

证券代码：002791

证券简称：坚朗五金

KIN LONG 坚朗

一切为了改善人类居住环境

广东坚朗五金制品股份有限公司

Guangdong Kinlong Hardware Products Co., LTD.

(广东省东莞市塘厦镇坚朗路3号)

关于广东坚朗五金制品股份有限公司
申请向特定对象发行股票的
审核问询函之回复
(修订稿)

保荐人（主承销商）

CMS  **招商证券**

(深圳市福田区福田街道福华一路111号)

深圳证券交易所：

贵所《关于广东坚朗五金制品股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2023〕120110号）（以下简称“问询函”）已收悉。

广东坚朗五金制品股份有限公司（以下简称“坚朗五金”、“公司”、“发行人”）会同保荐机构招商证券股份有限公司及北京国枫律师事务所、大华会计师事务所（特殊普通合伙），对贵所问询函中提出的问题进行了认真的调查、取证、回复，补充了有关资料，并对募集说明书等申请文件进行了相应的修改、补充（修改、补充部分用楷体加粗的字体标明）。

现就贵所问询函中提出的问题回复如下，请予审核（以下回复顺序与贵所问询函中的问题顺序相同；序号“问题 2-1”，表示问题“2”的第一个要点，其他序号以此类推）。

说明：

（1）如无特别说明，本问询函回复中使用的简称和释义与募集说明书的释义相同；

（2）本问询函回复中部分合计数或各数值直接相加之和若在尾数上存在差异，为四舍五入所致。

目 录

问题 1:	3
问题 2:	71
其他问题:	119

问题 1:

2022 年发行人扣非归母净利润同比下滑 95.64%。最近三年末，公司应收账款账面余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，应收账款周转率分别为 4.15、3.15 和 1.93。截至 2023 年 3 月 31 日，发行人共有 27 家参股公司，均认定为不属于财务性投资。

请发行人补充说明：（1）结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响；（2）结合账龄、截至目前期后回款、同行业可比公司情况、房地产客户应收账款占比及经营情况等，说明应收账款坏账准备计提是否充分；（3）结合投资目的、投资时点、认缴金额、实缴金额、业务协同等情况，充分论证相关投资是否为发行人围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或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，是否符合发行人主营业务及战略发展方向；（4）自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司发行人已实施或拟实施的财务性投资情况，新投入和拟投入的财务性投资金额是否已从本次募集资金总额中扣除。

请发行人补充披露（1）（2）涉及的相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

1-1 结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响；

回复:

2022 年，公司扣非归母净利润大幅下滑，主要原因有二：1、2022 年，受房地产行业下行和宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软所致，公司各类产品的销量及销售价格同比下降；而同期，不锈钢、铝合金、锌合金

等主要原材料市场价格有所上涨，公司主要原材料采购价格同比上升导致，公司营业收入、毛利率均同比下降；2、2022年，公司持续推动销售渠道下沉并充实销售团队，销售费用同比增长，但因同期营业收入增长未达公司预期，导致销售费用未能有效摊薄，销售费用率同比上升。2022年，公司扣非归母净利润大幅下滑的变动趋势与同行业可比公司变动趋势保持一致。

2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善；且不锈钢、铝合金、锌合金等主要原材料的市场行价格呈现下降趋势，公司主要原材料采购价格相应下降。因此，影响公司2022年扣非归母净利润大幅下滑的不利因素已经有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响。

一、公司最近一年原材料价格的波动情况

公司生产经营所需的主要原材料包括不锈钢、铝合金、锌合金和零配件，零配件材料亦主要由不锈钢、铝合金和锌合金等构成。最近一年，不锈钢、铝合金和锌合金的采购均价情况如下：

单位：元/吨

项目	2022年度		2021年度
	采购均价	变动率	采购均价
不锈钢	18,586.94	11.45%	16,677.29
锌合金	23,195.73	12.61%	20,598.88
铝合金	19,698.84	4.56%	18,840.00

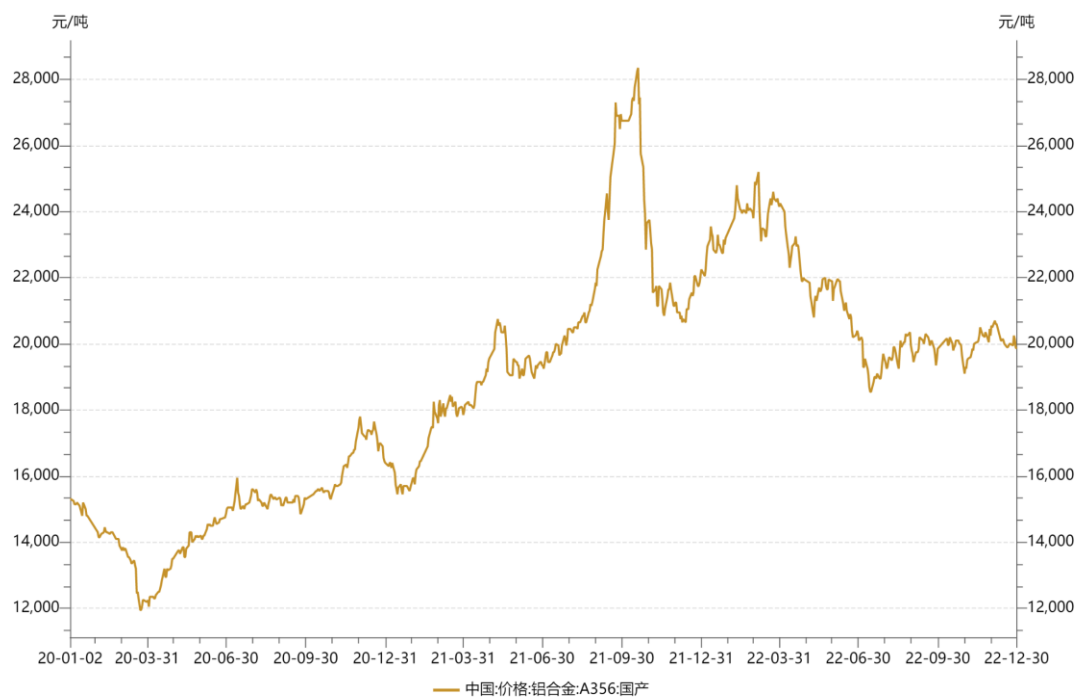
根据上表可见，最近一年，公司主要原材料采购价格上升，主要系不锈钢、铝合金、锌合金市场价格总体呈上涨趋势。

2020年至2022年，不锈钢、铝合金、锌合金市场价格走势情况如下：

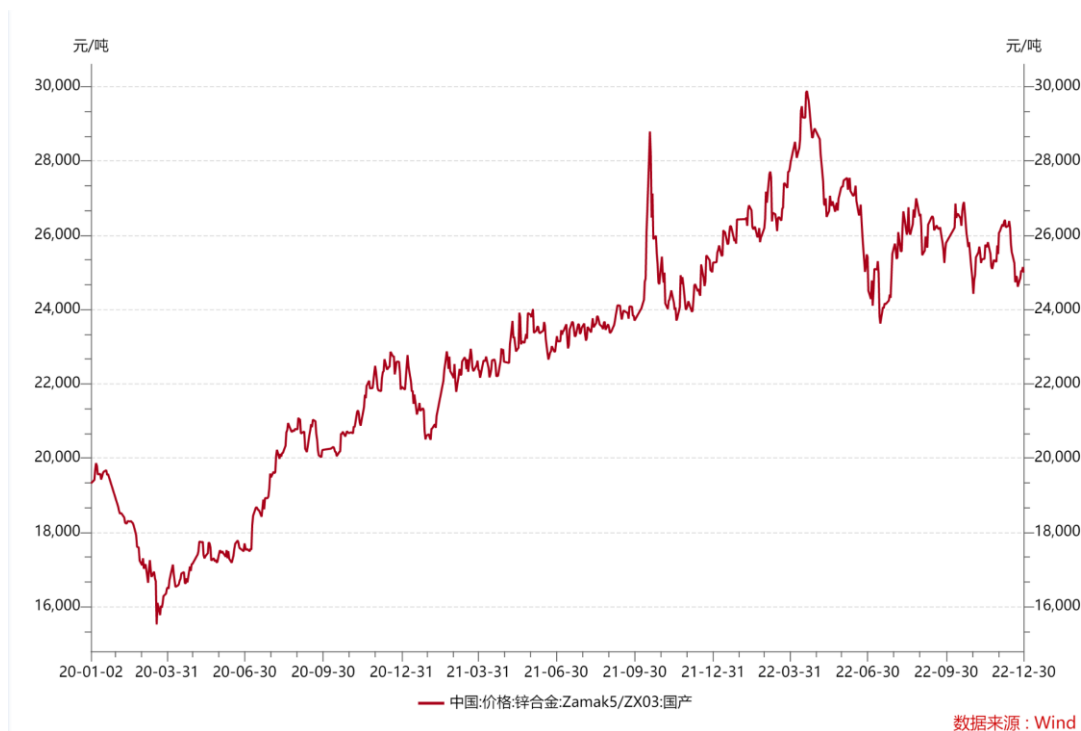
单位：元/吨



单位: 元/吨



单位: 元/吨



二、公司产品定价模式

公司产品定价主要以产品供需关系为导向，结合考虑原材料价格、产品成本及合理利润，市场竞争情况与产品竞争力、工艺技术复杂程度、与客户合作情况等因素，确定具体的产品销售价格。

对于部分订单执行周期长且易受原材料价格波动的产品，公司实施弹性价格机制，根据原材料的波动幅度，在执行合同时与客户协商调整价格。

三、公司最近一年产品销量及价格变动情况

最近一年，公司主要产品的销售量、销售价格和销售收入的情况如下：

单位：万套、元/套、万元

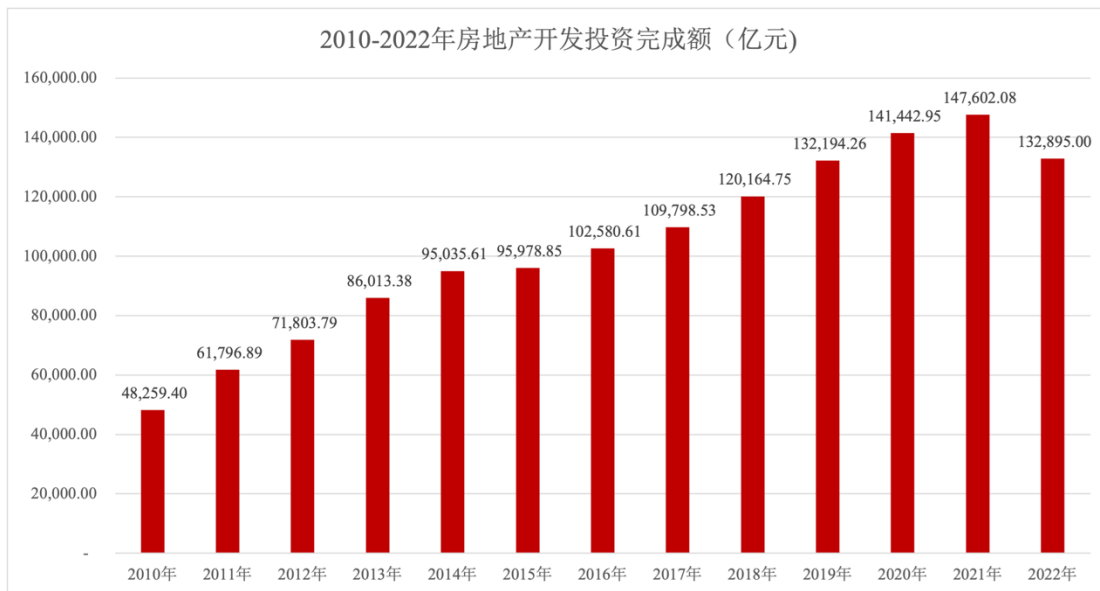
产品分类	项目	2022 年度		2021 年度
		数值	变动	数值
门窗五金系统	销量	7,328.14	-13.09%	8,431.83
	单价	48.52	-2.01%	49.51
	收入	355,533.15	-14.84%	417,474.30
家居类产品	销量	239.38	-3.82%	248.89
	单价	571.64	-1.50%	580.34
	收入	136,842.13	-5.26%	144,441.28

产品分类	项目	2022 年度		2021 年度
		数值	变动	数值
门窗配套件	销量	819.19	-17.22%	989.62
	单价	78.00	-5.68%	82.70
	收入	63,896.97	-21.93%	81,841.35
门控五金系统	销量	419.32	-12.83%	481.03
	单价	91.94	-1.42%	93.27
	收入	38,552.39	-14.07%	44,864.33
点支承玻璃幕墙构配件	销量	248.50	-23.97%	326.85
	单价	175.29	-3.46%	181.58
	收入	43,559.77	-26.60%	59,347.69
不锈钢护栏构配件	销量	252.38	0.28%	251.68
	单价	96.40	-4.29%	100.72
	收入	24,329.28	-4.02%	25,349.41

2022 年各类产品销售量和销售价格下降的主要原因系房地产行业下行、宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软，导致公司各类产品销售量和销售价格相应下降。

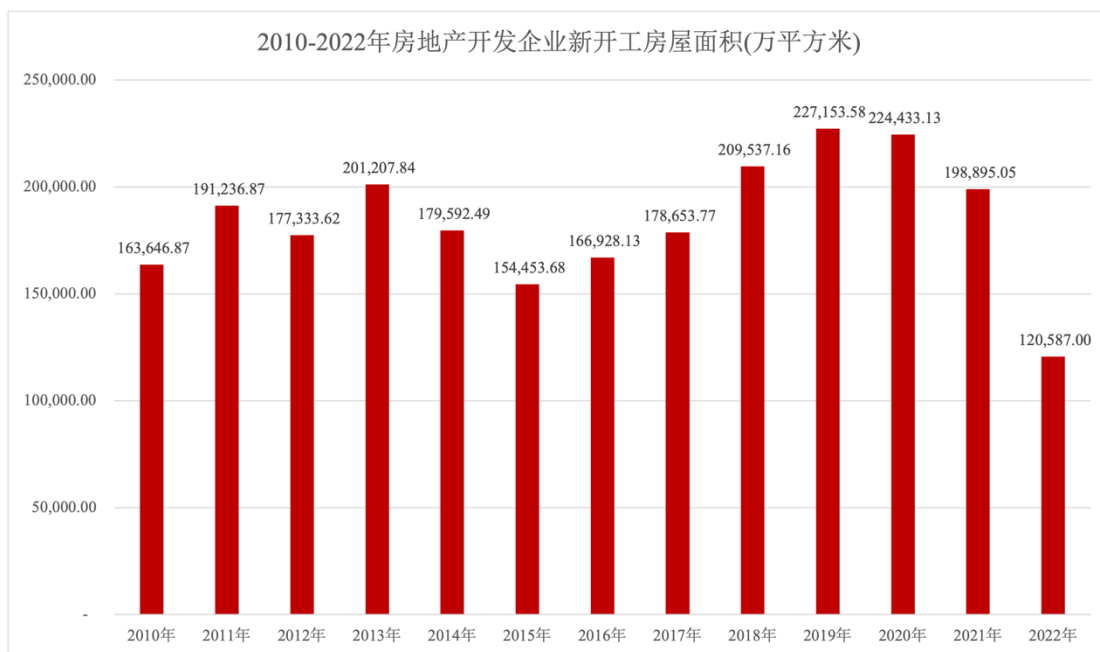
在坚持房地产行业“房住不炒”的总基调下，为控制住宅房地产的非居住性需求、遏制房价过快上涨、解决传统的高杠杆发展模式，我国政府在 2020 年和 2021 年连续出台了“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策。受国家房地产政策调控下，2021 年以来，我国房地产开发投资金额、房屋新开工面积出现下滑，我国房地产行业下行。

2010 年至 2022 年，我国房地产开发投资金额情况如下：



数据来源：国家统计局

2010年至2022年，我国房屋新开工面积情况如下：



数据来源：国家统计局

此外，2022年，我国宏观经济增速下行，房地产产业链中的部分下游产业经营主体货物周转不畅，导致我国消费者消费需求疲软。根据国家统计局发布的《2022年12月社会消费品零售总额下降1.8%》，2022年，我国建筑及装潢材料类零售额为1911亿元，较2021年同比下降6.2%。

四、公司最近一年期间费用率的变动情况

最近一年，公司的期间费用率的变动情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度
	数值	变动额	数值
销售费用率	16.69%	4.11%	12.58%
管理费用率	5.04%	0.93%	4.11%
研发费用率	3.75%	0.23%	3.52%
财务费用率	0.65%	0.46%	0.19%
期间费用率	26.13%	5.73%	20.40%

如上表所示，最近一年，公司期间费用率的增加主要系销售费用率大幅增加所致。2022 年，公司销售费用率为 16.69%，较 2021 年的 12.58% 增加了 4.11 个百分点。主要原因系：2022 年，公司持续推动销售渠道下沉并充实销售团队，2022 年末，公司销售联络点为 985 个，较 2021 年的 838 个同比增加 147 个；2022 年，公司销售人员的平均数量（即期初销售人员数量/2+期末销售人员数量/2）为 6,694 人，较 2021 年的 5,940 人同比增加 754 人。但是，同期营业收入同比下降 13.16%，未达公司预期，销售费用未能有效摊薄，导致销售费用率同比上升。

五、公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性分析

2022 年度和 2021 年度，公司营业收入、营业成本、期间费用、归母净利润、扣非归母净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度	
	金额	占当期营业收入比例	变动率	金额	占当期营业收入比例
营业收入	764,827.03	100.00%	-13.16%	880,682.54	100.00%
营业成本	533,830.92	69.80%	-6.40%	570,309.69	64.76%
销售费用	127,630.87	16.69%	15.16%	110,833.45	12.58%
管理费用	38,575.09	5.04%	6.61%	36,184.63	4.11%
研发费用	28,662.99	3.75%	-7.56%	31,008.26	3.52%
财务费用	4,958.15	0.65%	202.02%	1,641.66	0.19%

项目	2022 年度			2021 年度	
	金额	占当期营业收入比例	变动率	金额	占当期营业收入比例
归母净利润	6,555.94	0.86%	-92.63%	88,938.28	10.10%
扣非归母净利润	3,838.72	0.50%	-95.64%	88,097.52	10.00%

根据上表可见，2022 年，公司扣非归母净利润为 3,838.72 万元，较 2021 年的 88,097.52 万元大幅减少 84,258.80 万元。其中，2022 年，公司营业收入扣除营业成本及期间费用后的金额为 31,169.01 万元，较 2021 年的 130,704.85 万元大幅减少 99,535.84 万元，是公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的主要因素。

2022 年，公司营业收入扣除营业成本及期间费用后的变动率的定量分析过程如下：

序号	项目	2022 年度	2021 年度
A	2022 年营业收入变动率	-13.16%	-
B	毛利率	30.20%	35.24%
C	销售费用率	16.69%	12.58%
D	管理费用率	5.04%	4.11%
E	研发费用率	3.75%	3.52%
F	财务费用率	0.65%	0.19%
G	营业收入扣除营业成本及期间费用后的变动率	-76.15%	-

注：2022 年营业收入扣除营业成本及期间费用后的变动率 = $(1 + 2022 \text{ 年营业收入变动率}) \times (2022 \text{ 年毛利率} - 2022 \text{ 年期间费用率}) / (2021 \text{ 年毛利率} - 2021 \text{ 年期间费用率}) - 1$ 。

根据上表可见，公司营业收入变动率、毛利率和各期间费用率是影响 2022 年营业收入扣除营业成本及期间费用后金额变动情况的主要因素。结合上述定量分析情况，2022 年营业收入的下降、毛利率的下降和销售费用率的上升是公司 2022 年营业收入扣除营业成本及期间费用大幅下降的主要原因，也是公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的主要因素。具体而言：

2022 年，公司扣非归母净利润大幅下滑，主要原因系：1、2022 年，受房地产行业下行和宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软所致，公司各类产品的销量及销售价格同比下降；而同期，不锈钢、铝合金、锌合金等

主要原材料市场价格有所上涨，公司主要原材料采购价格同比上升，导致公司营业收入、毛利率均同比下降；2、2022年，公司持续推动销售渠道下沉并充实销售团队，销售费用同比增长，但因同期营业收入增长未达公司预期，导致销售费用未能有效摊薄，销售费用率同比上升。

（一）2022年，公司营业收入同比下降的原因分析

2022年，公司营业收入为764,827.03万元，较2021年的880,682.54万元同比下降13.16%，主要原因系各类产品销售量和销售价格的下降，各类产品销售量和销售价格下降的主要原因系房地产行业下行、宏观经济增速下行等的负面影响，下游客户需求疲软，导致公司各类产品销售量和销售价格相应下降。

2022年，公司各类产品销量及销售价格同比下降的原因详见本问询函回复本题之“1-1 结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明2022年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响”之“三、公司最近一年产品销量及价格变动情况”的分析。

（二）2022年，公司毛利率同比下降的原因分析

2022年，公司主营业务毛利率为30.29%，较2021年的35.35%同比下降5.06个百分点，主要原因系公司各类产品的销售价格总体呈下降趋势，而各类主要产品的单位成本总体呈上升趋势。

2022年，公司主要产品售价和单位成本变动及对毛利率影响的分析如下：

单位：元/套

产品分类	项目	2022年度		2021年度
		金额	变动情况	金额
门窗五金系统	单位售价	48.52	-2.01%	49.51
	单位成本	30.82	4.72%	29.43
	毛利率	36.48%	-	40.57%
家居类产品	单位售价	571.64	-1.50%	580.34
	单位成本	390.65	6.54%	366.68
	毛利率	31.66%	-	36.82%
门窗配套件	单位售价	78.00	-5.68%	82.7

	单位成本	66.59	-0.06%	66.63
	毛利率	14.63%	-	19.43%
门控五金系统	单位售价	91.94	-1.42%	93.27
	单位成本	58.06	4.40%	55.61
	毛利率	36.85%	-	40.38%
点支承玻璃幕墙构配件	单位售价	175.29	-3.46%	181.58
	单位成本	129.10	5.52%	122.34
	毛利率	26.35%	-	32.62%
不锈钢护栏构配件	单位售价	96.40	-4.29%	100.72
	单位成本	76.86	6.42%	72.22
	毛利率	20.27%	-	28.29%

根据上表可见，2022年，公司各类产品的销售价格总体呈下降趋势，而各类产品的单位成本总体呈上升趋势，从而导致公司各类产品毛利率下降，公司主营业务毛利率相应下滑。

最近三年，公司各类产品销售价格下降的主要原因系受房地产行业下行、宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软所致，具体详见本问询函回复本题之“1-1 结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明2022年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响”之“三、公司最近一年产品销量及价格变动情况”的分析。

最近一年，材料成本占主营业务成本的比例为82.07%，是公司最主要的成本科目。因此，原材料价格的变动对公司主营业务成本影响较大，是导致公司单位成本变动的最主要原因。最近一年，公司单位成本上升主要原因系主要原材料采购价格上升所致，具体详见本问询函回复本题之“1-1 结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明2022年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响”之“一、公司最近一年原材料价格的波动情况”的分析。

综上所述，公司主营业务毛利率下滑具有合理性。

（三）2022 年，公司销售费用率同比上升的原因分析

2022 年，公司销售费用率同比上升的原因详见本问询函回复本题之“1-1 结合最近一年原材料价格波动、产品定价模式、产品销量及价格变动、期间费用率等，说明 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的原因及合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致，相关不利因素是否持续，是否会对本次募投项目实施造成重大不利影响”之“四、公司最近一年期间费用率的变动情况”的分析。

六、公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑变动与同行业可比公司变动趋势一致

2022 年，公司扣非归母净利润变动情况与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度
	扣非归母净利润	同比变动	扣非归母净利润
帝欧家居	-150,857.28	-2,180.74%	7,250.16
蒙娜丽莎	-42,091.71	-241.08%	29,835.39
东方雨虹	180,276.33	-53.39%	386,742.72
三棵树	22,156.61	139.43%	-56,197.84
科顺股份	4,312.71	-92.46%	57,215.40
平均	-	-485.65%	-
发行人	3,838.72	-95.64%	88,097.52

根据上表可见，2022 年，公司扣非归母净利润大幅下滑的变动趋势与同行业可比公司保持一致，不存在较大差异。

七、相关不利因素已有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响

（一）相关不利因素影响已有所改善

1、2023 年一季度业绩已有所改善

单位：万元

项目	2023年 1-3月	2022年 1-3月	同期增减
营业收入	135,447.92	129,208.18	4.83%
营业利润	-6,787.48	-9,644.83	29.63%
归属于上市公司股东的净利润	-5,605.15	-8,943.60	37.33%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-5,995.77	-9,294.32	35.49%

根据上表可见，2023年 1-3月，公司归属于上市公司股东的净利润较 2022年 1-3月同比增长 37.33%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较 2022年 1-3月同比增长 35.49%，未在持续下滑。

2、2022年 4季度以来房地产支持政策不断出台，我国 2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善

2021年以来，房地产基本面的持续下行、我国经济增速的下降，对建筑材料行业冲击较大，公司 2022年收入、利润承压。但是，随着 2022年 4季度以来房地产支持政策不断出台，我国 2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善。

2022年 4季度以来，我国多部门出台政策支持房地产企业合理融资需求和房地产稳定发展，房地产融资环境等明显改善。2022年 11月以来，中国人民银行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加力》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022年 12月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；2023年 1月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比

连续 3 个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”

此外，根据国家统计局发布的《1-2 月份国民经济企稳回升》，2023 年 1-2 月，全国规模以上工业增加值同比增长 2.4%，比 2022 年 12 月份加快 1.1 个百分点，结束了自 2022 年 4 季度以来的逐月回落态势。随着经济循环加快畅通，生产需求明显改善，我国 2023 年经济运行企稳回升。

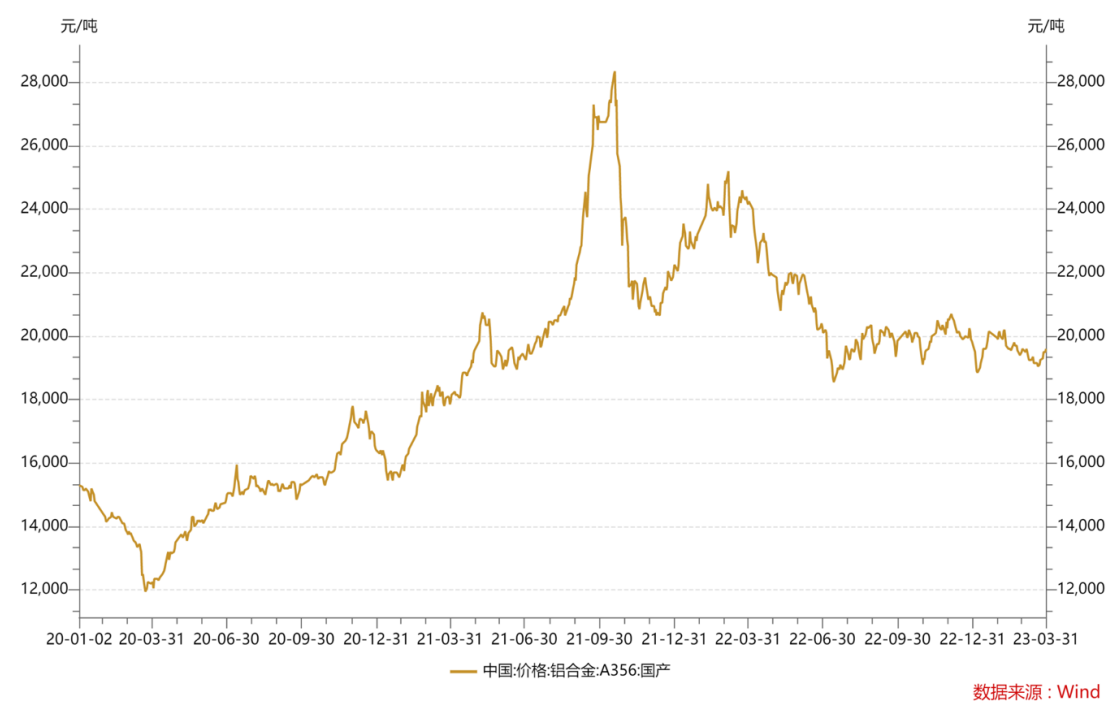
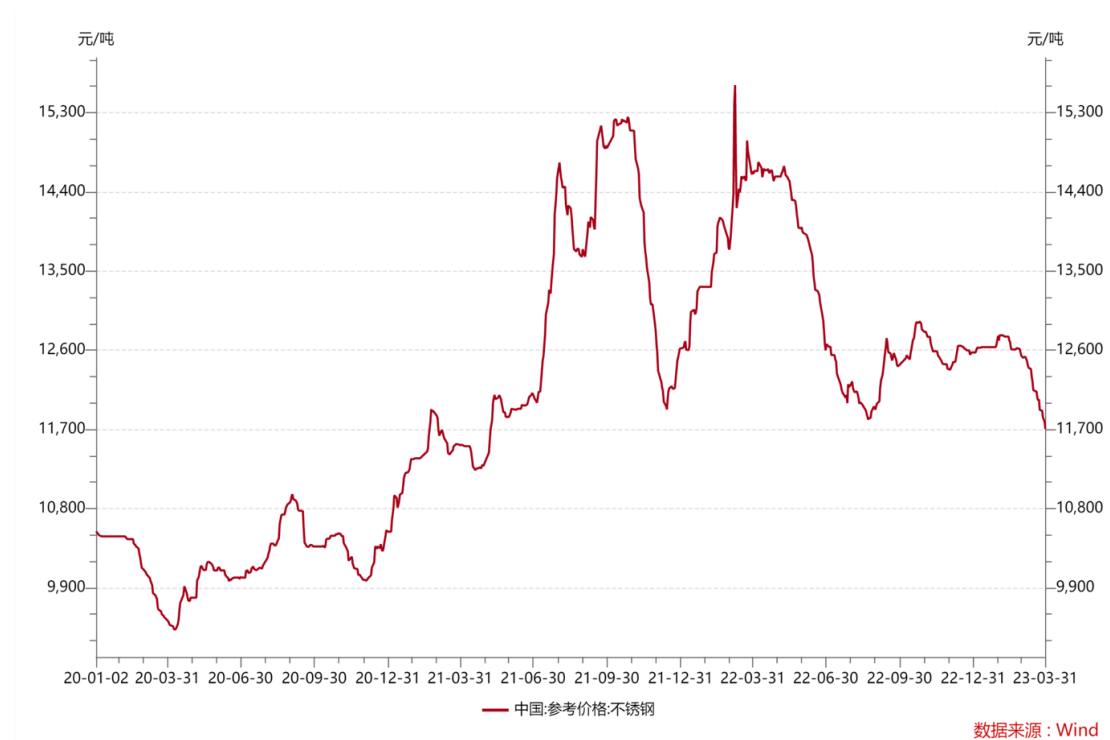
3、不锈钢、铝合金、锌合金等主要原材料的市场价格呈现下降趋势，公司主要原材料采购价格下降

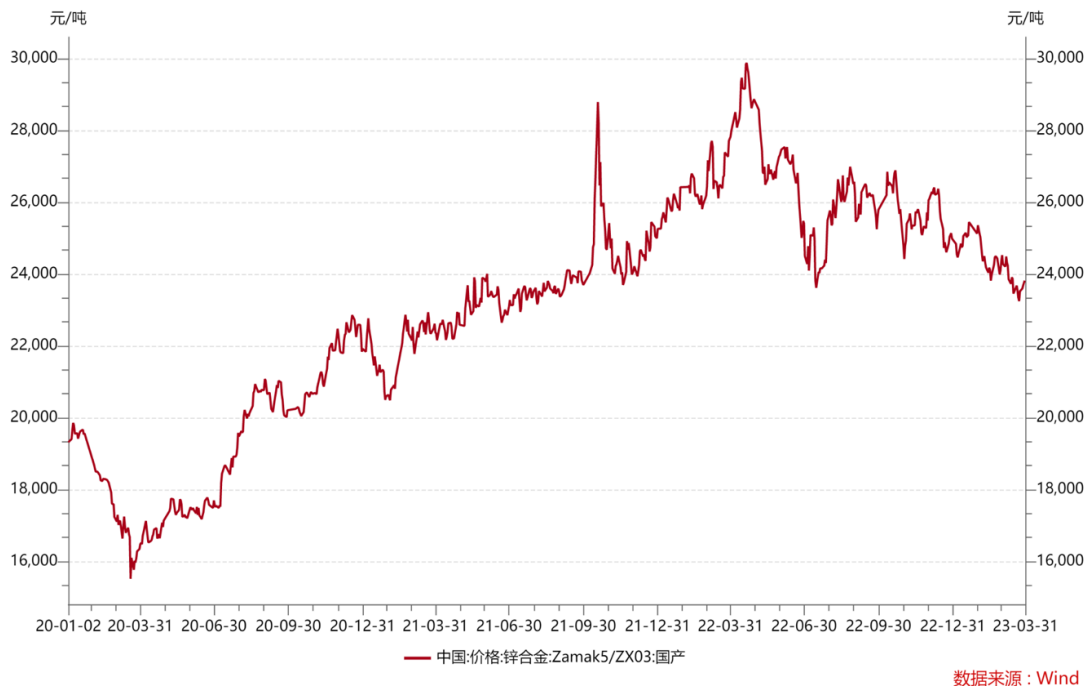
2023 年 1-3 月，公司主要原材料采购价格变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2023 年 1-3 月		2022 年度
	采购均价	变动率	采购均价
不锈钢	16,960.00	-8.75%	18,586.94
锌合金	21,530.00	-7.18%	23,195.73
铝合金	18,650.00	-5.32%	19,698.84

2023 年 1-3 月，因不锈钢、铝合金、锌合金等主要原材料市场价格下降，公司主要原材料采购价格相应下降。2020 年至 2023 年 3 月，不锈钢、铝合金、锌合金市场价格走势情况如下：





综上所述，2023年1-3月，公司归属于上市公司股东的净利润较2022年1-3月同比增长37.33%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较2022年1-3月同比增长35.49%，未在持续下滑。2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善；且不锈钢、铝合金、锌合金等主要原材料的市场行价格呈现下降趋势，公司主要原材料采购价格相应下降。因此，影响公司2022年净利润大幅下滑的不利因素已经有所改善。

(二) 相关不利因素影响已有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响

结合前述分析，影响公司2022年扣非归母净利润大幅下滑的不利因素已经有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响。

1-2 结合账龄、截至目前期后回款、同行业可比公司情况、房地产客户应收账款占比及经营情况等，说明应收账款坏账准备计提是否充分；

回复：

结合公司应收账款账龄优于同行业可比公司、公司应收账款期后回款情况良好、公司房地产客户应收账款余额占比较低、公司坏账计提政策与组合计提

坏账准备的比例与同行业可比公司不存在重大差异、公司单项计提坏账准备的比例高于同行业可比公司、公司对房地产客户单项计提的比例与其他上市公司不存在较大差异、公司房地产客户应收账款规模及占比较小、公司已建立了客户风险评估体系且主要房地产客户的坏账准备计提比例具有合理性等情况，报告期内，公司应收账款坏账准备计提是充分的。

一、公司应收账款的账龄情况

2022年末，公司应收账款账龄与同行业可比公司的对比情况如下：

项目		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	发行人
1年以内	金额（万元）	175,751.72	97,585.13	810,050.71	343,590.40	274,121.93	-	351,909.65
	占比	61.64%	61.06%	67.27%	64.72%	49.36%	60.81%	82.59%
1至2年	金额（万元）	90,649.90	58,827.64	299,625.99	116,440.67	179,910.24	-	64,327.94
	占比	31.79%	36.81%	24.88%	21.93%	32.40%	29.56%	15.10%
2至3年	金额（万元）	15,330.96	2,535.93	48,387.39	62,408.01	69,336.33	-	6,922.77
	占比	5.38%	1.59%	4.02%	11.76%	12.48%	7.05%	1.62%
3至4年	金额（万元）	1,824.68	600.96	19,161.90	8,410.13	18,988.65	-	1,787.23
	占比	0.64%	0.38%	1.59%	1.58%	3.42%	1.51%	0.42%
4至5年	金额（万元）	1,590.61	262.37	13,833.80	-	6,319.71	-	362.95
	占比	0.56%	0.16%	1.15%	-	1.14%	0.75%	0.09%
5年以上	金额（万元）	0.00	0.00	13,072.18	-	6,684.05	-	799.88
	占比	0.00%	0.00%	1.09%	-	1.20%	0.57%	0.19%

注：三棵树仅披露1年以上、1至2年、2至3年以及3年以上应收账款的账龄情况，此次三棵树3至4年的应收账款直接取自其3年以上的应收账款；计算平均值时未将三棵树4年以上应收账款占比计算在内，下同。

2021年末，公司应收账款账龄与同行业可比公司的对比情况如下：

项目		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	发行人
1年以内	金额（万元）	330,367.69	127,195.89	812,364.92	367,324.01	290,388.57	-	341,786.91
	占比	89.21%	91.80%	83.72%	79.77%	72.52%	83.40%	93.16%
1至2年	金额（万元）	35,747.30	8,834.38	83,640.22	80,428.04	71,360.67	-	20,740.85
	占比	9.65%	6.38%	8.62%	17.47%	17.82%	11.99%	5.65%
2至3年	金额（万元）	2,588.90	2,094.80	30,729.12	9,546.59	24,088.90	-	2,591.75

	占比	0.70%	1.51%	3.17%	2.07%	6.02%	2.69%	0.71%
3至4年	金额(万元)	1,202.00	298.75	21,106.90	3,200.18	8,952.09	-	847.07
	占比	0.32%	0.22%	2.18%	0.69%	2.24%	1.13%	0.23%
4至5年	金额(万元)	425.89	130.19	5,615.45	-	3,101.53	-	364.29
	占比	0.12%	0.09%	0.58%	-	0.77%	0.39%	0.10%
5年以上	金额(万元)	-	-	16,824.19	-	2,523.18	-	551.27
	占比	-	-	1.73%	-	0.63%	0.59%	0.15%

2020年末，公司应收账款账龄与同行业可比公司的对比情况如下：

项目		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	发行人
1年以内	金额(万元)	306,811.09	80,890.37	538,627.29	268,498.09	219,776.93	-	173,455.73
	占比	95.62%	93.14%	79.21%	90.17%	79.96%	87.62%	89.89%
1至2年	金额(万元)	9,126.66	4,603.61	80,233.49	22,314.88	34,999.82	-	14,538.51
	占比	2.84%	5.30%	11.80%	7.49%	12.73%	8.03%	7.53%
2至3年	金额(万元)	3,206.56	665.88	30,481.54	5,247.92	12,524.97	-	2,478.09
	占比	1.00%	0.77%	4.48%	1.76%	4.56%	2.51%	1.28%
3至4年	金额(万元)	977.68	251.81	8,797.41	1,701.75	4,217.77	-	1,369.86
	占比	0.30%	0.29%	1.29%	0.57%	1.53%	0.80%	0.71%
4至5年	金额(万元)	758.52	433.20	6,994.07	-	1,773.19	-	425.20
	占比	0.24%	0.50%	1.03%	-	0.65%	0.60%	0.22%
5年以上	金额(万元)	0.00	0.00	14,826.92	-	1,578.44	-	704.53
	占比	0.00%	0.00%	2.18%	-	0.57%	0.69%	0.37%

根据上表可见，受房地产企业资金压力、资金紧张的状况并传导到各个下游产业的影响，公司及同行业可比公司的账龄在1年以内的应收账款占比均有所下降，显示了公司及同行业可比公司的应收账款回收周期均有所延长。

但是，最近三年末，公司账龄在1年以内的应收账款占比分别为89.89%、93.16%和82.59%，优于同行业可比公司的87.62%、83.40%和60.81%，显示了公司应收账款质量良好。

二、公司应收账款的期后回款情况

报告期内，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023.3.31	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
应收账款余额	415,988.28	426,110.41	366,882.14	192,971.92
项目	2023年4-5月	2023年1-5月	2022年度	2021年度
期后回款金额	97,421.83	204,751.32	292,681.37	167,876.69
期后回款占比	23.42%	48.05%	79.78%	87.00%

报告期内，公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元、426,110.41 万元和 415,988.28 万元，应收账款期后回款比例分别为 87.00%、79.78%、48.05% 和 23.42%，公司应收账款期后回款情况良好。

报告期各期，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 559,494.27 万元、718,112.33 万元、762,724.30 万元和 160,130.70 万元，占当期营业收入的比例分别为 83.05%、81.54%、99.73% 和 118.22%，无论是销售商品、提供劳务收到的现金总额还是占当期营业收入的比例，均呈现上升趋势，显示了公司销售回款情况良好。

三、公司房地产客户应收账款余额占比较低

最近三年末，公司房地产客户应收账款余额及占比情况如下：

项目		2022年度	2021年度	2020年度
应收账款账面余额	金额（万元）	72,414.06	60,990.17	25,870.84
	占比	16.99%	16.62%	13.41%

根据同行业可比公司公开披露的信息，最近三年末，同行业可比公司单项计提坏账准备的情况如下：

公司名称	单项计提坏账准备的企业类型	单项计提坏账准备的情况
帝欧家居	公司根据下游房地产市场形势的最新实际情况，对部分会计估计事项进行动态审慎判断，本着谨慎性原则，围绕客户财务状况、注册资本、企业登记注册类型、机构评级、基本实力、行业地位、商业类诉讼记录、合作关系紧密度、合作关系配合度、结算方式、收款账期等方面对房地产开发商客户重新进行风险评估。2022 年帝欧家居结合房地产行业的现状和趋势，继续增加单项计提坏账准备客户家数，并对坏账计提比例进行了较大调整。2022 年末单项计提坏账准备的前十五名客户均为国内大型房地产开发商客户，分别为融创中国、中国恒大、当代置业、富力地产、华夏幸福、荣盛发展、泰禾集团、蓝光发展、碧桂园、合景泰	2022 年末，帝欧家居单项计提坏账准备的前十五名客户均为国内大型房地产开发商客户，以上房地产客户应收账款余额为 180,202.55 万元，占单项计提坏账准备应收账款 184,509.81 万元的 97.67%。

	富、雅居乐、绿地控股、龙光集团、领地控股、旭辉集团。	
蒙娜丽莎	2022 年上半年，部分房地产企业资金流动性出现问题，公开债务违约的房地产企业陆续增加，预期违约风险扩大，本报告期公司应收账款和应收票据逾期显著增加。蒙娜丽莎管理层对截至 2022 年 6 月 30 日应收款项的可回收性进行分析评估，认为减值迹象明显，故部分房地产客户的应收账款、应收票据、其他应收款等债权进行信用减值损失单项计提，客户包括：融创、金科、绿地、阳光城、世茂、正荣、荣盛、奥园、恒大、花样年、富力、以及其他出现债务违约的地产客户。	2022 年末，蒙娜丽莎单项计提信用减值准备均发生于战略地产业务客户。2022 年单项计提信用减值准备的前十名应收账款账面金额为 98,825.96 万元，占单项计提信用减值准备应收账款 110,177.01 万元的 89.70%。
三棵树	基于已经出现恒大地产、蓝光地产、华夏地产财务暴雷以及恒泰地产涉诉事项的基础上，公司对上述地产及其下属公司进行单项计提减值准备。除此之外，对截至报告期末债权余额在 500 万以上的其他地产集团考虑是否需单项计提减值。	2022 年末，三棵树进行单项计提坏账的主要房地产客户的应收账款余额为 109,828.25 万元，占单项计提坏账准备应收账款 114,600.79 万元的 95.84%。 2021 年末，三棵树进行单项计提坏账的主要房地产客户的应收账款余额为 80,100.29 万元，占单项计提坏账准备应收账款 82,529.98 万元的 97.06%。
科顺股份	科顺股份参考公开市场信息、违约事件情形、财务状况、企业性质、应收款项回款及保障情况、业务贡献等多个维度，将主要房地产客户分为不同风险等级。根据风险管理制度对客户确定的不同风险等级，并充分参考同行业计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法，科顺股份已对华夏幸福、荣盛发展、佳兆业、中国奥园、阳光城、恒大地产、蓝光发展等房地产客户及部分零星单位应收款项单项计提减值准备，未对融创中国、龙湖集团、中梁控股、金科股份、绿地控股、万达地产等客户单项计提坏账准备，主要系公司综合考虑上述客户的经营情况、风险等级、还款意愿、以房抵债或其他保障措施的落实情况，综合评估其风险，认为回款风险相对可控，根据账龄计提坏账准备。	2023 年 3 月末，科顺股份直销房地产客户应收账款余额 295,750.83 万元，占总应收账款余额 618,790.23 万元的 47.80%。其中，科顺股份总应收账款余额中单项计提应收账款客户应收账款余额为 71,572.81 万元，占总应收账款余额的 11.56%。 2022 年末，科顺股份直销房地产客户应收账款余额 284,817.24 万元，占总应收账款余额 555,360.91 万元的 51.29%。其中，科顺股份总应收账款余额中单项计提应收账款客户应收账款余额为 70,882.66 万元，占总应收账款余额的 12.76%。

注：上述内容来源于同行业可比公司公开披露的信息。

根据同行业可比公司已有的公开披露信息，2022 年末，同行业可比公司主要房地产客户占其应收账款余额的比例情况如下：

公司名称	对比口径	同行业可比公司对对比口径下房地产客户应收账款占比	发行人对比口径下房地产客户应收账款占比
帝欧家居	前十五大房地产客户	63.20%	4.37%
蒙娜丽莎	前十大房地产客户	61.84%	3.68%
三棵树	前九大房地产客户	20.69%	3.49%
科顺股份	前十大房地产客户	27.66%	3.68%
	房地产客户	51.29%	16.99%

注：1、除科顺股份外，帝欧家居、蒙娜丽莎、三棵树披露的前十五大房地产客户、前十大房地产客户、前九大房地产客户均为其单项计提的前十五大、前十大、前九大；而发行人的统计口径为全部房地产客户的前十五大、前十大、前九大。

2、科顺股份的房地产客户统计口径为直销房地产客户，发行人的统计口径为全部房地产客户。

根据上表可见，按照相同口径对比，公司房地产应收账款余额占比显著小于同行业可比公司。因此，在我国房地产企业资金压力增大、资金紧张的行业背景下，公司房地产客户较少，使得公司的应收账款因房地产客户发生信用风险事件而需单项计提坏账准备的金额较小。

四、公司应收账款坏账准备计提充分

（一）公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异

公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	应收账款坏账准备计提方法
帝欧家居	本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。对于划分为组合的应收账款，本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，按照应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。
蒙娜丽莎	根据各项应收账款的信用风险特征，以单项应收账款或应收账款组合为基础，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量其损失准备。对于以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层综合考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息，估计预期收取的现金流量，据此确定应计提的坏账准备；对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款，管理层以账龄为依据划分组合，参照历史信用损失经验，并根据前瞻性估计予以调整，编制应收账款账龄与预期信用损失率对照表，据此确定应计提的坏账准备。
东方雨虹	对于应收票据、应收账款、合同资产，无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。 当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。
三棵树	对于应收票据、应收账款、合同资产，无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据和应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。 对于划分为组合的应收账款，本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/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
科顺股份	根据合并范围内关联方、账龄、相同客户类别的应收款项具有类似信用风险特征确定组合依据，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/合同资产账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。
发行人	公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款单独确定其信用损失。

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，本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判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

根据上表可见，公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

（二）公司应收账款按照组合计提的坏账准备比例与同行业可比公司不存在重大差异

报告期内，公司应收账款按照组合计提的坏账准备比例与同行业可比公司不存在重大差异，具体对比情况如下：

2022年末，公司应收账款按照组合计提的坏账准备比例与同行业可比公司的对比情况如下：

日期		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	公司
1年以内	计提比例	5.00%	5.00%	2.80%	9.70%	5.00%	4.45%	5.00%
1至2年	计提比例	10.00%	10.00%	12.23%		10.00%	10.56%	10.00%
2至3年	计提比例	30.00%	30.00%	30.08%		30.00%	30.02%	20.00%
3至4年	计提比例	50.00%	50.00%	50.34%		50.00%	50.09%	50.00%
4至5年	计提比例	100.00%	100.00%	72.26%		80.00%	88.07%	80.00%
5年以上	计提比例	100.00%	100.00%	100.00%		100.00%	100.00%	100.00%

注：蒙娜丽莎计提比例取自预期信用损失率，下同。

2021年，公司应收账款按照组合计提的坏账准备比例与同行业可比公司的对比情况如下：

日期		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	公司
1年以内	计提比例	5.00%	5.00%	4.11%	7.66%	5.00%	4.78%	5.00%
1至2年	计提比例	10.00%	10.00%	15.18%		10.00%	11.30%	10.00%
2至3年	计提比例	30.00%	30.00%	32.58%		30.00%	30.65%	20.00%
3至4年	计提比例	50.00%	50.00%	56.68%		50.00%	51.67%	50.00%
4至5年	计提比例	100.00%	100.00%	80.02%		80.00%	90.01%	80.00%
5年以上	计提比例	100.00%	100.00%	100.00%		100.00%	100.00%	100.00%

2020年末，公司应收账款按照组合计提的坏账准备比例与同行业可比公司的对比情况如下：

日期		帝欧家居	蒙娜丽莎	东方雨虹	三棵树	科顺股份	平均	公司
1年以内	计提比例	5.00%	5.00%	4.92%	6.29%	5.00%	4.98%	5.00%
1至2年	计提比例	10.00%	10.00%	11.63%		10.00%	10.41%	10.00%
2至3年	计提比例	30.00%	30.00%	29.20%		30.00%	29.80%	20.00%
3至4年	计提比例	50.00%	50.00%	51.90%		50.00%	50.48%	50.00%
4至5年	计提比例	100.00%	100.00%	80.19%		80.00%	90.05%	80.00%
5年以上	计提比例	100.00%	100.00%	100.00%		100.00%	100.00%	100.00%

(三) 公司坏账计提情况与同行业可比公司的对比分析

最近三年末，公司坏账计提情况与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	类型	2022年末		2021年末		2020年末	
		占比	计提比例	占比	计提比例	占比	计提比例
帝欧家居	按单项计提坏账准备的应收账款	64.71%	38.52%	10.32%	43.30%	0.06%	100.00%
	按组合计提坏账准备的应收账款	35.29%	9.69%	89.68%	5.90%	99.94%	5.70%
	合计	100.00%	28.35%	100.00%	9.76%	100.00%	5.76%
蒙娜丽莎	按单项计提坏账准备的应收账款	68.94%	51.19%	8.54%	32.72%	-	-
	按组合计提坏账准备的应收账款	31.06%	6.86%	91.46%	5.72%	100.00%	6.06%
	合计	100.00%	37.42%	100.00%	8.02%	100.00%	6.06%
东方雨虹	按单项计提坏账准备的应收账款	20.30%	14.82%	4.96%	16.53%	0.08%	100.00%
	按组合计提坏账准备的应收账款	79.70%	8.34%	95.04%	9.32%	99.92%	10.20%
	合计	100.00%	9.66%	100.00%	9.68%	100.00%	10.27%
三棵树	按单项计提坏账准备的应收账款	21.59%	58.01%	17.92%	51.78%	0.58%	100.00%
	按组合计提坏账准备的应收账款	78.41%	9.70%	82.08%	7.66%	99.42%	6.29%
	合计	100.00%	20.13%	100.00%	15.57%	100.00%	6.83%
科顺股份	按单项计提坏账准备的应收账款	12.76%	46.81%	16.22%	45.90%	6.89%	87.99%
	按组合计提坏账准备的应收账款	87.24%	11.42%	83.78%	8.51%	93.11%	7.57%
	合计	100.00%	15.94%	100.00%	14.57%	100.00%	13.11%
平均值	按单项计提坏账准备的应收账款	37.66%	41.87%	11.59%	38.05%	1.52%	77.60%
	按组合计提坏账准备的应收账款	62.34%	9.20%	88.41%	7.42%	98.48%	7.16%
	合计	100.00%	22.30%	100.00%	11.52%	100.00%	8.41%
发行人	按单项计提坏账准备的应收账款	4.24%	60.08%	1.45%	75.00%	2.78%	100.00%

公司名称	类型	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
		占比	计提比例	占比	计提比例	占比	计提比例
	按组合计提坏账准备的应收账款	95.76%	6.18%	98.55%	5.54%	97.22%	5.85%
	合计	100.00%	8.46%	100.00%	6.55%	100.00%	8.46%

注：同行业可比公司未披露 2023 年 1-3 月坏账准备数据。

最近两年，公司坏账计提比例低于同行业可比公司平均值，主要原因有二：

一是公司应收账款账龄优于同行业可比公司，导致公司应收账款按照组合计提的坏账准备少于同行业可比公司。

报告期各期末，公司及同行业可比公司的应收账款主要集中在 2 年以内，公司及同行业可比公司的应收账款按照组合计提的 1 年以内和 1-2 年的坏账准备比例不存在差异。但是，最近三年末，公司账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 89.89%、93.16% 和 82.59%，优于同行业可比公司的 87.62%、83.40% 和 60.81%，导致公司应收账款按照组合计提的坏账准备少于同行业可比公司，公司坏账计提比例相应低于同行业可比公司。

二是公司客户中的房地产客户应收账款余额占比较低，导致公司需单项计提坏账准备的金额较小。

报告期内，公司主要产品为中高端建筑五金产品，由于我国建筑五金行业市场容量巨大、产品种类极其繁多、应用领域广泛、功能和结构复杂多变、客户需求多元、单品价值较低，公司客户、订单呈现“客户量大但单笔订单额小”的特征，最近三年，公司客户数量分别为 39,306 个、47,914 个和 49,645 个，客户非常的分散。此外，公司产品被广泛应用于住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑，产品应用领域非常广泛。因此，最近三年，公司客户中房地产客户的销售收入占比较小，房地产客户应收账款余额占比也相应较低。

最近三年末，房地产客户应收账款余额占比详见本问询函回复本题之“1-2 结合账龄、截至目前期后回款、同行业可比公司情况、房地产客户应收账款占

比及经营情况等，说明应收账款坏账准备计提是否充分”之“三、公司房地产客户应收账款余额占比较低”的回复。

综上所述，最近三年，公司坏账计提比例低于同行业可比公司平均值的主要原因系公司应收账款账龄优于同行业可比公司、公司客户中的房地产客户应收账款余额占比较低，具有合理性。

（四）公司房地产客户应收账款计提坏账的充分性分析

1、公司单项计提坏账准备的比例高于同行业可比公司平均值

最近三年，公司单项计提坏账准备的明细如下：

项目		2022年末	2021年末	2020年末
恒大地产	按单项计提坏账准备金额（万元）	1,582.29	817.60	-
	计提比例	100.00%	80.00%	-
蓝光地产	按单项计提坏账准备金额（万元）	1,454.81	-	-
	计提比例	80.00%	-	-
绿地集团	按单项计提坏账准备金额（万元）	426.69	-	-
	计提比例	30.00%	-	-
阳光城	按单项计提坏账准备金额（万元）	322.96	-	-
	计提比例	30.00%	-	-
其他地产	按单项计提坏账准备金额（万元）	853.15	554.74	378.84
	计提比例	60.38%	94.45%	100.00%

最近三年，公司单项计提坏账准备的比例分别为 100.00%、75.00% 和 60.08%，高于同行业可比公司平均值 77.60%、38.05% 和 41.87%。

2、公司房地产客户应收账款坏账准备整体分析

最近三年末，公司房地产客户按账龄组合计提坏账准备的应收账款和按单项计提坏账准备的应收账款金额及占比如下：

类型	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额 (万元)	占应收账款 余额比例	金额 (万元)	占应收账款 余额比例	金额 (万元)	占应收账款 余额比例
按单项计提坏账准备的应收账款	7,312.68	1.72%	1,609.35	0.44%	378.84	0.20%
按组合计提坏账准备的应收账款	65,101.38	15.28%	59,380.82	16.19%	25,492.00	13.21%
合计	72,414.06	16.99%	60,990.17	16.62%	25,870.84	13.41%

最近三年末，公司房地产客户按照账龄组合计提的坏账准备金额和按单项计提坏账准备的金额及占比如下：

类型	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额 (万元)	占坏账准备 余额比例	金额 (万元)	占坏账准备 余额比例	金额 (万元)	占坏账准备 余额比例
按单项计提的坏账准备	4,639.91	12.87%	1,372.34	5.71%	378.84	2.32%
按组合计提的坏账准备	4,387.83	12.17%	3,327.79	13.85%	1,544.11	9.45%
合计	9,027.74	25.04%	4,700.13	19.56%	1,922.94	11.77%

(1) 同行业可比公司按单项计提坏账准备的房地产客户主要为其主要房地产客户，而非全部房地产客户；非主要房地产客户主要按照账龄组合计提坏账准备

根据同行业可比公司公开披露的信息，同行业可比公司计提单项减值准备的房地产客户主要为其主要房地产客户，而非全部房地产客户，具体对比情况如下：

客户名称	关于房地产客户的单项计提坏账准备的选择口径
三棵树	基于已经出现恒大地产、蓝光地产、华夏地产财务暴雷以及恒泰地产涉诉事项的基础上，三棵树对上述地产及其下属公司进行单项计提减值准备。除此之外，对截至报告期末债权余额在 500 万以上的其他地产集团考虑是否需单项计提减值。
蒙娜丽莎	蒙娜丽莎单项计提信用减值准备均发生于战略地产业务客户。
科顺股份	科顺股份参考公开市场信息、违约事件情形、财务状况、企业性质、应收款项回款及保障情况、业务贡献等多个维度，将主要房地产客户分为不同风险等级。根据风险管理制度对客户确定的不同风险等级，并充分参考同行业计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法。

根据上表可见，同行业可比公司计提单项减值准备的房地产客户主要为其主要房地产客户，而非全部房地产客户。

对于非主要房地产客户，同行业可比公司、其他上市公司主要按照账龄组合计提坏账准备，具体情况如下：

公司名称	非主要房地产客户应收账款坏账准备计提方式
蒙娜丽莎	按照账龄组合计提
三棵树	主要按照账龄组合计提
梦天家居	仅对恒大及云家通商贸有限公司单项计提50%坏账准备，未对其他房地产客户应收账款单项计提坏账准备，对其他房地产客户的坏账按照账龄计算
赛力克	未对房地产客户应收账款单项计提坏账准备
索菲亚	对于认为信用风险较高的地产客户，包括融创中国、龙光集团、金科集团、中南集团、合景泰富、世茂房地产等地产客户，以单项的方式对应收账款的预期信用损失进行估计并计提坏账准备，其他房地产公司主要按照账龄计算

注：上表中的同行业可比公司、其他上市公司均未披露其非主要房地产客户按照单项计提坏账准备的应收账款金额及占比情况。

根据上表可见，同行业可比公司、其他上市公司对非主要房地产客户主要按照账龄组合计提坏账准备。

(2) 公司按单项计提坏账准备的房地产客户应收账款余额占公司应收账款余额比例相对较低主要原因系公司房地产客户应收账款的占比显著较低

2022年末，公司房地产客户中按单项计提坏账准备金额占公司应收账款余额比例为1.72%，相对较低，主要原因系相比同行业可比公司，公司应收账款中房地产客户应收账款余额较小，占公司应收账款余额的比例显著较低。

2022年末，同行业可比公司主要房地产客户占其全部应收账款余额的比例情况如下：

公司名称	对比口径	同行业可比公司对对比口径下房地产客户应收账款占比	发行人对比口径下房地产客户应收账款占比
帝欧家居	前十五大房地产客户	63.20%	4.37%
蒙娜丽莎	前十大房地产客户	61.84%	3.68%
三棵树	前九大房地产客户	20.69%	3.49%
科顺股份	前十大房地产客户	27.66%	3.68%
	直销房地产客户	51.29%	16.99%

注：1、除科顺股份外，帝欧家居、蒙娜丽莎、三棵树披露的前十五大房地产客户、前十大房地产客户、前九大房地产客户均为其单项计提的前十五大、前十大、前九大；而发行人的统计口径为全部房地产客户的前十五大、前十大、前九大。

2、科顺股份的房地产客户统计口径为直销房地产客户，发行人的统计口径为全部房地产客户。

根据上表可见，按照相同口径对比，公司房地产客户应收账款余额占比显著小于同行业可比公司。

(3) 公司按单项计提坏账准备的房地产客户应收账款余额占公司房地产客户应收账款余额比例相对较低主要原因系公司房地产客户非常分散且平均单个房地产客户的应收账款余额较小、非主要房地产客户应收账款期后现金回款覆盖比例较高、非主要房地产客户回款能力相对较强

①公司房地产客户非常分散且平均单个房地产客户的应收账款余额较小，与同行业可比公司相比，房地产客户应收账款整体回收风险相对较低

2022年末，公司房地产客户应收账款的构成情况如下：

类型	金额(万元)	占比
应收账款余额在1,000万元以上的9家主要房地产客户	14,871.71	20.54%
应收账款余额在1,000万元以下2,000余家非主要房地产客户	57,542.34	79.46%
合计	72,414.06	100.00%

根据上表可见，公司房地产客户的应收账款非常分散，2022年末，应收账款余额在1,000万元以上的地产公司仅9家，平均应收账款余额为1,652.41万元；其他房地产客户主要为中小地产公司，经营区域多集中于区、县等下沉市场，平均应收账款余额低于28.77万元。

根据同行业可比公司已有的公开披露信息，2022年末，同行业可比公司主要房地产客户平均应收账款余额的情况如下：

公司名称	对比口径	同行业可比公司(万元)	发行人(万元)
帝欧家居	前十五大房地产客户	12,013.50	1,242.54
蒙娜丽莎	前十大房地产客户	9,882.60	1,566.17
三棵树	前九大房地产客户	12,203.14	1,652.41
科顺股份	前十大房地产客户	15,362.15	1,566.17

注：除科顺股份外，帝欧家居、蒙娜丽莎、三棵树披露的前十五大房地产客户、前十大房地产客户、前九大房地产客户均为其单项计提的前十五大、前十大、前九大；而发行人的统计口径为全部房地产客户的前十五大、前十大、前九大。

根据上表可见，按照相同口径对比，公司主要房地产客户平均应收账款余

额显著小于同行业可比公司。

②公司非主要房地产客户应收账款期后现金回款覆盖比例较高，显示了非主要房地产客户总体信用情况较好，应收账款坏账风险相对较低

2022年末，公司非主要房地产客户的应收账款期后回款情况如下：

期后回款	现金回款占应收账款的比例	以房抵债回款占应收账款的比例	正在签署以房抵债协议占应收账款的比例	合计
2023年4月末	38.94%	0.33%	-	39.27%
2023年6月末	53.31%	0.63%	0.17%	54.12%

根据上表可见，公司非主要房地产客户的应收账款期后回款情况较好，尤其是非主要房地产客户应收账款期后现金回款覆盖比例较高，且持续回款。部分房地产客户还与公司达成了以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险。因此，上述情况也显示了公司非主要房地产客户总体信用情况较好，应收账款坏账风险相对较低。

③与主要房地产客户相比，公司非主要房地产客户主要集中在下沉区域，受“三道红线”、“银行贷款集中度管理”等信贷供给端政策影响较小，回款能力相对较强

公司主要房地产客户均为全国性大型房地产企业，而公司非主要房地产客户相对分散，主要集中于下沉区域，多为当地的中、小型房地产企业。全国性大型房地产企业因之前经营中杠杆力度过大、扩张速度过快而导致表内外债务金额过高，受“三道红线”、“银行贷款集中度管理”等信贷供给端政策影响相对较大。

而各地的中、小型房地产企业快速扩张规模较小、杠杆力度较小，受“三道红线”、“银行贷款集中度管理”等信贷供给端政策影响影响相对较小。同时，该类地产公司在当地一般具有一定的知名度，在当地区域深耕度较高，各地方政府、地方银行也给予这类企业一定程度的帮扶。因此，整体而言，资金相对充裕，公司应收账款回收风险相对较低。

各券商研究报告中关于中、小型房地产客户经营风险较低的描述情况如下：

券商名称	报告名称	报告时间	主要观点
申港证券	《房地产行业研究周报：6月基本面持续走弱，政策宽松预期渐强》	2023年7月24日	从确认情绪低谷到走出低谷花费多久，以及哪些城市和房企能率先转暖，我们认为优质土储、历史包袱轻、高成长空间的中小房企仍会有相对更亮眼表现。
申港证券	《中小房企机会盘点：拾珠，寻找下一个优等生》	2023年5月15日	中小市值房企此前多数不过分追求规模增长，因而周转速度偏低，杠杆水平可控，量价假设相对合理，货值聚焦高能级城市，在市场下行受拖累小，资金相对充裕，可充分把握土地市场机会窗口，实现高质量土地获取并扩张规模；此外，由于自身规模相对小，管理难度低效率高，可实现相对高速增长。
德邦证券	《地产择券：“小而美”房企》	2022年12月18日	本轮地产行情下行的起始点是“三道红线”、“银行贷款集中度管理”等供给端政策，针对的主要是过去加杠杆力度大、资金周转过快导致表内外债务不易计算的房企，而“小而美”房企在历史上并没有快速扩大规模的需求，从数据上看负债率也不高，后续仍然承担了区域内的拿地主力、商品房和保障房建设主力、招商引资等重要角色。全国性布局的房企项目资金腾挪风险更大，区域性小房企项目集中，资金使用的安全性高。
浙商证券	《房地产行业专题报告：鉴以往知未来之房地产周期底部特征研究》	2022年10月24日	2022年抱紧K型分化思路，政策和需求分化均利好头部和小而美房企。我们认为本轮周期和以往周期相比，购买潜力不同、政策和需求利好分化态势明显，利好偏向央企国企和区域型稳健的小而美公司。
中泰证券	《小房企的大机会》	2022年5月24日	2018年以来，房地产行业在高周转模式下，大型房企不断通过扩大管控半径，持续下沉低能级城市的经营模式，牺牲盈利空间换取快速规模增长的经营模式难以持续。相较之下，区域性中小型房企，凭借融资环境中的信用地位提升以及小管控半径带来的成本及效率优势，不断在市场环境变化中，强化相对竞争优势。持续在拿地端提升拿地强度，在目前市场供需出现边际改善的过程中，实现竞争地位的底部反转。

(4) 公司与科顺股份主要房地产客户的应收账款按照单项计提坏账准备的对比情况

2022年末，公司与科顺股份主要房地产客户的应收账款按照单项计提坏账准备的对比情况如下：

公司名称	科顺股份	发行人
前十大房地产客户中单项计提应收账款余额占前十大房地产客户应收账款余额比例	35.04%	37.67%

注：帝欧家居、蒙娜丽莎、三棵树、东方雨虹公开披露的信息未披露其2022年末前十大房地产客户应收账款余额、前十大房地产客户中单项计提应收账款余额等数据，故难以直接对比。

根据上表可见，公司前十大房地产客户中单项计提应收账款余额占前十大房地产客户应收账款余额比例与科顺股份不存在较大差异。

(5) 定量分析因同行业可比公司与房地产客户应收账款金额及占比之差所带来的风险暴露倍数与单项计提坏账准备倍数的匹配关系

根据《企业会计准则第 22 号—金融工具的确认和计量》规定，企业应当按照准则规定，以预期信用损失为基础，对应收款项进行减值会计处理并确认损失准备。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。

由于公司、各同行业可比公司应收账款中房地产客户的应收账款金额及占比不同，房地产客户的应收账款给公司、各同行业可比公司的经营风险、财务风险、信用损失风险等风险暴露是存在显著差异的。

一般而言，房地产客户应收账款金额越大，则意味着该企业收回房地产客户应收账款的难度更大、可能性越低，该企业应收账款总体的坏账损失金额相应越大。房地产客户应收账款占比越高，则意味着该企业经营风险、财务风险、违约风险等风险暴露就越大，该企业应收账款总体的坏账损失比例相应越高。因此，房地产客户应收账款金额及占比越大，整体的预期信用损失也越大，需要考虑单项计提坏账准备的应收账款占比及单项计提坏账准备的比例应越高。

2022 年末，同行业可比公司的房地产客户相比发行人房地产客户的风险暴露倍数情况如下：

公司名称	对比口径	同行业可比公司对口径下房地产客户应收账款占比	发行人对比口径下房地产客户应收账款占比	风险暴露倍数
帝欧家居	前十五大房地产客户	63.20%	4.37%	14.46
蒙娜丽莎	前十大房地产客户	61.84%	3.68%	16.80
三棵树	前九大房地产客户	20.69%	3.49%	5.93
科顺股份	直销房地产客户	51.29%	16.99%	3.02

注：1、除科顺股份外，帝欧家居、蒙娜丽莎、三棵树披露的前十五大房地产客户、前十大房地产客户、前九大房地产客户均为其单项计提的前十五大、前十大、前九大；而发行人的统计口径为全部房地产客户的前十五大、前十大、前九大。

2、科顺股份的房地产客户统计口径为直销房地产客户，发行人的统计口径为全部房地产客户。

根据上表可见，帝欧家居、蒙娜丽莎的房地产客户应收账款占比最高，相比三棵树、科顺股份和发行人，其风险暴露也相应越高；三棵树、科顺股份的房地产客户应收账款占比低于帝欧家居、蒙娜丽莎，但高于发行人，故其风险暴露也相应低于帝欧家居、蒙娜丽莎，但高于发行人；发行人的房地产客户应收账款占比最低，其风险暴露也相应最低。

2022年末，同行业可比公司相比发行人单项计提坏账准备的倍数情况下：

公司名称	同行业可比公司单项计提坏账准备比例	发行人单项计提坏账准备比例	单项计提坏账准备倍数
帝欧家居	64.71%	4.24%	15.26
蒙娜丽莎	68.94%	4.24%	16.26
三棵树	21.59%	4.24%	5.09
科顺股份	12.76%	4.24%	3.01

根据上表可见，各同行业可比公司、公司的单项计提坏账准备比例都差异很大。帝欧家居、蒙娜丽莎最高；三棵树、科顺股份远低于帝欧家居、蒙娜丽莎，但高于发行人；发行人最低。该情况的主要原因即在于各同行业可比公司、公司因房地产客户应收账款规模大小及占比存在显著差异而造成风险暴露情况差异较大。

同行业可比公司相比发行人的风险暴露倍数与单项计提坏账准备倍数对比情况如下：

公司名称	风险暴露倍数	单项计提坏账准备倍数
帝欧家居	14.46	15.26
蒙娜丽莎	16.80	16.26
三棵树	5.93	5.09
科顺股份	3.02	3.01

根据上表可见，经对比同行业可比公司相比发行人的风险暴露倍数与单项计提坏账准备倍数，风险暴露倍数与单项计提坏账准备倍数是相互匹配的，不存在显著差异。

综上，虽然相比同行业可比公司，公司按单项计提坏账准备的房地产客户应收账款余额占公司应收账款余额比例相对较低、公司按单项计提坏账准备的

房地产客户应收账款余额占公司房地产客户应收账款余额比例相对较低，但是其主要原因在于相比同行业可比公司，公司房地产客户应收账款规模显著较小、房地产客户应收账款占比显著较小，公司受房地产客户应收账款影响的经营风险、财务风险、信用损失风险等风险暴露相对较小，整体的预期信用损失也相对较小。因此，公司按单项计提坏账准备的房地产客户应收账款占比较小是合理的，结合前述公司单项计提坏账准备的比例高于同行业可比公司平均值的情况，公司应收账款坏账计提、房地产客户应收账款坏账计提是充分的。

3、公司已建立了客户风险评估体系，根据对客户确定的不同风险等级，确定应收款项计提方法和计提比例

为加强应收账款信用风险及坏账计提的管理，公司已制定了《应收账款坏账管理办法》。在该内控制度下，公司建立了客户风险评估体系，参考企业信用分类、三条红线情况、资产负债率、企业运营情况、期后回款情况、以房抵债情况、配合意愿、诉讼情况、暴雷情况以及管理层评价等，将客户分为不同等级。根据对客户确定的不同风险等级，计算对应客户风险系数，并参考其他上市公司对同类客户计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法和计提比例。

公司对客户风险等级评定标准主要包括：

序号	评分项目	权重	评分标准	风险系数
1	信用类别	5%	严重失信客户	10
			高风险	5
			无失信情况	0
2	三条红线情况	5%	红档	10
			橙档	6
			黄档	4
			绿档	2
3	资产负债率	10%	资产负债率超过 100%	10
			资产负债率 95%-100%	8
			资产负债率 90%-95%	6
			资产负债率 80%-90%	4
			资产负债率 60%-80%	2
			资产负债率 60%以下	0

序号	评分项目	权重	评分标准	风险系数
4	企业运营概况	5%	无实质性经营改善措施	10
			正在债务重组	8
			积极盘剥资产，采取自救措施	4
			无重大不利因素	0
5	期后回款情况	20%	无期后回款（含已签协议以房抵债）	10
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例不高于2%	9
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例2%-10%	8
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例10%-30%	6
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例30%-50%	4
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例50%-70%	2
			期后回款（含已签协议以房抵债）覆盖应收账款比例70%以上	0
6	以房抵债情况	10%	期后未有正签署的以房抵债协议	10
			期后正签署以房抵债协议	0
7	配合意愿	10%	配合度及意愿差	10
			配合度及意愿较差	8
			配合度及意愿一般	6
			配合度及意愿高	4
			配合度及意愿较高	2
			配合度及意愿极高	0
8	诉讼情况	10%	清欠阶段	10
			起诉阶段，尚未开庭	8
			判决胜诉，无财产可执行	6
			判决胜诉，有财产可执行，但尚未回款	4
			不涉及诉讼	0
9	暴雷情况	15%	已暴雷	10
			未暴雷	0
10	管理层评价	10%	无回款能力	10
			回款能力差	8
			回款能力较差	6
			回款能力一般	4
			回款能力高	2
			回款能力较高	0

序号	评分项目	权重	评分标准	风险系数
	合计	100.00%	-	-

根据“客户风险等级评定标准”的多种因素和维度进行风险系数分析，并结合其他上市公司对同类客户计提情况及应收账款余额情况等因素，综合确定客户风险等级，具体如下：

序号	风险系数评分	客户评级档位	回款风险判断	客户评级档位
1	0-60	A	相对可控	$0 < X \leq 60$
2	61-70	B	较低	$61 < X \leq 70$
3	71-80	C	中等	$71 < X \leq 80$
4	81-90	D	较高	$81 < X \leq 90$
5	91-100	E	非常高	$90 < X < 100$

对于评分 A 档的客户，公司判断回款风险相对可控，按照账龄计提坏账准备；对于评分 B、C、D 和 E 档的客户，公司判断回款存在一定风险，需要计提一定比例的单项坏账准备。需要单项计提坏账准备的，其计提比例的具体测算过程如下：

不同情形	可收回款项 概率	B (较低)	C (中等)	D (较高)	E (非常高)
情形 1: 可全额收回概率	100%	20%	10%	0%	0%
情形 2: 可收回 75% 概率	75%	50%	15%	5%	0%
情形 3: 可收回 50% 概率	50%	20%	20%	15%	0%
情形 4: 可收回 25% 概率	25%	8%	30%	30%	20%
情形 5: 全额无法收回概率	0%	2%	40%	50%	80%
综合计提比例 (取整) = $1 - \sum (\text{情形收回比例} * \text{情形发生概率})$		30%	60%	80%	100%

公司对内部评级为 B 档的客户，单项计提 30% 坏账准备；对内部评级为 C 档的客户，单项计提 60% 坏账准备；对内部评级为 D 档的客户，单项计提 80% 的坏账准备；对内部评级为 E 档的客户，单项计提 100% 的坏账准备。

2022 年末，公司对应收账款余额在 1,000 万元以上的主要房地产客户包括新城控股、绿地集团、旭辉地产、蓝光地产、阳光城、恒大地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国。

结合客户风险评估体系，上述主要房地产客户的客户风险等级情况如下：

序号	客户名称	内部风险等级
1	新城控股	A
2	绿地集团	B
3	旭辉地产	A
4	蓝光地产	D
5	阳光城	B
6	恒大地产	E
7	荣盛地产	A
8	世茂地产	A
9	融创中国	A

结合上述房地产客户的客户风险等级，单项计提坏账准备的包括绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产；账龄组合计提坏账准备的包括新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国等。

4、公司“以房抵债”合理性的分析

“以房抵债”是公司应收账款期后回款的重要补充部分，具有合理性。未来，“以房抵债”的房屋处置具有可行性。

(1) “以房抵债”是符合行业惯例的财产保全方式

最高人民法院发布的《全国法院民商事审判工作会议纪要》（法〔2019〕254号）第44条规定“当事人在债务履行期限届满后达成以物抵债协议，抵债物尚未交付债权人，债权人请求债务人交付的，人民法院要着重审查以物抵债协议是否存在恶意损害第三人合法权益等情形，避免虚假诉讼的发生。经审查，不存在以上情况，且无其他无效事由的，人民法院依法予以支持”。《中华人民共和国民法典》第215条规定“当事人之间订立有关设立、变更、转让和消灭不动产物权的合同，除法律另有规定或者当事人另有约定外，自合同成立时生效；未办理物权登记的，不影响合同效力”之规定，明确债务履行期限届满后，当事人双方对债权数额予以结算、确认，并由此达成以房抵债协议的，该协议的内容不存在违反合同效力的强制性规定，且不存在显失公平的情况下，应尊重当事人的意思自治，确认以房抵债协议有效。

同行业可比上市公司中，帝欧家居、蒙娜丽莎、科顺股份、三棵树等公司

均采用“以房抵债”方式清收应收账款，以降低应收账款回款风险。

(2) “以房抵债”的房屋质量较高，且房产价值的变动直接与对应区域的销售人员薪酬相挂钩

公司针对“以房抵债”建立了相应的管理制度，获取的房源需要繁华地带、学区配套好的小型住宅，不接受公寓、平层、别墅、车位、旅游、养生、养老房产及地理位置在县城等不好流转的资产；同时，将抵房后房产价值的变动直接与对应区域的销售人员薪酬相挂钩，以防止抵债房产价值的降低，提高房产的变现能力，保证应收账款期后回款的有效性。

(3) 2022年4季度以来，国家对房地产支持政策不断出台、不断调整，2023年上半年，我国房地产销售额同比增长，利于后续抵债房产处置

从房地产行业中长期发展来看，政府调控的目的是维护房地产市场平稳健康发展，保持房地产信贷平稳有序投放，而非打压房地产市场的发展。因此，自2022年4季度以来，为了稳定房地产行业发展，国家对房地产支持政策不断出台、不断调整。

2022年11月以来，中国人民银行牵头，联合银保监会、证监会等多个部门已发布多重政策推动房地产企业健康平稳发展，信贷、债券、股权融资“三箭齐发”。中国人民银行联合银保监会发布《关于做好当前金融支持房地产市场平稳健康发展工作的通知》，要求金融机构保持房地产融资平稳有序；中国银行间市场交易商协会发布《“第二支箭”延期并扩容支持民营企业债券融资再加大》，继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；中国证监会决定恢复涉房上市公司并购重组及配套融资、恢复上市房企和涉房上市公司的再融资。2022年12月以来，刘鹤副总理两次强调“房地产业是中国国民经济的支柱产业”，并指出“未来一个时期，中国城镇化仍处于较快发展阶段，有足够需求空间为房地产业稳定发展提供支撑”；

2023年1月，人民银行、银保监会建立首套住房贷款利率政策动态调整机制，指出“新建商品住宅销售价格环比和同比连续3个月均下降的城市，可阶段性维持、下调或取消当地首套住房贷款利率政策下限。”；

2023年3月,《2023年国务院政府工作报告》。指出:有效防范化解优质头部房企风险,改善资产负债状况,防止无序扩张,促进房地产业平稳发展。加强住房保障体系建设,支持刚性和改善性住房需求。

2023年3月3日,自然资源部和中国银行保险监督管理委员会决定深化不动产登记和金融便民利企合作,协同做好不动产“带押过户”,进一步提升便利化服务水平,降低制度性交易成本,助力经济社会发展。

2023年4月,中国人民银行货币政策委员会召开2023年第一季度例会,指出:有效防范化解优质头部房企风险,改善资产负债状况,扎实做好保交楼、保民生、保稳定各项工作,因城施策支持刚性和改善性住房需求,加快完善住房租赁金融政策体系,推动房地产业向新发展模式平稳过渡。

2023年7月24日,中共中央政治局召开会议,指出:适时调整优化房地产政策,因城施策用好政策工具箱,更好满足居民刚性和改善性住房需求,促进房地产市场平稳健康发展。要加大保障性住房建设和供给,积极推动城中村改造和“平急两用”公共基础设施建设,盘活改造各类闲置房产。

根据国家统计局《2023年上半年全国房地产市场基本情况》,2023年1-6月,我国商品房销售额63,092亿元,同比增长1.1%,其中住宅销售额增长3.7%。也显示了我国房地产市场呈现一定的复苏迹象。

2022年4季度以来,国家对房地产支持政策不断出台、不断调整,2023年上半年,我国房地产销售额同比增长,利于后续抵债房产处置。

综上所述,“以房抵债”是公司应收账款期后回款的重要补充部分,具有合理性。未来,“以房抵债”的房屋处置具有可行性。

5、绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产按照单项计提坏账准备合理性的分析

(1) 绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产的主要经营指标

最近三年,绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产的主要经营指标情况如下所示:

单位：亿元

客户名称	年度	营业收入	扣非归母净利润	经营活动现金流净额	现金及现金等价物净增加额	总资产	净资产
恒大地产	2022年度/末	2,300.67	未公布	未公布	未公布	18,383.38	-5,990.74
	2021年度/末	2,500.13	未公布	未公布	未公布	21,070.96	-4,730.54
	2020年度/末	5,072.48	未公布	1,100.63	90.50	23,011.59	3,504.31
蓝光地产	2022年度/末	193.04	-242.06	-10.01	-22.39	1,323.27	-204.02
	2021年度/末	201.16	-113.62	-1.08	-250.60	1,745.96	69.72
	2020年度/末	429.57	29.97	-61.27	45.16	2,582.64	463.96
绿地集团	2022年度/末	4,355.20	18.52	274.21	-185.18	13,653.21	1,642.70
	2021年度/末	5,442.86	56.55	622.33	-246.27	14,690.98	1,638.83
	2020年度/末	4,557.53	143.62	447.20	75.79	13,973.36	1,552.74
阳光城	2022年度/末	399.19	-114.12	-30.93	-80.52	2,996.93	250.56
	2021年度/末	425.26	-96.01	91.64	-270.66	3,582.71	421.11
	2020年度/末	821.71	51.91	213.54	38.24	3,523.02	592.57

注：恒大地产、蓝光地产、绿地集团、阳光城存在公开债务违约情况。

(2) 绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产单项计提比例差异的合理性分析

① 绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产单项计提比例差异的分析

结合前述分析，恒大地产的内部风险等级为 E 档，故其单项计提比例最高，为 100%；蓝光地产的内部风险等级为 D 档，故其单项计提比例次之，为 80%；绿地集团、阳光城的内部风险等级为 B 档，故其单项计提比例为 30%。

公司对上述房地产公司单项计提比例的差异主要系上述房地产公司的三条红线情况、资产负债率、企业运营概况、以房抵债情况等有所差异，故其风险系数评分有所差异。具体情况如下：

序号	客户名称	客户风险判定情况
1	恒大地产	<p>(1) 恒大地产资不抵债，总负债规模超万亿元 恒大地产已发生公开债务违约情况，资产负债率超 100%，资不抵债，总负债规模超过万亿元规模，公司判断其基本无还款能力。</p> <p>(2) 未与公司达成“以房抵债”协议，且期后回款非常差 恒大地产未与公司达成以房抵债等偿债保障措施。2023 年 1-4 月，恒大地产仅通过现金清偿其对公司的债务，且回款金额仅占其 2022 年底应付公司款项余额的 2.30%。</p> <p>(3) 应收账款回款配合意愿、履约信用非常差 恒大地产在应收账款回款主动配合意愿、履约信用均非常差。</p>

		<p>综合公司与恒大地产的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断恒大地产信用风险非常高。</p>
2	蓝光地产	<p>(1) 蓝光地产资不抵债，但总负债规模远小于恒大地产 蓝光地产已发生公开债务违约情况，资产负债率超100%，资不抵债，2022年3季度的总负债规模约为1,500亿元，总负债规模远小于恒大地产，公司判断仍存在少部分还款能力。</p> <p>(2) 未与公司达成“以房抵债”协议，且期后回款非常差 蓝光地产未与公司达成以房抵债等偿债保障措施。2023年1-4月，蓝光地产仅通过现金清偿其对公司的债务，仅回款金额占其2022年底应付公司款项余额的0.13%。</p> <p>(3) 应收账款回款配合意愿总体优于恒大地产 蓝光地产在应收账款回款主动配合意愿总体优于恒大地产。</p> <p>综合公司与蓝光地产的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断蓝光地产信用风险较高。</p>
3	绿地集团	<p>(1) 绿地集团存在公开债务违约情况，但资产负债率未超过100%，不存在资不抵债情况</p> <p>(2) 绿地集团积极拓展融资渠道，增强信用实力，包括与主要贷款银行协商贷款延期、大股东通过股权质押方式为公司银行借款提供增信措施以及筹划非公开发行股票事项等</p> <p>(3) 绿地集团为上海市国有控股企业，具备一定的股东实力、资源整合能力和抗风险能力</p> <p>(4) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险 公司与绿地集团达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(5) 以房抵债协议正常履行，绿地集团持续回款，且回款比例尚可 截至2023年4月末，绿地集团应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其2022年末应收账款余额的比例分别为30.98%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行，且回款比例尚可。</p> <p>综上所述，综合考虑绿地集团的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断绿地集团存在信用风险，但是总体信用风险较低。</p>
4	阳光城	<p>(1) 阳光城存在公开债务违约情况，但资产负债率未超过100%，不存在资不抵债情况</p> <p>(2) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险 公司与阳光城协商达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(3) 以房抵债协议正常履行，阳光城持续回款，且配合意愿高 截至2023年4月末，阳光城应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其2022年末应收账款余额的比例分别为2.50%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其2022年末应收账款余额的比例为4.49%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p> <p>阳光城配合意愿情况高，体现在截至2023年6月末，阳光城含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其2022年末应收账款余额的比例分别为51.45%。</p> <p>综上所述，综合考虑阳光城的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断阳光城存在信用风险，但是总体信用风险较低。</p>

2023年4月末和2023年6月末，绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产期后回款的具体构成情况如下：

类型		恒大地产	蓝光地产	绿地集团	阳光城
2023年 4月末	现金回款占应收账款的比例	2.30%	0.13%	9.52%	2.50%
	以房抵债回款占应收账款的比例	0.00%	0.00%	21.46%	0.00%
	正在签署以房抵债协议占应收账款的比例	0.00%	0.00%	0.00%	2.00%
	合计	2.30%	0.13%	30.98%	4.49%
2023年 6月末	现金回款占应收账款的比例	2.80%	0.27%	9.78%	5.19%
	以房抵债回款占应收账款的比例	0.00%	0.00%	28.64%	0.00%
	正在签署以房抵债协议占应收账款的比例	0.00%	0.00%	20.86%	46.26%
	合计	2.80%	0.27%	59.29%	51.45%

根据上述分析可见，相比恒大地产、蓝光地产，虽然绿地集团、阳光城也存在公开债务违约情况，但是其客户风险等级、单项计提坏账准备的比例小于恒大地产、蓝光地产，主要原因有三：

一是绿地集团和阳光城资产负债率均未超过 100%，不存在资不抵债的情况。

二是绿地集团和阳光城均与公司正签署“以房抵债”协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险。

三是截至 2023 年 4 月末，绿地集团、阳光城应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例分别为 30.98%、2.50%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例分别为 30.98%、4.49%，远高于恒大地产、蓝光地产。此外，绿地集团、阳光城配合意愿情况较高，体现在截至 2023 年 6 月末，绿地集团、阳光城应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例分别为 38.42%、5.19%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例分别为 59.29%、51.45%。

综上所述，公司对绿地集团、阳光城应收账款的单项计提比例为 30%，低于恒大地产、蓝光地产是合理的。

(3) 与上市公司存在相同房地产客户的对比情况

2022 年末，公司对绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产坏账准备的单项计提比例与上市公司存在相同房地产客户的对比情况如下：

房地产客户名称	公司名称	应收账款计提比例
恒大地产	帝欧家居	90.00%
	蒙娜丽莎	100.00%
	东方雨虹	5.31%
	三棵树	65.00%
	科顺股份	50.00%
	凯伦股份	70.00%
	发行人单项计提比例	100.00%
蓝光地产	帝欧家居	90%
	蒙娜丽莎	未披露
	东方雨虹	未披露
	三棵树	80.00%
	科顺股份	30.00%
	凯伦股份	70.00%
	发行人单项计提比例	80.00%
绿地集团	帝欧家居	50.00%
	蒙娜丽莎	50.00%
	东方雨虹	未披露
	三棵树	20.00%
	科顺股份	账龄组合计提：21.02%
	发行人单项计提比例	30.00%
阳光城	帝欧家居	未披露
	蒙娜丽莎	50.00%
	东方雨虹	未披露
	三棵树	30.00%
	科顺股份	30.00%
	凯伦股份	未披露
	发行人单项计提比例	30.00%

注：1、数据来源：上市公司公开披露的信息；

2、东方雨虹对恒大地产应收账款单项计提比例取自 2021 年年度报告。

根据上表可见，公司对绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产的单项计提比例处于上市公司对相同房地产客户计提比例范围内，不存在较大差异，公司单项计提比例是充分的。

结合上述地产公司客户风险判定情况、应收账款保障及期后回款情况、与上市公司存在相同房地产客户的对比情况等，公司对绿地集团、蓝光地产、阳光城和恒大地产单项计提比例是合理的，计提比例是充分的。

6、新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国按照账龄组合计提坏账准备合理性的分析

2022 年末，公司对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国坏账计提情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2022 年末应收账款余额	2022 年末坏账准备计提政策	计提比例
1	新城控股	2,484.36	账龄组合计提	7.81%
2	旭辉地产	2,354.71	账龄组合计提	6.12%
3	荣盛地产	1,563.01	账龄组合计提	9.19%
4	世茂集团	1,375.32	账龄组合计提	10.77%
5	融创中国	1,194.64	账龄组合计提	12.69%
	合计	8,972.04	-	-

(1) 新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国的主要经营指标

最近三年，新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国的主要经营指标情况如下所示：

单位：亿元

客户名称	年度	营业收入	扣非归母净利润	经营活动现金流净额	现金及现金等价物净增加额	总资产	净资产
新城控股	2022	1,154.57	7.27	145.35	-246.34	4,579.07	894.61
	2021	1,682.32	102.45	219.85	-118.37	5,342.93	971.24
	2020	1,454.75	130.56	3.82	-10.36	5,377.53	821.38

旭辉地产	2022	474.40	未公布	未公布	未公布	3,861.33	861.80
	2021	1,078.35	未公布	48.38	-46.77	4,327.50	1,074.00
	2020	717.99	未公布	169.82	-70.83	3,792.99	836.42
荣盛地产	2022	317.93	-159.61	22.45	-94.03	2,495.66	250.47
	2021	472.44	-49.35	169.15	-97.94	2,927.75	454.18
	2020	715.11	74.94	13.67	25.64	2,886.11	517.61
世茂地产	2022	57.47	-35.69	6.04	-53.41	1,304.46	408.08
	2021	193.92	10.38	-161.13	-38.86	1,429.83	489.85
	2020	217.05	14.66	48.40	3.49	1,493.05	499.12
融创中国	2022	967.52	未公布	207.38	-28.08	10,901.67	864.03
	2021	1,983.87	未公布	-400.51	-843.69	11,765.55	1,246.74
	2020	2,305.87	未公布	737.10	211.04	11,084.05	1,778.30

(2) 新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国按照账龄组合计提坏账准备的合理性分析

公司之所以未对上述房地产客户单项计提坏账准备，主要系公司综合考虑上述客户的企业信用分类、三条红线情况、资产负债率、企业运营情况、期后回款情况、以房抵债情况、配合意愿、诉讼情况、暴雷情况以及管理层评价等，综合评估其风险，回款风险相对可控，故按照账龄计提坏账准备。具体情况如下：

序号	客户名称	客户风险判定情况
1	新城控股	<p>(1) 新城控股未发生公开债务违约情况，资产负债率保持稳定，货币资金总体较充足且经营情况总体良好</p> <p>新城控股未发生公开债务违约情况，其资产负债率维持在 80.00%左右，且最近三年呈逐期小幅下降趋势，资产负债结构较为稳定；2022 年末，货币资金余额未 314.63 亿元，货币资金总体较为充足；2022 年，归属于上市公司股东的净利润为 13.94 亿元，扣非归母净利润为 7.27 亿元，经营情况总体良好。</p> <p>(2) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险</p> <p>公司与新城控股达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(3) 以房抵债协议正常履行，新城控股持续回款</p> <p>2023 年 1-4 月，新城控股通过现金和以房抵债方式（实际签署协议口径）清偿债务金额占其 2022 年底应付公司款项余额的 3.87%，含正在签署以房抵债协议的清偿债务金额（含现金以及已签署和正在签署以房抵债协议的部分）占其 2022 年底应付公司款项余额的 9.98%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p> <p>新城控股截至 2023 年 6 月末，旭辉地产应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例为 4.17%，含正在签</p>

		<p>署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例为 10.37%。</p> <p>综合公司与新城控股的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断新城控股信用风险相对可控。</p>
2	旭辉地产	<p>(1) 旭辉地产获得银行融资支持</p> <p>随着 2022 年 11 月 2 日信贷、债券、股权融资“三箭齐发”，旭辉地产获得银行融资支持。2022 年 12 月，旭辉地产与多家银行签署合作协议。2022 年 12 月 1 日，中国光大银行与包括旭辉在内的 10 家房企签署战略合作协议，提供意向性融资总额合计 2600 亿元；12 月 5 日，邮储银行上海分行将向旭辉提供不超过 100 亿元意向性授信额度；12 月 9 日，厦门国际银行与旭辉集团签署银企战略合作协议；12 月 14 日，中国建设银行上海市分行与包括旭辉在内的 16 家房企签署战略合作协议。12 月 20 日，旭辉地产配售 8.4 亿股股票，所得款项总额为 9.576 亿港元。</p> <p>(2) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险</p> <p>公司与旭辉地产达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(3) 以房抵债协议正常履行，旭辉地产持续回款，回款比例较高，且配合意愿非常高</p> <p>2023 年 1-4 月，旭辉地产通过现金和以房抵债方式（实际签署协议口径）清偿债务金额占其 2022 年底应付公司款项余额的 41.39%，含正在签署以房抵债协议的清偿债务金额（含现金以及已签署和正在签署以房抵债协议的部分）占其 2022 年底应付公司款项余额的 49.46%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p> <p>旭辉地产配合意愿情况非常高，体现在截至 2023 年 6 月末，旭辉地产应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例为 63.31%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例为 73.10%。</p> <p>综合公司与旭辉地产经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断旭辉地产信用风险相对可控。</p>
3	荣盛地产	<p>(1) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险</p> <p>公司与荣盛地产达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(2) 以房抵债协议正常履行，荣盛地产持续回款，回款比例较高，且配合意愿非常高</p> <p>2023 年 1-4 月，荣盛地产通过现金和以房抵债方式（实际签署协议口径）清偿的债务金额占其 2022 年底应付公司款项余额的 50.06%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p> <p>荣盛地产配合意愿情况非常高，体现在截至 2023 年 6 月末，荣盛地产应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例为 50.43%。</p> <p>综合公司与荣盛地产的还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断荣盛地产信用风险相对可控。</p>
4	世茂地产	<p>(1) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险</p> <p>公司与世茂地产达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(2) 以房抵债协议正常履行，世茂地产持续回款，且配合意愿高</p> <p>2023 年 1-4 月，世茂集团通过现金和以房抵债方式（实际签署协议口径）清偿债务金额占其 2022 年底应付公司款项余额的 12.73%，含正在签署以房抵债协议的清偿债务金额（含现金以及已签署和正在签署以房抵债协议的部分）占其 2022 年底应付公司款项余额的 15.66%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p>

		<p>世茂地产配合意愿情况高，体现在截至 2023 年 6 月末，世茂地产应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例为 15.51%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例为 29.48%。</p> <p>综合公司与世茂地产的还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断世茂地产信用风险相对可控。</p>
5	融创中国	<p>(1) 融创中国积极采取措施，落实债务清偿保障措施</p> <p>融创中国于 2023 年 4 月 13 日在港交所复牌。融创中国公告称，公司境外债重组方案目前已获超 75% 的现有重组债务持有人递交加入重组支持协议的函件。融创中国积极采取措施，争取与债权人达成妥善债务处理方案。</p> <p>(2) 与公司达成“以房抵债”协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险</p> <p>公司与融创中国达成以房抵债协议，同意其使用现金和房产相结合的方式清偿债务，以房抵债方式作为公司应收款项的履约保障和偿债替代措施，构成了对应收账款偿付的保障，体现了客户具备相对良好的回款能力及回款意向，显著降低了应收账款的信用风险。</p> <p>(3) 以房抵债协议正常履行，融创中国持续回款，且配合意愿高</p> <p>2023 年 1-4 月，融创中国通过现金和以房抵债方式（实际签署协议口径）清偿债务金额占其 2022 年底应付公司款项余额的 14.54%，含正在签署以房抵债协议的清偿债务金额（含现金以及已签署和正在签署以房抵债协议的部分）占其 2022 年底应付公司款项余额的 27.39%，以房抵债协议正常履行，应收账款回收持续进行。</p> <p>融创中国配合意愿情况高，体现在截至 2023 年 6 月末，融创中国应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其 2022 年末应收账款余额的比例为 29.36%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其 2022 年末应收账款余额的比例为 40.24%。</p> <p>综合公司与融创中国的经营情况、还款意愿、偿债保障措施、回款进度及双方业务谈判磋商情况，公司判断融创中国信用风险相对可控。</p>

2023 年 4 月末和 2023 年 6 月末，新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国期后回款的具体构成情况如下：

类型		新城控股	旭辉地产	荣盛地产	世茂地产	融创中国
2023 年 4 月末	现金回款占应收账款的比例	3.87%	36.85%	13.84%	1.16%	4.74%
	以房抵债回款占应收账款的比例	0.00%	4.54%	36.22%	11.58%	9.80%
	正在签署以房抵债协议占应收账款的比例	6.11%	8.07%	0.00%	2.92%	12.85%
	合计	9.98%	49.46%	50.06%	15.66%	27.39%
2023 年 6 月末	现金回款占应收账款的比例	4.17%	58.77%	14.21%	2.99%	12.14%
	以房抵债回款占应收账款的比例	0.00%	4.54%	36.22%	12.52%	17.22%
	正在签署以房抵债协议占应收账款的比例	6.20%	9.79%	0.00%	13.96%	10.88%
	合计	10.37%	73.10%	50.43%	29.48%	40.24%

(3) 与上市公司存在相同房地产客户的对比情况

2022 年末，公司对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国计提坏账准备的比例与上市公司存在相同房地产客户的对比情况如下：

房地产客户名称	公司名称	应收账款计提比例
新城控股	帝欧家居	未披露
	蒙娜丽莎	未披露
	东方雨虹	未披露
	三棵树	未披露
	科顺股份	未披露
	苏文电能	账龄组合计提: 1年以内 4.8%, 1-2年 14%; 2-3年 31%等
	发行人计提比例	账龄组合计提 7.81%: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 20%等
旭辉地产	帝欧家居	90.00%
	蒙娜丽莎	未披露
	东方雨虹	未披露
	三棵树	未披露
	科顺股份	未披露
	兔宝宝	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 20%; 2-3年 50%等
	苏文电能	账龄组合计提: 1年以内 4.8%, 1-2年 14%; 2-3年 31%等
	公元股份	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 15%, 2-3年 40%等
	发行人计提比例	账龄组合计提 6.12%: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 20%等
荣盛地产	帝欧家居	50.00%
	蒙娜丽莎	30.00%
	三棵树	未披露
	科顺股份	30.00%
	东方雨虹	账龄组合计提: 1年以内 2.8%, 1-2年 12.23%, 2-3年 30.08%等
	赛力克	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 30%等
	顾地科技	账龄组合计提: 1年以内 5%; 1-2年 10%; 2-3年 20%等
	发行人计提比例	账龄组合计提 9.19%: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 20%等
世茂地产	帝欧家居	未披露
	蒙娜丽莎	50.00%
	东方雨虹	未披露
	三棵树	未披露
	科顺股份	未披露
	森赫股份	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 30%等
	梦天家居	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 30%等
	粤泰股份	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 7%, 2-3年 10%, 3年以上 30%
	发行人计提比例	账龄组合计提 10.77%: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 20%等

融创中国	帝欧家居	80.00%
	蒙娜丽莎	80.00%
	东方雨虹	未披露
	三棵树	30.00%
	科顺股份	账龄组合计提: 10.83%; 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 30%等
	梦天家居	账龄组合计提: 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 30%等
	兔宝宝	账龄组合计提: 13.13%; 1年以内 5%, 1-2年 20%; 2-3年等
	发行人计提比例	账龄组合计提 12.69%; 1年以内 5%, 1-2年 10%, 2-3年 20%等

注：兔宝宝对融创中国应收账款坏账准备比例取自其 2022 年半年度数据。

根据上表可见，因各上市公司对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国的应收账款规模、应收账款回款、还款意愿、以房抵债或其他保障措施的落实情况有所差异，故各上市公司对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂地产和融创中国计提坏账准备的方式有所差异。

新城控股：帝欧家居、蒙娜丽莎、东方雨虹、三棵树和科顺股份等上市公司均未披露对新城控股按照单项计提坏账准备的情况。苏文电能对新城控股按照账龄组合计提坏账准备，与公司类似，且其账龄组合计提比例与公司不存在显著差异。此外，新城控股未发生公开债务违约情况，资产负债率保持稳定，货币资金总体较充足且经营情况总体良好，公司与新城控股也达成了以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险。因此，公司对新城控股按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

旭辉地产：各上市公司旭辉地产计提坏账准备的方式有所差异。帝欧家居等上市公司对旭辉地产按照单项计提坏账准备。兔宝宝、苏文电能、公元股份对旭辉地产按照账龄组合计提坏账准备，与公司类似，且其账龄组合计提比例与公司不存在显著差异。此外，公司与旭辉地产达成以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险，且截至 2023 年 4 月末，2022 年末应收账款的期后回款比例（现金及签署以房抵债协议口径）已达 41.39%，含正签署以房抵债协议的期后回款比例已达 49.46%。因此，公司对旭辉地产按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

荣盛地产：各上市公司荣盛地产计提坏账准备的方式有所差异。帝欧家居、

蒙娜丽莎和科顺股份等上市公司对荣盛地产按照单项计提坏账准备。东方雨虹、赛力克、顾地科技按照账龄组合计提坏账准备，与公司类似，且其账龄组合计提比例与公司不存在显著差异。此外，公司与荣盛地产达成以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险，且截至2023年4月末，2022年末应收账款的期后回款比例（现金及签署以房抵债协议口径）已达50.06%。因此，公司对荣盛地产按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

世茂地产：各上市公司世茂地产计提坏账准备的方式有所差异。帝欧家居、蒙娜丽莎等上市公司对世茂地产按照单项计提坏账准备。森赫股份、梦天家居、粤泰股份按照账龄组合计提坏账准备，与公司类似，且其账龄组合计提比例与公司不存在显著差异。此外，公司与世茂地产达成以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险，且截至2023年4月末，2022年末应收账款的期后回款比例（现金及签署以房抵债协议口径）已达12.73%，含正签署以房抵债协议的期后回款比例已达15.66%；截至2023年6月末，世茂地产应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其2022年末应收账款余额的比例为15.51%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其2022年末应收账款余额的比例为29.48%。因此，公司对世茂地产按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

融创中国：各上市公司融创中国计提坏账准备的方式有所差异。帝欧家居、蒙娜丽莎和三棵树等上市公司对融创中国按照单项计提坏账准备。科顺股份、梦天家居、兔宝宝按照账龄组合计提坏账准备，与公司类似，且其账龄组合计提比例与公司不存在显著差异。此外，公司与融创中国达成以房抵债协议，构成了对应收账款偿付的保障，显著降低了应收账款的信用风险，且截至2023年4月末，2022年末应收账款的期后回款比例（现金及签署以房抵债协议口径）已达14.54%，含正签署以房抵债协议的期后回款比例已达27.39%；且截至2023年6月末，融创中国应收账款的期后回款（通过现金和签署以房抵债协议的方式）占其2022年末应收账款余额的比例为29.36%，含正在签署以房抵债协议的应收账款的期后回款占其2022年末应收账款余额的比例为40.24%。因此，公司对融创中国按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

结合上述地产公司客户风险判定情况、应收账款保障及期后回款情况、与上市公司存在相同房地产客户的对比情况等，新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国按照账龄组合计提是合理的，计提比例是充分的。

综上所述，结合公司应收账款账龄优于同行业可比公司、公司应收账款期后回款情况良好、公司房地产客户应收账款余额占比较低、公司坏账计提政策和组合计提坏账准备的比例与同行业可比公司不存在重大差异、公司单项计提坏账准备的比例高于同行业可比公司、公司房地产客户应收账款规模及占比较小、公司已建立了客户风险评估体系且主要房地产客户的坏账准备计提比例具有合理性等情况，报告期内，公司应收账款坏账准备计提是充分的。

（五）关于公司主要房地产客户应收账款计提坏账准备的模拟计算

为进一步揭示主要房地产客户应收账款计提的坏账准备对公司 2022 年净利润的影响，公司对主要房地产客户应收账款计提的坏账准备进行了模拟测算，具体如下：

1、模拟测算的假设条件

（1）阳光城、绿地集团由 2022 年末按照 30%计提单项坏账准备提升至按照 80%计提单项坏账准备；

（2）新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国由 2022 年末按照账龄组合计提坏账准备提升至按照 30%计提单项提坏账准备。

2、模拟测算的结果

根据上述模拟测算的假设条件，模拟测算的结果具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	公司现在坏账计提情况		模拟测算的坏账计提情况		坏账计提增加额
		坏账计提比例	坏账计提金额	坏账计提比例	坏账计提金额	
1	阳光城	30.00%	322.96	80.00%	861.23	538.27
2	绿地集团	30.00%	426.69	80.00%	1,137.85	711.15
3	新城控股	按照账龄计算	193.98	30.00%	745.31	551.33
4	旭辉地产	按照账龄计算	144.11	30.00%	706.41	562.30
5	荣盛地产	按照账龄计算	143.70	30.00%	468.90	325.20
6	世茂集团	按照账龄计算	148.19	30.00%	412.60	264.41
7	融创中国	按照账龄计算	151.61	30.00%	358.39	206.78
合计						3,159.44

根据上述模拟测算的假设条件，公司 2022 年坏账准备计提增加额为 3,159.44 万元，减少公司 2022 年净利润 2,685.53 万元（公司为高新技术企业，企业所得税税率为 15%）。2022 年度，公司实现净利润 8,702.44 万元，根据模拟测算的结果，不会导致公司 2022 年出现亏损的情况。

1-3 结合投资目的、投资时点、认缴金额、实缴金额、业务协同等情况，充分论证相关投资是否为发行人围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或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，是否符合发行人主营业务及战略发展方向；

回复：

截至 2023 年 3 月 31 日，公司共有 27 家参股公司。除东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司外，公司投资的其他参股公司是公司实现“打造一站式建筑配套件集成供应平台”发展战略中重要的一环，是符合建筑五金行业发展趋势与公司发展战略的产业投资，与发行人主营业务密切相关，而非与主营业务无关、以获取投资收益为目的的财务性投资。

一、建筑五金行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台。故公司需要打造一站式建筑配套件集成供应平台，顺应行业发展趋势

近年来，建筑五金行业生产工艺已较为成熟，行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

近年来，建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，消费者对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。

房地产市场由增量向存量切换的趋势使建筑五金的需求客户日趋零散化，B端客户业务分化，大B端客户集采持续承压，小B端客户业务重要性持续提升。随着我国经济持续、快速发展，近年来，我国人力资源成本显著上升。在传统的多供应商采购模式下，由于建筑五金的订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，建筑五金的需求客户往往需要配置更多的工作人员，以应对不同种类产品的及时采购需要，且通常会付出比集中采购更高的价格来购买所需产品，尤其是小B端客户。相比传统的多供应商采购模式，一站式集成采购模式能够帮助客户提供一站式采购解决方案与一站式采购服务，节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的。

因此，公司需要打造一站式建筑配套件集成供应平台，顺应行业发展趋势。

二、公司投资这些参股公司是公司实现“一站式建筑配套件集成供应”发展战略中重要的一环，与发行人主营业务密切相关

公司的主营业务为建筑配套件的研发、生产和销售。公司致力于成为全球领先的一站式建筑配套件集成供应商。公司围绕着一站式建筑配套件集成供应的发展战略，以顾客需求为导向，自建销售渠道和备货仓，丰富产品品类，扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，向客户提供高品质、多品类的集成产品，并为客户提供一站式建筑配套件集成解决方案与服务。

为推动“一站式建筑配套件集成供应”的发展战略落地，公司需要拓展、丰富产品种类。由于公司资源有限，在产品供应端，公司一方面自主投入资金扩展自身的产品品类；公司另一方面也选择、参股、控股合适的企业，使其成为公司产品供应链的一环。

该些参股公司均为实体类制造、经营企业，其生产与销售的产品系发行人客户所需的产品。公司致力于打造一站式建筑配套件集成供应平台，投资该些企业后，使其成为公司产品供应链的一环，公司产品将得到丰富、应用场景得到拓展，在拓宽销售收入的同时，满足客户一站式建筑配套件集成采购需求。

因此，该些参股公司的经营业务均与公司主营业务密切相关，其生产与销售的产品与公司现有产品存在相互互补和高度协同。公司投资参股公司主要目的系充分发挥发行人与参股企业的产品集成优势，充分发挥发行人渠道优势、品牌优势，发行人与参股企业实施产品协同、渠道整合，丰富公司产品品类，拓展业务半径，向客户提供高品质、多品类的集成产品，打造一站式建筑配套件集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求，增强市场竞争实力。

综上所述，除**东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司**外，公司投资**其他**的参股公司从事实业经营，与公司主营业务相关或存在协同效益，符合公司主营业务及战略发展方向，该些投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。

三、发行人参股公司情况

截至 2023 年 3 月 31 日，发行人共有 27 家参股公司，具体情况如下：

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
1	和成坚朗（上海）厨卫有限公司	200.00	坚朗五金持股 50.00%，和成（中国）有限公司持股 50.00%	2021 年 7 月	100.00	100.00	卫生洁具、厨房设备、酒店设备等的销售	2022 年 收入 594.67 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购卫浴产品（水龙头、马桶及配件等），2022 年采购金额为 594.98 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
2	巴地格新型建材有限公司	5,000.00	坚朗五金持股 50.00%，河南天姿白鹅科技集团有限公司持股 50.00%	2022 年 3 月	2,500.00	1,000.00	SPC 地板（石塑地板）、装饰墙板、板材、强化地板等的生产、销售及安装	2022 年 收入 2,622.19 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购地板，2022 年采购金额为 1,480.76 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
3	东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司	100.00	优利德科技（中国）股份有限公司持股 51.00%，坚朗五金持股 49.00%	2018 年 3 月	49.00	2.00	仪器仪表、五金工具的研发、生产及销售；仪器仪表技术咨询服务	尚未实际经营	是。东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司尚未实际经营，报告期内，公司与东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司不存在交易。基于谨慎性原则，公司认定已对其的投资为财务性投资。公司已出具承诺函，未来不会对东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司认缴的注册资本进行实缴，亦不会增加对其的投资。
4	深圳市君和睿通科技股份有限公司	3,000.00	林晓春和王荣福夫妻分别持股 20.00%和 28.86%，坚朗五金持股 29.90%，深圳君睿共创咨询企业持股 9.49%，其他股东持股 11.75%	分三笔投资。2016 年 12 月第一笔 369.44 万元、2018 年 2 月第二笔 260.88 万、2021 年 1 月第三笔 266.68 万元	897.00	897.00	楼宇对讲、智能家居、智慧社区的设计、开发、生产、销售、安装及技术咨询(不含限制项目)	2022 年 收入 8,195.46 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购数字室内机、门口机等楼宇通讯设备及配套设施，2022 年采购金额为 6,550.14 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
5	苏州工品一号网络科技有限公司	843.00	陈华根持股 28.10%、广州溯源二号股权投资合伙企业（有限合伙）持股 13.5	共三笔投资，一次减资。2018 年 3 月第一	107.43	107.43	紧固件、钢结构、塑料零件等制造和销售；	2022 年 收入 126,482.87 万	否。报告期内，发行人向其主要采购螺钉、螺母、螺栓等，2022 年采购金额为 2,369.98 万元。发行人通过投

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
			2%、坚朗五金持股 12.74%、其他股东持 45.64%	笔 68.96 万元、2018 年 5 月第二笔 34.14 万元，2019 年 8 月股权转让减少实缴出资 23.63 万元，2020 年 5 月第三笔 27.97 万元				元	资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
6	固诺（天津）实业有限公司	10,000.00	关峰持股 75.00%、坚朗五金持股 10.00%、孙树良持股 8.00%、关杰持股 7.00%	2019 年 4 月	1,000.00	1,000.00	密封用填料制造与销售；五金产品制造；喷枪及类似器具销售；	2022 年收入 102,560.89 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购发泡胶、清洗剂、密封胶，2022 年采购金额为 7,085.85 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
7	深圳市道尔智控科技股份有限公司	10,005.94	深圳市今迈道尔投资企业（有限合伙）持股 31.45%、坚朗五金持股 20.00%、王志刚持股 18.09%、其他股东持股 30.46%	分两笔投资，2019 年 6 月第一笔 1,387.35 万元，2019 年 10 月第二笔 613.90 万元	2,001.25	2,001.25	智能计费终端设备、IC 卡读写器、智能卡产品及相关读写机具、移动手持终端设备、智能通道产品等销售	2022 年收入 12,089.45 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购道闸、门禁及配件，2022 年采购金额为 1,364.01 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
8	深圳市晶泓科技有限公司	4,000.00	林谊持股 56.76%、深圳市艾比森光电股份有限公司持股 17.00%、坚朗五金持股 15.00%、其他股东持股 11.24%	2019 年 11 月	600.00	600.00	LED 显示屏、LED 透明屏、LED 彩幕、LED 创意屏的技术开发、生产加工与销售	2022 年收入 12,298.71 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购 LED 显示屏及配套设施，2022 年采购金额为 2,573.53 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
9	宁波信高节能	73.50 万美	欣欣向荣的向日葵有限公	2020 年 5 月	14.70 万	14.70 万	隔热和隔音材	2022 年	否。报告期内，发行人向其主要采购

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
	材料有限公司	元	司持股 80.00%、坚朗五金持股 20.00%		美元	美元	料的制造与销售	收入 13,888.68 万元	聚酰胺隔热条, 2022 年采购金额为 6,596.36 万元。发行人通过投资, 获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品, 符合公司主营业务发展及发展战略方向, 不属于财务性投资。
10	杭州嘉翔高强螺栓股份有限公司	3,000.00	姚国松持股 40.55%、坚朗五金持股 29.90%、俞国林持股 9.33%、黄琳玲持股 6.67%、王永贤持股 5.32%、其他股东持股 8.23%	分两笔投资。2020 年 7 月第一笔 332.00 万元, 2021 年 7 月第二笔 565.00 万元	897.00	897.00	高强螺栓的制造与加工	2022 年收入 7,148.51 万元	否。报告期内, 发行人向其主要采购螺栓, 2022 年采购金额为 4,333.32 万元。发行人通过投资, 获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品, 符合公司主营业务发展及发展战略方向, 不属于财务性投资。
11	上海乘方自动门科技有限公司	2,000.00	上海乘方自动门科技有限公司持股 80.00%、坚朗五金持股 20.00%	2021 年 1 月	400.00	400.00	自动门窗的销售	2022 年收入 4,529.74 万元	否。报告期内, 发行人向其主要采购自动门、旋转门等产品及配件, 2022 年采购金额为 1,155.94 万元。发行人通过投资, 获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品, 符合公司主营业务发展及发展战略方向, 不属于财务性投资。
12	东莞普赛达建筑材料有限公司	100.00	广东普赛达密封粘胶有限公司持股 51.00%、坚朗五金持股 49.00%	2021 年 1 月	49.00	49.00	胶粘剂、密封胶(不含危险化学品)的研发、生产及销售	2022 年收入 2,429.70 万元	否。报告期内, 发行人向其主要采购密封胶、聚氨酯, 2022 年采购金额为 2,374.78 万元。发行人通过投资, 获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品, 符合公司主营业务发展及发展战略方向, 不属于财务性投资。
13	江苏阿路美格销售有限公司	1,000.00	江苏协诚科技发展有限公司持股 40.00%、孙成文持股 30.00%、坚朗五金持股 30.00%	2021 年 5 月	300.00	30.00	新型金属功能材料、合成材料、非金属矿及制品、有色金属合金、防火封堵材料的销售;	2022 年收入 1,931.01 万元	否。报告期内, 发行人向其主要采购铝复合板、保温一体板等板材, 2022 年采购金额为 984.43 万元。发行人通过投资, 获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品, 符合公司主营业务发展及发展战略方向, 不属于财务性投资。

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主要 产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
14	江苏四季沐歌 净水科技有限 公司	5,000.00	江苏四季沐歌净水科技有 限公司持股 51.00%、坚朗 五金持股 49.00%	2021 年 9 月	2,450.00	2,450.00	气体、液体分 离及纯净设备 制造与销售	2022 年 收入 5,69 2.54 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购 净水机及配件，2022 年采购金额为 59 2.47 万元。发行人通过投资，获取稳 定的上游供应渠道及具有成本优势的 优质产品，符合公司主营业务发展及 发展战略方向，不属于财务性投资。
15	河南惠洁管业 销售有限公司	100.00	河南惠洁新型建材科技有 限公司持股 51.00%、坚朗 五金持股 49.00%	2021 年 12 月	49.00	49.00	PVC 给排水管 道、PE 给水管 道的销售	2022 年 收入 1,79 6.95 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购 保温管、水管及配件，2022 年采购金 额为 1,790.35 万元。发行人通过投 资，获取稳定的上游供应渠道及具有 成本优势的优质产品，符合公司主营 业务发展及发展战略方向，不属于财 务性投资。
16	河南颂源涂料 有限公司	1,855.00	河南颂源新材料科技集团 有限公司持股 70.10%、坚 朗五金持股 29.90%	2021 年 12 月	554.65	554.65	水性涂料生 产、销售；新 型涂料、新型 建筑材料的技术 开发；砂浆、 石膏的研发、 生产及销售	2022 年 收入 11,9 06.27 万 元	否。报告期内，发行人向其主要采购 油漆、涂料产品，2022 年采购金额为 763.66 万元。发行人通过投资，获 取稳定的上游供应渠道及具有成本优 势的优质产品，符合公司主营业务发 展及发展战略方向，不属于财务性投 资。
17	安阳贝朗陶瓷 有限公司	500.00	安阳贝利泰陶瓷有限公司 持股 51.00%、坚朗五金持 股 49.00%	2022 年 9 月	245.00	98.00	新型陶瓷材 料、建筑陶瓷 制品销售；	2022 年 收入 810. 27 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购 瓷砖，2022 年采购金额为 803.14 万 元。发行人通过投资，获取稳定的上 游供应渠道及具有成本优势的优质产 品，符合公司主营业务发展及发展战 略方向，不属于财务性投资。
18	广东道尔电科 技术有限公司	5,000.00	深圳市道尔智控科技股份 有限公司持股 51.00%、坚 朗五金持股 49.00%	2022 年 6 月	2,450.00	490.00	集中式快速充 电站；配电开 关控制设备研 发；配电开关 控制设备制造 ；电力设施	2022 年 收入 881. 37 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购 充电桩及配套设施，2022 年采购金额 为 1,113.71 万元。发行人通过投资， 获取稳定的上游供应渠道及具有成本 优势的优质产品，符合公司主营业务 发展及发展战略方向，不属于财务性

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
							器材制造；充电桩销售		投资。
19	湖北九阳防水材料科技有限公司	12,000.00	刘启军持股 49.50%、王成健持股 40.50%、坚朗五金持股 10.00%	2022 年 8 月	1200.00	1,200.00	建筑防水卷材产品、新型建筑材料（不含危险化学品）、涂料的制造；新材料技术研发；建筑防水卷材产品销售；建筑材料销售；	2022 年收入 7,560.78 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购防水卷材、防水涂料等，2022 年采购金额为 476.03 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
20	斯博锐精细化学品（广东）有限公司	1,311.00	陆天献持股 41.50%、东莞斯博锐环保科技有限公司持股 21.82%、甘婷婷持股 17.70%、坚朗五金持股 10.00%、邢槐泽持股 9.00%	2022 年 5 月	131.00	131.00	甲聚氨酯固化剂、聚氨酯漆稀释剂、丙烯酸烘漆、水性地坪漆、无溶剂环氧地坪漆等生产、销售与委托加工	2022 年收入 2,145.67 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购地面材料、路面材料，2022 年采购金额为 151.59 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
21	浙江帅康工程技术有限公司	5,001.00	浙江帅康电气股份有限公司持股 51.00%、坚朗五金持股 49.00%	2022 年 5 月	2,450.49	294.00	厨电等家用电器销售；家用电器安装服务；家用电器零配件销售；日用家电零售；电热食品加工设备销售；日用百货销售；家用电器修理	2022 年收入 21.40 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购热水器、油烟机、壁挂炉等，2022 年采购金额为 115.69 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
22	中山市狮盾电气有限公司	8,603.98	王彪持股 35.55%、谭境华持股 34.41%、坚朗五金持	2022 年 10 月	1,548.68	1,548.68	照明灯具及其配件、电器开	2022 年收入 14.6	否。报告期内，发行人向其主要采购开关、插座等，2022 年采购金额为 45

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
			股 18.00%、李洪旭持股 1 1.39%、中山星火项目投资 企业（有限合伙）持股 0.6 4%				关、插座、低 压电器、LED 系列产品、塑 料制品的生 产、加工及销 售	79.84 万 元	1.27 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
23	苏州禧屋新材料科技股份有限公司	3,315.00	刘志宏持股 38.43%、常熟禧屋投资管理中心（有限合伙）持股 23.53%、昆山毓禧投资管理中心（有限合伙）持股 9.80%、常熟禧鑫居企业管理合伙企业（有限合伙）持股 7.84%、常熟市海虞镇资产经营投资公司持股 4.90%、上海妙微企业管理有限公司持股 4.71%、陈洪持股 3.92%、坚朗五金持股 3.92%、张家港保税区毓道源投资管理合伙企业（有限合伙）持股 2.94%	2022 年 3 月	130.00	130.00	整体浴室、卫生间、卫浴类产品	2022 年 收入 23,0 66.84 万 元	否。报告期内，发行人向其主要采购装配式卫浴等，2022 年采购金额为 2,889.09 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
24	易能韦尔（北京）环境技术有限公司	1,000.00	河北黑猫环保科技有限公司持股 60.00%，苏州格兰斯柯持股 40.00%	未实缴	400.00	未实缴	新风系统销售	已不再经营；拟注销	是。发行人原拟向其销售新风系统，但现已决定不再经营易能韦尔（北京）环境技术有限公司，拟注销该公司。基于谨慎性原则，公司认定已对其的投资为财务性投资。公司已出具承诺函，未来不会对易能韦尔（北京）环境技术有限公司认缴的注册资本进行实缴，亦不会增加对其的投资。
25	云南路泽新材料科技有限公司	1,000.00	陈玉琼持股 70.00%，河北路泽持股 30.00%	未实缴	300.00	未实缴	金属结构件销售	已不再经营；拟注销	是。发行人原拟向其销售金属结构件等产品，但现已决定不再经营云南路泽新材料科技有限公司，拟注销该公

序号	被投资单位	注册资本 (万元)	股权结构	投资时点	认缴金额 (万元)	实缴金额 (万元)	主营业务、主 要产品	实际经营 情况	是否属于财务性投资
									司。基于谨慎性原则，公司认定已对其的投资为财务性投资。公司已出具承诺函，未来不会对云南路泽新材料科技有限公司认缴的注册资本进行实缴，亦不会增加对其的投资。
26	天津中和胶业股份有限公司	5,500.00	坚朗五金持股 29.90%、天津华荣基业企业管理咨询中心（有限合伙）持股 24.01%、王殿锁持股 20.00%、天津荣和企业管理咨询中心（有限合伙）持股 17.00%、冯运持股 9.09%	2022 年 4 月	1,644.50	1,644.50	混炼胶加工、生产与销售	2022 年收入 45,538.52 万元	否。报告期内，发行人向其主要采购胶条原料，2022 年采购金额为 6,133.37 万元。发行人通过投资，获取稳定的上游供应渠道及具有成本优势的优质产品，符合公司主营业务发展及发展战略方向，不属于财务性投资。
27	襄阳九阳防水工程有限公司	6,000	刘启南持股 72.00%、陈锦持股 18.00%、坚朗五金持股 10.00%	2022 年 8 月第一笔 115.89 万元，2022 年 12 月第二笔 106.33 万元，2023 年 4 月第三笔 200.00 万元	600.00	422.22	建筑防水、防潮工程施工、	2022 年收入 2,114.73 万元	是。公司拟向其采购防水工程施工等，报告期内，公司与襄阳九阳防水工程有限公司不存在交易。基于谨慎性原则，公司认定已对其的投资为财务性投资。

中山市狮盾电气有限公司主要从事照明灯具、电器开关以及插座等产品的生产和销售。公司投资中山市狮盾电气有限公司的目的系我国近年来精装房渗透率持续提升，为此，公司经营业务已经延伸至精装房领域，开关、插座以及各类建筑五金属于精装交付的重要配套产品。公司参股中山市狮盾电气有限公司，使其成为公司精装房五金产品供应链的一环，公司精装房五金产品将得到丰富，满足客户一站式的采购需求，利于精装房业务的开展，增强市场竞争实力。因此，公司投资该公司符合公司主营业务及战略发展方向。

四、发行人财务性投资情况分析

截至 2023 年 3 月末，公司财务性投资的东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司的投资情况如下：

序号	公司名称	投资金额（万元）	占最近一期末归属于母公司净资产比例
1	东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司	2.00	0.0004%
2	易能韦尔（北京）环境技术有限公司	-	-
3	云南路泽新材料科技有限公司	-	-
4	襄阳九阳防水工程有限公司	600.00	0.13%
合计		602.00	0.13%

注：上述投资金额包括已经投资的金额及拟投资的金额。

根据上表可见，公司已持有和拟持有的财务性投资金额为 602.00 万元，金额较小，且未超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%，符合《上市公司证券发行注册管理办法》第九条、《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条等的相关规定。

1-4 自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司发行人已实施或拟实施的财务性投资情况，新投入和拟投入的财务性投资金额是否已从本次募集资金总额中扣除。

回复：

一、自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署日），公司购买的银行理财和结构性存款为短期、风险较低的金融产品，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。

二、自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署日），公司新投入和拟投入（含认缴与实缴的差额）的员工住房借款、长期股权投资和其他权益工具的情况如下：

项目	金额（万元）	具体情况	是否属于财务性投资金额
员工住房借款	708.00	新增员工住房借款	否
长期股权投资	3,500.00	2022年10月，投入中山市狮盾电气有限公司3,500.00万元	否
	484.11	2022年12月，投入襄阳九阳防水工程有限公司106.33万元；2023年4月，投入襄阳九阳防水工程有限公司200.00万元； 拟投入襄阳九阳防水工程有限公司177.78万元	是
其他权益工具	0.00	不存在新投入和拟投入其他权益工具的情况	否
合计	4,692.11	-	-

（一）公司向员工提供住房借款，主要目的是稳定员工、吸引人才，减轻员工购房负担，激励员工工作积极性，完善公司员工福利制度体系建设，此借款不以借出资金获利为目的，而是公司对内部员工提供的房贷借款福利，是公司员工福利的一部分，不属于财务性投资。

经查阅上市公司存在员工住房借款的部分同类型案例，未将员工住房借款认定为财务性投资，具体情况如下：

公司名称	员工住房借款是否属于财务性投资的认定情况
深信服 (300454.SZ)	2023年3月末，公司账面上员工购房借款账面价值总计24,745.54万元。公司对内部员工的借款主要为员工购房借款，公司主要办公地点集中在深圳等中心城市，近年来该等区域的房价上涨较快，而公司员工普遍较为年轻，面临较大的置业安居压力。为稳定员工队伍，协助员工置业安居，公司对内部员工实施房贷借款福利，对于满足《员工购房借款管理规定》的员工提供购房贷款，借款最长期限为5年，且前两年按规定需要支付最低还款额。若前两年未按规定还款，员工自第三年起需要按规定支付违约金，员工最迟自借款之日5年内还清全部借款及违约金，如在未还清借款前离职，余款应在离职前一次性还清。 公司向员工提供借款，主要目的是稳定员工、吸引人才，不是以借出资金获利为目的，而是公司对内部员工提供的房贷借款福利，是公司员工福利的一部分， 不属于财务性投资。
集智股份 (300553.SZ)	截至2023年3月末，公司长期应收款金额为115.00万元，为员工购房借款， 不属于财务性投资。
泰嘉股份 (002843.SZ)	截至2023年3月31日，公司其他应收款账面价值为894.34万元，主要为公司支付的押金、保证金以及向员工提供的普惠性购房借款，不存在对外资金拆借， 不属于财务性投资。

宏柏新材 (605366.SH)	截至 2022 年底，公司长期应收款账面价值为 272.59 万元，主要为向员工提供的购房借款， 不属于财务性投资。
中科创达 (300496.SZ)	应收员工借款系发行人根据公司员工购房借款相关管理办法使用部分自有资金为员工购房提供借款，该等借款在员工不提前离职、按时还清的情况下不收取利息，不以获得投资收益为目的， 不属于财务性投资。
杰克股份 (603337.SH)	截至 2021 年 6 月 30 日，公司其他应收款具体为与业务直接相关的退税款、保证金、备用金、代扣代缴款及员工购房借款， 其中员工购房借款系公司提供给员工的无息购房借款，不属于财务性投资。
宏发股份 (600885.SH)	截至 2021 年 3 月 31 日，发行人长期应收款账面价值 3,237.79 万元， 主要系员工无息购房借款，是发行人给予的员工福利，不属于公司财务性投资。
大华股份 (002236.SZ)	截至报告期末（2021.3.31），公司其他应收款主要为转让子公司华图微芯的股权转让款、保证金、暂付垫付款、员工购房借款等。其中：暂付、垫付款主要为暂付电费、公积金、保险费等费用类支出、员工备用金支出等， 员工购房借款系公司提供给员工的无息购房借款，其他主要系暂付社会保险费、应收物料赔款，均不属于财务性投资。
三花智控 (002050.SZ)	截至2020年12月31日，公司长期应收款账面价值为207.48万元， 系员工购房借款，不涉及财务性投资及类金融业务。
杭叉集团 (603298.SH)	截至报告期末（2020年9月30日），公司其他应收款主要为押金保证金、出口退税和应收暂付款， 职工暂借款系公司提供给员工的无息购房借款，其他主要系员工备用金，均不属于财务性投资。

（二）结合投资目的、认缴金额、实缴时点和金额、被投资企业的经营围和实际经营情况等，公司投资及拟投资的中山市狮盾电气有限公司、襄阳九阳防水工程有限公司等参股企业是公司实现“打造一站式建筑配套件集成供应平台”发展战略中重要的一环，是符合建筑五金行业发展趋势与公司发展战略的产业投资。

其中，中山市狮盾电气有限公司从事实业经营，与公司主营业务相关或存在协同效益，符合公司主营业务及战略发展方向，该些投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资。中山市狮盾电气有限公司的具体情况详见本问询函回复本题之“1-3 结合投资目的、投资时点、认缴金额、实缴金额、业务协同等情况，充分论证相关投资是否为发行人围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或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，是否符合发行人主营业务及战略发展方向”的分析。

公司对襄阳九阳防水工程有限公司的投资为财务性投资。自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署日），公司对襄阳九阳防水工程有限公司新投入 306.33 万元，拟投入 177.78 万元，合计 484.11 万元。2023 年 7 月 26 日，公司召开第四届董事会第九次会议，公司调减募集资金总额 500.00 万元。因此，自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署

日)，公司已实施或拟实施的财务性投资已从本次募集资金总额中扣除，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条相关规定。

三、除上述情况外，自本次发行董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署日），公司也不存在其他新投入和拟投入财务性投资的情况。

1-5 请发行人补充披露（1）（2）涉及的相关风险。

回复：

一、公司已在募集说明书披露了（1）涉及的经营业绩下滑风险

公司已在募集说明书“重大事项提示”之“一、重大风险提示”之“（一）经营业绩下滑风险”以及“第七节 与本次发行相关的风险因素”之“二、市场及经营风险”之“（一）经营业绩下滑风险”披露了经营业绩下滑风险，具体情况如下：

“（一）经营业绩下滑风险

2022 年公司营业收入为 764,827.03 万元，较 2021 年同比下降 13.16%；2022 年公司归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 3,838.72 万元，较 2021 年同比下降 95.64%。

2022 年度和 2021 年度，公司营业收入、营业成本、期间费用、归母净利润、扣非归母净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度	
	金额	占当期营业收入比例	变动率	金额	占当期营业收入比例
营业收入	764,827.03	100.00%	-13.16%	880,682.54	100.00%
营业成本	533,830.92	69.80%	-6.40%	570,309.69	64.76%
销售费用	127,630.87	16.69%	15.16%	110,833.45	12.58%
管理费用	38,575.09	5.04%	6.61%	36,184.63	4.11%
研发费用	28,662.99	3.75%	-7.56%	31,008.26	3.52%
财务费用	4,958.15	0.65%	202.02%	1,641.66	0.19%
归母净利润	6,555.94	0.86%	-92.63%	88,938.28	10.10%
扣非归母净利润	3,838.72	0.50%	-95.64%	88,097.52	10.00%

受 2022 年房地产基本面持续下行、我国经济增速下降的影响，公司各类产品销量均有一定程度的下滑，收入下降的同时原材料采购价格上升、销售渠道持续扩张等导致成本和费用相对刚性。因此，2022 年营业收入的下降、毛利率的下降和销售费用率的上升是公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的主要因素。

未来如果公司原材料价格持续上升、公司无法及时消化销售渠道扩张所产生的成本和费用、我国房地产行业政策出现重大不利变化、房地产成交市场持续低迷、建筑五金市场竞争加剧、公司的经营管理出现重大问题、募投项目实施后效益不达预期等，或者公司针对业绩下降采取的措施未达到预期效果，公司业绩存在继续下滑甚至出现亏损的风险。”

二、公司已在募集说明书披露了（2）涉及的房地产行业波动、政策变化以及应收账款无法回收风险

公司已在募集说明书“重大事项提示”之“一、重大风险提示”之“（四）应收账款、应收票据无法收回的风险”以及“第七节 与本次发行相关的风险因素”之“二、市场及经营风险”之“（二）房地产行业波动、政策变化以及应收账款无法回收风险”披露了房地产行业波动、政策变化以及应收账款无法回收风险，具体情况如下：

“（二）我国房地产行业波动、政策变化以及房地产客户应收账款回收的风险

公司生产的建筑配套件产品合计百余个大类、上万个种类，主要为住宅建筑和公共建筑建设、装潢时所使用的中高端建筑五金制品。建筑五金行业的下游主要为房地产开发商、装饰公司、建筑施工企业、幕墙企业、门窗企业等，主要受房地产开发情况、存量房改造与翻新情况、城镇化建设等因素影响。因此，公司所处建筑五金行业的市场空间、发展概况与我国房地产开发、存量房改造与翻新的市场空间和城镇化建设的发展概况息息相关。此外，公司应收款项的回收情况也与房地产调控政策、房地产企业融资环境、各房地产企业资金实力等息息相关。

近年来，房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况对包括公司在内的建筑五金企业的影响主要体现在对建筑五金产品的市场需求和回款周期等方面，进而影响建筑五金产品的销售价格和回款速度。受房地产行业的不利影响，报告期内，公司主要产品的销售价格呈下降趋势，公司应收款项金额增长。

最近三年末，公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，占公司总资产的比例分别为 26.13%、34.38%和 36.99%，所占比例较高。因此，应收款项能否回收对公司的持续稳健经营具有重要意义，应收账款坏账计提是否充分对公司财务状况具有重大影响。尤其是公司客户中的房地产客户受我国政府出台的“三道红线”、“五档分类”、“集中供应土地”等相关房地产调控政策影响，房地产企业融资环境恶化，加之房地产行业下行和宏观经济增速下行，公司房地产客户资金压力变大，部分房地产客户甚至出现经营困难、债券违约的情形，其应收款项的回收情况、坏账准备计提情况对公司的持续稳健经营、财务状况变化具有较大影响。

最近三年，公司营业收入分别为 673,703.05 万元、880,682.54 万元和 764,827.03 万元，营业收入中直接来源于房地产公司的占比分别为 6.25%、7.51%和 8.12%；公司应收账款余额分别为 192,971.92 万元、366,882.14 万元和 426,110.41 万元，应收账款中直接来源于房地产公司的占比分别为 13.41%、16.62%和 16.99%。公司对房地产客户计提的坏账准备分别为 1,922.94 万元、4,700.13 万元和 9,027.74 万元，坏账准备计提比例分别为 7.43%、7.71%和 12.47%。截至 2023 年 6 月末，公司 2022 年末房地产客户应收账款期后回款比例为 49.42%，其中，现金期后回款比例为 43.66%，以房抵债回款比例为 2.90%，正在签署以房抵债协议占 2022 年末应收账款的比例为 2.86%。

在我国房地产企业资金压力增大、资金紧张的行业背景下，公司客户中的房地产客户的收入和应收账款余额占比较小，使得公司一定程度上隔离了房地产客户的信用风险事件，但是最近三年房地产企业融资环境恶化、房地产行业下行的状况依然传导给公司，对公司生产经营带来了不利变化。

相比于部分上市公司，因公司房地产客户应收账款占比较低，公司房地产客户坏账准备计提比例相对较低、按单项计提坏账准备的应收账款占比也相对

较低。2022年末，对于应收账款余额超过1,000万元的主要房地产客户（包括恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团、新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国），公司结合自身建立的客户风险评估体系，参考企业信用分类、三条红线情况、资产负债率、企业运营情况、期后回款情况、以房抵债情况、配合意愿、诉讼情况、暴雷情况以及管理层评价等，将客户分为不同等级。根据对客户确定的不同风险等级，计算对应客户风险系数，并参考其他上市公司对同类客户计提情况等因素，综合确定应收款项计提方法和计提比例。其中，公司对恒大地产、蓝光地产、阳光城、绿地集团分别按照100%、80%、30%和30%单项计提坏账准备，对新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世贸地产和融创中国按照账龄组合计提坏账准备，与部分上市公司按照单项计提坏账准备的方式有所差异。对于应收账款余额低于1,000万元的非主要房地产客户，公司主要按照账龄组合方法对其计提坏账准备。如果未来房地产客户财务状况、回款能力未来持续恶化，公司将对相应债务人的风险评级进行下调，从而提高公司的信用减值损失，进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。以2022年为例，假设主要房地产客户下调一个风险评级（即阳光城和绿地集团按照80%单项计提坏账准备；新城控股、旭辉地产、荣盛地产、世茂集团和融创中国按照30%单项计提坏账准备），公司2022年坏账准备计提增加额为3,159.44万元，并减少公司2022年净利润2,685.53万元。同时，若公司客户风险评估情况和客户最终应收账款实际回款情况出现偏差或不达预期等情形，或公司与主要房地产客户以房抵债未来执行发生不利变化，或抵债房产出现无法交割、去化、抵债房产价格出现下降等情况，也会提高公司应收账款回收风险或将提高公司的信用减值损失，进而将对公司业绩和生产经营产生重大不利影响。

为降低应收账款回款风险，“以房抵债”已成为公司房地产客户应收账款期后回款的重要补充部分。公司针对“以房抵债”建立了相应的管理制度，获取的房源需要繁华地带、学区配套好的小型住宅，提高抵债房产的流动性；同时，公司将抵房后房产价值的变动直接与对应区域的销售人员薪酬相挂钩，促进抵债房产的变现能力，以保证应收账款期后回款的有效性。但是，不同于现金回款，抵债房产会受当地房产情况、地产销售景气度等因素影响，公司对抵债房

产的去化需要一定时间，抵债房产可能出现无法交割或去化的现象，会导致公司无法收回款项；此外，在公司处置相关房产的过程中，抵债房产价格出现下降，也会导致公司无法足额收回款项，进而提高公司应收账款回收风险。

此外，未来如果宏观经济形势、房地产行业融资政策等因素发生不利变化，公司其他下游客户经营状况、融资状况发生重大困难，也会直接对公司经营活动产生的现金流量净额带来不利影响。公司可能面临应收账款无法收回而发生坏账的风险，或应收账款回收周期延长而发生流动性风险，进而对公司财务状况和经营成果产生重大不利影响。”

1-6 请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、核查程序

针对上述事项，保荐人和会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人披露的公告文件，了解发行人的主要原材料构成，分析其价格变动趋势，了解产品定价模式；
- 2、查阅发行人主要原材料市场价格变动情况，分析其变动趋势是否与发行人采购价格变动趋势保持一致；
- 3、获取公司各产品的销量和价格情况、期间费用的构成情况，分析其变动原因；
- 4、查阅房地产相关政策，获取国家统计局发布的关于社会消费品以及房地产等行业的报告及统计数据，分析其变动情况及趋势；
- 5、查阅公司及同行业可比上市公司公告文件，查阅并对比应收账款的账龄、坏账准备计提、房地产客户的占比等情况，分析公司应收账款坏账准备计提的充分性；
- 6、对报告期末的应收账款回款情况进行统计，关注期后回款比例是否良好，分析公司应收账款坏账准备计提的充分性；

7、查阅公司主要房地产客户及其经营情况，了解其坏账计提比例，并与同行业可比上市公司进行对比，分析公司应收账款坏账准备计提的充分性；

8、查阅公司已制定的《应收账款坏账管理办法》，并根据该办法对公司计提的坏账准备进行复核；

9、关注公司主要房地产客户期后回款情况，查阅以房抵债协议；

10、查阅公司及同行业可比上市公司中房地产客户应收账款及坏账计提情况；

11、定量分析公司与同行业可比公司房地产客户的风险暴露情况；

12、查阅房地产相关行业研究报告，分析中、小型房地产客户经营风险；

13、查阅中国证监会和深圳交易所对财务性投资及类金融业务的相关规定和问答

14、查阅发行人披露的公告文件、相应的投资协议、合伙协议、公司章程、董事会决议等，了解对外投资的情况；

15、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开网站查询发行人投资企业及股东的工商信息，查阅发行人投资款出资凭证等文件，了解发行人出资缴纳等情况；

16、了解发行人参股公司的实际经营情况，公司与其的合作情况，分析其与公司业务的关联性；

17、详细分析中山市狮盾电气有限公司与公司之间的协同效应；

18、获取公司未来不会对易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司认缴的注册资本进行实缴，亦不会增加对其的投资的承诺函；

19、核查发行人董事会决议日前六个月至今（截至本问询函回复签署日）已实施或拟实施的投资情况，核实已实施或拟实施投资是否属于财务性投资。

二、核查结论

经核查，保荐人和会计师认为：

1、发行人 2022 年扣非归母净利润大幅下滑具有合理性，与同行业可比公司变动趋势保持一致；影响公司 2022 年扣非归母净利润大幅下滑的不利因素已经有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响；

2、结合发行人应收账款账龄优于同行业可比公司、发行人应收账款期后回款情况良好、发行人房地产客户应收账款余额占比较低、发行人坏账计提政策和组合计提坏账准备的比例与同行业可比公司不存在重大差异、发行人单项计提坏账准备的比例高于同行业可比公司、发行人房地产客户应收账款规模及占比较小、发行人已建立了客户风险评估体系且主要房地产客户的坏账准备计提比例具有合理性等情况，发行人应收账款坏账准备计提充分；

3、除东莞市坚朗优利德精密仪器有限公司、易能韦尔（北京）环境技术有限公司、云南路泽新材料科技有限公司和襄阳九阳防水工程有限公司外，发行人投资的其他参股公司从事实业经营，与发行人主营业务相关或存在协同效益，符合发行人主营业务及战略发展方向，这些投资系围绕公司产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，不属于财务性投资；

4、截至最近一期末，发行人不存在金额较大的财务性投资；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已从本次募集资金总额中扣除；

5、发行人募集说明书已披露了（1）（2）涉及的相关风险。

问题 2：

2、本次募投项目包括坚朗五金中山数字化智能化产业园项目（以下简称项目一）、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目（以下简称项目二）、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目和补充流动资金。项目一目前尚未取得土地使用权证，达产后将新增智能锁年产能 324 万套、机械电子锁 274.5 万套及配套合页 684 万副、照明灯具年产能 309 万套等。项目二达产后，将新增钢制装饰板年产能 105 万平方、钢制门年产能 9

万樘等。项目一及项目二的毛利率分别为 32.81%和 34.66%，高于发行人 2022 年毛利率 30.27%。

请发行人补充说明：（1）结合募投产品市场空间、发行人竞争优势、客户储备情况、在手订单或意向性订单、现有及在建拟建产能、本次产能扩张幅度、同行业可比公司扩产情况等，说明是否存在产能过剩风险，发行人拟采取的应对措施；（2）本次募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况，取得项目一用地的具体安排及目前进度，如无法取得募投项目用地拟采取的替代措施以及对募投项目实施的影响；（3）结合公司在手订单或意向性合同、竞争对手、同行业同类或类似项目情况，募投项目收益情况的测算过程、测算依据，包括各年预测收入构成、销量、毛利率、净利润、项目税后内部收益率的具体计算过程等，说明募投项目效益测算的合理性及谨慎性；（4）量化分析募投项目新增折旧摊销对发行人经营业绩的影响。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（3）（4）并发表明确意见，请发行人律师核查（2）并发表明确意见。

2-1 结合募投产品市场空间、发行人竞争优势、客户储备情况、在手订单或意向性订单、现有及在建拟建产能、本次产能扩张幅度、同行业可比公司扩产情况等，说明是否存在产能过剩风险，发行人拟采取的应对措施；

回复：

本次募投项目产能扩张幅度较大，但是结合本次募投产品的市场空间巨大、发展空间广阔、公司竞争优势明显、客户储备丰富及在手订单充足、产能利用率较高、同行业可比公司也在扩产、产能消化定量分析等情况，本次募投项目不存在产能过剩风险，且公司拟采取的产能消化措施，将利于本次新增产能的有效消化。

一、发行人现有及在建拟建产能、本次产能扩张幅度

（一）发行人现有产能及产能利用率情况

最近三年，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品（含淋浴房）已有年产能及产能利用率情况如下：

产品分类	项目	单位	2022年度	2021年度	2020年度
智能锁	产能	万套	120.00	120.00	88.00
	产能利用率	/	90.35%	98.86%	85.26%
机械电子锁	产能	万套	115.00	115.00	80.00
	产能利用率	/	81.28%	88.93%	85.96%
照明灯具	产能	万套	80.00	80.00	40.00
	产能利用率	/	80.53%	85.68%	80.55%
卫浴产品（含淋浴房）	产能	万套	16.00	16.00	12.00
	产能利用率	/	78.50%	86.31%	80.33%

注：报告期内，公司无装配式金属复合装饰材料（钢制装饰板、钢制门）的产能。

根据上表可见，最近三年，公司本次募投产品的产能利用率总体维持在较高的水平。2022年，本次募投产品的产能利用率有所下滑，主要原因系受房地产行业下行和宏观经济增速下行等的不利影响，下游客户需求疲软所致。2022年4季度以来房地产支持政策不断出台，我国2023年经济运行呈现企稳回升态势，公司的经营环境得到了有效改善；且不锈钢、铝合金、锌合金等主要原材料的市场行价格呈现下降趋势，公司主要原材料采购价格相应下降。因此，影响公司2022年扣非归母净利润大幅下滑的不利因素已经有所改善，不会对本次募投项目实施造成重大不利影响。

（二）本次产能扩张情况

本次募投项目生产类项目为坚朗五金中山数字化智能化产业园项目和坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目两项。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，将新增智能锁年产能324万套、机械电子锁274.5万套及配套合页684万副、照明灯具年产能309万套、淋浴房年产能59.4万套、水龙头年产能33万件、地漏年产能99万件等。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，将新增钢制装饰板105万平方、钢制门9万樘等。

因此，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅度提升智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能，具体扩张幅度如下：

序号	产品分类	现有产能(万套)	本次募投新增产能(万套)	扩张幅度
1	智能锁	120.00	324.00	270.00%
2	机械电子锁	115.00	274.50	238.70%
3	照明灯具	80.00	309.00	386.25%
4	卫浴产品(含淋浴房)	16.00	59.40	371.25%

注：1、合页为机械电子锁配套件，故本次募投新增的机械电子锁具产能按照 274.50 万套计算；

2、水龙头、地漏为淋浴房配件，故本次募投新增的卫浴产品产能按照 59.40 万套计算。

此外，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能。

虽然本次募投项目产能扩张幅度较大，本次募投项目产能扩张幅度较大，但是结合本次募投产品的市场空间巨大、发展空间广阔、公司竞争优势明显、客户储备丰富及在手订单充足、产能利用率较高、同行业可比公司也在扩产等情况，本次募投项目不存在产能过剩风险。

二、募投产品市场空间情况

本次募投项目涉及新增产能的主要产品包括智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料等，这些募投产品市场空间巨大、发展空间广阔，利于公司本次募投项目新增产能的消化。以下重点分析智能锁、机械锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料的市场空间情况：

（一）智能锁行业市场空间情况

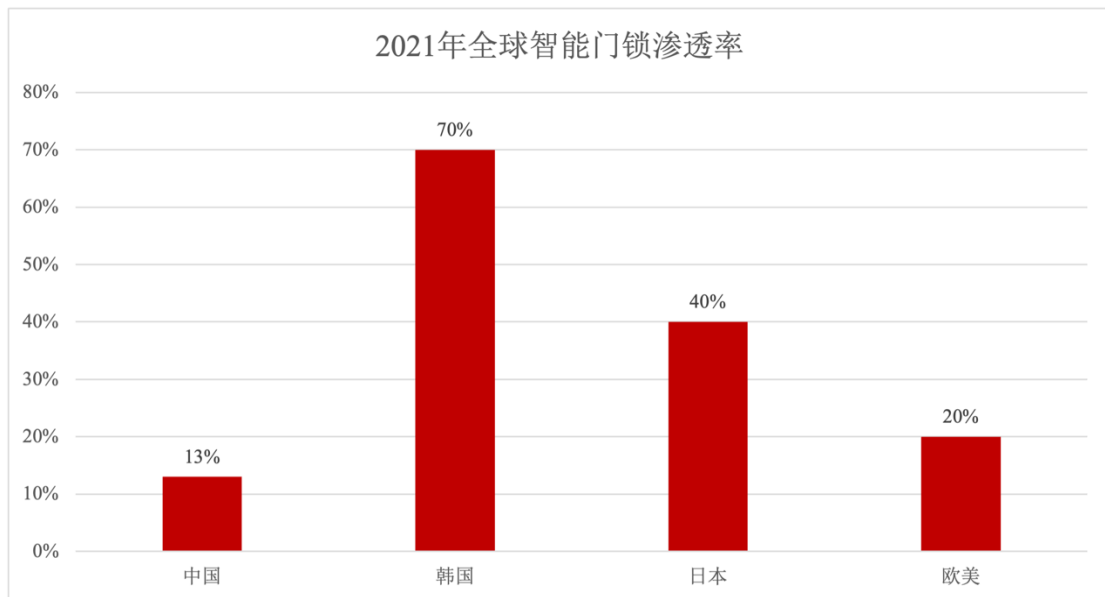
相较于机械门锁等传统门锁，智能锁具备较高的安全性和便捷性，因此近年来，我国智能锁销量快速增长，渗透率逐年上升。但是，与发达国家相比，我国智能锁的渗透率仍属低位，未来发展空间广阔。根据京东 C2M 智造平台及 GfK 中怡康联合发布的《2022 智能门锁趋势白皮书》，2021 年，智能门锁销售量（全渠道）为 1,677 万套，相较于 2019 年的 700 万套翻倍增长。预计 2022 年

和 2023 年智能门锁销售量（全渠道）分别达 1,788 万套和 2,020 万套，保持快速增长态势。2019 年至 2023 年，我国智能门锁销售量（全渠道）情况如下：



数据来源：GfK 中怡康

此外，相较于发达国家，我国智能锁渗透率较低，随着用户消费升级的需求与数字化城市建设发展进程加速，未来发展空间广阔。2021 年，我国智能锁的渗透率与日本、韩国、欧美的对比情况如下：

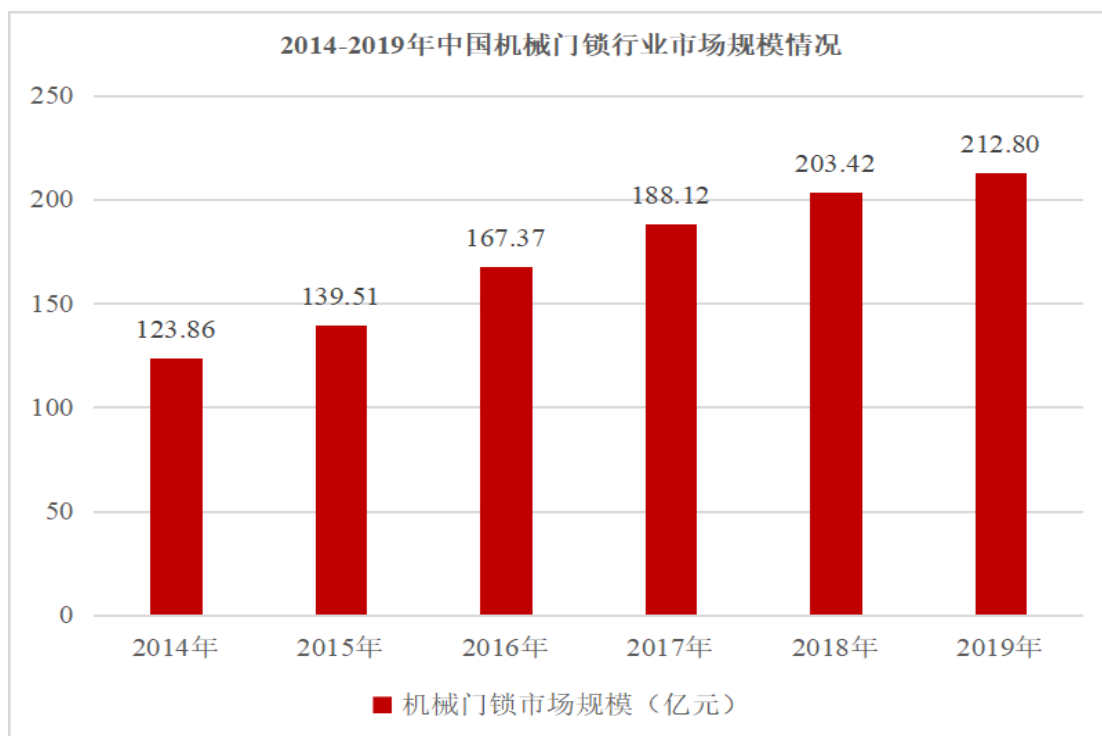


数据来源：GfK 中怡康

（二）机械电子锁具行业市场空间情况

机械电子锁市场空间大、产品种类众多、应用场景广泛。根据《2020-2026年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》，2019年，我国机械锁市场规模为212.80亿元，预计2026年我国机械门锁市场规模将达374.01亿元。我国机械锁主要生产基地集中在浙江、广东、山东、江苏等地区。

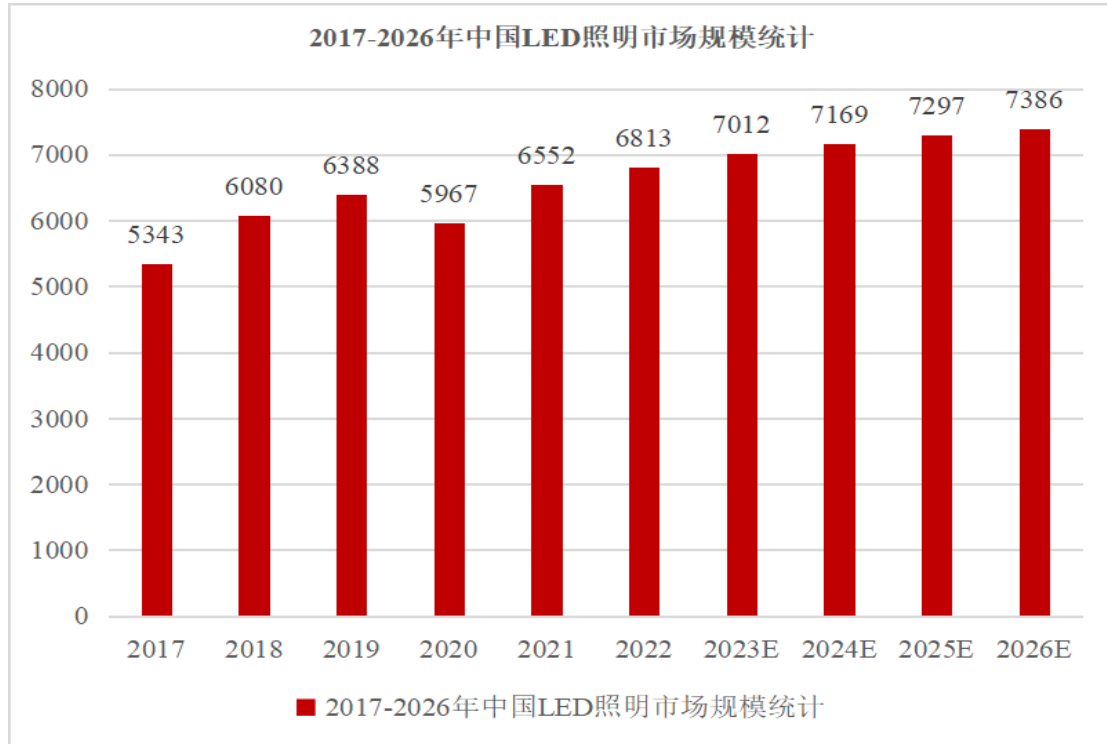
2014年至2019年，我国机械门锁行业市场规模情况如下：



资料来源：《2020-2026年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》

（三）照明行业市场空间情况

照明的应用领域包括通用照明、景观照明、汽车照明、背光应用、信号及指示等。近年来，照明行业已进入稳定增长阶段，根据中国照明电器协会数据，2021年，我国LED照明市场规模达6,552亿元，预计2026年我国LED照明市场规模将达7,386亿元。2017年至2026年，我国LED照明市场规模情况如下：



数据来源：中国照明电器协会数据

在景观照明方面，景观照明兼具文化艺术体验和照明双重功能，逐渐成为城市照明发展趋势。近年来，随着我国城镇化率的持续提升、各地政策的推动，我国景观照明行业发展较为迅速，已成为全球最大的景观照明市场。根据国家半导体照明工程研发及产业联盟的数据，受我国、全球经济增速下降的不利影响，2021年，我国景观照明市场规模依然达 800 亿元。2016 年至 2021 年，我国景观照明市场规模情况如下：

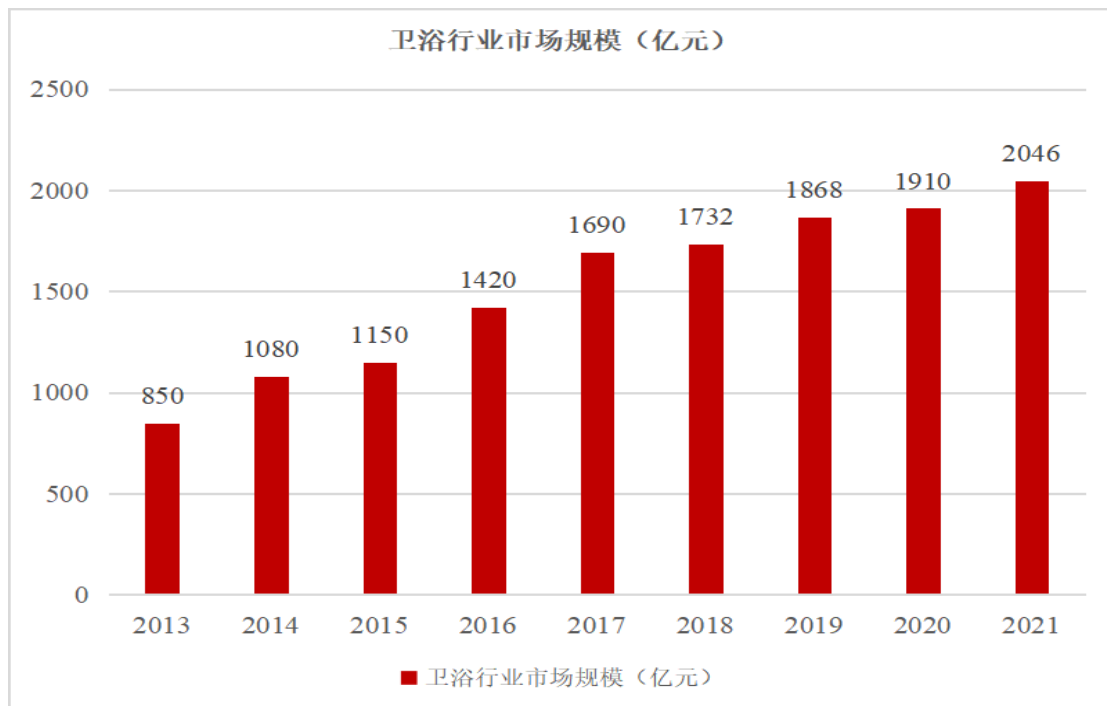


数据来源：国家半导体照明工程研发及产业联盟

随着我国城镇化的持续推进，以及特色小镇、夜间经济、智慧社区等新型城市建设需求的带动下，我国景观照明市场未来空间广阔。

（四）卫浴行业市场空间情况

卫浴行业由卫生陶瓷、卫浴五金、浴室浴柜、浴缸浴房等产品构成。根据奥维云网的数据，2021年，中国卫浴市场规模达2,046亿元，市场空间大。近年来，卫浴行业已进入稳定增长阶段。2013年至2021年，我国卫浴行业市场规模情况如下：

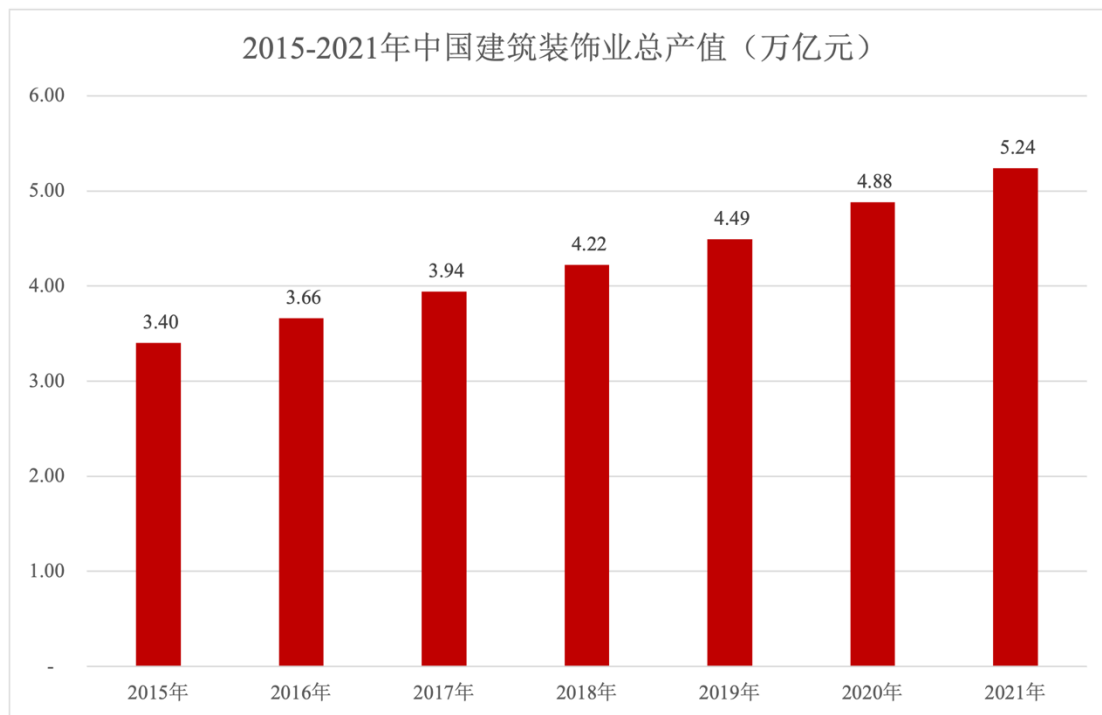


数据来源：奥维云网

（五）装配式金属复合装饰材料市场空间情况

建筑装饰是指为使建筑物、构筑物内外空间达到一定的环境质量要求，使用装饰装修材料，对建筑物、构筑物外表和内部进行装饰处理的工程建筑活动。近年来，伴随着我国经济的持续增长、我国城镇化的持续推进、我国房地产业、建筑业的增长，建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速。

根据《中国建筑年鉴》，2015年我国建筑装饰业总产值为3.40万亿元，2021年我国建筑装饰总产值达到5.24万亿元，2015年至2021年复合增长率为7.48%。根据《建筑装饰行业“十四五”发展规划》设定目标，到2025年力争实现行业产值规模达到6.5万亿元。



数据来源：《中国建筑年鉴》，《建筑装饰行业“十四五”发展规划》

建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速，带动了国内建筑装饰材料产品的快速发展。此外，近年来，无论是公装领域（公共建筑装饰）还是家装（住宅装饰等装修）领域，建筑装饰工程正逐渐摆脱对材料的堆砌，取而代之的趋势是以个性化、艺术化及功能化为导向的产品需求，从而对装饰材料的多样化及品质提出了更高的要求，对装饰材料材质的选取范围也亦日趋宽泛。

钢制装饰板作为新型室内墙面材料，其抗刮、防火、环保、防潮、装配式安装、配管走线和无辐射等特性均受到设计师和客户的青睐，可同时满足建筑空间对于防火、防污、抗震、抗菌的要求，是替代传统墙面材料的优良选择。近年来，钢制装饰板普遍运用在地铁、机场、会议厅、医院等场景中。钢制门主要应用于医疗、生物制药、食品生产以及洁净系统等场景，在常见的应用场景中，通常以钢制门为切入点，与钢制装饰板同时进行招标。基于此市场现状，钢制门的配套生产与销售将有利于钢制装饰板的市场推广应用。

三、发行人竞争优势

公司的主营业务为建筑配套件的研发、生产和销售。经过多年的发展、沉淀和积累，公司已成为国内最大的建筑五金生产商及销售商之一，在行业内拥

有明显的竞争优势，利于公司本次募投项目新增产能的消化。

（一）产品集成优势

近年来，随着建筑行业逐步步入“高品质发展时代”，消费者对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化，消费群体对建材产品的单一偏好也逐步转为整合式需求。此外，一站式集成采购模式能够帮助其节省客户采购时间与成本，提高客户经营效率，实现降本增效的目的，在房地产市场由增量向存量切换的趋势使建筑五金的客户趋零散化的行业背景下，小 B 端客户业务重要性提升，一站式集成采购优势更加放大。因此，建筑五金行业的竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

多年来，公司围绕着一站式建筑配套件集成供应的发展战略，依靠强大的生产设计能力、快速响应的生产管理水平和高效的信息化系统，持续不断的扩充建筑配套件产品池。目前，公司已拥有百余个大类、上万个种类的建筑配套件产品，现已发展成为拥有国内最广泛的建筑配套件产品线的集成供应商之一，具有显著的产品集成优势。

公司打造一站式建筑配套件集成供应平台，品种丰富、质量优良、交付及时，满足了客户高品质、多品类的建筑五金产品集成需求，并为客户提供一站式建筑配套件集成解决方案与服务，解决了客户尤其是小 B 端客户零散采购低效的痛点，提高了客户黏性，扩展了产品应用场景。

（二）营销渠道优势

公司通过自建销售渠道的方式建立健全了成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构及庞大的直销销售团队。

在国内市场，公司通过设立“营销中心—销售大区—销售联络点”的方式建立了覆盖全国的直销渠道，并加速推动销售渠道下沉并在县级市及县（区）等区域，截至 2023 年 3 月末，公司已设立了三大营销中心，划分了 93 个销售大区，并设立了 934 个销售联络点。通过这些直销渠道深入、下沉市场，直接与客户进行对接、交易。在海外市场，公司通过设立“大海外销售区—销售联络

点”的方式建立了覆盖 100 多个国家和地区的直销渠道。截至 2023 年 3 月末，公司在 13 个国家设立了 58 个销售联络点。此外，为快速响应客户供货需求、缩短产品交付周期，公司在国内自建了 34 个备货仓及快速响应的物流配送体系，并在海外亦建立了 15 个备货仓。成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络使得公司具有显著的营销渠道优势。

公司成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络不仅有效地拓宽了应用场景、市场和客户，使得公司产品覆盖了从住宅建筑到商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑在内的多个应用场景，每年服务的客户数量接近 5 万个，还为门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类以外的其他品类产品奠定了良好的渠道基础和客户基础，使得其他品类产品能够充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，带动产能的消化和收入的增长，更进一步推动了公司“一站式建筑配套件集成供应商”的发展战略的落地。

（三）生产管理体系优势

我国建筑五金行业具有产品种类极其繁多、应用领域广泛、功能和结构复杂多变、客户需求多元、单品价值较低等特点。因此，大型建筑五金企业的生产、运营非常依赖于是否建立了有效的现代化生产管理体系。目前，公司建立的现代化生产管理体系使得公司在国内建筑五金企业竞争中优势明显。

考虑到公司产品品类众多，为便利生产管理，公司采取各生产事业部、子公司、参股公司各自负责某品类产品生产的现代化生产管理体系，有效的提高了生产效率、降低生产成本。此外，针对产品种类繁多、非标准件占比高、生产工艺差异大的特点，公司以信息化系统为基石，结合丰富的定制开发及生产经验，建立起了快速反应的柔性化生产管理体系，不仅满足了产品合理生产、及时调配、快速交付等的要求，还为公司搭建品类丰富的一站式建筑配套件集成供应平台提供了有力支撑，为公司向门窗幕墙五金、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等传统品类以外的产品领域延伸提供了坚实基础。

公司将现有百余个大类、上万个种类的建筑配套件产品的研发数据和生产数据予以标准化、数据化，形成完善的生产管理数据库。基于该数据库，公司

减少了产品定制开发过程中的重复劳动，大幅缩短研发周期；结合各类产品的具体需求，通过订单集合及生产流程整合优化，快速实现产能在不同型号类别产品间的转换，提高了生产效率和柔性化生产能力；同时对生产过程中消耗的各类资源进行精确把控，有效控制成本。

（四）信息化平台优势

针对订单呈现多品类、小批量、高要求、短交期等特点，公司通过搭建高效、集成的信息化体系来支撑公司发展的需要，并使得公司在国内建筑五金企业竞争中优势明显。

公司一直高度重视信息化建设，目前，公司信息化水平已达到了国内领先水平，成为公司业务拓展的重要基石。自 2013 年以来，公司引入甲骨文 ORACLE 软件，并陆续上线了 BI 数据分析、SRM 供应商关系管理、WMS/TMS 物流仓储管理、Callidus 销售提成等核心业务系统，并上线了 LMS 在线培训、KM 知识管理、OA 办公自动化等辅助软件，实现了产、供、销、人、财、物的全链条的信息化管理和数据的智能挖掘。高效的信息化系统有效地收集了各项业务所产生的数据，并协助生产、销售等环节进行分析，为决策层提供了各种决策依据和参考。高效的信息平台将帮助各个业务板块整合数据，并为各经营单元提供及时的数据分析和有效的改善建议，协助实现精细化的过程管理，大大提升了各业务链条的经营效率。

此外，为了满足客户日益增长的“一站式采购服务”的需求，公司启动了项目协同平台建设项目，并通过持续探索业务需求，建立了一套完整的项目协同系统服务平台，以构建项目协同业务的一站式服务体系，提升销售系统和产品安装市场的整体服务水平，有效地提高了客户粘性。

（五）品牌优势

品牌形象是企业无形资产的重要组成部分，体现了企业产品和服务的价值。凭借多年的发展、沉淀和积累，公司品牌价值位居行业前列。

公司的“坚朗”品牌、“KIN LONG”品牌分别于 2010 年、2014 年被国家工商行政管理总局认定为中国驰名商标；“坚朗”品牌连续多年被中国房地产业协会

评定门窗五金类品牌首选第 1 名，2023 年的首选率达 22%；“坚朗”品牌在 2022 年“建筑门窗幕墙行业金轩奖”评选中荣获行业影响力品牌 TOP 榜殊荣。此外，子公司的“海贝斯”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 智能门锁类品牌首选第 4 名，首选率达 9%；子公司的“新安东”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 密封胶条品类首选第 1 名，首选率达 14%；参股公司的“君和睿通”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 楼宇对讲类品牌首选第 5 名，首选率达 8%；参股公司的“美盛”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 门窗填缝材料品类首选第 1 名，首选率达 10%。

良好的品牌形象，增加了公司产品在客户间的影响力，为公司未来的市场、客户开拓，扩大市场份额，提供了良好的信誉保证，并使得公司在国内建筑五金企业竞争中产生了品牌优势。

（六）服务优势

公司在销售过程中能够为客户提供一站式建筑配套件集成解决方案与服务，从而在市场竞争中具有一定的服务优势。

在售前阶段，公司技术服务人员和研发团队与客户进行充分的沟通，利用自建的自动化配置系统，为目标工程项目提供最佳的技术方案。在售中阶段，公司通过技术培训和详尽的产品安装说明，确保客户能够方便地进行产品安装和使用。在售后期阶段，公司通过回访和客户满意度调查等方式与客户保持良好的关系。此外，公司还设立了线上售后安装信息化管理系统及 400 电话服务平台，对客户的需求快速响应并加强了与终端客户的联系和沟通，提升响应速度和客户满意度。同时，公司的销售人员将会定期接受培训，紧跟市场趋势、满足客户需求。公司所具备的一站式建筑配套件集成解决方案与服务能力帮助公司提高了客户的粘性，为公司发展提供了良好的保证。

（七）研发及检测优势

公司坚持创新驱动发展，是高新技术企业、国家知识产权优势企业。公司建立了以市场需求为导向的产品开发机制，近年来，每年研发投入约 2 亿元用

于新技术、新产品的研发与开发，产生的专利达上千项，其中授权发明专利达百余项。同时，公司参与了 260 余项国家、行业、地方、团体标准的起草和修订，涵盖了试验、技术、生产、质量管理等多个方面，引领行业进步。

依靠较强的研发优势，公司被认定为广东省省级企业技术中心、广东省建筑构配件工程技术研究中心，公司子公司坚宜佳被认定为广东省预应力钢结构工程技术研究中心。公司自主研发的成果更是多次获奖，例如，近年来，公司自主研发的大跨度索结构关键技术与工程应用获得 2022 年华夏建设科学技术一等奖、规则倾斜较接柱-平面环架支承轮辐式索析架结构建造关键技术获得 2022 年中国钢结构协会科学技术奖一等奖。

此外，公司技术检测能力亦达到了国内领先水平，在行业内具有一定的优势。经过十余年的质检实践及经验，公司检测实验中心通过 CNAS 国家实验室认证，并与多家全球知名专业检测机构建立了检测技术创新合作关系。公司不断优化实验室信息管理系统，提升检测业务效率及检测数据传递与溯源管理水平，高效为公司各大业务模块提供检测数据共享。

四、发行人客户储备情况及在手订单情况

（一）发行人客户储备丰富

凭借多年的发展、沉淀和积累，公司通过自建销售渠道的方式建立健全了成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构及庞大的直销销售团队，产品应用场景覆盖住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑。在国内市场，截至 2023 年 3 月末，公司设立了三大营销中心，分别为北方营销中心、华东营销中心和南方营销中心，并划分了 93 个销售大区，设立了 934 个销售联络点。在海外市场，公司设立了大海外销售区，在 13 个国家设立了 58 个销售联络点。

公司搭建的完善的销售架构及庞大的直销销售团队使得公司客户储备丰富，最近三年，公司客户数量分别为 39,306 个、47,914 个、49,645 个，显示了公司客户储备丰富，且每年客户数量呈逐年上升的趋势，利于本次募投项目新增产

能的消化。

（二）发行人在手订单充足

2022 年末和 2023 年 5 月末，公司在手订单金额情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 5 月末	2022 年末
在手订单金额	409,429.66	312,709.81
其中：涉及募投产品在手订单金额	99,622.84	82,700.75

2022 年末和 2023 年 5 月末，公司的在手订单金额保持在 30 亿元以上，维持在较高水平，其中涉及募投产品的在手订单金额保持在 8 亿元以上，亦维持在较高水平。公司在手订单储备充足，本次募投项目效益测算具备合理性。

五、同行业可比公司扩产情况

近年来，同行业可比公司募投项目扩产情况如下：

可比公司	融资情况	募投项目	项目投资金额（万元）	产品类型	新增产能
帝欧家居	2021 年公开发行可转换公司债券	欧神诺八组年产 5000 万平方高端墙地砖智能化生产线（节能减排、节水）项目-项目二期	80,087.67	瓷片、抛釉砖和仿古砖	年产 2,811 万平方米高端墙地砖
		两组年产 1300 万 m ² 高端陶瓷地砖智能化生产线项目	36,609.23	高端陶瓷墙地砖	年产 1,300 万平方米高端陶瓷墙地砖
东方雨虹	2021 年非公开发行股票	杭州东方雨虹建筑材料有限公司高分子防水卷材建设项目	10,717.64	HDPE 卷材	年产 4,000 万平方米 HDPE 卷材
		年产 2,700 万平方米改性沥青防水卷材、2.5 万吨沥青涂料自动化生产线技术改造升级项目	12,457.26	改性沥青防水卷材、沥青涂料	年产 2,700 万平方米改性沥青防水卷材、2.5 万吨沥青涂料
		年产 2 万吨新型节能保温密封材料项目	19,389.63	新型节能保温密封材料	年产 2 万吨新型节能保温密封材料
		广东东方雨虹建筑材料有限公司花都生产基地项目	136,545.95	改性沥青防水卷材、高分子防水卷材、水性涂料、砂浆、聚氨酯防水涂料、沥青涂料、合成树脂	年产 5,400 万平方米改性沥青防水卷材、6,000 万平方米高分子防水卷材、4 万吨水性涂料、25 万吨砂浆、10 万吨聚氨

				脂乳液内外墙涂料、真石漆、质感墙面涂料、多彩仿石墙面涂料、聚羧酸减水剂	酯防水涂料、4万吨沥青涂料、12万吨合成树脂乳液内外墙涂料、6万吨真石漆、1万吨质感墙面涂料、1万吨多彩仿石墙面涂料、10万吨聚羧酸减水剂
		保定东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	37,417.24	水性涂料、砂浆、合成树脂乳液内外墙涂料、真石漆、质感墙面涂料、多彩仿石墙面涂料	年产4万吨水性涂料、25万吨砂浆、12万吨合成树脂乳液内外墙涂料、6万吨真石漆、1万吨质感墙面涂料、1万吨多彩仿石墙面涂料
		东方雨虹海南洋浦绿色新材料综合产业园项目	39,327.63	改性沥青防水卷材、水性涂料、沥青涂料、聚羧酸减水剂	年产2,700万平方米改性沥青防水卷材、4万吨水性涂料、4万吨沥青涂料、10万吨聚羧酸减水剂
		重庆东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	54,615.71	改性沥青防水卷材、水性涂料、砂浆、沥青涂料、合成树脂乳液内外墙涂料、真石漆、质感墙面涂料、多彩仿石墙面涂料	年产2,700万平方米改性沥青防水卷材、4万吨水性涂料、25万吨砂浆、4万吨沥青涂料、12万吨合成树脂乳液内外墙涂料、6万吨真石漆、1万吨质感墙面涂料、1万吨多彩仿石墙面涂料
		南通东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	32,451.48	改性沥青防水卷材、砂浆	年产5,400万平方米改性沥青防水卷材、25万吨砂浆
		吉林东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	17,844.72	水性涂料、砂浆	年产4万吨水性涂料、25万吨砂浆
		年产13.5万吨功能薄膜项目	113,671.06	PE薄膜、BOPET薄膜、BOPP薄膜	年产PE薄膜1.2万吨、BOPET薄膜3.6万吨，二期年产BOPP薄膜5.1万吨、BOPET薄膜3.6万吨
		年产15万吨非织造布项目	160,076.24	13万吨聚酯胎基布产品、玻纤纱聚酯胎基布产品	年产13万吨聚酯胎基布产品、2万吨玻纤纱聚酯胎基布产品
科顺股份	2023年向不特定对象发行可转换公司债券	安徽滁州防水材料扩产项目	95,674.05	防水卷材、防水涂料	一期项目预计年产6,120万平方米沥青基防水卷材、3万吨防水涂料；二期项目预计年产2,000万平方米高分子防水卷材、18.5万吨防水涂料（含干粉砂浆等）
		福建三明防水材料扩产项目	34,337.11	防水卷材、防水涂料	年产4,080万平方米沥青基防水卷材、600万平方米高分子防水卷材和2万吨非固化防水涂料

		重庆长寿防水材料扩产项目	22,432.32	防水卷材、防水涂料	年产 3,500 万平方米沥青基防水卷材和 2 万吨非固化防水涂料
--	--	--------------	-----------	-----------	-----------------------------------

注：科顺股份 2023 年向不特定对象发行可转换公司债券尚未正式发行。

根据上表可见，近年来，虽然同行业可比公司募投项目的产品与公司募投项目的产品存在一定差异，但是帝欧家居、东方雨虹、科顺股份等同行业可比公司均存在扩产情况。

六、量化分析本次募投产品的产能消化情况

（一）坚朗五金中山数字化智能化产业园项目涉及产品的产能消化情况

本次募投项目—坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅度提升智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能。

根据公司的规划，该项目建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年（T3）及第四年（T4）分别实现 60%和 80%的产能，第五年（T5）实现 100%的产能。

结合中山市小榄镇人民政府于 2023 年 5 月出具的《关于广东中山坚朗科技有限公司项目用地事宜的说明函》，该项目建设所需的所有土地预计在 2024 年 2 季度取得。假设该项目于 2024 年 6 月开工建设，则该项目于 2026 年 6 月建设完成，于 2029 年 6 月完全达产。

结合上述建设、投资计划，对这些产品产能消化的量化分析情况如下：

1、公司各类募投产品 2018 年至 2022 的销量增长情况分析

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目从开工建设到完全达产的期限为 5 年。因此，以下重点分析了该项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）的销量增长情况。

2018 年至 2022 年，公司智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量增长情况如下：

单位：万套

项目	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年	复合增长率
智能锁	95.41	99.65	63.03	34.65	22.52	43.47%
机械电子锁	83.19	85.91	57.77	46.22	27.73	31.61%
卫浴（含淋浴房）	14.00	13.33	9.56	8.24	4.40	33.56%
照明	54.76	58.26	27.39	17.80	3.40	100.33%
合计	247.36	257.15	157.75	106.91	58.05	43.68%

注：照明产品为公司 2018 年新拓展产品，故其 2018 年销量明显较小，进而导致该产品 2018 年至 2022 年销量复合增长率显著偏高。因此，下述分析未来照明产品销量增长量使用的是其 2019 年至 2022 年销售数量复合增长率，即 45.44%。

根据上表可见，近年来，随着公司持续推动“一站式建筑配套件集成供应商”发展战略落地，公司智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量总体呈现增长趋势。

2022 年，受房地产基本面下行、宏观经济增速下行等不利因素的影响，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品的销量较 2021 年均有所下降，但是相比 2018 年、2019 年和 2020 年依然是保持增长态势。

2、公司各类募投产品未来各年预期的销售收入增长额与本次募投项目测算的销售收入增长额的对比情况

假设公司智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来 5 年的销售收入增长率能够保持过去 5 年（2018 年至 2022 年）的销量复合增长率，则这些募投产品在达产年（2029 年）预期的销量、增长幅度及与本次募投项目测算的销量增长量的对比情况如下：

单位：万套

项目	达产年预计销量	达产年预期销量增长量	2022 年度销量	募投项目达产年销量增长量	差额
公式	A	B=A-C	C	D	F=B-D
智能锁	1,193.68	1,098.27	95.41	324.00	774.27
机械电子锁	568.90	485.71	83.19	274.50	211.21
卫浴（含淋浴房）	106.12	92.12	14.00	59.40	32.72
照明	753.76	699.00	54.76	309.00	390.00
合计	2,622.46	2,375.10	247.36	966.90	1,408.20

注：1、照明产品为公司 2018 年新拓展产品，故其 2018 年销量明显较小，进而导致该产品 2018 年至 2022 年销量复合增长率显著偏高。因此，下述分析未来照明产品销量增长量使用的是其 2019 年至 2022 年销售数量复合增长率，即 45.44%；

2、达产年销量增长量=达产年预计销量—2022 年销量；

3、项目于 2026 年二季度末正式投产，因此达产年募投项目销量增长量=50%×2028 年销量+50%×2029 年销量；

4、上表智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品预期的销量及增长率仅用于与本次募投项目测算的销量增长量进行对比分析以说明产能消化情况，不构成公司对智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品未来的盈利预测或业绩承诺。

结合上述测算，按照智能锁、机械电子锁和卫浴产品过去 5 年（2018 年至 2022 年）销售收入复合增长率测算，按照照明产品过去 4 年（2019 年至 2022 年）销售收入复合增长率测算，公司智能锁、机械电子锁、卫浴产品和照明产品在达产年预期的销量增长量超过了本次募投项目测算的销量增长量。因此，产能消化具有保障。结合上述定量分析，本次募投项目不存在产能过剩风险。

（二）坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及产品的产能消化情况

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能的情况，达产后，公司能够新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘等产能。

根据公司的规划，该项目建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年（T3）及第四年（T4）分别实现 60%和 80%的产能，第五年（T5）实现 100%的产能。

1、建筑装饰行业容量巨大且保持增长、装配式建筑面积渗透率持续提升等行业发展趋势为钢制装饰板、钢制门新增产能的消化提供了保障

建筑装饰业及装配式建筑行业的增长情况预测情况如下：

项目	单位	公式	2021 年	2025 年 (E)	复合增长率
建筑装饰业	万亿元	A	5.24	6.50	5.53%

项目	单位	公式	2021年	2025年(E)	复合增长率
新建装配式建筑面积占新建建筑比例	%	B	24.50%	30.00%	5.19%
装配式建筑预计市场规模	万亿元	C=A*B	1.28	1.95	11.02%

注：1、建筑装饰业 2021 年市场容量来源于《中国建筑年鉴》；

2、建筑装饰业 2025 年市场容量来源于《建筑装饰行业“十四五”发展规划》；

3、2021 年新建装配式建筑面积占新建建筑比例数据来源于住建部发布数据；

4、2025 年新建装配式建筑面积占新建建筑比例预测数据来源于《“十四五”建筑业发展规划》。

根据上表可见，建筑装饰行业市场规模巨大且保持增长、装配式建筑面积渗透率持续提升，保障了公司未来钢制装饰板、钢制门新增产能的消化。

2、钢制装饰板、钢制门产能扩张幅度合理，产能消化具有保障

本次坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能是公司对于涉及相关业务的上市及非上市公司进行调研后，并结合自身经营规模、销售渠道以及市场需求等情况进行确定的，能够有效消化未来新增的钢制装饰板、钢制门产能。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目完全达产后，钢制装饰板、钢制门预计年销售规模与涉及相关业务的上市及非上市公司现有销售规模的对比情况如下：

项目	单位	发行人	广东易众洁净科技有限公司	亚士创能	物产金轮	王力安防
钢制装饰板销量	万平方	105.00	-	449.23	12.58 万吨	-
钢制门销量	万樘	9.00	-	-	-	145.23
钢制装饰板销售金额	万元	23,878.12	约 80,000.00	38,636.55	211,647.91	-
钢制门销售金额	万元	9,328.53		-	-	155,152.93

注：1、发行人钢制装饰板、钢制门的年销量及销售金额数据均为本次募投项目完全达产后的数据；

2、广东易众洁净科技有限公司钢制装饰板、钢制门的销售金额来源于公司调研数据；

3、亚士创能数据为保温装饰板销量及销售金额，数据来源其于 2022 年年报；

4、物产金轮数据为不锈钢装饰板销量及销售金额，单位为吨，数据来源于其 2022 年报；

5、王力安防数据为钢质安全门销量及销售金额，数据来源于 2022 年报。

根据上表可见，本次坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目的产能设计远小于涉及相关业务的上市及非上市公司现有销售规模，显示了公司产能设计的谨慎性，也确保了能够有效消化未来新增的钢制装饰板、钢制门产能。

七、发行人拟采取的新增产能应对措施

针对本次募投项目新增的产能，公司拟采取的产能消化措施包括：

（一）公司新增产能涉及的产品市场空间大，公司各类产品新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化

智能锁方面，根据京东 C2M 智造平台及 GfK 中怡康联合发布的《2022 智能门锁趋势白皮书》，预计 2023 年智能门锁销售额（全渠道）达 256 亿元。本次新增智能锁产能达产后预计的销售收入合计占预计 2023 年智能门锁销售额（全渠道）比例为 5.71%。2023 年，“海贝斯”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 智能门锁类品牌首选第 4 名，首选率达 9%；根据建博云网发布的《2022 智能门锁行业白皮书》，“海贝斯”品牌在 2022 年房地产住宅渠道销量排名第一。因此，我国智能锁快速增长的销量，未来广阔的发展空间、新增产能占该产品市场规模比例较小和公司在智能锁细分行业中突出的品牌地位，将利于新增产能的消化。

机械电子锁方面，根据《2020-2026 年中国机械门锁行业投资策略探讨及市场规模预测报告》，预计 2026 年我国机械门锁市场规模将达 374.01 亿元。本次新增机械电子锁产能达产后预计的销售收入合计占预计 2026 年我国机械门锁市场规模比例仅为 2.16%，占比较小。因此，我国机械电子锁巨大的市场空间、广泛的应用场景、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

照明灯具方面，根据中国照明电器协会数据，预计 2026 年我国 LED 照明市场规模将达 7,386 亿元。本次新增照明灯具产能达产后预计的销售收入合计

占预计 2026 年我国 LED 照明市场规模比例仅为 0.04%，占比较小。因此，我国照明灯具巨大的市场空间、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

卫浴产品方面，根据奥维云网的数据，2021 年，中国卫浴市场规模达 2,046 亿元。本次新增卫浴产品产能达产后预计的销售收入合计占 2021 年中国卫浴市场规模比例仅为 0.36%，占比较小。因此，我国卫浴产品巨大的市场空间、新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

钢制装饰板、钢制门方面，根据《建筑装饰行业“十四五”发展规划》设定目标，到 2025 年力争实现建筑装饰行业产值规模达到 6.5 万亿元。建筑装饰行业市场空间巨大且发展迅速，带动了国内建筑装饰材料产品的快速发展。钢制装饰板、钢制门属于公司现有业务产品线的拓展，使得公司在承接医院、酒店、产房、地铁、机场等大型设施项目中，与现有众多建筑配套件产品形成互补，共同满足客户需求。因此，我国装饰行业巨大的市场空间将利于新增产能的消化。

综上所述，公司新增产能涉及的产品市场空间大，公司各类产品新增产能占该产品市场规模比例较小，将利于新增产能的消化。

（二）充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，拓展销售渠道，积极进行渠道下沉

凭借多年的发展、沉淀和积累，公司通过自建销售渠道的方式建立健全了成熟、高效的营销渠道及配套的仓储物流网络，搭建了完善的销售架构及庞大的直销销售团队，产品应用场景覆盖住宅建筑及商业综合体、体育建筑、轨道交通、酒店/度假村、学校/幼儿园、医疗建筑、工厂建筑等公共建筑，每年服务接近 5 万个客户。

在国内市场，截至 2023 年 3 月末，公司设立了三大营销中心，分别为北方营销中心、华东营销中心和南方营销中心，并划分了 93 个销售大区，设立了 934 个销售联络点。在海外市场，公司设立了大海外销售区，在 13 个国家设立了 58 个销售联络点。为快速响应客户供货需求、缩短产品交付周期，公司在国

内自建了 34 个备货仓及快速响应的物流配送体系。同时，公司积极开发“一带一路”相关新兴国家的市场，在海外亦建立了 15 个备货仓。公司现有产品形成的覆盖全国的直销渠道、广泛的应用场景、丰富的客户资源，为本次募投项目涉及的各个产品等奠定了良好的渠道基础和客户基础，使得本次募投项目涉及的产品能够充分利用公司现有销售渠道的共享效益，充分发挥公司各渠道协同优势，带动本次募投项目新增产能的消化。

此外，未来，公司将进一步推动销售渠道下沉并在县级市及县（区）等区域打造更多销售联络点。相较于竞争格局较为成熟的城市市场，下沉的县级市场人口规模较为庞大且消费者需求及消费习惯尚未形成固定市场格局，提早布局销售渠道下沉可以有效拓展公司在县级市及县（区）客户群体并打造品牌效应。公司对销售渠道的进一步下沉将带来更多客户群体，利于本次募投项目新增产能的消化。

（三）加速推进“一站式建筑配套件集成供应”发展战略

建筑行业“粗放式发展时代”渐进尾声，逐步步入“高品质发展时代”。相比消费群体早期对建筑的刚性、单一性的基本居住需求，消费群体改善需求逐步得到释放，对建筑的产品设计、产品品质、产品质量、产品创新等要求也更加多样化、个性化。此外，随着年轻消费者逐步成为社会消费的主力军，消费群体对建筑五金产品的单一偏好逐步转为整合式需求。一站式建筑配套件集成供应更能契合当下及未来消费群体对建筑多样化、个性化的消费需求以及年轻消费者的消费需求。因此，未来行业竞争重点在于能否构建品类丰富、质优价中的中高端建筑五金集成供应平台，从而满足下游客户的一站式采购需求。

未来，公司围绕着一站式建筑配套件集成供应的发展战略，以顾客需求为导向，自建销售渠道和备货仓，丰富产品品类，扩展产品应用场景，打造一站式建筑配套件集成供应平台，增强老客户黏性的同时拓展新的销售机会及客户群体，带动客户数量的上升和应用场景的拓宽，提高公司产品需求。

（四）高效的信息化系统有助于本次募投项目新增产能的消化

公司一直高度重视信息化建设，目前，公司信息化水平已达到了国内领先水平，成为公司业务拓展的重要基石。自 2013 年以来，公司引入甲骨文 ORACLE 软件，并陆续上线了 BI 数据分析、SRM 供应商关系管理、WMS/TMS 物流仓储管理、Callidus 销售提成等核心业务系统，并上线了 LMS 在线培训、KM 知识管理、OA 办公自动化等辅助软件，实现了产、供、销、人、财、物的全链条的信息化管理和数据的智能挖掘。高效的信息化系统有效地收集了各项业务所产生的数据，并协助生产、销售等环节进行分析，为决策层提供了各种决策依据和参考。高效的信息平台将帮助各个业务板块整合数据，并为各经营单元提供及时的数据分析和有效的改善建议，协助实现精细化的过程管理，大大提升了各业务链条的经营效率。

此外，为了满足客户日益增长的“一站式采购服务”的需求，公司启动了项目协同平台建设项目，并通过持续探索业务需求，建立了一套完整的项目协同系统服务平台，以构建项目协同业务的一站式服务体系，提升销售系统和产品安装市场的整体服务水平，有效地提高了客户粘性。

综上，高效的信息化系统能够有效提高公司经营效率、创造业务机会、增加客户粘性，从而助力本次募投项目新增产能的消化。

（五）加强人才储备以保证产能顺利消化

公司始终专注于建筑配套件的研发、生产和销售，多年的发展使公司积累了丰富的行业经营经验。公司拥有成熟的管理团队和研发团队，并在生产线建设与运营领域有着丰富的经验。未来，公司将坚持“以人为本”的宗旨，从“选、育、用、留”等多方面采取措施优化人力资源配置，建立从研发、生产、销售的全流程专业化人才队伍，保证本次募投项目新增产能的消化。

（六）良好的品牌形象、位居行业先列的品牌价值将利于本次新增产能的消化

品牌形象能够体现公司产品和服务的价值，是企业无形资产的重要组成部分。良好的品牌形象能够为公司产品的销售提供有力的帮助。凭借多年的发展、沉淀和积累，公司品牌价值位居行业先列。公司的“坚朗”品牌、“KIN LONG”品

牌分别于 2010 年、2014 年被国家工商行政管理总局认定为中国驰名商标，“坚朗”品牌连续多年被中国房地产业协会评定门窗五金类品牌首选第 1 名，2023 年的首选率达 22%；“坚朗”品牌在 2022 年“建筑门窗幕墙行业金轩奖”评选中荣获行业影响力品牌 TOP 榜殊荣。“海贝斯”品牌被中国房地产业协会评定为房地产开发企业综合实力 TOP500 智能门锁类品牌首选第 4 名，首选率达 9%。因此，公司良好的品牌形象、位居行业先列的品牌价值将利于本次新增产能的消化。

（七）本次募投项目产能逐步释放将利于本次新增产能的消化

公司在对生产类募投项目进行效益测算时，已充分考虑了新增产能的释放与消化过程。本次生产类募投项目“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”和“坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目”建设期为两年，项目建设完成后开始逐步释放产能。预计第三年（T3）及第四年（T4）分别实现 60%和 80%的产能，第五年（T5）实现 100%的产能。

由于本次生产类募投项目已充分考虑了新增产能的释放与消化过程，公司能够有效避免短期内产能大幅增加而带来的产能消化压力，使得公司拥有充足的时间制定完善的市场拓展计划、拓展销售渠道和丰富客户资源，利于本次新增产能的消化。

综上所述，公司拟采取的产能消化措施将利于本次新增产能的有效消化。

2-2 本次募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况，取得项目一用地的具体安排及目前进度，如无法取得募投项目用地拟采取的替代措施以及对募投项目实施的影响；

回复：

本次募集资金投资项目已完成投资主管部门相关程序、生态环境主管部门相关程序。坚朗五金中山数字化智能化产业园项目尚未投资建设，公司暂未取得节能审查意见，并将于开工建设前取得。其他募集资金投资项目无需取得节能审查意见。

公司如无法取得坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地不会对本次募投项目的实施产生重大不利影响。

一、本次募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况

（一）本次募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序

根据发行人 2023 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票方案的议案》《关于公司 2023 年度向特定对象发行 A 股股票预案的议案》等资料并经验《募集说明书》，发行人本次募集资金投资项目所在地分别为广东省、河南省。

1、本次募投项目是否需履行投资主管部门相关程序

经查询相关法律法规，国家及广东省、河南省关于企业投资项目审批、核准和备案管理的相关规定主要如下：

规范名称	主要内容
《企业投资项目核准和备案管理条例》	第三条规定：“对关系国家安全、涉及全国重大生产力布局、战略性资源开发和重大公共利益等项目，实行核准管理。具体项目范围以及核准机关、核准权限依照政府核准的投资项目目录执行。政府核准的投资项目目录由国务院投资主管部门会同国务院有关部门提出，报国务院批准后实施，并适时调整。国务院另有规定的，依照其规定。对前款规定以外的项目，实行备案管理。除国务院另有规定的，实行备案管理的项目按照属地原则备案，备案机关及其权限由省、自治区、直辖市和计划单列市人民政府规定。”
《企业投资项目核准和备案管理办法》	第五条规定：“实行核准管理的具体项目范围以及核准机关、核准权限，由国务院颁布的《政府核准的投资项目目录》（以下称《核准目录》）确定。法律、行政法规和国务院对项目核准的范围、权限有专门规定的，从其规定。《核准目录》由国务院投资主管部门会同有关部门研究提出，报国务院批准后实施，并根据情况适时调整。未经国务院批准，各部门、各地区不得擅自调整《核准目录》确定的核准范围和权限。”第六条规定：“除国务院另有规定外，实行备案管理的项目按照属地原则备案。各省级政府负责制定本行政区域内的项目备案管理办法，明确备案机关及其权限。”
《政府核准的投资项目目录（2016 年本）》	企业投资建设本目录内的固定资产投资项项目，须按照规定报送有关项目核准机关核准。企业投资建设本目录外的项目，实行备案管理。事业单位、社会团体等投资建设的项目，按照本目录执行。《政府核准的投资项目目录》中涉及到的农业水利、能源、交通运输、信息产业、原材料、机械制造、轻工、高新技术、城建、社会事业、外商投资、境外投资的固定资产投资类项目应当执行核准。
《政府核准的投资项目目录（河南省 2017 年本）》	本目录规定由市、县级政府投资主管部门分别核准的项目，凡是在县级政府管辖境内的，由县级政府投资主管部门核准。本目录规定由省辖市、省直管县（市）政府投资主管部门核准的项目，核准权限不得下放，但可委托经省委、省政府赋予具有市级经济管理权限的机构履行核准职责。郑州航空港经济综合实验区享有本目录规定的省辖市、县级政府核准权限。报核准机关核准的项目，事前须征求同级行业管理部门的意见。
《广东省政府核准的投资项目目录（2017 年本）》	企业投资建设本目录内的固定资产投资项项目，须按照规定报送有关项目核准机关核准。企业投资建设本目录外的项目，实行备案管理。事业单位、社会团体等利用自有资金、不申请政府投资建设的项目，按照企业投资项目进行管理。

经查验，本次募集资金投资项目不属于《政府核准的投资项目目录（2016年本）》《广东省政府核准的投资项目目录（2017年本）》《政府核准的投资项目目录（河南省 2017年本）》规定的需要取得政府核准的投资项目，项目投资不涉及跨县（市、区）、跨市（州）。因此，根据《企业投资项目核准和备案管理条例》《企业投资项目核准和备案管理办法》的规定，本次募集资金投资项目应当按照属地原则由项目所在地县（市、区）人民政府投资主管部门备案。

2、本次募投项目是否需履行生态环境主管部门相关程序

经查询相关法律法规，国家及广东省、河南省关于建设项目环境影响评价的相关规定主要如下：

规范名称	主要内容
《中华人民共和国环境影响评价法》	第二十二规定：“建设项目的环境影响报告书、报告表，由建设单位按照国务院的规定报有审批权的生态环境主管部门审批。” 第二十三规定：“国务院生态环境主管部门负责审批下列建设项目的环境影响评价文件：（一）核设施、绝密工程等特殊性质的建设项目；（二）跨省、自治区、直辖市行政区域的建设项目；（三）由国务院审批的或者由国务院授权有关部门审批的建设项目。前款规定以外的建设项目的环境影响评价文件的审批权限，由省、自治区、直辖市人民政府规定。”
《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》	第二条规定：“根据建设项目特征和所在区域的环境敏感程度，综合考虑建设项目可能对环境产生的影响，对建设项目的环境影响评价实行分类管理。建设单位应当按照本名录的规定，分别组织编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表。”
《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》	省级生态环境部门应根据本公告，结合本地区实际情况和基层生态环境部门承接能力，及时调整公告目录以外的建设项目环境影响评价文件审批权限，报省级人民政府批准并公告实施。水利、能源、交通运输、原材料、核与辐射、海洋、绝密工程及其他由国务院或国务院授权有关部门审批的应编制环境影响报告书的项目（不包括不含水库的防洪治涝工程，不含水库的灌区工程，研究和试验发展项目，卫生项目）应当由生态环境部审批。
《建设项目环境影响评价文件分级审批规定》	第二条规定：“建设对环境有影响的项目，不论投资主体、资金来源、项目性质和投资规模，其环境影响评价文件均应按照本规定确定分级审批权限。” 第八条规定：“第五条规定以外的建设项目环境影响评价文件的审批权限，由省级环境保护部门参照第四条及下述原则提出分级审批建议，报省级人民政府批准后实施，并抄报环境保护部。（一）有色金属冶炼及矿山开发、钢铁加工、电石、铁合金、焦炭、垃圾焚烧及发电、制浆等对环境可能造成重大影响的建设项目环境影响评价文件由省级环境保护部门负责审批。（二）化工、造纸、电镀、印染、酿造、味精、柠檬酸、酶制剂、酵母等污染较重的建设项目环境影响评价文件由省级或地级市环境保护部门负责审批。（三）法律和法规关于建设项目环境影响评价文件分级审批管理另有规定的，按照有关规定执行。”
《广东省人民政府关于印发广东省建设项目环境影响评价文件分级审批办法的通知》	第四条规定：“省级生态环境主管部门负责审批下列建设项目环境影响报告书、环境影响报告表（按规定由国务院生态环境主管部门审批的除外）： （一）跨地级以上市行政区域的建设项目。（二）可能在重点区域、重点流域造成重大环境影响的建设项目。（三）按照法律、法规和规章规定，由省级生态环境主管部门审批环境影响报告书、环境影响报告表的建设项目。具体名录由省级生态环境主管部门依法制订、调整和发布。”

	第五条规定：“地级以上生态环境主管部门负责审批按规定由国务院和省级生态环境主管部门审批以外的建设项目环境影响报告书、环境影响报告表，依法制定、调整和发布具体名录，并报省级生态环境主管部门备案。”
《河南省环境保护厅关于下放部分建设项目环境影响评价文件审批权限的公告》	根据《建设项目环境影响评价分类管理名录》（环保部令第44号）、《政府核准的投资项目目录(河南省2017年本)》调整情况，我厅对2016年第10号公告内容进行了调整，将其中部分项目环境影响评价文件审批权限再下放一批至省辖市、省直管县（市）环保部门。
《河南省生态环境厅关于进一步下放部分建设项目环境影响评价文件审批权限的公告》	按照“不忘初心、牢记使命”主题教育及当前“放管服”改革的要求，为进一步改进作风，提高建设项目环境管理效能，推进简政放权，服务基层，服务企业，优化营商环境，依照《中华人民共和国环境影响评价法》相关规定，经省政府批准，我厅再下放一批建设项目环境影响评价文件审批权限至省辖市生态环境部门。

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》、东莞市生态环境局塘厦分局出具的《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司信息化系统升级改造项目豁免环评管理的意见》《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司总部自动化升级改造项目豁免环评管理的意见》并经查验，坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目属于豁免环评管理的建设项目。

根据《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》、环境影响报告表，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目属于应当编制环境影响报告表的项目。根据《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》《建设项目环境影响评价文件分级审批规定》《广东省人民政府关于印发广东省建设项目环境影响评价文件分级审批办法的通知》《河南省环境保护厅关于下放部分建设项目环境影响评价文件审批权限的公告》《河南省生态环境厅关于进一步下放部分建设项目环境影响评价文件审批权限的公告》，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目应当由中山市生态环境局进行审批，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目应当由卫辉市环境保护局进行审批。

3、本次募集资金投资项目是否需履行节能审查主管部门相关程序

根据现行有效的《固定资产投资项目节能审查办法》第三条，“企业投资项目，建设单位需在开工建设前取得节能审查机关出具的节能审查意见。”

第九条：“……年综合能源消费量（建设地点、主要生产工艺和设备未改变的改建项目按照建成投产后年综合能源消费增量计算，其他项目按照建成投产后年综合能源消费量计算，电力折算系数按当量值，下同）10000吨标准煤及以

上的固定资产投资项目，其节能审查由省级节能审查机关负责。其他固定资产投资项目，其节能审查管理权限由省级节能审查机关依据实际情况自行决定。年综合能源消费量不满 1000 吨标准煤且年电力消费量不满 500 万千瓦时的固定资产投资项目，涉及国家秘密的固定资产投资项目以及用能工艺简单、节能潜力小的行业（具体行业目录由国家发展改革委制定公布并适时更新）的固定资产投资项目，可不单独编制节能报告。项目应按照相关节能标准、规范建设，项目可行性研究报告或项目申请报告应对项目能源利用、节能措施和能效水平等进行分析。节能审查机关对项目不再单独进行节能审查，不再出具节能审查意见……”

根据《广东省固定资产投资项目节能审查实施办法》（粤发改资环〔2018〕268 号）第五条，“企业投资项目，建设单位需在项目开工建设之前取得节能审查意见。”

第七条：“年综合能源消费量 1000 吨标准煤以上（含 1000 吨标准煤；改扩建项目按照建成投产后年综合能源消费增量计算，电力折算系数按当量值，下同），或年电力消费量 500 万千瓦时以上（含 500 万千瓦时）的固定资产投资项目，应单独进行节能审查。年综合能源消费量不满 1000 吨标准煤，且年电力消费量不满 500 万千瓦时，以及国家明确不需单独进行节能审查的行业目录中的项目，按照相关节能标准、规范建设，不单独进行节能审查。”

根据《河南省固定资产投资项目节能审查实施细则》第六条：“具有下列情形之一的固定资产投资项目，项目建设单位应按照相关节能标准、规范建设，节能审查机关不再单独进行节能审查：（一）年综合能源消费量不满 1000 吨标准煤，且年电力消费量不满 500 万千瓦时的项目；（二）国家发展改革委公布的不再单独进行节能审查行业目录内的项目。”

结合上述规定，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目预计的年综合能源消费量、年电力消费量及是否需要办理节能审查情况如下：

序号	项目名称	项目实施地	年综合能源消费量 (吨标准煤)	年电力消费量 (万千瓦时)	是否需要进行节能审查
----	------	-------	--------------------	------------------	------------

1	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	广东中山	2,229.40	1,728.28	是
2	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	河南新乡	901.40	349.45	否

注：坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目不直接消耗煤炭，主要消耗能源为水、电力、天然气等，故上表的年综合能源消费量（吨标准煤）系根据水、电力、天然气的耗用量及折算标准煤系数进行折算后的标准煤消费量。

据此，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目需要按照《固定资产投资项项目节能审查办法》及《广东省固定资产投资项项目节能审查实施办法》的规定进行节能审查并取得节能审查意见。截至本问询函回复签署日，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目尚未投资建设，发行人暂未取得节能审查意见，并将于开工建设前取得。

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目按照《固定资产投资项项目节能审查办法》及《河南省固定资产投资项项目节能审查实施细则》的规定无需单独进行节能审查，无需取得节能审查意见。

公司其他募投项目不涉及生产，无需取得节能审查意见。

（二）本次募集资金投资项目履行主管部门审批、核准、备案等程序的情况

1、本次募集资金投资项目履行投资主管部门相关程序的情况

本次募集资金投资项目的备案情况如下：

项目名称	实施主体	项目代码	备案机关	备案日期
坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	中山坚朗、坚朗精密、坚朗照明、广东海贝斯	2304-442000-04-01-571672	中山市发展和改革局	2023.04.14
坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	发行人河南分公司、河南坚朗	2304-410718-04-01-837823	卫辉市发展和改革委员会	2023.04.18
坚朗五金信息化系统升级建设项目	发行人	2304-441900-04-04-345313	东莞市发展和改革局	2023.04.07
坚朗五金总部自动化升级改造项目	发行人	2304-441900-04-02-775440	东莞市发展和改革局	2023.04.17

据此，本次募集资金投资项目已完成投资主管部门备案程序。

2、本次募集资金投资项目履行生态环境主管部门相关程序的情况

公司募集资金投资项目的环境影响评价情况如下：

序号	项目名称	环境影响评价情况
1	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	已取得中山市生态环境局出具的“中（榄）环建表（2023）0031号”《中山市生态环境局关于<坚朗五金中山数字化智能化产业园项目环境影响报告表>的批复》
2	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	已取得卫辉市环境保护局（新乡市生态环境局卫辉分局）出具的“卫环监〔2023〕11号”《卫辉市环境保护局关于<广东坚朗五金制品股份有限公司坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目环境影响报告表>的批复》以及《关于增加河南坚朗作为项目实施主体无需重新办理环评的说明函》
3	坚朗五金信息化系统升级建设项目	已取得东莞市生态环境局塘厦分局出具的《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司信息化系统升级改造项目豁免环评管理的意见》
4	坚朗五金总部自动化升级改造项目	已取得东莞市生态环境局塘厦分局出具的《关于对广东坚朗五金制品股份有限公司总部自动化升级改造项目豁免环评管理的意见》

据此，本次募集资金投资项目已完成生态环境主管部门环评程序。

3、本次募集资金投资项目履行节能审查主管部门相关程序的情况

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目需要按照《固定资产投资项目节能审查办法》及《广东省固定资产投资项目节能审查实施办法》的规定进行节能审查并取得节能审查意见。其他募集资金投资项目无需取得节能审查意见。

根据现行有效的《固定资产投资项目节能审查办法》第三条，“企业投资项目，建设单位需在开工建设前取得节能审查机关出具的节能审查意见。”

截至本问询函回复签署日，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目尚未投资建设，故公司暂未取得节能审查意见，并将于开工建设前取得。

二、坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地的具体安排及目前进度，如无法取得募投项目用地拟采取的替代措施以及对募投项目实施的影响

（一）坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地的具体安排及目前进度

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目位于广东省中山市小榄镇永宁工业大道。为落实本项目用地、保证本项目顺利实施，2023年5月，中山市小榄镇人民政府出具了《关于广东中山坚朗科技有限公司项目用地事宜的说明函》（以下简称“《说明函》”），说明的主要内容如下：

“目标地块正在完善土地出让前期手续，目前处于待征收阶段，预计一期约

67 亩，在 2023 年 9 月及之前完成招拍挂程序；二期约 40 亩，在 2024 年 4 月及之前完成招拍挂程序。预留目标地块予中山坚朗投资建设“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”，我方将协助中山坚朗在竞得项目地块后 1 个月内（或尽快）与相关部门签订土地出让合同，并协助中山坚朗在交地手续完成后办理土地权属证明文件/不动产权证。

中山坚朗在合法合规程序下取得前述项目规划用地的土地使用权不存在实质性障碍。截至该说明出具之日，各方正在积极推进项目土地取得应履行的各项手续。如该项目用地无法按照计划取得，我方将与相关部门积极协调附近其他可用地块，以满足中山坚朗项目的用地需求，保证中山坚朗项目的顺利实施。”

根据上述《说明函》，公司取得该地块的具体安排为在 2023 年 9 月及之前完成一期约 67 亩土地的招拍挂程序；在 2024 年 4 月及之前完成二期约 40 亩土地的招拍挂程序”。

根据中山市小榄镇人民政府于 2023 年 6 月 20 日发布的《关于公布实施〈中山市小榄镇永宁工业大道片区城市更新片区策划（单元规划）〉成果的公告》等公告并经发行人确认，截至本问询函回复签署日，项目一用地所在片区的更新规划已于 2023 年 5 月 30 日经中山市人民政府批准并已进行结果公告，正在完善土地出让前期手续。

（二）无法取得募投项目用地拟采取的替代措施以及对募投项目实施的影响

根据中山市小榄镇人民政府出具的《说明函》：“中山坚朗在合法合规程序下取得前述项目规划用地的土地使用权不存在实质性障碍”“如该项目用地无法按计划取得，我方将与相关部门积极协调附近其他可用地块，以满足中山坚朗项目用地需求，保证中山坚朗项目的顺利实施”。

据此，如果广东中山坚朗科技有限公司无法取得上述募投项目用地，中山市小榄镇人民政府将协调其他地块作为替代，以满足坚朗五金中山数字化智能化产业园项目的用地需求。

因此，公司尚未取得坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地不会对本次募投项目的实施产生重大不利影响。

2-3 结合公司在手订单或意向性合同、竞争对手、同行业同类或类似项目情况，募投项目收益情况的测算过程、测算依据，包括各年预测收入构成、销量、毛利率、净利润、项目税后内部收益率的具体计算过程等，说明募投项目效益测算的合理性及谨慎性；

回复：

结合本次募投项目效益测算过程及依据合理、本次募投项目预测的效益指标与同行业可比公司的案例不存在较大差异、公司在手订单储备充足等情况，本次募投项目效益的测算具有合理性及谨慎性。

一、募投项目收益情况的测算过程与测算依据合理

本次募投项目中的坚朗五金中山数字化智能化产业园项目和坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目为本次募投项目中的生产项目，直接产生经济效益。而坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目和补充流动资金项目，不直接产生经济效益。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目和坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目效益测算过程及依据合理，具体效益测算过程与测算依据如下：

（一）坚朗五金中山数字化智能化产业园项目

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目建设期为 24 个月，计算期为 10 年（含项目建设期）。本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 336,448.91 万元，年均净利润 23,998.24 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.64 年；内部收益率（税后）为 14.97%。本项目的效益测算具有合理性及谨慎性。效益测算的主要计算过程如下：

1、销售收入

本项目各产品的销量按照年产能及产能利用率进行预测，第 1 年和第 2 年为建设期，无销量；第 3 年产能利用率达 60%；第 4 年产能利用率达 80%；第

5年完全达产。本项目各产品的销售单价主要依据各产品2022年的销售价格进行预测。本项目达产后，公司能够新增智能锁年产能324万套、机械电子锁274.5万套及配套合页684万副、照明灯具年产能309万套、淋浴房年产能59.4万套、水龙头年产能33万件、地漏年产能99万件、保护膜4,320.00吨，可实现年均销售收入336,448.91万元。

本项目计算期内预计营业收入情况如下：

产品类别	项目	T+1至T+2年	T+3年	T+4年	T+5年至T+10年
智能锁	销量（万套）	-	194.40	259.20	324.00
	营业收入（万元）	-	89,473.04	118,074.58	146,080.62
机械电子锁	销量（万套）	-	164.70	219.60	274.50
	营业收入（万元）	-	35,126.25	46,835.00	58,543.76
合页	销量（万副）	-	410.40	547.20	684.00
	营业收入（万元）	-	13,404.82	17,873.09	22,341.36
照明灯具	销量（万套）	-	185.40	247.20	309.00
	营业收入（万元）	-	16,047.91	21,397.21	26,746.52
淋浴房	销量（万套）	-	35.64	47.52	59.40
	营业收入（万元）	-	38,459.58	51,279.44	64,099.30
水龙头	销量（万套）	-	19.80	26.40	33.00
	营业收入（万元）	-	3,950.48	5,267.31	6,584.13
地漏	销量（万件）	-	59.40	79.20	99.00
	营业收入（万元）	-	1,590.67	2,120.89	2,651.11
保护膜	销量（吨）	-	2,592.00	3,456.00	4,320.00
	营业收入（万元）	-	5,641.27	7,521.69	9,402.11
营业收入合计		-	203,694.01	270,369.21	336,448.91

2、成本、费用及税金

（1）营业成本

本项目的营业成本主要包括原材料、直接人工、制造费用等。原材料成本主要依据本项目的营业成本主要包括原材料、直接人工、制造费用等。本项目各产品的营业成本主要依据各产品2022年单位成本及产量计算得出，智能锁中的公寓智能锁主要根据前期研发打样及产品物料清单预测得出。

(2) 期间费用

本项目的期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用。各期间费用率主要依据公司 2020 年至 2022 年的平均费率得出。

(3) 税金及附加

本项目的税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加和印花税。城市维护建设税=应交增值税×5%，教育费附加=应交增值税×3%，地方教育费附加=应交增值税×2%，印花税=营业收入×0.03%。

(4) 企业所得税

本项目的企业所得税率为 25%。

3、毛利率及净利润

根据上述销售收入、成本、费用及税金的效益测算，本项目计算期内预计的毛利率及净利润情况如下：

单位：万元

项目	T+1 至 T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年至 T+10 年
一、主营业务收入	-	203,694.01	270,369.21	336,448.91
减：主营业务成本	-	135,629.52	180,839.36	226,049.20
税金及附加	-	584.66	1,800.94	2,231.05
销售费用	-	29,250.71	38,825.35	48,314.47
管理费用	176.34	9,234.36	12,257.04	15,252.73
研发费用	-	7,630.64	10,128.37	12,603.80
二、利润总额	-176.34	21,364.13	26,518.16	31,997.65
减：所得税	-	5,341.03	6,629.54	7,999.41
三、净利润	-176.34	16,023.10	19,888.62	23,998.24
四、毛利率	-	33.42%	33.11%	32.81%

4、项目内部收益率计算

本项目预计的内部收益率情况如下：

单位：万元

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年

1.0	现金流入	-	-	230,174.24	305,517.21	380,187.27
1.1	营业收入	-	-	203,694.01	270,369.21	336,448.91
1.2	回收资产余值	-	-	-	-	-
1.3	回收流动资金	-	-	-	-	-
1.4	销项税	-	-	26,480.22	35,148.00	43,738.36
2.0	现金流出	52,577.66	43,016.25	248,902.63	295,782.19	366,060.43
2.1	项目建设投资	52,577.66	43,016.25	-	-	-
2.2	流动资金投入	-	-	47,701.30	15,320.99	15,038.80
2.3	应交增值税	-	-	5,235.52	17,198.27	21,301.19
2.4	进项税	-	-	13,462.30	17,949.73	22,437.17
2.5	经营成本	-	-	176,577.82	236,882.72	297,052.80
2.6	税金及附加	-	-	584.66	1,800.94	2,231.05
2.7	所得税	-	-	5,341.03	6,629.54	7,999.41
3.0	税后净现金流量	-52,577.66	-43,016.25	-18,728.40	9,735.02	14,126.84
序号	项目	T+6 年	T+7 年	T+8 年	T+9 年	T+10 年
1.0	现金流入	380,187.27	380,187.27	380,187.27	380,187.27	499,797.28
1.1	营业收入	336,448.91	336,448.91	336,448.91	336,448.91	336,448.91
1.2	回收资产余值	-	-	-	-	41,548.91
1.3	回收流动资金	-	-	-	-	78,061.10
1.4	销项税	43,738.36	43,738.36	43,738.36	43,738.36	43,738.36
2.0	现金流出	351,021.63	351,021.63	351,411.79	351,411.79	351,411.79
2.1	项目建设投资	-	-	-	-	-
2.2	流动资金投入	-	-	-	-	-
2.3	应交增值税	21,301.19	21,301.19	21,301.19	21,301.19	21,301.19
2.4	进项税	22,437.17	22,437.17	22,437.17	22,437.17	22,437.17
2.5	经营成本	297,052.80	297,052.80	297,442.96	297,442.96	297,442.96
2.6	税金及附加	2,231.05	2,231.05	2,231.05	2,231.05	2,231.05
2.7	所得税	7,999.41	7,999.41	7,999.41	7,999.41	7,999.41
3.0	税后净现金流量	29,165.64	29,165.64	28,775.48	28,775.48	148,385.49

按照上述所得税后净现金流量计算，本项目的内部收益率（税后）为14.97%。

（二）坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目

项目建设期为 24 个月，计算期为 10 年（含项目建设期）。本项目预计建设完成并全部达产后，可实现年均销售收入 33,206.65 万元，年均净利润 2,846.59 万元。本项目的动态投资回收期（税后）为 9.78 年；内部收益率（税后）为 13.70%。本项目的效益测算具有合理性。效益测算的主要计算过程如下：

1、销售收入

本项目各产品的销量按照年产能及产能利用率进行预测，第 1 年和第 2 年为建设期，无销量；第 3 年产能利用率达 60%；第 4 年产能利用率达 80%；第 5 年完全达产。本项目各产品的销售单价主要依据同类型产品生产企业的市场售价进行预测。本项目达产后，公司能够新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘，可实现年均销售收入 33,206.65 万元。

本项目计算期内预计营业收入情况如下：

产品类别	项目	T+1 至 T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年至 T+10 年
钢制装饰板	销量（万平方）	-	63.00	84.00	105.00
	营业收入（万元）	-	14,326.87	19,102.49	23,878.12
钢制门	销量（万樘）	-	5.40	7.20	9.00
	营业收入（万元）	-	5,597.12	7,462.82	9,328.53
营业收入合计		-	19,923.99	26,565.32	33,206.65

2、成本费用、费用及税金

（1）营业成本

本项目的营业成本主要包括原材料、直接人工、制造费用。原材料成本主要依据近期原材料采购价格、生产损耗及产量计算得出。直接人工主要依据劳动定员数量及人均薪酬计算得出。制造费用主要依据公司 2022 年水电费、折旧摊销等费用及产量计算得出。

（2）期间费用测算

本项目的期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用。各期间费用率主要依据公司 2020 年至 2022 年的平均费率得出。

(3) 税金及附加

本项目的税金及附加包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加和印花税。城市维护建设税=应交增值税×5%，教育费附加=应交增值税×3%，地方教育费附加=应交增值税×2%，印花税=营业收入×0.03%。

(4) 企业所得税

本项目的企业所得税率为 25%。

3、毛利率及净利润

根据上述销售收入、成本、费用及税金的效益测算，本项目计算期内预计的毛利率及净利润情况如下：

单位：万元

项目	T+1 至 T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年至 T+10 年
一、主营业务收入	-	19,923.99	26,565.32	33,206.65
减：主营业务成本	-	13,017.76	17,357.02	21,696.27
税金及附加	-	-	143.75	197.03
销售费用	-	2,861.11	3,814.81	4,768.51
管理费用	19.24	903.24	1,204.32	1,505.41
研发费用	-	746.38	995.17	1,243.96
二、利润总额	-19.24	2,395.49	3,050.24	3,795.46
减：所得税	-	598.87	762.56	948.86
三、净利润	-	1,796.62	2,287.68	2,846.59
四、毛利率	-	34.66%	34.66%	34.66%

4、项目内部收益率计算

本项目预计的内部收益率情况如下：

序号	项目	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年
1.0	现金流入	-	-	22,514.11	30,018.81	37,523.51
1.1	营业收入	-	-	19,923.99	26,565.32	33,206.65
1.2	回收资产余值					
1.3	回收流动资金					
1.4	销项税	-	-	2,590.12	3,453.49	4,316.86

2.0	现金流出	7,331.08	7,156.24	23,749.56	28,425.11	35,509.65
2.1	项目建设投资	7,331.08	7,156.24			
2.2	流动资金投入	-	-	5,072.32	1,690.77	1,690.77
2.3	经营成本	-	-	16,670.45	22,513.28	28,356.11
2.4	应交增值税				1,437.52	1,970.35
2.5	进项税	-	-	1,407.91	1,877.21	2,346.52
2.6	税金及附加	-	-	-	143.75	197.03
2.7	所得税	-	-	598.87	762.56	948.86
3.0	税后净现金流量	-7,331.08	-7,156.24	-1,235.45	1,593.70	2,013.86
序号	项目	T+6年	T+7年	T+8年	T+9年	T+10年
1.0	现金流入	37,523.51	37,523.51	37,523.51	37,523.51	52,316.05
1.1	营业收入	33,206.65	33,206.65	33,206.65	33,206.65	33,206.65
1.2	回收资产余值					6,338.67
1.3	回收流动资金					8,453.87
1.4	销项税	4,316.86	4,316.86	4,316.86	4,316.86	4,316.86
2.0	现金流出	33,818.88	33,818.88	33,848.37	33,848.37	33,848.37
2.1	项目建设投资					
2.2	流动资金投入	-	-	-	-	-
2.3	经营成本	28,356.11	28,356.11	28,385.61	28,385.61	28,385.61
2.4	应交增值税	1,970.35	1,970.35	1,970.35	1,970.35	1,970.35
2.5	进项税	2,346.52	2,346.52	2,346.52	2,346.52	2,346.52
2.6	税金及附加	197.03	197.03	197.03	197.03	197.03
2.7	所得税	948.86	948.86	948.86	948.86	948.86
3.0	税后净现金流量	3,704.63	3,704.63	3,675.14	3,675.14	18,467.68

按照上述所得税后净现金流量计算，本项目的内部收益率（税后）为13.70%。

二、经与同行业可比公司的案例、发行人最近三年效益指标比对，本次募投项目效益测算合理

（一）本次募投项目预测的效益指标与同行业可比公司的案例不存在较大差异

公司本次募投项目的毛利率、净利率、内部收益率、投资回收期与同行业可比公司的案例的对比情况如下：

公司名称	项目名称	毛利率	净利率	内部收益率 (税后)	投资回收期(税 后)(年)
帝欧家居	欧神诺八组年产 5000 万平方高端墙地砖智能化生产线(节能减排、节水)项目	35.60%	12.47%	7.52%	12.80
	两组年产 1300 万m ² 高端陶瓷地砖智能化生产线项目	40.01%	17.26%	14.57%	6.46
东方雨虹	年产 2 万吨新型节能保温密封材料项目	未披露	未披露	17.72%	未披露
	广东东方雨虹建筑材料有限公司花都生产基地项目	未披露	未披露	19.81%	未披露
	保定东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	未披露	未披露	18.95%	未披露
	东方雨虹海南洋浦绿色新材料综合产业园项目	未披露	未披露	17.76%	未披露
	南通东方雨虹建筑材料有限公司生产基地项目	未披露	未披露	15.54%	未披露
	年产 13.5 万吨功能薄膜项目	未披露	未披露	13.64%	未披露
	年产 15 万吨非织造布项目	未披露	未披露	14.69%	未披露
	唐山年产 10 万吨聚氨酯防水涂料项目	未披露	未披露	17.57%	未披露
	芜湖新型建筑防水、防腐和保温材料生产研发项目(一期)	未披露	未披露	16.42%	未披露
	杭州东方雨虹生产研发基地建设项目(一期)	未披露	未披露	14.32%	未披露
青岛东方雨虹生产研发基地建设项目(一期)	未披露	未披露	18.08%	未披露	
三棵树	湖北三棵树年产 100 万吨涂料及配套建设项目	42.64%	10.30%	24.47%	5.80
	福建省三棵树新材料有限公司高新材料综合产业园项目(一期一阶段)	41.12%	9.30%	26.82%	5.66
	安徽三棵树涂料有限公司涂料生产及配套建设四期项目	38.69%	7.51%	20.59%	6.46
科顺股份	安徽滁州防水材料扩产项目一期	22.85%	6.93%	14.86%	7.47
	安徽滁州防水材料扩产项目二期	22.33%	6.52%	17.20%	7.03
	福建三明防水材料扩产项目	22.06%	6.01%	14.68%	8.15
	重庆长寿防水材料扩产项目	22.37%	6.60%	18.47%	6.91
	智能化升级改造项目	23.63%	8.28%	18.33%	6.68
发行人	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	32.81%	7.13%	14.97%	9.64
	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	34.66%	8.57%	13.70%	9.78

根据上表可见，公司本次募投项目的效益指标与同行业可比公司的案例不存在较大差异。

(二) 本次募投项目预测的效益指标低于相似产品上市公司投资项目案例

公司本次募投项目的毛利率、净利率、内部收益率、投资回收期与相似产品上市公司投资项目案例的对比情况如下：

公司名称	项目名称	毛利率	净利率	内部收益率(税后)	投资回收期(税后)(年)
佛山照明	佛山照明自动化改造与数字化转型建设项目	未披露	18.89%	17.67%	6.31(静态)
	佛山照明海南产业园一期	未披露	14.57%	16.29%	6.86(静态)
	智慧路灯建设项目	未披露	9.23%	23.48%	5.29(静态)
	车灯模组生产建设项目	未披露	6.89%	18.06%	6.10(静态)
华体科技	智慧路灯智能制造项目	未披露	未披露	22.72%	6.52(静态)
聚飞光电	惠州LED产品扩产项目	未披露	未披露	16.58%	6.98(静态)
王力安防	新增年产36万套物联网智能家居生产基地建设项目	未披露	10.98%	20.82%	7.64
美科科技	精密结构件智能制造扩产项目	未披露	未披露	13.35%	8.66
箭牌家居	智能家居产品产能技术改造项目	未披露	11.24%	21.55%	6.12
	年产1000万套水龙头、300万套花洒项目	未披露	11.42%	20.50%	5.88
发行人	坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	32.81%	7.13%	14.97%	9.64
	坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	34.66%	8.57%	13.70%	9.78

注：1、美科科技目前上市委会议通过，尚未注册；

2、精密结构件智能制造扩产项目包含锁具产品；

3、数据来源：上市公司公开披露的信息。

根据上表可见，总体而言，公司本次募投项目的效益指标不存在显著高于相似产品上市公司投资项目案例的情况，显示了本次募投项目效益测算的合理性及谨慎性。

(三) 本次募投项目预测的毛利率、期间费用率与公司最近三年毛利率平均值、期间费用率平均值不存在较大差异

公司本次募投项目的毛利率与公司最近三年毛利率平均值的对比情况如下：

项目	毛利率
2022年度	30.27%
2021年度	35.24%
2020年度	39.25%

项目	毛利率
平均值	34.92%
坚朗五金中山数字化智能化产业园项目	32.81%
坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目	34.66%

注：上表本次募投项目的毛利率为该募投项目达产年的毛利率。

根据上表可见，公司本次募投项目的毛利率与公司最近三年毛利率平均值不存在较大差异，公司本次募投项目的各期间费用率主要依据公司 2020 年至 2022 年的平均费率得出，故与公司最近三年期间费用率平均值也不存在较大差异。

公司本次募投项目的毛利率与略高于公司 2022 年毛利率，主要原因系公司产品品类众多，除本次募投项目涉及的智能锁、机械电子锁、照明灯具和卫浴产品（含淋浴房）等外，公司生产的产品还包括门窗五金系统、其他家居类产品、门窗配套件系统、点支承玻璃幕墙构配件、门控五金系统、不锈钢护栏构配件等，使得本次募投项目涉及的产品与公司 2022 年销售的产品并非完全一致，故两者毛利率有所差异。若按照本次募投项目涉及的产品口径，2022 年，本次募投项目涉及的产品的毛利率为 39.53%，略高于本次募投项目的毛利率，显示了本次募投项目效益测算的合理性及谨慎性。

三、公司现有订单储备充足

2022 年末和 2023 年 5 月末，公司在手订单金额情况如下：

项目	单位：万元	
	2023 年 5 月末	2022 年末
在手订单金额	409,429.66	312,709.81
其中：涉及募投产品在手订单金额	99,622.84	82,700.75

2022 年末和 2023 年 5 月末，公司的在手订单金额保持在 30 亿元以上，维持在较高水平，其中涉及募投产品的在手订单金额保持在 8 亿元以上，亦维持在较高水平。公司在手订单储备充足，本次募投项目效益测算具备合理性。

综上所述，结合本次募投项目效益测算过程及依据合理、本次募投项目预测的效益指标与同行业可比公司的案例不存在较大差异、本次募投项目的效益

指标不存在显著高于相似产品上市公司投资项目案例的情况、公司在手订单储备充足等情况，本次募投项目效益的测算具有合理性及谨慎性。

2-4 量化分析募投项目新增折旧摊销对发行人经营业绩的影响

回复：

本次募投项目达产后，本次募投项目年新增的折旧摊销总额占公司 2022 年营业收入及本次募投项目预计收入比例较低，不会对公司经营业绩造成重大不利影响。

本次募投项目新增折旧摊销对发行人业绩的影响测算情况如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9-T+10
新增折旧摊销 (A)	712.05	2,490.59	9,998.85	10,237.26	10,237.26	10,016.10	9,016.14	7,614.27	7,603.51
2022 年营业收入 (B)	764,827.03								
新增营业收入 (C)	-	-	226,208.12	300,388.02	373,972.42				
新增折旧摊销占现有营业收入比 (D=A/B)	0.09%	0.33%	1.31%	1.34%	1.34%	1.31%	1.18%	1.00%	0.99%
新增折旧摊销占新增营业收入比 (E=A/C)	-	-	4.42%	3.41%	2.74%	2.68%	2.41%	2.04%	2.03%

注：上述假设仅为测算本次募投项目相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对以后年度盈利情况的承诺，也不代表公司对以后年度经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

公司本次募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目及补充流动资金。除补充流动资金外，公司其余募投项目总投资规模为 161,435.91 万元，该些募投项目全部建成达产后，公司预计每年新增最大折旧摊销 10,237.26 万元，占 2022 年营业收入的比例为 1.34%。

2-5 请发行人补充披露相关风险。

回复：

公司已在募集说明书之“重大事项提示”之“一、重大风险提示”之“（三）募投项目产能消化风险”和“（八）募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险”以及“第七节 与本次发行相关的风险因素”之“一、募投项目相关的风险”之“（一）募投项目产能消化风险”和“（三）募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险”补充披露了募投项目产能消化风险、募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险，具体情况如下：

“（三）募投项目产能消化风险”

公司本次募集资金投资的项目中涉及生产类的项目分别为“坚朗五金中山数字化智能化产业园项目”和“坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目”，项目建成后将增加智能锁、机械电子锁具、照明灯具、卫浴产品、装配式金属复合装饰材料等产品的产能。

最近三年，智能锁、机械电子锁、照明灯具、卫浴产品（含淋浴房）已有年产能及产能利用率情况如下：

产品分类	项目	单位	2022 年度	2021 年度	2020 年度
智能锁	产能	万套	120.00	120.00	88.00
	产能利用率	/	90.35%	98.86%	85.26%
机械电子锁	产能	万套	115.00	115.00	80.00
	产能利用率	/	81.28%	88.93%	85.96%
照明灯具	产能	万套	80.00	80.00	40.00
	产能利用率	/	80.53%	85.68%	80.55%
卫浴产品（含淋浴房）	产能	万套	16.00	16.00	12.00
	产能利用率	/	78.50%	86.31%	80.33%

注：报告期内，公司无装配式金属复合装饰材料（钢制装饰板、钢制门）的产能。

坚朗五金中山数字化智能化产业园项目达产后，将新增智能锁年产能 324 万套、机械电子锁 274.5 万套及配套合页 684 万副、照明灯具年产能 309 万套、淋浴房年产能 59.4 万套、水龙头年产能 33 万件、地漏年产能 99 万件等；坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目达产后，将新增钢制装饰板 105 万平方、钢制门 9 万樘等。

因此，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目将大幅提升智能锁、机械电

子锁、照明灯具、卫浴产品等的产能，具体扩张幅度如下：

序号	产品分类	现有产能(万套)	本次募投新增产能(万套)	扩张幅度
1	智能锁	120.00	324.00	270.00%
2	机械电子锁	115.00	274.50	238.70%
3	照明灯具	80.00	309.00	386.25%
4	卫浴产品(含淋浴房)	16.00	59.40	371.25%

注：1、合页为机械电子锁配套件，故本次募投新增的机械电子锁具产能按照 274.50 万套计算；

2、水龙头、地漏为淋浴房配件，故本次募投新增的卫浴产品产能按照 59.40 万套计算。

由于本次募投项目将大幅新增产能，未来若下游市场需求缩减或公司采取的各类产能消化措施不及预期，则依然面临新增产能无法及时消化的风险，进而对公司业绩产生重大不利影响。此外，若国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司在设计研发、经营管理、市场开拓等方面不能与扩张后的业务规模相匹配，则可能导致公司新建募投项目的产能无法完全消化，进而对公司业绩产生重大不利影响。

此外，坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目将新增钢制装饰板、钢制门等新产品的产能，具体扩张情况如下：

序号	产品分类	现有产能	本次募投新增产能
1	钢制装饰板(万平方)	-	105.00
2	钢制门(万樘)	-	9.00

坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目涉及新增钢制装饰板、钢制门产能是公司对于涉及相关业务的上市及非上市公司进行调研后，并结合自身经营规模、销售渠道以及市场需求等情况进行确定的。若国内外经济环境、国家产业政策、市场竞争状况、行业发展趋势等发生重大不利变化，或者公司钢制装饰板、钢制门销售渠道开拓、市场需求等不达预期，则可能导致钢制装饰板、钢制门等新产品的产能无法完全消化，进而对公司业绩产生重大不利影响。

(八) 募集资金投资项目新增折旧和摊销的风险

公司本次募集资金用于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目、坚朗五金信息化系统升级建设项目、坚朗五金总部自动化升级改造项目及补充流动资金。除补充流动资金外，公司其余募投项目总投资规模为 161,435.91 万元，这些募投项目全部建成达产后，公司预计每年将新增折旧摊销费用 10,237.25 万元，占 2022 年营业收入的比例为 1.34%。

若未来建筑五金行业市场环境发生重大不利变化，或募集资金投资项目在投产后未能及时产生预期效益，公司将面临收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用的风险，募集资金投资项目实现效益较低或出现项目初期亏损，将对公司未来的经营业绩产生较大的不利影响。”

2-6 请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（3）（4）并发表明确意见，请发行人律师核查（2）并发表明确意见。

回复：

一、核查程序

针对上述事项，保荐人、会计师和发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、通过网络检索等方式查询本次募投项目对应产品的研究报告、了解募投产品市场空间情况，访谈发行人各业务部门负责人了解发行人竞争优势、在手订单情况及客户储备情况，查阅本次募投项目的可行性研究报告了解本次募投项目产能扩张幅度，通过公开网络检索的方式了解同行业可比公司的扩产情况，了解发行人募投项目产品过去销售收入及在手订单情况，了解发行人工程储备情况；

2、查阅本次募投项目的企业投资项目备案证、环境影响评价报告表、环评批复文件、可行性分析报告，查阅环境保护方面的法律法规和政策文件，查阅发行人与本次发行相关的会议文件，检索信用中国、广东省生态环境厅、东莞市生态环境局等政府网站有关公开信息并查阅中山市小榄镇人民政府关于坚朗五金中山数字化智能化产业园项目土地的相关说明；

3、通过公开网络检索等方式了解发行人竞争对手、同行业可比公司、募投

相关产品的募投项目效益测算情况，取得并查阅了本次募投项目的可行性研究报告及相关测算底稿，了解发行人募投项目效益的测算过程、测算依据等；

4、取得并查阅了本次募投项目的可行性研究报告及相关测算底稿，了解发行人募投项目固定资产和无形资产折旧摊销情况和会计政策，了解发行人募投项目折旧摊销的具体情况，查阅了发行人 2022 年审计报告并计算募投项目折旧摊销占 2022 年营业收入比例。

二、核查结论

经核查，保荐人认为：

1、本次募投项目产能扩张幅度较大，但是结合本次募投产品的市场空间巨大、发展空间广阔、发行人竞争优势明显、客户储备丰富及在手订单充足、产能利用率较高、同行业可比公司也存在扩产、**产能消化定量分析**等情况，本次募投项目不存在产能过剩风险，且发行人拟采取的产能消化措施，将利于本次新增产能的有效消化；

2、本次募投项目需履行投资主管部门备案程序，且已办理主管部门备案；本次募投项目中，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目应履行生态环境主管部门审批程序，且已取得主管部门批复，其他募投项目已取得主管部门出具的豁免环评审批手续的意见；本次募投项目中，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目应履行节能审查部门审批程序，将于开工建设前履行相关程序，其他募投项目无需履行节能审查主管部门相关程序；如无法取得募投项目用地，中山市小榄镇人民政府将协调其他地块作为替代，以满足募投项目的用地需求，因此，发行人尚未取得坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地不会对本次募投项目的实施产生重大不利影响；

3、结合本次募投项目效益测算过程及依据合理、本次募投项目预测的效益指标与同行业可比公司的案例不存在较大差异、**本次募投项目的效益指标不存在显著高于相似产品上市公司投资项目案例的情况**、发行人在手订单储备充足等情况，本次募投项目效益的测算具有合理性及谨慎性；

4、本次募投项目达产后，本次募投项目年新增的折旧摊销总额占发行人

2022 年营业收入及本次募投项目预计收入比例较低，不会对发行人经营业绩造成重大不利影响；

5、发行人募集说明书已披露了涉及的相关风险。

经核查，发行人律师认为：

本次募投项目需履行投资主管部门备案程序，且已办理主管部门备案；本次募投项目中，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目、坚朗五金装配式金属复合装饰材料建设项目应履行生态环境主管部门审批程序，且已取得主管部门批复，其他募投项目已取得主管部门出具的豁免环评审批手续的意见；本次募投项目中，坚朗五金中山数字化智能化产业园项目应履行节能审查部门审批程序，将于开工建设前履行相关程序，其他募投项目无需履行节能审查主管部门相关程序；如无法取得募投项目用地，中山市小榄镇人民政府将协调其他地块作为替代，以满足募投项目的用地需求，因此，发行人尚未取得坚朗五金中山数字化智能化产业园项目用地不会对本次募投项目的实施产生重大不利影响。

经核查，发行人会计师认为：

1、发行人在手订单储备充足，本次募投项目的营业收入、销量、毛利率、净利润、项目税后内部收益率的计算过程合理，与同行业可比公司不存在较大差异，本次募投项目效益的测算是谨慎、合理的；

2、本次募投项目达产后，各年度新增折旧摊销总额占发行人 2022 年营业收入及本次募投项目预计收入比例较低。

其他问题：

请发行人在募集说明书扉页重大事项提示中，按重要性原则披露对发行人及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险。披露风险应避免包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并按对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行梳理排序。

同时，请发行人关注社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行的媒体报道情况，请保荐人对上述情况中涉及本次项目信息披露的真实性、准确性、完整性等事项进行核查，并于答复本审核问询函时一并提交。若无重大舆情情况，也请予以书面说明。

3-1 请发行人在募集说明书扉页重大事项提示中，按重要性原则披露对发行人及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险。披露风险应避免包含风险对策、发行人竞争优势及类似表述，并按对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行梳理排序。

回复：

公司已在募集说明书扉页重大事项提示中，按重要性原则重新披露了对公司及本次发行产生重大不利影响的直接和间接风险，并按对投资者作出价值判断和投资决策所需信息的重要程度进行了梳理排序。

3-2 同时，请发行人关注社会关注度较高、传播范围较广、可能影响本次发行的媒体报道情况，请保荐人对上述情况中涉及本次项目信息披露的真实性、准确性、完整性等事项进行核查，并于答复本审核问询函时一并提交。若无重大舆情情况，也请予以书面说明。

一、主要媒体报道情况

截至本问询函回复签署日，主要媒体报道及关注事项如下：

序号	日期	媒体名称	文章标题	主要关注内容
1	2023-06-16	老家柘城	好消息！广东坚朗五金成为金沙集团战略合作伙伴！	金沙集团与广东坚朗五金制品股份有限公司签署战略合作协议
2	2023-06-15	中国建研院认证中心	中国建研院为广东坚朗五金制品股份有限公司颁发全国首张CABR抗震支吊架产品性能认证证书	坚朗五金成为国内第一家符合团体标准《装配式支吊架认证通用技术要求》T/CECS10141-2021并获得CABR承重支吊架和抗震支吊架产品性能认证证书的企业
3	2023-06-13	南方网	坚朗五金(002791.SZ)：定增申请获深交所受理	本次发行申请获深交所受理
4	2023-06-08	房财经	坚朗五金一季度销售人员减少近300人，海外市场不降反增	关注发行人销售人员数量变动

序号	日期	媒体名称	文章标题	主要内容
5	2023-05-11	证券时报	广东坚朗五金制品股份有限公司关于举行2022年度网上业绩说明会的公告	2022年年度报告
6	2023-05-07	上海证券报	“坚朗”为何不“坚朗”？	关注发行人股价近期下跌的情况
7	2023-05-04	十年纬度	坚朗五金逆周期扩张	文章回顾了坚朗五金近年来的发展历程，并对公司核心竞争优势进行阐述
8	2023-04-29	中国证券报	坚朗五金：2023年一季度亏损5605.15万元	关注发行人2023年一季度财务数据
9	2023-04-28	证券之星	坚朗五金（002791）2023年一季报简析：营收净利润双双增长，盈利能力上升	关注发行人2023年一季度财务数据
10	2023-04-14	证券之星	坚朗五金最新公告：拟定增募资不超过19.9亿元	关注发行人向特定对象发行股票情况
11	2023-03-16	证券之星	坚朗五金最新公告：与中山市小榄镇人民政府签订投资合作框架协议	关注发行人与中山市小榄镇签订投资协议并用于建设募投项目的情况
12	2023-03-14	乐居财经	坚朗五金收购路泽新材料55%股权	关注发行人收购股权的情况
13	2023-03-08	龙建院校企合作	深化产教双融合协同育人谋共赢—学院领导带队走访广东坚朗五金股份有限公司	为深入贯彻落实党中央、国务院关于高校毕业生就业工作的决策部署，深化校企合作，拓宽毕业生就业渠道，推进访企拓岗促就业专项行动的要求，3月23日下午学院副院长汤延庆带领工商管理系主任刘硕、建筑工程技术系主任张琨、教务处副处长李玥瑾一行走访了广东坚朗五金股份有限公司
14	2023-02-16	世界莞商	坚朗荣获“中国钢结构协会科学技术奖一等奖”	2022年中国钢结构大会暨粤港澳大湾区钢结构发展峰会在广州举行，会上进行了隆重的颁奖仪式。我会常务副会长单位广东坚朗五金制品股份有限公司（简称“坚朗”）参与完成的“不规则倾斜铰接柱-平面环桁架支承轮辐式索桁架结构建造关键技术”项目荣获“中国钢结构协会科学技术奖一等奖”
15	2023-02-03	乐居财经	坚朗五金于中山成立科技公司，注册资本2亿元	关注发行人成立新子公司的情况
16	2023-01-17	界面新闻	坚朗五金：杭州亚运会赛事建有多处运动场馆及配套工程	关注发行人产品的下游客户情况
17	2023-01-05	同花顺财经	坚朗荣列“2022年广东省制造业企业500强第62位”	2022年广东省制造业企业500强榜单中坚朗五金（002791）凭借优异的成绩以及在业界中的出色表现，荣列“2022年广东省制造业企业500强第62位”，较去年上升了21名

序号	日期	媒体名称	文章标题	主要关注内容
18	2023-01-04	深装新网	助力民生工程—深圳地铁 16 号线及 6 号支线	深圳地铁四期工程 12 号线、14 号线均有使用坚朗五金生产的不锈钢护栏等产品
19	2022-12-09	搜狐	总投资 31 亿元！东莞塘厦这两个重大项目摘牌动工	关注发行人生产项目情况
20	2022-11-04	新京报	坚朗五金计划投资建设智能家居及智慧安防产品制造项目	关注发行人生产项目情况
21	2022-11-03	界面新闻	坚朗五金与海康威视签署战略合作协议	关注发行人与其他公司战略合作情况
22	2022-10-19	搜狐	“2022 广东企业 500 强”公布，箭牌、东鹏等多家厨卫企业上榜	关注发行人日常经营情况与资质荣誉
23	2022-09-05	金融界	股东泪崩！十倍大牛股闪崩跌停，今年股价跌超 50%！最新 TOPCon 电池核心标的一览	关注发行人股价下跌的情况
24	2022-09-05	新浪网	坚朗五金跌停，称期权激励营收考核目标完不成，上半年亏损	关注发行人股价下跌的情况
25	2022-09-05	凤凰网	十倍大牛股闪崩跌停，今年股价跌超 50%，净利润下滑 122%	关注发行人股价下跌的情况
26	2022-09-05	中华网	坚朗五金上半年出现亏损 其称完成今年的业绩目标还较为困难	关注发行人 2022 年上半年财务数据
27	2022-08-30	乐居财经	坚朗五金：利润不坚挺	关注发行人 2022 年上半年财务数据
28	2022-08-23	金融界	坚朗五金上半年净利润下降 122.5%，主营产品毛利率全线下滑	关注发行人 2022 年上半年财务数据
29	2022-08-19	东方财富网	坚朗五金上半年业绩首亏 货币资金缩水仍大手笔投资	关注发行人 2022 年上半年财务数据
30	2022-08-17	北京商报网	归因房产增速放缓、原材料价格上涨 坚朗五金 2022 年上半年亏损 8529.11 万元	关注发行人 2022 年上半年财务数据

截至本问询函回复签署日，上述媒体主要关注问题为公司日常经营情况、财务数据变动情况、股价变动情况及本次发行情况，对公司不构成重大不利影响，对公司本次发行上市也不构成实质性障碍。公司自本次向特定对象发行股票申请受理以来，不存在影响本次发行上市的重要舆情信息。

二、核查程序及核查结论

（一）核查程序

针对上述情况，保荐人履行了以下核查程序：

1、通过网络检索等方式对发行人本次发行相关媒体报道情况进行了自查，确认有无影响本次发行的舆情；

2、查阅本次发行相关申请文件，与媒体报道情况进行比对。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：截至本问询函回复签署日，发行人不存在影响本次发行上市的重要舆情信息。相关媒体对发行人及本次发行的主要关注问题为发行人日常经营情况、财务数据变动情况、股价变动情况及本次发行情况，对发行人不构成重大不利影响，对发行人本次发行上市也不构成实质性障碍。

（本页无正文，为广东坚朗五金制品股份有限公司《关于广东坚朗五金制品股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函之回复》之盖章页）



2023年7月31日

(本页无正文，为招商证券股份有限公司《关于广东坚朗五金制品股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函之回复》之签章页)

保荐代表人： 张 燚

张 燚

汤 玮

汤 玮

保荐机构法定代表人： 霍 达

霍 达



2023年7月31日

问询函回复报告的声明

本人已认真阅读广东坚朗五金制品股份有限公司本次问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构法定代表人：



霍 达



2023年7月31日