

【上接 D26 版】

(一) 2021-2023 年度主要经销商相关情况
1. 2021-2023 年度前十大经销商情况
公司主要采用经销商销售模式,截至 2023 年末,经销商共 1,337 家,单店平均面积...

Table with 10 columns: 序号, 经销商客户名称, 销售产品, 销售收入, 占主营业务收入比例, 关联关系, 成立时间, 注册经营地, 是否为关联方, 是否为前十大经销商. Rows include 河南瑞祥装饰材料有限公司, 上海瑞祥装饰材料有限公司, etc.

2022 年度前十大经销商构成如下:

Table with 10 columns: 序号, 经销商客户名称, 销售产品, 销售收入, 占主营业务收入比例, 关联关系, 成立时间, 注册经营地, 是否为关联方, 是否为前十大经销商. Rows include 河南瑞祥装饰材料有限公司, 上海瑞祥装饰材料有限公司, etc.

2021 年度前十大经销商构成如下:

Table with 10 columns: 序号, 经销商客户名称, 销售产品, 销售收入, 占主营业务收入比例, 关联关系, 成立时间, 注册经营地, 是否为关联方, 是否为前十大经销商. Rows include 河南瑞祥装饰材料有限公司, 上海瑞祥装饰材料有限公司, etc.

注:上述经销商成立时间较短即形成较大销售主要系因系统经销商变更更替一控制下其他个体工商户、公司等主体延后原系统经销商合作,实际与公司开展多年合作。
2. 河南瑞祥智能家居有限公司(以下简称瑞祥)的实际控制人及主要股东及郑州市上街亿恒家居有限公司(以下简称亿恒)的负责人郑朝均在郑州从事软件开发多年...

上市后的变化:公司主要经销商情况如下:
乌鲁木齐市信通电器有限公司系公司拓展海外销售客户的一次尝试,向公司采购货物主要销往乌兹别克斯坦。2021 年以及受市场环境,不再向公司进行采购。
河南瑞祥之瑞祥家居有限公司为 2023 年度新增经销商,该客户主营业务为住宅室内装饰装修、建筑施工等业务。

Table with 10 columns: 序号, 经销商名称, 注册资本, 股权结构. Rows include 河南瑞祥智能家居有限公司, 郑州市上街亿恒家居有限公司, etc.

注:上述主要股东与上市公司未发生重大变化
(二)终端销售情况以及后续退货情况
公司主要经销商销售模式为:经销商模式下公司通常采用先款后货,无质量问题不得退货的买断式销售模式,后续退货风险较低。2021-2023 年度退货货款占当年主营业务收入比例分别为 0.04%、0.03%、0.15%,退货比例相对较低,上述情况在上半年前发生变化。

(三)经销商与公司及其他关联方、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方是否存在关联关系
主要经销商与公司及其他关联方、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方不存在关联关系。
主要经销商与公司及其他关联方、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方不存在非经营性资金往来。

除董事长、总裁、财务总监、区域经理徐峰、徐峰及程程外,主要经销商与公司及其他关联方、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方不存在非经营性资金往来。
非经营性资金往来情况如下:
(1)张永庆与客户
近三年张永庆与客户经销商存在以下非经营性资金往来:

Table with 10 columns: 序号, 支出/收到金额, 支出/收到时间, 收回/支付时间, 资金往来对象, 对应经济内容, 是否属于日常往来, 往来原因. Rows include 张永庆, 张永庆, etc.

张永庆 2021 年为系属于个人与经销商的实际控制人之间的资金拆借,涉及金额较小,借出后均已回款。
经理上述经销商近两年的下订单,订单终端销售情况及退换货情况,上述经销商近两年不存在未实现终端销售的采购情况,除石子开友及君瑞装饰材料店 2023 年 1 月因产品质量问题退货 20.2 万元外,上述经销商近两年不存在下订单后退货的情况。

(2)徐海峰与客户
近三年徐海峰与客户经销商存在以下非经营性资金往来:

Table with 10 columns: 序号, 支出/收到金额, 支出/收到时间, 收回/支付时间, 资金往来对象, 对应经济内容, 是否属于日常往来, 往来原因. Rows include 徐海峰, 徐海峰, etc.

2021 年,徐海峰上述非经营性资金往来系个人与经销商的实际控制人之间的资金拆借,涉及金额较小,借出后均已回款。
2022 年,徐海峰上述非经营性资金往来系王斌斌在淘宝天猫店下单,因业务不熟练,找徐海峰代下。
经理上述经销商近两年的下订单,订单终端销售情况及退换货情况,上述经销商近两年不存在未实现终端销售的采购情况,也不存在下订单后退货的情况。

(4)未还款经销商介绍
近三年徐海峰与客户经销商存在以下非经营性资金往来:

Table with 10 columns: 序号, 支出/收到金额, 支出/收到时间, 收回/支付时间, 资金往来对象, 对应经济内容, 是否属于日常往来, 往来原因. Rows include 未还款经销商, 未还款经销商, etc.

2021 年,徐海峰上述非经营性资金往来系个人与经销商的实际控制人之间的资金拆借,涉及金额较小,借出后均已回款。
2022 年,徐海峰上述非经营性资金往来系王斌斌在淘宝天猫店下单,因业务不熟练,找徐海峰代下。
经理上述经销商近两年的下订单,订单终端销售情况及退换货情况,上述经销商近两年不存在未实现终端销售的采购情况,也不存在下订单后退货的情况。

(二) 2021-2023 年度新增和退出经销商
2021-2023 年度经销商数量变动及新增、退出情况如下:

Table with 10 columns: 年份, 新增经销商数量, 退出经销商数量, 期末经销商数量. Rows include 2021 年度, 2022 年度, 2023 年度.

注:经销商变更一控制下其他个体工商户、公司等主体延后原系统经销商合作,作为一家经销商统计;
注:对经销商的关系系对该经销商的全部销售收入,不仅限于主营业务收入部分。
由表可见,受市场环境影响,公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。

(一) 2020 年度退出经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。
(2) 2020 年度新增经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。
(3) 2020 年度退出经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。

经理上述经销商近两年的下订单,订单终端销售情况及退换货情况,上述经销商近两年不存在未实现终端销售的采购情况,也不存在下订单后退货的情况。

(二) 2021-2023 年度新增和退出经销商
2021-2023 年度经销商数量变动及新增、退出情况如下:

Table with 10 columns: 年份, 新增经销商数量, 退出经销商数量, 期末经销商数量. Rows include 2021 年度, 2022 年度, 2023 年度.

注:经销商变更一控制下其他个体工商户、公司等主体延后原系统经销商合作,作为一家经销商统计;
注:对经销商的关系系对该经销商的全部销售收入,不仅限于主营业务收入部分。
由表可见,受市场环境影响,公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。

(一) 2020 年度退出经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。
(2) 2020 年度新增经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。
(3) 2020 年度退出经销商:公司积极开拓经销商,各期新增经销商收入占主营业务收入比重逐年提升。

的收入确认是否审慎,是否存在通过向经销商压价提升销售规模的情形
(一) 2021-2023 年度期后退货情况
业务经营中退货及退换货,经湖州亿家相关销售人员确认及冲回计入公司 2023 年度,相关退货情况见本报告“问题 1”之“(二)”之 2 所述。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 退货货款, 退货货款, etc.

由上表可见,2021-2023 年度退货金额分别为 10.31 万元、6.50 万元、23.66 万元,占当期主营业务收入的比例分别为 0.04%、0.03%、0.15%,均处于较低水平。期后退货对每年收入影响均较小,公司前期收入确认具有审慎性。

(二) 是否存在通过向经销商压价提升销售规模的情形
1. 铺布行业和产品特征对经销商销售的控制关系
铺布产品个性化程度高,经销商不具备大量库存的条件:
(1) 铺布作为一种与设计紧密相关的墙面装饰材料,消费者通常需要根据个人喜好、整体装修风格选购符合不同要求的颜色、长度、图案,不同规格选择个性化强、差异化大。
(2) 铺布行业市场流行风格更新快,不断有新的技术特点、艺术风格的新品推向市场。
(3) 消费者平均需要采购的长度及对应的成本金额较高,采用大量库存模式的资金占用和滞销风险均较高。

2. 公司的生产销售模式对经销商销售的控制关系
公司通常采用先款后货,无质量问题不得退货的买断式销售模式,该销售模式使得经销商进行库存管理的资金成本较高。另外经过多年积累,公司已经具备较为完善的产、发及售后服务体系,经销商下订单时,可以及时将对应产品发至经销商,使得经销商进行库存管理的必要降低。

3. 经销商销售订单管理情况
根据公司对经销商的管理要求:经销商在业务系统中下单时均需在终端订单相关信息,经单员审核后,方可下单,公司可提前预判终端订单,经销商根据自身需求和当地市场的情况少量库存,经销商自主下单。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

由表可见,除 1 季度受春节假期影响,1 季度促销收入相对较多,其余各季度促销收入较为平均,公司全年促销收入占全年营业收入比例较低,经销商会陆续销售终端销售产品,不存在非正常退货的情况,公司不存在通过经销商压价提升销售规模的情形。

4. 结合与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,经销商销售情况以及后续退货风险,说明是否与上节前发生变化,经销商“收入”的准确性和依据
(一) 公司与经销商的合作模式、定价机制、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款及实际执行情况
1. 合作模式
(1) 甲方授权乙方以甲方名义向指定经销商进行销售,乙方负责向经销商收款,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。
(2) 乙方负责向经销商提供售后服务,甲方负责向乙方提供产品,乙方负责向经销商提供售后服务。

Table with 10 columns: 项目, 金额, 占比, 金额, 占比, 金额, 占比. Rows include 2023 年 1-4 季度经销商订单构成情况, 第一季度, 第二季度, etc.

司 2023 年年度报告的信息披露咨询函中有关财务事项的说明)
中诚信证券评估有限公司对上市公司销售收入的核查意见详见《中诚信证券评估有限公司关于浙江联创智能家居股份有限公司 2023 年年度报告的信息披露咨询函的核查意见》。

年报披露,公司报告期内开展非主营业务业务,且前期投资本期到期赎回。报告期内,公司分别出资 2,000 万元参股浙江联创核磁共振科技有限公司并持有 16.67%股份,出资 500 万元设立全资子公司嘉兴领御健康管理有限公司,出资 100 万元设立子公司浙江联创文化传媒(上海)有限公司并持有 70%股份。此外,公司于 2022 年 1 月收购嘉兴领御健康管理有限公司 58%股权,对应注册资本为 580 万元,并形成商誉 50.32 万元,报告期内公司对上述商誉计提 214.83 万元减值准备;2022 年 6 月,公司与王进共同设立嘉兴联创智慧服务有限公司,公司持有 58%股份,对应注册资本为 290 万元,后于 2023 年 3 月注销该公司。

此外,资产负债表日后事项显示,2024 年 3 月 20 日,联创企业浙江联创成立董事会,公司实际控制人或董事、公司持股比例已变为 28.57%,截至报告披露日,尚未实际出资。
请公司:(1)以列表形式补充披露 2022 年以来各项非主营业务业务的基本情况,包括但不限于主要投向、各合作方及实际出资情况、交易定价依据及公允性,是否主要获取投资收益参与经营管理;披露前一年度投资以来的经营业绩情况及应计投资收益、投资资金来源及履行的审议决策程序及信息披露情况;资金最终流向是否涉及关联方;(2)结合公司历史募资情况,主营业务及非主营业务资金需求,对当期利润分配情况,补充说明以上以未募资开展非主营业务投资的必要性,与上市公司主体是否相符,以及涉及对控股股东/实际控制人所取得的;(3)补充披露资产负债表日后事项的具体内容,包括是否涉及进一步出资或后续增资义务,具体增资金额,本次对控股股东/实际控制人所取得的;(4)补充披露资产负债表日后事项的具体内容,包括是否涉及进一步出资或后续增资义务,具体增资金额,本次对控股股东/实际控制人所取得的。

公司主营业务为智能家居产品的研发、生产和销售,2022 年以来公司对对外投资情况列示如下:

Table with 10 columns: 被投资企业, 成立时间, 投资日期, 投资金额(万元), 持股比例(%) , 投资方式, 投资目的, 投资进展. Rows include 浙江联创核磁共振科技有限公司, 嘉兴领御健康管理有限公司, etc.

注:1:浙江联创文化传媒(上海)有限公司:成立时持股 70%,后一方股东杭州佑家网络科技有限公司合伙企业合伙人退出,股权转让给公司,共计持股 100%。
注:2:浙江联创核磁共振科技有限公司:公司一次交易,设置两次交割条件,目前第二次交割条件尚未达成。

由上表可见,2022 年以来,公司共发生 4 次非主营业务投资,投资的主要涉及行业上下游产业链,累计发生 4 次非主营业务投资,具体情况详见下表:

Table with 10 columns: 主要投向, 各方持股比例, 投资金额, 是否涉及关联方, 投资资金来源, 投资期限, 投资目的, 投资进展. Rows include 嘉兴领御健康管理有限公司, 浙江联创核磁共振科技有限公司, etc.

注:嘉兴领御健康管理有限公司:上海联创企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)共同出资,嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)为实际控制人。
注:浙江联创核磁共振科技有限公司:上海联创企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)共同出资,嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)为实际控制人。

注:嘉兴领御健康管理有限公司:上海联创企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)共同出资,嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)为实际控制人。
注:浙江联创核磁共振科技有限公司:上海联创企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴领御企业管理合伙企业(有限合伙)共同