

**关于深圳市景创科技电子股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2022]518Z0724 号

**容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京**

**关于深圳市景创科技电子股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2022]518Z0724 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2021 年 11 月 9 日下发的《关于深圳市景创科技电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011266 号）（以下简称“问询函”），对问询函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“我们”）对深圳市景创科技电子股份有限公司（以下简称“景创科技”、“发行人”、“公司”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称或名词释义与《关于深圳市景创科技电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

本回复报告的字体代表以下含义：

黑体（不加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复
楷体（不加粗）	引用招股说明书内容
楷体（加粗）	对招股说明书（申报稿）、问询函的修改

特别说明：在本审核问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

1.关于收入

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期第一季度发行人收入分别为5,066.80万元、7,194.24万元、4,213.72万元、12,457.99万元，2021年第一季度收入同比大幅增长。

(2) 报告期各期，发行人游戏耳机销售金额分别为18,693.97万元、8,839.05万元、13,485.84万元、4,674.04万元。2019、2020年发行人游戏耳机销售数量同比变动-61.88%、57.88%，而同期全球主机游戏耳机再装市场销量同比变动3.84%、11.76%。发行人游戏耳机收入变动主要受爆款游戏的影响。

(3) 报告期各期中介机构就发行人收入函证中，回函可确认金额占当期营业收入的比例分别为96.14%、97.40%、96.14%、95.49%；对境外客户线上销售的核查方式为查阅发行人为该客户所生产的主要产品在亚马逊等网站上是否存在销售记录。

请发行人：

(1) 结合报告期各季度发行人收入、净利润情况，分析说明2021年第一季度收入较2018-2020年第一季度大幅增长的原因。

(2) 结合全球、国内主机游戏耳机再装市场销量变动趋势及幅度不一致的原因，分析说明发行人游戏耳机收入是否存在受相关游戏热度下滑、生命周期影响而大幅下滑的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明各期函证中“回函可确认金额”的含义，是否存在回函金额调节情形，详细说明对FUNIVERSE、素士科技等客户的下游及最终销售情况的核查方法、核查比例，相关收入实现真实销售、最终销售的核查依据是否充分。

回复：

一、结合报告期各季度发行人收入、净利润情况，分析说明 2021 年第一季度收入较 2018-2020 年第一季度大幅增长的原因

报告期各季度，发行人主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季	13,624.62	50.22%	12,457.99	21.07%	4,213.72	8.16%	7,194.24	20.33%	5,066.80	12.19%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
度										
第二季度	13,506.08	49.78%	10,968.07	18.55%	9,736.01	18.86%	6,308.49	17.83%	8,075.21	19.42%
第三季度	-	-	18,896.61	31.96%	20,593.28	39.89%	10,045.82	28.39%	16,502.01	39.69%
第四季度	-	-	16,810.14	28.43%	17,084.60	33.09%	11,832.66	33.44%	11,929.52	28.69%
合计	27,130.71	100.00%	59,132.81	100.00%	51,627.61	100.00%	35,381.21	100.00%	41,573.53	100.00%

报告期各季度，发行人净利润情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	1,345.02	46.92%	1,960.56	27.00%	242.62	2.69%	511.59	10.52%	193.75	5.35%
第二季度	1,521.85	53.08%	1,235.45	17.02%	1,674.01	18.57%	295.78	6.08%	-1,799.84	-49.68%
第三季度	-	-	2,196.63	30.25%	3,187.93	35.37%	2,134.23	43.90%	3,218.35	88.83%
第四季度	-	-	1,868.58	25.73%	3,908.08	43.36%	1,919.71	39.49%	2,010.71	55.50%
合计	2,866.87	100.00%	7,261.22	100.00%	9,012.64	100.00%	4,861.30	100.00%	3,622.97	100.00%

注：2018 年第二季度、2019 年第二季度及 2020 年第三季度相应确认了股份支付费用分别为 3,060.00 万元、310.11 万元及 102.72 万元，其中 2018 年第二季度股份支付费用较高，故当季度亏损，若剔除股份支付的影响，报告期内各季度净利润不存在亏损的情形。

2018 年、2019 年、2020 年、2021 年及 2022 年各年一季度收入分产品明细

如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年第一季度		2021 年一季度		2020 年一季度		2019 年一季度		2018 年一季度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
游戏外设	5,727.99	-41.71%	9,827.17	187.64%	3,416.48	-47.10%	6,458.63	31.98%	4,893.61
其中：游戏控制器	4,500.33	-37.73%	7,227.30	178.08%	2,598.98	-49.50%	5,146.99	33.88%	3,844.35
游戏耳机	996.82	-56.55%	2,294.36	211.31%	737.00	-33.56%	1,109.33	25.84%	881.55
迷你游戏机	33.03	0.45%	32.88	-77.92%	148.93	-77.53%	662.88	-	-
创新消费电子产品	5,487.92	221.22%	1,708.47	179.13%	612.07	-	-	-	123.92
其中：智能监护	4,123.36	231.67%	1,243.20	151.82%	493.68	-	-	-	-

器									
其他主营业务	2,375.69	167.09%	889.47	2,354.39 %	36.24	-50.17%	72.73	47.65%	49.26
合计	13,624.62	9.36%	12,457.99	195.65%	4,213.72	-41.43%	7,194.24	41.99%	5,066.80

2018-2021 年第一季度，公司前五大客户收入金额如下表所示：

2021 年第一季度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占主营业 务收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	HORI	4,671.93	37.50%	游戏控制器	否	否
2	Bigben	2,064.34	16.57%	游戏控制器	否	否
3	PDP	1,635.13	13.13%	游戏耳机	否	否
4	梅州国威及其关联方	1,134.42	9.11%	智能监护器	否	是
5	品众电子	809.41	6.50%	游戏控制器	否	否
合计		10,315.23	82.81%	-	-	-
2020 年第一季度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占主营业 务收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	HORI	1,091.64	25.91%	游戏控制 器、游戏耳 机	否	否
2	Bigben	933.28	22.15%	游戏控制器	否	否
3	PDP	585.99	13.91%	游戏耳机	否	否
4	品众电子	558.21	13.25%	游戏控制器	否	否
5	Binatone	493.68	11.72%	婴儿监护器	否	是
合计		3,662.80	86.94%	-	-	-
2019 年第一季度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占主营业 务收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	Bigben	3,494.62	48.58%	游戏控制器	否	否
2	PDP	1,172.66	16.30%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否

3	品众电子	763.13	10.61%	游戏控制器	否	否
4	小悠娱乐	560.16	7.79%	游戏机	否	否
5	HORI	484.33	6.73%	游戏控制器、游戏耳机	否	否
合计		6,474.90	90.01%	-	-	-
2018 年第一季度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占主营业务 收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	Bigben	2,144.66	42.33%	游戏控制器	否	否
2	PDP	1,599.87	31.58%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否
3	HORI	649.69	12.82%	游戏控制器、 游戏耳机	否	否
4	品众电子	306.15	6.04%	游戏控制器	否	否
5	PACIFIC ACCSS LIMITED	109.11	2.15%	创新消费电子 电子产品	否	否
合计		4,809.48	94.92%	-	-	-

公司 2021 年第一季度主营业务收入高于 2018-2020 年第一季度主营业务收入的主要原因如下：

（1）公司在游戏外设基础上积极拓展创新消费电子业务

公司主营业务为游戏外设的研发、生产与销售。公司在游戏外设业务的基础上，自 2019 年开始拓展智能监护器、电动牙刷、冲牙器等创新消费电子业务，相关业务自 2020 年起呈现快速增长的趋势，2018-2021 年各年度第一季度，创新消费电子业务分别实现收入金额分别为 123.92 万元、0 万元、612.07 万元及 1,708.47 万元，其中 2021 年第一季度同比实现增长 179.13%。

（2）公司业务规模持续扩大，2021 年第一季度交付的游戏外设订单较多

报告期内，公司业务规模呈现波动上升的趋势。2021 年第一季度，发行人游戏外设业务主要客户 HORI、Bigben 及 PDP 所需交付的订单金额较高，当季度分别实现销售收入 4,671.93 万元、2,064.34 万元及 1,635.13 万元，其中 HORI 当季度实现的销售收入均远高于 2018-2020 年各年第一季度，主要系近年来

Nintendo Switch 市场销量逐年上升且 HORI 推出的多款 Switch 外设产品市场热度较高,2018-2020 年发行人对 HORI 的销售收入本身呈现逐年大幅上升的趋势,而 2021 年第一季度因《怪物猎人:崛起》等 Switch 限时独占游戏的火热,由于《怪物猎人:崛起》属于知名动作角色扮演类游戏,操作模式较为复杂,对于扩展性较强的再装手柄需求较大,使得该趋势在 2021 年第一季度得以延续,致使 2021 年第一季度游戏外设收入金额相比于 2018 年、2019 年及 2020 年第一季度游戏外设收入增幅较大。

(3) 2020 年上半年受全球疫情影响,订单出货量较少

受 2020 年上半年全球疫情爆发的影响,公司 2020 年第一季度生产、销售受到较大影响,故当年第一季度订单出货量较少,故 2021 年第一季度收入相比于 2020 年第一季度呈现大幅上升的趋势。

综上所述,公司 2021 年第一季度主营业务收入相比于 2018 年、2019 年及 2020 年各年度第一季度增长幅度较大具有合理性。

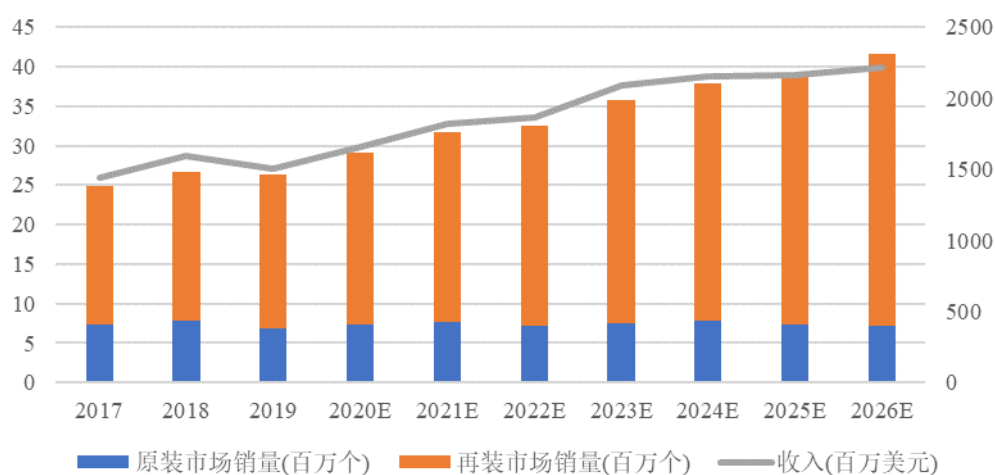
二、结合全球、国内主机游戏耳机再装市场销量变动趋势及幅度不一致的原因,分析说明发行人游戏耳机收入是否存在受相关游戏热度下滑、生命周期影响而大幅下滑的风险

(一) 全球、国内主机游戏耳机再装市场销量变动趋势,发行人报告期内游戏耳机收入变动趋势及两者变动幅度不一致的原因分析

近年来,全球及国内主机游戏耳机市场整体呈现上升趋势,整体趋势上不存在差异。2019 年受下游终端用户需求及产品更新迭代影响,全球销量及销售金额同比小幅下滑,但国内市场依然保持小幅增长。主机游戏耳机市场未来将迎来持续的增长,预计全球市场收入将从 2020 年的 16.80 亿美元增长至 2026 年的 22.20 亿美元,年复合增长率达到 4.97%,同期年销量也将从 2,910 万个上升至 4,155 万个。

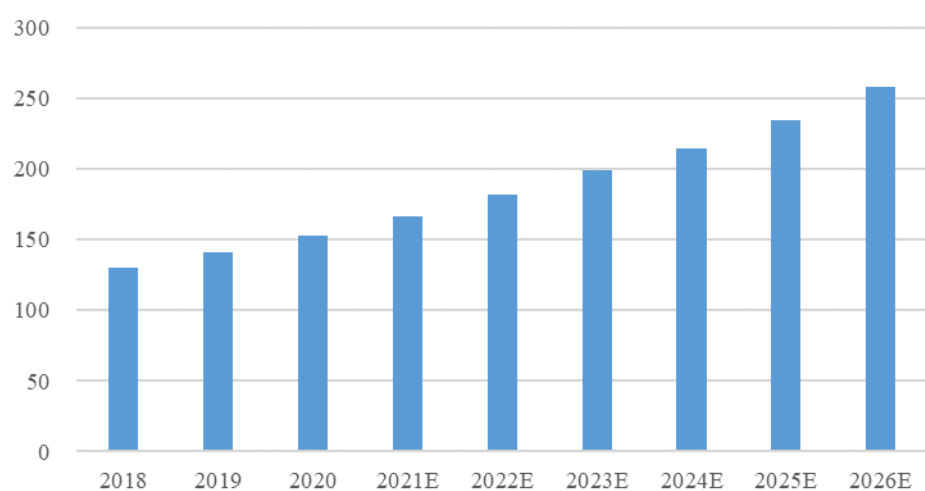
近年来,全球及国内游戏耳机市场规模情况如下:

全球主机游戏耳机收入与销量情况



数据来源：QYResearch

国内游戏耳机市场规模情况（单位：百万美元）



数据来源：Infinium

上述柱状图对应的主要数据如下所示：

项目	2018		2019		2020		2021E		2022E	
	数值	变动比例	数值	变动比例	数值	变动比例	数值	变动比例	数值	变动比例
全球游戏耳机原装市场销量（万个）	7.90	-	6.92	-12.41%	7.33	5.92%	7.64	4.23%	7.12	-6.81%
全球游戏耳机再装市场	18.76	-	19.48	3.84%	21.77	11.76%	24.01	10.29%	25.32	5.46%

销量（万个）										
全球游戏耳机销售收入（百万美元）	1,592	-	1,501	-5.72%	1,660	10.59%	1,824	9.88%	1,869	2.47%
国内游戏耳机销售收入（百万美元）	130	-	141	8.46%	153	8.51%	167	9.15%	182	8.98%
项目	2023E		2024E		2025E		2026E		-	-
	数值	变动比例	数值	变动比例	数值	变动比例	数值	变动比例	-	-
全球游戏耳机原装市场销量（万个）	7.58	6.46%	7.81	3.03%	7.39	-5.38%	7.23	-2.17%	-	-
全球游戏耳机再装市场销量（万个）	28.16	11.22%	30.03	6.64%	31.63	5.33%	34.32	8.50%	-	-
全球游戏耳机销售收入（百万美元）	2,089	11.77%	2,151	2.97%	2,159	0.37%	2,220	2.83%	-	-
国内游戏耳机销售收入（百万美元）	199	9.34%	215	8.04%	235	9.30%	258	9.79%	-	-

数据来源：QYResearch、Infinium，其中国内游戏耳机销售收入预测数据系根据 Infinium 提供的国内游戏耳机预测的 2024 年、2026 年市场收入及 2020-2026 预计 CAGR 所测算

如上述图表所示，全球及国内游戏耳机市场规模整体呈现上升的趋势，部分年份存在小幅回调下降的情形。发行人报告期内游戏耳机销售收入呈现波动趋势，与全球耳机市场销量变动趋势一致，但变动幅度存在差异，主要系受下游部分爆款游戏推出致使发行人主要客户订单量集中爆发、客户后续产品升级换代调整等因素影响，具体分析如下：

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，发行人游戏耳机销售数量及金额如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动
销售金额（万元）	2,395.95	-48.74%	13,313.95	-1.27%	13,485.84	52.57%	8,839.05	-
销售数量（个）	492,772	-40.51%	2,160,503	-22.97%	2,804,730	57.88%	1,776,484	-

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量	变动
全球主机游戏耳机原装市场销量（百万个）	-	-	7.64	4.23%	7.33	5.92%	6.92	-
全球主机游戏耳机再装市场销量（百万个）	-	-	24.01	10.29%	21.77	11.76%	19.48	-
全球主机游戏耳机销售规模（百万美元）	-	-	1,824	9.88%	1,660	10.59%	1,501	-

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，发行人游戏耳机分明细品类的销售金额如下表所示：

单位：万元

产品系列	客户	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动
单耳系列	PDP	-	-	70.30	-96.01%	1,761.49	87.42%	939.86	-
	HORI	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	-	-	70.30	-96.01%	1,761.49	87.42%	939.86	-
双耳系列	PDP	1,678.61	-46.43%	9,353.46	-8.81%	10,256.59	43.77%	7,133.91	-
	HORI	489.82	-8.34%	1,080.26	-6.97%	1,161.22	54.31%	752.52	-
	其他	227.52	-76.68%	2,809.93	816.66%	306.54	2302.35%	12.76	-
	小计	2,395.95	-48.40%	13,243.65	12.96%	11,724.36	48.42%	7,899.19	-
合计	PDP	1,678.61	-46.94%	9,423.76	-21.59%	12,018.08	48.85%	8,073.77	-
	HORI	489.82	-8.34%	1,080.26	-6.97%	1,161.22	54.31%	752.52	-
	其他	227.52	-76.68%	2,809.93	816.66%	306.54	2302.35%	12.76	-
	合计	2,395.95	-48.74%	13,313.95	-1.27%	13,485.84	52.57%	8,839.05	-

注：单耳系列指仅有一个音频单元佩戴在左耳或者右耳的头戴式游戏耳机系列，双耳系列是指有两个音频单元，同时佩戴在左耳和右耳的头戴式游戏耳机系列，两者区别在于双耳系列有两个音频单元，单耳系列仅有一个音频单元。

报告期内，PDP 和 HORI 游戏耳机分系列产品的销售收入及变动情况如下表所示：

客户名称	产品系列	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动
HORI	PS	84.88	-7.95%	260.21	7.00%	243.19	-29.10%	343.00	-

客户名称	产品系列	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动
	Switch	404.94	-8.42%	820.05	-10.67%	918.03	124.17%	409.53	-
	小计	489.82	-8.34%	1,080.26	-6.97%	1,161.22	54.31%	752.52	-
PDP	PS	320.52	-66.55%	1,968.07	-56.30%	4,503.12	-14.61%	5,273.56	-
	Switch	1,068.61	-49.17%	6,524.20	122.51%	2,932.15	822.49%	317.85	-
	XBOX	289.48	154.95%	931.50	-79.67%	4,582.81	84.61%	2,482.37	-
	小计	1,678.61	-46.94%	9,423.76	-21.59%	12,018.08	48.85%	8,073.77	-

如上表所示，报告期内发行人游戏耳机销售主要集中在 PDP，向 HORI 及其他客户销售的金额及占比很低，发行人报告期内游戏耳机销售收入的变动主要受客户 PDP 收入变动的影 响。发行人游戏耳机属于再装市场领域。2019-2021 年，全球游戏耳机再装市场销量呈现逐年上升趋势，2020 年，公司游戏耳机产品收入较 2019 年增加 4,646.79 万元，同比上升 52.57%，而 2021 年销售金额同比下滑 1.27%，主要原因如下：

（1）2020 年，公司游戏耳机销售收入同比回升，一方面系当年受《动物森友会》《健身环大冒险》等任天堂 Switch 独占游戏火爆的影响，市场对于 Switch 系列周边产品需求增大，根据 VG Chartz¹统计，当年 Switch 全球销量同比上升 46.62%，公司客户 PDP 及 HORI 当年 Switch 系列游戏耳机订单同比大幅增加；另一方面系当年客户 PDP 新系列产品如 LVL40 有线双耳耳机等型号的双耳耳机需求逐步释放，当年 XBOX 系列产品收入同比回升。上述因素致使公司当年游戏耳机销量同比回升。

（2）2021 年，公司游戏耳机销售收入 13,313.95 万元，同比下降 1.27%。公司游戏耳机中双耳耳机收入同比提升，其中双耳耳机中“其他”客户收入同比大幅提升，原因系 2020 年上半年，发行人客户 Bigben 自 Plantronics 收购 RIG 游戏耳机品牌，完善自身在游戏耳机领域的布局，并逐步加强在游戏耳机领域投入。2021 年，Bigben 的双耳机型收入 2,808.63 万元，占当期耳机收入的 21.10%。

发行人 2021 年游戏耳机收入同比小幅下滑主要系发行人与游戏耳机主要客

¹VG Chart 全称为 Video Game Charts，创立于 2005 年，系一家游戏行业研究公司，定期发布视频游戏硬件评估和销售数据，不属于专为发行人本次申请首次公开发行上市而定制的统计数据来源。

户 PDP 当年合作开发新产品，当年 PDP 单耳耳机销量大幅下滑所致。截至 2021 年末，发行人游戏耳机在手订单金额为 1,525.96 万元，与 2020 年末游戏耳机在手订单金额基本持平。根据游戏外设行业发展情况及趋势、发行人与游戏耳机主要客户历史合作情况、新产品开发情况及截至 2021 年末在手订单情况，发行人预计 2022 年游戏耳机收入同比不会出现大幅下滑的情形。

2022 年 1-6 月，游戏耳机收入同比下滑 48.74%，发行人游戏耳机客户以 PDP 为主，受 PDP 游戏耳机收入同比下滑影响较大。PDP 游戏耳机收入同比下滑原因包括：（1）受疫情反复的影响，终端市场消费力偏弱；（2）当前处于主机及外设产品更新迭代的周期，PDP 本身也在开发新一代游戏耳机产品，消费者通常会采取等待及观望的态度，即继续使用之前购买的产品同时等待新一代产品的推出并观望一段时间。

（二）补充风险提示

针对发行人游戏外设业务受相关主机生命周期、游戏热度等因素影响，发行人已在招股说明书之“重大事项提示、一、（八）游戏主机迭代及游戏热度变化的风险”及“第四节、三、（六）游戏主机迭代及游戏热度变化的风险”补充披露如下：

“

报告期内，发行人游戏外设业务占主营业务的比例分别为 89.60%、76.01%、66.62%及 53.38%。游戏外设作为游戏主机的核心配件，最终用户为玩家等消费群体。游戏主机一般 5 至 10 年进行一次迭代更新，每次迭代也是游戏配件的升级换代潮流。此外，热门主机游戏的推出亦会侧面推动相应游戏配件的市场需求量及升级换代。例如 2018 年受《绝地求生》《堡垒之夜》等爆款游戏的影响，公司游戏耳机主要客户 PDP 订单量集中在当年爆发，而 2019 年 PDP 受市场需求量回落及产品更新换代的影响，当年与发行人的交易金额同比下滑 55.71%。当游戏主机更新换代时，原被授权方需要重新向主机厂商进行申请以取得新世代的授权。若发行人主要客户未能及时获得主机厂商关于最新主机相关外设配件的授权，或者当热门主机游戏推出时发行人及其客户未能挖掘或及时响应市场需求，配合推出相应升级换代的的游戏外设，会使发行人游戏外设市场份额及订单减少，

对发行人未来经营产生不利影响。

”

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明各期函证中“回函可确认金额”的含义，是否存在回函金额调节情形，详细说明对 FUNIVERSE、素士科技等客户的下游及最终销售情况的核查方法、核查比例，相关收入实现真实销售、最终销售的核查依据是否充分

（一）上述问题的核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）获取发行人报告期内分季度收入、利润情况，各期第一季度收入分产品明细等数据并进行对比分析；

（2）查阅行业公开资料，包括全球及国内游戏耳机出货量等，并与发行人报告期内相关产品的销售情况进行对比分析；

（3）获取发行人报告期内游戏耳机销售明细数据并进行对比分析，访谈发行人相关业务负责人，了解发行人报告期内游戏耳机销售收入变动原因；

2、核查意见

针对上述问题，经核查，申报会计师认为：

（1）发行人 2021 年第一季度主营业务收入相比于 2018-2020 年各年第一季度主营业务收入增幅较大主要包括：1）发行人在原游戏外设主营业务基础上积极拓展创新消费电子业务，该业务在 2021 年第一季度实现高速增长；2）发行人游戏外设业务主要客户 HORI 等当季度订单金额较高，当季度游戏外设业务实现收入金额同比增长较大；3）2020 年第一季度受全球疫情爆发影响，当季度发行人生产销售量较少。发行人 2021 年第一季度主营业务收入相比于 2018-2020 年各年第一季度主营业务收入增幅较大具有合理性；

（2）报告期内，全球及国内游戏耳机市场出货量呈现波动上升的趋势；发行人报告期内游戏耳机销售收入的波动主要受终端消费者对发行人主要客户游戏耳机需求量波动的影响，具有合理性。根据游戏外设行业发展情况及趋势、发

行人与游戏耳机主要客户历史合作情况、新产品开发情况及截至 2021 年末在手订单情况，发行人预计 2022 年游戏耳机收入同比不会出现大幅下滑的情形。发行人已在招股说明书中补充披露相关风险提示。

（二）各期函证中“回函可确认金额”的含义，是否存在回函金额调节情形

针对报告期各期收入，申报会计师对主要客户的销售收入、应收账款余额执行函证程序，回函可确认金额包含回函相符金额及回函不符但核对相符金额，截至 2022 年 9 月末，回函统计具体情况如下表所示：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
整体营业收入	营业收入	27,842.98	59,992.18	52,758.44	36,636.24
	发函金额	26,775.12	58,095.50	50,724.41	35,682.35
	发函金额/营业收入	96.16%	96.84%	96.14%	97.40%
	回函可确认金额	25,864.06	58,095.50	50,724.41	35,682.35
	其中：回函相符金额	23,351.70	57,898.68	50,724.41	35,682.35
	回函不符金额，但核对相符	2,512.36	196.82	-	-
	回函金额比例	92.89%	96.84%	96.14%	97.40%
境外收入	主营业务境外收入	16,009.79	46,826.46	44,802.84	30,732.42
	发函金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	发函金额/主营业务境外收入	98.27%	99.52%	99.13%	98.64%
	回函可确认金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	其中：回函相符金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	回函不符金额，但核对相符	-	-	-	-
	回函金额比例	98.27%	99.52%	99.13%	98.64%

注：*2021 年 1.27 万元回函不符金额系源自敦泰电子（深圳）有限公司，差异系由于加工费收入，客户入账时间差异引起；195.54 万元不符金额系源自深圳素士科技股份有限公司，差异系寄存物差异 163.67 万元，退换货差异 31.88 万元引起。

如上表所示，报告期内营业收入回函可确认金额中，仅 2021 年存在 1.27 万元回函不符但核对相符金额，其余均为回函相符金额。

（三）详细说明对 FUNIVERSE、素士科技等客户的下游及最终销售情况的核查方法、核查比例，相关收入实现真实销售、最终销售的核查依据是否充分

1、核查程序

针对 FUNIVERSE、素士科技等客户的下游及最终销售情况，申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）获取主要客户出具的关于采购发行人产品最终实现销售的相关说明

获取了 FUNIVERSE、素士科技等主要客户出具的发行人产品销售情况良好，年末不存在大量库存积压，客户报告期内对外销售发行人相关产品销售金额的访谈问卷或说明，已获取相关访谈问卷或说明的客户对应的销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 94.69%、94.47%、93.97%及 **82.97%**。

（2）获取主要客户采购发行人产品的占比，对外销售发行人产品的收入等数据并进行对比分析

获取了 FUNIVERSE、素士科技等主要客户报告期各期采购发行人产品占其采购同类型产品的比例，销售发行人相关产品的销售数据，并将其与发行人销售给客户的相关数据进行对比分析，已获取相关数据的客户对应的销售收入占各期主营业务收入的比例分别为 90.94%、73.15%、69.82%及 **82.97%**。

（3）获取主要客户下游渠道分布情况并对其线上及线下网络渠道销售情况进行查询

获取了 FUNIVERSE、素士科技等报告期各期前五大客户出具的其线上线下渠道分布及销售发行人相关产品的比例情况，对其线上网络渠道是否存在销售相关产品进行网络查询；对其线下网络销售渠道，以申报会计师、律师为代表，委托其境外合作方在发行人境外客户各主要销售地（包括美国、德国、法国、日本）随机选取 1-3 个线下门店进行实地走访，查阅主要客户相关产品在售情况。

根据发行人主要客户提供的相关资料，报告期内发行人主要客户销售发行人产品的渠道分布情况如下表所示：

客户名称	客户销售发行人产品的渠道分布情况	线上主要渠道	线下主要渠道	网络平台查询情况
HORI	以线下渠道为主，线下	Amazon（境外）	ビックカメラ	查询报告期内发行人为

客户名称	客户销售发行人产品的渠道分布情况	线上主要渠道	线下主要渠道	网络平台查询情况
	渠道销售占比超 85%，报告期内渠道收入分布较为稳定	官网（境外）	（BicCamera，境外） ヨドバシ（Yodobashi，境外） Gamestop（境外） Saturn（境外） Wal-mart（境外） Bestbuy（境外）	该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
Bigben	以线下渠道为主，线下渠道销售占比超过 90%，报告期内渠道收入分布较为稳定	Amazon（境外） 官网（境外）	Gamestop（境外） Saturn（境外） Darty（境外） SonyStore（境外）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
PDP	以线下渠道为主，线下渠道销售占比在 66% 左右，报告期内渠道收入分布较为稳定	Amazon（境外） 官网（境外）	Wal-mart（境外） Bestbuy（境外） GameStop（境外）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
Binatone	以线下渠道为主，线下渠道销售占比在 60% 左右，报告期内渠道收入分布较为稳定	Amazon（境外）	Wal-mart（境外） Aldi（境外） BuyBuyBaby（境外）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
品众电子	以线上渠道为主，线上渠道销售占比超过 90%，报告期内渠道收入分布较为稳定	京东商城（境内） 天猫商城（境内）	顺电（境内） 华为体验店（境内）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在京东等网站上存在销售记录
FUNIVERSE	以线下渠道为主，线下渠道销售占比约 90%，报告期内渠道收入分布较为稳定	Amazon（境外） Rakuten（境外）	ビックカメラ（BicCamera，境外） ヨドバシ（Yodobashi，境外）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
梅州国威及其关联方	以线下渠道为主，线下渠道销售占比近 70%，报告期内渠道收入分布较为稳定	Amazon（境外）	Wal-mart（境外） Bestbuy（境外）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在亚马逊等网站上存在销售记录
素士科技	以线上渠道为主，线上渠道销售占比近 70%，报告期内渠道收入分布较为稳定	淘宝（境内） 京东（境内） 小米优品（境内）	顺电（境内）	查询报告期内发行人为该客户所生产的主要产品（通过线上渠道销售的）在淘宝等网站上存在销售记录

注：发行人境外线下销售渠道包括 BicCamera、Yodobashi、Wal-mart、Bestbuy、Gamestop、Aldi、BuyBuyBaby、Saturn、Darty、SonyStore 等，其中，BicCamera、Yodobashi 主要分布在日本，Wal-mart、Bestbuy、Aldi、BuyBuyBaby 主要分布在美国，Saturn、Darty、SonyStore 主要分布在欧洲各国，Gamestop 在美国及欧洲均有终端销售门店。

针对线上网络查询的具体情况如下：

客户名称	报告期内主要销售产品名称及型号	查询的线上销售渠道	查询情况
Bigben	游戏控制器-PS4 有线手柄 (2792)	Bigben 官网 (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏控制器-PS4 精英手柄 (2793)	Bigben 官网 (欧洲站) amazon (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏控制器-PS4 有线手柄 (2801)	Bigben 官网 (欧洲站) amazon (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏控制器-PS4 无线手柄 (2803)	Bigben 官网 (欧洲站) amazon (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏控制器-PS4 有线手柄 (2826)	Bigben 官网 (欧洲站) amazon (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏耳机-RIG400 有线耳机 (2836)	Bigben 官网 (欧洲站) amazon (欧洲站)	当前在售
Bigben	游戏控制器-PC 有线手柄 (8276)	Bigben 官网 (欧洲站)	当前在售
Binatone	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器 (0602)	amazon (美国站)	当前在售
Binatone	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器 (0605)	amazon (美国站)	当前在售
Binatone	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器 (0611)	amazon (美国站)	当前在售
Binatone	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器 (0613)	amazon (美国站)	当前在售
Binatone	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器 (0616)	amazon (美国站)	当前在售
FUNIVERSE	游戏控制器-迷你游戏机手柄 (0266)	amazon (日本站) Rakuten (日本站)	当前在售
FUNIVERSE	迷你游戏机 (0267)	amazon (日本站) Rakuten (日本站)	当前在售
FUNIVERSE	迷你游戏机 (0268)	amazon (日本站) amazon (美国站)	当前在售
FUNIVERSE	游戏控制器-SNK 大摇杆 (0269)	amazon (日本站) Rakuten (日本站)	当前在售
HORI	游戏控制器-Switch 双侧手柄 (0378)	amazon (日本站) EDION (日本站) Yodobashi (日本站) Bic camera (日本站)	当前在售
HORI	游戏耳机-有线双耳耳机 (2825)	amazon (日本站) Yodobashi (日本站) Bic camera (日本站)	当前在售
HORI	其他游戏外设-手柄充电座	amazon (日本站)	当前在售

客户名称	报告期内主要销售产品名称及型号	查询的线上销售渠道	查询情况
	(7375)	Yodobashi (日本站) Bic camera (日本站)	
HORI	游戏控制器-Switch 有线手柄 (8258)	amazon (日本站)	当前在售
HORI	游戏控制器-Switch 无线手柄 (8275)	amazon (日本站) EDION (日本站) Yodobashi (日本站) Bic camera (日本站)	当前在售
PDP	游戏耳机-有线单耳耳机 (2821)	PDP 官网 (美国站) amazon (美国站)	当前在售
PDP	游戏耳机-有线双耳耳机 (2822)	PDP 官网 (美国站) amazon (美国站)	当前在售
PDP	游戏耳机-有线单耳耳机 (7381)	PDP 官网 (美国站) amazon (美国站)	当前在售
PDP	游戏耳机-有线双耳耳机 (7382)	PDP 官网 (美国站) amazon (美国站)	当前在售
品众电子	游戏控制器-PC 无线手柄 (0197)	天猫、京东	当前在售
品众电子	游戏控制器-双侧手机游戏控制器 (0298)	天猫、京东	当前在售
品众电子	游戏控制器-PC 有线手柄 (8273)	天猫、京东	当前在售
品众电子	游戏控制器-PC 精英手柄 (8278)	天猫、京东	当前在售
梅州国威	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器套装 (0602/0603*2)	amazon (美国站)	当前在售
梅州国威	创新消费电子-摩托罗拉婴儿监护器套装 (0609/0610)	amazon (美国站)	当前在售
素士科技	创新消费电子-电动牙刷 (0541)	天猫、京东、小米有品	当前在售
素士科技	创新消费电子-冲牙器 (0551)	天猫、京东、小米有品	当前在售

注：上述线上查询的产品属于发行人报告期内实现销售收入的主要型号产品，查询时间为2021年12月（2021年3月、8月等亦多次进行过线上查询，但查询涉及的产品型号范围小于2021年12月的查询范围），查询的网上相关界面可显示相关产品名称、产品样式、当前价格等信息，未显示月销售或总销售数据。

Amazon: 是美国最大的一家网络电子商务公司，亚马逊及其它销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品，如图书、影视、音乐和游戏、数码下载、电子和电脑、家居园艺用品、玩具、婴幼儿用品、食品、服饰、鞋类和珠宝、健康和个人护理用品、体育及户外用品、玩具、汽车及工业产品等。

Rakuten: 日本乐天市场国际版英文全称为 Rakuten Global Market，是来自日本的综合性网上购物商城国际站点，隶属日本乐天株式会社，成立于1997年，Rakuten Ichiba 包括其中将近1万家店铺，类似国内淘宝，提供日本直邮海外服务，部分店铺现接受银联和支付宝支付。

其商品囊括时尚厨具，药妆彩妆，母婴用品，动漫手办，相机，家电等数十个类别。

EDION: 日本爱电王（EDION，又名荣电）集团，是拥有覆盖日本全国地区多达 1212 家门店的家电量贩连锁巨头，以良好的售后、优惠的价格、丰富的货品渠道多年来稳居日本家电量贩连锁 TOP3 之列。

Yodobashi: 友都八喜在日本是仅次于 YAMADA 电器（ヤマダ电机）、EDION 集团（エディオン）的第三大电器销售平台，主要销售各种生活电器、电脑、数码相机、摄像机、化妆品、名牌箱包、手表、运动器材、音响、游戏机、软体、DVD/CD、专业摄影器材等产品，品项超过 85 万个，在日本零售业中，单店销售额与单人销售额均为日本第一。

Bic camera: 比较大型的综合性购物商城，各类相机、电脑、电视、小家电等的综合电器网络直营店。

（4）实地走访及视频访谈

对报告期各期主要客户实施实地走访及视频访谈程序，了解主要客户的基本情况、合作背景、产品采购及对外销售情况、关联关系或其他利益关系等情况。报告期各期，走访及访谈对应客户销售收入占各期营业收入的比例分别为 97.54%、96.14%、97.30%及 **92.20%**。报告期各期前五大客户走访及访谈中涉及具体情况如下：

编号	客户名称	接受访谈的具体对象及职位	访谈问卷中关于发行人销售、客户对外销售相关问题及答复概括	访谈同时履行的其他主要程序
1	PDP	Helen 张海燕（项目经理） Todd Koniarens（首席运营官）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等专项说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据
2	Binatone	Dino Lalvani（创始人兼主席） Sarah Lee（运营负责人） John Li（产品总监）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等访谈说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据

编号	客户名称	接受访谈的具体对象及职位	访谈问卷中关于发行人销售、客户对外销售相关问题及答复概括	访谈同时履行的其他主要程序
			回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	
3	HORI	谢祥瑜（副总经理、购买部部长） 村松洋明（开发部部长）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人生产的摇杆曾出现过积压货品的情况，存货后续逐步被消化	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等专项说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据
4	Bigben	Carrie Ho（财务经理） Yannick Allaert（市场总监）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等专项说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据
5	FUNIVERSE	郭斌（董事）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等专项说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据

编号	客户名称	接受访谈的具体对象及职位	访谈问卷中关于发行人销售、客户对外销售相关问题及答复概括	访谈同时履行的其他主要程序
			产品年底不存在大量积压的情形	
6	品众电子	武翠光（营销中心总监）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等专项说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据
7	梅州国威及其关联方	余景雄（运营总监）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等访谈说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据
8	素士科技	杨发葵（采购经理）	访谈问卷中相关问题主要包括报告期内发行人与客户销售金额情况、销售模式、客户最近三年销售情况有无出现重大变化、客户是否不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形、发行人销售客户的相关产品年底是否存在积压等 客户确认了与发行人销售模式为买断式，发行人报告期内销售情况真实、准确，客户最近三年销售情况未发生重大变化，客户不存在于年底前集中采购而在下一年初发生销售退回的情形，发行人销售给客户的相关产品年底不存在大量积压的情形	1、获取客户出具的相关产品最终对外销售情况、与发行人交易产品的采购、销售情况等访谈说明； 2、查看客户的经营办公场所； 3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据

（5）函证程序

对主要客户的销售收入、应收账款余额执行函证程序，截至 **2022 年 9 月末**，回函统计具体情况如下表所示：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
整体营业收入	营业收入	27,842.98	59,992.18	52,758.44	36,636.24
	发函金额	26,775.12	58,095.50	50,724.41	35,682.35
	发函金额/营业收入	96.16%	96.84%	96.14%	97.40%
	回函可确认金额	25,864.06	58,095.50	50,724.41	35,682.35
	其中：回函相符金额	23,351.70	57,898.68	50,724.41	35,682.35
	回函不符金额，但核对相符	2,512.36	196.82	-	-
	回函金额比例	92.89%	96.84%	96.14%	97.40%
境外收入	主营业务收入境外收入	16,009.79	46,826.46	44,802.84	30,732.42
	发函金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	发函金额/主营业务收入境外收入	98.27%	99.52%	99.13%	98.64%
	回函可确认金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	其中：回函相符金额	15,733.31	46,603.78	44,412.78	30,313.42
	回函不符金额，但核对相符	-	-	-	-
	回函金额比例	98.27%	99.52%	99.13%	98.64%

注：*2021 年 1.27 万元回函不符金额系源自敦泰电子（深圳）有限公司，差异系由于加工费收入，客户入账时间差异引起；195.54 万元不符金额系源自深圳素士科技股份有限公司，差异系寄存物差异 163.67 万元，退换货差异 31.88 万元引起。

（6）取得发行人报关出口退税明细表、电子口岸系统报关数据、中信保数据等与外销收入进行匹配核查；

（7）结合销售收入的细节测试程序，抽查与销售业务的销售合同或订单、出库单、物流凭证、报关单、提单/签收单、支付凭证及发票等原始单据，核查收入的真实性、完整性和准确性。针对报告期各期前十大客户各抽取 2 笔及以上的订单进行核查；

(8) 对发行人的销售收入实施截止性测试核查程序，核实销售收入是否存在跨期现象，查验当期收入是否准确、完整记录；

2、核查意见

经核查，申报会计师认为发行人报告期各期对 FUNIVERSE、素士科技等主要客户的销售具有真实性，上述客户终端销售情况良好，核查过程获取的证据具有充分性。

3.关于品牌收入

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期，发行人对应索尼终端品牌的产品收入合计金额为17,624.72万元、19,761.57万元、15,417.30万元、5,682.94万元，占比分别为42.39%、55.85%、29.86%、24.26%。发行人解释称，索尼品牌收入下降主要因发行人积极扩展创新消费电子业务并为现存客户提供涉及各类游戏主机的多样化游戏外设。

请发行人：

(1) 说明报告期各期发行人产品对应索尼、任天堂、摩托罗拉、微软终端品牌产品的相关客户、销售内容、收入、收入变动原因。

(2) 说明2021年以来各品牌对应收入、在手订单情况，分析发行人对应索尼品牌收入报告期内下滑的原因，对应索尼品牌收入是否存在进一步大幅下滑风险，是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明报告期各期发行人产品对应索尼、任天堂、摩托罗拉、微软终端品牌产品的相关客户、销售内容、收入、收入变动原因

报告期各期，发行人产品对应索尼、任天堂、摩托罗拉、微软终端品牌产品的相关客户、销售内容及收入情况如下表所示：

单位：万元

终端品牌	对应客户	销售内容	销售收入				
			2022 年 1-6 月	2021 年	较 2020 年同期 变动情 况	2020 年	2019 年
索尼	Bigben	游戏控制器、	5,469.83	12,202.78	21.48%	10,045.42	13,177.21

终端品牌	对应客户	销售内容	销售收入				
			2022 年 1-6 月	2021 年	较 2020 年同期 变动情 况	2020 年	2019 年
		游戏耳机					
	HORI	游戏控制器、游戏耳机	86.19	773.00	-11.02%	868.77	1,175.64
	PDP	游戏耳机	322.94	1,968.07	-56.30%	4,503.12	5,408.73
	合计	-	5,878.97	14,943.85	-3.07%	15,417.30	19,761.57
任天堂	Bigben	-	-	-	-	-	-
	HORI	游戏控制器、游戏耳机	2,534.72	8,207.91	-24.93%	10,934.00	4,247.03
	PDP	游戏控制器、游戏耳机	1,068.71	6,524.20	122.51%	2,932.15	933.31
	合计	-	3,603.46	14,732.11	6.25%	13,866.15	5,180.34
微软	Bigben	游戏耳机	120.96	1,091.54	-	-	-
	HORI	游戏控制器	-	0.98	-99.69%	315.67	5.39
	PDP	游戏耳机、游戏控制器	289.61	1,729.00	-62.27%	4,582.81	2,482.37
	壹位堂	游戏控制器	365.52	251.49	-	-	-
	合计	-	775.96	3,073.01	-37.27%	4,898.48	2,487.76
摩托罗拉	Binatone	智能监护器	-	1,278.20	-86.65%	9,574.25	504.67
	梅州国威及其关联方	智能监护器	4,700.39	11,312.14	-	-	-
	合计	-	4,700.39	12,590.34	31.50%	9,574.25	504.67

(1) 发行人索尼终端品牌产品的收入变动情况

终端品牌索尼报告期内收入呈现小幅波动趋势，其中 2021 年，终端品牌索尼实现销售收入相比于 2020 年小幅下降 3.07%。截至 2022 年 6 月末，发行人终

端索尼品牌订单金额为**2,379.55**万元，在手订单金额充足。

（2）发行人任天堂终端品牌产品的收入变动情况

终端品牌任天堂报告期内收入呈现逐年上升的趋势，主要系2019年起，随着HORI推出任天堂Switch系列相关新品如无线手柄及双侧手柄（发行人参与前期开发设计），且在终端市场获得消费者较高认可度，HORI给发行人的相关订单爆发式增长所致。2021年，发行人终端品牌任天堂系列产品收入金额小幅上升6.25%，一方面系随着2021年第一季度《怪物猎人：崛起》等Switch限时独占游戏的火热，发行人Switch系列相关产品的热度延续至2021年所致；另一方面系PDP Switch系列双耳耳机销售上升所致。由于Switch掌机模式对耳机具有较强的需求，且在Switch使用无线耳机需要另行购置蓝牙适配器，使得公司为PDP生产的有线耳机更具性价比，PDP加大了Switch系列游戏耳机的布局。2022年1-6月，发行人终端品牌任天堂系列产品收入金额同比下降50.86%，主要系发行人与HORI合作的游戏外设产品中，部分原材料如IC模组等系由HORI客供，HORI在2021年下半年起，因IC模组中sense IC原料短缺，给发行人的部分订单推迟下达。根据HORI出具的相关说明，截至2022年3月末，其已找到妥善的解决方案，从而克服IC短缺的影响，上述事项不会对2022年给发行人的订单产生不利影响，预计2022年给发行人的订单量不会持续下滑。

（3）发行人微软终端品牌产品的收入变动情况

终端品牌微软报告期内收入呈现波动趋势，发行人生产微软的产品以PDP游戏耳机为主，故其收入金额的变动与PDP游戏耳机收入变动挂钩，2019年公司游戏耳机主要客户PDP在PS系列及XBOX系列的订单需求量下降，一方面系受2018年爆款游戏大热的影响，2019年主机游戏市场进入调整期，根据VGChartz统计，当年索尼及微软市场主流机型PS4和Xbox One全球销量同比分别下滑22.09%及25.74%；另一方面PDP对耳机系列产品进行升级调整，新一代产品从开发到量产需一定时间。

2021年，微软品牌收入金额相比于2020年下降42.40%，且较2020年同期收入金额降幅较大，主要系因为微软当前世代主机XBOX-One 2021年销量相比于2020年下降幅度较大且市场对于相应配套的游戏外设的需求量相比于2020

年下滑所致。根据 VG Chartz 统计, XBOX-One 在 2020 年全球月均销量为 262,211.83 个, 而 2021 年月均销量为 67,370.67 个。

(4) 发行人摩托罗拉终端品牌产品的收入变动情况

终端品牌摩托罗拉报告期内收入呈现增长趋势, 主要系发行人 2019 年开拓创新消费电子业务, 智能监护器产品订单 2020 年开始放量。2021 年, 发行人智能监护器收入金额相比于 2020 年上升 31.50%, 因摩托罗拉与 Binatone 授权在 2020 年底到期 (对于 2021 年 1 月 8 日之前 Binatone 已收到并确认的客户订单, Binatone 有权在 2021 年 4 月 30 日之前继续销售), 发行人转而与新获得摩托罗拉授权的梅州国威合作, 双方合作情况良好, 发行人 2021 年智能监护器业务未因客户的变更而受到不利影响。

二、说明 2021 年以来各品牌对应收入、在手订单情况, 分析发行人对应索尼品牌收入报告期内下滑的原因, 对应索尼品牌收入是否存在进一步大幅下滑风险, 是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响

2021 年, 发行人产品对应终端前五大品牌分别为任天堂、索尼、摩托罗拉、华为及微软, 上述品牌 2021 年及 2022 年 1-6 月实现销售收入, 截至 2021 年末及 2022 年 6 月末在手订单情况如下表所示:

序号	终端品牌	2021 年销售金额 (万元)	2021 年销售金额占主营业务收入占比	2021 年销售金额同比增长率	2021 年年末在手订单金额 (万元)	2021 年年末在手订单金额占比	2021 年年末在手订单金额同比增长率
1	索尼	14,943.85	25.27%	-3.07%	4,307.44	19.29%	87.02%
2	任天堂	14,732.11	24.91%	6.25%	2,064.07	9.24%	-56.27%
3	摩托罗拉	12,590.34	21.29%	31.50%	9,846.66	44.09%	605.16%
4	微软	3,073.01	5.20%	-37.27%	64.22	0.29%	-89.60%
5	华为	1,241.55	2.10%	12.19%	325.08	1.46%	-20.55%
合计		46,580.85	78.77%	3.83%	16,607.47	74.36%	75.82%
序号	终端品牌	2022 年 1-6 月销售金额 (万元)	2022 年 1-6 月销售金额占主营业务收入占比	2022 年 1-6 月销售金额同比增长率	2022 年 6 月末在手订单金额 (万元)	2022 年 6 月末在手订单金额占比	2022 年 6 月末在手订单金额同比增长率
1	索尼	5,878.97	21.67%	3.45%	2,379.55	9.72%	-68.76%
2	任天堂	3,603.46	13.28%	-50.86%	5,142.57	21.01%	46.86%
3	摩托罗拉	4,700.39	17.32%	44.12%	7,129.08	29.12%	-28.13%
4	微软	775.96	2.86%	21.17%	1,256.47	5.13%	-6.58%

序号	终端品牌	2021 年销售金额（万元）	2021 年销售金额占主营业务收入占比	2021 年销售金额同比增长率	2021 年年末在手订单金额（万元）	2021 年年末在手订单金额占比	2021 年年末在手订单金额同比增长率
5	华为	367.41	1.35%	-45.85%	377.26	1.54%	-50.69%
合计		15,326.19	56.49%	12.90%	16,284.93	66.53%	-29.65%

如前所述，终端品牌索尼报告期内的收入呈现小幅波动趋势，2021 年，终端品牌索尼实现销售收入相比于 2020 年小幅下降 3.07%，不存在大幅下降的情形。截至 2021 年末，发行人终端品牌索尼订单金额为 4,307.44 万元，同比增长 87.02%，在手订单金额充足，预计 2022 年发行人终端索尼品牌收入不存在大幅下滑的情形。终端品牌索尼实现销售收入占比的下滑主要系因发行人游戏外设产品种类、客户的扩充及创新消费电子业务的拓展所致，不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、取得发行人报告期内销售收入明细并对相关终端品牌销售收入的变动进行对比分析；
- 2、取得并查阅发行人截至 2021 年末在手订单明细并对相关终端品牌在手订单情况进行分析；
- 3、访谈发行人相关业务负责人，了解索尼品牌等各主要终端品牌实现收入占比报告期内变动的原因；

（二）核查意见

针对上述问题，经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人终端品牌中，索尼与微软报告期内实现的收入呈现波动趋势；任天堂与摩托罗拉报告期内实现的收入整体呈现上升趋势；截至 2021 年末，上述终端品牌的在手订单金额较为充足。
- 2、终端品牌索尼实现销售收入占比的下滑主要系发行人游戏外设产品种类、客户的扩充及创新消费电子业务的拓展所致，不会对发行人持续经营能力构成重

大不利影响；根据 2021 年终端品牌索尼已实现销售收入情况及截至 2021 年末索尼品牌在手订单情况，发行人索尼品牌收入 2021 年未出现大幅下滑的情形，预计 2022 年索尼品牌收入不会出现大幅下滑的情形。

4.关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期发行人游戏耳机毛利率分别为34.43%、37.84%、36.87%、26.85%，朝阳科技耳机成品毛利率为10.99%、7.62%、7.40%、6.30%，赢通通讯前三年为18.61%、15.20%、14.62%，豪恩声学2018年为23.35%。发行人解释称，发行人毛利率高于可比公司主要因耳机产品均为电竞游戏耳机，高于普通消费电子耳机毛利率，可比公司产品包括传统电声产品、电竞游戏耳机等。

(2) 2021年上半年受汇率下跌影响，发行人销售单价小幅下降。

请发行人：

(1) 详细对比说明发行人电竞游戏耳机与可比公司消费电子耳机、电竞游戏耳机在功能、参数、性能等方面的具体差异，报告期内发行人所销售游戏耳机是否均为电竞游戏专用耳机，分析游戏耳机业务毛利率明显高于可比公司是否合理。

(2) 结合报告期外的主营业务毛利率、主要产品毛利率水平及变动情况，分析说明报告期内外毛利率是否存在明显差异。

(3) 详细说明汇率变动对发行人2021年1-6月毛利率的具体影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、详细对比说明发行人电竞游戏耳机与可比公司消费电子耳机、电竞游戏耳机在功能、参数、性能等方面的具体差异，报告期内发行人所销售游戏耳机是否均为电竞游戏专用耳机，分析游戏耳机业务毛利率明显高于可比公司是否合理

(一) 发行人电竞游戏耳机与可比公司消费电子耳机、电竞游戏耳机在功能、参数、性能等方面的具体差异

相较于常规消费电子耳机，发行人电竞游戏耳机在功能、参数、性能等方面的具体差异如下：

比较项目	游戏耳机产品	常规耳机
图示		

比较项目	游戏耳机产品	常规耳机
基本特征	宽头带，包裹感强，带麦克风，线缆较长，体积大，外观设计个性炫酷	通常不带麦克风和灯光点缀，体积相对较小，佩戴舒适，外观设计时尚精美
品类定位	为游戏玩家定制	以影音泛娱乐为主
音频	偏重低频和中频	高中低三频较均衡
功能	注重声场和定位	人声乐器高解析
音质	注重游戏声场定位和临场体验	注重音乐品质和高保真还原度
配置	RGB 灯效	一般未配置 RGB 灯效

综上，游戏耳机主要针对游戏玩家的游戏体验需求进行设置。

在外观方面，常规耳机包括耳塞式、挂脖式、头戴式及 TWS 耳机等，游戏耳机以头戴式为主，而且为了追求包裹感和隔音效果，游戏耳机一般采用悬浮式宽头梁、大体积海绵耳罩。同时，游戏耳机还会配置炫彩灯光效果，色彩明暗会随着音效进行变化，而常规耳机一般追求时尚精美、流畅线条，不会设置炫彩灯光效果。

在声音效果方面，常规耳机中的音乐耳机注重音乐的品质和高保真还原度，追求高中低三频均衡，音域宽广，音质纯净；而游戏耳机比较注重低频和中频的表现，以保证枪声或爆炸声的震撼性，而且更加注重声场和定位，以辅助游戏玩家来辨识游戏中的实时场景。

在传输效率方面，游戏耳机对于传输延迟具有极高要求，因此，市面上常见的游戏耳机多为有线传输。而对于常规耳机对声音的延迟要求较低，如在音乐鉴赏的应用场景下，声音的延迟基本不影响体验。

报告期内，可比公司未披露其消费电子耳机与电竞游戏耳机在功能、参数、性能等方面的情况。根据瀛通通讯和朝阳科技公开披露信息，其电声产品品牌商客户主要为万魔声学。万魔声学旗下品牌主要为小米和 1MORE。由于发行人游戏耳机产品主要为有线耳机，发行人产品与小米和 1MORE 产品有线耳机产品在功能、参数、性能等方面对比情况如下：

比较项目	发行人	消费电子耳机		电竞游戏耳机
		小米	1MORE	小米
		小米圈铁耳机 Pro	1MORE 三单元圈铁耳机	黑鲨 3.5mm 游戏耳机
图示				
耳机类型	头戴式	入耳式	入耳式	半入耳式
喇叭阻抗	16Ω-32Ω	32Ω	32Ω	32Ω
频率响应范围	20Hz-20KHz	20-40KHz	20Hz-40KHz	20Hz-20KHz
灵敏度	110-116dB	98dB	99dB	105-3dB
麦克风频率响应	100-10KHz 或 100-16KHz	未披露	未披露	100-10KHz
连接方式	3.5mm	3.5mm	3.5mm	3.5mm

注：以上参数比较取自小米及万魔官网

由于游戏耳机偏重低频和中频、注重声场和定位，而消费电子耳机高中低三频较均衡、注重人声乐器高解析。游戏耳机的频率响应范围要小于消费电子耳机，但灵敏度要大于消费电子耳机。

（二）报告期内发行人所销售游戏耳机是否均为电竞游戏专用耳机

报告期内，发行人游戏耳机业务收入情况如下：

单位：万元

客户名称	产品型号	产品名称	主要适配设备	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
HORI	2777	AIR PS 有线单耳机	PS 主机	-	-	-	-
HORI	2778	AIR PS 有线双耳机/ AIR Switch 有线双耳机	PS 主机 /Switch 主机	-	-	-	274.34
HORI	2825	ST PS 有线双耳/ ST Switch 有线双耳	PS 主机 /Switch 主机	489.82	1,080.26	1,161.22	471.97
BIGBEN	2836	RIG400 HS 有线耳机	PS 主机	227.52	2,808.63	289.52	-
PDP	2766	LVL1-PS 有线单耳机	PS 主机	-	-	-	52.75
PDP	2767	LVL3-PS 有线双声道耳机	PS 主机	-	-	-	2,537.47
PDP	7366	LVL1-XBOX 有线单耳机	XBOX 主机	-	-	-	72.08

客户名称	产品型号	产品名称	主要适配设备	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
PDP	7367	LVL3-XBOX 有线双声道耳机	XBOX 主机	-	-	-	703.20
PDP	2821	LVL30-PS 有线单耳机	PS 主机	-	33.85	949.75	449.00
PDP	2822	LVL40-PS 有线双耳机	PS 主机	320.52	1,934.21	3,553.36	2,234.33
PDP	7381	LVL30-XBOX 有线单耳机	XBOX 主机	-	36.45	811.73	366.04
PDP	7382	LVL40-XBOX 有线双耳机 /LVL40-Switch 有线双耳机	XBOX 主机 /Switch 主机	1,358.09	7,419.25	6,703.23	1,658.90
合计				2,395.95	13,312.65	13,468.81	8,820.08
占同期游戏耳机销售占比				100.00%	99.99%	99.87%	99.79%

综上,发行人耳机产品主要是适配于 PS 游戏主机、XBOX 游戏主机及 Switch 游戏主机,针对游戏玩家对音效及外观的特殊需求,进行专门设计,可以更好增强游戏玩家的游戏体验,上述产品均属于电子竞技类游戏耳机。

(三) 游戏耳机业务毛利率明显高于可比公司是否合理

报告期内,发行人游戏耳机业务毛利率与可比公司对比情况如下:

项目	耳机产品介绍	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年度	2019 年度
朝阳科技-耳机成品	报告期内主要销售产品为入耳式有线耳机及蓝牙 TWS 耳机,下游主要客户或终端品牌包括小米/万魔声学、Beats、苹果等消费电子厂商	7.20%	6.40%	7.40%	7.62%
瀛通通讯-耳机	报告期内主要销售产品为有线耳机及蓝牙,下游主要客户或终端品牌包括伟创力、歌尔股份、小米/万魔声学、苹果、三星等消费电子厂商或电声品牌运营商	未披露	14.49%	14.62%	15.20%
豪恩声学	2018 年以前主要销售产品包括电竞游戏耳机及消费电子类有线耳机、蓝牙耳机等,下游主要客户或终端品牌包括雷蛇、海盗船、罗技、安克等游戏外设厂商或消费电子厂商	未披露	未披露	未披露	未披露
奥尼电子-蓝牙耳机*	报告期内主要销售的蓝牙耳机产品为头戴式蓝牙耳机和 TWS 蓝牙耳机,主要客户包括邻友通、S2E,INC.、Toshiba Lifestyle、Nexight INC 等境外企业或境内跨境电商电子商务。	未披露	未披露	27.61%	35.82%

发行人—游戏耳机	报告期内主要销售产品为电竞游戏耳机，包括单耳、双耳、有线、无线等多品类游戏耳机。	17.90%	28.61%	36.87%	37.84%
----------	--	--------	--------	--------	--------

数据来源：朝阳科技招股说明书及年度报告、瀛通通讯年度报告、豪恩声学招股说明书、奥尼电子招股说明书及问询函回复

注 1：奥尼电子主要产品为智能视频终端，蓝牙耳机业务收入占比较小。报告期内，奥尼电子耳机收入为9,339.13万元、16,720.26万元、10,970.09万元和4,633.87万元，占比为32.53%、32.45%、10.26%和9.58%。

注 2：瀛通通讯、豪恩声学与奥尼电子 2021 年耳机毛利率数据未披露。

注 3：2018 年，豪恩声学毛利率为 23.35%，毛利率高于瀛通通讯和朝阳科技

发行人游戏耳机毛利率高于朝阳科技、瀛通通讯和豪恩声学，和奥尼电子较为接近，差异的主要原因包括：

1、发行人内外销结构差异

报告期内，发行人及可比公司的内外销结构如下：

单位：%

公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销
瀛通通讯	55.29	44.71	67.09	32.91	60.38	39.62	50.73	49.27
朝阳科技	30.81	69.19	60.00	40.00	67.45	32.55	72.56	27.44
豪恩声学	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
奥尼电子	未披露	未披露	41.48	58.52	37.71	62.29	54.75	45.25
发行人	40.99	59.01	20.81	79.19	13.22	86.78	13.14	86.86

数据来源：朝阳科技招股说明书及年度报告、瀛通通讯年度报告、豪恩声学招股说明书、奥尼电子招股说明书及问询函回复

注 1：奥尼电子内外销占比还包括其 PC/TV 外置摄像头等产品。

注 2：豪恩声学 2021 年数据未披露。

注 3：2018 年，豪恩声学外销比例为 94.97%。

受消费理念差异影响，国内外消费者对消费电子价格的敏感程度不同。一般而言，电声行业内国内品牌客户产品的毛利率低于国际知名品牌客户。电声行业可比公司来看，豪恩声学外销比例较高，其耳机产品的毛利率亦高于瀛通通讯和朝阳科技。以奥尼电子（奥尼电子主营业务为摄像头、行车记录仪等研发、生产及销售，其蓝牙耳机的销售收入占比较低）为例，其蓝牙耳机产品的外销毛利率亦高于内销毛利率，具体情况如下表所示：

单位：元

项目	销售区域	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年度		2019 年度	
		单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率

蓝牙耳机	内销	未披露	未披露	未披露	未披露	120.73	15.59%	147.59	31.68%
	外销	未披露	未披露	未披露	未披露	172.78	39.11%	157.21	40.32%
	对比差异	未披露	未披露	未披露	未披露	43.12%	23.52%	6.52%	8.64%

数据来源：关于深圳奥尼电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复

注：奥尼电子未披露 2021 年数据

报告期内，发行人游戏耳机内外销情况及毛利率情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销游戏耳机	-	-	-	1.30	0.01%	1.50%
外销游戏耳机	2,395.95	100.00%	17.90%	13,312.65	99.99%	28.61%
合计	2,395.95	100.00%	17.90%	13,313.95	100.00%	28.61%
项目	2020 年度			2019 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
内销游戏耳机	17.02	0.13%	10.72%	12.76	0.14%	5.66%
外销游戏耳机	13,468.82	99.87%	36.90%	8,826.29	99.86%	37.89%
合计	13,485.84	100.00%	36.87%	8,839.05	100.00%	37.84%

报告期内，发行人游戏耳机外销比例占游戏耳机销售金额的比例为 99.86%、99.87%、99.99%和 100.00%，仅有极少量内销游戏耳机，且内销游戏耳机所对应的毛利率低于外销游戏耳机，发行人游戏耳机外销毛利率与奥尼电子游戏耳机外销毛利率较为接近且报告期内的变动趋势一致。

2、发行人产品结构差异

2018 年以来，可比公司关于无线耳机产品的具体披露内容如下：

公司名称	耳机产品构成
赢通通讯	公司耳机产品包括：智能 TWS、降噪耳机、Hi-Fi 耳机、游戏耳机、运动耳机、智能助听耳机等耳机成品；
朝阳科技	耳机成品生产方面，公司建立了入耳式耳机、头戴式耳机、蓝牙耳机、TWS 耳机、智能翻译耳机、智能运动耳机、主动降噪耳机、电竞耳机等产品的生产线。2019 年 1-6 月，公司新增多款 TWS 新型号耳机成品的生产销售，相关新产品在投产初期处于产能爬坡阶段，不能实现规模效应，单位产品分担的成本费用较高，降低了耳机成品的整体毛利率。
豪恩声学	2018 年，公司耳机毛利率较上年下降 3.25 个百分点，主要原因如下：①无线入耳式耳机业务收入上升，占耳机收入比例从 0.99%提升至 7.11%。由于无线入耳式耳机生产规模有待提高，毛利率较低。公司无线入耳式耳机主要为 TWS 蓝牙耳机（True Wireless Stereo，即真正无线立体声），该类产品结构复杂、工

公司名称	耳机产品构成
	艺难度较高。
奥尼电子	2020 年以来，随着降噪技术的日趋成熟，手机厂商看中 TWS 耳机市场的前景和需求增长趋势而逐渐进入市场，加剧了耳机产品的市场竞争，耳机产品的市场售价下滑，特别是主动降噪功能的产品价格持续下探。另一方面，芯片的供应紧张，新冠疫情对经济的负面冲击，进一步拉高了产品的材料成本。因此，公司的耳机产品在售价降低和成本上涨的双重影响下，耳机产品毛利下滑较大，从而带动智能音频产品 2020 年和 2021 年的总体毛利率下降。
发行人	报告期内主要销售产品为电竞游戏耳机，包括主要为有线游戏耳机，暂未涉及 TWS 耳机。

资料来源：瀛通通讯 2020 年年度报告、朝阳科技招股说明书、豪恩声学招股说明书、奥尼电子招股说明书

根据市场公开信息披露，“从行业发展来看，近年来无线耳塞耳机呈爆发性增长趋势，市场渗透率快速提升，市场上无线耳塞耳机的竞争日趋激烈，此外无线耳塞耳机内部结构较传统耳机发生了一定变化，内部可能集成了大量的电子元器件，复杂度大幅提升，且制造过程涉及大量的精密装配工艺和检测工序，生产成本相对较高，毛利率相对较低”；另一方面，TWS 耳机产品对于多数电声公司为新布局产品，根据市场公开信息披露，“公司在新产品生产初期的生产效率相对较低，需要不断磨合制造工艺，积累生产经验，产品生产成本较高，降低了耳机成品的整体毛利率。”

目前，TWS 耳机主要用于 3C 消费市场，其核心特点——便携性、智能性及充电续航能力并不适用于游戏耳机领域，游戏耳机市场对于 TWS 耳机暂无明显需求。因此，发行人报告期内的耳机产品以有线头戴式耳机为主，耳机产品综合毛利率高于可比公司。

综上，与可比公司公开披露信息相比，发行人游戏耳机产品中不包括 TWS 游戏耳机，毛利率相对较高。

3、客户结构存在差异

报告期内，发行人及可比公司的耳机主要客户情况如下：

项目	发行人耳机成品毛利率				主要客户	客户品牌
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度		
朝阳科技	7.20%	6.40%	7.40%	7.62%	万魔声学、安克创新、魅族科技、富士康、深圳时空壶技术有限公司、FKA Brands 等	小米/万魔、安克、华硕、魅族、富士康（诺基亚）时空壶、JAM

项目	发行人耳机成品毛利率				主要客户	客户品牌
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度		
赢通通讯	未披露	14.49%	14.62%	15.20%	万魔声学、歌尔股份、伟创力、台湾鸿海、高岛（国际）有限公司、ZAGG Inc.、正崧精密、美律实业	苹果、小米、万魔、紫米、vivo、OPPO、魅族、BOSE、SONY、松下、安克、漫步者、ZAGG、Jabra、Beats 等
豪恩声学	未披露	未披露	未披露	未披露	雷蛇、海盗船、罗技、哈曼等	Razer、USCORSAIR、Logitech、JBL
奥尼电子	未披露	未披露	27.61%	35.82%	邻友通、RM ACQUISITIONLLC、S2E,INC.、Toshiba Lifestyle 等	TaoTronics、Mee audio、Panasonic、MONSTER
发行人	17.90%	28.61%	36.87%	37.84%	PDP、Bigben、HORI	PDP、HORI、Nacon RIG

数据来源：赢通通讯 2020 年年度报告及可转换债券募集说明书、朝阳科技招股说明书、豪恩声学招股说明书、奥尼电子招股说明书及问询函回复

注 1：朝阳科技主要客户及客户品牌源自其招股说明书披露的 2018 年至 2019 年销售成品耳机的前五大客户/品牌；

注 2：赢通通讯主要客户源自其可转换债券募集说明书披露的 2018 年至 2019 年前五大客户，客户品牌源自其 2020 年年报披露情况；

注 3：豪恩声学主要客户源自其招股说明书披露 2018 年前五大客户，客户品牌源自公开信息；

注 4：奥尼电子主要客户源自其第三轮问询回复智能音频产品客户构成，客户品牌源自公开信息；

注 5：豪恩声学及奥尼电子未披露 2021 年耳机毛利率数据。

注 6：2018 年，豪恩声学外销比例为 94.97%。

从上表来看，朝阳科技、赢通通讯的主要客户为国际知名智能终端品牌和国内新兴互联网品牌，豪恩声学的主要客户为游戏领域的国际一线外设品牌。奥尼电子和发行人的主要客户为专注于某一领域的品牌，如 TaoTronics 为泽宝集团旗下的跨境电商耳机品牌；Mee audio 起源于美国，主打定制耳机产品；PDP、HORI 为游戏主机领域的耳机品牌。制造供应商对不同品牌客户的议价能力及利润空间存在一定差异。

综上，与可比公司相比，发行人游戏耳机产品主要客户为专注于某一领域的品牌，发行人对其具有更强的议价能力，毛利率更高。

4、发行人与游戏耳机主要客户合作年限较长且深度参与产品前期开发设计，产品毛利率较高

报告期内，发行人游戏耳机收入主要集中在客户 PDP，其余客户报告期内游

戏耳机收入金额及占比较低。发行人自 2012 年即与 PDP 开始就游戏耳机业务展开合作，且产品类型较为稳定。经历了数年的发展，发行人已熟练掌握 PDP 游戏耳机产品生产制程，且发行人向 PDP 销售游戏耳机的单一批次量较大，整体生产效率较高。

报告期内，发行人与其他游戏耳机客户如 Bigben 及 HORI 合作的耳机产品原先由其他 ODM 厂商生产，相关业务转移到发行人后，发行人仅对该等产品的部分设计进行改善；而发行人与 PDP 合作的耳机产品为发行人与 PDP 共同开发，由 PDP 针对产品提出外观、功能等方面的要求，发行人针对相关需求制定具体实现方案。同时，发行人根据实际生产情况，在获得 PDP 确认的情况下，对产品设计进行改良。各项设计改进的具体情况如下：

创新事项	改良内容	生产效率提升程度	成本降低程度
结构件卡扣设计	将原螺丝固定的结构件设计为卡扣固定	螺丝耗用量由 16 颗降低为 6 颗，极大缩短生产时间及生产所需人数	生产员工由 26 个人降低为 16 个人，降低人工成本
内部结构简化	完善内部塑胶结构件设计，减少结构件数量由 11 个减少为 6 个	减少工序数量，缩短整体生产时间	塑料件耗用量减少，降低材料成本
线控升级	将线控模块整合至耳机内部线路板中，剔除线控模块与内部线路之间的连接线	焊接工序由 4 次降低为 2 次，并剔除了超声波压合工序，缩短整体生产时间	减少主线使用，降低材料成本
咪头改良	优化咪头内部结构，降低组装难度，减少生产过程中的超声波压合次数及面积	超声波压合工序由 2 次降低为 1 次，组装效率上升	生产员工由 17 个人降低为 7 个人，降低人工成本；超声波压合不良率降低，降低制造成本

经过各项改良措施，发行人不仅提升了 PDP 耳机产品在实际使用过程中体验，同时还进一步提高生产效率、降低了生产成本，从而提升了游戏耳机产品的毛利率。

综上所述，发行人游戏耳机产品毛利率高于可比公司的原因包括：（1）发行人游戏耳机产品的外销比例更大，外销部分毛利率与奥尼电子可比业务毛利率较为接近且变动趋势一致；（2）发行人游戏耳机产品未涉及生产难度较大、生产成本较高的 TWS 耳机领域；（3）发行人主要客户为特定领域的品牌，发行人方面具有更强的议价能力；（4）发行人深度参与主要客户产品前期开发设计。因此，发行人游戏耳机业务毛利率高于可比公司具有合理性。

二、结合报告期外的主营业务毛利率、主要产品毛利率水平及变动情况，分析说明报告期内外毛利率是否存在明显差异

报告期外（2015-2018 年）发行人主营业务为游戏外设，主要包括游戏控制器及游戏耳机，发行人报告期内外的主营业务毛利率、主要产品毛利率情况如下：

单位：%

产品类型	报告期外毛利率				报告期内毛利率			
	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年 1-6 月
游戏控制器	22.20	25.64	22.02	22.41	25.53	31.88	27.91	20.66
游戏耳机	32.22	34.68	29.80	34.43	37.84	36.87	28.61	17.90
主营业务	26.17	29.52	24.35	28.01	28.97	30.83	24.28	17.79

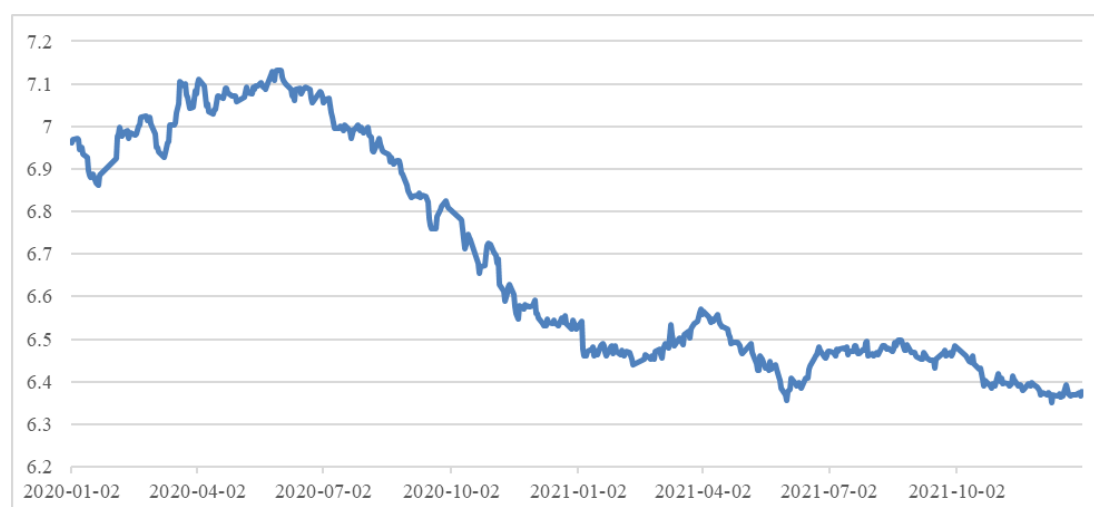
注：2015-2017 年数据未经审计，相关数据系根据其纳税申报表所得

如上表所示，报告期内外，发行人主营业务毛利率、主要产品毛利率水平不存在显著差异。其中 2022 年 1-6 月，公司主营业务毛利率、主要产品毛利率水平有所下降，主要原因包括：（1）游戏外设业务分客户收入结构发生一定变化；（2）人民币兑美元升值对毛利率产生不利影响；（3）原材料涨价对毛利率产生不利影响及（4）受客供 IC 短缺、新品开发等影响，发行人主要游戏外设客户 HORI 及 PDP 在 2022 年第一季度交付订单量较少，导致规模不经济。

三、详细说明汇率变动对发行人 2021 年 1-6 月毛利率的具体影响

1、汇率变动情况

报告期内，发行人境外收入主要以美元进行结算。2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，美元兑人民币汇率波动较大，具体走势情况如下图：



数据来源：Wind

如上图所示，2020 年 1 月至 2020 年 5 月为上升区间，人民币相对于美元贬值；2020 年 6 月至 2021 年 1 月为下降区间，人民币相对于美元升值；2021 年 2 月至 2021 年 12 月为震荡区间，美元兑人民币汇率小幅反弹后，进一步下行。

2、汇率变动对于发行人 2021 年毛利率的具体影响

报告期内，发行人境外收入主要以美元进行结算。2020 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人具体折算汇率及月度加权情况如下：

项目	2020 年											
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
美元收入	219.84	43.76	186.49	460.42	239.11	449.69	787.23	866.60	1,018.78	806.96	771.10	666.25
月平均汇率	6.9172	6.9923	7.0119	7.0686	7.0986	7.0867	7.0088	6.9346	6.8148	6.7111	6.6088	6.5423
发行人折算汇率	6.9410	6.9936	6.8832	7.0030	6.9876	7.0250	6.9861	6.9223	6.8027	6.7694	6.6629	6.6278
美元收入月度加权汇率				6.8467								
项目	2021 年											
	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
美元收入	653.43	330.07	514.22	552.88	335.72	333.06	467.93	519.65	862.84	374.64	388.66	238.56
月平均汇率	6.4771	6.4602	6.5066	6.5204	6.4316	6.4228	6.4741	6.4772	6.4599	6.4192	6.3953	6.3700
发行人折算汇率	6.5408	6.4623	6.4754	6.5584	6.4895	6.3572	6.4384	6.4318	6.4379	6.4503	6.3830	6.3503
美元收入月度加权汇率				6.4578								

以发行人按收入月度加权汇率测算，2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日汇率变动对于发行人 2021 年毛利率的影响测算情况如下：

项目	数值
2020 年美元收入月度加权汇率（a）	6.8467
2021 年美元收入月度加权汇率（b）	6.4578
2021 年美元收入（折算为人民币，c）	35,980.72 万元
2021 年汇率调整收入（d= c*a/b）	38,147.54 万元
2021 年主营业务收入（e）	59,132.81 万元
毛利率影响程度（（d-c）/（e+d-c））	-3.53 个百分点

如上述测算，2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日汇率变动使得发行人 2021 年的毛利率降低约 3.53 个百分点。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅发行人游戏耳机产品的功能、参数、性能，并与可比公司相关品牌产品进行比较；

2、获取发行人游戏耳机产品的收入成本明细，了解发行人各客户游戏耳机产品的业务构成、毛利率；

3、查阅发行人可比公司招股说明书、年度报告等公开资料，了解可比公司产品结构、毛利率情况等；

4、对发行人生产人员进行专项访谈，了解公司游戏耳机产品生产情况；

5、获取并查阅发行人报告期外的汇算清缴报告；

6、获取 2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日人民币兑换美元汇率波动情况，并对发行人毛利率情况进行模拟测算。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人销售耳机主要为游戏耳机，可适用电竞游戏。发行人游戏耳机产品在外观设计、声音效果及传输效率与消费电子耳机存在较大差异。公司游戏耳机产品结构、销售区域结构、客户品牌结构等与可比公司存在差异，公司游戏耳机毛利率高于可比公司，具有合理性。

2、报告期内外，发行人主营业务毛利率、主要产品毛利率水平不存在显著差异。

3、2020 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，人民币兑换美元汇率整体处于升值区间，将汇率波动进行模拟测算，汇率波动使得发行人 2021 的毛利率降低约 3.53 个百分点。

5.关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人向Bigben销售PS系列游戏控制器金额分别为5,386.31万元、13,230.00万元、10,042.34万元、3,966.82万元，对HORI销售金额分别为1,152.53万元、744.43万元、606.87万元、178.44万元，2019年变动趋势不一致主要因发行人与Bigben合作开发了PS4精英手柄在内的多款PS4手柄，与HORI于2019年起合作重心转向Switch系列手柄。

（2）报告期各期，发行人向HORI销售Switch系列游戏控制器金额分别为357.57万元、3,306.52万元、9,262.80万元、4,293.17万元，向2018、2019年向PDP销售金额为1,897.05万元、347.46万元，下滑主要因受HORI推出的Switch系列产品市场热度高的影响，PDP在Switch系列方面的市场及订单需求量下降。

（3）报告期各期，发行人前五大客户收入占主营业务收入的比例分别为96.63%、92.72%、90.68%和75.48%。

（4）报告期各期发行人对FUNIVERSE销售收入分别为7,590.18万元、2,418.98万元、432.92万元、99.77万元，毛利率分别为22.83%、25.91%、21.15%、18.55%。向该客户主要销售的迷你游戏机受市场环境及玩家偏好程度影响，需求变动较快，产品生命周期较短，市场需求在集中释放后逐步减少。FUNIVERSE于2018年成立，报告期内经营规模分别为2,323万美元、298万美元、47万美元、95.59万美元，2018年5月发行人进入其供应商名录，2018年7月开始合作。

（5）报告期各期，发行人对PDP销售收入分别为22,292.52万元、8,863.72万元、12,020.30万元、3,298.11万元。

请发行人：

（1）说明发行人与Bigben合作开发的PS4相关手柄具体情况，包括合作参与方、品牌归属、生产主体等，是否存在生产、销售方面的排他性约定。

（2）结合国内Switch游戏控制器再装市场的市场格局、主要竞争主体及市场份额等，分析说明2019年以来发行人向PDP销售Switch系列产品收入受HORI推出产品影响的具体情况，发行人向PDP销售产品收入与PDP相关产品收入变动是否一致。

（3）说明报告期内发行人向HORI销售Switch、PS系列等结构变动是否与客户自身产品结构变动一致。

(4) 说明发行人前五大客户集中度2021年下滑幅度较大的原因，与主要客户合作关系是否发生不利变化，是否与可比公司一致；发行人与报告期各期均有合作客户的收入及占比情况，分析发行人与主要客户合作是否稳定。

(5) 分析说明2019年对FUNIVERSE销售迷你游戏机收入大幅下降但毛利率同比上升的合理性；以同一货币为口径，说明报告期各期发行人向FUNIVERSE销售收入与该客户当期销售规模匹配性、发行人向其销售收入占其营业成本的比例，发行人生产FUNIVERSE产品的相关机器设备是否存在减值风险。

(6) 说明报告期内对PDP收入变动原因，结合2021年以来向其销售金额、在手订单情况等，说明发行人对其收入是否稳定、是否存在收入下滑风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明发行人与 Bigben 合作开发的 PS4 相关手柄具体情况,包括合作参与方、品牌归属、生产主体等，是否存在生产、销售方面的排他性约定

发行人自 2017 年起与 Bigben 合作开发了多款 PS4 手柄，相关产品的具体开发情况如下：

产品类别	合作主导方	除发行人外其他合作参与方	发行人参与设计部分情况简介	品牌归属	生产主体	是否存在生产方面排他性约定	是否存在销售方面排他性约定
PS4 游戏手柄	Bigben	在 Bigben 与发行人合作开发的产品中不涉及其他方	Bigben 提供产品的外观示意图及产品性能定义，发行人负责产品电路设计、结构开发及生产	索尼授权产品，原厂品牌归属于索尼；生产商品品牌归属于 Bigben	发行人	否	就 Bigben 与发行人合作开发的产品而言，仅能由 Bigben 负责并组织销售

注：原厂品牌指索尼、任天堂、微软等游戏主机厂商自有品牌，生厂商品牌指游戏主机厂商授权商如 Bigben 等自有品牌

PS4 游戏控制器方面，发行人均为 Bigben 提供 ODM 服务。Bigben 向发行人提供产品外观示意图及性能要求后，发行人产品部门依照相关要求将外观示意图建模，作可量产性调整；发行人研发部门依照产品性能定义自行或者协同第三方开发相关软件及电路设计方案；工程师结合结构及电子硬件部分，编写软件并烧录固件。发行人与 Bigben 合作开发的产品由发行人与 Bigben 共同完成，无其

他第三方参与；产品开发完成后，发行人根据所开发的产品实际需求自主向上游采购相关原材料进行生产。

产品开发完成后，产品品牌属于索尼与 Bigben，Bigben 未与发行人就产品生产商进行书面排他性约定，针对某系列（如 PS4 系列）游戏手柄，Bigben 存在多家生产商，但针对 Bigben 与发行人合作开发的具体型号游戏手柄，由于合作开发产品在实际生产过程前，需要进行试制，试制过程包括确定材料供应方、模具开模、良品率提升等多个环节，一般情况下，具体型号合作产品开发完成后，相关产品均由发行人进行生产。产品生产完成后，仅能由 Bigben 负责并组织进行销售。

二、结合国内 Switch 游戏控制器再装市场的市场格局、主要竞争主体及市场份额等，分析说明 2019 年以来发行人向 PDP 销售 Switch 系列产品收入受 HORI 推出产品影响的具体情况，发行人向 PDP 销售产品收入与 PDP 相关产品收入变动是否一致

报告期内，发行人为 HORI、PDP 生产 Switch 系列游戏控制器，发行人为其代工生产后，按照合同约定进行交付。发行人为其生产的产品按照提单分类，其销售金额及销往地区如下：

客户	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售区域	销售金额 (万元)	销售区域	销售金额 (万元)	销售区域	销售金额 (万元)	销售区域	销售金额 (万元)
PDP	美国	1,203.17	美国	-	美国	-	美国	329.74
	欧洲	377.96	欧洲	-	欧洲	-	欧洲	17.72
	日本	-	日本	-	日本	-	日本	-
	其他	100.03	其他	-	其他	-	其他	-
HORI	美国	840.94	美国	1,895.04	美国	2,194.20	美国	1,222.81
	欧洲	460.69	欧洲	819.36	欧洲	2,772.91	欧洲	957.82
	日本	1,290.50	日本	3,859.28	日本	3,994.23	日本	927.62
	其他	58.03	其他	187.23	其他	301.45	其他	198.28

发行人所生产的 Switch 系列产品主要销往美国、欧洲及日本等国家及地区，国内再装市场变动不会影响发行人下游客户销售情况。

Switch 系列产品自 2017 年 3 月首次发布以来，在全球范围内取得较好的反

响，根据 VG Chartz 统计，截至 2022 年 6 月末，全球范围内 Switch 销量共计 12,012.25 万台。全球范围具体销售情况统计如下：

单位：万台

地区	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
全球	775	2,502	2,829	1,930	1,634	1,312
其中：美国	224	801	937	648	561	488
欧洲	197	674	740	514	445	337
日本	192	548	638	446	354	332

数据来源：VG Chartz

自 Switch 系列产品推出以来，市场热度一直维持在较高水平，Switch 主机热度带动了相关游戏外设销量。2019 年，受包含 HORI 在内其他厂商推出的 Switch 系列产品市场热度高的影响，PDP 在同品类 Switch 系列及 Switch 系列上一代主机 Wii 系列产品方面的市场热度均有所降低，PDP 向发行人采购的 Switch 系列产品数量下降。2020 年起，PDP 未再与发行人继续合作相关品类游戏控制器。2020 年起，PDP 仍有在公开渠道继续售卖 Switch 系列其他类别游戏控制器，但均非发行人生产产品。

发行人向 PDP 及 HORI 销售 Switch 系列产品中类似产品具体情况如下：

客户	2018 年销售类似产品金额（万元）	2019 年销售类似产品金额（万元）	产品相似点	产品差异点
PDP	1,897.05	347.46	1、产品类别上均为有线手柄； 2、外形尺寸相近； 3、按键布局相似； 4、主控 IC 和 3D 相同，主要功能接近；	1、外观差异，HORI 设计的产品在外观上附带有可拆卸十字键圆盘，可加强手感； 2、按键等附加功能差异，HORI 设计的产品按键带有部分附加功能（如 Turbo 连发功能、Hold 长触发功能等），可增强操作便利性与娱乐性；
HORI	-	1,447.03		

由于 PDP Switch 系列产品具有多个供应商，因此该系列产品收入与 PDP Switch 游戏控制器整体收入变动趋势无直接关系。经 PDP 确认，其自 2019 年终止与发行人合作生产相关产品后，未再委托第三方生产及售卖同系列产品，报告

期内，PDP 后续售卖的其他系列产品为委托其他厂商生产。2018 年及 2019 年 PDP 销售 Switch 系列产品实现收入分别约为 6,400 万元、1,160 万元，与发行人对其销售金额匹配性较高。

客户	2018 年度		2019 年度	
	发行人销售 Switch 系列产品金额（万元）	PDP 采购发行人 Switch 系列产品外销金额（万元）	发行人销售 Switch 系列产品金额（万元）	PDP 采购发行人 Switch 系列产品外销金额（万元）
PDP	1,897.05	6,400	347.46	1,160

三、说明报告期内发行人向 HORI 销售 Switch、PS 系列等结构变动是否与客户自身产品结构变动一致

报告期各期，发行人向 HORI 销售产品及 HORI 对外销售情况如下：

2022 年 1-6 月								
发行人生产主要系列	游戏控制器销售金额（万元）	发行人供应至 HORI 游戏控制器，HORI 对外销售金额（万元）	HORI 游戏控制器整体对外销售金额（万元）	发行人供应游戏控制器销售金额占 HORI 游戏控制器销售比例	游戏耳机销售金额（万元）	发行人供应至 HORI 游戏耳机，HORI 对外销售金额（万元）	HORI 游戏耳机整体对外销售金额（万元）	发行人供应游戏耳机销售金额占 HORI 游戏耳机销售比例
PC 系列	25.02	180	18,000	1%	-	-	-	-
PS 系列	1.31	8	80	10%	84.88	350.00	1,520.00	23.00%
Switch 系列	1,925.32	11,600	23,200	50%	404.94	1,500.00	2,730.00	55.00%
2021 年度								
发行人生产主要系列	游戏控制器销售金额（万元）	发行人供应至 HORI 游戏控制器，HORI 对外销售金额（万元）	HORI 游戏控制器整体对外销售金额（万元）	发行人供应游戏控制器销售金额占 HORI 游戏控制器销售比例	游戏耳机销售金额（万元）	发行人供应至 HORI 游戏耳机，HORI 对外销售金额（万元）	HORI 游戏耳机整体对外销售金额（万元）	发行人供应游戏耳机销售金额占 HORI 游戏耳机销售比例
PC 系列	52.44	340.00	6,800	5%	-	-	-	-
PS 系列	468.27	2,800.00	14,000	20%	260.21	1,035	3,450	30%
Switch	6,760.90	37,300.00	81,000	46%	820.05	2,860	7,150	40%

系列								
XBOX 系列	0.98	5.00	100	5%	-	-	-	-
其他	12.01	60.00	600	10%	-	-	-	-
2020 年度								
发行人生产主要系列	游戏控制器销售金额(万元)	发行人供应至 HORI 游戏控制器, HORI 对外销售金额(万元)	HORI 游戏控制器整体对外销售金额(万元)	发行人供应游戏控制器销售金额占 HORI 游戏控制器销售比例	游戏耳机销售金额(万元)	发行人供应至 HORI 游戏耳机, HORI 对外销售金额(万元)	HORI 游戏耳机整体对外销售金额(万元)	发行人供应游戏耳机销售金额占 HORI 游戏耳机销售比例
PC 系列	65.71	320	1,600	20%	-	-	-	-
PS 系列	606.87	3,500	17,500	20%	243.19	1,100	3,100	35%
Switch 系列	9,262.80	52,500	118,800	44%	918.03	4,000	9,900	40%
XBOX 系列	315.67	1300	8,600	15%	-	-	-	-
其他	27.63	120	1,200	10%	-	-	-	-
2019 年度								
发行人生产主要系列	游戏控制器销售金额(万元)	发行人供应至 HORI 游戏控制器, HORI 对外销售金额(万元)	HORI 游戏控制器整体对外销售金额(万元)	发行人供应游戏控制器销售金额占 HORI 游戏控制器销售比例	游戏耳机销售金额(万元)	发行人供应至 HORI 游戏耳机, HORI 对外销售金额(万元)	HORI 游戏耳机整体对外销售金额(万元)	发行人供应游戏耳机销售金额占 HORI 游戏耳机销售比例
PC 系列	57.89	290	1,450	20%	-	-	-	-
PS 系列	744.43	4,600	28,500	16%	343.00	1,800	6,000	30%
Switch 系列	3,306.52	19,900	48,200	41%	409.53	1,700	5,600	30%
XBOX 系列	5.39	35	350	10%	-	-	-	-
其他	89.71	385	3,850	10%	-	-	-	-

Switch 系列游戏控制器方面,发行人生产的 Switch 系列游戏控制器及游戏耳机产品内部结构设计合理、质量优良,报告期内,HORI 提升了向发行人的采

购数量，使发行人成为 Switch 系列游戏控制器及游戏耳机主要供应商，整体来看，HORI 向发行人采购 Switch 系列游戏外设的比例呈现上升趋势；PC 系列游戏控制器方面，由于其不是 HORI 的主打产品，HORI 对外销售 PC 系列游戏控制器金额一直占其整体销售金额比重较低，因此其向发行人采购金额亦相对较少，报告期内，HORI 向发行人采购 PC 系列游戏控制器比例约占整体采购的 20%-30%；PS 系列产品方面，由于其主打游戏主机 PS4 自 2013 年以来已推出多年，HORI 2018 年以来对外销售 PS 系列游戏外设金额呈现波动下降趋势，导致其采购发行人 PS 系列产品总金额亦呈现下降趋势；XBOX 系列产品亦不是 HORI 的主打产品，报告期内，其自身销售金额及从发行人处采购金额整体较小，2020 年，HORI 外销 XBOX 系列产品金额较同比上升较大，主要系 HORI 当年取得 XBOX 新世代主机 Xbox Series X 的授权，推出了适用于 Xbox Series X 的有线手柄，增加了对此类产品的采购金额，由于 HORI 销售重心主要集中在任天堂及索尼系列产品，针对 XBOX 产品在市场宣传及实际售卖结果均不及预期，因此在 2021 年降低了对 XBOX 产品对外采购金额。

整体来看，报告期各期，发行人向 HORI 销售 Switch 系列、PS 系列产品变动与客户自身产品外销结构变动一致。

四、说明发行人前五大客户集中度 2021 年下滑幅度较大的原因，与主要客户合作关系是否发生不利变化，是否与可比公司一致；发行人与报告期各期均有合作客户的收入及占比情况，分析发行人与主要客户合作是否稳定

1、说明发行人前五大客户集中度 2021 年下滑幅度较大的原因，与主要客户合作关系是否发生不利变化，是否与可比公司一致

报告期各期，发行人前五大客户收入占主营业务收入分别为 92.72%、90.68%、83.54%。2019 年-2020 年，发行人前五大客户集中度均维持在 90%以上，2021 年，前五大客户集中度有所下降，主要原因系发行人自 2020 年以来，在创新消费电子领域持续开拓新产品、发掘了以 Binatone、梅州国威及其关联方、素士科技等具备国际一流品牌授权或具有一定市场影响力的客户，随着产品结构的丰富及客户资源的扩充，客户集中度有所降低。

可比公司来看，国内 A 股上市公司中，尚未有发行人的直接竞争对手。发行人业内直接竞争对手包括深圳市达实智控科技股份有限公司（以下简称“达实

智控”)、深圳铭源电玩科技股份有限公司(以下简称“铭源电玩”)及东莞市星辰互动电子科技有限公司。其中,达实智控及铭源电玩系原新三板挂牌企业,根据公开信息,其前五大客户均存在集中度较高的情况。具体如下:

可比公司	前五大客户销售额占营业收入比例			
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
达实智控	84.91%	90.38%	80.49%	-
铭源电玩	-	99.80%	99.07%	99.98%

如上表所示,发行人前五大客户集中度与同行业公司具有可比性。因达实智控及铭源电玩相继在新三板摘牌,故公开信息无法获取其 2020 年客户集中度等财务数据。

2020 年以来,发行人开始开展创新消费电子业务,前五大客户集中度呈现逐步下降的趋势,但单就游戏外设领域来看,报告期内发行人前五大客户集中度分别为 98.30%、98.27%及 97.19%,持续保持在较高水平,与同行业可比公司一致。具体如下:

2022 年 1-6 月						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占游戏外 设收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	Bigben	5,695.31	39.32%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否
2	HORI	2,646.18	18.27%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否
3	飞智	2,344.23	16.19%	游戏控制器	否	否
4	PDP	1,681.16	11.61%	游戏耳机	否	否
5	品众电子	1,583.41	10.93%	游戏控制器	否	否
合计		13,950.29	96.32%	-	-	-
2021 年度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占游戏外 设收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	Bigben	14,485.52	36.77%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否

2	PDP	10,221.26	25.94%	游戏耳机	否	否
3	HORI	9,019.85	22.90%	游戏耳机、 游戏控制器	否	否
4	品众电子	2,911.21	7.39%	游戏控制器	否	否
5	飞智	1,650.22	4.19%	游戏控制器	否	否
合计		38,288.07	97.19%	-	-	-
2020 年度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占游戏外 设收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	HORI	12,184.70	31.05%	游戏控制器	否	否
2	PDP	12,018.08	30.63%	游戏耳机	否	否
3	Bigben	10,518.76	26.81%	游戏控制器	否	否
4	品众电子	2,429.56	6.19%	游戏控制器	否	否
5	飞智	1,411.66	3.60%	游戏控制器	否	否
合计		38,562.76	98.27%	-	-	-
2019 年度						
序号	客户	销售金额 (万元)	销售金额 占游戏外 设收入的 比例	主要销售 内容	是否存在 关联关系	是否为新 增客户
1	Bigben	13,663.86	43.10%	游戏控制器	否	否
2	PDP	8,863.72	27.96%	游戏耳机	否	否
3	HORI	5,528.99	17.44%	游戏控制器	否	否
4	品众电子	2,301.44	7.26%	游戏控制器	否	否
5	飞智	804.62	2.54%	游戏控制器	否	否
合计		31,162.63	98.30%	-	-	-

2、发行人与报告期各期均有合作客户的收入及占比情况，分析发行人与主要客户合作是否稳定

发行人报告期各期均有合作客户的具体交易情况如下：

2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
收入 金额 (万元)	占主 营 业务收 入比例	收入 金额 (万元)	占主 营 业务收 入比例	收入 金额 (万元)	占主 营 业务收 入比例	收入 金额 (万元)	占主 营 业务收 入比例
14,632.13	53.93%	40,738.26	68.89%	49,362.06	95.61%	34,681.60	98.02%

注：发行人自 2019-2021 年与 Binatone 持续发生交易，因此在 2019 及 2020 年度原数据基础上增加与 Binatone 交易金额

如上表所示，报告期内，各期均有合作客户收入占发行人主营业务收入比例较高，发行人与主要客户合作稳定，占比 2021 年同比下滑主要原因系发行人自 2021 年以来，在创新消费电子领域持续开拓新产品、发掘了以梅州国威及其关联方、素士科技等具备国际一流品牌授权或具有一定市场影响力的客户，上述客户属于发行人报告期内新开发的客户，随着产品结构的丰富及客户资源的扩充，客户集中度有所降低。截至 2022 年 6 月末，上述各期均有合作客户的在手订单共计 11,743.04 万元。

发行人报告期各期前五大客户共 8 个，各客户 2019 年至 2022 年 6 月收入及占比情况如下：

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入 金额 (万元)	占主营业 务收入比 例	收入 金额 (万元)	占主营业 务收入比 例	收入 金额 (万元)	占主营业 务收入比 例	收入 金额 (万元)	占主营业 务收入比 例
HORI	2,650.16	9.77%	9,029.30	15.27%	12,239.45	23.71%	5,540.28	15.66%
PDP	1,681.16	6.20%	10,221.26	17.29%	12,020.30	23.28%	8,863.72	25.05%
Bigben	5,695.38	20.99%	14,485.64	24.50%	10,533.41	20.40%	13,664.42	38.62%
Binatone	48.96	0.18%	1,323.36	2.23%	9,574.25	18.54%	509.59	1.44%
品众电子	1,633.14	6.02%	2,911.25	4.92%	2,446.51	4.74%	2,317.74	6.55%
梅州国威及其关联方	4,700.39	17.32%	11,312.14	19.13%	-	-	-	-
素士科技	1,750.58	6.45%	4,349.80	7.36%	252.84	0.49%	-	-
上海飞智	2,347.69	8.65%	1,650.88	2.79%	1,432.19	2.77%	819.56	2.32%

报告期内，公司前五大客户整体维持稳定，各客户销售金额有所波动。主要原因如下：

(1) HORI

报告期内，HORI 销售收入整体呈现上升趋势。HORI 系日本任天堂品牌授权商，自任天堂 Switch 于 2017 年发布以来，HORI 便开始 Switch 主机游戏外设研发设计及销售。2020 年，受《动物森友会》《健身环大冒险》等任天堂 Switch 独占游戏火爆的影响，市场对于 Switch 系列周边产品需求增大，HORI 同步增加了对 Switch 系列游戏外设产品的采购，使得发行人对其销售收入呈现增长趋势。2021 年下半年，发行人与 HORI 合作的游戏外设产品中，部分原材料如 IC 模组

等系由 HORI 客供，HORI 对其自身游戏外设产品中的 IC 模组的要求较高，相关 IC 模组大多由 Hosiden 生产制造，HORI 在 2021 年下半年因 IC 模组中 sense IC 原料短缺，给发行人的部分订单推迟下达，导致全年销售收入呈现一定下降。

（2）PDP

报告期内，PDP 销售收入整体呈现波动趋势。发行人对 PDP 的销售主要以游戏耳机为主。2018 年，受《绝地求生》《堡垒之夜》等爆款游戏的影响，射击类游戏及竞技类游戏的热度攀升，玩家在细节音效及语音交流方面形成了更强的需求，从而带动 PDP 的订单需求量大幅上升，应客户订单量的大增，当年公司游戏耳机中 LVL1 有线单耳机等型号的单耳耳机及 LVL3 有线双声道耳机等型号的双耳耳机销量较高。2019 年该类游戏热度下降，使 PDP 订单需求量下降，同时 PDP 对耳机系列产品进行升级调整，致使公司当年对其销售金额总体下降。2020 年，客户 PDP 新系列产品如 LVL40 有线双耳耳机等型号的双耳耳机需求逐步释放，当年公司对其销售金额呈现上升趋势。2021 年，发行人对 PDP 销售金额为 10,221.26 万元，较 2020 年同比降低 14.97%，主要系公司当年与 PDP 就单耳耳机合作开发新一代产品，当年单耳耳机销售收入同比下滑 96.01%所致。

（3）Bigben

报告期内，Bigben 销售收入整体呈现波动上升趋势。发行人对 Bigben 的销售主要以终端品牌索尼的游戏控制器为主。2018 年发行人为迎合游戏精细化操作的趋势，同 Bigben 合作开发了包括 PS4 精英手柄在内的多款 PS4 手柄，Bigben 在 PS4 系列手柄的产品结构逐步完善，形成了从中低端到精英端的产品布局，相关产品市场认可度较高，故报告期内对发行人的订单量整体呈现波动上升的趋势。2021 年 Bigben 销售收入同比增加 37.52%，主要系 Bigben 自 Plantronics 收购 RIG 游戏耳机品牌，完善自身在游戏耳机领域的布局，并逐步加强在游戏耳机领域投入，当年其游戏耳机销售金额同比上升幅度较大所致。

（4）Binatone

报告期内，Binatone 销售收入呈现先上升后下降的趋势。2019 年起，发行人与 Binatone 开始合作生产摩托罗拉智能监护器，相关订单在 2020 年放量，使 2020 年整体销售收入增长显著。2021 年上半年，由于摩托罗拉对 Binatone 的智能监护器授权到期，Binatone 订单逐步减少，销售金额有所降低。

（5）品众电子

报告期内，品众电子销售收入整体呈现上升趋势。2018 年 9 月，品众电子获得华为授权，可以开发、设计、生产华为手机适配手机游戏控制器，2019 年度以来，发行人对其销售收入保持稳定上升的趋势。

（6）梅州国威及其关联方

梅州国威及其关联方在 2021 年成为发行人主要客户。Binatone 所获得的摩托罗拉授权于 2020 年底自然到期后，双方未进行续约。发行人与新获得摩托罗拉授权的梅州国威达成合作意向并逐步开展合作，为其生产摩托罗拉智能监护器。

（7）素士科技

素士科技在 2021 年成为发行人主要客户。公司自 2020 年以来积极拓展创新消费电子领域并与素士科技展开合作，随着素士科技对公司认可度逐步提升，对公司采购量也逐渐增加。

（8）上海飞智

发行人同上海飞智已合作较长时间，近年来，上海飞智陆续推出多款市场认可度较高产品，销售情况较好，因此提升了对发行人采购量。

整体来看，除受到正常市场因素影响减少合作以外，发行人不存在因质量、价格等问题与主要客户减少合作的情况，发行人与主要客户合作稳定。截至 2022 年 6 月末，上述各类客户在手订单情况如下：

客户名称	在手订单（万元）
HORI	2,805.63
PDP	4,322.05
Bigben	2,665.21
Binatone	117.54
品众电子	1,106.95
梅州国威及其关联方	7,011.54
素士科技	2,092.71
上海飞智	634.64

注：Binatone 摩托罗拉智能监护器授权到期后，逐步减少与发行人的合作，使得 2022 年 6 月末在手订单金额较低

五、分析说明 2019 年对 FUNIVERSE 销售迷你游戏机收入大幅下降但毛利率同比上升的合理性；以同一货币为口径，说明报告期各期发行人向 FUNIVERSE 销售收入与该客户当期销售规模匹配性、发行人向其销售收入占其营业成本的比例，发行人生产 FUNIVERSE 产品的相关机器设备是否存在减值风险

1、分析说明 2019 年对 FUNIVERSE 销售迷你游戏机收入大幅下降但毛利率同比上升的合理性

2019 年，公司迷你游戏机产品收入较 2018 年减少 4,181.93 万元，同比下降 61.47%，主要原因系公司迷你游戏机产品主要为复古型游戏机，该类产品需求期较短，市场需求于 2018 年下半年集中释放后逐步减少。2019 年，公司在整体收入下降的情况下，毛利率有所上升，主要原因系 2019 年度发行人销售套装游戏机产品整体比例提升，由于产品整体设计、包装等更加复杂，该类产品毛利率较非套装游戏机更高。

期间	销售收入 (万元)	毛利率	销售产品 类别	销售 金额 (万元)	占总销 售金额 比例	销售单 价 (元)	毛利率
2019 年度	2,418.98	25.91%	游戏控制器	76.08	3.15%	32.80	7.50%
			SNK 大摇杆	855.01	35.35%	318.41	24.02%
			套装游戏机	878.10	36.30%	414.98	32.46%
			非套装游戏机	605.57	25.03%	226.46	21.22%
			其他	4.23	0.17%	2.56	47.83%
2018 年度	7,590.18	22.83%	游戏控制器	844.72	11.13%	34.13	21.29%
			SNK 大摇杆	-	-	-	-
			套装游戏机	551.93	7.27%	334.44	34.94%
			非套装游戏机	6,193.30	81.60%	223.89	21.96%
			其他	0.23	0.00%	3.80	29.50%

如上表所示，迷你游戏机分产品型号结构中，毛利率较高的套装游戏机收入占比从 2018 年的 7.27% 提升至 2019 年的 36.30%，致使迷你游戏机业务 2019 年在收入同比下滑的同时，毛利率同比上升。

2、以同一货币为口径，说明报告期各期发行人向 FUNIVERSE 销售收入与该客户当期销售规模匹配性、发行人向其销售收入占其营业成本的比例，发行人生产 FUNIVERSE 产品的相关机器设备是否存在减值风险

发行人客户 FUNIVERSE 及天津深乐科技有限公司实际控制人相同，因此招股说明书中披露的前五大客户交易情况中发行人与 FUNIVERSE 交易金额系将两主体交易情况合并披露。两主体基本情况如下：

客户全称	股权结构	成立日期
Funiverse (HK) Co.Ltd.	TSUBAKIYAMA CO.,LTD (持股 75%); 郭斌 (持股 25%)	2018 年 1 月 22 日
天津深乐科技有限公 司	致趣天地(北京)科技有限公司(持股 100%)	2017 年 8 月 9 日

注 1：致趣天地（北京）科技有限公司实际控制人为姜磊（持股 75%）

注 2：TSUBAKIYAMA CO.,LTD 为英属维尔京群岛注册企业，无公开资料，根据 FUNIVERSE 出具说明，其实际控制人为姜磊

FUNIVERSE、致趣天地（北京）科技有限公司（以下简称“致趣天地”）、天津深乐科技有限公司（以下简称“天津深乐”）实际控制人相同，均为姜磊。FUNIVERSE 是三家企业中面向境外销售的主体，系发行人的主要合作方；致趣天地系境内游戏、动漫业务的运营主体；天津深乐系致趣天地控股子公司，系其境内销售主体。致趣天地成立于 2017 年 4 月，成立后，其致力于成为一家集 IP 授权业务、衍生品制造与销售、原创动漫和大型娱乐硬件设施等业务为一体的泛娱乐生态企业。2018 年 1 月，致趣天地实控人为扩展境外业务，成立了 FUNIVERSE，后因 FUNIVERSE 于 2018 年 5 月获得 SNK 迷你游戏机 IP 授权，从而产生设备生产需求（SNK 系韩国证券交易所上市公司）。发行人业务员了解到相关信息后，主动与 FUNIVERSE 进行接触，FUNIVERSE 方面经过综合考虑后选择具有多年游戏外设生产经验的发行人为其生产迷你游戏机。

与 FUNIVERSE 合作并向其授权的 SNK 基本情况如下：

公司名称	株式会社 SNK (SNK Corporation, 주식회사 에스엔케이)
上市交易所	韩国证券交易所
上市简称	SNK
上市代码	A950180

经营范围		游戏机的研发、制作和销售，网络游戏的研发和运营				
公司简介		SNK，前身是新日本企画公司，为日本老牌的大型街机和家用主机游戏开发商，目前主营业务已转型成为 IP 授权和游戏研发运营业务。SNK 曾独立研发过《拳皇》、《万能战车合金弹头》、《侍魂》、《饿狼传说》等家喻户晓的精品游戏，并依靠街机游戏以及 NeoGeo 主机成为日本游戏市场具有重要地位的游戏厂商，目前还拥有多款深受游戏玩家认可的游戏 IP。 SNK 目前的主营业务主要包括游戏研发运营和 IP 授权管理，其主要产品为已获得的注册 IP 产品和自主研发的游戏产品。核心 IP 包括《拳皇》系列、《侍魂》系列、《合金弹头》系列、《月华之剑士》系列、《魔兽梦魇》系列、《饿狼传说》系列、《龙虎之拳》系列、《回忆之日》系列等，在全球范围内具备广泛的认可度与坚实的玩家基础。SNK 已发行或授权游戏《拳皇命运》、《合金弹头反击》、《侍魂：胧月传说》、《天下第一剑客传》、《拳皇世界》、《如果的世界》、《永恒之歌》、《拳皇 98 终极之战 OL》、《拳皇 97OL》；已发行动画《拳皇命运》。				
公 司 简 要 财 务 情 况	项目（单位：百万韩元）	2022 年 7 月 31 日/21-22 年度	2021 年 7 月 31 日/20-21 年度	2020 年 7 月 31 日/19-20 年度	2019 年 7 月 31 日/18-19 年度	2018 年 7 月 31 日/17-18 年度
	总资产	未披露	267,514.3	355,729.9	320,988.5	104,951.1
	净资产	未披露	240,265.6	332,501.2	303,591.8	87,603.9
	营业收入	未披露	70,024.1	86,000.7	102,069.4	67,916.9
	营业利润	未披露	4,727.5	23,918.9	47,164.5	37,046.4
	净利润	未披露	-11,391.6	21,788.5	30,484.9	24,819.7

注 1：数据来源于 Capital IQ 等公开信息，SNK 会计年度自每年 8 月 1 日起计算至次年 7 月 31 日，采用会计准则为国际财务报告准则（IFRS）；

注 2：SNK 已于 2022 年 5 月 18 日退市

报告期各期，发行人向 FUNIVERSE 销售收入具体情况如下：

期间	发行人销售金额（万元）	FUNIVERSE 收入金额（万元，美元）（客户提供原币金额）①	天津深乐收入金额（万元，人民币）（客户提供原币金额）②	折算汇率③	FUNIVERSE 合并收入折算金额（万元，人民币）④=①*③+②	FUNIVERSE 合并收入金额（万元，人民币）（客户提供折算金额）⑤	客户提供原币收入按照汇率折算金额合计数与客户提供人民币合计销售收入差异率⑥=（⑤-④）/⑤	发行人向其销售收入占营业成本比例
2022 年 1-6 月	306.79	7.7	868.47	6.4810	918.37	920.14	0.19%	68.51%
2021 年度	285.95	177.42	1,604.13	6.3704	2,734.37	2,734.36	0.00%	10.89%
2020 年度	432.92	47	1,283	6.8976	1,607.19	1,632.40	1.54%	37.54%
2019 年度	2,418.98	298	1,508	6.8985	3,563.75	3,607.10	1.20%	81.01%

注 1：折算汇率为中国人民银行每日公布的美元对人民币中间价年均值

注 2：上表中④折算金额为根据客户提供的原币金额按照年度平均汇率折算，上表中⑤为客户按照发行人需求提供的折后人民币后的各期销售金额，④与⑤的差异较小

报告期各期，发行人向 FUNIVERSE 及天津深乐分别销售情况如下：

期间	发行人对 FUNIVERSE 单体销售金额（万元）	FUNIVERSE 单体收入金额（万元，人民币）	FUNIVERSE 单体营业成本金额（万元，人民币）	发行人向其销售收入占客户营业成本比例
2022 年 1-6 月	265.67	51.67	49.10	541.08%
2021 年度	258.52	1,130.23	994.16	26.00%
2020 年度	271.65	349.4	351.27	77.33%
2019 年度	1,787.9	2,099.10	2,064.63	86.60%

（续上表，下表为天津深乐情况）

期间	发行人对天津深乐销售金额（万元）	天津深乐收入金额（万元，人民币）	天津深乐营业成本金额（万元，人民币）	发行人向其销售收入占客户营业成本比例
2022 年 1-6 月	41.12	868.47	398.68	10.31%
2021 年度	27.42	1,604.13	1,632.02	1.68%
2020 年度	161.27	1,283	802.08	20.11%
2019 年度	631.08	1,508	921.37	68.49%

如上述表格所示，报告期内发行人迷你游戏机业务与 FUNIVERSE 及天津深乐的交易集中在 FUNIVERSE，天津深乐交易金额较低。报告期各期，发行人向 FUNIVERSE 整体销售收入与该客户销售规模变动趋势一致，匹配性较好。因复古迷你游戏机市场需求量的下滑，发行人报告期内向 FUNIVERSE 整体的销售金额呈现大幅下滑的趋势，FUNIVERSE 整体各期的营业收入亦呈现相同趋势但其下滑幅度相对较小，一方面系 FUNIVERSE 开拓其他业务如 IP 授权业务、其他产品销售收入等，另一方面系其在原迷你游戏机业务领域逐步与其他供应商开展合作，依然向市场销售迷你游戏机产品所致。报告期内，发行人向 FUNIVERSE 整体销售收入占其营业成本比例呈现先升后降的趋势，2018 年占比相较于 2019 年偏低主要系 FUNIVERSE 在 2018 年向 SNK 购买与复古迷你游戏机相关版权、模具开发、产品认证等产生的成本较高；2020 年起该比例大幅下降主要与市场需求变化，FUNIVERSE 开拓其他业务及合作供应商有关。报告期内 FUNIVERSE 回款情况良好，截至本回复报告出具日，FUNIVERSE（含天津深乐）报告期内

实现销售收入的款项均已按约定收回。

发行人为 FUNIVERSE 生产迷你游戏机所需工序主要为贴片、后焊及组装等，与生产游戏控制器、游戏耳机所需工序存在一定相似性，发行人生产迷你游戏机所用设备均为通用型设备，可以同时用于生产其他类别产品。因此，发行人未专门购置专用设备用于生产迷你游戏机，相关生产设备不存在减值风险。

六、说明报告期内对 PDP 收入变动原因，结合 2021 年以来向其销售金额、在手订单情况等，说明发行人对其收入是否稳定、是否存在收入下滑风险

报告期各期，发行人对 PDP 收入情况具体如下：

客户	品类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		销售金额 (万元)	销售金额 较上一年 同期变动 比例	销售金额 (万元)	销售金额 较上一年 同期变动 比例	销售金额 (万元)	销售金额 较上一年 变动比例	销售金额 (万元)	销售金额 较上一年 变动比例
PDP	游戏外设	1,681.16	-49.03%	10,221.26	-14.97%	12,018.08	35.59%	8,863.72	-60.24%
	其中：游戏 控制器	2.55	-98.10%	797.50	-	-	-	615.46	-78.62%
	游戏 耳机	1,678.61	-46.94%	9,423.76	-21.59%	12,018.08	48.85%	8,073.77	-55.71%
	其他	-	-	-	-	2.22	-	-	-
	合计	1,681.16	-49.03%	10,221.26	-14.97%	12,020.30	35.61%	8,863.72	-60.24%

2018 年，发行人对 PDP 销售游戏控制器主要为 Switch 系列有线手柄、Wii 系列手柄类游戏控制器，受到市场竞争程度及市场需求变化影响，2019 年该类产品需求下降，PDP 逐步减少相关游戏控制器采购。2021 年，PDP 委托发行人为其生产 Xbox Series X 系列高端手柄，导致当年新增部分游戏控制器销售。

发行人对 PDP 销售游戏控制器具体分类如下：

单位：万元

品类	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
Switch 系列	-	-	-	347.46
PS 系列	2.42	-	-	-
其他系列及非系列	0.13	797.50	-	268.01

注：2021 年度发行人为 PDP 生产的游戏控制器均为 Xbox Series X 产品

发行人对 PDP 的销售主要以游戏耳机为主。2020 年，客户 PDP 新系列产品如 LVL40 有线双耳耳机等型号的双耳耳机需求逐步释放，当年公司对其销售金

额呈现上升趋势。2021 年，发行人对 PDP 销售金额同比下降 14.97%，主要系其 2021 年单耳耳机与发行人合作开发新方案，2021 年，PDP 单耳耳机实现销售收入 70.30 万元，同比下滑 96.01%。

发行人对 PDP 销售游戏耳机具体分类如下：

单位：万元

产品类别	授权方	产品型号	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
双耳	任天堂	LVL40	1,068.61	6,524.20	2,932.15	317.85
	任天堂	其他	-	-	-	-
	索尼	LVL3	-	-	-	2,537.47
	索尼	LVL40	320.52	1,934.21	3,553.36	2,234.33
	索尼	其他	-	-	-	-
	微软	LVL3	-	-	-	703.20
	微软	LVL40	289.48	895.05	3,771.08	1,341.05
	微软	其他	-	-	-	-
	自有品牌	LVL5	-	-	-	-
	自有品牌	LVL6	-	-	-	-
单耳	任天堂		-	-	-	-
	索尼	LVL1	-	-	-	52.75
	索尼	LVL30	-	33.85	949.75	449.00
	微软	LVL1	-	-	-	72.08
	微软	LVL30	-	36.45	811.73	366.04
	自有品牌	-	-	-	-	-

注：上述产品型号系发行人客户 PDP 所定，PDP 耳机总体以 LVL(Level)为前缀，LVL1、LVL3、LVL5、LVL6 为 PDP 旧代产品；2019 年 PDP 对耳机产品线进行了迭代，数字从单位数变成两位数，发行人为 PDP 生产的 LVL30 及 LVL40 均分别具有三个版本，对应 PS、Xbox 及 Switch 平台

2020 年发行人向 PDP 销售收入同比回升，一方面系当年受《动物森友会》《健身环大冒险》等任天堂 Switch 独占游戏火爆的影响，市场对于 Switch 系列周边产品需求增大，根据 VG Chartz 统计，当年 Switch 全球销量同比上升 46.62%，公司客户 PDP 及 HORI 当年 Switch 系列游戏耳机订单同比大幅增加；另一方面系当年客户 PDP 新系列产品如 LVL40 有线双耳耳机等型号的双耳耳机需求逐步释放，当年 XBOX 系列产品收入同比回升。

2021 年发行人向 PDP 销售收入同比下降 14.97%，未出现大幅下滑的情形，主要系公司当年与 PDP 就单耳耳机合作开发新一代产品，当年单耳耳机销售收入同比下滑 96.01%所致。2022 年上半年，发行人与 PDP 合作的游戏外设产品中，游戏耳机处于更新迭代阶段，新一代产品处于开发阶段，旧一代产品在 2022 年上半年交付订单量较少。截至 2022 年 6 月末，发行人对 PDP 在手订单金额为 4,322.05 万元。2022 年全年，发行人预计对 PDP 销售金额可以实现营业收入共计 5,966.50 万元，较 2021 年同比下降 41.63%。发行人已就游戏外设收入下滑进行了风险提示，具体请见招股说明书之“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（一）游戏外设业务收入、主营业务毛利率及经营业绩下滑的风险”。

七、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、咨询发行人业务主管，了解发行人与 Bigben 合作具体情况并查阅发行人与 Bigben 签订的相关协议；

2、取得 Bigben 关于合作开发 PS4 相关手柄情况说明；

3、取得 PDP 关于其采购发行人 Switch 系列产品外销情况说明；

4、取得发行人收入成本明细表，并对明细表进行分析；

5、走访发行人报告期内主要客户，了解其经营状况；

6、查阅 Switch 主机近年销售情况，结合发行人 Switch 系列产品收入情况进行销售合理性分析；

7、取得 HORI 关于向发行人采购产品及其外销产品情况说明；

8、查询可比公司公开信息，确认其前五大客户集中程度；

9、咨询发行人业务主管，了解发行人与各客户合作历史及报告期内主要客户变动原因；

10、取得 FUNIVERSE 关于其销售情况说明；

11、取得发行人主要产品生产流程图，咨询发行人生产主管了解各生产流程

所需设备；

12、获取并查阅发行人关于 2022 年全年业绩预测的说明及申报会计师出具的相关盈利预测报告。

（二）核查意见

针对上述问题，经核查，申报会计师认为：

1、发行人与 Bigben 合作开发 PS4 相关手柄均由 Bigben 与发行人开发，无其他合作参与方，相关品牌权属归属于索尼及 Bigben，双方未在生产上进行排他性约定，相关产品生产完成后发行人仅能交由 Bigben 进行组织销售；

2、发行人向 PDP 销售 Switch 系列产品减少具有合理性，2018 年及 2019 年发行人向其销售收入与其对外销售收入变动一致；

3、发行人向 HORI 销售 Switch、PS 系列等结构变动与其自身产品结构变动一致；

4、发行人主要客户变动具有合理性，不存在不利变化，截至本回复报告出具之日，除应正常市场情况波动导致合作减少外，发行人与各主要客户合作正常；

5、发行人同 FUNIVERSE 整体 2019 年交易金额下降毛利率上升具有合理性，报告期各期发行人向 FUNIVERSE 整体销售情况与其整体经营规模变动趋势一致，但 FUNIVERSE 除与发行人相关产品交易外，还存在其他业务；

6、发行人生产 FUNIVERSE 产品相关机器不存在减值风险；

7、发行人同 PDP 销售情况变动具有合理性，2021 年发行人对 PDP 销售情况维持在正常水平，未出现大幅下滑的情形；**2022 年上半年，发行人与 PDP 合作的游戏外设产品中，游戏耳机处于更新迭代阶段，新一代产品处于开发阶段，旧一代产品在 2022 年上半年交付订单量较少，使得 2022 年上半年业绩同比有所降低。发行人已就游戏外设收入下滑进行了风险提示，具体请见招股说明书之“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（一）游戏外设业务收入、主营业务毛利率及经营业绩下滑的风险”。**

6.关于客户Bigben

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人对Bigben收入分别为6,138.52万元、13,664.42万元、10,533.41万元、5,346.77万元，其中，PS系列精英手柄收入分别为0、3,784.40万元、2,303.98万元、0，PS系列非精英手柄收入分别为5,386.31万元、9,445.60万元、7,738.36万元、3,966.82万元。2020年精英手柄、非精英手柄单价分别为225.87元、85.45元。

(2) 2021年上半年，受新一代PS5推出影响，市场玩家对于旧款精英手柄的需求减弱，Bigben降低了对于精英手柄的采购。

请发行人：

(1) 结合精英手柄、非精英手柄的功能、参数性能等，分析说明两类产品单价、毛利率差异原因，报告期各期精英手柄对发行人毛利贡献、毛利占比情况。

(2) 说明自2018年末推出PS系列精英手柄以来，同系列精英手柄、非精英手柄销售收入、销售数量变动趋势不一致的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合精英手柄、非精英手柄的功能、参数性能等，分析说明两类产品单价、毛利率差异原因，报告期各期精英手柄对发行人毛利贡献、毛利占比情况

(一) 结合精英手柄、非精英手柄的功能、参数性能等，分析说明两类产品单价、毛利率差异原因

报告期内，发行人销售的PS系列游戏手柄中，精英手柄主要产品型号为2793，非精英手柄产品型号较多，销量较高的主要包括2801与2803。PS系列中，精英手柄与非精英手柄的差异对比如下表所示：

单位：元/个

项目	精英手柄	非精英手柄	非精英手柄
报告期内产品型号	2793	2801	2803

项目	精英手柄	非精英手柄	非精英手柄
图例			
功能差异	无线/有线信号传输 摇杆非对称布局 背部编程按键 可调节配重槽 4档用户偏好记忆	有线信号传输 摇杆对称布局	无线信号传输 摇杆非对称布局
参数性能差异	M4 处理器 1300mAh 电池 300cm 主线	M0 处理器 无内置电池 300cm 主线	M0 处理器 1200mAh 电池 80cm 主线
消费群体	重度玩家 专业玩家	派对多人游戏补充手柄 备用手柄 普通玩家	普通玩家 原装替代
2020 年发行人平均销售单价	225.87	76.19	126.74
终端销售价格水平	1,241.75	291.62	437.80
终端销售溢价率	449.76%	282.75%	245.43%

注：终端销售价格水平系通过网上相关平台查询所得

如上表所示，报告期内，发行人 PS 系列游戏手柄中，精英手柄与非精英手柄在产品性能参数、功能、终端售价等方面存在差异。相比于非精英手柄，精英手柄在处理器、电池性能等方面更优，附加功能更多（包括背部编程按键、可调节配重槽、用户偏好记忆等），其消费群体主要为深度游戏玩家、专业游戏玩家等，其终端售价及溢价率高于非精英手柄，故发行人精英手柄的销售单价及毛利率相应高于非精英手柄。

（二）报告期各期精英手柄对发行人毛利贡献、毛利占比情况

报告期内，发行人销售的 PS 系列游戏手柄中，精英手柄毛利金额及占各期游戏控制器毛利及主营业务毛利的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
PS 系列精英手柄毛利金额	104.64	59.07	666.09	1,100.05
占游戏控制器毛利的比例	4.55%	0.85%	8.39%	19.57%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
占主营业务毛利的比例	2.17%	0.41%	4.19%	10.73%
占游戏控制器收入的比例	2.72%	0.88%	9.25%	17.19%
占主营业务收入的比例	1.12%	0.37%	4.46%	10.70%

如上表所示，2019 年、2020 年及 2021 年，发行人 PS 系列精英手柄毛利贡献比例呈现下降的趋势，主要系 2018 年发行人为迎合游戏精细化操作的趋势，同 Bigben 合作开发了 PS4 精英手柄在内的多款 PS4 手柄，自推出以来 Bigben 便开始对该类控制器进行采购，故 2019 年及 2020 年该类精英手柄产生毛利贡献。2021 年，受到新一代 PS5 推出影响，市场玩家对于旧款精英手柄的需求减弱，同时为迎合 PS5 主机的推出，Bigben 正筹划 PS5 相关新一代精英手柄，故 Bigben 当期向发行人下单 PS4 系列精英手柄的订单量较少，致使 2021 年 PS 系列精英手柄产生毛利贡献同比下滑。

二、说明自 2018 年末推出 PS 系列精英手柄以来，同系列精英手柄、非精英手柄销售收入、销售数量变动趋势不一致的合理性

2018-2021 年及 2022 年 1-6 月，发行人销售的 PS 系列游戏手柄中，精英手柄与非精英手柄的销售收入、数量及单价情况如下表所示：

2022 年 1-6 月				
游戏控制器		销售金额(万元)	销售单价 (元/个)	销售数量(个)
PS 系列	精英手柄	302.86	232.97	13,000.00
	非精英手柄	5,125.10	94.29	543,526.00
	合计	5,427.96	97.53	556,526.00
2021 年度				
游戏控制器		销售金额(万元)	销售单价 (元/个)	销售数量(个)
PS 系列	精英手柄	219.35	222.18	9,872.00
	非精英手柄	10,594.47	84.76	1,249,915.00
	合计	10,813.82	85.57	1,263,787.00
2020 年度				
游戏控制器		销售金额(万元)	销售单价 (元/个)	销售数量(个)
PS 系列	精英手柄	2,303.98	225.87	102,006.00
	非精英手柄	7,738.36	85.45	905,503.00

	合计	10,042.34	99.67	1,007,509.00
2019 年度				
游戏控制器		销售金额(万元)	销售单价 (元/个)	销售数量(个)
PS 系列	精英手柄	3,784.40	217.14	174,281.00
	非精英手柄	9,445.60	99.31	951,095.00
	合计	13,230.00	117.56	1,125,376.00
2018 年度				
游戏控制器		销售金额(万元)	销售单价 (元/个)	销售数量(个)
PS 系列	精英手柄	-	-	-
	非精英手柄	5,386.31	87.27	617,200.00
	合计	5,386.31	87.27	617,200.00

报告期内，发行人与 Bigben 交易的 PS 系列手柄以非精英手柄为主（2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年，Bigben PS 系列游戏控制器中非精英手柄占比分别为 100%、71.40%、77.06%及 97.97%），主要系精英手柄的消费群体主要为专业玩家与重度玩家，消费群体相较于非精英手柄较为小众。

2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年，发行人与 Bigben 交易的 PS 系列非精英手柄销售金额呈现波动趋势，其中，2019 年销售金额同比增长 75.36%，主要原因系 2018 年发行人配合 Bigben 相继开发了多款针对 PS4 的游戏手柄，包括精英手柄（2793）、无线手柄（2803）等，Bigben 在 PS 系列游戏手柄市场的布局中，逐步形成了从中低端手柄到高端精英手柄的完整产品矩阵，新推出的游戏手柄例如 2803 型号在 2019 年销量较高所致。2020 年销售金额同比下降 18.07%，一方面系索尼当年开发并逐步推出 PS5，Bigben 将后续业务重点逐步转向 PS5，针对 PS4 相关游戏手柄的开发逐步减少；另一方面系 2020 年下半年起上游芯片领域产能及供给较为紧张，发行人因短期内未能采购合适的 IC 等原材料而推迟或未承接部分订单所致。2021 年销售金额同比上升 36.91%，主要原因系发行人 2801 及 2803 两款型号产品市场销量较好，当年 Bigben 采购量较高所致。

2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年，发行人与 Bigben 交易的 PS 系列精英手柄销售金额呈现先升后降趋势，主要原因系 2018 年发行人为迎合游戏精细化操作的趋势，同 Bigben 合作开发了 PS4 精英手柄在内的多款 PS4 手柄，自推

出以来 Bigben 便开始对该类控制器进行采购，故 2019 年及 2020 年该类精英手柄产生相应收入。2021 年，受到新一代 PS5 推出影响，市场玩家对于旧款精英手柄的需求减弱，同时为迎合 PS5 主机的推出，Bigben 正筹划 PS5 相关新一代精英手柄，故 Bigben 当年向发行人下单 PS4 系列精英手柄的采购订单量很少。截至 2021 年 11 月末，发行人针对 PS5 系列的游戏耳机已实现销售出货，游戏控制器尚处于与客户合作设计、开发过程中，尚未实现销售出货。

综上所述，发行人与 Bigben 交易的 PS 系列游戏手柄中，因非精英手柄的消费群体与精英手柄存在一定差异，后者受众群体更小且对相关游戏主机及设备的性能、更新及时性要求更高，故精英手柄的交易规模相较于非精英手柄较小且两者报告期内的变动趋势存在一定差异。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）取得发行人报告期内 PS 系列游戏手柄销售明细数据，对精英手柄及非精英手柄的销售数量、单价、收入、毛利等进行对比分析；

（2）访谈发行人相关业务负责人，查阅实际产品手册等，了解 PS 系列精英手柄与非精英手柄在性能参数、功能等方面的差异；

（3）访谈发行人相关业务负责人，了解 PS 系列精英手柄报告期内销售收入、数量等变动的原因；

（4）通过网络公开查询 PS 系列精英手柄与非精英手柄终端销售价格水平。

2、核查意见

针对上述问题，经核查，申报会计师认为：

（1）发行人 PS 系列游戏手柄中，精英手柄与非精英手柄在产品性能参数、功能、消费群体、终端售价等方面存在差异，精英手柄的终端售价及溢价率高于非精英手柄，故发行人精英手柄的销售单价及毛利率相应高于非精英手柄；报告期内精英手柄毛利金额及占比呈现波动趋势；

（2）报告期内，发行人 PS 系列精英手柄与非精英手柄销售收入、数量变

动趋势的差异系因非精英手柄的消费群体与精英手柄存在一定差异,后者受众群体更小且对相关游戏主机及设备的性能、更新及时性要求更高。

7.关于客户HORI

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人对HORI的销售收入分别为2,766.49万元、5,540.27万元、12,239.45万元、5,525.85万元，2020年受任天堂Switch独占游戏火爆的影响，市场对于Switch系列周边产品需求增大，HORI同步增加了对Switch系列游戏外设产品的采购。

(2) 报告期各期发行人对HORI销售Switch系列游戏控制器毛利率分别为19.49%、39.76%、44.60%、42.34%，2018-2019年对PDP销售Switch游戏控制器毛利率为21.66%、25.22%。2018-2019年发行人向HORI销售Switch产品单价分别为15.29元、52.72元，毛利率为19.49%、39.76%；向PDP销售单价为50.38元、51.73元，毛利率分别为21.66%、25.22%。

(3) 报告期各期发行人向HORI销售PS系列游戏控制器毛利率分别为52.12%、47.49%、52.59%、50.33%，单价分别为94.00元、88.98元、73.37元、69.11元；向Bigben销售PS系列游戏控制器毛利率分别为18.05%、24.04%、25.95%、23.01%，单价分别为87.27元、117.56元、99.67元、82.53元。

(4) 发行人说明，对HORI毛利率较高原因包括客供材料的影响、产品终端溢价率较高。剔除客供材料影响后模拟计算对HORI的销售毛利率分别为25.52%、28.76%、32.94%、32.41%。

请发行人：

(1) 结合报告期内市场对Switch及Switch系列游戏外设产品需求、需求变动情况，同行业公司销售Switch相关产品的收入、数量变动，2021年发行人对不同客户销售Switch系列产品及同比变动情况、在手订单等，分析说明发行人Switch系列收入、对HORI等客户收入是否存在下滑风险。

(2) 说明对HORI采用客供材料方式的原因、其他客户未采用该模式的原因，模拟计算时未将相关成本同步加入销售收入测算毛利率的合理性，客供材料模式下HORI对发行人产品采购单价仍然较高的合理性。

(3) 区分Switch系列、PS系列游戏控制器，详细对比分析向HORI销售与向PDP、Bigben销售同系列游戏控制器毛利率情况，说明向HORI销售毛利率较高的合理性。

(4) 结合成本构成、产品等分析说明发行人2019年向HORI、PDP销售Switch

游戏控制器单价持平，以及2019年以来向HORI销售PS游戏控制器单价明显低于Bigben的情况下，毛利率高于PDP、Bigben的合理性，向HORI销售产品单价定价是否公允，原材料单价成本是否存在明显差异。

（5）说明HORI除发行人外是否向其他国内同行业公司采购Switch游戏控制器、向发行人采购占比，与发行人在产品定价等方面是否存在较大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合报告期内市场对 Switch 及 Switch 系列游戏外设产品需求、需求变动情况，同行业公司销售 Switch 相关产品的收入、数量变动，2021 年发行人对不同客户销售 Switch 系列产品及同比变动情况、在手订单等，分析说明发行人 Switch 系列收入、对 HORI 等客户收入是否存在下滑风险

（一）报告期内市场对 Switch 及 Switch 系列游戏外设产品需求、需求变动情况

2018 年以来，市场 Switch 主机销售情况与发行人 Switch 系列游戏外设产品销售情况匹配如下：

单位：台、万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Switch 主机销量	2,502	2,829	1,930	1,634	1,312
同比变动情况	-11.56%	46.58%	18.12%	24.54%	-
公司 Switch 系列游戏控制器销售收入	6,761	9,263	3,654	2,255	-
同比变动情况	-27.01%	153.50%	62.04%	-	-
公司 Switch 系列游戏耳机销售收入	7,344	3,850	727	326	-
同比变动情况	90.75%	429.57%	123.01%	-	-
公司 Switch 系列其他游戏外设销售收入	633	726	500	239	-
同比变动情况	-12.78%	45.20%	109.21%	-	-

数据来源：VG Chartz；

此外，根据日本上市公司任天堂（7974.T）披露文件，截至 2021 年 10 月，Nintendo Switch 系列产品累计销售量超过 9,000 万台。Nintendo Switch 在 2020 年春以后的销售速度正在加快，预计截至 2022 年 3 月 31 日的累计销售量将超过 1 亿台。

报告期内,发行人 Switch 系列游戏外设产品主要为游戏控制器和游戏耳机。如上表,2019 年和 2020 年,Switch 主机销量同比上升 18.12%和 46.58%。2019 年和 2020 年,发行人 Switch 系列游戏控制器销售收入同比增长 62.04%和 153.50%; Switch 系列游戏耳机销售收入同比增长 123.01%和 429.57%,与 Switch 主机销量变动趋势一致。

2021 年,Switch 主机销量同比下降 11.56%,而发行人 Switch 系列游戏控制器销售收入同比下降 27.01%,Switch 系列游戏耳机销售收入同比增长 90.75%。Switch 主机销量与发行人 Switch 系列游戏耳机销售变动趋势差异系 2021 年,PDP Switch 系列耳机销售上升所致,主要原因为(1)Switch 有掌机、主机两种形态,而掌机形态更有更强的耳机使用需求;(2)Switch 未向无线耳机开放蓝牙协议,在 Switch 主机上使用无线耳机,需玩家另行购置蓝牙适配器。相较之下,在 Switch 主机上使用有线耳机更具性价比,PDP 加大了 Switch 系列游戏耳机的布局。

(二) 同行业公司销售 Switch 相关产品的收入、数量变动

报告期内,发行人同行业公司未披露 Switch 相关产品的收入及变动情况。除同行业公司外,受益于近年 Nintendo Switch 系列产品的销售情况,Switch 产业链相关公司业务发展情况良好。具体情况如下:

披露主体	主营业务	与任天堂关系	披露情况	任天堂相关业务变动情况
思柏精密 (A20456.SZ)	精密模具制造	公司客户为任天堂供应商	2020 年度,无锡松下向思柏精密下达任天堂游戏机电池部件订单,该类产品正式批量生产,由于此类规格尺寸较小,单位材料成本较低;当期,来自无锡松下的销售收入与 2019 年度基本保持稳定,但其销售数量增加约 1,200 万件,较 2019 年增长约 60%,销售数量整体占比从 9.17%上升至 17.26%。	思柏精密从无锡松下获取任天堂游戏机电池部件订单,销售数量增加约 1,200 万件,较 2019 年增长约 60%。
中京电子 (002579.SZ)	研发、生产和销售电路板	公司为任天堂供应商	报告期内中京电子 HDI、FPC 等产品持续维持较高景气度,产品订单饱满,产品结构持续优化,HDI 产品阶层持续提升,产品单价较上年同期有较大幅度增长,FPC 产品大客户战略卓有成效,京东方、深天马、任天堂等客户订单持续放量。	2020 年,中京电子收入为 233,965.78 万元,同比增长 11.48%,原因之一系任天堂等客户订单持续放量。
奕东电子 (A20553.SZ)	连接器和光电显示	公司客户为任天堂供应商	奕东电子向新能德销售精密塑胶结构件(电池支架、保护壳)及精密五金结构件;客户采购后用于生产锂电池模组;终端应用主要为手机、平板电脑、运动相机、游戏机等;终端客户主要为三星、小米、摩托罗拉、GoPro、任天堂等。2020 年,奕东电子向新能德的金额为 4,102.75 万元,较 2019 年增长 1,479.40 万元。一方面是由于精密塑胶结构件产品运输成本相对较高,奕东	2020 年,奕东电子向其客户新能德的金额为 4,102.75 万元,较 2019 年增长 1,479.40 万元,原因之一系任天堂游戏机于 2019 年四季度开始量产

披露主体	主营业务	与任天堂关系	披露情况	任天堂相关业务变动情况
			电子东莞生产基地与新能德在地理位置上比邻，具有配套优势；另一方面是由于 2020 年奕东电子优化工艺、增加效率、降低成本，对手机及 PAD 电池支架产品调低了报价，赢得了客户更多的订单份额；另外任天堂游戏机和 GoPro 项目于 2019 年四季度开始量产	

如上表所示，根据思柏精密、中京电子、奕东电子的公开披露信息，其相关订单或业绩的增长均与任天堂或其产业链相关方下达订单量放量相关，发行人 Switch 系列产品销售情况与 Switch 产业链相关上市公司公告的相关业务发展情况不存在显著差异。

（三）2021 年发行人对不同客户销售 Switch 系列产品及同比变动情况、在手订单

2020 年至 2022 年 6 月，发行人 Switch 系列产品销售情况如下：

单位：万元

产品	客户名称	2022 年 1-6 月销售收入	2021 年销售收入	2020 年销售收入	同比变化情况
游戏控制器	HORI	1,925.32	6,760.90	9,262.80	-27.01%
游戏耳机	PDP	1,068.61	6,524.20	2,932.15	122.51%
	HORI	404.94	820.05	918.03	-10.67%
其他游戏外设	HORI	204.47	633.34	726.10	-12.78%
合计		3,603.33	14,738.49	13,839.08	6.35%

注：其他游戏外设为充电座等。

2021 年，发行人 Switch 系列产品同比上升 6.49%，主要系 PDP Switch 系列耳机销售上升所致。由于 Switch 掌机模式对耳机具有较强的需求；且在 Switch 使用无线耳机需要另行购置蓝牙适配器，使得公司为 PDP 生产的有线耳机更具性价比，PDP 加大了 Switch 系列游戏耳机的布局。2022 年 1-6 月，发行人 Switch 系列产品同比下降，受客供 IC 短缺、新品开发等影响，发行人主要游戏外设客户 HORI 及 PDP 在 2022 年第一季度交付订单量较少。

截至 2022 年 6 月末，发行人各类型 Switch 系列产品的在手订单情况如下：

单位：万元

产品	客户名称	在手订单金额
游戏控制器	HORI	2,561.03

游戏耳机	PDP	3,649.64
	HORI	36.72
其他游戏外设	HORI	6.33
合计		6,253.72

如上表所示，截至 2022 年 6 月末，发行人 Switch 系列产品在手订单较为充足。此外，截至 2022 年 6 月末，发行人 HORI 在手订单金额为 2,805.63 万元。

（四）发行人 Switch 系列收入、对 HORI 等客户收入是否存在下滑风险

综上，Switch 系列主机销售情况良好，产业链公司近年来相关业务发展情况良好，发行人主要客户 HORI 为行业中经营多年的企业，与任天堂具备较好的合作基础，当新款游戏主机推出时，发行人客户会向主机厂商申请以获得授权。截至本问询函回复出具之日，发行人主要客户已获得索尼 PS 系列、微软 XBOX 新世代主机授权。公司与主要客户合作的可持续性、客户的稳定性较高。截至 2022 年 6 月末发行人 Switch 系列在手订单金额为 5,142.57 万元，较 2021 年同期上升 46.86%；截至 2022 年 6 月末发行人对 HORI 的在手订单金额为 2,805.63 万元，较 2021 年同期上升 83.47%。最近一年一期，发行人 Switch 系列收入、对 HORI 等客户收入下降，主要系发行人与 HORI 合作的游戏外设产品中，部分原材料如 IC 模组等系由 HORI 客供，HORI 对其自身游戏外设产品中的 IC 模组的要求较高，相关 IC 模组大多由 Hosiden 生产制造，HORI 在 2021 年下半年因 IC 模组中 sense IC 原料短缺，给发行人的部分订单推迟下达。根据 HORI 出具的相关说明，其 IC 模组原材料短缺的问题已找到妥善的解决方案，预计该事项不会对其 2022 年给发行人的订单产生不利影响。

二、说明对 HORI 采用客供材料方式的原因、其他客户未采用该模式的原因，模拟计算时未将相关成本同步加入销售收入测算毛利率的合理性，客供材料模式下 HORI 对发行人产品采购单价仍然较高的合理性

（一）HORI 采用客供材料方式的原因、其他客户未采用该模式的原因

1、HORI 采用客供材料的原因

（1）客户具有采购渠道，有利于保证产品质量的稳定性

塑胶件、包装材料在珠三角区域具有众多厂家，不同厂家的工艺标准存在一定差异。对于主要产品，HORI 在中国境内亦有 2-3 家的制造供应商。为避免各

家供应商使用了不同规格的外观材料、保证产品外观规格的统一，HORI 采用客供材料的模式，向各家供应商无偿提供塑胶件、包装材料等外观材料。

（2）部分专属材料不存在公开供应渠道，保证原材料稳定供应

任天堂对于再装厂商的质量品质存在一定的管控措施，要求再装厂商使用经任天堂认证的原材料，如经任天堂认证的专用导轨、无线模组等，该等材料由任天堂授权原厂商（如日本星电）生产，不存在公开的采购渠道。为了保证供应商能够拿到稳定货源，HORI 采用客供材料的模式，向各家生产商无偿提供 Switch 专用导轨、无线模组等外观材料。

2、其他客户存在客供材料模式的情况

报告期内，除 HORI 外，发行人其他主要客户亦存在部分客供材料情况。具体情况如下：

客户	主要型号	客供材料情况
Bigben	2793	加密 IC、部分包装材料
	2801	加密 IC、部分包装材料
	2803	加密 IC、部分包装材料
	2826	加密 IC、部分包装材料
	2792	加密 IC、部分包装材料
PDP	8261	3D 摇杆电位器
	8271	3D 摇杆电位器
	8272	3D 摇杆电位器
	7386	IC、3D 摇杆电位器
北通	0197	少量包装材料
	0278	少量包装材料
飞智	0281	IC、包材材料、塑胶
	0469	IC、五金件、塑胶

客供材料在发行人 ODM/OEM 模式下属于较为常见的情况，发行人的其他主要客户亦存在客供材料。发行人与不同客户具体合作模式存在一定差异，客供材料的具体内容及数量存在一定差异。

（二）模拟计算时未将相关成本同步加入销售收入测算毛利率的合理性

在首轮反馈问询答复模拟计算时，发行人已将客供材料价值同步加入销售收

入和销售成本，得到调整收入和调整成本，并用调整收入和调整成本计算调整毛利率，即发行人将相关成本同步加入销售收入测算毛利率。报告期内，HORI 向发行人提供客供材料的模拟测算公式如下：

项目
销售收入 (a)
销售成本 (b)
毛利率 ((a-b) / a)
客供材料模拟测算价值 (c)
调整毛利率 ((a-b) / (a+c))

具体推理过程如下：

$$\text{调整毛利率} = \frac{\text{调整收入 } (a + c) - \text{调整成本 } (b + c)}{\text{调整收入 } (a + c)} = \frac{\text{调整毛利 } (a - b)}{\text{调整收入 } (a + c)}$$

综上，模拟计算时已将相关成本同步加入销售收入测算毛利率。

剔除客供材料影响后，发行人向 HORI 销售的产品毛利率与其他客户的差异减小但仍略高于其他客户，主要系受具体产品型号结构差异、生产要求差异、IP 授权差异等因素的影响。报告期内，发行人销售给 HORI 的游戏外设产品以 Switch 系列产品为主，若剔除产品结构影响，发行人销售给 HORI 的游戏外设产品与其他客户不存在显著差异（例如发行人向 HORI 与 PDP 销售 Switch 有线手柄的毛利率分别为 26.92%与 25.22%）。生产要求与 IP 授权方面，HORI 对于产品质量管理要求严格，深入发行人生产管控的各个环节，并对于产品质量要求极高，且质量处罚措施较重；此外，发行人报告期内向 HORI 销售的产品中，IP 授权产品的占比较大。由于 IP 授权产品的外观中包含《勇者斗恶龙》《精灵宝可梦》等经典动漫或游戏的外观元素，在终端市场享有一定溢价。综上所述，剔除客供材料后，发行人向 HORI 销售的产品毛利率略高于其他客户具有合理性。

（三）客供材料模式下 HORI 对发行人产品采购单价仍然较高的合理性

报告期内，发行人对 HORI 的销售主要为游戏控制器，除 HORI 外，其余境外游戏控制器主要客户包括 Bigben 与 PDP。

1、客供材料模式下，HORI 对发行人产品采购单价高于 PDP 的合理性

报告期内，发行人 Switch 系列游戏控制器主要客户包括 HORI 与 PDP，发

行人向其销售 Switch 系列游戏控制器的单价情况如下：

单位：元

项目	2019 年度
HORI	52.72
HORI (其中：有线手柄)	47.94
PDP	51.73

注：2020 年及 2021 年，发行人未向 PDP 销售 Switch 系列游戏控制器

2018 年及 2019 年，发行人向 PDP 销售的 Switch 系列产品为有线手柄，而向 HORI 销售的 Switch 系列产品包括 Switch 无线手柄、Switch 有线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄。2019 年，发行人向 HORI 销售 Switch 系列产品单价高于 PDP 的主要原因系产品结构存在差异。剔除产品结构差异后，发行人向 HORI 销售 Switch 系列有线手柄的采购单价不存在高于 PDP 的情况。

2、客供材料模式下，HORI 对发行人产品采购单价高于 Bigben 的合理性

报告期内，发行人 PS 系列游戏控制器客户包括 HORI 与 Bigben，发行人向其销售 PS 系列游戏控制器的单价情况如下：

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HORI	62.47	72.30	73.37	88.98
HORI (模拟飞行摇杆)	-	326.50	-	343.63
HORI (剔除模拟飞行摇杆)	62.47	68.31	73.37	73.19
Bigben	97.53	85.57	99.67	117.56
差异率	-35.95%	-20.17%	-26.39%	-37.74%

发行人向 HORI 销售 PS 系列产品包含模拟飞行摇杆，模拟飞行摇杆直接按照飞行控制杆作原型进行设计，具有很强的仿真度，单价高于常规游戏控制器。剔除模拟飞行摇杆的结构因素后，发行人向 HORI 销售 PS 系列产品的采购单价不存在高于 Bigben 的情况。

剔除模拟飞行摇杆的结构因素后，HORI 销售 PS 系列产品的采购单价较 Bigben PS 系列产品要低，差异率在 20%至 40%间，其销售单价不存在高于 Bigben 的情形。

三、区分 Switch 系列、PS 系列游戏控制器，详细对比分析向 HORI 销售与向 PDP、Bigben 销售同系列游戏控制器毛利率情况，说明向 HORI 销售毛利率较高的合理性

（一）Switch 系列游戏控制器的销售毛利率差异情况

报告期内，发行人 Switch 系列游戏控制器客户包括 HORI 与 PDP，发行人向 HORI 与 PDP 销售 Switch 系列游戏控制器的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HORI	1,925.32	6,760.90	9,262.80	3,306.52
PDP	-	-	-	347.46

2019 年，发行人向 HORI 销售 Switch 系列游戏控制器毛利率与 PDP 之间存在差异，主要系细分产品型号结构性因素所致。其中，发行人向 HORI 销售的 Switch 系列游戏控制器包括 Switch 无线手柄、Switch 有线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄；而发行人向 PDP 销售的 Switch 系列游戏控制器仅包括 Switch 有线手柄。上述各细分手柄具体对比情况如下：

客户名称	HORI				PDP
比较项目	Switch 无线手柄（8275）	Switch 有线手柄（8258）	Switch 双侧手柄（0378）	Switch 单侧手柄（0376）	Switch 有线手柄（8261 等）
客供材料情况	包括无线模组、主控 IC 及塑胶件	包括少量塑胶件	包括主控 IC、滑轨模组、塑胶件及包装材料	包括主控 IC、滑轨模组、塑胶件及包装材料	包括 3D 摇杆电位器
通信方式	蓝牙无线连接	USB 有线连接	导轨触点连接	导轨触点连接	USB 有线连接
内置电池	内置 550mAh 电池	无	无	无	无
Turbo 连发功能	有	有	有	无	有
背部编程快捷键	无	无	有	无	无

报告期内，发行人向 HORI 销售 Switch 有线手柄毛利率要低于 Switch 无线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄，一方面系后者所实现功能更加多样，如无线远程连接和背部编程快捷键等，制造工艺更加复杂；另一方面系受客供材料比例的影响，而 Switch 有线手柄主要为少量塑胶件或 3D 摇杆电位器，Switch 无线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄的客供材料包括主控 IC、无线模

组、滑轨、塑胶件及包材等，客供材料比例高于 Switch 有线手柄。

剔除 Switch 无线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄的结构性影响因素后，发行人向 HORI 与 PDP 销售 Switch 有线手柄的毛利率情况不存在明显差异。但发行人向 HORI 与 PDP 销售 Switch 有线手柄的毛利率不存在明显差异。但发行人向 HORI 销售的 Switch 系列游戏控制器还包括 Switch 无线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄。受产品功能定位及客供材料比例的影响，该等产品毛利较高，从而导致发行人向 HORI 销售 Switch 系列游戏控制器的毛利率要高于 PDP。

（二）PS 系列游戏控制器的销售毛利率差异情况

报告期内，发行人 PS 系列游戏控制器客户包括 HORI 与 Bigben。发行人向 HORI 与 Bigben 销售 PS 系列游戏控制器的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HORI	1.31	468.27	606.87	744.43
Bigben	5,427.96	10,813.82	10,042.34	13,230.00

发行人向 HORI 销售 PS 系列游戏控制器的毛利率高于 Bigben。具体原因如下：

1、产品结构差异

报告期内，发行人向 HORI 销售 PS 系列游戏控制器的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
飞行摇杆	-	32.65	-	167.9
格斗摇杆	1.31	158.85	277.54	96.66
游戏手柄	-	276.77	329.32	382.58
手柄鼠标套装	-	-	-	58.36
遥控器	-	-	-	38.93

报告期内，发行人向 Bigben 销售 PS 系列游戏控制器的构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
游戏手柄	5,467.79	10,813.82	10,042.34	13,230.00

报告期内，发行人向 HORI 和 Bigben 销售 PS 系列游戏手柄的情况及毛利率对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HORI	-	276.77	329.32	382.58
Bigben	5,427.96	10,813.82	10,042.34	13,230.00
毛利率差异	-	19.10%	23.97%	21.96%

综上，发行人向 HORI 向销售 PS 系列游戏控制器各期销售收入金额较少且结构较为多样，除了游戏手柄，还有较大比例的格斗摇杆、飞行摇杆、遥控器、手柄鼠标套装等。而发行人向 Bigben 销售的 PS 系列控制器主要为游戏手柄。其中，格斗摇杆、飞行摇杆和手柄鼠标套装等产品主要面向深度游戏爱好者，且客供材料存在差异。因此，游戏手柄与摇杆等产品的毛利率存在差异。剔除产品系列结构性因素后，发行人向 HORI 及 Bigben 销售 PS 系列游戏手柄的毛利率差异减小，差异原因还包括客供材料差异、生产要求差异等因素。

2、客供材料差异

对于相同或相似产品，报告期内，发行人与 HORI 及 Bigben 之间的合作模式存在差异。其中，发行人与 HORI 的合作过程中，存在较大比例的客供材料，而发行人与 Bigben 的合作过程中，客供材料比例较小。

以同款 PS4 无线手柄为例，通过模拟测算剔除客供材料影响后，发行人对 HORI 与 Bigben 的毛利率情况如下：

单位：万元、元

比较项目	HORI	Bigben
产品类型	PS4 无线手柄	PS4 无线手柄
内部型号	2808	2803
产品图片		
销售金额	834.85	8,326.27
单位售价	77.64	127.58

比较项目	HORI	Bigben
毛利率差异	24.10%	
客供材料成本	50.99	2.25
调整单价	128.63	129.83
调整后，毛利率差异	5.11%	

注：客供材料成本根据客供材料的市场公开价格、报关价格或客户自行采购价格作为客供料估算单价，在发行人系统记录的客供材料数量基础上测算客供材料成本。

如上，考虑客供材料的影响后，发行人向 HORI 与 Bigben 销售 PS 系列游戏控制器的毛利率差异程度减小。

3、生产要求差异

报告期内，HORI 和 Bigben 对于发行人的生产管控存在差异：

比较项目	HORI	Bigben
设计	■ 客人参与研发设计，介入生产制程流程设定，参与设计物料选用； ■ 产品寿命结果由客户日本总部确认；	■ 由发行人完全主导设计，客人仅参与确认；发行人自我制程流程设定，设计选用材料； ■ 产品寿命由客户确认；
物料及供应商管理	■ 进口客供物料较多，需要使用任天堂授权供应商物料； ■ 公司对相关物料独立空间管理； ■ 对于公司自主开发供应商，客户共同参与定期供应商评审；	■ 进口客供物料偏少，多数供应商为发行人自我开发供应商； ■ 未使用独立公共管理； ■ 由发行人定期评审供应商，客户不参与；
制程管理	■ 深入管控生产制程，不接受产品在生产过程中堆积、碰撞； ■ 需要定期上报生产情况报表，具体为每日上报当日生产情况、每月制作产品品质报告、每月季度总结品质制程改善措施及创新措施、每年汇报品质、生产计划 ■ 由专职文员按照客户格式要求制作生产报表	■ 制程管控程度适中； ■ 仅在客户需要时上报生产情况报表； ■ 使用公司常规模式制作生产报表
生产场所	■ 要求使用独立车间	■ 使用综合车间
设备管理	■ 客户参与所有设备的测试，相关辅助夹治具需由客人确认验收； ■ 设备需由第三方机构验证确认；	■ 仅参与部分设备的测试，辅助夹治具由发行人内部确认验收； ■ 设备由发行人自行验收确认；

HORI 作为日本企业，于游戏配件市场沉淀超过 40 年，对于产品质量管理要求严格，深入发行人生产管控的各个环节，要求针对各项瑕疵严格制作应对方案并落实到实际生产中。此外，HORI 对于产品质量要求极高，且质量处罚措施

较重。因此，HORI 产品较其他产品的溢价较大。

四、结合成本构成、产品等分析说明发行人 2019 年向 HORI、PDP 销售 Switch 游戏控制器单价持平，以及 2019 年以来向 HORI 销售 PS 游戏控制器单价明显低于 Bigben 的情况下，毛利率高于 PDP、Bigben 的合理性，向 HORI 销售产品单价定价是否公允，原材料单价成本是否存在明显差异。

（一）发行人 2019 年向 HORI、PDP 销售 Switch 游戏控制器单价持平的情况下，毛利率高于 PDP 的合理性，向 HORI 销售产品单价定价是否公允，原材料单价成本是否存在明显差异

报告期内，发行人 Switch 系列游戏控制器的销售以 HORI 为主，PDP 的销量及销售金额较低。2019 年，发行人向 HORI 销售的 Switch 系列游戏控制器包括 Switch 无线手柄、Switch 有线手柄、Switch 双侧手柄和 Switch 单侧手柄；而发行人向 PDP 销售的 Switch 系列游戏控制器仅包括 Switch 有线手柄。上述各细分手柄具体对比情况如下：

客户名称	HORI				PDP
比较项目	Switch 无线手柄（8275）	Switch 有线手柄（8258）	Switch 双侧手柄（0378）	Switch 单侧手柄（0376）	Switch 有线手柄（8261 等）
客供材料情况	包括无线模组、主控 IC 及塑胶件	包括少量塑胶件	包括主控 IC、滑轨模组、塑胶件及包装材料	包括主控 IC、滑轨模组、塑胶件及包装材料	包括 3D 摇杆电位器
通信方式	蓝牙无线连接	USB 有线连接	导轨触点连接	导轨触点连接	USB 有线连接
内置电池	内置 550mAh 电池	无	无	无	无
Turbo 连发功能	有	有	有	无	有
背部编程快捷键	无	无	有	无	无

由于各类产品客供材料及功能定位存在差异，产品毛利率也有所不同。剔除结构性因素后，发行人 2019 年向 HORI 与 PDP 销售 Switch 系列游戏手柄的单价及毛利率情况如下：

单价：元

客户名称	单价	单位成本	其中：直接材料	直接人工	制造费用	毛利率
HORI （有线手柄）	47.94	100%	65.38%	16.27%	18.35%	1.70%

PDP	51.73	100%	71.98%	12.31%	15.72%	
-----	-------	------	--------	--------	--------	--

如上表所示,发行人 2019 年向 HORI 与 PDP 销售 Switch 系列有线手柄的单价及毛利率不存在显著差异。剔除客供料影响后,发行人向 HORI 销售 Switch 有线手柄与向 PDP 销售 Switch 有线手柄的毛利率差异为 0.67%,较为接近。综上所述,剔除产品型号结构性影响后,发行人 2019 年向 HORI、PDP 销售 Switch 游戏控制器单价持平的情况下,毛利率略高于 PDP 系因具体产品型号结构差异及部分客供料的影响,具有合理性。发行人向 HORI 和 PDP 销售的同类产品单价定价公允,原材料单价成本不存在明显差异。

(二) 发行人 2019 年以来向 HORI 销售 PS 游戏控制器单价明显低于 Bigben 的情况下,毛利率高于 Bigben 的合理性,向 HORI 销售产品单价定价是否公允,原材料单价成本是否存在明显差异

2019 年以来,发行人向 HORI 与 Bigben 销售 PS 系列游戏控制器的单价情况如下:

单位: 元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
HORI	62.47	72.30	73.37	88.98
Bigben	97.53	85.57	99.67	117.56

报告期内,发行人 PS 系列游戏控制器的销售以 Bigben 为主,HORI 的销量及销售金额较低。HORI 与 Bigben 的 PS 系列游戏控制器产品构成存在较大差异,如 HORI PS 系列游戏控制器产品包括 PS 系列格斗摇杆、飞行摇杆和手柄鼠标套装及游戏手柄,Bigben 系列游戏控制器产品包括 PS 系列精英游戏手柄,不同类型游戏控制器设计规格、定价、成本均存在差异。以相似规格产品为例,剔除客供材料的影响后,HORI 及 Bigben 单价、单位成本和毛利率及客供材料情况如下:

单位: 万元、元

比较项目	HORI	Bigben
产品类型	PS4 无线手柄	PS4 无线手柄
内部型号	2808	2803

比较项目	HORI	Bigben
产品图片		
销售金额	834.85	8,326.27
单位售价	77.64	127.58
单位成本占比构成	100.00%	100.00%
其中：直接材料	64.11%	82.11%
直接人工	19.32%	8.33%
制造费用	16.57%	8.26%
毛利率	49.00%	24.90%
客供材料情况	50.99	2.25
调整单价	128.63	129.83
调整单位成本构成占比	100.00%	100.00%
其中：直接材料	84.31%	82.52%
直接人工	8.45%	10.43%
制造费用	7.24%	10.36%
调整后，毛利率差异	5.11%	

注：客供材料成本根据客供材料的市场公开价格、报关价格或客户自行采购价格作为客供料估算单价，在发行人系统记录的客供材料数量基础上测算客供材料成本。

如上表所示，剔除客供材料后，发行人向 HORI 销售的 PS4 无线手柄的毛利率与 Bigben 较为接近，略高于 Bigben 毛利率水平，主要系（1）HORI 作为日本企业，于游戏配件市场沉淀超过 40 年，对于产品质量管理要求严格，深入发行人生产管控的各个环节，在生产管控满足客户要求的前提下，HORI 对价格的敏感性较低；（2）HORI PS 系列游戏控制器业务规模较小，订单规模偏小且种类较为繁杂，需要发行人生产灵活性具有更高要求，因此发行人一般要求更高的溢价。

综上，发行人 2019 年以来向 HORI 销售 PS 游戏控制器单价明显低于 Bigben 主要系产品结构及客供材料所致。剔除相关影响后，发行人向 HORI 销售产品的毛利率略高于 Bigben 具有合理性，相关产品单价定价公允，原材料单价成本不存在明显差异。

五、说明 HORI 除发行人外是否向其他国内同行业公司采购 Switch 游戏控制器、向发行人采购占比，与发行人在产品定价等方面是否存在较大差异。

根据对 HORI 的情况说明，发行人为 HORI Switch 游戏控制器的主要供应商，占 HORI 同类型产品采购比例较高（2019 年至 2022 年 1-6 月，HORI 销售采购自发行人的 Switch 游戏控制器占 HORI 各期 Switch 游戏控制器整体对外销售的比例分别为 41%、44%、46%及 50%）。除发行人，HORI 亦存在其他 Switch 游戏控制器供应商，包括日本星电（Hosiden）、东莞市星辰互动电子科技有限公司和深圳市东鼎丰电子有限公司。经客户确认，其向发行人采购 Switch 游戏控制器与其向其他供应商采购的同类型同规格产品在产品定价方面不存在重大差异，定价公允。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅任天堂（7974.T）及 Switch 产业链公司的公开披露文件，了解 Switch 游戏主机销售情况及 Switch 产业链公司业务发展情况；

2、获取发行人 Switch 系列产品的销售明细清单，向发行人业务人员了解同比波动原因；取得发行人 2021 年末的 Switch 系列产品及 HORI 产品的在手订单情况；

3、取得 HORI 的情况说明，了解其采用客供材料的原因及向其他供应商采购同类型产品的情况；

4、取得发行人 Switch 系列游戏控制器主要型号及相关可比型号的 BOM，了解客供材料构成及其市场公允价值；查阅相关客户相关型号的 BOM，了解发行人其他产品的客供材料的情况；

4、取得发行人收入成本明细表，了解 Switch 系列和 PS 系列游戏控制器主要型号及相关可比型号的销售收入、单价及毛利率，并根据客供材料价值对毛利率进行模拟测算；

5、访谈发行人生产负责人员，了解发行人游戏控制器主要客户对于生产制

程的管控要求。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人 Switch 系列游戏外设收入情况与 Switch 游戏主机销售情况及 Switch 产业链其他公司业务发展情况保持一致，且 Switch 系列主机目前销售预期良好，产业链公司多处于发展上行阶段，发行人报告期内 Switch 系列产品收入呈现上升趋势，截至 2021 年末发行人在手订单数量充足，发行人 Switch 系列收入、对 HORI 等客户收入短期内不存在大幅下滑风险。

2、发行人客户 HORI 采用客供材料方式具有合理性，发行人其他主要客户亦有部分客供料，但客供材料的具体内容及数量存在差异。发行人在模拟计算时已将相关成本同步加入销售收入测算毛利率。在客供模式下，HORI 对发行人产品采购单价仍然较高主要系受产品结构差异的影响。

3、报告期内，发行人 Switch 系列游戏控制器中的同类型游戏手柄向 HORI 销售与向 PDP 销售的毛利率不存在显著差异；发行人 PS 系列游戏控制器向 HORI 销售高于向 Bigben 销售的毛利率，主要系客供材料差异、产品结构差异、生产要求差异等因素影响，具有合理性。

4、在充分考虑客供材料因素及产品结构因素后，发行人向 HORI 销售与向 PDP、Bigben 销售同类型产品的毛利率不存在显著差异，销售定价公允，原材料单价成本不存在明显差异。

5、发行人为 HORI 在中国境内 Switch 游戏控制器的主要供应商，占比较高。除发行人外，HORI 亦向其他国内同行业公司采购 Switch 游戏控制器，但在产品定价等方面不存在较大差异。

8.关于客户素士科技

申请文件及首轮问询回复显示，素士科技为发行人2021年1-6月第五大客户，仅当期存在合作，销售金额为1,518.71万元，其中电动牙刷收入为865.99万元，迷你冲牙器收入为564.86万元。首轮问询回复显示，该客户成立于2015年，为小米生态链企业，以线上销售为主，发行人自2020年起为其少量代工部分创新消费电子产品。交易背景为通过入职的新员工介绍，双方开始接洽合作。

请发行人：

（1）说明发行人与素士科技的具体合作背景、涉及人员任职情况，对其2020年末产生收入的原因，发行人是否与小米存在间接股权关系。

（2）说明素士科技的业务规模、业务模式（自产/OEM等），发行人销售占其同类采购的比例、该公司是否为其其他上市公司的客户，与发行人合作当年即成为主要客户的合理性，该客户销售发行人产品的具体模式（线上、线下）及销售情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明发行人对素士科技的销售是否实现最终销售、真实销售的核查过程、核查结论。请发行人律师就（1）发表明确意见。

回复：

一、说明发行人与素士科技的具体合作背景、涉及人员任职情况，对其2020年末产生收入的原因，发行人是否与小米存在间接股权关系

（一）发行人与素士科技的具体合作背景、涉及人员任职情况

素士科技总部位于中国广东省深圳市，是一家专注个人健康护理类创新消费电子产品，聚焦于头部护理场景形成了口腔护理、须发护理、美发护理三大产品类别，主要产品包括电动牙刷、冲牙器、电吹风、鼻毛修剪器、黑头仪及电动剃须刀等。素士科技是小米生态链企业，拥有“素士”、“Airfly”、“品敬”等自有品牌系列产品以及“米家”品牌系列产品。

发行人与素士科技于2020年4月开始接触，主要通过入职的新员工介绍。相关人员信息如下：

邬健伟，男，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1997年至2000年，就职于深圳富士康有限公司，任成型开发工程师；2000年至2004

年，就职于深圳耐普罗有限公司，任高级模具设计工程师；2004年至2010年，就职于万确企业有限公司，任深圳办事处负责人；2010年至2014年，就职于深圳万利达科技有限公司，任研发部总监；2014年至2017年，就职于东莞美康雅投资有限公司，任创新设计部和品质部经理；2017年至2019年，就职于深圳旭月科技有限公司，任职总经理；2020年至今，就职于深圳市景创科技电子股份有限公司，任研发经理。

公司自2019年起积极拓展创新消费电子业务，并看好个人护理领域。2020年，邬健伟入职公司，通过该名员工，公司了解到素士科技产品销售情况良好，现有产能与市场需求间存在一定缺口。基于此，公司积极联系素士科技，凭借多年来消费电子领域的生产经验，公司所生产的个人护理产品品质稳定，并获得了素士科技的认可，于2020年底成功进入量产阶段。

对于素士科技业务，发行人主要对外采购IC、PCB、塑胶件、五金件、电池、马达及连接线等原材料，经过贴片、注塑、封胶、装配、包装等工序形成成品，并在相关产品经过外观检测、功能检测、气密性及透气性检测、有害物质检测等检测工序后，将成品交付给素士科技，相关生产工序与发行人游戏外设等产品的生产工序较为接近。发行人在制造过程中需要使用的主要生产设备包括注塑设备、贴片设备，相关设备与发行人原有设备相同，因此发行人为素士科技业务的投入不存在大额生产设备投入。发行人为素士科技业务的投入主要包括覆膜机、气密性测试仪及点胶设备等，具体如下：

单位：万元

时间	设备内容	投入金额
2020年7月	气密性检测仪、透气性测试仪、超声波焊接机等	53.11
2020年11月	覆膜机、激光打标机、焊锡机等	106.48
2020年12月	激光打标机、点胶机等	42.40

（二）对其2020年产生收入金额较低的原因

2020年4月，公司与素士科技开始接洽，并于2020年7月签署合作协议，合作产品均为素士科技自有品牌产品，并于后续持续推进各项产品的开发、生产落地，具体情况如下：

产品	整体进程情况
黑头仪	2020年8月：黑头仪研发试产/测试/验证 2020年10月：黑头仪正式量产 2020年11月：黑头仪出货
电动牙刷	2020年8月：电动牙刷试产/测试/验证 2020年10月：电动牙刷正式量产 2020年11月中旬：电动牙刷出货
冲牙器	2020年12月：冲牙器试产/测试/验证 2021年3月：冲牙器正式量产 2021年3月：冲牙器出货

如上表所示，公司为素士科技生产的个人护理产品于2020年10月才进入量产阶段，在2020年度所产生的收入较少，为252.84万元。

（三）发行人是否与小米存在间接股权关系

截至本回复报告出具日，发行人直接或间接股东中不包括小米科技有限责任公司及其控制企业、素士科技及其关联方，发行人与小米、素士科技及其关联方之间不存在间接股权关系。

二、说明素士科技的业务规模、业务模式（自产/OEM等），发行人销售占其同类采购的比例、该公司是否为其他上市公司的客户，与发行人合作当年即成为主要客户的合理性，该客户销售发行人产品的具体模式（线上、线下）及销售情况。

（一）素士科技的业务规模、业务模式（自产/OEM等）

根据素士科技招股说明书披露，素士科技具有口腔护理、须发护理、美发护理三大产品类别，主要产品包括电动牙刷、冲牙器、电吹风、鼻毛修剪器、黑头仪及电动剃须刀等。素士科技是小米生态链企业，拥有“素士”、“Airfly”、“品敬”等自有品牌系列产品以及“米家”品牌系列产品。2019年至2021年，素士科技营业收入分别为102,462.24万元、137,102.79万元和187,114.74万元，归母净利润分别为3,637.59万元、6,981.81万元和12,872.54万元。其中，发行人向素士科技销售的产品均为素士科技自有品牌产品，素士科技相关产品类别的收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
电动牙刷-素士品牌	未披露	11,542.57	13,771.72	15,427.57
冲牙器-素士品牌	未披露	16,608.46	8,255.12	3,860.58

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
黑头仪-品敬品牌	未披露	29.04	140.25	-

数据来源：素士科技招股说明书

根据素士科技招股说明书，素士科技产品生产主要采取代工生产模式，无自建生产工厂。素士科技产品销售采用线上、线下相结合的销售模式，其中，米家品牌产品主要采用小米模式进行销售，自有品牌产品主要通过直销模式、分销模式以及电商平台入仓模式进行销售。

（二）发行人销售占其同类采购的比例

报告期内，发行人向其销售产品包括电动牙刷、冲牙器和黑头仪。2020 年至 2022 年 6 月，公司电动牙刷销售金额为 117.09 万元、2,110.14 万元和 815.26 万元，销售数量分别为 1.61 万件、24.31 万件和 10.03 万件；2021 年至 2022 年 6 月，公司冲牙器销售金额为 2,142.83 万元和 812.93 万元，销售数量为 30.20 万件和 10.53 万件；2020 年至 2022 年 6 月，公司黑头仪销售金额为 135.75 万元、86.13 万元和 116.53 万元，销售数量分别为 1.73 万件、1.48 万件和 1.53 万件。报告期内，发行人销售占素士科技同类采购的比例情况如下：

单位：万件

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电动牙刷	代工生产采购量	未披露	636.70	715.32	527.41
	发行人向素士科技销售数量	10.03	24.31	1.61	-
	占比	未披露	3.82%	0.23%	-
冲牙器	代工生产采购量	未披露	289.55	163.73	28.64
	发行人向素士科技销售数量	10.53	30.20	-	-
	占比	未披露	10.43%	-	-
黑头仪	代工生产采购量	未披露	2.47	1.77	-
	发行人向素士科技销售数量	1.53	1.48	1.73	-
	占比	未披露	59.92%	97.74%	-

数据来源：素士科技招股说明书

报告期内，发行人向其销售产品包括电动牙刷、冲牙器和黑头仪均为素士科技自主品牌产品。由于素士科技披露具体产品代工生产采购量时未区分自有品牌和小米品牌，假设素士科技自有品牌产品销售量与该产品的代工生产采购量相等。

按此测算，报告期内，发行人销售占素士科技同类采购的比例情况如下：

单位：万件

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电动牙刷-素士品牌	采购数量 ¹	未披露	66.09	84.80	92.29
	发行人向素士科技销售数量	10.03	24.31	1.61	-
	占比	未披露	36.78%	1.90%	-
冲牙器-素士品牌	采购数量 ¹	未披露	92.04	50.86	27.95
	发行人向素士科技销售数量	10.53	30.20	-	-
	占比	未披露	32.81%	-	-
黑头仪-品敬品牌	采购数量 ¹	未披露	未披露	未披露	-
	发行人向素士科技销售数量	1.53	1.48	1.73	-
	占比	未披露	-	-	-

数据来源：素士科技招股说明书

注 1：假设素士科技自有品牌产品销售量与该产品的代工生产采购量相等

注 2：素士科技招股说明书黑头仪销售情况未披露具体品牌

（三）该公司是否为其他上市公司的客户

根据公开资料检索，素士科技为拟上市企业苏州星诺奇科技股份有限公司（2021 年 6 月首次披露招股说明书）2018 年精密注塑模具产品前五大小米生态链智能家居企业客户。2018 年至 2020 年，其向素士科技销售规模为 155.17 万元、21.24 万元和 5.95 万元。

根据素士科技招股说明书，其前五大供应商包括欣旺达电子股份有限公司（300207.SZ）。2021 年，素士科技向欣旺达电子股份有限公司采购电动牙刷、电吹风，采购金额为 13,742.15 万元。

（四）与发行人合作当年即成为主要客户的合理性

发行人于 2020 年 4 月开始接触素士科技，于 2020 年 10 月进量产阶段。近年来，终端消费市场对健康生活理念持续升温，个人护理产品市场需求较为火热，电动牙刷、冲牙器等产品在终端消费市场销量可观。素士科技于 2020 年向公司下达了 2,152.78 万元的订单，相关产品于 2020 年 10 月进入生产阶段，并于 2020 年底和 2021 年初陆续交付，2021 年，素士科技累计向公司下达了 5,679.26 万元的订单，并陆续交付。

在此背景下，公司 2020 年确认素士科技收入 252.84 万元，占当期收入 0.49%。2021 年确认素士科技收入 4,349.80 万元，占当期收入 7.36%。综上，发行人不存在素士科技合作当年即成为主要客户的情况。2021 年，发行人与素士科技交易规模增长较快，主要原因系发行人于 2020 年 11 月才逐步开始向素士科技交付成品，相关产品进入量产阶段，导致 2020 年度交付量较小。

（五）该客户销售发行人产品的具体模式（线上、线下）及销售情况

1、素士科技销售发行人产品的具体模式

报告期内，发行人为素士科技生产的个人护理产品为素士科技自有品牌产品。根据其招股说明书披露，素士科技自有品牌产品主要通过直销模式、分销模式以及电商平台入仓模式进行销售。报告期内，其自有品牌销售主营业务收入按销售模式分类如下：

单位：万元

自有品牌销售模式	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销模式	未披露	未披露	54,116.22	65.22%	33,026.40	59.95%	20,723.65	49.80%
其中：线上直销	未披露	未披露	54,028.35	65.11%	32,955.26	59.82%	20,657.90	49.65%
线下直销	未披露	未披露	87.87	0.11%	71.13	0.13%	65.75	0.16%
分销模式	未披露	未披露	28,763.03	34.66%	21,957.94	39.86%	20,849.17	50.11%
电商平台入仓模式	未披露	未披露	97.71	0.12%	109.72	0.20%	37.97	0.09%
合计	未披露	未披露	82,976.96	100.00%	55,094.06	100.00%	41,610.79	100.00%

数据来源：素士科技招股说明书

2、素士科技销售发行人产品的销售情况

报告期内，发行人向素士科技销售的产品为电动牙刷、冲牙器和黑头仪。由于同类产品仍有其他代工生产供应商，无法专门对发行人销售产品进行区分。根据其招股说明书披露，报告期内，电动牙刷、冲牙器和黑头仪的采销率如下：

单位：万件

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电动牙刷	代工生产采购量	未披露	636.70	715.32	527.41
	销售数量	未披露	628.30	645.68	504.19
	采销率	未披露	98.68%	90.26%	95.60%
冲牙器	代工生产采购量	未披露	289.55	163.73	28.64

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	销售数量	未披露	273.78	150.12	27.95
	采销率	未披露	94.55%	91.69%	97.59%
黑头仪	代工生产采购量	未披露	2.47	1.77	-
	销售数量	未披露	0.20	1.23	-
	采销率	未披露	8.10%	69.49%	-

注：素士科技未区分小米品牌和自有品牌披露具体产品代工生产采购量

数据来源：素士科技招股说明书

2020 年及 2021 年，素士科技电动牙刷、冲牙器采销率均在 90%以上，销售情况良好。2020 年及 2021 年，素士科技黑头仪采销率分别为 69.49%及 8.10%，但发行人向素士科技销售的黑头仪绝对值规模较小，对于发行人业务不存在重大负面影响。

报告期内，发行人向素士科技销售的产品均为素士科技自有品牌产品。相关产品的销售情况及景创科技向素士科技销售同类产品的情况如下：

单位：万件

产品名称及品牌	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	素士科技销售数量	景创科技向素士科技销售数量	占比	素士科技销售数量	景创科技向素士科技销售数量	占比
电动牙刷-素士品牌	未披露	10.03	未披露	66.09	24.31	36.78%
冲牙器-素士品牌	未披露	10.53	未披露	92.04	30.20	32.81%
黑头仪-品敬品牌	未披露	1.53	未披露	未披露	1.48	-
产品名称及品牌	2020 年度			2019 年度		
	素士科技销售数量	景创科技向素士科技销售数量	占比	素士科技销售数量	景创科技向素士科技销售数量	占比
电动牙刷-素士品牌	84.80	1.61	1.90%	92.29	-	--
冲牙器-素士品牌	50.86	-	-	27.95	-	-
黑头仪-品敬品牌	未披露	1.73	-	未披露	-	-

数据来源：素士科技招股说明书

注：素士科技暂未披露 2021 年度数据

如上表所示，2021 年，发行人向素士科技销售数量相比于 2020 年大幅上升，

主要系发行人2020年与素士科技接触，相关产品于2020年第四季度才实现量产，故2021年发行人向素士科技销售数量大幅提升。

综上，素士科技自有品牌电动牙刷（素士品牌）和冲牙器（素士品牌）的销售数量能够覆盖发行人向素士科技销售同类产品数量，且根据素士科技出具情况说明，对于向景创科技采购的产品，其通过线上直销和线下分销渠道进行销售，产品销售情况良好，不存在存货积压的情况。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对事项一，申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人管理层及相关人员进行专项访谈，了解其任职情况及发行人与素士科技合作原因背景及详细历程；

2、获取并查阅发行人设立的工商资料、历次股份变更资料、法人股东的工商资料、自然人股东身份证明文件及股东情况调查表，确认发行人直接股东及间接股东不存在小米科技有限责任公司及其控制企业；

3、获取并查阅素士科技公开资料及其出具的关于双方合作背景等信息的说明；

针对事项二，申报会计师履行了如下核查程序：

1、对素士科技相关人员进行访谈，获取其关于发行人合作情况的说明，了解业务规模、业务模式及发行人销售占比情况；

2、查阅近期上市公司及拟上市公司关于素士科技的公开披露信息；

3、查阅素士科技招股书说明书等公开资料；

4、查看素士科技产品在小米、天猫、京东、苏宁、唯品会等渠道的销售情况；

5、查阅发行人与素士科技收入明细及订单明细，了解发行人与素士科技的合作情况。

(二) 核查意见

针对事项一，经核查，申报会计师认为：

1、发行人通过公司新任研发经理，与素士科技建立合作关系。由于相关产品于 2020 年底开始量产交付，发行人 2020 年度对素士科技确认收入金额较小。发行人与小米、素士科技及其关联方不存在间接股权关系。

针对事项二，经核查，申报会计师认为：

2、素士科技是一家专注个人健康护理类创新消费电子公司，主要产品电动牙刷、冲牙器、电吹风、鼻毛修剪器、黑头仪及电动剃须刀等。素士科技是小米生态链企业，采用线上、线下相结合的销售模式，报告期内系上市公司欣旺达和拟上市公司星诺奇的客户。公司与素士科技合作产品为素士科技自有品牌产品，占其同类采购比例较小。近年来，终端市场对健康生活理念持续升温，个人护理产品市场需求较为火热，发行人与素士科技合作规模增长较快，具有合理性。根据素士科技招股说明书披露数据，素士科技销售情况良好。

(三) 对素士科技的销售是否实现最终销售、真实销售的核查过程、核查结论

1、核查程序

针对素士科技销售真实性及最终销售，申报会计师主要履行了如下核查程序：

(1) 查看素士科技产品在小米、天猫、京东、苏宁、唯品会等渠道的销售情况；

(2) 对素士科技进行现场走访，并与相关人员进行访谈确认，获取其关于销售情况的声明；

(3) 获取了素士科技出具的发行人产品销售情况良好，年末不存在大量库存积压，客户报告期内对外销售发行人相关产品销售金额的说明；

(4) 获取了素士科技报告期各期采购发行人产品占其采购同类型产品的比例，销售发行人相关产品的销售数据，并将其与发行人销售给客户的相关数据进行对比分析；

(5) 查阅行业协会报告、同行业招股说明书和市场分析报告等，获取个人

护理行业的市场景气情况；

（6）对素士科技执行函证程序；

（7）对素士科技的收入进行真实性核查，检查了合同、出库单、发票及银行回款单等凭证；

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人向素士科技的销售具有真实性，相关产品在终端市场的销售情况良好。

9.关于供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）首轮问询问题5回复中，发行人称报告期各期向慧嘉智科技采购金额分别为547.78万元、1,473.18万元、1,070.55万元、631.99万元。问询问题7回复中，发行人又称报告期各期向慧嘉智科技采购金额分别为1,019.34万元、3,357.12万元、2,174.52万元、1,043.54万元。

（2）报告期内，发行人对小悠娱乐、慧嘉智科技等公司同时存在销售、采购的情形。

（3）维展电子为2019年成立后即与发行人合作的供应商，合作第二年即成为发行人LCD主要供应商。2021年1-6月发行人向维展电子采购4类LCD单价分别为58.41元、21.68元、38.40元、50.76元，与第三方比价差异为-12.12%、-202.08%、-84.38%、-39.48%。

请发行人：

（1）说明发行人向慧嘉智科技采购金额的披露数据前后不一致的原因，结合慧嘉智科技、小悠娱乐等中间商从事的具体业务，对发行人产品或服务提供的具体附加价值等，完整说明报告期内与发行人同时存在采购、销售的具体情况并分析交易的合理性、公允性，相关方的主要股东报告期内是否与发行人主要股东、董监高、财务人员存在资金往来。

（2）说明发行人对报告期各期前十大供应商的采购金额、内容、单价，相关供应商成立时间、与发行人合作时间、业务规模、发行人向其采购占其同类销售金额占比，是否存在主要向发行人销售情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并详细说明对报告期内发行人实际控制人、董监高、财务人员与发行人供应商的主要股东、历史股东是否存在大额资金往来的核查过程。

回复：

一、说明发行人向慧嘉智科技采购金额的披露数据前后不一致的原因，结合慧嘉智科技、小悠娱乐等中间商从事的具体业务，对发行人产品或服务提供的具体附加价值等，完整说明报告期内与发行人同时存在采购、销售的具体情况并分析交易的合理性、公允性，相关方的主要股东报告期内是否与发行人主要股东、董监高、财务人员存在资金往来

1、说明发行人向慧嘉智科技采购金额的披露数据前后不一致的原因

报告期内，发行人存在同时向深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方 Ziga Technology (Hong Kong) Limited 采购的情况，采购金额前后披露不一致主要系计算及披露口径不同，其中，首轮问询问题 5 回复中仅披露慧嘉智相关采购情况，首轮问询问题 7 回复中合并披露了慧嘉智及其关联方 Ziga 采购金额。首轮问询问题 5 中，仅披露慧嘉智单体采购金额原因系题目问询的为发行人同时存在销售、采购的情形，发行人仅与慧嘉智单体同时存在采购及销售情况，与 Ziga 仅存在采购；首轮问询问题 7 系针对发行人对外采购情况，因此将慧嘉智及 Ziga 采购金额进行合并计算并披露。为避免引起误导，发行人在首轮反馈问询回复中，在问题 5 中关于慧嘉智科技主体的表述为“深圳市慧嘉智科技有限公司”，在问题 7 中关于慧嘉智科技主体的表述为“深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方”。报告期各期，发行人向慧嘉智及 Ziga 采购情况分别如下：

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购金额			
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
深圳市慧嘉智科技有限公司	集成电路	939.12	1,870.41	1,070.55	1,473.18
Ziga Technology (Hong Kong) Limited	集成电路	207.58	821.55	1,103.97	1,883.94
合计	-	1,146.70	2,691.96	2,174.52	3,357.12

慧嘉智及 Ziga 实际控制人均为邱琳，两公司股权结构等信息如下：

公司名称	股东结构	成立日期	注册地
深圳市慧嘉智科技有限公司	邱琳（持股 55.602%）、戴鹏辉（持股 21.302%）、深圳市慧软科技有限公司（持股 15.00%）、林云胜（持股 8.096%）	2008 年 6 月 25 日	广东省深圳市

公司名称	股东结构	成立日期	注册地
Ziga Technology (Hong Kong) Limited	邱琳（持股 100%）	2011 年 4 月 27 日	中国香港

2、结合慧嘉智科技、小悠娱乐等中间商从事的具体业务，对发行人产品或服务提供的具体附加价值等，完整说明报告期内与发行人同时存在采购、销售的具体情况并分析交易的合理性、公允性

报告期各期，发行人客户同时存在采购及销售，各期交易金额如下：

公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)
深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	1,146.70	29.75	2,691.96	100.95	2,174.52	86.12	3,357.12	109.73
深圳小悠娱乐科技有限公司	-	-	-	-	30.54	79.35	357.14	240.16
深圳市心同心模具塑胶有限公司	190.94	-	446.38	-	522.91	8.92	538.77	-
上海飞智电子科技有限公司	-	2,347.69	110.80	1,650.88	-	1,432.19	-	819.56
深圳市壹位堂科技有限公司	197.96	365.52	159.41	251.49	-	-	-	-
合计	1,535.60	2,742.96	3,408.55	2,003.32	2,727.97	1,606.58	4,253.03	1,169.45

报告期各期，发行人与上述主体相关交易具体情况如下：

（1）发行人与慧嘉智同时存在销售、采购的情形

①慧嘉智主营业务情况

慧嘉智专业从事消费电子解决方案开发，专注于游戏和个人娱乐周边电子设备开发，为客户提供一站式软硬件解决方案。具体来看，慧嘉智业务可以分为下列两大板块：

业务板块	具体业务情况
软件开发	结合客户需求，在 MCU 固件、嵌入式系统、APP、DSP 算法、硬件以及专业的测试等领域为客户提供综合性软件算法开发服务
游戏外设半产品生产、销售	按照客户需求为客户提供从游戏外设半成品方案设计到交付的全流程服务

注 1：慧嘉智不具有生产能力，因此生产工作主要委托外协完成

注 2：慧嘉智交付的游戏外设半产品主要系软件开发完成后制成的相关芯片及 PCB 或 PCBA

②交易内容及交易合理性

慧嘉智为游戏软件方案设计商，其可以按照客户要求开发嵌入式软件并烧录进相关芯片，以为客户提供满足方案所需的成品芯片；依据客户具体需求及方案不同，慧嘉智向客户交付的产品包括成品芯片及 PCB 或 PCBA。发行人自身软件开发团队主要聚焦于供应链系统等管理类软件开发，因此需要慧嘉智协助开发游戏控制器软件解决方案以适对应产品。

Bigben 委托发行人为其生产制造 PS 系列、PC 系列游戏手柄，为完成相关产品，发行人与多家游戏软件方案设计商进行商务谈判，再结合方案商的行业知名度、软件开发能力、方案交付时间及价格等多方面因素考虑后，最终选定了慧嘉智作为发行人该系列产品方案商。具体而言，慧嘉智提供了针对 2793、2801、2803、2826 及 8260 等产品软件方案及相应成品 IC 供应，各产品中慧嘉智提供具体产品情况如下：

主要客户	产品型号	产品种类	该系列中慧嘉智方案具体产品情况
Bigben	2801	PS 系列有线手柄	包含主控 IC、音频 IC、手柄触摸板（含触控 IC）等
Bigben	2803	PS 系列无线手柄	包含主控 IC、音频 IC、手柄触摸板（含触控 IC）等
Bigben	2793	PS 系列精英手柄	包含主控 IC、音频 IC、射频 IC、放大器 IC、手柄触摸板（含触控 IC）等
Bigben	2826	PS 系列有线手柄	包含主控 IC、音频 IC、手柄触摸板（含触控 IC）等
Bigben	8260	PC 系列无线手柄	包含主控 IC 等

报告期各期，发行人向深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方采购和销售的总体情况如下：

交易主体	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)	采购金额 (万元)	销售金额 (万元)
深圳市慧嘉智科技有限公司	939.12	29.75	1,870.41	100.95	1,070.55	86.12	1,473.18	109.73
Ziga Technology (Hong Kong) Limited	207.58	-	821.55	-	1,103.97	-	1,883.94	-
合计	1,146.70	29.75	2,691.96	100.95	2,174.52	86.12	3,357.12	109.73

发行人向慧嘉智（未包含慧嘉智关联方）采购的具体情况如下：

2022 年 1-6 月				
采购产品	应用产品	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占当年采购慧嘉智 采购总额比例
主控 IC	游戏控制器	104.17	487.21	51.88%
射频 IC	游戏控制器	11.93	41.18	4.38%
其他 IC	游戏控制器	39.73	61.24	6.53%
PCBA 副板	游戏控制器	55.23	349.48	37.21%
合计	-	211.06	939.12	100.00%
2021 年				
采购产品	应用产品	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占当年采购慧嘉智 采购总额比例
主控 IC	游戏控制器	195.15	847.98	45.34%
射频 IC	游戏控制器	16.73	68.71	3.67%
陀螺仪 IC	游戏控制器	12.28	81.10	4.34%
其他 IC	游戏控制器	40.21	21.91	1.17%
PCBA 副板	游戏控制器	126.72	850.71	45.48%
合计	-	391.09	1,870.41	100.00%
2020 年				
采购产品	应用产品	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占当年采购慧嘉智 采购总额比例
主控 IC	游戏控制器	54.18	284.95	26.62%
射频 IC	游戏控制器	9.18	44.01	4.11%
陀螺仪 IC	游戏控制器	3.19	14.75	1.38%
背光驱动 IC	游戏控制器	88.77	24.49	2.29%
扩展 IC	游戏控制器	14.74	18.90	1.77%
其他 IC	游戏控制器	3.7	7.85	0.73%
PCBA 副板	游戏控制器	102.75	675.61	63.11%
合计	-	276.5	1,070.55	100.00%
2019 年				
采购产品	应用产品	采购数量 (万件)	采购金额 (万元)	占当年采购慧嘉智 采购总额比例
主控 IC	游戏控制器	89.62	477.78	32.43%
背光驱动 IC	游戏控制器	147.3	40.63	2.76%
射频 IC	游戏控制器	6.3	32.92	2.23%

扩展 IC	游戏控制器	26.42	32.67	2.22%
其他 IC	游戏控制器	11.89	23.18	1.56%
PCBA 副板	游戏控制器	110.75	866.00	58.78%
合计	-	392.27	1,473.18	100.00%

注：部分采购产品为用于其他产品的零星采购，金额较小

由于慧嘉智主要业务之一是为其下游客户提供从游戏外设产品方案设计到成品交付的全流程服务且慧嘉智自身不具备游戏产品生产能力，因此其需要委托外部生产商为其提供产品加工服务，报告期内其委托发行人为其提供其所需的部分电路板装配服务，具体交易情况如下：

单位：万元

主要销售内容	主营业务销售金额			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电路板装配	29.75	100.95	86.12	109.73

经慧嘉智说明，其具有多个外协厂商，发行人仅为其小规模供应商，其委托发行人加工的产品主要用于 Switch 系列产品客户，未运用于 PS 系列产品。

报告期各期，发行人同慧嘉智的交易金额分别占慧嘉智相关板块整体销售及采购金额比例情况如下：

向慧嘉智采购			
期间	交易金额（万元）	交易金额占慧嘉智游戏软件方案销售比例	交易金额占慧嘉智整体销售比例
2022 年 1-6 月	939.12	65.71%	65.71%
2021 年度	1,870.41	54.03%	54.03%
2020 年度	1,070.55	44.37%	44.37%
2019 年度	1,473.18	65.73%	65.73%
向慧嘉智销售			
期间	交易金额（万元）	交易金额占慧嘉智外购加工服务比例	交易金额占慧嘉智整体采购比例
2022 年 1-6 月	29.75	32.87%	6.58%
2021 年度	100.95	36.02%	5.69%
2020 年度	86.12	26.42%	5.93%
2019 年度	109.73	46.88%	8.67%

如上表所示，报告期内，发行人向慧嘉智采购游戏控制器相关 IC 占其软件

方案销售的比例较高，属于其在软件方案销售业务板块主要客户之一；发行人向慧嘉智销售系向其提供加工服务，加工服务虽占其外购加工服务一定比例，但占其整体采购比例较低。

③交易公允性

慧嘉智系游戏软件方案设计商，报告期内发行人向其采购运用于游戏控制器的游戏软件解决方案。解决方案由慧嘉智自行开发并将其烧录至外购芯片交付至发行人。发行人在对外采购相关游戏软件解决方案时，会向两家以上方案商进行询价，后续亦会在原材料市场价格波动基础上进行一定调节。慧嘉智在对外提供游戏软件解决方案时，其方案价格依照软件开发难度、所需硬件数量、硬件品牌方等不同而有所差异，慧嘉智游戏控制器领域对外报送与发行人类似方案参考定价情况如下：

产品 大类	产品类别	产品型号	时间	类似方案参考报价 (元/套)
游戏控 制器	PS 系列有 线手柄	2801	2019 年度	14.40-15.88
			2020 年度	11.71-12.88
			2021 年度	11.54-12.72
			2022 年 1-6 月	11.49-12.79
		2826	2019 年度	23.00-25.59
			2020 年度	21.54-23.96
			2021 年度	22.69-25.91
			2022 年 1-6 月	22.23-25.87
	PS 系列无 线手柄	2803	2019 年度	37.55-41.59
			2020 年度	34.66-38.61
			2021 年度	34.45-36.12
			2022 年 1-6 月	34.34-35.87
	PS 系列精 英手柄	2793	2019 年度	39.70-44.05
			2020 年度	37.78-41.87
			2021 年度	34.16-37.67
			2022 年 1-6 月	33.89-36.72
	PC 系列无 线手柄	8260	2019 年度	-
			2020 年度	7.05-7.90
			2021 年度	7.61-8.61

产品 大类	产品类别	产品型号	时间	类似方案参考报价 (元/套)
			2022 年 1-6 月	7.45-8.53

注：上述类似方案参考报价系根据慧嘉智向其他第三方客户提供类似方案报价而来。发行人一般每半年向慧嘉智就相关解决方案进行询价，合作过程中如遇原材料价格需要调价，慧嘉智会先与发行人沟通。发行人会结合市场情况合理协商确定价格调整幅度

整体来看，发行人采购价格与慧嘉智对外提供类似方案价格较为接近。同时，由于发行人采购的设计方案缺乏公开市场报价，公司在采购过程中，通常选取两家以上方案提供商进行市场询价，并依照具体方案开发需求协商确定采购价格，价格具有公允性。

发行人为慧嘉智提供代工业务方面，报告期内，发行人向慧嘉智及同类客户销售产品的单价及毛利率情况如下：

单位：元

销售产品	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
拓邦股份	2.34	26.15%	2.15	57.74%	1.83	28.86%	2.19	24.69%
银宝山新	11.63	25.71%	5.07	25.09%	3.27	24.69%	-	-
慧嘉智	0.56	42.86%	0.63	41.25%	0.66	46.14%	0.71	45.79%

报告期内，由于各客户的电路板方案存在差异，发行人收取的单位费用亦存在差异，相互之间可比性较弱。在具体定价时，发行人会依据相关工序难易程度与客户在成本加成法的基础上结合客户对于产品质量要求协商定价。

（2）发行人与小悠娱乐同时存在销售、采购的情形

①小悠娱乐主营业务情况

小悠娱乐专注于游戏产品相关领域，其主要业务包括游戏机和相关电子产品硬件开发、软件开发等业务板块。各板块业务具体情况如下：

业务板块	具体业务情况
游戏机和相关电子产品硬件开发	依照客户委托或者根据市场情况结合人体工程学设计开发游戏机及相关配套设备
软件开发	提供综合性软件算法开发服务
游戏外设产品销售	利用自有客户资源销售外采游戏外设

②交易内容及交易合理性

2018 年 5 月，FUNIVERSE 取得了 SNK 迷你游戏机授权，由于其自身不具备嵌入式软件开发能力，因此委托小悠娱乐为其设计相关游戏软件方案，并约定开发完成后，由小悠娱乐提供产品所需 IC、PCB 板等硬件及开发软件为 FUNIVERSE 代工方供货，相关供货价格未指定，由小悠娱乐与代工方自行协商约定。2018 年 6 月，FUNIVERSE 与发行人达成合作协议，由发行人为其提供 ODM 服务，按照 FUNIVERSE 要求采购小悠娱乐提供的部分物料及软件，结合发行人自采物料生产迷你游戏机。小悠娱乐提供的解决方案均针对迷你游戏机产品，发行人取得相关软件及 IC 后，由发行人自行烧录并装配，产品中小悠娱乐具体产品提供情况如下：

主要客户	产品型号	产品种类	该系列中小悠娱乐方案具体产品情况
FUNIVERSE	0267、0268	套装及非套装迷你游戏机	包含主控 IC、PCB 板等
FUNIVERSE	0269	SNK 大摇杆	包含主控 IC、PCB 板等

报告期各期，发行人向小悠娱乐采购物料情况如下：

2020 年度				
采购产品	应用产品	采购数量	采购金额（万元）	占当年采购小悠娱乐采购总额比例
主控 IC	迷你游戏机	2.39	24.97	81.75%
其他 IC	迷你游戏机	2.32	5.57	18.25%
合计	-	4.71	30.54	100.00%
2019 年度				
采购产品	应用产品	采购数量	采购金额（万元）	占当年采购小悠娱乐采购总额比例
主控 IC	迷你游戏机	15.31	114.79	32.14%
储存 IC	迷你游戏机	9.46	109.49	30.66%
其他 IC	迷你游戏机	25.55	18.94	5.31%
游戏主机软件	迷你游戏机	5.95	82.15	23.00%
PCB 板	迷你游戏机	5.20	31.76	8.89%
合计	-	61.47	357.14	100.00%

注：发行人自 2021 年起，未采购小悠娱乐产品

小悠娱乐在游戏领域经营多年，自身具备境外销售渠道，其取得了 FUNIVERSE 境外销售授权，有权在境外通过自有渠道销售迷你游戏机。报告期

内，在经过 FUNIVERSE 同意后，其同时会向公司直接采购少量成品用于对外销售。报告期各期，其向发行人采购迷你游戏机情况如下：

单位：万元

主要销售内容	主营业务销售金额			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
迷你游戏机	-	--	79.35	240.16

报告期各期，发行人同小悠娱乐的交易金额分别占小悠娱乐相关板块整体销售及采购金额比例情况如下：

向小悠娱乐采购			
期间	交易金额（万元）	交易金额占小悠娱乐 IC、PCB 销售比例	交易金额占小悠娱乐整体销售比例
2020 年度	30.54	58.70%	1.52%
2019 年度	357.14	64.90%	26.50%
向小悠娱乐销售			
期间	交易金额（万元）	交易金额占小悠娱乐采购成品游戏机及游戏外设比例	交易金额占小悠娱乐整体采购比例
2020 年度	79.35	22.30%	5.70%
2019 年度	240.16	58.10%	35.60%

注：2021 年起发行人与小悠娱乐已无合作

2019-2020 年，发行人向小悠娱乐采购 IC 等产品占其同类业务销售的比例较高，属于其在 IC、PCB 业务板块的主要客户之一；发行人向小悠娱乐销售游戏机占其采购同类产品一定比例，但占其整体采购比例较低。

③交易公允性

小悠娱乐系游戏软件方案设计商，报告期内发行人向其采购运用于迷你游戏机的游戏软件解决方案。解决方案由小悠娱乐自行开发并将其烧录至外购芯片交付至发行人。小悠娱乐在对外提供游戏软件解决方案时，其方案价格依照软件开发难度、所需硬件数量、硬件品牌方等不同而有所差异，小悠娱乐游戏控制器领域对外报送与发行人类似方案参考定价情况如下：

产品大类	产品类别	产品型号	时间	类似方案参考报价（元/套）
迷你游	套装及非套装	0267、0268	2019 年度	57.32-58.46

产品 大类	产品类别	产品型号	时间	类似方案参考报价 (元/套)
戏机	迷你游戏机		2020 年度	71.66-73.24
			2021 年度	-
	SNK 大摇杆	0269	2019 年度	68.22-70.12
			2020 年度	85.65-88.67
			2021 年度	-

注：上述类似方案参考报价系根据公司向报告期内非公司供应商的第三方供应商报价而来。

整体来看，发行人采购价格与慧嘉智对外提供类似方案价格较为接近。同时，由于发行人向小悠娱乐采购的产品为定制化产品，发行人未向其他方采购，市场不存在公开可比价格，发行人在采购时会保证自身整体毛利率可以维持在一定水平的基础上与小悠娱乐进行协商定价。

销售方面，报告期内，发行人向小悠娱乐销售迷你游戏机及向其他客户销售同类产品的单价及毛利率情况如下：

单位：元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
FUNIVERSE	316.90	24.57%	290.65	23.36%	344.33	22.26%	312.85	26.47%
小悠娱乐	-	-	-	-	-	-	240.16	32.71%

公司向小悠娱乐及向 FUNIVERSE 销售复古型迷你游戏机的价格不存在显著差异。2019 年，发行人向小悠娱乐销售复古型迷你游戏机的单价较低、毛利率较高，主要系 2019 年，发行人向小悠娱乐销售的一批套装产品中，游戏控制器由小悠娱乐提供，由小悠娱乐提供的游戏控制器在财务核算时未包含在单位成本与单价中，导致该批产品单价较低、毛利率较高，剔除该套装产品后，发行人 2019 年向小悠娱乐销售产品单价为 224.45 元，毛利率为 22.83%，与向 FUNIVERSE 销售价格及毛利相对较为接近。

（3）发行人与心同心同时存在销售、采购的情形

深圳市心同心模具塑胶有限公司为制造企业，主营业务为塑胶件制造，报告期内，发行人向其采购的材料主要为蘑菇头、面盖、螺丝孔软胶塞等塑胶类产品，采购金额分别为 538.77 万元、522.91 万元和 446.38 万元。同时，发行人曾于 2020 年向心同心销售少量胶框，该等胶框主要供心同心在发行人生产场所内摆放及移

交自身产品。发行人向心同心销售胶框该等销售金额为 8.92 万元，整体交易金额较小，且不存在对应或配套关系。

报告期内，心同心所提供的产品主要为蘑菇头、面盖、螺丝孔软胶塞等塑胶类产品。其主要单品的含税单价情况如下：塑胶\2822\头戴面：0.74 元；塑胶\2801\右蘑菇头：0.34 元；塑胶\2825\头戴：0.97 元。根据阿里巴巴电子商务平台相似产品报价情况，其情况为：头戴：0.60-1.00 元；蘑菇头：0.15-0.55 元；头戴：0.90 元。总体而言，心同心所供应产品定价公允。

报告期内，发行人销售心同心所的产品主要为胶框，其根据尺寸分为两种，单价分别为 18 元和 50 元，与公司向其他供应商提供相同胶框的价格不存在重大差异，定价公允。

（4）发行人与上海飞智同时存在销售、采购的情形

上海飞智成立于 2008 年，专注于手机游戏外设研发创新，其主要产品包括手机游戏控制器、蓝牙游戏耳机、手机散热器等。报告期内，发行人主要为上海飞智生产其自有品牌游戏控制器。2021 年，因上海飞智要求，部分原材料由上海飞智对外进行采购，并将相关物料售卖至发行人，由发行人进行生产。对于上海飞智售卖至发行人的相关物料，发行人使用并为上海飞智进行生产后，按照净额法确认相关收入，对于期末尚未使用的部分物料，发行人全额冲减了期末存货。经上海飞智出具说明，其向发行人销售物料价格均为其采购价格，其未从供应物料中赚取价差；2021 年，发行人采购上海飞智相关物料分类别情况如下：

物料类别	采购金额（万元）	采购金额占上海飞智总采购额比例
五金类	49.43	44.61%
塑胶类	23.96	21.63%
电子类	12.01	10.84%
其他	25.39	22.92%
合计	110.80	100.00%

注：2022 年 1-6 月，发行人未向上海飞智采购产品

2021 年度，发行人按照净额法确认收入后，销售至上海飞智产品的毛利率为 27.61%。2019 及 2020 年度，发行人销售至上海飞智的产品毛利率分别为 30.28% 及 31.06%，不存在显著差异。同时，发行人就采购的上海飞智物料与同期发行

人向其他供应商采购的同类型物料价格进行了对比，同类型物料交易价格不存在显著差异，交易价格公允。

(5) 发行人与壹位堂同时存在销售、采购的情形

壹位堂下属自有品牌八位堂创立于 2009 年，其专门从事怀旧电子产品的设计和研发。2021 年 8 月，发行人同壹位堂达成合作协议，为壹位堂生产其自有品牌游戏控制器。为保证产品质量，壹位堂要求产品的部分核心零部件需由发行人向其采购，并用于壹位堂自身产品。对于壹位堂售卖至发行人的相关物料，发行人进行生产后，按照净额法确认收入，对于期末尚未使用的物料，发行人全额冲减了期末存货。经壹位堂出具说明，其向发行人销售物料价格均为其采购价格，其未从供应物料中赚取价差；2021 年及 2022 年 1-6 月，发行人采购壹位堂采购相关物料分类别情况如下：

2022 年 1-6 月采购		
物料类别	采购金额（万元）	采购金额占壹位堂总采购额比例
电子类	167.47	84.60%
包材类	0.34	0.17%
五金类	9.32	4.71%
垫类	20.83	10.52%
合计	197.96	100.00%
2021 年采购		
物料类别	采购金额（万元）	采购金额占壹位堂总采购额比例
电子类	100.21	62.86%
排线类	36.99	23.21%
五金类	12.28	7.70%
垫类	9.93	6.23%
合计	159.41	100.00%

发行人为壹位堂 2021 年及 2022 年上半年生产产品毛利率分别为 21.98%、18.87%，与发行人为 Bigebn 生产游戏控制器毛利率相近，不存在显著差异。同时，发行人就采购的壹位堂物料与同期发行人向其他供应商采购的同类型物料价格进行了对比，同类型物料交易价格不存在显著差异，交易价格公允。

综上所述，发行人客户同时存在采购及销售主要系业务自身需要，相关交易均具备合理性、交易价格具备公允性。

3、相关方的主要股东报告期内是否与发行人主要股东、董监高、财务人员存在资金往来

经核查，相关方的主要股东报告期内与发行人主要股东、董监高、主要财务人员不存在资金往来。相关核查程序详见本回复报告之“9.关于供应商”之“三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并详细说明对报告期内发行人实际控制人、董监高、财务人员与发行人供应商的主要股东、历史股东是否存在大额资金往来的核查过程”之“（一）核查程序”。

二、说明发行人对报告期各期前十大供应商的采购金额、内容、单价，相关供应商成立时间、与发行人合作时间、业务规模、发行人向其采购占其同类销售金额占比，是否存在主要向发行人销售情形

报告期各期前十大供应商交易相关内容如下表所示：

2022 年 1-6 月					
序号	供应商名称	采购内容	供应商成立时间	与发行人首次合作时间	合作背景
1	深圳市慧嘉智科技有限公司	IC、PCBA	2008 年 6 月 25 日	2009 年 12 月 1 日	新开发产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
2	佛山市聚和貿易有限公司	塑胶类	2019 年 4 月 25 日	2021 年 1 月 1 日	交期或单价有一定优势
3	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板、FPC 排线	2009 年 9 月 18 日	2014 年 7 月 1 日	交期或单价有一定优势
4	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	2019 年 9 月 23 日	2019 年 10 月 1 日	交期或单价有一定优势
5	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	2016 年 3 月 30 日	2017 年 9 月 1 日	交期或单价有一定优势
6	东莞市强科塑胶化工有限公司	塑胶类	2011 年 12 月 12 日	2021 年 1 月 1 日	交期或单价有一定优势
7	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	2013 年 12 月 9 日	2014 年 1 月 1 日	交期或单价有一定优势
8	深圳市恺诚电子科技有限公司	PCB 板	2021 年 6 月 8 日	2021 年 9 月 1 日	交期或单价有一定优势
9	东莞市俱进塑胶科技有限公司	塑胶类	2020 年 3 月 23 日	2020 年 6 月 1 日	从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
10	卡秀万辉（广州）高新材料有限公司	稀释剂、油漆	2004 年 4 月 6 日	2022 年 1 月 1 日	从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
2021 年度					
序号	供应商名称	采购内容	供应商成立时间	与发行人首次	合作背景

				合作时间	
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC、PCBA	2008年6月25日	2009年12月1日	新开发产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
2	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	2019年9月23日	2019年10月1日	交期或单价有一定优势
3	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	2014年7月15日	2019年4月1日	原有供应商转变经营领域，因此新开发供应商
4	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	2013年12月9日	2014年1月1日	交期或单价有一定优势
5	不朽廊有限公司	IC	2014年10月9日	2019年8月1日	新开发客户及产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
6	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	2016年3月30日	2017年9月1日	交期或单价有一定优势
7	东莞市禄达塑胶电子有限公司	垫类、塑胶类	2012年11月23日	2019年8月1日	新开发客户及产品，从客户推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
8	北海市瑞晟电子科技有限公司	主线、其他辅材	2012年6月12日	2019年4月1日	交期或单价有一定优势
9	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB板、FPC排线	2009年9月18日	2014年7月1日	交期或单价有一定优势
10	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭	2013年10月22日	2015年7月1日	交期或单价有一定优势
2020年度					
序号	供应商名称	采购内容	供应商成立时间	与发行人首次合作时间	合作背景
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC、PCBA	2008年6月25日	2009年12月1日	新开发产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
2	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	2014年7月15日	2019年4月1日	原有供应商转变经营领域，因此新开发供应商
3	北海市瑞晟电子科技有限公司	主线、其他辅材	2012年6月12日	2019年4月1日	交期或单价有一定优势
4	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	2013年12月9日	2014年1月1日	交期或单价有一定优势
5	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB板、FPC排线	2009年9月18日	2014年7月1日	交期或单价有一定优势
6	东莞市禄达塑胶电子有限公司	垫类、塑胶类	2012年11月23日	2019年8月1日	新开发客户及产品，从客户推荐此前配合过的供应商中进行的選擇
7	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	2019年9月23日	2019年10月1日	交期或单价有一定优势
8	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭	2013年10月22日	2015年7月1日	交期或单价有一定优势
9	不朽廊有限公司	IC	2014年10月9日	2019年8月1日	新开发客户及产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的選擇

10	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	2016年3月30日	2017年9月1日	交期或单价有一定优势
2019 年度					
序号	供应商名称	采购内容	供应商成立时间	与发行人首次合作时间	合作背景
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC、PCBA	2008年6月25日	2009年12月1日	新开发产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的
2	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	2013年12月9日	2014年1月1日	交期或单价有一定优势
3	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板	2009年9月18日	2014年7月1日	交期或单价有一定优势
4	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	2016年3月30日	2017年9月1日	交期或单价有一定优势
5	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭、垫类	2013年10月22日	2015年7月1日	交期或单价有一定优势
6	深圳市威雅莉科技有限公司	塑胶类	2009年8月6日	2012年11月1日	原有供应商转变经营领域，因此新开发供应商
7	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	2014年7月15日	2019年4月1日	原有供应商转变经营领域，因此新开发供应商
8	东莞市富悦达电子有限公司	主线、其他辅材	2011年4月6日	2013年9月1日	交期或单价有一定优势
9	东莞市兆源塑胶五金有限公司	塑胶类	2013年6月21日	2014年3月1日	原有供应商转变经营领域，因此新开发供应商
10	深圳市亚特联科技有限公司	3D、开关	2006年9月21日	2014年12月1日	新开发客户及产品，从客人推荐此前配合过的供应商中进行的

(续上表)

2022 年 1-6 月							
序号	供应商名称	采购内容	采购金额(万元)	采购单价(元)	供应商全年该类产品销售规模(万元)	采购金额占供应商同类产品销售同类规模比例	是否主要向发行人销售
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC	797.22	3.66	1,871.50	42.60%	是
		PCBA	349.48	6.33	450.10	77.64%	是
2	佛山市聚和贸易有限公司	塑胶类	772.07	21.21	6,200.00	12.45%	否
3	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板	530.06	1.03	4,600.00	11.52%	否
		其他	0.56	0.79	230.00	0.24%	否
4	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	379.86	59.79	2,534.56	14.99%	否
		IC	121.39	11.95	121.39	100.00%	是
5	深圳市璟灏科技有	塑胶类	491.31	0.36	1,312.00	37.45%	是

	限公司	喇叭					
6	东莞市强科塑胶化工有限公司	塑胶类	451.80	12.71	5,681.39	7.95%	否
7	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	358.55	0.8	1,210.58	29.62%	是
8	深圳市恺诚电子科技有限公司	PCBA	352.77	5.44	1,030.00	34.25%	否
9	东莞市俱进塑胶科技有限公司	塑胶类	329.13	0.93	6,000.00	5.49%	否
10	卡秀万辉(广州)高新材料有限公司	其他类油漆	301.06	49.83	未提供	未提供	否
合计		-	5,235.26	-	-	-	-
2021 年度							
序号	供应商名称	采购内容	采购金额(万元)	采购单价(元)	供应商全年该类产品销售规模(万元)	采购金额占供应商同类产品销售同类规模比例	是否主要向发行人销售
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC	1,841.25	3.53	5,372.83	34.27%	是
		PCBA	850.71	6.52	1,243.65	68.40%	是
2	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	2,656.48	56.24	6,402.47	41.49%	是
3	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	1,243.82	1.71	4,610.21	26.98%	否
		其他	94.44	-	-	-	-
4	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	1,297.90	0.77	4,100	31.66%	是
5	不朽廊有限公司	IC	1,191.58	13.86	4,625	25.76%	否
6	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类喇叭	1,172.89	0.37	3,200	36.65%	是
7	东莞市禄达塑胶电子有限公司	塑胶类	1,077.78	0.89	2,200	48.99%	是
		其他	68.88	-	-	-	-
8	北海市瑞晟电子科技有限公司	主线	1,039.27	3.98	3,438.31	30.23%	否
		其他	21.01	-	-	-	-
9	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板	1,013.50	1.19	8,629.7	11.74%	否
		其他	0.97	-	-	-	-
10	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭	1,006.05	2.41	7,867	12.79%	否
合计		-	14,576.54	-	-	-	-

2020 年度							
序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购单价 (元)	供应商全年该类产品销售规模(万元)	采购金额占供应商同类产品销售同类规模比例	是否主要向发行人销售
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC	1,498.92	3.15	5,110.56	29.33%	否
		PCBA	675.61	6.58	1,189.59	56.79%	是
2	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	1,572.31	1.49	6,345.16	24.78%	否
3	北海市瑞晟电子科技有限公司	主线	1,335.68	3.37	4,116.91	32.44%	是
		其他	6.14	-	-	-	-
4	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	1,297.42	0.75	3,925.10	33.05%	是
5	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板	1,278.83	0.87	14,390.00	8.89%	否
		其他	0.90	-	-	-	-
6	东莞市禄达塑胶电子有限公司	塑胶类	1,122.91	1.00	2,000.00	56.15%	是
		其他	96.72	-	-	-	-
7	深圳市维展电子显示科技有限公司	LCD	1,174.66	26.90	5,335.39	22.02%	否
8	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭	1,156.30	2.19	5,588.11	20.69%	否
9	不朽廊有限公司	IC	963.53	10.03	2,450.00	39.33%	是
10	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	923.46	0.28	2,880.00	32.06%	是
合计		-	13,103.39	-	-	-	-
2019 年度							
序号	供应商名称	采购内容	采购金额 (万元)	采购单价 (元)	供应商全年该类产品销售规模(万元)	采购金额占供应商同类产品销售同类规模比例	是否主要向发行人销售
1	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	IC	2,491.12	3.64	4,924.09	50.59%	是
		PCBA	866.00	7.82	1,176.07	73.64%	是
2	深圳市欣海洋印刷有限公司	包材类	1,002.40	0.81	4,305.23	23.28%	否
3	东莞市华兴快捷电子有限公司	PCB 板	975.33	0.91	12,589.06	7.75%	否

4	深圳市璟灏科技有限公司	塑胶类	878.06	0.29	2,800.00	31.36%	是
5	东莞市森亚电子科技有限公司	喇叭	674.34	2.21	4,910.35	13.73%	否
		其他	2.33	-	-	-	-
6	深圳市威雅莉科技有限公司	塑胶类	616.86	0.39	2,400.00	25.70%	否
7	东莞市盛扬电子有限公司	垫类	608.51	1.41	3,996.16	15.23%	否
8	东莞市富悦达电子有限公司	主线	461.43	3.19	7,900.15	5.84%	否
		其他	0.48	-	-	-	-
9	东莞市兆源塑胶五金有限公司	塑胶类	437.55	0.32	1,600.30	27.34%	否
10	深圳市亚特联科技有限公司	3D	394.54	2.90	522.00	75.58%	是
		其他	21.32	-	-	-	-
合计		-	9,430.27	-	-	-	-

注：当发行人采购比例超过单一品类比例 30%时，则定义为供应商主要向发行人供应该品类产品

报告期各期，发行人前十大供应商中存在部分供应商向发行人销售其单一品类产品比例超过 30%的情况，主要原因系发行人为游戏外设领域规模较大的生产制造企业，发行人上游供应商部分属于中小规模民营电子元器件企业，发行人向该类企业采购使发行人较易成为其主要客户。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并详细说明对报告期内发行人实际控制人、董监高、财务人员与发行人供应商的主要股东、历史股东是否存在大额资金往来的核查过程

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、实地走访报告期内同时存在采购及销售业务主体慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂，了解其主营业务情况；

2、通过企查查（www.qichacha.com）查阅慧嘉智及 Ziga 工商资料，确认双方关联关系；

3、取得慧嘉智关于业务经营情况及与 Ziga 关联关系说明；

4、取得小悠娱乐关于业务经营情况说明；

5、取得心同心关于业务经营情况说明；

6、取得上海飞智关于业务经营情况说明；

7、取得壹位堂关于业务经营情况说明；

8、查阅发行人采购台账及销售台账，取得发行人报告期内同慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂交易明细情况；

9、查阅慧嘉智（cn.sz-huijia.com）、小悠娱乐官网（www.xugameplay.com）、小悠娱乐开发游戏平台官网（www.yzkof.com）、上海飞智官网（www.flydigi.com）、壹位堂自有品牌八位堂官网（www.8bitdo.cn）了解其业务经营情况；

10、取得慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂关于其同时与景创科技存在采购及销售情况的说明；

11、咨询发行人采购主管及销售主管，了解同时向慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂交易背景及交易合理性；

12、对比分析发行人同第三方采购、销售同类产品价格与发行人向慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂采购、销售价格；

13、查阅采购台账并向采购主管咨询，确认发行人向报告期内各期前十大供应商采购金额、采购种类、采购价格，了解相关合作背景及合作起始时间；

14、取得发行人报告期各期前十大供应商关于其销售不同种类产品金额说明。

针对报告期内发行人实际控制人、董监高、财务人员与慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂及发行人供应商的主要股东、历史股东是否存在大额资金往来，申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取了发行人实际控制人、董监高、主要财务人员名单，相关人员名单具体请见本回复报告之“11.关于第三方回款”之“二、报告期各期发行人主要股东、董监高、财务人员、主要采购或销售人员是否与相关客户、第三方回款方及其主要股东存在大额资金往来”；

2、获取上述人员报告期内银行账户开户清单、银行流水等；

3、通过企查查（www.qichacha.com）查询慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂及报告期各期前十大供应商历史股东信息并与上述人员银行流水进行交叉对比；

4、获取发行人主要股东、董监高、财务人员出具的《关于与深圳市景创科技电子股份有限公司相关客户、供应商及其主要股东、历史股东不存在大额资金往来的承诺函》；

5、获取发行人报告期内前十大供应商出具的说明，说明供应商及其主要股东、历史股东与景创科技、景创科技控股股东、实际控制人、董监高、主要业务人员及财务人员不存在异常、无正常商业背景的大额资金往来。

（二）核查结论

针对上述问题，经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人客户同时存在采购及销售主要系业务自身需要，相关交易均具备合理性、交易价格具备公允性；

2、慧嘉智、小悠娱乐、心同心、上海飞智、壹位堂的主要股东报告期内与发行人主要股东、董监高、主要财务人员不存在资金往来；

3、发行人同各期前十大供应商交易情况良好，发行人主要供应商业务规模与向发行人销售规模匹配。

针对报告期内发行人实际控制人、董监高、财务人员与发行人供应商的主要股东、历史股东是否存在大额资金往来，申报会计师核查结论如下：

经核查，报告期内发行人实际控制人、董监高、主要财务人员与发行人报告期各期前十大供应商的主要股东、历史股东不存在大额资金往来。

10.关于原材料采购

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期发行人采购IC金额分别为3,145.60万元、3,694.89万元、5,185.23万元及2,174.72万元，采购单价为2.79元、1.98元、1.41元、1.72元，2019、2020年分别变动-29.03%、-28.79%，2018-2020年可比公司采购均价为4.81元、3.97元、3.54元，同期变动-17.41%、-10.87%。多数主要IC型号采购单价均低于发行人向供应商询价的第三方价格，且2019年部分价格差异达20%。

（2）2021年1-6月，发行人对Bigben、PDP毛利率同比下降4.89、6.47个百分点，主要因2021年上半年市场电子元器件整体价格上涨较多，而Bigben、PDP并未调整采购价格。

请发行人：

（1）说明IC、LCD等原材料采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因，发行人采购IC、LCD单价普遍低于第三方价格的原因、采购单价是否公允；针对采购单价差异较大的原材料，以第三方价格、市场价格测算对报告期各期发行人主要财务数据的影响。

（2）对比说明发行人向不同IC、LCD等原材料主要供应商采购单价及差异率、金额情况，分析说明差异原因、采购价格公允性。

（3）说明向主要供应商采购原材料与相关供应商向其他客户销售同类原材料价格的差异情况。

（4）说明发行人与主要客户就原材料大幅波动风险是否约定了销售价格调整机制，报告期内相关销售价格具体调整情况，发行人能否有效传导原材料大幅上涨压力，量化分析原材料大幅波动对发行人毛利率的影响，并进行风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明 IC、LCD 等原材料采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因，发行人采购 IC、LCD 单价普遍低于第三方价格的原因、采购单价是否公允；针对采购单价差异较大的原材料，以第三方价格、市场价格测算对报告期各期发行人主要财务数据的影响

（一）IC、LCD 等原材料采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因

消费电子是指日常消费者生活使用的电子产品，产品品类繁杂多样。不同产品所使用的 IC 或 LCD 在规格等方面均存在差异，而且不同产品所使用各种规格 IC 和 LCD 的占比亦存在差异，不同规格型号的 IC 和 LCD 件之间的单价差异较大。因此，发行人和其他消费电子制造企业的 IC、LCD 等原材料采购单价会存在差异。

1、IC 件采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因

报告期内，发行人 IC 件采购包含了较大比例的稳压 IC、升压 IC 和复位 IC 等辅助功能 IC，该等辅助功能 IC 单价较低，拉低了发行人 IC 件的采购单价。

根据相关公司的公开披露文件，其 IC 件构成如下：

单位：元

公司名称	主要产品	具体规格	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
			单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
奥尼电子	电脑外置摄像头、行车记录仪、蓝牙耳机等	公司的主控及周边功能 IC 包括主控 IC、传感器 IC、无线 IC 及模组、DDR 存储 IC、电源 IC 和其他功能 IC 等	未披露	未披露	未披露	未披露	2.74	-24.73%	3.64
影石创新	全景智能相机	公司采购的主要芯片为 DSP 芯片和图像传感芯片。DSP 芯片是能够实现数字信号处理技术的芯片；图像传感芯片是能够将光学图像转换成电子信号的芯片。	未披露	未披露	未披露	未披露	9.07	-9.57%	10.03
显盈科技	计算机、通信和消费电子（3C）周边产品	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	2.44	11.93%	2.18
亿道信息	笔记本电脑、平板电脑及其他	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	0.66	-1.49%	0.67

公司名称	主要产品	具体规格	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
			单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
	智能硬件等电子设备								
安联锐视	安防视频监控产品	公司集成电路分为单价较高的主要芯片和单价较低的其他芯片，其中主要芯片包括主控芯片、图像处理芯片、图像传感器芯片及 DDR 存储芯片，其他芯片主要为电源管理芯片、镜头驱动芯片等。	未披露	未披露	未披露	未披露	2.80	-16.42%	3.35
平均值	-	-	未披露	未披露	未披露	未披露	3.54	-10.87%	3.97
发行人	-	-	2.58	21.13%	2.13	51.13%	1.41	-28.79%	1.98

注：相关公司未披露 2021 年采购单价

报告期内，暂无主要从事游戏控制器、游戏耳机的上市公司/挂牌公司公开披露其 IC 采购单价。上述相关公司主要从事消费电子产品研发、制造与销售，与发行人产品同属于消费电子领域，其所披露 IC 采购单价趋势变动具有一定参考意义。但由于相关产品不同，所采购的 IC 件具体规格型号不同，且可比公司未按照具体规格公开披露相关 IC 件采购的明细数据，因此，相关 IC 类原材料平均采购单价的绝对值不具有可比性。

报告期内，发行人 IC 采购单价变化因素构成情况如下：

单位：元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购数量占比	单价	采购数量占比	单价	采购数量占比	单价	采购数量占比	单价
IC 汇总	100.00%	2.58	100.00%	2.13	100.00%	1.41	100.00%	1.98
其中：CPU	-	-	-	-	0.04%	15.22	0.26%	15.28
DDR	0.01%	15.04	-	-	-	-	0.27%	7.84
NANDFLASH	-	-	-	-	0.00%	23.72	-	-
PMU	-	-	-	-	0.03%	3.76	0.29%	3.77
稳压 IC	13.98%	0.20	12.14%	0.23	15.89%	0.19	8.67%	0.17
复位 IC	0.95%	0.21	1.67%	0.21	3.87%	0.25	3.49%	0.21
升压 IC	0.39%	0.38	5.81%	0.45	3.72%	0.36	3.03%	0.27

2020 年，发行人 IC 单价呈现下滑趋势，主要系发行人存在一定程度产品结构调整，稳压 IC、升压 IC 和复位 IC 等的低单价 IC 件采购占比上升，CPU 等用于迷你游戏机的高单价 IC 件采购占比下降，导致发行人 IC 件的平均采购单价有所下降。2021 年，IC 件采购平均单价为 2.13 元，较 2020 年上升 51.06%，主要原因系 2021 年 IC 件市场供应较为紧张，市场价格有所上升。

2、LCD 采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因

报告期内，发行人 LCD 采购单价较低，主要原因系发行人使用 LCD 的主要电子产品为迷你游戏机和智能监护器。所使用规格包括 5.0 寸显示屏、4.3 寸显示屏、3.5 寸工业显示屏。根据相关公司公开披露信息，其 LCD 采购情况及规格情况如下：

单位：元

公司名称	主要产品	具体规格	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
			单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
亿道信息	笔记本电脑、平板电脑及其他智能硬件等电子设备	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	44.98	22.96%	36.58
奥尼电子	电脑外置摄像头、行车记录仪、蓝牙耳机等	公司采购显示屏主要包括 1.0 英寸、2.0 英寸、2.4 英寸、3.0 英寸等不同规格型号 LCD 液晶显示屏，主要应用于智能行车记录仪、可视化智能音箱及 3C 智能平板等产品。	未披露	未披露	未披露	未披露	15.78	12.31%	14.05
华勤技术	智能手机、笔记本电脑、平板电脑、智能穿戴、AIoT 产品及服务器等智能硬件产品	LCM 液晶显示模组和全贴合模组	未披露	未披露	未披露	未披露	107.35	9.81%	97.76
平均值	-	-	未披露	未披露	未披露	未披露	56.04	13.29%	49.46
发行人	-	-	54.42	-3.38%	56.32	131.77%	24.30	-28.36%	33.92

注：相关公司未披露 2021 年采购单价

如上表所示，发行人与相关公司所采购 LCD 在尺寸、分辨率存在差异。其

中，华勤技术和亿道信息所采购 LCD 主要面向 3C 消费电子产品，如手机、平板等，该等产品对于 LCD（或显示屏）的要求高于发行人的相关产品，采购单价亦要高于发行人；而对于奥尼电子，其所采购 LCD 尺寸要小于发行人，采购单价亦要低于发行人。

报告期内，发行人 LCD 采购单价变化因素构成情况如下：

单位：元

项目	涉及产品	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		采购数量占比	单价	采购数量占比	单价	采购数量占比	单价	采购数量占比	单价
LCD 汇总	-	100.00%	54.42	100.00%	56.32	100.00%	24.30	100.00%	33.92
其中：3.5 寸	迷你游戏机			-	-	-	-	77.47%	35.86
4.3 寸	智能监护器	44.25%	63.74	15.65%	54.25	49.19%	21.93	13.40%	21.66
5.0 寸	智能监护器	45.69%	55.97	84.18%	56.75	39.63%	32.94	8.04%	36.08

2020 年，发行人 LCD 单价出现下滑，主要系发行人存在一定程度产品结构调整，2019 年初采购的 LCD 主要用于迷你游戏机，该等显示屏属于工业显示屏，可适用工作温度范围更大、支持长时间运作。随着 2019 年公司迷你游戏机订单减少，同时公司切入智能监控器市场，智能监护器出货量占比上升，而智能监护器主要使用普通显示屏，该类屏幕较工业显示屏单价较低，从而导致 LCD 显示屏采购均价下降。2021 年，发行人 LCD 单价较 2020 年增长幅度较大，主要原因系 LCD 市场供给关系紧张，市场价格上升。

（二）发行人采购 IC、LCD 单价普遍低于第三方价格的原因、采购单价是否公允

报告期内，发行人采购 IC、LCD 单价普遍低于第三方价格的原因包括：

1、在满足质量优先的情况下，发行人充分考虑价格优势

公司属于典型的生产制造企业。报告期内，公司直接材料成本占同期主营业务成本的比例分别为 76.11%、79.24%、76.29%和 **72.34%**。材料成本对于公司利润水平起关键作用。因此，公司建立了合格供应商名单，当需要采购时，公司一般会向两家以上供应商进行询价、比价及谈判确定采购价格，结合供货价格、货品质量及其他公开资料进行综合评审，以确定具体供货方。在满足公司货品质量的前提下，公司一般会优先选择具有价格优势的公司。

2、原材料采购合同签订时点与询价报价时点差异

申报材料中列示的公司各类原材料采购价格为年度平均价格，而第三方报价为时点价格，两者在口径上存在差异。2020 年以来，IC、LCD 等原材料价格呈现上涨趋势。公司与多数供应商之间系长期合作关系，且公司通过提前签订合同的方式锁定相应原材料采购价格。以 LCD 采购为例，发行人 2021 年采购的 LCD 大部分系按照 2020 年签订合同所约定的价格进行交货，LCD2021 年以来市场价格涨幅较大，导致发行人 2021 年采购 LCD 的第三方比价价格大幅高于发行人当期平均采购价格。因此，在公司提前签订合同锁定采购价格的情形下，相应期间平均采购低于询价报价具有合理性。

3、发行人占部分供应商同类销售金额比例较高，与主要供应商合作时间较长、合作情况良好

报告期内，发行人占部分供应商同类产品销售比例较高，具有较强的议价能力，具体占比详见本回复报告之“问题 9”之“二、说明发行人对报告期各期前十大供应商的采购金额、内容、单价，相关供应商成立时间、与发行人合作时间、业务规模、发行人向其采购占其同类销售金额占比，是否存在主要向发行人销售情形”。发行人合作供应商主要为长期合作的供应商，在过往实际合作过程中，公司采购量较大、付款及时、不存在拖欠货款的情况。因此，长期合作供应商一般会交予公司少量的价格优惠。

综上所述，发行人采购 IC、LCD 单价普遍低于第三方价格具有合理性。

（三）针对采购单价差异较大的原材料，以第三方价格、市场价格测算对报告期各期发行人主要财务数据的影响

报告期内，单一年度采购金额在 100 万元以上的原材料所对应的采购金额为 10,763.75 万元、16,550.07 万元、18,795.56 万元和 **6,733.25 万元**。其中，与第三方价格、市场价格差异在 20%以上的采购金额具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购总额	15,940.88	39,175.44	32,702.76	20,772.20
采购金额 (100 万以上)	6,733.25	18,795.56	16,550.07	10,763.75
差异在 20%以上的采	-	458.41	179.88	296.72

购金额				
差异在 20%以上采购对成本影响金额	-	706.47	47.08	65.70

差异在 20%以上采购对成本影响金额为异常采购所对应产品按照第三方价格、市场价格测算的采购总额与相关产品目前的采购总额之差，对于发行人主要财务数据影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
按第三方价格测算的营业成本	22,845.85	46,133.86	36,724.16	26,214.08
营业成本影响情况	-	1.56%	0.13%	0.25%
按第三方价格测算的营业利润	3,092.27	7,323.70	10,214.30	5,507.84
营业利润影响情况	-	8.80%	0.46%	1.19%
按第三方价格测算的净利润	2,866.87	6,660.72	8,972.62	4,805.46
净利润影响情况	-	8.27%	0.44%	1.15%

综上，如将采购单价差异在 20%以上的原材料按照第三方价格、市场价格进行测算，相关结果对报告期各期发行人主要财务数据影响较小。

二、对比说明发行人向不同 IC、LCD 等原材料主要供应商采购单价及差异率、金额情况，分析说明差异原因、采购价格公允性

（一）不同 IC 件主要供应商采购单价及差异率、金额情况

报告期内，发行人采购的各类主要 IC 细分型号向不同供应商采购单价及金额情况如下：

单位：万元、元

采购内容	对应成品	供应商	细分型号	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
				金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
主控 IC	游戏控制器	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	8 位 MCU	23.43	2.72	61.55	2.77	17.84	2.59	11.85	2.50
			ARM0 (BD 绑定)	127.53	4.79	680.52	4.49	533.00	4.34	746.88	5.38
			ARM3	1.52	13.79	35.23	11.32	140.53	13.86	358.25	17.73
		长沙芯业电子有限公司	8 位 MCU	65.79	3.65	216.23	3.53	113.00	2.81	9.13	2.69
			ARM0 (QFN/LQFP	7.75	6.72	18.14	6.14	12.49	5.60	7.98	5.60

采购内容	对应成品	供应商	细分型号	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
				金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
			封装)								
智能监护器		国华发展控股有限公司	8 位 MCU	-	-	-	-	-	-	99.19	2.69
		南京沁恒微电子股份有限公司	8 位 MCU	2.65	2.65	26.55	2.65	35.31	2.52	1.75	2.19
		深圳市鸿巨昌科技有限公司	8 位 MCU	3.67	3.22	54.39	3.21	46.26	2.62	73.30	2.48
		AiyatecElectronicsLtd.	监护器专用编解码 IC (RISC 架构, 不支持 WIFI,720P, 显示器端)	12.68	8.46	173.42	7.62	0.19	6.03	-	-
			摄像头专用编解码 IC (RISC 架构, 不支持 WIFI,720P, 摄像头端)	-	-	12.85	10.71	-	-	-	-
	智能监护器	不朽廊有限公司	监护器专用编解码 IC (ARM 架构、支持 WIFI、1080p, 显示器端)	134.40	12.61	693.06	12.07	609.44	9.09	40.44	9.15
			摄像头专用编解码 IC (ARM 架构、支持 WIFI、1080p, 摄像头端)	119.78	18.43	362.46	16.02	352.47	12.21	56.06	12.68
		龍宇科技有限公司	CMOS	-	-	0.78	5.13	74.51	5.51	22.45	5.47
射频芯片	游戏控制器	深圳市慧嘉智科技有限公司及其关联方	蓝牙 IC (Inplay)	90.76	4.23	279.17	4.87	177.81	4.80	417.24	5.28
			蓝牙 IC (NORDIC)	-	-	7.53	8.28	17.66	8.28	16.77	8.28
			射频功率放大器	136.21	3.06	265.36	3.86	160.47	3.67	309.25	3.72
		深圳市好上好信息科技股份有限公司	蓝牙 IC (NORDIC)	-	-	61.75	8.95	148.93	8.87	122.47	8.87

采购内容	对应成品	供应商	细分型号	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
				金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
	智能监护器	新靈电子技术开发有限公司	蓝牙 IC (NORDIC)	40.78	6.47	145.42	5.45	166.15	6.11	34.06	6.31
		中豪有限公司	2.4GHZIC (OTP 版)	16.82	1.53	120.89	1.48	142.85	1.44	11.31	1.46
		深圳博芯科技股份有限公司	2.4GHZIC (Flash 版)	6.90	2.30	126.74	2.28	162.32	2.19	11.19	2.19
电源管理	游戏控制器	深圳市迈信通科技有限公司	小电流电源 IC (稳压 IC)	1.38	0.23	118.51	0.30	177.79	0.25	86.45	0.24
		深圳市裕达旺科技有限公司	小电流电源 IC (充电 IC)	7.70	0.32	58.74	0.31	127.53	0.45	92.23	0.29
		深圳市鼎芯电子有限公司	小电流电源 IC (稳压 IC)	0.11	0.36	19.13	0.29	36.70	0.27	30.79	0.28
储存 IC	智能监护器	深圳市隆思科技有限公司	32MbitFlash	-	-	28.03	1.95	-	-	-	-
			2GB Flash	-	-	140.12	15.49	-	-	-	-
		香港合连纵横科技有限公司	32MbitFlash	-	-	3.19	1.12	54.43	1.16	8.03	0.84
			1GB Flash	-	-	16.01	10.67	45.30	4.58	34.08	4.21
		芯脉电子 (香港) 有限公司	1GBFlash	-	-	-	-	56.55	4.83	-	-
		深圳市华创盛世电子有限公司	2GB Flash	-	-	-	-	-	-	-	-
			32MbitFlash	10.68	1.78	-	-	-	-	-	-
		安富利科技香港有限公司	2GB Flash	-	-	-	-	-	-	-	-
	迷你游戏机	深圳小悠娱乐科技有限公司	1GB DDR	-	-	-	-	-	-	39.42	7.86
			4GB DDR	-	-	-	-	-	-	1.42	14.16
			8GB DDR	-	-	-	-	5.04	15.80	68.65	15.80
		华鼎科技有限公司	1GB DDR	-	-	-	-	-	-	-	-
			8GB Flash	-	-	-	-	-	-	-	-
射频模组	智能监护器	盖普斯电子 (深圳) 有限公司	WIFI 模组	-	-	-	-	135.52	7.13	32.10	7.13
		深圳市必联电子有限公司	WIFI 模组	21.73	7.52	185.35	9.39	41.03	6.58	-	-

报告期内，发行人采购的各类主要 IC 细分型号料向不同供应商采购单价存在差异的主要原因系 IC 种类较多，不同规格型号 IC 所实现功能存在差异，单价

有所不同。一般情况下，一款具体型号的 IC 公司最终只从一家供应商采购。因此，发行人不同供应商采购的 IC 有所不同，单价亦存在差异，相近型号的 IC 虽供应商不同，但单价较为接近。

（二）不同 LCD 主要供应商采购单价及差异率、金额情况

报告期内，发行人采购的各类主要 LCD 原材料向不同供应商采购单价及金额情况如下：

单位：万元、元

采购内容	供应商	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
5.0 寸显示屏	深圳市福瑞达显示技术有限公司	-	-	-	-	0.28	30.97	0.98	30.97
	深圳市维展电子显示科技有限公司	180.64	55.97	2,239.24	59.32	634.51	32.94	28.64	36.28
4.3 寸显示屏	深圳市维展电子显示科技有限公司	199.22	63.74	381.66	53.61	524.65	21.93	29.62	21.66
3.5 寸显示屏	深圳市福瑞达显示技术有限公司	-	-	-	-	-	-	131.68	33.62
	深圳市云傲电子有限公司	-	-	-	-	-	-	151.81	38.06
1.2 寸显示屏	深圳市福瑞达显示技术有限公司	-	-	-	-	-	-	3.48	31.33
	深圳市维展电子显示科技有限公司	-	-	2.67	33.74	14.95	32.49	-	-

对于 5.0 寸显示屏，发行人向福瑞达采购的价格低于发行人向维展电子采购的价格，差异率在 20%以内，主要系福瑞达供应的 5.0 寸显示屏属于试生产采购，价格相对偏低。在 2019 年 9 月试采结束后，福瑞达表示由于自 2019 年 9 月底起显示屏原材料一直处于供不应求的状态，其原报价无法覆盖实际采购生产成本，如果要满足发行人相关生产需求则需要调价，调价后整体价格高于维展电子。在综合考虑供货质量、交货周期后，发行人选择同维展电子进行合作，2020 年深圳市福瑞达显示技术有限公司交付的少量显示屏为原试采订单中的剩余部分。

对于 3.5 寸显示屏，发行人向福瑞达采购的价格低于发行人向云傲电子采购的价格，差异率在 15%以内，主要系公司当时产品预期情况良好，而福瑞达 3.5 寸显示屏的供应紧张。

综上，发行人向不同 LCD 主要供应商采购同类 LCD 的单价存在一定差异，

但相关差异具有合理原因。

三、说明向主要供应商采购原材料与相关供应商向其他客户销售同类原材料价格的差异情况

报告期内，发行人向主要供应商采购原材料单价与相关供应商向其他客户销售同类原材料价格不存在显著差异。其中，部分单价低于主要供应商向其他客户销售同类原材料价格主要系（1）发行人部分供应商为中小供应商，公司占其销售比例较大，具有较强的议价能力；（2）公司向主要供应商采购的产品多为定制产品，而供应商向其他客户销售产品价格取自相似产品，价格上存在一定差异。

四、说明发行人与主要客户就原材料大幅波动风险是否约定了销售价格调整机制，报告期内相关销售价格具体调整情况，发行人能否有效传导原材料大幅上涨压力，量化分析原材料大幅波动对发行人毛利率的影响，并进行风险提示

（一）发行人与主要客户就原材料大幅波动风险是否约定了销售价格调整机制，报告期内相关销售价格具体调整情况，发行人能否有效传导原材料大幅上涨压力

发行人与报告期各期前五大客户就原材料波动约定具体情况如下：

客户名称	就原材料大幅波动风险约定的销售价格调整机制
PDP	甲乙双方对于每个目的物，要综合地考虑图纸、数量、货款的支付方法、质量、材料价格、劳务费、市价的动向以及适当的管理费用、利润等因素，在协商的基础上，确定交货价格。 甲方及乙方在该基本合同的有效期间中变更交货价格，对于该交货价格，要再次进行协商。
BIGBEN	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格
HORI	甲乙双方对于每个目的物，要综合地考虑图纸、数量、货款的支付方法、质量、材料价格、劳务费、市价的动向以及适当的管理费用、利润等因素，在协商的基础上，确定交货价格。 甲方及乙方在该基本合同的有效期间中变更交货价格，对于该交货价格，要再次进行协商。
品众电子	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格
Binatone	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格
FUNIVERSE	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格
素士科技	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格
梅州国威及其关联方	协议未约定价格调整机制，但材料价格波动较大时会协商调整价格

报告期内，相关措施在报告期内的具体执行情况如下：

时间	客户名称	产品范围	原材料价格变动情况	价格调整情况
2020 年 11 月	梅州国威及其关联方	智能监护器	IC 及 LCD 涨价，材料成本涨 16%-26%	价格上升约 20%
2021 年 4 月	PDP	部分游戏控制器型号	塑胶件等原材料上涨,成本上涨 5%;	7386 型号产品涨价 7%
2021 年 6 月	Bigben	部分游戏控制器型号	IC、塑胶料、包材、马达等原材料上涨;材料成本涨价如下:2803 涨 5%; 2801 涨 2%, 2826 涨 10% 8260 涨 3%, 8276 涨价 3%;	2803 型号产品涨价 7.7% 2801 型号产品涨价 1.1% 2826 型号产品涨价 4.1% 8260 型号产品涨价 4% 8276 型号产品涨价 4.1%
2021 年 6 月	品众电子	部分游戏控制器型号	IC 涨 15%、塑胶件涨 7%、包材涨 15%等原材料上涨; 0298 材料成本上涨 4%; 8278 材料上涨 4%;	0298 型号产品涨价 5% 8278 型号产品涨价 5%

综上所述，发行人报告期各期前五大客户中，部分客户与发行人书面约定销售报价要考虑相应原材料价格水平，部分客户虽未书面约定价格调整机制，但当原材料价格上涨幅度较大，发行人可与客户协商调整销售报价。实际经营中，报告期内发行人与主要客户针对原材料价格上涨进行过价格调整，虽销售报价调整幅度低于原材料价格上涨幅度，但亦可缓解发行人因原材料大幅上涨带来的经营压力。

（二）量化分析原材料大幅波动对发行人毛利率的影响，并进行风险提示

1、原材料整体价格波动对于发行人毛利率的影响

报告期内，直接材料占主营业务成本的比例分别为 76.11%、79.24%、76.29% 和 72.34%，对公司主营业务成本规模及其变动具有决定性影响。

假设公司产品销售价格不发生变动，当整体原材料价格上下浮动 5%、10%、15%时，毛利率的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
原材料价格下跌 15%	26.64%	8.69%	32.82%	8.54%	38.53%	8.05%	36.46%	7.83%
原材料价格下跌 10%	23.74%	5.79%	29.97%	5.69%	35.84%	5.36%	33.85%	5.22%
原材料价格下跌 5%	20.84%	2.90%	27.13%	2.85%	33.16%	2.68%	31.24%	2.61%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
基准情况	17.95%	0.00%	24.28%	0.00%	30.48%	0.00%	28.63%	0.00%
原材料价格上涨 5%	15.05%	-2.90%	21.43%	-2.85%	27.80%	-2.68%	26.02%	-2.61%
原材料价格上涨 10%	12.15%	-5.79%	18.58%	-5.69%	25.12%	-5.36%	23.41%	-5.22%
原材料价格上涨 15%	9.26%	-8.69%	15.74%	-8.54%	22.44%	-8.05%	20.80%	-7.83%

如上，当公司全部原材料价格上下浮动 5%、10%、15%时，对于公司综合毛利率影响范围在±9.0%以内。

2、电子料整体价格波动对于发行人毛利率的影响

报告期内，电子料采购金额为 8,865.94 万元、14,230.12 万元、16,964.74 万元和 **5,480.42 万元**，占材料采购金额的比重为 42.68%、43.51%、43.30%和 **34.38%**。近年来，受 5G、新能源汽车、充电桩等半导体器件需求量上升影响，电子类原材料价格预计呈现上涨趋势。电子类原材料价格波动较大。假设公司产品销售价格不发生变动、按发行人采购结构测算，当电子类原材料价格上下浮动 5%、10%、15%时，毛利率的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
电子料价格下跌 15%	20.94%	2.99%	27.98%	3.70%	33.98%	3.50%	31.97%	3.34%
电子料价格下跌 10%	19.94%	1.99%	26.74%	2.47%	32.81%	2.33%	30.86%	2.23%
电子料价格下跌 5%	18.94%	1.00%	25.51%	1.23%	31.65%	1.17%	29.74%	1.11%
基准情况	17.95%	0.00%	24.28%	0.00%	30.48%	0.00%	28.63%	0.00%
电子料价格上涨 5%	16.95%	-1.00%	23.04%	-1.23%	29.31%	-1.17%	27.51%	-1.11%
电子料价格上涨 10%	15.96%	-1.99%	21.81%	-2.47%	28.15%	-2.33%	26.40%	-2.23%
电子料价格上涨 15%	14.96%	-2.99%	20.58%	-3.70%	26.98%	-3.50%	25.28%	-3.34%

如上，当公司全部电子类原材料价格上下浮动 5%、10%、15%时，对于公司综合毛利率影响范围在±4.0%以内。

3、IC 整体价格波动对于发行人毛利率的影响

报告期内，IC 采购金额为 3,694.89 万元、5,185.23 万元、6,545.99 万元和 **2,110.97 万元**，占材料采购金额的比重为 17.79%、15.86%、16.71%和 **13.24%**。假设公司产品销售价格不发生变动、按发行人采购结构测算，当 IC 件原材料价格

上下浮动 10%、30%、50%时（选取的波动幅度较大主要系考虑到 2020 年以来 IC 价格变动较大），毛利率的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
IC 价格下跌 50%	21.74%	3.79%	29.73%	5.46%	35.40%	4.91%	33.67%	5.04%
IC 价格下跌 30%	20.22%	2.27%	27.55%	3.27%	33.43%	2.95%	31.65%	3.03%
IC 价格下跌 10%	18.71%	0.76%	25.37%	1.09%	31.46%	0.98%	29.64%	1.01%
基准情况	17.95%	0.00%	24.28%	0.00%	30.48%	0.00%	28.63%	0.00%
IC 价格上涨 10%	17.19%	-0.76%	23.19%	-1.09%	29.50%	-0.98%	27.62%	-1.01%
IC 价格上涨 30%	15.67%	-2.27%	21.00%	-3.27%	27.53%	-2.95%	25.60%	-3.03%
IC 价格上涨 50%	14.16%	-3.79%	18.82%	-5.46%	25.57%	-4.91%	23.58%	-5.04%

如上，当 IC 件原材料价格上下浮动 10%、30%、50%时，对于公司综合毛利率影响范围在 $\pm 5.5\%$ 以内。

4、LCD 整体价格波动对于发行人毛利率的影响

报告期内，LCD 采购金额为 346.21 万元、1,181.90 万元、2,678.69 万元和 **384.36 万元**，占材料采购金额的比重为 1.67%、3.61%、6.84%和 **2.41%**。假设公司产品销售价格不发生变动、按发行人采购结构测算，当 LCD 原材料价格上下浮动 10%、30%、50%时（选取的波动幅度较大主要系考虑到 2020 年以来 IC 价格变动较大），毛利率的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
LCD 价格下跌 50%	18.64%	0.69%	26.51%	2.23%	31.60%	1.12%	29.10%	0.47%
LCD 价格下跌 30%	18.36%	0.41%	25.62%	1.34%	31.15%	0.67%	28.91%	0.28%
LCD 价格下跌 10%	18.09%	0.14%	24.72%	0.45%	30.71%	0.22%	28.72%	0.09%
基准情况	17.95%	0.00%	24.28%	0.00%	30.48%	0.00%	28.63%	0.00%
LCD 价格上涨 10%	17.81%	-0.14%	23.83%	-0.45%	30.26%	-0.22%	28.53%	-0.09%
LCD 价格上涨 30%	17.53%	-0.41%	22.94%	-1.34%	29.81%	-0.67%	28.34%	-0.28%
LCD 价格上涨 50%	17.26%	-0.69%	22.05%	-2.23%	29.36%	-1.12%	28.15%	-0.47%

如上，由于公司使用 LCD 的产品主要为迷你游戏机、智能监护器，LCD 采购金额占公司全部材料采购金额较小。在 LCD 原材料价格上下浮动 10%、30%、50%时，对于公司综合毛利率影响范围在 $\pm 2.3\%$ 以内。

对于相关原材料风险，发行人已于招股说明书“第四节、五、（一）原材料价格波动的风险”及“重大事项提示、一、（五）原材料价格波动的风险”进行风险提示。具体如下：

“

公司生产所需的原材料主要包括电子类、塑胶类、五金类等材料。原材料成本系公司生产成本主要构成部分，报告期内，公司直接材料成本占同期主营业务成本的比例分别为 76.11%、79.24%、76.29%和 **72.34%**，电子料采购金额占材料采购金额的比重为 42.68%、43.51%、43.30%和 **34.38%**，IC 采购金额占材料采购金额的比重为 17.79%、15.86%、16.71%和 **13.24%**，LCD 采购金额占材料采购金额的比重为 1.67%、3.61%、6.84%和 **2.41%**。近年来，IC、LCD 等电子类原材料市场波动较大，如果未来电子原材料价格持续大幅波动或与主要供应商的合作发生不利变化，而公司未能及时采取有效措施，则面临着原材料价格波动而引发的公司盈利能力下降风险。

”

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅消费电子领域企业的公开披露文件，查阅其 IC 及 LCD 的单价采购情况及采购内容；查阅发行人 IC、LCD 类原材料的采购清单，了解发行人 IC、LCD 类原材料的采购内容及单价情况；

2、选取报告期内各类原材料产品型号，与第三方报价进行对比，分析公司原材料采购价格的公允性，并对单价差异较大的原材料进行模拟测算；

3、获取报告期内公司原材料采购明细表，分析不同 IC、LCD 等原材料主要供应商采购单价及差异率、金额情况；

4、获取发行人主要供应商关于向其他方销售同类原材料或类似原材料的价格采购价格的说明，了解发行人采购价格公允性；

5、获取并核查公司销售合同，查看相关价格调整机制，通过访谈及获取销售明细查看公司与主要客户的实际调价执行情况；

6、就全部原材料、电子料、IC 和 LCD 的价格波动进行敏感性分析，分析其大幅波动对发行人毛利率的影响。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人 IC、LCD 等原材料采购单价低于消费电子制造企业且报告期内下降幅度更高的原因主要系发行人与消费电子制造企业的 IC、LCD 等原材料细分型号结构存在差异，而不同型号的 IC、LCD 等价格差异较大，且发行人报告期内原材料细分结构亦存在变化。发行人采购 IC、LCD 单价普遍低于第三方价格具有合理性且不存在显著差异。对于采购单价差异较大的原材料，以第三方价格、市场价格测算，测算结果对报告期各期发行人主要财务数据的影响较小。

2、报告期内，发行人采购 IC 种类较多，不同规格型号 IC 所实现功能存在差异、单价有所不同，导致发行人对各 IC 供应商的采购均价有所差异。发行人向不同 LCD 等原材料主要供应商采购单价差异具有合理原因，采购价格公允。

3、发行人向主要供应商采购原材料的价格与相关供应商向其他客户销售同类原材料或类似原材料价格不存在显著差异，交易价格公允。

4、发行人报告期各期前五大客户中，部分客户与发行人书面约定销售报价要考虑相应原材料价格水平，部分客户虽未书面约定价格调整机制，但当原材料价格上涨幅度较大，发行人可与客户协商调整销售报价。近年来 IC 件、LCD 等原材料价格波动幅度较大，对发行人毛利率存在一定负面影响，经测算，如果该两类原材料价格波动为 50%，对发行人毛利率的影响分别约为±5.1%、±1.5%，且发行人可以部分传导原材料大幅上涨压力，相关风险已在招股说明书进行充分披露。

11.关于第三方回款

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期发行人第三方回款金额分别为0、46.89万元、3,039.68万元、930.09万元，形成原因包括客户关联方代付款、客户集团内关联方代付款等。

(2) 2021年1-6月，发行人向Guowei(HK)销售，由嘉信电子代付725.57万元，主要系嘉信电子同Guowei(HK)为关联机构，梅州国威出于其资金周转考虑，指定其关联方嘉信电子代为支付部分货款。

请发行人：

(1) 说明报告期内第三方回款涉及的具体客户、回款方与相关客户的具体关联关系，第三方从事的具体业务，2020年以来第三方回款金额大幅增长的原因，相关销售是否真实。

(2) 报告期各期发行人主要股东、董监高、财务人员、主要采购或销售人员是否与相关客户、第三方回款方及其主要股东存在大额资金往来。

回复：

一、说明报告期内第三方回款涉及的具体客户、回款方与相关客户的具体关联关系，第三方从事的具体业务，2020 年以来第三方回款金额大幅增长的原因，相关销售是否真实。

(一) 报告期内第三方回款涉及的具体客户、回款方与相关客户的具体关联关系，第三方从事的具体业务，2020 年以来第三方回款金额大幅增长的原因

报告期内，公司第三方回款系因客户出于其自身资金安排，由其集团内其他子公司或其客户关联方代付，2019 年、2020 年及 2021 年，第三方回款金额分别为 46.89 万元和 3,039.68 万元和 1,499.60 万元，占同期营业收入的比重分别为 0.13%、5.76%和 2.50%。

报告期内，公司第三方回款金额及占营业收入的比例整体较小，2020 年金额及占比呈增长趋势，主要系客户集团内关联方代付款增加所致。2021 年金额及占比同比呈下降趋势。

报告期内，发行人涉及第三方回款的客户、回款方具体情况如下：

单位：万元

年度	发行人客户	相关回款方			回款金额	原因	占营业收入的比例
		公司名称	具体业务	与客户关联关系			
2021年度	Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd	嘉信电子（香港）有限公司	电视、收音机、摄像机等家电及电子产品的研发、设计与销售	梅州国威电子有限公司和嘉信电子（香港）有限公司为梁锡光同一控制下的企业	1,295.08	客户关联方代付款	2.16%
	Binatone	EXCLUSIVE GROUPLLC	致力于创新消费电子产品的研发、设计、品牌运营及销售，产品涵盖监视器、通讯产品等	Binatone 和 EXCLUSIVE GROUP LLC 均为 Binatone Communications Group Limited 的子公司	204.52	客户集团内关联方代付款	0.34%
2020年度	Nacon (HK) LIMITED	Bigben Interactive (HK) Ltd	主机游戏外设、电脑外围设备和软件等开发、研发及运营	Nacon (HK) LIMITED 和 Bigben Interactive (HK) Ltd 均为 Bigben 的子公司	2,435.79	客户集团内关联方代付款	4.62%
	Binatone	EXCLUSIVE GROUPLLC	致力于创新消费电子产品的研发、设计、品牌运营及销售，产品涵盖监视器、通讯产品等	Binatone 和 EXCLUSIVE GROUP LLC 均为 Binatone Communications Group Limited 的子公司	603.89	客户集团内关联方代付款	1.14%
2019年度	Nacon (HK) LIMITED	Bigben Interactive (HK) Ltd	主机游戏外设、电脑外围设备和软件等开发、研发及运营	Nacon (HK) LIMITED 和 Bigben Interactive (HK) Ltd 均为 Bigben 的子公司	46.89	客户集团内关联方代付款	0.13%

报告期内，公司与上述主体销售收入情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
Nacon (HK) LIMITED	5,695.38	14,485.64	10,533.42	3,645.93
Bigben Interactive (HK) Ltd	-	-	-	10,018.49
Binatone	4.03	1,323.36	9,574.25	509.59
EXCLUSIVE GROUPLLC	44.93	-	-	-
Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd	4,700.39	10,032.03	-	-
嘉信电子（香港）有限公司	-	1,279.75	-	-

2020 年以来，发行人第三方回款金额大幅增长，主要原因如下：

1、Nacon 第三方回款金额增加，Nacon (HK) LIMITED 和 Bigben Interactive (HK) Ltd 均为 Bigben 的子公司。2019 年，Bigben 进行业务分拆，将游戏相关业务注入其子公司 Nacon S.A.，其在亚洲地区的游戏业务由 Bigben Interactive (HK) Ltd 转移至 Nacon (HK) LIMITED，在过渡期由 Bigben Interactive (HK) Ltd 代为支付部分货款。2020 年 4 月以后，相关货款均为 Nacon (HK) LIMITED 支付，未再发生由第三方回款的情况。

2、Binatone 和 EXCLUSIVE GROUP LLC 均为 Binatone Communications Group Limited 的子公司，出于资金管理及统筹需要、操作便捷性、临时性资金周转等因素的考虑，存在集团指定子公司 EXCLUSIVE GROUP LLC 支付货款的情形。

2021 年，发行人第三方回款金额及占比同比下降，但仍存在一定金额第三方回款的情况，主要原因如下：

1、Binatone 和 EXCLUSIVE GROUP LLC 均为 Binatone Communications Group Limited 的子公司，出于资金管理及统筹需要、操作便捷性、临时性资金周转等因素的考虑，存在集团指定子公司 EXCLUSIVE GROUP LLC 支付货款的情形。

2、发行人向 Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd（以下简称“Guowei(HK)”）进行销售，由嘉信电子（香港）有限公司（以下简称“嘉信电子”）代为付款 1,295.08 万元，主要系嘉信电子同 Guowei(HK)为关联机构，梅州国威出于其资金周转考虑，指定其关联方嘉信电子代为支付部分货款。

（二）相关销售具有真实性

报告期内，公司第三方回款系因客户出于其自身资金安排，由其集团内其他子公司或其关联方代付，整体金额及比例较低，相关销售具有真实性。针对第三方回款涉及的销售真实性，申报会计师主要已履行如下核查程序：

1、获取发行人报告期内第三方回款明细表，复核第三方回款金额的准确性，并抽查相关回款的银行流水；

2、针对报告期内所有第三方回款涉及的客户进行实地走访及视频访谈，确

认发行人与相应客户之间销售模式、销售真实性、关联关系等；

3、针对报告期内所有第三方回款涉及的客户销售收入及应收款项执行函证程序；

4、对发行人相关人员进行访谈，了解发行人第三方回款的原因以及是否存在因第三方回款导致的纠纷；核查是否存在与第三方回款相关的律师费用、诉讼费用；查询裁判文书网等网站，了解公司是否存在与第三方回款相关的诉讼；

5、通过检阅相关客户的资信报告、网络公开资料、访谈等方式，核查第三方回款相关业务涉及的销售对手方和回款方与相关客户的关系；将第三方回款方与发行人关联方清单进行比对，确认其与发行人是否存在关联关系；

6、核查了发行人与第三方回款相关业务的情况，针对涉及第三方回款的客户，每年抽取5笔发行人与其销售交易各环节的凭证，检查了相关合同、订单以及邮件记录、发货通知单、销售出库单、报关单、货运提单及回款银行流水，确认发行人第三方回款涉及销售业务的真实性。

综上所述，报告期内公司收到的第三方回款均为客户集团公司控制的其他子公司或客户关联方的对外支付，具有商业合理性，相关销售具有真实性。

二、报告期各期发行人主要股东、董监高、财务人员、主要采购或销售人员是否与相关客户、第三方回款方及其主要股东存在大额资金往来。

报告期内，发行人主要股东、董监高、财务人员、主要销售及主要采购人员名单如下：

序号	姓名/名称	与发行人关系	报告期内的职务变更情况	银行流水核查期间
1	景创腾辉	控股股东	-	2019.1.1-2022. 6. 30
2	景创力合	持有公司5%以上股份的股东	-	2019.1.1-2022. 6. 30
3	景创腾飞	持有公司5%以上股份的股东	-	2019.1.1-2022. 6. 30
4	刘东生	董事长、总经理	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
5	蔺洁	董事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
6	刘亚江	董事、副总经理	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30

序号	姓名/名称	与发行人关系	报告期内的职务变更情况	银行流水核查期间
7	张兵	董事、副总经理	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
8	李元勋	独立董事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
9	李中	独立董事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
10	乔迁	独立董事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
11	曹永峰	监事会主席	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
12	刘刚	职工代表监事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
13	欧阳波	监事	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
14	程国根	副总经理	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
15	刘小安	董事会秘书、财务总监	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
16	徐梦星	财务经理	于2020年1月14日开始任发行人财务经理	2020.1.14-2022. 6. 30
17	苏叁	财务主管	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
18	张靖	出纳	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
19	卢侨鸽	业务部主管	未发生变更	2019.1.1-2022. 6. 30
20	黄慧盈	对接Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd、Binatone的业务人员	于2020年12月1日开始任发行人子公司景创科技（新加坡）业务人员，于2022年7月从发行人离职	2020.12.1-2021.12.31
21	孙素蓉	对接Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd、Binatone的业务人员	于2019年10月14日开始任发行人业务人员	2019.10.14-2022. 6. 30
22	赵宇亮	对接Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd、Binatone的业务人员	于2020年1月1日开始任发行人子公司景创科技（香港）业务人员	2020.1.1-2022. 6. 30
23	陈萍	对接Nacon（HK）LIMITED的业务人员	于2019年8月27日开始任发行人业务人员	2019.8.27-2022. 6. 30
24	李丽君	对接Nacon（HK）LIMITED的前业务人员	于2019年8月28日辞任发行人业务人员，并从发行人离职	2019.1.1-2019.8.28
25	唐文娟	采购部主管	于2019年2月25日开始任发行人采购员，于2020年12月3日开始任发行人采购主管	2019.2.25-2022. 6. 30
26	夏业文	前采购部经理，现于子公司深圳市景鸿祥科	于2021年7月19日调至发行人子公司深	2019.1.1-2022. 6. 30

序号	姓名/名称	与发行人关系	报告期内的职务变更情况	银行流水核查期间
		技有限公司任副总经理	圳市景鸿祥科技有限公司任副总经理	

注：发行人业务部的职能主要为负责公司产品的销售工作，维护和开发新的销售渠道，执行并完成公司产品年度销售计划。

为确保上述机构/人员提供的银行账户的完整性，申报会计师对已经获取的银行流水进行交叉核对。

经核查发行人主要股东、董监高、财务人员、主要销售人员、主要采购人员报告期内的银行账户开户清单、银行流水、征信报告，确认上述主体/人员与相关客户、第三方回款方及其主要股东之间不存在异常、无正常交易背景的大额资金往来。

同时，发行人主要股东、董监高、财务人员、主要销售和主要采购人员已完整、准确提供了名下所有银行账户信息，并出具了《关于与深圳市景创科技电子股份有限公司相关客户、供应商及其主要股东、历史股东之间不存在异常、无正常交易背景大额资金往来的承诺函》：“本人/本公司承诺于报告期内（2018 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日）与景创科技客户 Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd、Binatone、Nacon (HK) LIMITED、第三方回款方嘉信电子（香港）有限公司、EXCLUSIVE GROUPLLC、Bigben Interactive (HK) Ltd 及第三方回款方及其主要股东之间不存在异常、无正常交易背景的大额资金往来。”

综上所述，报告期各期发行人主要股东、董监高、财务人员、主要采购人员、主要销售人员与相关客户、第三方回款方及其主要股东不存在异常、无正常交易背景的大额资金往来。

（此页无正文，为景创科技公司容诚专字[2022]518Z0724号报告之签字盖章页。）

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

陈链武



陈链武（项目合伙人）

中国注册会计师：

任小超



任小超

2022 年 9 月 28 日