 楼门板辅线小计				1,034.24		
		厨柜 线	裁-封-钻-分拣-包 装连线	1.00	1,400.00	1,400.00
柔性封边线(4 机 线)			1.00	1,110.80	1,110.80	
全自动柔性化板材 开料方案			4.00	155.00	620.00	
通过式 CNC 钻孔 中心	3.00		168.00	504.00		
纸箱机等其他设备				175.11		
2 楼厨柜主线小计				3,809.91		

建筑物名称	楼层	对应产线	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万 元)
			封边连线 (标准线 适用于窄板)	1.00	240.00	240.00
			左式直线封边机 (标准机)	2.00	64.00	128.00
			地轨道等其他设备			137.96
			2楼厨柜窄条线小 计			505.95
			异形加工中心	1.00	370.00	370.00
			全自动直线封边机 (非标高配机)	3.00	168.00	504.00
			全自动柔性化板材 开料方案	1.00	155.00	155.00
			数控点对点钻孔加 工中心(高配机)	2.00	56.00	112.00
			前上料锯等其他设 备			149.07
			2楼厨柜辅线小计			1,290.06
			中央吸尘	1.00	150.00	150.00
			智能空压站	1.00	36.00	36.00
			废气处理(2层)	1.00	15.00	15.00
			2楼配套设备小计			201.00
	3楼	功能 件线	前上料锯	3.00	29.80	89.40
			3吨带叉车位升降 台等其他设备			12.37
			3楼背板线小计			101.77
			地轨道	468.00	0.80	374.40
			全自动直线封边机 (非标高配机)	1.00	168.00	168.00
			封边连线	1.00	166.00	166.00
			前上料锯等其他设 备			239.69
			3楼功能件线小计			948.09
			五金分拣线	1.00	57.00	57.00
			铰链包装线	1.00	20.00	20.00

建筑物名称	楼层	对应产线	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万 元)
			智能裁切锯	1.00	15.00	15.00
			伺服定尺截断锯等 其他设备			13.73
			3楼五金线小计			105.73
	1#厂房合计					20,483.72
2#厂房	1楼	衣柜 线	裁-封-钻-分拣-包 装连线	1.00	1,400.00	1,400.00
			柔性封边线(4机 线)	1.00	1,110.80	1,110.80
			全自动柔性化板材 开料方案	4.00	155.00	620.00
			通过式 CNC 钻孔 中心	3.00	168.00	504.00
			纸箱机等其他设备			175.11
			1楼主线小计			3,809.91
			封边连线(标准线 适用于窄板)	1.00	240.00	240.00
			左式直线封边机 (标准机)	1.00	64.00	64.00
			地轨道等其他设备			137.95
			1楼窄条线小计			441.95
			异形加工中心	1.00	370.00	370.00
			全自动直线封边机 (非标高配机)	3.00	168.00	504.00
			全自动柔性化板材 开料方案	1.00	155.00	155.00
			数控点对点钻孔加 工中心(高配机)	2.00	56.00	112.00
			通过式六面钻(左 手机)等其他设备			172.66
			1楼辅线小计			1,313.66
			公共吸尘(1层)	1.00	200.00	200.00
			空压机(1层)	1.00	65.00	65.00
			废气处理(1层)	1.00	15.00	15.00
			原材料立体库	1.00	1,140.00	1,140.00

建筑物名称	楼层	对应产线	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万 元)
			成品库	1.00	1,760.00	1,760.00
			1楼配套设备小计			3,180.00
	2#厂房合计					8,745.52
1#综合楼			空调	390.00	0.50	195.00
			家具	420.00	1.00	420.00
			1#综合楼合计			615.00
智慧园区			机房及网络	1.00	150.00	150.00
			园区监控	1.00	200.00	200.00
			智能会议室	1.00	50.00	50.00
			园区智能化	1.00	100.00	100.00
			智慧园区设备合计			500.00
合 计						30,344.24

3) 预备费

预备费是指在项目实施中可能发生、但在项目决策阶段难以预料的支出，需要事先预留的费用。本项目的基本预备费系参考制造业通常水平，该项目基本预备费费率以3%为基准，按建筑工程和设备购置及安装费两者合计的3%计算，为1,744.93万元。

4) 铺底流动资金

根据项目经营情况，在对整个项目所需流动资金进行合理预算的前提下，本项目铺底流动资金1,075.38万元，用于项目运营期间的日常开支，包括原材料、辅料、员工工资、水电费及其他经营费用等。

2. 数字化升级项目

(1) 募投项目投资金额的具体内容

本项目总投资9,660.37万元，拟使用募集资金8,383.12万元，拟以公司日常经营自用的现有家居云工业互联网为基础，以对营销云、客服云、制造云、供应链云、产品云、设计云等平台及数据中台进行升级优化，提高公司经销商管理、供应链管理、客户管理、产品管理等信息控制能力，构建综合化、一体化的家居云工业互联网。本项目具体投资构成情况如下：

单位：万元

序号	项目	拟投资金额	比例	拟使用募集资金金额
1	设备购置费用	1,219.00	12.62%	1,141.61
2	软件购置费用	8,160.00	84.47%	7,241.51
3	预备费	281.37	2.91%	
合 计		9,660.37	100.00%	8,383.12

(2) 投资数额的测算依据及测算过程

1) 设备购置费用

本项目设备购置费用共计 1,219.00 万元。设备投资主要系购置、租赁服务器及配套设备所产生的支出。其中新购置设备金额 1,179.00 万元设备，设备数量主要系基于该项目预计需求而确定，设备价格主要参照供应商价格，并结合公司历史采购经验综合测算得出。公有云设备租赁 40 万元，以自有资金支付。新增购置设备的具体明细如下：

项 目	设备名称	购置数量 (套)	购置单价 (万元/套)	购置金额 (万元)
服务器	DELL 服务器（高性能）	4	5.45	21.80
	DELL 服务器	19	2.88	54.70
	拆单服务器	8	5.00	40.00
	数据库服务器	4	5.00	20.00
	制造服务器	8	8.00	64.00
	小 计	43		200.50
工业设备	平板/PDA 设备	150	0.40	60.00
	数据采集设备（IOT）	20	4.00	80.00
	视觉检测设备	6	33.08	198.50
	小 计	176		338.50
数据中心	机房微模块（含机柜+行间空调）	2	56.50	113.00
	机房专用发电机	1	16.00	16.00
	UPS 主机及电池	4	11.00	44.00
	核心网络交换机	6	7.33	44.00
	负载均衡设备	2	5.00	10.00

上网行为管理	3	6.67	20.00
下一代防火墙设备	5	7.60	38.00
身份认证、流量监测设备	2	2.50	5.00
桌面云服务器	10	10.00	100.00
桌面云终端	200	0.25	50.00
虚拟化服务器	5	8.00	40.00
工业防火墙/流量审计设备	12	5.00	60.00
工业安全统一管理平台系统	1	20.00	20.00
工业终端安全系统	1	30.00	30.00
工业态势感知系统	1	30.00	30.00
数据库审计系统	1	20.00	20.00
小 计	256		640.00
合 计			1,179.00

2) 软件购置费用

本项目软件购置费用共计 8,160.00 万元。软件数量主要系基于该项目预计需求而确定，价格主要参照供应商价格，并结合公司历史采购经验综合测算得出。软件购置的具体明细如下：

平台类型	软件名称	购置单价 (万元/套)	购置数量 (套)	购置金额 (万元)
营销云平台	营销运营平台 U+	300.00	1.00	300.00
	订单赋能平台	100.00	1.00	100.00
	私域流量运营平台	200.00	1.00	200.00
	内容赋能平台	180.00	1.00	180.00
	低代码平台	100.00	1.00	100.00
	小 计		5.00	880.00
客服云平台	客户运营平台	80.00	1.00	80.00
	售服管理平台	100.00	1.00	100.00
	小 计		2.00	180.00
制造云平台	iOT 平台	600.00	1.00	600.00

	仿真平台	220.00	1.00	220.00
	MOM/MES 软件升级	900.00	1.00	900.00
	工具箱软件开发	40.00	1.00	40.00
	造易平台软件	110.00	1.00	110.00
	ISHARE 开发	45.00	1.00	45.00
	WCC 拆单软件	105.00	1.00	105.00
	小 计		7.00	2,020.00
供应链云平台	物流 TMS 系统	200.00	1.00	200.00
	集成供应链 ISC 系统	700.00	1.00	700.00
	小 计		2.00	900.00
产品云平台	PLM 软件	480.00	1.00	480.00
	小 计		1.00	480.00
设计云平台	3D 设计软件	1,000.00	3.00	3,000.00
	小 计		3.00	3,000.00
数据中台及数据治理项目	数据运营平台	110.00	1.00	110.00
	数据治理平台	120.00	1.00	120.00
	数据中台	320.00	1.00	320.00
	数据总线系统	100.00	1.00	100.00
	AI 算法平台	50.00	1.00	50.00
	小 计		5.00	700.00
合 计			25.00	8,160.00

3) 预备费

预备费是指在项目实施中可能发生、但在项目决策阶段难以预料的支出，需要事先预留的费用。本项目的预备费系参考制造业通常水平，该项目基本预备费率以 3% 为基准，按设备购置和软件购置两者合计的 3% 计算，为 281.37 万元。

4) 预期建设成果

本项目拟从以下七个板块对公司的信息化系统/平台进行建设、整合、升级，预期建设成果如下：

平台	实施方式和主要内容	升级前存在的不足	升级后预期建设成果
营销云平台	通过升级现有营销系统，打造集产品展示、商品报价、促销宣传、订单管理、客户管理、门店运营等功能为一体的一站式线上服务平台	现有系统各模块的技术底层架构不统一，缺乏有效的系统集成，信息流通不畅通，无法快速满足客户个性化需求	整合营销数据与内容，提升门店精细化管理能力，降低营销成本
客服云平台	通过新建客户运营和售后服务管理平台，整合公司的客户管理工具和信息资源，为客户提供高效、专业、个性化的售后服务支持	现有客户服务方式主要通过线下跟进，服务方式单一，无法发挥门店和总部之间的协同服务效应，难以直接获取客户对品牌或门店服务满意度的信息	打造统一的客服云平台，快速处理多渠道和多业务场景下的个性化服务需求，提升客户满意度与品牌信赖
制造云平台	通过升级 IOT 物联平台，整合分散的生产设备、数控系统和制造数据，通过升级制造运营管理软件，实现功能增强、性能优化、安全加固、界面改进，以提高系统运行效率、稳定性、安全性	现有系统仅实现部分车间、部分流程、部分设备与工业互联网的对接，整体覆盖率不足，功能尚需完善，全过程数字化运营能力有待进一步提升	提升公司整体数字化覆盖率，合理高效地分配制造资源，提高车间交付响应能力，提升生产效率，降低生产成本
供应链云平台	通过升级 TMS 运输管理、ISC 集成供应商等系统，整合供应链上的各级供应商，打造集采购管理、订单管理、物流管理、库存管理、供应商管理和数据分析等功能为一体的平台	现有系统的功能难以满足公司供应链管理的需求，与制造等其他系统的协同不足	提升供应链管控水平，实现供应链物流、信息流、资金流的匹配，提高供应链上下游管理监控能力，提升供应链效率，降低采购成本
产品云平台	通过升级 PLM 产品生命周期管理软件，构建以产品为中心、集成数据管理、项目管理、变更管理、协同管理、标准化管理、安全管理等功能为一体的产品管理平台	现有系统主要以产品为基础构建，产品开发效率低，与公司供应链、制造等其他系统的协同不足	实现产品线上化管理，提升研发效能和产品生命周期管理能力，实现降本增效
设计云平台	通过升级 3D 设计软件，丰富产品设计的功能模块和方案支持，可快速生成高质量的设计方案，并提升设计效果和用户体验	传统的设计下单方法是门店设计师根据客户需求用 CAD 等软件绘制图纸并传到总部，总部根据图纸在拆单软件里重新绘制并转换为生产设备可识别的数据进行生产，存在如下不足：①CAD 不直观，客户无法快速体验产品安装后的效果；②人工通过拆单软件重新绘制的转换成本较高	支持多品类整家设计功能，设计快速出图，满足消费者所见即所得的需求，提升客户满意度与成交率，同时实现设计生产一体化，解决个性化需求与大规模制造的矛盾
数据平台及数据治理	通过升级数据运营平台、数据中台、数据总线系统，新建数据治理平台、AI 算法平台，增强数据	现有系统采集数据的效率较低，人工成本较高，无法有效解决数据孤岛和碎片化问	提升数据获取效率，提高数据决策能力，为加快公司数字化转型、实

项目	的收集、处理、分析和应用能力，构建基于大数据技术和分析能力的综合性平台	题	现数智运营提供数据基础
----	-------------------------------------	---	-------------

3. 补充流动资金

本次募集资金拟补充流动资金 17,000 万元，详细测算过程详见本说明一(二)1 之所述。

(二) 结合日常营运需要、公司货币资金余额及使用安排、日常经营积累、目前资金缺口，公司产能扩张和融资规模与同行业可比公司的对比等情况，分析本次募集资金规模的合理性

1. 公司日常运营需要、公司货币资金余额及使用安排、日常经营积累、目前资金缺口情况

公司以 2023 年 12 月 31 日可供公司自由支配的货币资金为起点，综合考虑公司日常经营积累，以及日常经营所需的最低货币资金保有量、营业收入增长所需未来三年新增最低现金保有量需求以及已审议投资项目资金使用安排等计算资金支出项，测算出资金缺口金额为 101,557.11 万元，具体测算情况如下：

单位：万元

项 目	计算公式	金额
截至 2023 年 12 月 31 日货币资金、交易性金融资产及大额定期存款、保本保息理财产品余额	①	156,687.97
截至 2023 年 12 月 31 日受限货币资金及前次募集资金余额[注]	②	22,651.28
可自由支配的货币资金余额	③=①-②	134,036.69
未来三年经营性现金流入净额	④	156,607.33
截至2023年12月31日最低现金保有量	⑤	81,388.32
未来三年新增最低现金保有量需求	⑥	3,546.89
未来三年预计现金分红支出	⑦	72,427.44
已审议的投资项目资金需求	⑧	234,838.48
资金需求合计	⑨=⑤+⑥+⑦+⑧	392,201.13
资金缺口	⑩=⑨-③-④	101,557.11

注：前次募集资金余额（含利息）已于 2021 年使用完毕，前次募集资金专用账户已注销，2023 年末前次募集资金已无余额

(1) 期末可自由支配资金余额

截至 2023 年 12 月 31 日，公司账面货币资金为 86,279.75 万元、交易性金融资产为 42,431.28 万元、一年内到期的大额定期存款 20,816.54 万元、保本保息理财产品 4,005.43 万元、超过一年到期的大额定期存款 3,154.97 万元，其中受限货币资金（主要为票据保证金、保函保证金等）为 22,651.28 万元。截至 2023 年末可供公司自有支配的货币资金余额为 134,036.69 万元。

(2) 未来三年经营性现金流入净额

1) 未来三年营业收入预测

2021-2023 年度，公司上半年营业收入占全年营业收入的比例较为稳定，最近三年上半年营业收入占全年营业收入的比例为 37.48%；2024 年 1-6 月，公司实现营业收入 221,210.92 万元，以此测算 2024 年全年营业收入为 590,146.80 万元（此处不构成盈利预测，亦不构成业绩承诺，下同），具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023年度	2022年度	2021年度
上半年营业收入	230,062.53	203,524.98	190,823.70
最近三年上半年营业收入合计	624,411.21		
全年营业收入	611,647.30	538,877.97	515,279.78
最近三年营业收入合计	1,665,805.06		
最近三年上半年营业收入合计占全年营业收入合计的比例	37.48%		
2024年1-6月营业收入	221,210.92		
预测2024年度营业收入	590,146.80		

根据 2021-2023 年度公司实现的营业收入以及 2024 年度预测营业收入，2021-2024 年度公司营业收入复合增长率为 4.64%。

目前，国家和地方政府已出台相关政策促进房地产市场平稳健康发展，鼓励和推动家居消费品以旧换新，预计定制家居行业的市场需求未来将得以逐步释放。2024 年 1-6 月公司营业收入虽同比下降 3.85%，略有下滑，但厨柜、衣柜等主要产品的销量同比上升 6.46%、0.89%，本次募投项目的投产将有利于公司加速推进南方市场布局，提高南方市场的响应速度，并为公司迅速增长的海外业务提供支撑，预计公司未来市场占有率和营业收入将进一步提升。基于此，

公司参考 2021-2024 年度营业收入复合增长率 4.64%，谨慎选取 4% 为 2025-2026 年度公司营业收入增长率。

2) 经营活动现金流量净额占营业收入的比例预测

2021-2023 年度，公司经营活动现金流量净额分别为 49,602.08 万元、76,593.90 万元和 75,640.23 万元，占营业收入比例分别为 9.63%、14.21% 和 12.37%；2024 年 1-6 月，公司经营活动现金流量净额为-25,675.31 万元，下降幅度较大，并首次由正转负，主要系支付日常材料采购款、履约保证金等与购买商品、接受劳务支付现金相关款项的支出金额较大，据此测算 2024 年全年经营活动现金流量净额为 28,647.27 万元，具体情况如下：

① 经营活动现金流入

2021-2023 年度，公司上半年经营活动现金流入占全年经营活动现金流入的比例较为稳定，最近三年上半年经营活动现金流入占全年经营活动现金流入的比例为 42.49%；2024 年 1-6 月，公司实现经营活动现金流入 262,965.52 万元，以此测算 2024 年全年经营活动现金流入为 618,833.32 万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
上半年经营活动现金流入	276,341.34	235,926.85	241,792.52
最近三年上半年经营活动现金流入合计	754,060.71		
全年经营活动现金流入	656,640.50	572,214.47	545,666.23
最近三年经营活动现金流入合计	1,774,521.20		
最近三年上半年经营活动现金流入合计占全年经营活动现金流入合计的比例	42.49%		
2024 年 1-6 月经营活动现金流入	262,965.52		
预测 2024 年度经营活动现金流入	618,833.32		

② 经营活动现金流出

公司经营活动现金流出主要包括购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费和支付其他与经营活动有关的现金，具体测算如下：

A. 购买商品、接受劳务支付的现金

购买商品、接受劳务支付的现金系公司经营活动现金流出的主要项目，通常与公司收入规模紧密相关。2024年1-6月公司购买商品、接受劳务支付的现金较同期增长23.16%，考虑到2021-2023年度公司购买商品、接受劳务支付的现金占营业收入的比例较为稳定，假设2024年公司全年购买商品、接受劳务支付现金占营业收入的比例与最近三年保持一致，以此测算2024年购买商品、接受劳务支付的现金为371,411.84万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023年度	2022年度	2021年度
购买商品、接受劳务支付的现金	382,564.39	328,115.24	337,703.10
最近三年购买商品、接受劳务支付的现金合计	1,048,382.73		
营业收入	611,647.30	538,877.97	515,279.78
最近三年营业收入合计	1,665,805.06		
最近三年购买商品、接受劳务支付的现金合计占营业收入合计的比例	62.94%		
预测2024年度营业收入	590,146.80		
预测2024年度购买商品、接受劳务支付的现金	371,411.84		

B. 支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费和支付其他与经营活动有关的现金

其他经营性项目支出占比相对较低。2021-2023年度，公司上半年其他经营性项目支出占全年其他经营性项目支出的比例较为稳定，最近三年上半年其他经营性项目支出占全年其他经营性项目支出的比例为48.34%；2024年1-6月，公司其他经营性项目支出105,751.53万元，以此测算2024年全年其他经营性项目支出为218,774.21万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2023年度	2022年度	2021年度
上半年其他经营性项目支出	93,947.44	86,364.09	73,126.78
最近三年上半年其他经营性支出项目合计	253,438.31		
全年其他经营性项目支出	198,435.88	167,505.33	158,361.06
最近三年其他经营性项目支出合计	524,302.27		
最近三年上半年其他经营性项目支出合计占全年其他经营性项目支出合计的比例	48.34%		

2024年1-6月其他经营性项目支出	105,751.53
预测2024年度其他经营性项目支出	218,774.21

综上，公司预测2024年度经营活动现金流量净额为28,647.27万元，具体如下：

单位：万元

项 目	计算公式	金额
2024年度经营活动现金流入	①	618,833.32
2024年度购买商品、接受劳务支付的现金	②	371,411.84
2024年度支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费和支付其他与经营活动有关的现金	③	218,774.21
2024年度经营活动现金流出	④=②+③	590,186.05
2024年度经营活动现金流量净额	⑤=①-④	28,647.27

公司结合上述情况并考虑未来的业务发展趋势，根据2021-2023年度公司实现的经营活动现金流量净额以及2024年度预测经营活动现金流量净额，以10.22%为2025-2026年度经营活动产生的现金流量净额占营业收入的比例，具体过程如下：

单位：万元

项 目	2024年度	2023年度	2022年度	2021年度
营业收入	590,146.80	611,647.30	538,877.97	515,279.78
累计营业收入	2,255,951.85			
经营活动现金流量净额	28,647.27	75,640.23	76,593.90	49,602.08
累计经营活动现金流量净额	230,483.48			
累计经营活动现金流量净额合计/营业收入合计	10.22%			

3) 未来三年经营性现金流入净额

参照上述情况，公司预计2024-2026年度经营活动产生的现金流量净额合计为156,607.33万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2024年度(E)	2025年度(E)	2026年度(E)
预测营业收入	590,146.80	613,752.67	638,302.77
经营活动产生的现金流量净额/营业收入		10.22%	10.22%

经营活动产生的现金流量净额	28,647.27	62,725.52	65,234.54
2024-2026年经营性现金流入净额合计	156,607.33		

(3) 最低现金保有量

最低现金保有量系公司为维持其日常营运所需要的最低货币资金，具体测算如下：

1) 公司货币资金覆盖付现成本费用月数

2021-2023年度，公司可支配资金覆盖付现成本情况如下：

单位：万元

项 目	2023年/2023.12.31	2022年 /2022.12.31	2021年 /2021.12.31
货币资金余额	86,279.75	70,475.40	66,777.25
营业成本	384,934.85	335,797.99	328,534.28
税金及附加	5,554.83	4,356.89	3,962.25
期间费用总额[注1]	149,414.64	135,986.69	126,177.61
所得税费用	2,737.11	4,013.60	4,413.16
非付现成本总额[注2]	20,280.62	19,701.27	15,525.40
付现成本总额[注3]	522,360.80	460,453.90	447,561.90
月平均付现成本[注4]	43,530.07	38,371.16	37,296.83
覆盖月数[注5]	1.98	1.84	1.79

[注1]期间费用包括管理费用、研发费用、销售费用以及财务费用

[注2]非付现成本总额包括当期固定资产折旧、无形资产摊销、使用权资产折旧以及长期待摊费用摊销

[注3]付现成本总额=营业成本+税金及附加+期间费用总额+所得税费用-非付现成本总额

[注4]月平均付现成本=付现成本总额÷12

[注5]覆盖月数=期末货币资金余额÷月平均付现成本

2021-2023年度，公司全部可支配资金覆盖付现成本费用的月数分别为1.79个月、1.84个月、1.98个月，平均为1.87个月，公司选取1.87个月进行最低现金保有量测算。

2) 现金保有量的测算

根据公司 2023 年度财务数据，充分考虑日常经营成本、期间费用、所得税费用等经营付现成本以及非付现成本，结合日常经营管理、现金收支等情况，并结合公司历史经营数据谨慎选取 1.87 个月进行月均付现成本测算，经测算，公司在日常经营需要保有的最低现金保有量约为 81,388.32 万元，具体如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	计算结果
最低现金保有量	①=②×⑨	81,388.32
月份数	②	1.87
2023年度付现成本总额	③=④+⑤+⑥+⑦-⑧	522,360.80
2023年度营业成本	④	384,934.85
2023年度税金及附加	⑤	5,554.83
2023年度期间费用总额	⑥	149,414.64
2023年度所得税费用	⑦	2,737.11
2023年度非付现成本总额	⑧	20,280.62
月平均付现成本	⑨=③÷12	43,530.07

(4) 未来三年新增最低现金保有量需求

公司报告期末最低现金保有量需求为基于 2023 年末财务数据测算得到，公司为生产型企业，最低现金保有量与公司经营规模高度正相关。假设以 2024 年-2026 年为预测期间，公司最低现金保有量增长需求与公司营业收入的增长速度保持一致，根据前述对 2026 年公司营业收入的预测，公司 2026 年最低现金保有量需求将达到 84,935.21 万元，即未来三年公司新增最低现金保有量为 3,546.89 万元。

单位：万元

项 目	计算公式	金额
2023 年营业收入	①	611,647.30
报告期末最低现金保有量(基于 2023 年年末测算)	②	81,388.32
2026 年营业收入	③	638,302.77
2026 年最低现金保有量	④=②×(③/①)	84,935.21
未来期间新增最低现金保有量	⑤=④-②	3,546.89

(5) 未来三年预计现金分红支出

2021 年度-2023 年度，公司现金分红情况具体过程如下：

单位：万元

项 目	2023 年度	2022 年度注	2021 年度
现金分红额（含税）	30,558.34	21,827.39	18,523.68
最近三年现金分红额合计（含税）	70,909.41		
归属于上市公司普通股股东的净利润	59,506.60	53,671.95	50,552.11
最近三年归属于上市公司普通股股东的净利润合计	163,730.66		
最近三年现金分红比例	43.31%		

注：不含当年以现金方式回购股份计入现金分红的金额

如上表所示，最近三年现金分红额合计占归属于上市公司普通股股东净利润合计的比率为 43.31%，公司谨慎选择 40% 为未来三年公司现金分红比例。

2021-2023 年度，公司归属于母公司所有者的净利润合计数占营业收入合计数的比例为 9.83%，公司以此作为公司未来三年归属于母公司所有者的净利润占各年度营业收入的比例预测值。具体如下：

单位：万元

项 目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
营业收入	611,647.30	538,877.97	515,279.78
最近三年营业收入合计	1,665,805.06		
归属于母公司所有者的净利润	59,506.60	53,671.95	50,552.11
最近三年归属于母公司所有者的净利润合计	163,730.66		
最近三年归属于母公司所有者的净利润合计/营业收入合计	9.83%		

根据以上数据进行测算，公司未来三年预计现金分红支出合计为 72,427.44 万元，具体如下：

单位：万元

项 目	2024 年度（E）	2025 年度（E）	2026 年度（E）
预测营业收入	590,146.80	613,752.67	638,302.77
预测归属于母公司所有者的净利润占各年度营业收入的比例	9.83%	9.83%	9.83%

预测未来三年归属于母公司所有者的净利润	58,005.06	60,325.27	62,738.28
预测现金分红比例	40.00%	40.00%	40.00%
预测现金分红金额	23,202.03	24,130.11	25,095.31
预测现金分红金额合计			72,427.44

(6) 已审议投资项目资金使用安排

截至 2023 年 12 月 31 日，公司未来三年拟投资的重大项目预计投资总额为 234,838.48 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	建设主体	项目名称	已投资金额	尚需投资金额
1	清远志邦	清远志邦智能制造项目	33,026.95	86,973.05
		其中：本次募投部分	23,259.99	37,724.81
		非本次募投部分	9,766.96	49,248.24
2	志邦家居	数字化升级项目		9,660.37
3	合肥志邦	志邦家居“4.0 智能工厂”项目	10,364.37	138,205.06
合 计			43,391.32	234,838.48

注：上述投资计划未来可能会受到宏观政策调整、市场环境、行业竞争等因素的影响，存在一定的不确定性

1) 清远志邦智能制造项目

该项目的实施主体为公司全资子公司清远志邦家居有限公司，已通过公司第三届董事会第二十五次会议、2021 年第一次临时股东大会审议。该项目预计投资金额为 120,000.00 万元，该项目建设有利于公司“南下战略”的推进，加速推进南方市场布局，基地辐射半径可覆盖广东省、广西省、湖南省、江西省、海南省和福建省等南方地区，能有效满足南方市场的交付需求，提高南方市场的响应速度，提升公司产品在南方市场的市场占有率，并为公司迅速增长的海外业务提供支撑。该项目目前正在建设中，部分厂房已建成，部分设备已进场安装。

2) 数字化升级项目

该项目的实施主体为志邦家居股份有限公司，项目预计投资金额为 9,660.37 万元，为本次募投项目，具体投资内容详见本题“（一）2. 数字化升

级项目”部分。该项目目前尚未开始建设。

3) 志邦家居“4.0 智能工厂”项目

该项目的实施主体为公司全资子公司合肥志邦家居有限公司，已通过公司第四届董事会第七次会议、2021 年年度股东大会审议。该项目预计投资金额为 148,569.43 万元，该项目建设有利于加快形成公司的新质生产力，提升公司的综合竞争力，推进智能化、数字化制造水平，构建一流的“快交付、高品质、低成本”的核心供应能力。该项目目前正在建设中，部分厂房的主体建设已基本完成。

(7) 公司资金缺口测算

结合日常运营需要、货币资金余额及使用安排、日常经营积累等，经测算，公司目前存在资金缺口约 101,557.11 万元，大于本次募集资金规模 67,000.00 万元，因此本次募集资金规模具有合理性。

2. 公司产能扩张和融资规模与同行业可比公司的对比情况

(1) 公司本次发行的产能扩张和融资规模情况

公司本次发行的融资规模和产能扩张情况如下：

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额	新增产能
1	清远智能生产基地（一二期）建设项目	60,984.80	41,616.88	新增厨柜产能7.2万套/年 新增衣柜产能37.8万套/年
2	数字化升级项目	9,660.37	8,383.12	该项目不新增产能
3	补充流动资金	17,000.00	17,000.00	该项目不新增产能
合 计		87,645.17	67,000.00	

公司本次募投建设项目达产后，预计将每年将新增厨柜产能 7.2 万套和衣柜产能 37.8 万套，考虑到公司本次募投项目新增产能的复合增长率低于公司销量的复合增长率，同时公司报告期内保持较高的产能利用率、公司在手订单及意向性合同稳定持续，公司本次融资的融资规模和产能扩张情况较为合理。

(2) 与同行业可比公司的产能扩张和融资规模对比情况

近年来，同行业可比公司的产能扩张、融资规模情况如下：

序号	公司名称	时点	项目名称	投资总额（万元）	募集资金投入金额（万元）	新增年产能
1	欧派家居	2022 年可转债	欧派家居智能制造（武汉）项目	250,000.00	200,000.00	整体厨柜 15 万套，整体衣柜 75 万套，定制

						木门 30 万樘, 整体卫浴 30 万套
		2019 年可转债	清远生产基地(二期)建设项目	108,083.00	40,000.00	整体厨柜 5.8 万套, 整体衣柜 60 万套
			无锡生产基地(二期)建设项目	83,539.00	19,500.00	整体衣柜 58 万套, 定制木门 55 万樘
			成都欧派智能家居建设项目	211,303.00	90,000.00	整体厨柜 20 万套, 整体衣柜 80 万套, 定制木门 40 万樘
2	索菲亚	2016 年非公开	华中生产基地(一期)建设项目	70,000.00	40,000.00	60 万套定制衣柜及配套家居产品
3	好莱客	2019 年可转债	汉川定制家居工业 4.0 制造基地项目	77,513.89	63,000.00	660 万平方米整体衣柜, 40 万樘整体木门
		2017 年非公开	定制家居智能生产建设项目	55,063.00	47,671.00	600 万平方米/年整体衣柜及配套产品
4	金牌家居	2023 年可转债	金牌西部物联网智造基地项目(一期项目)	101,854.21	77,000.00	厨柜 20.2 万套, 衣柜 36.6 万套, 木门 14.4 万樘
		2021 年非公开	厦门金牌厨柜股份有限公司同安四期项目 3#、6# 厂房建设项目	24,492.71	23,300.00	新增工程厨柜产能 10 万套, 工程衣柜产能 12 万套
			江苏金牌橱柜有限公司三期年产 10 万套工程衣柜建设项目	5,637.24	5,300.00	工程衣柜产能 10 万套
		2020 年可转债	厦门金牌厨柜股份有限公司同安四期项目 1#、2#、4#、5# 厂房建设项目	40,040.03	29,200.00	零售厨柜 5 万套, 整体衣柜 6 万套, 定制木门 12.5 万樘
			江苏金牌厨柜有限公司二期工程项目 3#、5# 厂房建设项目	17,946.68	10,000.00	工程厨柜 13 万套, 定制木门 12.5 万樘
5	皮阿诺	2021 年非公开	皮阿诺全屋定制智能制造项目	48,646.43	42,000.00	全屋定制产品 35 万套
6	尚品宅配	2023 年向特定对象发行	成都维尚生产基地建设项目	100,140.00	80,000.00	定制家具产品 120 万套
志邦家居公司		本次可转债	清远智能生产基地(一二期)建设项目	60,984.80	41,616.88	整体厨柜 7.2 万套、定制衣柜 37.8 万套

注：同行业可比公司资料来源于各公司公开披露信息

近年来定制家居行业处于快速扩张期，同行业可比公司积极实施扩产计划。与同行业可比公司产能扩张和历史融资规模相比，本次募投项目产能扩张与募集资金规模是匹配的，与同行业可比公司不存在明显差异，募集资金投入金额

未超过项目需要量，具有合理性。

同时，作为行业内主要企业之一，公司自 2017 年 6 月上市以来，除本次拟发行可转债融资外，公司未曾进行过其他股权融资，本次募投项目的实施系公司结合自身发展战略规划，增强核心竞争力的重要举措，本次募集资金规模具有合理性。

(三) 结合本次募投项目中非资本性支出的金额情况，测算本次募投项目中实际补充流动资金的具体数额及其占本次拟募集资金总额的比例，是否超过 30%

本次募投项目中非资本性支出的具体情况如下：

单位：万元

序号	募投项目	项目	拟投资金额	拟使用募集资金金额	是否属于资本性支出
1	清远智能生产基地(一二期)建设项目	建筑工程费用	27,820.24	14,727.55	是
		设备购置费用	30,344.24	26,889.33	是
		预备费	1,744.93		否
		铺底流动资金	1,075.38		否
2	数字化升级项目	设备购置费用	1,219.00	1,141.61	是
		软件购置费用	8,160.00	7,241.51	是
		预备费	281.37		否
3	补充流动资金	补充流动资金	17,000.00	17,000.00	否
合计			87,645.17	67,000.00	
拟使用募集资金中的非资本性支出金额			17,000.00		
拟募集资金总额			67,000.00		
实际补充流动资金总额占拟募集资金总额的比例			25.37%		

如上表所示，公司本次募投项目“清远智能生产基地(一二期)建设项目”“数字化升级项目”中的非资本性支出均不以募集资金投入，由公司自有或自筹资金予以解决。本次募投项目中实际补充流动资金金额占募集资金总额比例为 25.37%，未超过 30.00%。

(四) 效益测算中销量、单价、毛利率、净利率等关键测算指标的确定依据，本募效益测算结果是否谨慎合理

1. 效益测算中销量、单价、毛利率、净利率等关键测算指标的确定依据
 本次募投项目数字化升级项目、补充流动资金不涉及效益测算，清远智能生产基地(一二期)建设项目效益测算过程中关键测算指标的确定依据如下：

(1) 效益测算过程

假设宏观经济环境、定制家具市场情况及公司经营情况没有发生重大不利变化。本项目财务评价计算期 10 年，其中建设期为 3 年；建设投资于建设期全部投入，计算期内项目一期产能于第 3 年达产 50%，第 4 年及以后均为 100%；计算期内项目二期产能于第 4 年达产 50%，第 5 年及以后均为 100%。

单位：万元

序号	项目	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6-10年
1	营业收入			43,021.74	101,069.22	116,094.97	580,474.85
2	税金及附加				565.15	1,002.83	5,014.13
3	营业成本			26,368.54	62,413.17	72,089.27	360,446.34
4	期间费用	117.20	117.20	10,964.45	25,818.94	29,662.20	148,311.01
5	利润总额	-117.20	-117.20	5,688.75	12,271.96	13,340.67	66,703.36
6	所得税			771.44	1,676.89	1,737.26	8,686.28
7	净利润	-117.20	-117.20	4,917.30	10,595.07	11,603.42	58,017.08

本项目正常达产后可形成销售收入约 116,094.97 万元/年、税后净利润约 11,603.42 万元/年，毛利率 37.90%，净利率 9.99%，内部收益率(税后)约 21.39%，投资回收期(税后，含建设期)为 6.12 年，预期经济效益良好。

(2) 关键测算指标的确定依据

1) 销量的确定依据

本项目销量是依据行业未来市场需求、项目产能规划以及公司生产经营情况确定的，销量规模具有合理性。本次募投项目建设完成后，将新增厨柜产能 72,000.00 套/年、衣柜产能 378,000.00 套/年，考虑到本项目产能达产率和目前市场需求情况，本项目一期产能在计算期第 3 年开始投产运营，第 4 年完全达产，第 3 年达产率为 50%，第 4 年及以后达产率均为 100%；项目二期产能在计算期第 4 年开始投产运营，第 5 年完全达产，第 4 年达产率为 50%，第 5 年及以后达产率均为 100%。本项目在运营期内的销量情况具体如下：

单位：套

期数	产品名称	第3年	第4年	第5年	第6-10年
项目一期	达产率	50%	100%	100%	100%
	厨柜	36,000.00	72,000.00	72,000.00	360,000.00
	衣柜	126,000.00	252,000.00	252,000.00	1,260,000.00
项目二期	达产率		50%	100%	100%
	衣柜		63,000.00	126,000.00	630,000.00

2) 单价的确定依据

鉴于本次募投项目拟生产产品类型与公司现有厨柜、衣柜产品基本一致，本项目效益测算中，以公司2022年产品销售价格作为主要参考依据。公司2022年度厨柜、衣柜销售单价情况具体如下：

单位：万元/套

产品类型	2022年	本项目取值
厨柜	0.3603	0.3603
衣柜	0.2385	0.2385

注：计算销售价格时已剔除外采家电、台面、家具等部分收入
综上所述，公司本次募投项目产品确定的单价总体谨慎合理。

3) 毛利率的确定依据

① 营业收入的确定依据

公司计算期内收入测算过程及依据如下：

期数	产品	项目	第3年	第4年	第5年	第6-10年
项目一期	厨柜	达产率	50%	100%	100%	100%
		销量(套)	36,000.00	72,000.00	72,000.00	360,000.00
		单价(万元)	0.3603	0.3603	0.3603	0.3603
		收入小计(万元)	12,970.24	25,940.49	25,940.49	129,702.44
	衣柜	达产率	50%	100%	100%	100%
		销量(套)	126,000.00	252,000.00	252,000.00	1,260,000.00
		单价(万元)	0.2385	0.2385	0.2385	0.2385
		收入小计(万元)	30,051.49	60,102.99	60,102.99	300,514.94
项目二	衣柜	达产率		50%	100%	100%

期	销量（套）		63,000.00	126,000.00	630,000.00
	单价（万元）	0.2385	0.2385	0.2385	0.2385
	收入小计（万元）		15,025.75	30,051.49	150,257.47
营业收入合计（万元）		43,021.74	101,069.22	116,094.97	580,474.85

② 营业成本的确定依据

本项目营业成本包括原材料、直接人工和制造费用，具体测算依据如下：

A. 原材料

本项目效益测算中，主要原材料包括板材、五金件等，项目达产年耗用原辅材料成本以报告期内原材料成本占收入的平均比例为基础，并考虑各原辅材料未来价格波动趋势，结合项目产能及单位耗用综合确定。经测算，本项目达产年原辅材料成本为 51,811.19 万元。

B. 直接人工

本项目效益测算中，项目达产年直接人工成本以报告期内直接人工成本占收入的平均比例为测算基础。经测算，本项目达产年直接人工成本为 7,078.37 万元。

C. 制造费用

本项目效益测算中，项目达产年制造费用成本以报告期内制造费用成本占收入的平均比例为测算基础。经测算，本项目达产年制造费用成本为 13,199.70 万元。

具体测算过程如下：

单位：万元

序号	项目	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6-10年
1	原材料			18,717.45	44,623.04	51,811.19	259,055.96
2	直接人工			2,560.50	6,099.69	7,078.37	35,391.85
3	制造费用			5,090.59	11,690.44	13,199.70	65,998.52
营业成本				26,368.54	62,413.17	72,089.27	360,446.34

③ 毛利率的确定依据

根据上述测算，清远智能生产基地（一二期）建设项目达产年可实现营业收入 116,094.97 万元/年、营业成本 72,089.27 万元/年、销售毛利 44,005.70 万元/年，达产年毛利率为 37.90%。

4) 净利率的确定依据

① 期间费用的确定依据

期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用。财务费用根据项目运营期流动资金缺口金额×借款利率(4.35%)进行测算；同时，由于本项目的管理、销售、生产、研发模式与公司目前业务的相关情况基本一致，本项目销售费用、管理费用、研发费用根据公司最近三年相关费用平均费用率确定，具体情况如下：

项目	2020年	2021年	2022年	近三年均值	本项目取值
销售费用	14.93%	14.66%	15.43%	15.01%	15.01%
管理费用	5.36%	4.50%	4.97%	4.94%	4.94%
研发费用	5.88%	5.46%	5.18%	5.51%	5.51%
合计	26.17%	24.62%	25.57%	25.46%	25.46%

综上所述，本项目的期间费用率参考公司近三年期间费用率等情况，公司本次募投项目费用率合理。

② 税费的确定依据

本项目销项税按营业收入的13%计取，本项目税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育附加，城市维护建设税按照7%进行测算，教育费附加按照3%进行测算，地方教育附加按照2%进行测算。所得税率按25%计算。

③ 净利率的确定依据

根据上述测算，清远智能生产基地(一二期)建设项目达产年可实现营业收入116,094.97万元/年，净利润11,603.42万元/年，达产年净利率为9.99%。

2. 本募效益测算结果是否谨慎合理

清远智能生产基地(一二期)建设项目正常达产后可实现销售收入116,094.97万元/年、税后净利润为11,603.42万元/年、达产年毛利率为37.90%、达产年净利率为9.99%；项目内部收益率(税后)为21.39%，投资回收期(税后，含建设期)为6.12年，预期经济效益良好。

本项目效益测算结果与同行业可比公司相关项目对比情况如下：

单位：%

序号	公司名称（时点）	项目名称	达产年毛利率	达产年净利率	内部收益率（税后）	投资回收期（税后，含建设期）
1	欧派家居（2022年可转债）	欧派家居智能制造（武汉）项目	35.12	10.02	23.67	5.58
	欧派家居（2019年可转债）	清远生产基地（二期）建设项目	34.91	10.87	23.19	5.28
		无锡生产基地（二期）建设项目	29.49	7.05	22.49	5.31
		成都欧派智能家居建设项目	33.05	9.38	22.24	5.39
2	索菲亚（2016年非公开）	华中生产基地（一期）建设项目	未披露	未披露	23.93	5.61
3	好莱客（2019年可转债）	汉川定制家居工业4.0制造基地项目	未披露	14.20	25.56	5.70
	好莱客（2017年非公开）	定制家居智能生产建设项目	未披露	未披露	26.52	5.67
4	金牌家居（2023年可转债）	金牌西部物联网智造基地项目（一期项目）	29.68	10.28	15.37	6.99
	金牌家居（2021年非公开）	厦门金牌厨柜股份有限公司同安四期项目3#、6#厂房建设项目	未披露	8.60	16.55	6.37
		江苏金牌橱柜有限公司三期年产10万套工程衣柜建设项目	未披露	10.36	31.43	4.27
	金牌家居（2020年可转债）	厦门金牌厨柜股份有限公司同安四期项目1#、2#、4#、5#厂房建设项目	34.36	11.50	18.74	6.27
		江苏金牌厨柜有限公司二期工程项目3#、5#厂房建设项目	22.52	8.63	17.04	6.13
5	皮阿诺（2021年非公开）	皮阿诺全屋定制智能制造项目	35.04	10.76	19.09	6.69
6	尚品宅配（2023年向特定对象发行）	成都维尚生产基地建设项目	29.79	4.88	9.27	9.03

平均值	/	31.55	9.71	21.08	6.02
志邦家居公司	清远智能生产基地（一二期）建设项目	37.90	9.99	21.39	6.12

如上表所示，公司“清远智能生产基地（一二期）建设项目”的内部收益率、投资回收期、毛利率、净利率与同行业可比公司同类募投项目相关指标不存在明显差异，具有合理性。

综上所述，“清远智能生产基地（一二期）建设项目”效益测算的测算依据、测算过程合理，效益测算结果谨慎合理。

（五）结合募投项目的盈利测算、长期资产的折旧摊销情况，说明募投项目投产对公司经营业绩的影响，并完善募投项目效益未达预期的风险

1. 长期资产的折旧摊销情况

本次募投项目的测算过程中，“清远智能生产基地（一二期）建设项目”固定资产及无形资产均使用直线法计提折旧或摊销，其中新增房屋建筑物按 20 年折旧，残值率为 4%；新增厂房设备按 8 年折旧，残值率为 4%；新增智慧园区设备按 5 年折旧，残值率为 4%；新增土地使用权按 50 年摊销，无残值。“数字化升级项目”新增设备按 5 年折旧，残值率为 4%；外购软件形成的无形资产按 10 年摊销，无残值。

各项目新增的长期资产折旧与摊销情况具体如下：

单位：万元

一、清远智能生产基地（一二期）建设项目

项目	原值	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6-10 年
房屋建筑物原值	25,523.16						
折旧与摊销				858.92	1,225.11	1,225.11	6,125.56
机器设备原值	26,853.31						
折旧与摊销				2,283.05	3,254.56	3,254.56	16,058.89
土地使用权原值	5,859.76						
折旧与摊销		117.20	117.20	117.20	117.20	117.20	585.98
折旧与摊销小计		117.20	117.20	3,259.17	4,596.87	4,596.87	22,770.43

二、数字化升级项目

项目	原值	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6-10年
机器设备原值	1,043.36						
折旧与摊销			200.33	200.33	200.33	200.33	200.33
软件原值	7,698.12						
折旧与摊销			258.49	534.91	769.82	769.82	3,849.06
折旧与摊销小计			458.82	735.23	970.14	970.14	4,049.38
折旧与摊销合计		117.20	576.02	3,994.40	5,567.01	5,567.01	26,819.81

2. 本次募投项目折旧及摊销对公司经营业绩的影响

结合本次募投项目的投资进度、项目收入预测，本次募投项目折旧摊销对公司未来经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	第6-10年
募投项目折旧 摊销总额	117.20	576.02	3,994.40	5,567.01	5,567.01	26,819.81

一、对营业收入的影响

现有营业收入	538,877.97	538,877.97	538,877.97	538,877.97	538,877.97	2,694,389.85
募投项目新增 营业收入			43,021.74	101,069.22	116,094.97	580,474.85
预计营业收入	538,877.97	538,877.97	581,899.71	639,947.19	654,972.94	3,274,864.70
折旧摊销占预 计营业收入比 重(%)	0.02	0.11	0.69	0.87	0.85	0.82

二、对净利润的影响

现有净利润	53,671.95	53,671.95	53,671.95	53,671.95	53,671.95	268,359.75
募投项目新增 净利润	-117.20	-576.02	4,182.07	9,624.93	10,633.28	53,967.70
预计净利润	53,554.75	53,095.93	57,854.02	63,296.88	64,305.23	322,327.45

折旧摊销占预计净利润比重 (%)	0.22	1.08	6.90	8.80	8.66	8.32
------------------	------	------	------	------	------	------

注 1：现有营业收入及净利润为公司 2022 年度数据，并假设未来保持不变

注 2：“数字化升级项目”不直接产生收入和效益，测算募投项目新增净利润时已考虑其折旧与摊销情况

注 3：未考虑未来经营过程中可能的扩产或产能淘汰情况，上述测算不构成公司对投资者的盈利预测和实质承诺

如上表所示，虽然本次募投项目新增固定资产及无形资产未来每年将产生一定折旧摊销成本，且在项目投产首年将给公司业绩带来一定压力，但随着募投项目产能的逐步释放，项目达产后新增净利润将大幅超过长期资产的折旧摊销成本。

综上所述，本次募投项目未来新增的折旧摊销不会对公司未来经营业绩造成重大不利影响。

3. 完善募投项目效益未达预期的风险

公司已在《募集说明书》中“第三节 风险因素”之“三、其他风险”之“（一）募集资金投资项目的风险”中补充完善披露如下：

“3、募集资金投资项目未达预期效益的风险

虽然公司已对本次募集资金投资项目进行了慎重、充分的可行性论证，预期能产生良好的经济效益和提升公司技术与产品的竞争力。但是，项目实施过程中仍可能有一些不可预测的风险因素，使项目最终实际实现的投资效益与预期值存在差距。

按照本次募集资金使用计划，本次募集资金投资项目中固定资产和无形资产等支出较大，项目运营后固定资产折旧额以及无形资产摊销将大幅增加，根据模拟测算，预计募投项目完全达产后当年新增折旧摊销 5,567.01 万元，占公司本次募投项目预计新增效益后的营业收入和净利润的比例分别为 0.85%和 8.66%，对公司未来的经营业绩存在一定程度的影响。若募集资金投资项目不能较快产生效益以弥补新增固定资产投资带来的折旧，可能会对公司盈利能力造成不利影响。”

(六) 公司针对上述事项履行的决策程序及信息披露情况

公司已就本次证券发行履行了《公司法》《证券法》及中国证监会、上海证券交易所规定的决策程序，并及时履行了相关信息披露义务；2023年8月25日，公司收到上海证券交易所出具的《关于受理志邦家居股份有限公司沪市主板上市公司发行证券申请的通知》（上证上审（再融资）（2023）618号）；2023年8月25日，公司以临时公告的形式披露了本次发行相关的募集说明书、发行保荐书、上市保荐书、法律意见书及财务报告；2023年9月11日，公司以临时公告的形式披露了更新2023年半年度财务数据的相关申请文件。相关决策具体情况如下：

1. 2023年7月6日，公司召开第四届董事会第十七次会议，公司董事会审议通过了《关于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券方案的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案的论证分析报告〉的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告〉的议案》等与本次发行相关的议案，并提请股东大会审议。

2. 2023年7月6日，公司召开第四届监事会第十七次会议，公司监事会审议通过了《关于公司符合向不特定对象发行可转换公司债券条件的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券预案的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案的论证分析报告〉的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告〉的议案》等与本次发行相关的议案。

3. 公司独立董事已就公司《向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告》发表明确意见如下：“我们认为：公司编制的《志邦家居股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告》内容真实、准确、完整。对本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金投资项目的必要性、可行性以及对公司经营管理、财务状况方面的影响等进行了充分的分析，本次发行募集资金用途符合相关法律、法规、规范性文件的要求和公司的实际情况，有利于增强公司综合竞争力，促进公司业务持续健

康发展，符合公司及全体股东的利益。我们同意公司编制的《志邦家居股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告》，并同意将该议案提交公司 2023 年第一次临时股东大会审议。”

4. 2023 年 7 月 31 日，公司召开 2023 年第一次临时股东大会，公司股东大会审议通过了上述与本次发行相关的议案，决定公司申请向不特定对象发行可转换公司债券，发行总额不超过 70,000.00 万元，并申请在上海证券交易所主板上市交易；同时授权董事会(或其授权人士)全权办理公司本次可转债发行的有关具体事宜，本次向不特定对象发行可转换公司债券相关决议的有效期为 12 个月。相关议案经出席会议的有表决权股东所持表决权的三分之二以上通过，公司就中小投资者的表决情况进行了单独计票并披露。

5. 2024 年 5 月 5 日，公司召开第四届董事会第二十四次会议，公司董事会审议通过了《关于调整公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案〉的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券预案(修订稿)的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案的论证分析报告(修订稿)〉的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告(修订稿)〉的议案》等与本次发行相关的议案，根据 2023 年第一次临时股东大会授权，上述议案无需提请股东大会审议。

6. 2024 年 5 月 5 日，公司召开第四届监事会第二十三次会议，公司监事会审议通过了《关于调整公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案〉的议案》《关于公司向不特定对象发行可转换公司债券预案(修订稿)的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券方案的论证分析报告(修订稿)〉的议案》《关于公司〈向不特定对象发行可转换公司债券募集资金使用的可行性分析报告(修订稿)〉的议案》等与本次发行相关的议案。

7. 2024 年 7 月 10 日，公司召开了第四届董事会第二十五次会议，公司董事会审议通过了《关于向不特定对象发行可转换公司债券变更专项审计机构及相关事项的议案》《关于提请股东大会延长公司向不特定对象发行可转换公司债券相关决议有效期的议案》《关于提请股东大会延长授权董事会全权办理公司向不特定对象发行可转换公司债券相关事宜有效期的议案》等与本次发行相关的议案。根据 2023 年第一次临时股东大会的授权，《关于向不特定对象发行

可转换公司债券变更专项审计机构及相关事项的议案》无需提交公司股东大会审议。

8. 2024年7月10日，公司召开了第四届监事会第二十四次会议，公司监事会审议通过了《关于提请股东大会延长公司向不特定对象发行可转换公司债券相关决议有效期的议案》等与本次发行相关的议案。

9. 2024年7月26日，公司召开了2024年第一次临时股东大会，公司股东大会审议通过了上述议案，将本次发行的相关股东大会决议有效期及股东大会授权董事会全权办理本次发行相关事宜的有效期自原有效期届满之日起延长12个月，即有效期延长至2025年7月31日。

上述内部决策程序形成的决议和独立意见均已披露。

(七) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 访谈公司管理层及相关部门负责人，了解本次募投项目的基本情况和经营前景，以及对营运资金、生产设备的需求情况等；

(2) 查阅行业数据和研究报告等相关资料，了解行业发展趋势及本次募投项目的未来市场空间；

(3) 获取本次募投项目可行性研究报告，结合公司目前的生产经营情况，了解并复核募投项目的投资明细，非资本性支出情况，效益测算过程及各项测算指标等；

(4) 对公司资金缺口以及未来三年新增营运资金需求的测算履行重新计算程序，并复核测算所用假设的合理性、测算结果的合理性；

(5) 对募投项目的折旧、摊销金额及其对公司利润指标的影响进行复核，结合公司长期资产折旧摊销的计提政策，分析募投项目折旧、摊销对公司未来财务状况、资产结构的影响；

(6) 查阅公司关于本次募投项目的董事会、股东大会等相关决议及公告，了解本次发行的决策程序及信息披露情况。

2. 核查意见

经核查，我们认为：

(1) 本次募投项目的投资内容、测算依据及测算过程具有合理性；

(2) 本次募投项目的产能扩张和融资规模与同行业可比公司不存在明显差异，本次募集资金规模具有合理性；

(3) 本次募投项目“清远智能生产基地(一二期)建设项目”“数字化升级项目”中的非资本性支出均不以募集资金投入；本次募投项目中实际补充流动资金金额为 17,000.00 万元，占募集资金总额比例为 25.37%，未超过 30%；

(4) “清远智能生产基地(一二期)建设项目”效益测算中的关键测算指标确定依据充分，测算结果谨慎合理；

(5) 本次募投项目投产后新增净利润预计可以覆盖新增长期资产的折旧摊销成本，不会对公司未来经营业绩造成重大不利影响，公司已在《募集说明书》中完善相关风险；

(6) 公司针对本次向不特定对象发行可转换公司债券项目已履行相关决策程序和信息披露义务。

二、关于应收账款及合同资产

根据申报材料，1) 报告期内，发行人应收账款期末余额分别为 13,689.57 万元、18,116.58 万元、27,641.29 万元、28,145.92 万元。应收账款周转率分别为 15.06、32.40、23.55、2.89；2) 报告期内公司合同资产金额分别为 45,215.72 万元、93,485.63 万元、100,376.13 万元和 79,070.38 万元，合同资产主要为已完工未结算的工程项目；3) 公司将已签订工抵房协议的应收房地产公司客户的债权全部终止核算，并计入其他长期资产形成预付购房款，2023 年 3 月末预付购房款金额为 35,181.30 万元。

请发行人说明：(1) 公司应收账款（含合同资产）占营业收入比例显著高于同行业且逐年升高的原因，并结合业务模式、信用政策、同行业可比公司情况等，分析应收账款及合同资产金额逐年增加、应收账款周转率呈现下降趋势的原因和合理性；(2) 结合主要客户及逾期客户的经营情况及偿债能力、账龄结构、期后回款情况、同行业可比公司情况等，分析应收账款（含合同资产）的坏账准备计提的充分性；应收款项（含合同资产）坏账准备余额占应收款项（含合同资产）余额的比例明显低于同行业可比公司平均值的合理性；(3) 按单项计提与按组合计提的划分标准，按单项计提坏账准备的应收账款对应的

主要客户情况、逾期情况、计提比例及确定依据，相关风险客户坏账准备单项计提比率不同的原因，是否与同行业可比公司一致，结合相关客户目前的经营状况说明公司应收账款坏账准备计提是否充分；（4）报告期末工抵房相关抵债资产的具体情况（包括数量、面积、单价、地点、建设状态、过户情况等），公司对上述资产的去化情况或处置计划；并结合上述情况、周边房产近期成交情况及成交单价等，说明相关应收账款是否存在减值情形；（5）报告期内已经实现销售或处置的工抵房的具体情况，包括面积、价格、销售周期、会计处理等；（6）针对未办理网签或产权变更登记的工抵房，是否存在可能无法正常交付的风险；（7）结合部分上市公司针对未办理网签的工抵房仍在应收或转入其他应收款核算并计提坏账的情况，说明公司会计核算与同行业不一致的原因，未计提坏账的合理性。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 3）

（一）公司应收账款(含合同资产)占营业收入比例显著高于同行业且逐年升高的原因，并结合业务模式、信用政策、同行业可比公司情况等，分析应收账款及合同资产金额逐年增加、应收账款周转率呈现下降趋势的原因和合理性

1. 公司应收账款(含合同资产)情况

报告期各期末，公司应收账款(含合同资产)情况如下：

单位：万元

项 目	2024/6/30	2023/12/31	2022/12/31	2021/12/31
应收账款(含合同资产)余额	161,130.72	179,330.53	137,677.39	118,289.84
坏账准备	29,979.16	29,814.49	16,591.54	10,090.98
应收账款(含合同资产)净额	131,151.56	149,516.04	121,085.86	108,198.86
项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
营业收入	221,210.92	611,647.30	538,877.97	515,279.78
应收账款(含合同资产)余额占营业收入比例(%)	72.84	29.32	25.55	22.96

报告期各期末，公司应收账款(含合同资产)余额分别为 118,289.84 万元、137,677.39 万元、179,330.53 万元和 161,130.72 万元，占营业收入比例分别为 22.96%、25.55%、29.32%和 72.84%，公司应收账款(含合同资产)余额随着公司业务规模和营业收入的增长呈上升趋势。

2. 公司业务模式

报告期内，公司主营业务销售模式按渠道划分主要为经销销售、大宗销售、直营销售、海外销售，具体如下：

单位：万元、%

项目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	116,647.71	57.35	312,444.46	54.31	289,984.66	57.23	282,963.67	58.18
大宗	60,616.90	29.80	200,888.21	34.92	165,727.02	32.71	165,125.38	33.95
直营	17,470.46	8.59	47,010.79	8.17	39,664.63	7.83	32,238.23	6.63
海外	8,647.59	4.25	14,959.35	2.60	11,344.66	2.24	6,049.60	1.24
合计	203,382.66	100.00	575,302.81	100.00	506,720.98	100.00	486,376.88	100.00

报告期内，公司各业务模式收入占比较为稳定，以经销销售、大宗销售为主。公司应收账款(含合同资产)主要由大宗业务产生，大宗业务模式下应收账款(含合同资产)变动情况以及占公司应收账款(含合同资产)的比例、大宗业务收入变动情况以及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2024年1-6月/ 2024.6.30		2023年度/ 2023.12.31			2022年度/ 2022.12.31			2021年度/ 2021.12.31	
	金额	占比	金额	占比	变动率	金额	占比	变动率	金额	占比
应收账款(含合同资产)	149,570.43	92.83	167,579.03	93.45	28.83	130,076.73	94.48	13.45	114,654.41	96.93
大宗业务收入	60,616.90	27.40	200,888.21	32.84	21.22	165,727.02	30.75	0.36	165,125.38	32.05

报告期各期末，公司大宗业务应收账款(含合同资产)余额分别为114,654.41万元、130,076.73万元、167,579.03万元和149,570.43万元，占比分别为96.93%、94.48%、93.45%和92.83%，是应收账款(含合同资产)余额的主要组成部分。

2022年度和2023年度，公司大宗业务收入较上期分别增长0.36%和21.22%，呈上升趋势，随着大宗业务规模的扩张，应收账款规模相应有所增加，大宗业务应收账款(含合同资产)余额较上期末分别增长13.45%和28.83%。大宗业务应收账款(含合同资产)余额增幅高于收入增幅的主要原因系：

(1) 大宗业务结算周期较长

公司大宗业务主要系向房地产开发企业提供厨柜、衣柜、木门等精装修定制化配套产品服务，主要采取分期结算和收款的模式，具有项目金额大、结算周期长的特点。一般而言，公司在项目实施过程中根据工程进度收取货款，下单结算货款 0-10%，到货结算货款至 60%-70%，安装验收结算货款至 80%-85%，竣工决算结算货款至 95%-97%，质保到期结算货款至 100%，结算周期较长。

(2) 大宗客户付款审批流程较长

公司大宗业务客户主要为大型房地产开发企业，付款审核通常较为严格，数据核对、结算确认及付款审批流程的时间相对较长，对公司应收款项的回收造成一定程度的影响。

(3) 部分客户付款进度有所放缓

受宏观经济形势及房地产调控政策影响，房地产市场成交较为低迷，行业整体规模增长受阻，同时房地产行业融资持续收紧，导致部分房地产开发企业面临暂时性流动性紧张的情形，付款进度有所放缓。

3. 公司信用政策

公司根据自身产品的经营特点，在结合定制家具行业习惯基础上，对不同销售模式下的客户采取以下主要信用政策：

销售模式	主要信用政策
经销销售	经销模式客户主要包括经销商和家装公司； 经销商和家装公司：经销商、家装公司将经其客户确认的销售订单发送至公司，按照结算价款向公司支付全部货款，公司开始根据订单组织生产。
大宗销售	大宗模式客户主要包括房地产开发商和工程经销商。 房地产开发商：采取按进度付款方式进行货款结算，主要为：下单结算货款 0-10%，到货结算货款至 60%-70%，安装验收结算货款至 80%-85%，竣工决算结算货款至 95%-97%，质保到期结算货款至 100%。 工程经销商：在收取工程经销商全款后，公司按照订单安排生产。
直营销售	在收取客户全款后，公司按照订单安排生产。
海外销售	预收 15%-30%货款后安排生产，离港或到港前付清尾款。

报告期内，公司不同业务模式下的信用政策一致，不存在放宽信用政策以促进销售导致应收账款余额增加的情形。

4. 与同行业可比公司对比情况

(1) 应收账款(含合同资产)余额占营业收入比例情况

报告期内，公司及同行业可比公司应收账款(含合同资产)余额占营业收入的比例情况如下：

单位：万元、%

可比公司	2024/6/30		2023/12/31		2022/12/31		2021/12/31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比	余额	占比
欧派家居	181,033.12	21.09	175,238.84	7.69	161,206.30	7.17	114,750.94	5.61
索菲亚	204,770.84	41.54	196,416.63	16.84	207,564.05	18.50	149,135.83	14.33
好莱客	23,500.01	25.45	20,524.51	9.06	17,660.24	6.26	49,548.08	14.70
金牌家居	27,145.93	17.86	19,403.85	5.32	17,954.53	5.05	9,890.68	2.87
皮阿诺	138,945.26	307.61	142,162.99	108.03	137,551.44	94.75	68,672.60	37.66
我乐家居	53,314.29	81.10	53,363.44	31.18	57,385.97	34.44	38,687.30	22.42
尚品宅配	31,167.06	18.23	29,923.37	6.11	26,513.36	4.99	19,650.38	2.69
平均值	94,268.07	73.27	91,004.80	26.32	89,405.13	24.45	64,333.69	14.33
志邦家居公司	161,130.72	72.84	179,330.53	29.32	137,677.39	25.55	118,289.84	22.96

注：同行业可比公司数据来源于各公司公开披露信息

由上表可知，报告期内，公司应收账款(含合同资产)占营业收入的比例呈上升趋势，与同行业可比公司均值的变动趋势一致。经比较同行业可比公司应收账款(含合同资产)占营业收入的比例，不同公司之间存在较大差异，主要原因系同行业可比公司大宗业务占比不同及大宗业务采用的业务模式有所差异。公司及同行业可比公司大宗业务收入占营业收入比例及模式对比情况如下：

单位：%

可比公司	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
欧派家居	17.47	15.74	15.55	17.97
索菲亚	14.87	12.44	13.59	15.41
好莱客	14.09	9.26	14.82	21.96
金牌家居	39.49	35.00	36.02	33.21
皮阿诺	46.83	44.86	38.55	48.18
我乐家居	15.32	12.53	9.71	18.92
平均值	19.19	16.89	17.22	20.30

志邦家居公司	27.40	32.84	30.75	32.05
--------	-------	-------	-------	-------

注：同行业可比公司数据来源于各公司公开披露信息，尚品宅配的业务模式主要包括直营专卖店模式和经销商模式，基本无大宗业务收入

由上表可知，公司大宗业务收入占营业收入的比例高于同行业可比公司欧派家居、索菲亚、好莱客，使得公司应收账款(含合同资产)占营业收入的比例高于上述公司。公司应收账款(含合同资产)占营业收入比例高于金牌家居，主要系金牌家居大宗业务多采用工程经销商模式，回款周期较短，而公司主要采取直接与地产商订立合同的业务模式，回款受客户资金安排、项目工期、工程验收结算等因素影响，周期相对较长。公司应收账款(含合同资产)占营业收入比例低于皮阿诺，主要系皮阿诺受恒大集团等房地产客户影响，应收账款余额较大，且2022年业务规模有所收缩，导致其应收账款(含合同资产)占营业收入比例增长较快。

(2) 应收账款(含合同资产)周转率的对比情况

报告期内，公司应收账款(含合同资产)周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次				
可比公司	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
欧派家居	4.82	13.54	16.29	22.66
索菲亚	2.46	5.78	6.29	8.69
好莱客	4.19	11.86	8.40	9.60
金牌家居	6.53	19.52	25.52	44.56
皮阿诺	0.32	0.94	1.41	4.43
我乐家居	1.23	3.09	3.47	5.77
尚品宅配	5.60	17.36	23.02	47.82
平均值	3.59	10.30	12.06	20.50
志邦家居公司	1.30	3.86	4.21	5.71

注：应收账款(含合同资产)周转率=营业收入÷(应收账款+合同资产)平均余额

报告期内，同行业可比公司应收账款(含合同资产)周转率均呈下降趋势，平均值分别为20.50次、12.06次、10.30次和3.59次，与公司应收账款(含合同

资产)周转率的变动趋势基本保持一致。报告期内,精装房政策在一、二线城市快速推进,定制家居企业不同程度发力大宗业务,导致同行业可比公司应收账款(含合同资产)金额呈增长趋势,周转率呈下降趋势。此外,同行业可比公司之间的应收账款(含合同资产)周转率水平存在较大差异,主要原因系各公司大宗业务占比及大宗业务采用的业务模式有所差异。总体来看,公司周转率水平位于同行业可比公司区间范围内。

综上所述,报告期内,公司应收账款(含合同资产)金额增加、应收账款(含合同资产)占营业收入比例上升、应收账款(含合同资产)周转率下降具有合理性,符合公司实际业务开展情况,且与同行业可比公司趋势基本一致。

(二) 结合主要客户及逾期客户的经营情况及偿债能力、账龄结构、期后回款情况、同行业可比公司情况等,分析应收账款(含合同资产)的坏账准备计提的充分性;应收款项(含合同资产)坏账准备余额占应收款项(含合同资产)余额的比例明显低于同行业可比公司平均值的合理性

1. 主要客户及逾期客户的账龄结构

(1) 主要客户的账龄结构

截至2024年6月30日末,公司前十大应收账款(含合同资产)客户账龄结构情况如下:

单位:万元;%

项目	2024年6月30日	1年以内		1-2年		2年以上	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
绿地控股	20,951.14	15,392.30	73.47	4,738.02	22.61	820.82	3.92
保利集团	9,204.25	6,677.44	72.55	2,109.38	22.92	417.43	4.54
龙湖集团	7,396.03	5,998.90	81.11	885.67	11.97	511.46	6.92
华润置地	7,082.95	6,838.54	96.55	244.41	3.45		
中海集团	5,533.57	5,346.69	96.62	20.70	0.37	166.18	3.00
阳光城控股	5,266.55	292.12	5.55	712.52	13.53	4,261.91	80.92
时代中国控股	3,578.65	1,035.51	28.94	928.89	25.96	1,614.25	45.11
中骏集团控	3,019.66	2,488.88	82.42	352.18	11.66	178.61	5.91

股							
美的置业	2,798.96	2,694.01	96.25	104.03	3.72	0.92	0.03
金地集团	2,486.48	1,551.10	62.38	929.36	37.38	6.02	0.24
合计	67,318.23	48,315.49	71.77	11,025.15	16.38	7,977.59	11.85

截至2024年6月30日,公司前十大应收账款(含合同资产)客户账龄结构总体良好,2年以内应收账款的占比为88.15%,占比较高,除阳光城控股外,应收账款账龄基本保持在2年以内。

(2) 逾期客户的账龄结构

截至2024年6月30日,公司前十大应收账款(含合同资产)逾期客户账龄结构情况如下:

单位:万元;%

项目	2024年6月30日			应收账款(含合同资产)的账龄情况					
				1年以内		1-2年		2年以上	
	逾期金额	应收账款余额	逾期占比	应收账款余额	占比	应收账款余额	占比	应收账款余额	占比
绿地控股	8,339.88	20,951.14	39.81	15,392.30	73.47	4,738.02	22.61	820.82	3.92
阳光城控股	5,008.68	5,266.55	95.10	292.12	5.55	712.52	13.53	4,261.91	80.92
保利集团	2,867.90	7,560.58	37.93	5,033.78	66.58	2,109.38	27.90	417.43	5.52
时代中国控股	2,466.88	3,578.65	68.93	1,035.51	28.94	928.89	25.96	1,614.25	45.11
华润置地	2,336.99	7,082.51	33.00	6,838.10	96.55	244.41	3.45		
龙湖集团	2,297.95	6,967.51	32.98	5,570.38	79.95	885.67	12.71	511.46	7.34
中海集团	1,706.45	5,533.57	30.84	5,346.69	96.62	20.70	0.37	166.18	3.00
深圳前海花万里供应链管理服务有限公司	1,402.86	1,402.86	100.00			326.96	23.31	1,075.90	76.69
武汉瑞虹置业有限公司	1,385.84	1,385.84	100.00					1,385.84	100.00
金科股份	1,357.92	1,357.92	100.00			2.60	0.19	1,355.31	99.81
合计	29,171.35	61,087.13	47.75	39,508.88	64.68	9,969.14	16.32	11,609.11	19.00

截至2024年6月30日,公司前十大应收账款(含合同资产)逾期客户账龄结构总体良好,2年以内应收账款的占比为81.00%,占比较高;其中,除阳光城控

股、深圳前海花万里供应链管理服务有限公司外，应收账款账龄基本保持在 2 年以内。

2. 主要客户及逾期客户的经营情况及偿债能力

报告期内，公司主要客户及逾期客户的经营情况及偿债能力如下：

单位：亿元；%

客户名称	项目	2024 年 1-6 月/ 2024. 6. 30	2023 年度/ 2023. 12. 31	2022 年度/ 2022. 12. 31	2021 年度/ 2021. 12. 31
绿地控股 (600606. SH)	营业收入	1,153.27	3,602.45	4,355.20	5,442.86
	归母净利润	2.10	-95.56	10.10	61.79
	总资产	10,697.49	11,939.22	13,653.21	14,690.98
	归母净资产	799.30	803.40	906.51	899.73
	资产负债率	86.63	87.84	87.97	88.84
保利发展 (600048. SH)	营业收入	1,392.49	3,468.28	2,810.17	2,849.33
	归母净利润	74.20	120.67	183.47	273.88
	总资产	13,899.84	14,369.12	14,704.64	13,999.33
	归母净资产	2,003.73	1,985.43	1,962.64	1,955.61
	资产负债率	75.31	76.55	78.09	78.36
保利置业集团 (0119. HK)	营业收入	124.57	409.32	411.27	298.18
	归母净利润	3.73	14.45	8.16	20.26
	总资产	2,068.67	2,058.11	2,031.15	1,924.80
	归母净资产	342.08	341.00	329.30	313.73
	资产负债率	78.18	78.06	79.43	80.26
阳光城 (400199. NQ)	营业收入	97.85	477.77	399.19	425.26
	归母净利润	-28.14	-80.69	-125.53	-69.52
	总资产	2,289.40	2,427.14	2,996.93	3,582.71
	归母净资产	-60.41	-31.96	52.20	181.92
	资产负债率	99.51	96.22	91.64	88.25
龙湖集团 (0960. HK)	营业收入	468.55	1,807.37	2,505.65	2,233.75
	归母净利润	58.66	128.50	243.62	238.54
	总资产	6,943.17	7,004.07	7,867.74	8,756.51

	归母净资产	1,575.46	1,519.67	1,421.00	1,249.49
	资产负债率	65.12	66.24	70.36	74.66
新城控股 (601155.SH)	营业收入	339.04	1,191.74	1,154.57	1,682.32
	归母净利润	13.18	7.37	13.94	125.98
	总资产	3,556.49	3,741.09	4,579.07	5,342.93
	归母净资产	614.27	600.78	594.81	593.10
	资产负债率	76.06	76.90	80.46	81.82
时代中国控股 (1233.HK)	营业收入	60.91	210.11	244.24	436.35
	归母净利润	-30.18	-45.07	-99.36	32.60
	总资产	1,150.67	1,211.07	1,499.27	1,983.93
	归母净资产	-24.99	6.33	57.49	192.62
	资产负债率	93.30	91.20	86.72	78.50
中海集团	营业收入	699.21	1,415.04	1,394.79	1,711.40
	归母净利润	92.90	189.49	194.03	241.29
	总资产	6,001.69	6,283.76	6,195.26	6,448.88
	归母净资产	2,290.65	2,196.39	2,006.44	1,811.35
	资产负债率	58.81	62.60	65.57	70.40
美的置业 (3990.HK)	营业收入	251.34	735.64	736.31	737.03
	归母净利润	3.76	9.14	17.26	37.44
	总资产	1,789.98	2,015.79	2,519.39	2,885.20
	归母净资产	251.99	253.09	248.65	235.12
	资产负债率	73.66	75.14	80.03	83.43
中骏集团控股 (1966.HK)	营业收入	248.17	209.61	267.05	377.37
	归母净利润	-36.82	-79.91	0.25	30.70
	总资产	1,435.08	1,678.90	1,939.64	1,950.13
	归母净资产	54.99	97.24	197.11	217.86
	资产负债率	89.47	87.80	81.12	78.10
华润置地 (1109.HK)	营业收入	791.27	2,511.37	2,070.61	2,121.08
	归母净利润	102.53	313.65	280.92	324.01

	总资产	12,164.30	11,911.77	10,813.32	9,498.04
	归母净资产	2,665.16	2,648.67	2,440.47	2,265.29
	资产负债率	67.51	67.75	68.40	69.25
金科股份 (000656.SZ)	营业收入	160.48	632.38	548.62	1,123.10
	归母净利润	-38.01	-87.32	-213.92	36.01
	总资产	2,082.55	2,242.19	2,995.36	3,713.62
	归母净资产	-2.90	35.08	124.50	389.18
	资产负债率	92.13	90.80	87.02	79.07
金地集团 (600383.SH)	营业收入	211.05	980.08	1,200.35	989.35
	归母净利润	-33.61	8.88	61.07	94.10
	总资产	3,491.57	3,738.47	4,193.83	4,628.10
	归母净资产	616.41	650.60	652.30	629.81
	资产负债率	68.34	68.73	72.28	76.19
武汉瑞虹置业有 限公司		2017年5月成立，注册资本(实缴资本)5,500万元，武汉联力佳成置业有限公司持股90.91%，登记状态存续，无公开财务数据			
深圳前海花万里 供应链管理服务 有限公司		2016年3月成立，注册资本(实缴资本)50,000万元，深圳市正亦商贸有限公司持股60%，登记状态存续，无公开财务数据			

注：上述客户信息来源于各公司公开披露的定期报告或债券受托管理事务报告；中海集团指中海企业发展集团有限公司及其下属单位；阳光城控股、保利集团系按同一控制口径合并披露的集团客户，无公开财务数据，因此列示其下属公众公司阳光城（400199.NQ）、保利发展（600048.SH）及保利置业集团（0119.HK）相关财务数据

由上表可见，报告期内，公司大宗业务主要客户多为国内知名的品牌房地产开发上市公司或大型企业，业务和资产规模较大。其中：

（1）保利发展、保利置业集团、龙湖集团、新城控股、中海集团、美的置业、华润置地经营良好，净利润持续为正，偿债能力较好；金地集团2021-2023年度盈利，虽在2024年1-6月出现亏损，但账龄较短，期后回款良好；绿地控股、中骏集团控股2020-2022年盈利，虽在2023年度出现亏损，但期后回款情况良好，且绿地控股2024年上半年实现盈利，归母净利润为2.10亿元。因此公司未整体对上述客户单项计提坏账准备。

（2）阳光城、时代中国控股、金科股份经营规模有所下降，业绩有所下滑，资产负债率较高，一定程度上影响其偿债能力，因此公司已整体对上述客户单

项计提坏账准备。

针对公司未单项计提的主要客户及逾期客户，经检索，同行业可比公司中，皮阿诺对中骏集团单项计提比例 30.08%，公司应收中骏集团控股款项账龄集中在 1 年以内且期后回款情况良好，因此未单项计提；索菲亚同样对保利集团、中海集团、美的置业按组合计提坏账准备；其余可比公司未披露其针对上述客户的单项计提情况。综上，公司针对上述客户的坏账计提情况符合公司实际情况，与同行业可比公司不存在重大差异。

3. 主要客户及逾期客户的期后回款情况

报告期内，公司主要客户及逾期客户应收账款(含合同资产)的期后回款情况如下所示：

单位：万元；%

序号	客户名称	2024/6/30			2023/12/31			2022/12/31			2021/12/31		
		应收账款 余额	期后回款	期后回 款比例	应收账款 余额	期后回款	期后回 款比例	应收账款 余额	期后回款	期后回 款比例	应收账款 余额	期后回款	期后回 款比例
1	绿地控股	20,951.14	763.61	3.64	24,758.14	6,044.07	24.41	19,223.57	15,260.63	79.38	23,400.67	22,741.10	97.18
2	保利集团	9,204.25	2,580.20	28.03	9,115.72	5,000.36	54.85	14,260.77	12,709.56	89.12	8,023.02	7,674.39	95.65
3	龙湖集团	7,396.03	20.00	0.27	7,857.57	2,088.89	26.58	5,132.31	3,829.75	74.62	1,442.94	1,074.38	74.46
4	华润置地	7,082.95	2,486.46	35.10	1,799.75	1,478.25	82.14	12.36	10.48	84.81			
5	中海集团	5,533.57	879.71	15.90	9,021.97	6,741.89	74.73	1,324.90	1,122.62	84.73	830.92	664.73	80.00
6	阳光城控股	5,266.55			5,266.55			6,017.48	953.25	15.84	5,482.73	2,138.60	39.01
7	时代中国控股	3,578.65			4,076.09	497.44	12.20	3,170.97	1,023.48	32.28	5,914.97	4,567.54	77.22
8	中骏集团控股	3,019.66	648.77	21.48	5,090.04	3,102.20	60.95	3,752.67	3,302.00	87.99	2,289.48	2,086.64	91.14
9	美的置业	2,798.96	161.04	5.75	4,191.61	1,864.10	44.47	1,004.75	956.87	95.23	23.91	22.99	96.17
10	金地集团	2,486.48	313.31	12.60	3,572.73	1,770.32	49.55	5,416.55	3,706.46	68.43	659.38	659.38	100.00
11	深圳前海花万里供应链管理服务有限公司	1,402.86			1,402.86			1,797.57	536.78	29.86	1,227.49	899.36	73.27
12	武汉瑞虹置业有限公司	1,385.84			1,385.84			1,385.84			1,878.59	715.68	38.10
13	金科股份	1,357.92			1,357.92			1,357.92			1,137.08	16.55	1.46
	合计	71,464.85	7,853.12	10.99	78,896.80	28,587.53	36.23	63,857.65	43,411.87	67.98	52,311.17	43,261.33	82.70

注：期后回款统计截至2024年8月31日

截至 2024 年 8 月末，公司主要客户及逾期客户报告期各期末应收账款（含合同资产）的期后回款率分别为 82.70%、67.98%、36.23%和 10.99%，2021 年末和 2022 年末应收账款（含合同资产）的期后回款率较高，2023 年末的期后回款率有所下降，主要系回款时间较短且阳光城控股、时代中国控股、深圳前海花万里供应链管理服务有限公司、武汉瑞虹置业有限公司、金科股份等客户回款较少所致。

4. 主要客户及逾期客户总体分析

从主要客户及逾期客户的账龄结构、经营及偿债情况及期后回款来看，阳光城控股业绩下滑，应收账款账龄较长、逾期金额较大、期后回款较少；时代中国控股、金科股份业绩下滑，资产负债率较高，期后回款较少；武汉瑞虹置业有限公司、深圳前海花万里供应链管理服务有限公司应收账款账龄较长，期后回款较少。除此之外，公司主要客户及逾期客户的应收账款回收不存在重大风险。

公司已采取一系列措施控制上述客户的应收账款回收风险，包括加强催收力度、洽谈以房抵债、诉讼、保全财产等。针对武汉瑞虹置业有限公司，公司已对其诉讼，并已保全其资产，目前已胜诉进入强制执行阶段；针对阳光城控股、时代中国控股、金科股份、深圳前海花万里供应链管理服务有限公司单项计提了减值损失，具体详见本说明二(三)之所述。

5. 同行业可比公司情况，应收账款(含合同资产)的坏账准备计提的充分性，应收款项(含合同资产)坏账准备余额占应收款项(含合同资产)余额的比例明显低于同行业可比公司平均值的合理性

(1) 公司应收账款(含合同资产)坏账计提政策与同行业可比公司对比情况

1) 按组合计提坏账准备政策

截至 2024 年 6 月 30 日，公司和同行业可比公司按组合计提坏账准备的比例如下：

账龄	志邦家居公司	欧派家居	金牌家居	我乐家居	好莱客	索菲亚	皮阿诺	尚品宅配
1 年以内	5.00%	工程业务客户计提比例为 16.08%，加盟经销商计提比例为	5.00%	3.73%	1%-5%	3.50%	5.00%	工程单客户计提比例为 29.49%，加盟商客户计提比例为
1-2 年 (含 2 年)	20.00%		20.00%	10.00%	10%-33.90%	15.00%	10.00%	
2-3 年 (含 3 年)	50.00%		40.00%	20.00%	30%-54.54%	35.00%	40.00%	

3-4年 (含4年)	80.00%	14.15%, 其他客户计提比例为 17.69%, 未详细披露各账龄段的计提比例	60.00%	30.00%	50%-82.40%	55.00%	60.00%	32.32%, 其他客户计提比例为 59.07%, 未详细披露各账龄段的计提比例
4-5年 (含5年)	100.00%		80.00%	50.00%	100.00%	75.00%	80.00%	
5年以上	100.00%		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	

由上表可知，公司按组合计提应收账款坏账政策与同行业可比公司基本保持一致，不存在显著差异。

2) 按单项计提坏账准备政策

截至 2024 年 6 月 30 日，公司和同行业可比公司按单项计提坏账准备的政策和比例如下：

公司名称	单项政策
欧派家居	部分工程客户无法偿还到期债务或信用评级下降的应收款项，单项计提比例为 67.32%
索菲亚	对恒大的应收款项，单项计提比例为 95%；对其他预计无法回收的其他地产公司，单项计提比例 52.70%；对其他预计无法回收的经销商客户，单项计提比例为 95.50%
好莱客	对款项收回存在重大不确定性的应收款项，单项计提比例 100%；恒大的应收款项，单项计提比例为 80%；对应收账款出现资金流动性问题的部分客户，单项计提比例 43.55%
金牌家居	对预计无法全额收回的工程应收款项，单项计提比例为 50%-100%；对其他预计无法全额收回的经销商应收款项，单项计提比例为 20%-100%
皮阿诺	对恒大的应收款项，单项计提比例为 80%；对中南、中国奥园、海伦堡、正荣地产、龙光、远洋、中骏集团、三盛实业、中梁的应收款项，单项计提比例为 30%-63.92%；对其他预计无法收回的应收款项，单项计提比例为 100%
我乐家居	对预计无法全额收回的恒大应收款项，单项计提比例为 98%；对预计无法全额收回的华夏幸福、金科应收款项，单项计提比例为 80%；对预计无法全额收回的融创应收款项，单项计提比例为 60%；对预计无法全额收回的海伦堡、正荣、弘阳应收款项，单项计提比例为 40%；对其他预计无法收回的经销商应收款项，单项计提比例为 91.07%
尚品宅配	对预计无法收回应收款项，单项计提比例 100%
志邦家居公司	对预计可收回性较低或无法收回的客户应收款项，根据风险等级单项计提比例为 50%-100%

如上表所示，同行业可比公司对应收账款单独计提坏账准备主要基于个别房地产客户出现经营困难、流动性风险增加等而计提的单项减值损失。与同行业可

比公司相比，公司单项计提政策和比例不存在显著差异。

(2) 公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提比例与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2024/6/30			2023/12/31		
	余额	坏账准备	计提比例	余额	坏账准备	计提比例
欧派家居	181,033.12	41,085.74	22.70	175,238.84	39,077.30	22.30
索菲亚	204,770.84	93,507.59	45.66	196,416.63	92,303.16	46.99
好莱客	23,500.01	3,389.42	14.42	20,524.51	3,237.83	15.78
金牌家居	27,145.93	4,215.17	15.53	19,403.85	3,847.35	19.83
皮阿诺	138,945.26	90,519.85	65.15	142,162.99	89,964.06	63.28
我乐家居	53,314.29	42,423.23	79.57	53,363.44	43,200.05	80.95
尚品宅配	31,167.06	11,294.19	36.24	29,923.37	11,047.93	36.92
平均计提比例			39.90			40.86
志邦家居公司	161,130.72	29,979.16	18.61	179,330.53	29,814.49	16.63

(续上表)

司名称	2022/12/31			2021/12/31		
	余额	坏账准备	计提比例	余额	坏账准备	计提比例
欧派家居	161,206.30	25,525.81	15.83	114,750.94	13,581.62	11.84
索菲亚	207,564.05	72,765.65	35.06	149,135.83	42,849.69	28.73
好莱客	17,660.24	2,714.68	15.37	49,548.08	12,754.79	25.74
金牌家居	17,954.53	3,025.23	16.85	9,890.68	750.38	7.59
皮阿诺	137,551.44	85,901.87	62.45	68,672.60	37,816.98	55.07
我乐家居	57,385.97	38,054.96	66.31	38,687.30	22,611.07	58.45
尚品宅配	26,513.36	5,598.62	21.12	19,650.38	2,470.47	12.57
平均计提比例			33.28			28.57

志邦家居公司	137,677.39	16,591.54	12.05	118,289.84	10,090.98	8.53
--------	------------	-----------	-------	------------	-----------	------

报告期各期末，公司应收账款(含合同资产)坏账准备余额占应收账款(含合同资产)余额的比例分别为8.53%、12.05%、16.63%和18.61%，呈逐渐上升趋势，与同行业可比公司平均值变化趋势一致。同行业可比公司坏账准备计提比例平均值较高，主要原因系索菲亚、好莱客、皮阿诺、我乐家居等同行可比公司针对恒大集团、华夏幸福等客户单项计提大额坏账准备。报告期内，恒大集团非公司的主要客户，期末应收账款(含合同资产)余额90.79万元，同时华夏幸福非公司客户，因此对公司的影响较小。

报告期各期末，扣除恒大集团和华夏幸福单项计提金额后，公司与同行业可比公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2024/6/30			2023/12/31		
	余额	坏账准备	计提比例	余额	坏账准备	计提比例
欧派家居	181,033.12	41,085.74	22.70	175,238.84	39,077.30	22.30
索菲亚	204,770.84	20,386.69	9.96	196,416.63	19,182.27	9.77
好莱客	23,500.01	3,389.42	14.42	20,524.51	3,237.83	15.78
金牌家居	27,145.93	4,215.17	15.53	19,403.85	3,847.35	19.83
皮阿诺	138,945.26	12,559.54	9.04	142,162.99	10,562.34	7.43
我乐家居	53,314.29	7,428.34	13.93	53,363.44	7,343.19	13.76
尚品宅配	31,167.06	11,294.19	36.24	29,923.37	11,047.93	36.92
平均计提比例			17.40			17.97
志邦家居公司	161,130.72	29,888.37	18.55	179,330.53	29,723.70	16.57

(续上表)

公司名称	2022/12/31			2021/12/31		
	余额	坏账准备	计提比例	余额	坏账准备	计提比例
欧派家居	161,206.30	25,525.81	15.83	114,750.94	13,581.62	11.84
索菲亚	207,564.05	11,601.07	5.59	149,135.83	5,883.77	3.95
好莱客	17,660.24	2,714.68	15.37	49,548.08	4,162.51	8.40

金牌家居	17,954.53	3,025.23	16.85	9,890.68	750.38	7.59
皮阿诺	137,551.44	6,499.92	4.73	68,672.60	3,516.74	5.12
我乐家居	57,386.97	4,471.28	7.79	38,687.30	1,995.67	5.16
尚品宅配	26,513.36	5,598.62	21.12	19,650.38	2,470.47	12.57
平均计提比例			12.47			7.80
志邦家居公司	137,677.39	16,500.75	11.99	118,289.84	10,010.90	8.46

由上表可知，扣除恒大集团和华夏幸福单项计提金额后，公司应收账款(含合同资产)坏账准备余额占应收账款(含合同资产)余额的比例和同行业可比公司不存在显著差异。

综上所述，公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，应收账款(含合同资产)的坏账准备计提充分，应收账款(含合同资产)坏账准备占比低于同行业可比公司平均值的主要原因系索菲亚、好莱客、皮阿诺、我乐家居等同行可比公司针对恒大集团、华夏幸福等客户单项计提大额坏账准备，扣除恒大集团和华夏幸福单项计提金额后不存在显著差异。

(三) 按单项计提与按组合计提的划分标准，按单项计提坏账准备的应收账款对应的主要客户情况、逾期情况、计提比例及确定依据，相关风险客户坏账准备单项计提比率不同的原因，是否与同行业可比公司一致，结合相关客户目前的经营状况说明公司应收账款坏账准备计提是否充分

1. 按单项计提与按组合计提的划分标准

公司对在单项工具层面信用状况明显恶化、未来回款可能性较低、已经发生信用减值的能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的应收账款单独确定其信用损失计提坏账准备。当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失，按照账龄组合计提坏账准备。

2. 按单项计提坏账准备的应收账款对应的主要客户情况、逾期情况、计提比例及确定依据，相关风险客户坏账准备单项计提比率不同的原因，是否与同行业可比公司一致

(1) 按单项计提坏账准备的应收账款对应的主要客户情况、逾期情况、计提比例及确定依据，相关风险客户坏账准备单项计提比率不同的原因

截至 2024 年 6 月 30 日，公司按单项计提坏账准备的主要客户情况如下：

单位：万元

公司名称	应收账款(含合同资产)余额	逾期金额	单项计提金额	计提比例	单项计提依据
阳光城控股	5,266.55	5,008.68	4,216.36	80.00%	该客户存在债务违约情形，2021年起持续亏损，资产负债率超过90%，2023年8月阳光城股票被深交所摘牌退市；应收账款账龄较长，逾期比例较高，期后回款较少。公司预计款项收回存在较大不确定性，按80%单项计提坏账准备
时代中国控股	3,578.65	2,466.88	1,811.09	50.61%	该客户存在债务违约情形，2022年起亏损，资产负债率接近90%，股票正常交易；应收账款存在一定逾期，期后回款较少。公司预计款项收回存在一定不确定性，按50%单项计提坏账准备
深圳前海花万里供应链管理服务有限公	1,402.86	1,402.86	701.43	50.00%	该客户应收账款账龄较长，逾期比例较高，期后回款较少。公司预计款项收回存在一定不确定性，按50%单项计提坏账准备
金科股份	1,357.92	1,357.92	1,357.92	100.00%	该客户存在债务违约情形，2022年起亏损，资产负债率接近90%，2023年5月被债权人申请重整，2024年4月被实施退市风险警示；应收账款逾期比例较高，期后回款较差，抵房可能性较低。公司预计款项无法收回，按100%全额计提坏账准备
宁波灵睿贸易有限公司	447.08	447.08	447.08	100.00%	公司胜诉后无可执行财产，预计款项无法收回，按100%全额计提坏账准备
建丰建筑科技有限公司	286.60	286.60	286.60	100.00%	公司胜诉后无可执行财产，预计款项无法收回，按100%全额计提坏账准备
小计	12,339.66	10,970.02	8,820.48		
单项计提合计金额			11,786.00		
占单项计提合计金额的比例			74.84%		

公司综合考虑客户自身的经营情况、财务状况、融资能力、偿债能力以及对应收账款账龄结构、期后回款、诉讼保全、抵房意愿等多种因素后预计款项收

回的可能性，并确定单项计提比例。公司对上述客户的单项计提金额为 8,820.48 万元，单项计提的坏账准备合理、充分。

(2) 是否与同行业可比公司一致

报告期末，同行业可比公司应收款项的单项计提情况如下：

公司名称	单项计提情况
欧派家居	部分工程客户无法偿还到期债务或信用评级下降的应收款项，单项计提比例为 67.32%
索菲亚	对恒大的应收款项，单项计提比例为 95%；对其他预计无法回收的其他地产公司，单项计提比例 52.70%；对其他预计无法回收的经销商客户，单项计提比例为 95.50%
好莱客	对款项收回存在重大不确定性的应收款项，单项计提比例 100%；恒大的应收款项，单项计提比例为 80%；对应收账款出现流动性问题的部分客户，单项计提比例 43.55%
金牌家居	对预计无法全额收回的工程应收款项，单项计提比例为 50%-100%；对其他预计无法全额收回的经销商应收款项，单项计提比例为 20%-100%
皮阿诺	对恒大的应收款项，单项计提比例为 80%；对中南、中国奥园、海伦堡、正荣地产、龙光、远洋、中骏集团、三盛实业、中梁的应收款项，单项计提比例为 30%-63.92%；对其他预计无法收回的应收款项，单项计提比例为 100%
我乐家居	对预计无法全额收回的恒大应收款项，单项计提比例为 98%；对预计无法全额收回的华夏幸福、金科应收款项，单项计提比例为 80%；对预计无法全额收回的融创应收款项，单项计提比例为 60%；对预计无法全额收回的海伦堡、正荣、弘阳应收款项，单项计提比例为 40%；对其他预计无法收回的经销商应收款项，单项计提比例为 91.07%
尚品宅配	对预计无法收回应收款项，单项计提比例 100%
志邦家居公司	对预计可收回性较低或无法收回的客户应收款项，根据风险等级单项计提比例为 50%-100%

如上表所示，同行业可比公司对应收账款单独计提坏账准备主要基于个别房地产客户出现经营困难、流动性风险增加等而计提的单项减值损失。

针对公司按单项计提坏账准备的主要客户，截至 2024 年 6 月 30 日，同行业可比公司和其他上市公司的单项计提比例如下：

公司名称	同行业可比公司单项计提比例	其他上市公司单项计提比例	公司单项计提比例
阳光城控股	未披露	中天精装 54.92%、奥普家居 80%、德尔未来 50.40%	80%
时代中国控股	未披露	未披露	50.61%
深圳前海花万里供应链	未披露	金龙羽 100%	50%

管理服务有限公司			
金科股份	我乐家居 80%	中天精装 50%	100%
宁波灵睿贸易有限公司	未披露	浙大网新 100%	100%
建丰建筑科技有限公司	未披露	震安科技 71.70%	100%

由上表可知，针对上述客户的单项计提比例，同行业可比公司中仅我乐家居披露了其对我乐家居按 80% 单项计提坏账准备。经检索，其他上市公司存在对阳光城控股、深圳前海花万里供应链管理服务有限公司、金科股份、宁波灵睿贸易有限公司和建丰建筑科技有限公司单项计提坏账准备的情形。相比而言，公司对阳光城控股、宁波灵睿贸易有限公司的单项计提比例与上述公司不存在显著差异，对深圳前海花万里供应链管理服务有限公司、金科股份和建丰建筑科技有限公司的单项计提比例存在一定差异，主要基于上述客户自身的经营情况、财务状况、融资能力、偿债能力以及对应应收账款账龄结构、期后回款、诉讼保全、抵房意愿等多种因素进行的综合判断，具有合理性。

截至 2024 年 6 月 30 日，深圳前海花万里供应链管理服务有限公司应收账款账龄较长，逾期比例较高，期后回款较少，公司预计款项收回存在一定不确定性，同时：①该客户 2021 年末、2022 年末应收账款的期后回款率分别为 73.27%、29.86%，回款速度放缓；②该客户具有一定的抵房意愿，双方在积极协商以房抵债。综合考虑上述情况，截至 2023 年末，公司按单项 50% 计提坏账准备 701.43 万。截至 2024 年 6 月末，公司与该客户抵房谈判取得进展，已锁定位于广东惠州的 5 套房源，抵房可能性较大。总体来看，与同行业可比公司相比，公司单项计提政策不存在显著差异，单项计提比例存在一定差异具有合理性。

3. 结合相关客户目前的经营状况说明公司应收账款坏账准备计提是否充分
相关客户的经营情况请详见本说明二(二)2 之所述。

综上所述，公司按照单项和账龄组合分类计提坏账准备，划分标准准确、合理。公司结合客户自身的经营情况、财务状况、融资能力、偿债能力以及对应应收账款账龄结构、期后回款、诉讼保全、抵房意愿等多种因素后预计款项收回的可能性，并确定单项计提比例；参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失，按照账龄组合计提坏账准备。公司应收账款计提政策与同行业

可比公司不存在显著差异，应收账款坏账准备计提充分。

(四) 报告期末工抵房相关抵债资产的具体情况(包括数量、面积、单价、地点、建设状态、过户情况等)，公司对上述资产的去化情况或处置计划；并结合上述情况、周边房产近期成交情况及成交单价等，说明相关应收账款是否存在减值情形

1. 报告期末工抵房相关抵债资产的具体情况(包括数量、面积、单价、地点、建设状态、过户情况等)，公司对上述资产的去化情况或处置计划

报告期末，公司前十大工抵房楼盘的具体情况如下：

序号	地点	楼盘名称	数量(套)	总面积(m ²)	平均单价(元)	账面余额(万元)	建设状态	过户情况	过户时间	去化情况或处置计划	对应的主要客户	客户所属集团
1	江苏苏州	春风南岸	23	2,696.94	21,289.61	5,741.68	已完工	已过户22套	2024年3-4月	出售	南通鸿升达贸易有限公司	
2	辽宁沈阳	玖熙墅	11	1,732.30	19,301.38	3,343.58	已完工	已过户	2024年3月	出售	潍坊锦琴房地产开发有限公司	
3	安徽合肥	鼎汇商务中心	40	3,130.78	10,500.00	3,287.26	已完工	否		出租	宁波齐采联建材有限公司	绿地控股(600606.SH)
4	江苏南京	翡丽铂湾	2	324.56	46,700.00	1,515.70	已完工	否		出售	上海煜璞贸易有限公司	新城控股(601155.SH)
5	山东青岛	碧云湾	11	1,320.69	10,237.45	1,352.05	已完工	已过户3套	2021年11月	出售	深圳前海花万里供应链管理服务有限公司	
6	安徽黄山	金盆湾	10	1,171.92	11,032.49	1,292.92	正在建设中	否		出售	河北荣盛建筑材料有限公司	
7	江苏南京	云栖风华璟园	4	443.06	25,321.42	1,121.89	已完工	否		出售	上坤置业有限公司、上海京大置业有限公司	
8	湖南常德	中南珑悦	17	1,859.48	5,063.50	941.55	已完工	否		出售	潍坊锦琴房地产开发有限公司	
9	江西南昌	集美天宸	10	1,005.08	9,301.23	934.85	已完工	否		出售	重庆庆科商贸有限公司、重庆庆宇建筑材料有限公司	金科股份(000656.SZ)
10	广东广州	时代云来	3	272.40	31,937.73	869.98	已完工	已过户1套	2024年7月	出售	海丰县骏宏房地产开发有限公司、四会时代盛景投资有限公司	时代中国控股(1233.HK)
小计			131	13,957.21		20,401.46						
工抵房相关抵债资产合计余额						34,631.43						
前十大工抵房占总额比例						58.91%						

截至 2024 年 6 月末，工抵房相关抵债资产前十大楼盘的账面余额合计 20,401.46 万元，占工抵房相关抵债资产余额的比例为 58.91%。上述小区中，建设状态处于已完工状态的工抵房余额为 19,108.54 万元，占比 93.66%，除金盆湾（安徽黄山）尚未完工外，其他工抵房均已完工。金盆湾（安徽黄山）的施工状态为已封顶、外立面完成，目前处于正常建设状态，预计 2024 年年底前交房。上述大部分楼盘位于省会城市、计划单列市或者旅游城市，地理位置较好。截至 2024 年 6 月末，公司不存在因工抵房停工烂尾、无法交付而导致公司遭受重大损失的风险。

为降低交易成本，经与房地产开发商协商一致，针对部分处于已完工状态的楼盘，公司尚未办理过户登记手续。已过户的楼盘中碧云湾过户时间较早，目前尚未实现销售，主要原因系受当地原限售政策影响，五年内不得交易；2023 年 9 月限售政策取消后，公司正积极开展处置工作。

公司前十大工抵房楼盘对应的主要客户中，深圳前海花万里供应链管理服务有限公司、金科股份、时代中国控股、绿地控股、新城控股应收账款相关情况已在本题前文分析，其他客户截止到 2024 年 6 月 30 日的应收账款情况如下：

客户名称	2024 年 6 月 30 日			期后进展说明
	应收账款余额	坏账准备金额	主要款项性质	
南通鸿升达贸易有限公司	233.22	75.85	应收质保金	已陆续到达付款节点，正在沟通回款
潍坊锦琴房地产开发有限公司				
河北荣盛建筑材料有限公司	60.63	22.41	应收质保金	未到期质保金，金额较小
上坤置业有限公司				
上海京大置业有限公司	13.77	6.88	应收质保金	未到期质保金，金额较小

注：同行业可比公司未披露对上述客户的计提情况

2. 结合上述情况、周边房产近期成交情况及成交单价等，说明相关应收账款是否存在减值情形

报告期末公司前十大工抵房楼盘的账面单价、近期成交情况及市场价格情况如下：

序号	地点	楼盘名称	账面工抵房单价(元)	近期市场公允价格(元)	近期成交数量(套)	截至2024年6月30日已提减值金额(万元)
1	江苏苏州	春风南岸	19,726.00至25,505.00	22,823.00		188.87
2	辽宁沈阳	玖熙墅	16,854.19至21,763.1	10,433.00	17	1,167.81
3	安徽合肥	鼎汇商务中心	10,500.00	11,000.00		
4	江苏南京	翡丽铂湾	42,147.86至51,252.14	52,000.00		20.32
5	安徽黄山	金盆湾	10,675.73至11,560.74	10,767.00		31.11
6	江苏南京	云栖风华璟园	25,043.33至25,512.53	26,568.00		
7	山东青岛	碧云湾	8,578.72至12,940.72	8,589.00		188.29
8	湖南常德	中南珑悦	4,498.25至6,298.50	4,223.00		45.76
9	江西南昌	集美天宸	8,459.60至10,682.00	8,796.00		50.78
10	广东广州	时代云来	31,890.23至31,985.23	32,094.00		
合计					17	1,692.94

注：截至2024年6月30日，上述楼盘中仅玖熙墅有成交记录，其余为期房或刚交房，尚无公开的成交记录，以挂牌价列示

报告期各期末，公司对相关工抵房进行减值测试，参考市场公允价格确定其可回收金额，并计提减值准备。对于近期存在成交记录的工抵房，公司以成交均价作为市场公允价格，无成交记录的，参考挂牌价格。

综上所述，公司已对工抵房进行减值测试，减值计提充分。

(五) 报告期内已经实现销售或处置的工抵房的具体情况，包括面积、价格、销售周期、会计处理等

1. 报告期内已经实现销售或处置的工抵房的具体情况，包括面积、价格、销售周期

报告期内，公司积极通过销售、出租或自用等多种方式处置工抵房，截至2024年6月末，公司已销售工抵房的处置总价8,483.60万元，账面金额8,809.82万元，处置损失326.21万元，处置损失率较低，已销售工抵房套数76套，处置套数占比24.84%，其中前十大已销售工抵房的具体情况如下：

序号	地点	小区名称	套数	总面积(m ²)	单价(元)	处置总价(万元)	账面价值(万元)	处置损失(万元)	处置周期
1	湖南常德	中南珑悦	37	3,948.68	4,382.17	1,830.38	1,955.78	125.40	2-24个月
2	辽宁沈阳	玖熙墅	5	704.63	12,320.37	868.13	902.88	34.75	18-26个月
3	江苏苏州	启元未来雅庭	2	238.92	28,754.47	687.00	719.75	32.75	1个月
4	安徽合肥	柏仕公馆三期	3	387.99	15,843.71	614.72	614.72		1-6个月
5	安徽合肥	龙湖光年	1	210.00	24,851.73	521.89	521.89		1个月
6	安徽蚌埠	兰陵御府三期	3	441.21	9,548.89	421.31	421.31		12-18个月
7	安徽黄山	金盆湾	3	351.79	11,016.46	387.55	395.46	7.91	10个月
8	广东广州	时代云来	1	107.46	34,452.88	370.23	370.23		1个月
9	江苏苏州	印月四季雅苑	1	203.09	16,753.80	340.25	340.25		20个月
10	江苏南京	云栖风华璟园	1	117.99	24,470.51	288.73	297.66	8.93	3个月
合计			57	6,711.76		6,330.19	6,539.93	209.74	

截至2024年6月末，公司前十大已销售工抵房共57套，占已销售工抵房的比例为75%。前十大已销售工抵房的处置总价6,330.19万元，账面金额6,539.93万元，处置损失209.74万元，处置损失率较低。公司工抵房主要形成于2022年，一般为期房或新房，一般需待交房办理产证后进行销售，且新房的交易税费相对较高，一定程度上影响了处置效率，总体来看，上述工抵房的处置周期较短，公司将持续关注工抵房的建设进度，并加快推进工抵房的处置工作。

2. 会计处理

报告期内，公司已经实现销售或处置的工抵房的会计处理为根据购买方的支付方式不同借记银行存款、其他应收款、其他应付款（与代理商抵减服务费）、应付账款（与供应商抵减货款）等科目，根据工抵房的账面价值贷记其他非流动资产，如有差额，计入资产处置收益，具体如下：

借：银行存款/其他应收款/其他应付款/应付账款

贷：其他非流动资产

资产处置收益（如有）

(六) 针对未办理网签或产权变更登记的工抵房，是否存在可能无法正常交付的风险

公司少量工抵房存在尚未办理网签或产权登记的情形，主要原因包括：1. 为提高工抵房的变现能力。部分地区新房网签后不得更名，网签后处置视为二手房交易，增加了交易成本和变现难度，待公司确定买受人后办理网签和产权登记；2. 部分工抵房因地方限购或保交楼政策的要求暂无法网签至公司名下。截至2024年6月30日，公司未办理网签工抵房余额为3,755.13万，占工抵房总金额的10.84%，占比较低。

公司主要基于提高变现能力的目的或因房地产政策限制而未办理网签，同时公司工抵房主要位于省会城市、计划单列市或者旅游城市，地理位置较好，目前均已完工或处于正常建设中，预计无法正常交付的风险较低。近期国家房地产政策持续发力，部分城市陆续放开限购限贷政策。公司将持续关注地方政策，待限制政策逐步解除后办理网签或产权登记，同时加大工抵房处置力度，以进一步降低工抵房无法正常交付的风险。

综上所述，公司存在少量未办理网签或产权变更登记的工抵房，预计无法正常交付的风险较低。

(七) 结合部分上市公司针对未办理网签的工抵房仍在应收或转入其他应收款核算并计提坏账的情况，说明公司会计核算与同行业不一致的原因，未计提坏账的合理性

根据《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》第十一条规定，金融资产满足下列条件之一的，应当终止确认：（一）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（二）该金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第23号—金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。公司与大宗业务客户等交易各方签订抵债协议后，公司因取得抵债资产，收取该应收账款的合同权利终止，并放弃了对该应收账款的控制，满足了应收账款终止确认的条件，应收账款应当终止确认。

根据企业会计准则应用指南，“其他非流动资产”核算除长期股权投资、固定资产、在建工程、工程物资、无形资产等资产以外的其他非流动资产。公司在

取得以房抵债资产时，已签订抵房协议，明确锁定房产信息，拥有了获取该房产的权利，但并未实际持有抵债房产，不满足固定资产或者投资性房地产的确认条件；同时公司为节省相关交易税费等成本以及寻找合适的买受人进行磋商需要合理时间，部分抵债资产暂未办理网签手续，因此在过渡期内将其转入其他非流动资产列报。经查询，不同上市公司针对未办理网签工抵房的会计处理有所差异，同行业可比公司中，索菲亚在《关于索菲亚家居股份有限公司向特定对象发行股票申请文件反馈意见的回复(2023年一季度财务数据更新版)》(2023年5月18日)中披露将尚未办理网签手续的房产列示在预付购房款(其他非流动资产科目)的情形，其他同行业可比公司未列示和说明相关信息。

公司在每个资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。报告期各期末，公司已按市场公允价值测算抵债房产的可回收金额，并与账面价值进行比较，对可收回金额低于账面价值的房产已计提资产减值准备。

综上所述，公司工抵房的会计核算符合企业会计准则相关规定，并已对可收回金额低于账面价值的房产计提资产减值准备。

(八) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 获取报告期各期末公司应收账款(含合同资产)明细表，并分析应收账款(含合同资产)占当期营业收入比例变动情况，分析公司应收账款(含合同资产)与业务规模的匹配情况；

(2) 了解公司的业务模式及信用政策，查阅同行业可比公司定期报告，分析公司应收账款及合同资产金额逐年增加、应收账款周转率呈现下降趋势的原因及合理性；

(3) 获取公司主要客户及逾期客户应收账款(含合同资产)的账龄结构表；获取并检查公司主要客户及逾期客户的期后回款情况；通过官网、已披露的年度报

告等公开渠道查阅主要客户及逾期客户的公开信息及财务信息，了解相关客户目前的经营情况及偿债能力，分析公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提的充分性；

(4) 查阅公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提政策，并与同行业可比公司进行对比，分析公司应收账款坏账准备计提的充分性；查阅同行业可比公司报告期内坏账准备计提情况，对比分析公司应收账款(含合同资产)坏账准备余额占应收账款(含合同资产)余额的比例低于同行业可比公司平均值的原因及合理性；

(5) 了解公司按单项计提与按组合计提的划分标准；获取公司单项计提坏账准备计算表，分析公司应收账款预期信用损失模型的合理性，评价坏账准备计提的充分性；查阅同行业可比公司的单项计提坏账准备情况，检查公司与同行业可比公司单项计提情况是否存在重大差异；

(6) 获取公司报告期末工抵房相关抵债资产的具体情况，查阅公司与主要抵债客户签订的抵房协议，了解相关抵债房产的背景、后续房产去化情况或处置计划等；

(7) 通过贝壳网等公开渠道查询工抵房楼盘近期成交套数、成交单价或挂牌单价，复核相关房产减值情况，分析公司减值计提情况是否充分；

(8) 获取报告期内公司已经实现销售或处置的工抵房的具体情况，取得相关协议，查阅公司会计凭证等财务资料，了解相关工抵房销售或处置时的会计处理；

(9) 获取公司未网签的工抵房明细，分析未网签的原因及合理性，判断是否存在可能无法正常交付的风险；

(10) 了解公司及同行业可比公司针对未办理网签的工抵房核算方式，核查会计处理是否符合企业会计准则相关规定。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司应收账款(含合同资产)金额增加、应收账款(含合同资产)占营业收入比例上升、应收账款(含合同资产)周转率下降具有合理性，符合公司实际业务开展情况，且与同行业可比公司趋势基本一致；

(2) 公司应收账款(含合同资产)坏账准备计提政策与同行业可比公司不存

在显著差异，应收账款(含合同资产)的坏账准备计提充分，应收账款(含合同资产)坏账准备占比低于同行业可比公司平均值的主要原因系索菲亚、好莱客、皮阿诺、我乐家居等同行可比公司针对恒大集团、华夏幸福等客户单项计提大额坏账准备，扣除恒大集团和华夏幸福单项计提金额后不存在显著差异；

(3) 公司按单项计提与按组合计提的划分标准准确、合理；公司结合客户自身的经营情况、财务状况、融资能力、偿债能力以及对应收账款账龄结构、期后回款、诉讼保全、抵房意愿等多种因素后预计款项收回的可能性，并确定单项计提比例；参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失，按照账龄组合计提坏账准备。公司应收账款计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，应收账款坏账准备计提充分；

(4) 报告期各期末，公司对相关工抵房进行减值测试，参考市场公允价格确定其可回收金额，并计提减值准备，减值计提充分；

(5) 报告期内，公司已处置的工抵房处置损失率较低，处置周期较短，相关会计处理符合企业会计准则相关规定；

(6) 公司存在少量未办理网签或产权变更登记的工抵房，预计无法正常交付的风险较低；

(7) 公司工抵房的会计核算符合企业会计准则相关规定，并已对可收回金额低于账面价值的房产计提资产减值准备。

三、关于经营情况

根据申报材料，1) 通过经销商专卖店销售是公司最主要的销售渠道，报告期内，公司通过经销商专卖店实现的收入分别为 222,977.03 万元、282,963.67 万元、289,984.66 万元和 46,555.79 万元，占主营业务收入的比例分别为 60.54%、58.18%、57.23%和 65.45%；2) 报告期内，发行人大宗业务收入分别为 117,453.00 万元、165,125.38 万元、165,727.02 万元、13,386.14 万元，占比分别为 31.89%、33.95%、32.71%、18.82%；3) 报告期内公司市场服务费金额为 21,024.73 万元、31,181.69 万元、34,146.02 万元和 2,902.64 万元，主要系公司代理自

营业务向代理运营商支付的相关费用。报告期各期末其他应付款中应付费用余额分别为 19,128.81 万、31,459.18 万、47,882.80 万和 44,482.37 万，余额持续增加。

请发行人说明：（1）量化分析公司报告期内收入及净利润的变动原因，与同行业可比公司变动趋势是否一致，原材料价格波动等相关因素对发行人未来生产经营的影响；结合房地产行业客户经营情况，说明大宗业务的毛利率持续下降的原因，公司大宗业务收入是否具有可持续性，经营是否存在重大不利风险；（2）销售返利与经销收入的匹配关系，是否存在经销商期后退货的情形；（3）发行人与代理运营商、对应客户的具体合作模式，是否属于行业惯例，大宗业务中代理运营商的销售占比；结合代理运营商的服务内容及自身规模等，说明相关代理商是否具备所需的业务开拓能力；（4）报告期内向主要代理商计提市场服务费标准的合理性，计提时点的准确性，相关市场服务费与收入是否匹配；（5）市场服务费的付款条件，长期未付的市场服务费的具体情况及其原因，其他应付款中应付费用余额持续增加的合理性；（6）发行人与代理运营商之间是否存在关联关系和其他利益安排，是否涉及商业贿赂的情形。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并说明对经销收入、市场服务费的核查过程、核查比例及核查结论。（审核问询函问题 4）

（一）量化分析公司报告期内收入及净利润的变动原因，与同行业可比公司变动趋势是否一致，原材料价格波动等相关因素对发行人未来生产经营的影响；结合房地产行业客户经营情况，说明大宗业务的毛利率持续下降的原因，公司大宗业务收入是否具有可持续性，经营是否存在重大不利风险

1. 量化分析公司报告期内收入及净利润的变动原因，与同行业可比公司变动趋势是否一致，原材料价格波动等相关因素对公司未来生产经营的影响

（1）量化分析公司报告期内收入及净利润的变动原因

报告期内，公司营业收入分别为 515,279.78 万元、538,877.97 万元、611,647.30 万元和 221,210.92 万元，同期净利润分别为 50,552.11 万元、53,671.95 万元、59,506.60 万元和 14,876.08 万元，2021-2023 年度均呈增长趋势，具体如下：

单位：万元；%

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	221,210.92	611,647.30	13.50	538,877.97	4.58	515,279.78
净利润	14,876.08	59,506.60	10.87	53,671.95	6.17	50,552.11

注：公司 2024 年 1-6 月营业收入同比下降 3.85%，剔除股份支付影响后净利润同比下降 6.16%，波动较小。为保持数据可比性，以下主要针对全年数据进行对比分析

1) 营业收入的变动原因

报告期内，公司营业收入的构成情况如下：

单位：万元；%

项 目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务	203,382.66	91.94	575,302.81	94.06	506,720.98	94.03	486,376.88	94.39
其他业务	17,828.26	8.06	36,344.49	5.94	32,157.00	5.97	28,902.90	5.61
合 计	221,210.92	100.00	611,647.30	100.00	538,877.97	100.00	515,279.78	100.00

报告期内，公司营业收入主要由主营业务收入构成，各期占比均在 91% 以上。

2021-2023 年度，公司主营业务收入由 486,376.88 万元持续增长至 575,302.81 万元，年均复合增长率为 8.76%。

报告期内，公司主营业务收入按产品类别构成的具体情况如下：

单位：万元；%

项 目	2024 年 1-6 月		2023 年度			2022 年度			2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	变动率	金额	占比	变动率	金额	占比
整体厨柜	96,623.45	47.51	283,768.72	49.33	3.69	273,661.04	54.01	-6.73	293,416.66	60.33
定制衣柜	92,828.06	45.64	250,538.48	43.55	19.15	210,274.15	41.50	19.49	175,977.92	36.18
木门墙板	13,931.15	6.85	40,995.62	7.13	79.92	22,785.78	4.50	34.17	16,982.31	3.49
合 计	203,382.66	100.00	575,302.81	100.00	13.53	506,720.98	100.00	4.18	486,376.88	100.00

报告期内，公司主营业务收入总体保持较快增长，2022 年度和 2023 年度较上期分别增长 4.18% 和 13.53%，主要系公司整体厨柜、定制衣柜、木门墙板等产品单价及销量变动综合影响所致。报告期内，公司各类别产品销售单价及销量的

具体情况如下：

单位：元/套、元/樘；万套、万樘

项 目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	单价	销量	单价	销量	单价	销量	单价	销量
整体厨柜	5,242.93	18.43	5,349.54	53.05	5,907.76	46.32	6,152.47	47.69
定制衣柜	4,416.11	21.02	4,850.91	51.65	4,566.24	46.05	4,497.84	39.13
木门墙板	1,509.43	9.23	1,350.50	30.36	1,348.71	16.89	1,890.43	8.98

报告期内，公司各类别产品销售单价以及销量变动对主营业务收入变动的影
响如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度			2022 年度			2021 年度
	主营 业务收入	主营 业务收入	销量变动 对收入的 影响	单价变动对 收入的影响	主营 业务收入	销量变动 对收入的 影响	单价变动对 收入的影响	主营 业务收入
整体厨柜	96,623.45	283,768.72	35,965.52	-25,857.84	273,661.04	-8,085.36	-11,670.26	293,416.66
定制衣柜	92,828.06	250,538.48	27,155.41	13,108.92	210,274.15	31,619.87	2,676.36	175,977.92
木门墙板	13,931.15	40,995.62	18,179.59	30.23	22,785.78	10,669.93	-4,866.44	16,982.31
合 计	203,382.66	575,302.81	81,300.52	-12,718.69	506,720.98	34,204.44	-13,860.34	486,376.88

注：销量变动对收入变动的影响=（本期销量-上期销量）*本期单价；单价
变动对收入的影响=（本期单价-上期单价）*上期销量

由上表可知，报告期内，公司主营业务收入增长主要系公司产品销量增加所
致，具体原因如下：

①随着房地产增速放缓，我国住房市场从增量市场转向以存量市场为主的
新常态，二手房、存量房翻新在总需求中的占比逐年提升，房地产周期性对下游家
居建材行业的影响已经由同频滞后开始向局部相关的独立态势转变。在我国存量
房基数庞大、目前消费主力逐渐过渡到 80 后和 90 后的情况下，旧房翻新需求逐
渐成为零售渠道主要驱动力。同时，以县城为重要载体的城镇化建设的稳步推进，
城镇化率仍有较大的提升空间，下沉市场家居消费需求逐步释放；

②随着定制家居行业的发展，消费者对品牌认知、品质保障、服务能力等产
品的综合实力更加重视，部分规模小、资金实力弱、技术落后的企业难以满足消

费需求，终端客户资源将逐步向头部企业集中，集中度持续提升。同时公司凭借强大的品牌影响力和领先的研发设计能力，不断加大市场开拓力度，通过多渠道布局以更早的占据更多的客户资源，业务规模持续扩大，市场占有率进一步提高，行业领先地位得到巩固；

③公司稳步推进整装渠道战略，公司在把握分层分级、有序扩充的原则下，逐步提升全品类一体化整家交付的能力，营销方向从单品类单空间的套餐向品类深度融合、整家定制方向拓展，多品类互相融合并渗透，带动了公司家居产品销售量的持续增加。

具体按产品类型分析如下：

①报告期内，公司主营业务收入以整体厨柜和定制衣柜为主，是公司主营业务收入的重要来源，占主营业务收入比例分别为 96.51%、95.50%、92.87%和 93.15%。

整体厨柜占公司主营业务收入比例分别为 60.33%、54.01%、49.33%和 47.51%；公司自成立以来，一直从事整体厨柜业务，在整体厨柜领域保持行业领先地位，具有较高的知名度与影响力，报告期内规模相对稳定。

定制衣柜占主营业务收入比例分别为 36.18%、41.50%、43.55%和 45.64%，占主营业务收入的比例逐年提升；定制衣柜营业收入在 2022 年度和 2023 年度较上期分别增长 19.49%和 19.15%，成为公司营业收入增长的主要驱动力，主要系近年来公司加快定制衣柜的渠道布局，定制衣柜实体门店数量由 2021 年末的 1,619 家增长至 2023 年末的 1,850 家，呈逐年增长的趋势，同时借助整体厨柜核心品类优势，利用自身品牌、渠道、营销、智能制造、数字化等优势，完善整家全品类布局，通过产品套系化开发的稳步推进，实现衣柜产品的高速增长。

②报告期内，木门墙板是公司主营业务收入的重要组成部分，占主营业务收入比例分别为 3.49%、4.50%、7.13%和 6.85%，占主营业务收入的比例逐年提升；木门墙板营业收入在 2022 年度和 2023 年度较上期分别增长 34.17%和 79.92%，增长显著，成为公司营业收入新的增长点，主要系公司自 2018 年起进一步扩大并完善全屋定制产品品类，依托厨柜、衣柜等产品的优势拓展木门墙板产品，一方面公司通过大力开拓精装修工程业务渠道拓展木门墙板业务，另一方面，公司

木门墙板实体门店数量快速增长，由 2021 年末的 399 家增长至 2023 年末的 983 家，品牌门店快速扩张亦为公司木门墙板收入的增长提供了重要保障。

2) 净利润的变动原因

报告期内，公司净利润的变动情况具体如下：

单位：万元；%

项 目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
营业收入	221,210.92	100.00	611,647.30	100.00	538,877.97	100.00	515,279.78	100.00
营业成本	140,057.32	63.31	384,934.85	62.93	335,797.99	62.31	328,534.28	63.76
营业毛利	81,153.61	36.69	226,712.46	37.07	203,079.99	37.69	186,745.51	36.24
减：期间费用	65,126.48	29.44	149,414.64	24.43	135,986.68	25.24	126,177.60	24.49
减：信用及资产减值损失	1,938.41	0.88	20,353.84	3.33	8,381.34	1.56	5,501.71	1.07
减：税金及附加、投资收益、营业外收支、所得税费用等其他损益	-787.36	-0.36	-2,562.62	-0.42	5,040.01	0.94	4,514.08	0.88
净利润	14,876.08	6.72	59,506.60	9.73	53,671.95	9.96	50,552.11	9.81

如上表所示，报告期内，公司净利润分别为 50,552.11 万元、53,671.95 万元、59,506.60 万元和 14,876.08 万元，净利率分别为 9.81%、9.96%、9.73%和 6.72%，总体保持稳定。净利润增加的主要原因系营业收入的增长，营业收入的变动分析详见本说明三(一)1(1)1)之所述，现就影响净利润波动的其他主要项目分析如下：

① 营业毛利

营业毛利受营业收入和营业成本的共同影响，即反映为毛利率的波动。报告期内，公司毛利率分别为 36.24%、37.69%、37.07%和 36.69%，整体较为稳定。公司毛利率主要受主营业务毛利率影响。报告期内，公司主营业务分产品的毛利率情况如下：

单位：%

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
整体厨柜	38.77	47.51	40.93	49.33	41.27	54.01	40.50	60.33
定制衣柜	40.86	45.64	37.97	43.55	38.52	41.50	34.43	36.18
木门墙板	17.20	6.85	20.98	7.13	10.37	4.50	13.04	3.49
主营业务毛利率	38.25	100.00	38.22	100.00	38.74	100.00	37.34	100.00

报告期内，公司整体厨柜产品毛利率分别为 40.50%、41.27%、40.93%和 38.77%，变动较小，基本保持稳定。公司自成立以来，一直从事整体厨柜业务，在整体厨柜领域保持行业领先地位，具有较高的知名度与影响力，毛利率较高。

报告期内，公司定制衣柜产品毛利率分别为 34.43%、38.52%、37.97%和 40.86%。其中，2024 年度 1-6 月毛利率较 2023 年度上涨 2.89 个百分点，2023 年度毛利率较 2022 年度下降 0.55 个百分点，变动幅度较小；2022 年度毛利率较 2021 年度上涨了 4.09 个百分点，主要受产品销售单价及单位成本变动共同影响所致，具体如下：

单位：元/套

项 目	2022 年度			2021 年度
	金额	增长率	毛利率影响数	金额
单位价格	4,566.24	1.52%	0.98%	4,497.84
单位成本	2,807.39	-4.81%	3.11%	2,949.27
毛利率		38.52%	4.09%	34.43%

注：单位价格对毛利率影响=上期单位成本×（本期销售单价-上期销售单价）/（本期销售单价×上期销售单价）；单位成本变动影响=（上期单位成本-本期单位成本）/本期销售单价

由上表可知，单价变动对毛利率的影响为 0.98 个百分点，单位成本变动对毛利率的影响为 3.11 个百分点。2022 年度定制衣柜单位价格上涨主要系随着公司对定制衣柜品牌建设和渠道拓展的不断完善，对整家产品品类持续扩充，产品单价略有上涨；单位成本下降主要系公司持续扩大定制衣柜生产规模，收入增长迅速，规模效应逐渐显现，单位制造费用等固定成本有所下降。

报告期内，公司木门墙板产品毛利率分别为 13.04%、10.37%、20.98%和

17.20%，其中，2024年1-6月毛利率较2023年度下降3.78个百分点，2022年度毛利率较2021年度下降2.67个百分点，变动幅度较小；2023年度毛利率较2022年度上涨了10.61个百分点，主要受产品单位成本变动影响所致，具体如下：

单位：元/樘

项 目	2023 年度			2022 年度
	金额	增长率	毛利率影响数	金额
单位价格	1,350.50	0.13%	0.12%	1,348.71
单位成本	1,067.15	-11.72%	10.49%	1,208.88
毛利率		20.98%	10.61%	10.37%

由上表可知，单价变动对毛利率的影响为0.12个百分点，单位成本变动对毛利率的影响为10.49个百分点，系毛利率上升的主要原因。2023年度木门墙板单位成本下降，主要原因系公司大力开拓精装修工程业务渠道拓展业务，同时加大招商力度、品牌门店快速扩张，2023年度产品销量增加79.92%，规模效应逐渐显现使得当期单位成本快速降低。

② 期间费用

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项 目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
销售费用	37,290.08	88,974.20	83,163.58	75,552.12
管理费用	15,088.26	29,458.91	26,761.53	23,183.26
研发费用	12,970.84	31,854.06	27,887.17	28,150.62
财务费用	-222.69	-872.53	-1,825.59	-708.39
期间费用合计	65,126.48	149,414.64	135,986.68	126,177.60
期间费用占营业收入比例	29.44%	24.43%	25.24%	24.49%

报告期内，公司期间费用总额分别为126,177.60万元、135,986.68万元、149,414.64万元和65,126.48万元，占营业收入比例分别为24.49%、25.24%、24.43%和29.44%。随着收入和业务规模的扩大，公司期间费用总额呈增长趋势，期间费用率较为稳定。

③ 信用及资产减值损失

公司根据《企业会计准则》及公司会计政策相关规定，对截至资产负债表日的资产进行全面清查，对各类资产的可变现净值、可回收金额进行充分评估和分析，对可能发生减值损失的资产计提减值准备。报告期内，公司信用及资产减值损失分别为 5,501.71 万元、8,381.34 万元、20,353.84 万元和 1,938.41 万元，占营业收入的比例分别为 1.07%、1.56%、3.33%和 0.88%，主要系计提应收账款和合同资产的坏账准备，占比较低。

综上所述，公司报告期内营业收入和净利润增长的主要原因系在定制家居市场需求增长的背景下，公司不断加大市场开拓力度，业务规模持续扩大所致。

(2) 与同行业可比公司变动趋势是否一致

1) 公司与同行业可比公司营业收入对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入的对比情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
欧派家居	858,287.36	2,278,208.99	1.35	2,247,950.35	9.97	2,044,160.46
索菲亚	492,940.04	1,166,564.64	3.95	1,122,254.14	7.84	1,040,709.49
好莱客	92,337.31	226,483.29	-19.78	282,316.61	-16.25	337,096.05
金牌家居	152,013.29	364,548.45	2.59	355,334.67	3.06	344,777.31
皮阿诺	45,169.51	131,597.96	-9.35	145,165.52	-20.40	182,365.62
我乐家居	65,736.94	171,131.89	2.70	166,628.41	-3.43	172,544.26
尚品宅配	170,950.94	489,982.97	-7.80	531,434.21	-27.30	730,960.95
平均值	268,205.06	689,788.31	-3.76	693,011.99	-0.03	693,230.59
志邦家居	221,210.92	611,647.30	13.50	538,877.97	4.58	515,279.78

注：上表数据根据各上市公司公开资料整理

2021-2023 年度，公司营业收入持续上升，整体变动趋势与同行业可比公司欧派家居、索菲亚和金牌家居一致。2022 年度，好莱客、皮阿诺、我乐家居和尚品宅配营业收入下滑。根据上述公司公开披露的定期报告，好莱客营业收入下降主要系其合并范围变动所致；皮阿诺及我乐家居营业收入下降主要系进行业务结构调整所致；尚品宅配营业收入下降主要系其直营收入占比较高，客户进店、安装交付等受当年宏观环境影响较大，对其业绩影响较大。2023 年度，好莱客、皮阿诺、尚品宅配营业收入仍呈下滑趋势，我乐家居营业收入上升，与公司一致。

2) 公司净利润变动情况与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司净利润的对比情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
欧派家居	99,280.32	302,543.75	12.78	268,251.31	0.69	266,415.34
索菲亚	59,416.25	132,307.49	23.02	107,549.92	598.80	15,390.63
好莱客	4,486.59	21,723.87	-52.16	45,406.94	26,120.58	173.17
金牌家居	6,624.93	28,973.69	6.29	27,257.97	-18.58	33,478.11
皮阿诺	279.80	8,243.05	-45.14	15,026.59	120.79	-72,289.97
我乐家居	4,543.36	15,673.55	11.54	14,051.57	186.80	-16,188.75
尚品宅配	-10,586.79	6,467.39	40.58	4,600.55	-48.56	8,944.38
平均值	23,434.92	73,704.68	-0.44	68,877.84	104.37	33,703.27
志邦家居公司	14,876.08	59,506.60	10.87	53,671.95	6.17	50,552.11

2021-2023 年度，公司净利润随营业收入的增长持续上升，变动趋势与同行业可比公司欧派家居、索菲亚和我乐家居一致。2022 年度，金牌家居净利润下降，主要系其推进全品类、全渠道协同发展，推动渠道变革，费用投入较大所致；尚品宅配净利润下降主要系其直营收入占比较高，客户进店、安装交付等受宏观环境影响较大，对其业绩影响较大。2023 年度，好莱客净利润下降，主要系其 2022 年转让子公司股权、当期确认投资收益金额较大所致；皮阿诺净利润下降，

主要系其收入下降且计提信用减值损失所致。

综上所述，2021-2023 年度，公司营业收入和净利润整体呈上升趋势，净利润的增长主要系营业收入的增长所致，符合公司实际经营情况。公司营业收入变动趋势与欧派家居、索菲亚和金牌家居一致，净利润变动趋势与欧派家居、索菲亚和我乐家居一致。

(3) 原材料价格波动等相关因素对公司未来生产经营的影响

1) 原材料价格波动情况

公司原材料采购主要包括板材、台面及五金配件等材料以及厨房电器等成品，报告期内，公司主要原材料的价格波动情况如下：

单位：%

原材料名称	单位	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
		平均采购价格	变动率	平均采购价格	变动率	平均采购价格	变动率	平均采购价格
刨花板	元/平方米	26.34	-5.54	27.88	-6.66	29.87	2.86	29.04
石英石台面	元/米	193.68	-9.35	213.65	-4.61	223.98	-3.10	231.14
人造石台面	元/米	186.09	-12.25	212.06	-5.52	224.46	-1.95	228.92
饰面门板	元/平方米	205.19	-4.88	215.73	-8.27	235.18	-0.97	237.49
铰链	元/只	5.48	0.59	5.45	-11.67	6.17	23.90	4.98
拉手	元/支	9.24	-2.73	9.50	-8.74	10.41	-9.56	11.51
滑轨	元/个	40.58	0.15	40.52	-3.45	41.97	-5.60	44.46
水槽	元/套	354.89	14.60	309.66	6.70	290.21	-0.74	292.36
烟机及灶	元/套	1,194.83	3.46	1,154.86	-5.88	1,226.97	1.59	1,207.79

报告期内，公司主要原材料采购价格整体较为稳定，不存在重大变化。2022 年度，铰链价格增长，主要系公司采购铰链主要为进口产品，受宏观经济形势影响，海运费上升所致；2023 年度以及 2024 年 1-6 月，除水槽单价因上游原材料市场价格变动或采购品牌、数量等原因呈上升趋势外，其他的主要原材料价格略有波动或呈下降趋势，主要系公司加强供应商管理，持续进行降本增效。

2) 主要原材料价格波动对产品毛利率的敏感性分析

① 直接材料成本是公司营业成本的主要构成部分

报告期内，公司主营业务成本按成本性质构成如下：

单位：万元；%

项 目	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	95,498.80	76.04	278,010.51	78.22	235,795.40	75.96	235,552.92	77.30
直接人工	8,264.96	6.58	24,283.85	6.83	24,486.16	7.89	20,810.47	6.83
制造费用	21,827.79	17.38	53,131.70	14.95	50,153.34	16.16	48,377.45	15.87
合 计	125,591.55	100.00	355,426.06	100.00	310,434.90	100.00	304,740.84	100.00

公司主营业务成本主要为直接材料成本，报告期内，公司直接材料分别为235,552.92万元、235,795.40万元、278,010.51万元和95,498.80万元，占主营业务成本的比重分别为77.30%、75.96%、78.22%和76.04%。直接材料随营业收入的增长呈上升趋势，直接材料占主营业务成本的比例较为稳定。

② 原材料价格波动对产品毛利率的敏感性分析

假设除原材料(直接材料)价格变动外的其他因素不变，原材料价格变动对毛利率的敏感性分析如下：

价格波动幅度	2024年1-6月			2023年度		
	毛利率	毛利率变动	敏感系数	毛利率	毛利率变动	敏感系数
10%	33.55%	-4.70%	-1.23	33.39%	-4.83%	-1.26
5%	35.90%	-2.35%	-1.23	35.80%	-2.42%	-1.26
0	38.25%			38.22%		
-5%	40.60%	2.35%	-1.23	40.64%	2.42%	-1.26
-10%	42.94%	4.70%	-1.23	43.05%	4.83%	-1.26

(续上表)

价格波动幅度	2022年度			2021年度		
	毛利率	毛利率变动	敏感系数	毛利率	毛利率变动	敏感系数
10%	34.08%	-4.66%	-1.20	32.50%	-4.84%	-1.28
5%	36.41%	-2.33%	-1.20	34.92%	-2.42%	-1.28
0	38.74%			37.34%		
-5%	41.06%	2.32%	-1.20	39.77%	2.43%	-1.28

-10%	43.39%	4.65%	-1.20	42.19%	4.85%	-1.28
------	--------	-------	-------	--------	-------	-------

注：毛利率变动=变化后的毛利率-当期实际毛利率；敏感系数=(毛利率变动/当期实际毛利率)/原材料价格变动比例

如上表所示，以2024年1-6月为例，假设原材料价格上升5%和10%，其他因素不变，公司主营业务毛利率分别下降2.35和4.70个百分点，原材料价格波动对主营业务毛利率变动构成一定影响。公司已采取多种措施来降低原材料价格波动对公司未来生产经营的影响：

A. 公司制定了较为完善的供应商管理制度，并针对主要原材料进一步拓宽采购渠道，引入多家供应商竞争，通过询价、比价、谈判等程序，综合评估供应商实力，在保证原材料质量的前提下，优先选择具有价格优势并能满足供货周期的供应商，以降低原材料采购成本。B. 合理利用价格传导机制：公司主要采用以产品生产成本为基础，综合考虑生产工艺的复杂程度、市场竞品的定价、产品的预期销量及边际利润、公司品牌定位等因素加上适当比例的利润确定产品对外销售价格。在该定价策略下，公司可以合理利用价格传导机制，将原材料价格上涨的压力向产业链下游传导，减轻原材料价格上涨带来的压力，降低原材料价格波动对公司经营业绩带来的风险。C. 结合公司订单、原材料市场价格等因素合理计算原材料的经济采购量，降低原材料波动带来的风险。

综上所述，报告期内公司原材料采购价格整体较为稳定，原材料价格变动对主营业务毛利率变动构成一定影响，同时公司已采取多种措施降低原材料价格波动对公司未来生产经营的影响。

2. 结合房地产行业客户经营情况，说明大宗业务的毛利率持续下降的原因，公司大宗业务收入是否具有可持续性，经营是否存在重大不利风险

(1) 结合房地产行业客户经营情况，说明大宗业务的毛利率持续下降的原因
报告期内公司主要房地产行业客户经营情况详见本说明二(二)2之所述。

报告期内，公司大宗业务毛利率分别为38.49%、40.53%、37.68%和35.52%，大宗业务毛利率整体保持稳定，2023年度及2024年1-6月毛利率略有下降，主要系：①受房地产市场调控政策影响，房地产行业企业经营业绩、信用风险分化加剧造成行业发展整体放缓，市场竞争进一步加剧，挤压了定制家居行业毛

利率；② 针对市场竞争格局的变化，公司调整大宗业务客户结构，将经营业绩稳健、信用风险较低、综合实力较强的房地产企业作为目标客户，该等客户的议价能力相对较强，毛利率相对较低。

(2) 公司大宗业务收入是否具有可持续性，经营是否存在重大不利风险

2021 年以来，尽管房地产行业受宏观调控政策影响发展有所波动，但公司大宗业务收入具有可持续性，整体经营不存在重大不利风险，具体说明如下：

1) 房地产行业将逐步回归健康平稳运行，为公司大宗业务收入可持续性提供保障

随着城镇化进程的持续推进，2012 年至 2021 年近十年房地产开发投资及房地产开发住宅投资始终处于上升趋势，并于 2021 年达到 14.76 万亿元。2022 年，受到宏观经济下行、信用收紧、市场总体流动性收缩、房地产企业信用风险加剧等因素的影响，房地产行业下行趋势明显，但全年房地产开发投资仍达到了 13.29 万亿元。房地产行业作为我国基础性、先导性重要产业，在扩大内需、带动投资和保持国民经济增长中发挥了重要作用，其上下游产业链长、牵涉面广，对经济金融发展、就业稳定、财政收支平衡有重要影响。

短期来看，“稳楼市、稳预期”政策支持力度的加大有望推动行业回归常态化发展：对于有需求支撑的一线及核心二线城市，未来随着需求政策进一步释放，有望激活改善类需求，恢复资产价格信心；低能级城市在政府引导价格适当回归理性后亦有望以价换量，恢复市场信心。同时随着稳增长政策持续发挥作用，居民收入及对经济前景的预期也将逐步恢复。持续推进的保交楼政策也有利于恢复居民购房信心；此外，在行业复苏进程中，预计政策仍将保障各类房企合理融资需求，降低房企流动性风险及其对市场信心的冲击。

中长期来看，我国房地产行业发展仍有一定支撑：一方面，目前我国城镇化水平距离发达国家 70%-80%的城镇化率区间仍有一定空间，随着新型城镇化持续深入推进，住房需求将持续释放；同时，在过去二三十年，虽然房地产市场的快速发展使得人均住房面积已处于较高水平，但不同城市、不同家庭居住条件差距较大，住房保有量的不均衡性也带来一定改善性需求。另一方面，目前我国居民收入整体仍保持增长态势，2023 年以来随着宏观经济的进一步复苏，居民收入

增速有所回升、收入水平有望继续提升，居民购房能力改善也使得整体需求支撑仍在，随着市场信心及预期恢复，居民购房能力有望逐步转为购房消费。此外，中央多次提及“加快发展长租房市场，推进保障性住房建设”，在政策支持下，与民生发展息息相关的长租公寓及保障性住房仍具有一定发展前景。随着房地产市场重心由增量向存量市场转移，政府还可以通过城市更新等方式从供需两端发力，助力房地产行业平稳运行。

公司长期以来持续深耕大宗业务领域，与大型房地产企业建立了良好的合作关系。通过多年努力，公司产品在主流房地产市场的地位较高，营销渠道的不断夯实扩张，产品需求日益旺盛。公司一方面大力巩固拓展与优质战略地产客户的合作，优质客户占比逐渐提升；另一方面及时开拓创新业务，探索适老公寓、企事业公寓、人才公寓等新业务领域，开发配套产品及展厅，有利于公司获取房地产行业进入健康发展阶段后的长期业务机会。

因此，公司大宗业务收入具有可持续性。

2) 公司当前经营状况良好，资信状况良好，不存在重大不利风险

2023年，公司实现营业收入611,647.30万元、归属于母公司所有者的净利润59,506.60万元、期末归属于母公司所有者的净资产328,822.70万元，2024年1-6月，公司实现营业收入221,210.92万元、归属于母公司所有者的净利润14,876.08万元、期末归属于母公司所有者的净资产315,704.36万元，总体经营状况良好、净资产规模较大；公司所有银行借款均按时还本付息，未出现债务违约的情形。同时，公司凭借较强的企业实力和良好的企业信誉，已与多家商业银行建立了长期稳定合作关系，授信额度充足，资信状况良好。因此，公司当前经营状况良好，不存在重大不利风险。

3) “大家居”行业融合趋势下，行业集中度加速向公司等头部企业聚拢，有利于公司开展业务经营活动

随着定制家居的渗透率加大，消费者对于整体空间解决方案提出了更高要求。基于消费者省钱、省时、省力，一站式装修的核心诉求，以全屋配齐为主方向的多品类综合家居业态成为大家居企业的发展方向。

一方面，以公司为代表的“大家居”行业头部企业正逐步相互渗透融合。“大

家居”行业头部企业由于客户渠道相通，基于业务协同、渠道协同、客户共享等方面的考量，在产业布局、业务领域等方面出现相互渗透、相互融合的局面。头部企业凭借在资金、品牌、产品质量、技术水平以及渠道等多方面的优势，通过业务的拓展延伸，推动着“大家居”行业集中度的提升。

另一方面，当前“大家居”行业依旧呈现“大行业、小企业”特征。根据中国家具行业协会数据，2021年我国家具行业规模以上企业共有6,647家，市场规模近万亿元。定制家具行业主要的9家上市公司2013年的市占率仅为1.71%，至2021年已提升至7.68%，行业集中度提升明显，但仍处于较低水平。头部公司依托渠道布局和品牌优势逐步进行品类拓展，未来预计市占率和行业集中度将进一步提升。

4) 公司针对各类风险积极采取各项应对措施

① 公司针对房地产行业客户经营业绩波动的应对措施

在当前房地产企业客户信用分化的背景下，公司主动收缩与财务状况下滑、存在较高信用风险客户的房地产企业客户的合作规模，专注与优质客户的业务合作，客户结构愈发优化；实时监控房地产企业客户经营动态，对出现债务违约情形或负面舆情的客户进行重点关注；制定专项回款计划，细化回款时点，安排专人专岗及时进行催收；对重点风险客户，审慎与之开展新业务，并积极通过诉讼、仲裁等方式进行货款催收，严格控制款项无法收回的风险，保障公司正常运营。

② 公司针对持续经营风险已采取和拟采取的应对措施

在立足零售业务根基的同时，公司保持大宗业务收入合理占比，并根据市场情况及时调整大宗业务客户结构；明确以经营质量优先的经营策略，夯实基础，持续优化业务结构；定期开展运营质量分析，强化问题追踪、纠偏及责任落实，执行经营各环节、全过程的动态管理；提升组织架构合理性，加强费用管控，将预算考核、薪酬激励、绩效考核、项目管理、质量控制等管理环节进行小单元化考量，提升员工各方面的工作效率；加大内部人才培养，积极选聘引入专业人才与绩效考核相结合，优化公司人员构成；强化销售团队，积极开展老客户的维护及新客户的沟通。

综上所述，基于房地产市场回归平稳运行、公司自身经营状况、经营战略调

整及自身竞争优势，公司大宗业务收入具有可持续性，整体经营不存在重大不利风险。

(二) 销售返利与经销收入的匹配关系，是否存在经销商期后退货的情形

1. 销售返利与经销收入的匹配关系

为提高经销商的销售积极性，扩大销售规模，提升市场份额，公司针对经销商进行销售返利激励。报告期内，公司销售返利与经销收入的金额及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
销售返利	12,356.70	49,990.49	45,360.15	48,455.45
经销收入(扣除返利前)	129,004.41	362,434.94	335,344.82	331,419.12
销售返利/经销收入(扣除返利前)	9.58%	13.79%	13.53%	14.62%

如上表所示，公司销售返利与经销收入基本匹配，2021 年-2023 年，公司销售返利占经销收入（扣除返利前）的比例分别为 14.62%、13.53%和 13.79%，整体较为稳定。2024 年 1-6 月公司的销售返利占经销收入（扣除返利前）的占比有所降低，主要系公司经销业务收入具有季节性，上半年属于销售淡季，经销商尚未达到约定的采购金额所致。

2. 是否存在经销商期后退货的情形

报告期内，公司整体厨柜、定制衣柜和木门墙板等产品属于定制化产品，公司销售给经销商的此类产品不存在期后退货情形；配套销售的电器等产品存在少量退货情况。报告期内，公司经销商期后退货情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
经销收入（扣除返利后）	116,647.71	312,444.46	289,984.66	282,963.67
退货金额	15.50	51.82	33.88	45.09
退货金额/经销收入	0.013%	0.017%	0.012%	0.016%

如上表所示，报告期内，公司经销商期后退货金额较小，占公司经销收入的比例较低，对公司影响较小。

(三) 发行人与代理运营商、对应客户的具体合作模式，是否属于行业惯例，大宗业务中代理运营商的销售占比；结合代理运营商的服务内容及自身规模等，说明相关代理商是否具备所需的业务开拓能力

1. 公司与代理运营商、对应客户的具体合作模式，是否属于行业惯例，大宗业务中代理运营商的销售占比

(1) 公司与代理运营商、对应客户的具体合作模式

公司开展大宗业务时采用自营和代理模式。自营模式为公司直接与房地产开发商或工程承包商签订合同进行产品销售，并由公司自身负责产品设计、运输、安装、工程决算、货款催收等工作，无第三方参与。代理模式分为买断式销售和非买断式销售两种模式，其中买断式销售模式（即工程经销）为公司与代理商签订产品销售合同并进行产品销售，代理商再与下游房地产客户签订销售合同销售产品并提供后续安装等服务；非买断式销售模式（即代理运营）为公司与房地产开发商直接签订产品销售合同，同时与代理运营商签订服务协议。代理运营商的具体服务内容包括：在全国范围内搜集大宗业务商业机会并提供给公司，并协助公司进行客户风险识别、项目可行性分析，公司评审通过后，代理运营商协助公司进行客户接洽，完成项目方案设计、报价、招投标等一系列工作；项目洽谈成功或中标后，公司与客户直接签订大宗业务合同，负责合同所涉货物的生产和销售工作，同时公司与代理运营商签订代理运营服务合同，代理运营商主要负责协助公司与客户沟通确定项目实施方案、项目现场管理、项目验收、项目决算、货款催收、产品品质和客户满意度跟踪反馈等工作。

(2) 是否属于行业惯例

公司与同行业可比公司大宗业务模式对比情况如下：

公司名称	大宗业务模式
欧派家居	该业务由公司与房地产开发商或工程承包商签订产品供应与安装合同，公司负责合同所涉货物的生产，工程服务商为项目履约实际操作方，负责相关产品的设计、运输、安装和售后等具体业务。公司与工程服务商签订协议，并监督工程服务商按合同约定实施项目，按公司质量标准交付产品。
索菲亚	公司大宗业务以自营为主，承接大型房地产精装修项目、酒店、企事业、长租公寓、学校、医院等样板房及工程批量项目，提供室内家居全屋定制产品。

好莱客	大宗客户模式是指公司向房地产或装修工程企业等大宗客户开展品牌定制家居产品销售。
金牌家居	分为直营销售和代理销售，以代理销售为主。 直营销售：公司为房地产项目生产、销售配套整体厨柜和整体衣柜产品的业务。 代理销售：公司通过工程代理商销售房地产项目配套整体厨柜和整体衣柜产品的业务销售。公司完成产品生产后，将产品运送至工程代理商对应的物流公司指定的交货地点或选择自提产品，即确认销售收入。
皮阿诺	公司直接或通过工程经销商与全国知名房地产商建立合作关系，签订战略集采合同，为大型房地产项目提供精装修配套整体橱柜、全屋定制、门墙及配套柜体等相关定制家居产品设计、运输、安装和售后业务，经客户验收后确认销售收入。
我乐家居	公司直接或者通过各区域独立的大宗业务经销商，与全国和所在地知名优质房地产商建立合作关系，为大型房地产项目精装修配套公司整体厨柜及全屋定制产品。
尚品宅配	未公开披露大宗业务。
志邦家居	公司开展大宗业务时采用自营和代理模式。

注：同行业可比公司数据来源于各公司公开披露信息。

由上表可知，同行业可比公司欧派家居、金牌家居、皮阿诺、我乐家居大宗业务均采用自营和代理模式，公司大宗业务模式符合行业惯例。

(3) 大宗业务中代理运营商的销售占比

报告期内，公司大宗业务中按自营和代理模式的销售情况如下：

单位：万元；%

大宗业务模式		2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营模式		21,028.96	34.69	68,438.09	34.07	30,017.44	18.11	34,535.92	20.91
代理模式	代理运营 (非买断式)	33,033.69	54.50	121,613.37	60.54	127,186.29	76.74	123,571.07	74.83
	工程经销 (买断式)	6,554.25	10.81	10,836.76	5.39	8,523.29	5.14	7,018.39	4.25
合计		60,616.90	100.00	200,888.21	100.00	165,727.02	100.00	165,125.38	100.00

报告期内，公司大宗业务中代理运营模式的销售占比分别为74.83%、76.74%、60.54%和54.50%。2021-2022年度，代理运营模式的销售占比较为稳定，2023年度，公司自营模式销售收入占比上升。

2. 结合代理运营商的服务内容及自身规模等，说明相关代理商是否具备所

需的业务开拓能力

代理运营商具体服务内容详见本说明三(三)1(1)之所述。

定制家居企业开展大宗业务时通常采用自营和代理模式。代理模式分为买断式销售和非买断式销售两种模式，其中买断式销售模式（即工程经销）为公司与代理商签订产品销售合同并进行产品销售，代理商再与下游房地产客户签订销售合同销售产品并提供后续安装等服务，此种模式下需要代理商具有丰富的工程项目经验和较为深厚的资金实力；非买断式销售模式（即代理运营）为定制家居企业与房地产开发商签订产品销售合同，同时与代理运营商签订服务协议，此种模式下对代理商的资金实力要求不高，需其具有较为丰富的工程项目经验。报告期内，公司主要代理运营商（各期前五大）的基本情况如下：

单位：万元

序号	代理运营商名称	注册资本	成立时间	经营范围
1	安徽佳木森厨卫设备有限公司	500	2014/2/17	厨房装饰工程设计、施工及咨询；厨房家具、橱柜配件、厨房用品、厨房电器、装饰材料的销售、安装及咨询；家具、木门、衣帽间、卫浴柜销售及安装；家居以及厨房的整体设计、安装及咨询服务
2	合肥华邦家居有限公司	110	2014/3/10	厨房家具, 卫浴产品, 橱柜配件, 厨房用品, 家用电器, 衣帽间, 装饰材料销售及安装；厨卫装饰工程施工、厨卫家具的整体设计及安装咨询服务
3	南京沐懋家居科技有限公司	1,000	2017/2/10	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；物联网技术服务；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；物联网技术研发；人工智能应用软件开发；软件开发；家居用品销售；家居用品制造；家具安装和维修服务；家具销售；家具制造；居民日常生活服务；建筑装饰材料销售；企业管理咨询；工程管理服务；信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)；厨具卫具及日用杂品研发；房地产经纪(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)
4	合肥华耀家居有限公司	100	2017/2/17	厨房家具, 卫浴产品, 橱柜配件, 厨房用品, 家用电器, 衣帽间, 装饰材料销售；厨卫装饰工程安装施工、厨卫家居的整体设计及项目管理咨询服务。(依法须经批准的项目)

				目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
5	浙江汇和装饰工程股份有限公司	5,000	2017/5/10	承接建筑内外墙涂料施工、建筑地坪材料施工;服务:室内外装饰设计,承接室内外装饰工程;批发、零售:装饰材料,建筑材料,水性涂料(除危险化学品及易制毒化学品),电线电缆,五金交电。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
6	合肥华橱家居有限公司	120	2018/3/27	厨房家具、卫浴产品、橱柜配件、厨房配件、厨房电器、厨房用品、家用电器、衣帽间、装饰材料销售及安装;橱柜及整体家居设计安装及销售;厨房家具及装饰工程设计施工;厨卫家具整体设计安装及咨询服务;设备租赁。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
7	南京精匠家居有限公司	600	2018/8/23	家居、木制品、木制家具、厨柜设计、销售、安装;人造石台面、天然大理石、五金安装;室内外装饰工程、智能化工程设计、施工;建筑工程施工;厨房用品、家用电器、日用百货、家纺、工艺礼品、家居用品、家具、五金件、装饰材料、初级农产品、家用电器销售;电子商务;建筑工程专业技术服务;信息技术咨询服务;计算机系统集成;企业管理咨询;工程技术咨询;工程项目管理。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
8	宁波序理科技有限公司	500	2019/11/4	软件开发;专业设计服务;家具安装和维修服务;室内木门窗安装服务;五金产品零售;金属工具销售;家具零配件销售;建筑材料销售;家具销售;门窗销售;咨询策划服务;工程管理服务;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目:建设工程设计;建设工程施工;施工专业作业;住宅室内装饰装修(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)
9	江苏品润装饰工程有限公司	1000	2014/10/17	室内外装饰装修工程、钢结构工程、园林绿化工程、土石方建设工程、建筑幕墙工程、桥梁隧道工程、市政工程、城市及道

				路照明工程、机电设备安装工程设计施工；建筑装饰材料（危化品除外）、办公用品、工艺品、劳保用品、五金产品批发与零售；广告设计、制作；建筑劳务分包。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：电子产品销售；家具销售；家居用品销售；家用电器销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
--	--	--	--	---

注：合肥华邦家居有限公司、合肥华耀家居有限公司系同一控制下的单位

代理运营商在业务开拓的过程中主要依托其丰富的工程项目管理经验，其运营成本主要为人员薪酬和差旅费等，对代理运营商自身的资金实力要求不高。公司代理运营商具有较为丰富的工程项目管理经验，人员规模充足，人员具有较强的业务开拓能力，能够立足于客户需求，积极获取新的下游客户资源，同时基于长期服务能力积淀，与公司具有长期合作意愿，具备满足公司业务发展所需的业务开拓能力。

（四）报告期内向主要代理商计提市场服务费标准的合理性，计提时点的准确性，相关市场服务费与收入是否匹配

1. 报告期内向主要代理商计提市场服务费标准的合理性，计提时点的准确性

报告期内，公司综合考虑大宗业务产品出厂价格（成本+合理利润）、物流、安装费用以及代理运营商的服务内容等因素与代理运营商协商确定服务费价格并签订代理运营服务协议，对具体的代理运营服务费进行明确约定。

公司按照工程项目的收入确认进度计提相应的代理运营服务费。公司在确认相关大宗业务收入时，同时根据代理运营服务协议的约定对代理运营服务费用进行计提，确保其准确性、及时性和完整性。

综上所述，报告期内，公司向主要代理商计提市场服务费的标准合理，计提时点准确。

2. 相关市场服务费与收入是否匹配

报告期内，公司代理运营服务费占代理运营（非买断式）收入的比例情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
代理运营服务费	8,406.21	20,765.62	29,459.26	26,791.67
代理运营（非买断式）收入	33,033.69	121,613.37	127,186.29	123,571.07
占 比	25.45%	17.08%	23.16%	21.68%

报告期内，公司代理运营服务费与代理运营（非买断式）收入的变动趋势一致。2023 年度代理运营服务费有所降低，主要原因系同行业公司均将综合实力较强的房地产企业作为目标客户，大宗业务市场竞争进一步加剧，公司一方面调整大宗业务结构，代理运营（非买断式）收入有所下降，另一方面因大宗业务的毛利率有所下降，代理运营服务费随之降低。2024 年 1-6 月，代理运营服务费占比有所上升，主要系由代理商承担物流安装工作的项目增加，服务费相应提高所致。

综上所述，公司计提的代理运营费与代理运营（非买断式）收入基本匹配。

（五）市场服务费的付款条件，长期未付的市场服务费的具体情况及其原因，其他应付款中应付费用余额持续增加的合理性

1. 市场服务费的付款条件

公司市场服务费的付款条件与客户回款情况相挂钩，一般而言，当客户现金回款达到合同金额的 20%时，先行向代理运营商支付服务费金额的 20%；当客户现金回款大于大宗业务产品出厂价格（成本+合理利润）和物流安装等费用后，按照客户回款向代理运营商支付剩余部分的服务费。

2. 长期未付的市场服务费的具体情况及其原因

报告期各期末，应付代理运营服务费的账龄情况如下：

单位：万元

项 目	2024. 6. 30		2023. 12. 31		2022. 12. 31		2021. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	14,690.83	33.10%	23,607.26	48.34%	27,468.37	60.62%	25,030.49	83.73%
1 年以上	29,690.91	66.90%	25,228.33	51.66%	17,841.55	39.38%	4,862.09	16.27%
合 计	44,381.74	100.00%	48,835.59	100.00%	45,309.92	100.00%	29,892.58	100.00%

报告期各期末，公司账龄一年以上的应付代理运营服务费的比例分别为 16.27%、39.38%、51.66%和 66.90%，占比逐年上升，主要系受宏观经济形势和

房地产调控政策影响，部分房地产开发企业面临流动性紧张的情形，客户付款进度有所放缓，客户回款金额未达到与代理运营商约定的付款条件，相应的代理服务费用公司尚未支付所致。

3. 其他应付款中应付费用余额持续增加的合理性

报告期内，公司其他应付款中应付费用的明细如下：

单位：万元；%

项 目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付代理运营服务费	44,381.74	94.66	48,835.59	93.82	45,309.92	94.63	29,892.58	95.02
其他应付费用	2,503.93	5.34	3,215.90	6.18	2,572.88	5.37	1,566.60	4.98
合 计	46,885.68	100.00	52,051.49	100.00	47,882.80	100.00	31,459.18	100.00

报告期各期末，其他应付款中应付代理运营服务费占应付费用余额总额的比例分别为 95.02%、94.63%、93.82%和 94.66%，占比较高且稳定。应付费用余额持续增加，主要系应付代理运营服务费增加所致。

综上所述，其他应付款中应付费用主要由应付代理运营服务费构成，应付费用余额增加主要系应付代理运营服务费增加所致。公司代理运营服务费的付款条件与客户回款情况挂钩，因大宗业务客户付款进度放缓，未达到代理运营服务费的付款条件，其他应付款中应付费用余额持续增加具有合理性。

(六) 发行人与代理运营商之间是否存在关联关系和其他利益安排，是否涉及商业贿赂的情形

1. 公司与代理运营商之间是否存在关联关系和其他利益安排

经公开信息查询及对主要代理运营商进行访谈，报告期内公司与主要代理运营商之间不存在关联关系和其他利益安排。

2. 是否涉及商业贿赂的情形

(1) 公司获取业务的方式符合法律规定，并与主要大宗业务客户签署了反商业贿赂或廉洁协议

公司大宗业务客户主要为房地产开发商，合同主要通过招投标方式合法取得。公司与客户在建立合作关系时通常会签署反商业贿赂或廉洁协议，或在合同中设

置反商业贿赂的条款，通过协议及相关条款的约定进一步防范发生商业贿赂行为的风险。

(2) 主管部门已出具了无违法违规证明

根据《国家工商行政管理局关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》的相关规定，商业贿赂行为由工商行政管理机关监督检查。根据公司提供的《公共信用信息报告（无违法违规证明版）》，公司及其主要子公司在报告期内没有违反市场监督管理有关法律法规被处罚的记录。根据公司董监高及实际控制人住所地派出所出具的无犯罪记录证明，未发现相关人员犯罪记录。

(3) 公司及其子公司、董监高、实际控制人以及主要代理运营商不存在商业贿赂等违法违规的记录

经检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站，并对主要代理运营商进行访谈，报告期内，公司及其主要子公司、董监高、实际控制人以及主要代理运营商不存在涉及商业贿赂的案件，不存在商业贿赂等违法违规行为，不存在因商业贿赂等违法违规情形被主管行政机关处罚的情形。

综上所述，公司与代理运营商之间不存在关联关系和其他利益安排，不涉及商业贿赂的情形。

(七) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 获取公司报告期内的定期报告等相关资料，了解公司的经营情况、会计政策等情况，对公司报告期内的收入及净利润波动进行分析；查阅同行业可比公司公开资料，对比分析公司报告期内的收入及净利润波动情况；获取公司报告期内主要原材料的价格波动情况并进行敏感性分析；

(2) 检索公司主要房地产行业客户的工商信息及公开资料，查阅研究报告、行业资讯等相关资料，了解房地产行业的整体变化及发展趋势，对公司大宗业务毛利率进行分析，评价公司大宗业务收入的可持续性；

(3) 了解公司经销返利政策及相关内部控制，对相关内部控制设计及执行的有效性进行复核；获取公司报告期各期经销销售返利明细表，对销售返利与经销

收入进行匹配性分析；获取并检查经销销售退回明细，了解经销销售退回的原因，评价收入是否记录于恰当期间；

(4) 针对 2021-2023 年度经销收入，我们实施的核查程序包括：取得公司经销商名单，查阅主要经销商收入明细表，对经销业务执行穿行测试和控制测试，确认相关内控设计以及执行的有效性；检查公司与经销商签订的加盟合同，对核价单、出库单、销售发票、终端销售合同、安装回执单等资料进行核查；对 2021-2023 年度主要经销客户进行访谈，了解其基本情况、主要终端客户及市场区域、销售周期、定价原则、付款方式、公司产品质量情况和市场竞争力情况、与公司是否存在关联关系、利益输送、关联方资金往来情况等；对公司主要经销客户进行函证，确认报告期各期的销售金额及各期末往来余额等信息。具体核查情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
经销收入	116,647.71	312,444.46	289,984.66	282,963.67
核查金额	51,894.27	199,741.88	151,138.75	124,174.74
核查比例	44.49%	63.93%	52.12%	43.88%

(5) 访谈公司主要代理运营商，了解其基本情况及其与公司的合作背景、具体服务内容，评价其市场开拓能力，了解其与公司是否存在关联关系或其他相关利益安排，是否存在涉及商业贿赂的情形；获取大宗业务中各业务模式销售明细表；查阅同行业可比公司开展大宗业务的具体模式，并与公司代理运营模式进行对比分析；

(6) 了解代理运营服务费相关的内部控制制度，对相关内部控制设计及执行的有效性进行复核；获取公司主要代理运营服务合同，了解市场服务费的计提依据和付款条件，评价相关费用是否记录于恰当期间；对代理运营服务费与公司代理运营收入进行匹配性分析；

(7) 获取公司报告期内长期未付的市场服务费账龄结构，了解其具体情况及长期未付的原因；获取公司其他应付款应付费用明细，分析其持续增加的合理性；对主要代理运营服务费进行核查，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
代理运营服务费	8,406.21	20,765.62	29,459.26	26,791.67
核查金额	7,744.03	20,070.67	27,240.96	25,280.33
核查比例	92.12%	96.65%	92.47%	94.36%

(8) 获取公司《公共信用信息报告(无违法违规证明版)》及公司董监高及实际控制人住所地派出所出具的无犯罪记录证明,检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、国家企业信用信息公示系统等网站,核查公司及其子公司、董监高、实际控制人以及主要代理运营商是否存在涉及商业贿赂的案件。

2. 核查结论

经核查,我们认为:

(1) 2021-2023 年度公司营业收入和净利润增长的主要原因系在定制家居市场需求增长的背景下,公司不断加大市场开拓力度,业务规模持续扩大所致,营业收入变动趋势与欧派家居、索菲亚和金牌家居一致,净利润变动趋势与欧派家居、索菲亚和我乐家居一致,报告期内公司原材料采购价格整体较为稳定,原材料价格变动对主营业务毛利率变动构成一定影响,公司已采取多种措施降低原材料价格波动对公司未来生产经营的影响;报告期内,公司大宗业务毛利率整体保持稳定,2023 年受房地产行业市场竞争加剧、公司调整大宗业务客户结构和季节性等因素影响,毛利率有所下降,公司大宗业务收入具有可持续性,经营不存在重大不利风险;

(2) 公司销售返利与经销收入基本匹配,定制化产品不存在期后退货,配套销售的电器等产品存在少量退货,金额较小,占比较低,对公司影响较小;

(3) 公司开展大宗业务时采用自营和代理模式,符合行业惯例;公司相关代理商具备所需的业务开拓能力;

(4) 报告期内公司向主要代理商计提市场服务费的标准合理,计提时点准确,相关市场服务费与收入基本匹配;

(5) 其他应付款中应付费用主要由应付代理运营服务费构成,应付费用余额增加主要系应付代理运营服务费增加所致。公司代理运营服务费的付款条件与客户回款情况挂钩,因大宗业务客户付款进度放缓,未达到代理运营服务费的付款

条件，其他应付款中应付费用余额持续增加具有合理性；

(6) 公司与代理运营商之间不存在关联关系和其他利益安排，不涉及商业贿赂的情形。

四、关于财务性投资

根据申报材料，截至 2023 年 3 月 31 日，公司长期股权投资账面价值为 13,820.99 万元、其他权益工具投资账面价值为 787.19 万元、其他非流动金融资产账面价值为 2,000.00 万元。

请发行人说明：（1）被投资企业的具体情况，与发行人主营业务是否密切相关，报告期内的具体合作进展及未来合作安排，是否属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的情形；（2）按照相关会计科目，分析公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）；（3）自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并就发行人是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引——发行类第 7 号》第 1 条的相关规定发表明确意见。（审核问询函问题 5）

（一）被投资企业的具体情况，与发行人主营业务是否密切相关，报告期内的具体合作进展及未来合作安排，是否属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的情形

报告期末，公司被投资企业涉及的会计科目为长期股权投资、其他权益工具投资和其他非流动金融资产，具体情况如下：

1. 长期股权投资

截至 2024 年 6 月 30 日，公司长期股权投资账面价值为 16,872.32 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	投资时点	账面价值	持股比例
----	------	------	------	------

1	六安东霖新材料有限公司	2021年12月	13,987.31	23%
2	安徽林志家具有限公司	2021年12月	372.53	40%
3	IJF Australia Pty Ltd	2018年7月	2,512.48	47%
合 计			16,872.32	

六安东霖新材料有限公司（以下简称六安东霖）系刨花板生产企业，报告期内，为公司板材供应商。该公司成立于2018年2月，拥有国内领先的连续平压刨花板生产线。公司看重其区位优势、产品质量、产线等优势，为保证公司上游原材料供应渠道的稳定性，经各方友好协商，公司于2021年12月收购六安东霖23%的股权。

安徽林志家具有限公司（以下简称林志家具）系软体家具制造商，报告期内，为公司软体家具产品供应商。随着消费者一站式购齐的消费模式变化，市场亦逐渐兴起“大家居”概念。为顺应市场和消费者消费模式变化，积极拓展新家居品类，经过公司供应链部门的前期接触和筛选，公司与南通思凯林家居有限公司在软体家具领域达成合作共识，2021年12月，双方合资设立林志家具，公司持股40%。

IJF Australia 系在澳大利亚具有多年经营管理经验的厨柜制造与品牌商，同时与澳大利亚大型房地产开发商或承包商建立了良好的长期合作关系，在当地具有较高的客户满意度，报告期内，其向公司采购厨柜等产品。公司为扩大在澳大利亚的销售渠道，同时学习对方先进的企业管理经验，公司于2018年7月收购了IJF Australia 47%的股权。

报告期内，公司与上述企业的交易情况如下：

单位：万元

序号	被投资单位名称	报告期内交易情况					
		类型	交易内容	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
1	六安东霖	采购原材料	刨花板等	1,373.63	2,160.26	7,432.95	10,296.87
2	林志家具	采购商品	软体家具等	1,474.53	3,753.27	1,397.08	
3	IJF Australia	销售商品	厨柜等	1,815.65	2,426.48	1,449.07	1,923.59

如上表所示，报告期内，公司投资参股的企业与公司业务持续稳定，且与主

营业务密切相关，上述投资属于公司围绕产业链上下游以获取原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

综上所述，上述投资与公司主营业务密切相关；报告期内被投资企业均与公司有业务合作，且未来将继续保持合作；上述投资属于公司围绕产业链上下游以获取原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

2. 其他权益工具投资

截至 2024 年 6 月 30 日，公司其他权益工具投资账面价值为 1,388.23 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	投资时点	账面价值	出资比例
1	北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）	2018 年 8 月	153.12	1.40%
2	杭州洪美股权投资合伙企业（有限合伙）	2021 年 7 月	235.12	10.00%
3	广州七筑信息科技有限公司	2024 年 6 月	1,000.00	15.00%
合 计			1,388.23	

为强化公司与居然之家的前端销售渠道合作，2018 年 5 月，公司全资子公司安徽昱志晟邦股权投资有限公司（以下简称昱志晟邦）作为有限合伙人参与投资北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙），并签订《北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）合伙协议》，昱志晟邦认缴出资额为 4,200 万元，根据产业基金的实际项目投资进度分期出资，认缴出资比例 1.40%，截至目前已实缴 298.55 万元。报告期内，公司与居然之家线下卖场合作良好，且未来将继续保持合作。基于谨慎性原则，公司将该投资认定为财务性投资。同时，昱志晟邦已承诺“除已向北京居然之家联合投资管理中心（有限合伙）实缴的款项外，将不再对该合伙企业继续投入”。

为强化公司与红星美凯龙的前端销售渠道合作，2021 年 7 月，公司全资子公司昱志晟邦作为有限合伙人参与杭州洪美股权投资合伙企业（有限合伙），并签订《杭州洪美股权投资合伙企业（有限合伙）之合伙协议》，昱志晟邦认缴出资额为 1,000 万元，认缴出资比例 10%，已实缴出资 1,000 万元。报告期内，公司与红星美凯龙线下卖场合作良好，且未来将继续保持合作。基于谨慎性原则，公司将该投资认定为财务性投资。

广州七筑信息科技有限公司主营业务为家居类设计软件的开发和销售，2022年9月开始与公司建立业务合作关系。为增强业务协同效应、保持设计研发优势，2024年6月，安徽省昱邦企业管理合伙企业(有限合伙)对其进行投资并签订《投资协议》，认缴出资额为1,500万元，认缴出资比例15%，截至报告期末已实缴出资1,000万元，公司计划长期持有上述股权并按其他权益工具投资核算。该笔投资系公司为了满足战略发展需要，围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，属于非基于交易目的并计划长期持有的战略性产业投资，不属于财务性投资。

3. 其他非流动金融资产

截至2024年6月30日，公司其他非流动金融资产账面价值为2,000万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	投资时点	账面价值	持股比例
1	浙江喜尔康智能家居股份有限公司	2020年10月	2,000.00	1.46%
合计			2,000.00	

浙江喜尔康智能家居股份有限公司(以下简称喜尔康)系专注于智能坐便器、智能坐便一体机等智能家居产品的研发、生产与销售的公司，报告期内，为公司智能家居产品供应商。为顺应市场和消费者消费模式变化，积极拓展新家居品类的战略发展方向，保证上游原材料供应渠道的稳定性，经各方友好协商，公司于2020年10月向喜尔康投资2,000万元，占比1.46%。

报告期内，公司与上述企业的交易情况如下：

单位：万元

被投资单位名称	报告期内交易情况					
	类型	交易品种	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
喜尔康	采购商品	智能马桶等	224.33	796.76	409.84	194.14

综上所述，上述投资与公司主营业务密切相关；报告期内被投资企业与公司有业务合作安排，且未来将持续合作；上述投资属于公司围绕产业链上下游以获

取原料或渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

(二) 按照相关会计科目，分析公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）

1. 财务性投资及类金融业务的认定标准

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》及《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的相关规定，对财务性投资及类金融业务的认定标准如下：

相关文件	具体规定
《证券期货法律适用意见第 18 号》	（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资或投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。（二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。（三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。（四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。（五）金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。（六）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。（七）发行人应当结合前述情况，准确披露截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资的基本情况。
《监管规则适用指引——发行类第 7 号》	一、除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务。二、发行人应披露募集资金未直接或变相用于类金融业务的情况。对于虽包括类金融业务，但类金融业务收入、利润占比均低于 30%，且符合下列条件后可推进审核工作：（一）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入类金融业务的金额（包含增资、借款等各种形式的资金投入）应从本次募集资金总额中扣除。（二）公司承诺在本次募集资金使用完毕前或募集资金到位 36 个月内，不再新增对类金融业务的资金投入（包含增资、借款等各种形式的资金投入）。三、与公司主营业务发展密切相关，符合业态所需、行业发展惯例及产业政策的融资租赁、商业保理及供应链金融，暂不纳入类金融业务计算口径。

2. 公司最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）的情形

截至报告期期末，公司可能涉及财务性投资（包括类金融业务）的财务报表

科目列示如下：

单位：万元

项 目	期末余额	其中：财务性投资金额
交易性金融资产	24,353.39	
其他应收款	14,003.63	
一年内到期的非流动资产	4,279.84	
其他流动资产	5,014.85	
长期股权投资	16,872.32	
其他权益工具投资	1,388.23	388.23
其他非流动金融资产	2,000.00	
其他非流动资产	43,194.97	
财务性投资金额合计		388.23
截至 2024 年 6 月 30 日公司合并报表归属于母公司的净资产		315,704.36
占比		0.12%

如上表所示，截至 2024 年 6 月 30 日，公司的财务性投资金额占公司合并报表归属于母公司净资产的比例为 0.12%，低于 30%。因此，最近一期末，公司不存在金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）。上表中的各项目明细分析如下：

(1) 交易性金融资产

交易性金融资产为公司购买的浮动收益型理财产品，整体较为稳定，波动主要系理财产品到期和新增加购买的理财产品投资所致。

截至 2024 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产的明细信息如下：

单位：万元

序号	理财产品名称	管理人	金额 (本金)	购买日	到期日/ 赎回日	投资范围 (底层资产)	期末净值	收益率
1	远扬鑫利 68 期 浮动收益凭证	华安 证券	3,000.00	2024/3/29	2025/1/8	本金保障型收益凭证	3,020.03	2.48%- 3.28%
2	元聚利 48 期浮 动收益凭证	国元 证券	2,000.00	2024/3/14	2024/9/12	本金保障型收益凭证	2,012.72	2.15%- 3.65%
3	龙鼎定制 1219 期收益凭证产 品	申万 宏源 证券	3,000.00	2024/6/27	2024/7/31	本金保障型收益凭证	3,000.12	0.5%或 4.0%

序号	理财产品名称	管理人	金额 (本金)	购买日	到期日/ 赎回日	投资范围 (底层资产)	期末净值	收益率
4	季季赢4号集合资产管理计划	华安证券	4,000.00	2023/7/4	每季度可赎回	投资固定收益类资产比例为资产总值的80-100%，参与债券正回购金额不得超过该计划资产净值的100%，中国证监会另有规定的除外	4,308.41	4.00%
5	收益凭证“收益宝”4号	广发证券	2,000.00	2024/4/10	2024/10/10	本金保障型收益凭证	2,006.66	1.5%- 3.22%
6	元赢29号集合资产管理计划	国元证券	3,000.00	2024/6/27	每周第一个工作日可赎回	投资于存款、债券等债权类资产的比例不低于本计划总资产的80%(含80%)	3,001.77	4.00%
7	月月赢30号集合资产管理计划	华安证券	3,000.00	2024/6/25	每月固定日可赎回	投资固定收益类资产比例为资产总值的80-100%，参与债券正回购金额不得超过该计划资产净值的100%，中国证监会另有规定的除外	3,002.98	3.40%
8	固收增利系列1179期收益凭证	中信证券	2,000.00	2024/6/27	2024/12/25	本金保障型收益凭证	2,000.54	1.6%- 4.96%
9	如意宝15号集合资产管理计划	华泰证券	2,000.00	2024/6/25	2025/1/8	固定收益类资产市值占集合计划资产总值的95%-100%，具体包括银行存款、货币市场基金、国债、债券逆回购、央票、金融债、企业债、债券型基金、收益凭证、资产支持证券优先级、商业银行理财计划、证券公司集合资产管理计划、信托计划、保险资管产品等证监会允许投资的金融工具	2,000.16	2.60- 3.65%
合计			24,000.00				24,353.39	

注：已到期赎回的为实际收益率；未到期赎回的参考理财协议约定的预期收益率或业绩报酬基准利率

上述理财产品系公司为进行现金管理购买的银行和证券公司理财产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资。

(2) 其他应收款

截至 2024 年 6 月 30 日，公司其他应收款账面价值为 14,003.63 万元，明细如下：

单位：万元

项 目	金 额
保证金及备用金	18,076.71
商场代收款	181.69
应收退货款	36.65
其他	2,427.80
应收利息	877.47
应收股利	
坏账准备	-7,596.69
合 计	14,003.63

公司期末其他应收款主要系保证金及备用金等款项，与公司主营业务相关，不属于“投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资或投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等”财务性投资的类型，故不属于财务性投资。

(3) 一年内到期的非流动资产

截至 2024 年 6 月 30 日，公司一年内到期的非流动资产账面价值为 4,279.84 万元，具体构成如下：

单位：万元

项 目	金 额
一年内到期的大额定期存款	4,279.84
合 计	4,279.84

公司期末一年内到期的非流动资产主要系一年内到期的大额定期存款，不属于财务性投资。

(4) 其他流动资产

截至 2024 年 6 月 30 日，其他流动资产账面价值为 5,014.85 万元，主要为

待抵扣、待认证进项税，不属于财务性投资。

(5) 长期股权投资

具体详见本说明五(一)1 之所述。

(6) 其他权益工具投资

具体详见本说明五(一)2 之所述。

(7) 其他非流动金融资产

具体详见本说明五(一)3 之所述。

(8) 其他非流动资产

截至 2024 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产账面价值为 43,194.97 万元，具体构成如下：

项 目	金额（万元）
其他长期资产	31,984.33
大额定期存款	5,045.94
预付工程设备款	2,817.72
预付软件开发款	3,346.98
合 计	43,194.97

公司其他非流动资产主要由其他长期资产、大额定期存款、预付工程设备款和预付软件开发款构成，不属于财务性投资。

综上所述，截至最近一期末，公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）的情形，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引—发行类第 7 号》第 1 条中关于财务性投资及类金融业务的相关规定。

(三) 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，相关财务性投资是否已从本次募集资金总额中扣除

公司于 2023 年 7 月 6 日召开四届董事会第十七次会议审议通过了本次向不特定对象发行可转换公司债券的相关议案。自本次发行相关董事会决议日前六个月(2023 年 1 月 6 日)至本说明出具日，公司实施或拟实施的财务性投资及类金

融业务的具体情况如下：

1. 类金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司不存在实施或拟实施对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务进行投资的情形。

2. 非金融企业投资金融业务(不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资)

自本次发行董事会决议日前六个月起至本说明出具日，公司不涉及集团财务公司情形，亦不存在投资金融业务的情形。

3. 与公司主营业务无关的股权投资

自本次发行董事会决议日前六个月起至本说明出具日，公司不存在与公司主营业务无关的股权投资的情形。

4. 投资产业基金、并购基金

自本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司不存在实施或拟实施投资产业基金、并购基金的情形。

5. 拆借资金

自本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司不存在借予他人款项的情形。

6. 委托贷款

自本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司不存在实施或拟实施委托贷款的情形。

7. 购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司曾持有、现已赎回，信用掘金 2 号集合资产管理计划收益率较高、收益波动较大，公司基于谨慎性原则将其认定为财务性投资，并从本次募集资金总额中扣除。2024 年 5 月 5 日，经公司第四届董事会第二十四次会议、第四届监事会第二十三次会议审议，前述财务性投资金额 3,000 万元已从本次募集资金总额中扣除。

8. 拟实施财务性投资及类金融业务的具体情况

自本次发行董事会决议日前六个月起至本说明出具日，公司不存在拟实施财务性投资及类金融业务的相关安排。

综上所述，本次发行董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司实施或拟实施财务性投资及类金融业务已从本次募集资金总额中扣除。

(四) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 访谈公司管理层，了解公司本次发行董事会决议日前六个月至今，是否存在公司新投入和拟投入财务性投资；

(2) 查阅报告期内以及截至目前财务报表相关项目的具体内容，逐项分析是否属于财务性投资；

(3) 获取并查阅公司购买理财产品的协议以及其他投资文件，访谈了解公司相关人员对外投资的背景和目的、投资期限、与被投资企业的合作进展及未来合作安排等，判断是否属于财务性投资；

(4) 查阅公司的财务报告、三会文件及其他公开披露文件，了解本次董事会决议日前六个月至本说明出具日，公司是否存在实施或拟实施的财务性投资的情形；

(5) 查阅《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第18号》第1条及《监管规则适用指引—发行类第7号》第1条等法律、法规和规范性文件中关于财务性投资和类金融业务的相关规定，了解财务性投资(包括类金融业务)认定的要求并进行逐条核查。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 被投资企业与公司主营业务密切相关，属于公司围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的情形；基于谨慎性原则，公司将对北京居然之家联合投资管理中心(有限合伙)和杭州洪美股权投资合伙企业(有限合伙)的投资认定为财务性投资，除此之外，被投资企业不存在其他财务性投资的情形；

(2) 公司最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资(包括类


金融业务)；


(3) 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，公司实施或拟实施财务性投资及类金融业务已从本次募集资金总额中扣除；

(4) 公司符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第 1 条、《监管规则适用指引—发行类第 7 号》第 1 条中关于财务性投资及类金融业务的相关规定。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：马松章 

中国注册会计师：周卫国 

二〇二四年九月十一日