关于深圳市睿联技术股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

的审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）

中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO.,LTD.

二〇二二年十二月

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 12 月 19 日出具的《关于深圳市睿联技术股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2022〕011136 号）（以下简称“意见落实函”或“落实函”）已收悉。深圳市睿联技术股份有限公司（以下简称“睿联技术”、“发行人”、“公司”）与中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就意见落实函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复中的简称与招股说明书中简称具有相同含义。

本落实函回复报告的字体代表以下含义：

黑体（加粗，下划线）	**意见落实函所列问题**
宋体	对意见落实函所列问题的回复
楷体（加粗）	**对招股说明书的修改、补充**

在本意见落实函回复中，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。

目录

问题 1、关于成长性及 2022 年业绩.....4
问题 2、关于行政处罚风险.....20

问题 1、关于成长性及 2022 年业绩

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务收入分别为 52,456.64 万元、96,004.65 万元、136,721.14 万元、70,783.91 万元，发行人主要产品为视频监控摄像机，主要通过线上销售模式销往境外。

（2）2022 年 1-6 月，发行人扣非后归母净利润为 10,021.43 万元，同比下滑 12.14%；2022 年全年发行人预计扣非后归母净利润同比变动-1.99%至 10.42%，发行人解释 2022 年上半年业绩下滑主要是因为汇率波动、费用及资产减值损失等因素。招股说明书中未就汇率波动进行针对性风险提示。

请发行人：

（1）结合行业发展及产品需求变动情况、近年可比公司及视频监控同行业公司收入增速、摄像机产品使用更新年限等分析说明自身业务是否具备成长性。

（2）结合 2022 年全年预计业绩、收入成本对应的货币结算情况、汇率变动趋势、费用支出、原材料及产品销售价格变动等情况，说明是否存在业绩进一步下滑风险，并就汇率波动风险进行针对性风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、结合行业发展及产品需求变动情况、近年可比公司及视频监控同行业公司收入增速、摄像机产品使用更新年限等分析说明自身业务是否具备成长性

发行人所处的家用视频监控细分领域属于新兴成长型市场，在高清化、网络化、智能化和便捷化的产品需求发展下，既存在由技术创新催生的增量市场需求，也存在 3-5 年定期的更新迭代需求，整体市场空间广阔，行业集中度低，预计 2025 年全球家用摄像机出货量将突破 2 亿台，发行人目前年出货量 300 万台左右，占比还极低，既具备伴随行业整体规模增长带来的自然成长空间，也具备持续转化技术和品牌优势，扩大市场占有率带来的竞争性成长空间，具备较强的成长性。

具体说明如下：

（一）行业发展及产品需求变动情况

1、家用视频监控行业拥有数百亿的市场空间，且处于稳步成长阶段，下游需求动力强劲

家用视频监控是在传统工程视频监控产业链基础上发展起来的一个独立细

分领域。家用摄像机作为家庭视频监控中的主要产品类型，近十年来其市场规模持续增长。根据艾瑞咨询数据，2020 年全球家用摄像机出货量为 8,889 万台，预计 2020 年至 2025 年全球家用摄像机出货量的年复合增长率为 19.3%，2025 年将突破 2 亿台。2020 年全球家用摄像机市场规模为 373 亿元，预计 2020 年至 2025 年全球家用摄像机产品市场规模年复合增长率为 14.1%，2025 年将突破 700 亿元，行业正处于稳步成长阶段。

驱动家用视频监控市场发展的主要因素如下：

第一，远程视频监控及看护需求日益增加。高犯罪率一直是欧美国家的主要社会问题之一，加上欧美国家人口密度低，居住环境以独门独栋为主，多数家庭还附有前后院，开放区域较大，家庭安全防护尤为重要。在此背景下，伴随着人口老龄化，远程视频监控、看护需求日益增加。当人们不在家时，希望将家用摄像机和智能手机客户端 App 的双向音频相连接，实时照看老人、儿童和宠物，监防周边危险。根据 Strategy Analytics 调研报告，在美国、英国、德国和法国中，将近三分之一的家庭中都装有家用摄像机。其中，在至少拥有一台家用摄像机的家庭中，60%的用户拥有两台或以上的家用摄像机。

第二，网络及通信基础设施持续完善。家用视频监控特点之一是网络化，满足用户通过移动终端远程实时监控需求。网络及通信基础设施的持续完善是家用视频监控产业加速发展的重要驱动力。欧美国家互联网发展起步较早，渗透率及覆盖率较高。随着网络及通信基础设施的完善，家用视频监控数据传输的时延得到降低，家用视频监控的时效性得到加强。同时，高速带宽也可以支持更高分辨率的视频进行传输，为后段的视频分析、智能识别的功能发展创造了充分的条件。

第三，智能家居应用及智慧家庭理念加快渗透。近年来，家用电子产品的数字化、智能化程度、渗透率水平越来越高，产品之间的界限逐渐模糊，各类智能家居产品相互连接，从而满足消费者个性化居住需求，打造出智慧家庭。家用视频监控可以通过无线或有线的协议扩展，接入 IoT 设备，如智能插座、智能门铃、智能家电、门禁、烟感、报警器等，以实现相互联动，让监控场景变得更为丰富。根据 Statista digital market outlook 的报告数据，截至 2020 年，全球“智能”安防产品家庭渗透率不足 15%，主要集中在欧美地区。伴随智能家居、智慧家庭市场不断发展，产品的丰富、完善和渗透率持续提升，家用视频监控作为全屋智能家居系统的入口之一，产品的需求也持续增加。

第四，家用视频监控硬件及软件功能不断升级。家用视频监控产品源自传统工程视频监控，早期只是对传统工程视频监控产品的简单裁剪和移植，产品功能单一，应用场景及渗透率有限。随着厂商在易用性上做了大量技术改进，用户体验越来越好，安装也更加便利，使得用户渗透率逐步提升。近年来，随着半导体制程技术的升级，视频监控用芯片的运算能力持续提升，功耗及成本持续下降，使得处于边缘端的家用摄像机可以搭载的功能愈加丰富，产品迭代周期不断缩短，硬件及软件功能不断升级，开始从传统的家居耐用品发展为智能的电子消费品，用户的更新购买频次也相应加快，市场的需求规模进一步扩大。

2、家用视频监控产品需求呈现出高清化、网络化、智能化和便捷化的变动趋势

随着科技发展带来的变革，全球家用视频监控行业处于快速增长阶段，产品发展呈现出高清化、网络化、智能化和便捷化的发展趋势。

第一，产品“影像高清化”。对于视频监控而言，影像清晰度无疑是高清监控中的最关键因素之一，清晰的影像带来更清楚的细节、更好的观看体验和更好的监控效果。高清化是视频监控产品的关键技术发展指标。近年来，视频监控行业一直处在高清化进程中，目前 200 万像素产品（1080P）为高清化的主要产品，未来 400 万像素、800 万像素等高清规格产品将逐步成为消费市场的主流产品。高清像素的提升并非是分辨率的简单提升，像素提高之后，会对整个视频监控系统带来一系列的技术提升。

第二，产品“网络化”。家用视频监控产品目前几乎已经全面完成了由模拟化到数字化的转化，同时叠加网络通讯基础设施的极大普及和移动应用的广泛应用，利用网络对家用视频监控设备进行预览、配置、文件检索回放等功能越来越成为基本功能。而家用视频监控产品的网络化，也面临着各种各样的技术突破和挑战，如：设备与用户在多种网络环境下的互联互通，设备在复杂网络环境下的数据传输控制、多样化的应用协议对接、网络安全控制、以及多用户并发访问处理等。目前各家用视频监控厂商也都在产品网络化进程中不断往更快速、更安全、更可靠的方向不断发展和优化。

第三，产品“系统智能化”。随着智能检测技术的发展，家用视频监控产品也在更加地“智能化”。通过将机器视觉技术融入视频监控系统，对视频数据进行图像处理、目标分析、物体检测等，实现了人、车、物等的目标检测或识别。

从而有效的减少了传统视频移动侦测所带来的漏报与误报，变被动监控为主动监控。甚至还可以利用机器学习，来实现对特定场景或特定动作进行监控应用，如：包裹检测、宠物识别等。

第四，产品“使用便捷化”。家用视频监控产品脱胎于“专业性”更强的传统安防，逐步拓展到“易用性”更强的消费电子领域中去，其“使用便捷化”的趋势越来越明显，出现了便于安装的电池摄像机、各种形态的 Wi-Fi 摄像机等消费型的产品。产品软件功能上越来越注重即插即用，用户界面的友好设计等。

上述高清化、网络化、智能化和便捷化的发展趋势即催生了用户的增量需求，即开拓了在一些新的细分场景，例如宠物看护，也缩短了用户的更换周期，促使行业空间持续扩大。

（二）近年可比公司及视频监控同行业公司收入增速

国内消费电子行业类似发行人采取线上销售为主的上市公司或拟上市公司主要有安克创新、华宝新能、影石创新等；国内视频监控行业上市公司或拟上市公司主要有同为股份、奥尼电子、安联锐视、萤石网络等。

近年可比公司及视频监控同行业公司收入增速情况如下：

类型	公司名称	收入类型	销售模式	较上年同期收入的增长比例		
				2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度
国内业务模式类似的可比公司	安克创新	主营业务收入（移动设备周边产品、智能硬件产品）	自主品牌，境外为主；线上为主	9.62%	34.45%	40.54%
	华宝新能	主营业务收入（锂电池储能类产品）	自主品牌，境外为主；线上为主	35.77%	115.14%	237.39%
	影石创新	主营业务收入（智能影像设备）	自主品牌，境外为主；线上线下布局	未披露	未披露	43.15%
国内视频监控行业可比公司	奥尼电子	智能网络摄像机	境外为主；线下 ODM 为主	-28.74%	-25.12%	386.30%
	同为股份	主营业务收入（视频监控产品）	境外为主；线下 ODM 为主	-7.91%	27.15%	22.93%
	安联锐视	主营业务收入（视频监控产品）	境外为主：线下 ODM 为主	2.94%	-7.78%	12.32%
	萤石网络	智能家居摄像机	自主品牌，境内为主；线上线下布局	16.23%	45.51%	36.80%
发行人		**主营业务收入**	**自主品牌，境外为主；线上为主**	**9.46%**	**42.41%**	**83.02%**

注 1：上述数据取自公开资料或根据相关公开数据计算所得

从国内业务模式类似的可比公司来看，同行业可比公司的收入规模近年来保

持逐年快速增长态势，2022 年 1-6 月的收入增幅较以前年度均有所下滑，但仍保持稳定的增长势头。

从国内视频监控行业的可比公司来看，与发行人较为类似的萤石网络近年来保持持续的增长趋势，其他同行业 ODM 类型企业，在最近三年供应链剧烈波动等外部环境影响下，经营情况存在一定的波动，但总体经营规模伴随行业整体规模的扩张，呈现螺旋式增长势头。ODM 企业的发展情况，也反映了在缺乏自主品牌和终端销售渠道情况下，虽然行业稳步增长，但企业成长受制约的情况。

整体而言，面向海外市场并以自主品牌从事线上渠道经营的同行业可比企业，均具备较为明显的成长性特点。

（三）家用摄像机产品使用更新年限

影响家用摄像机使用寿命的产品因素包括摄像机红外灯长期工作的亮度衰减、机械部件转动寿命、锂电池充放电次数等。除此之外，产品实际使用寿命还与应用场景环境、客户使用习惯等外部因素紧密相关。若按照一般的使用环境计算，家用摄像机产品设计寿命在 4-5 年左右，但通常超过 3 年以后，由于红外灯亮度衰减，图像质量会逐渐下降，因此实际使用年限总体在 3-5 年左右，即便不考虑增量用户需求，随着时间的推移，存量用户的产品持续更新迭代需求也较大。

此外，近年来，随着半导体制程技术的升级，视频监控用芯片的运算能力持续提升，功耗及成本持续下降，使得处于边缘端的家用摄像机可以搭载的功能愈加丰富，产品迭代周期不断缩短，硬件及软件功能不断升级，开始从传统的家居耐用品发展为智能的电子消费品，用户的更新购买频次也相应加快。

（四）关于发行人自身业务成长性的说明

发行人专注于家用视频监控行业这一细分领域，在高清化、网络化、智能化和便捷化的产品需求发展背景下，行业技术创新催生的增量需求和存量更新迭代带来的需求双轮驱动，市场需求空间超过数百亿，且稳步增长，同时行业竞争分散，发行人目前的全球出货量占比还不到 3%，因此具备持续的成长空间。发行人凭借自身的技术研发和品牌积淀优势，能够持续把握行业发展趋势，更好满足用户智能化、网络化、高清化和便捷化性能体验，实现自身业务的持续成长。

第一，发行人能够更快把握行业发展趋势，在产品分辨率、通讯模式、变焦模式等方面，率先推出性能更佳的产品

国外本土品牌主要依靠供应商提供 ODM，相比而言，公司早期就是从事

ODM 服务，具有较强的自主研发设计能力，在自建品牌直达终端消费者后，能够更加迅速将对终端消费者的感知转化为研发创新。发行人依托技术积累和对终端用户需求的精准、快速感知，在产品分辨率、通讯模式、变焦模式、机型规格等方面较同行业主要竞争对手率先推出更高性能的相关产品。

参数名称	发行人	主要竞争对手
分辨率	分辨率持续走在主要竞争对手的前列，产品线目前覆盖从 200-1200 万像素等多个分辨率，公开在售产品主要集中在 400-800 万像素。	主要竞争对手产品线覆盖 200-800 万像素，公开在售产品主要集中在 200-400 万像素。
通讯模式	①公司是行业内较早将 5GHz 频段 WiFi 应用于电池摄像机并大批量出货的公司之一，目前公司中高端机型全线支持 5/2.4GHz 频段 WiFi。5GHz WiFi 在家庭使用干扰小，带宽大，非常适合于高分辨率和大流量大视频传输； ②除 WiFi 频段外，公司还是较早推出支持移动 4G LTE 电池摄像机的公司之一。	主要竞争对手公开在售产品线极少支持 2.4G/5GHz 双频段 WiFi。
变焦模式	公司目前中高端机型全线支持光学变焦，拓展视频监控覆盖的距离。	主要竞争对手产品线多数仅支持定焦，公开在售产品较少支持变焦。
机型规格	公司目前产品线包含枪型、卡片机、云台、双目、高速球机等多种机型，覆盖应用场景广泛，是行业内较早将云台控制技术、双目技术应用于电池摄像机并大批量出货的品牌商之一。	主要竞争对手产品线多数为通用的卡片机、摇头机、枪型机等机型，公开在售的尚无类似的云台控制或双目的电池摄像机产品。

第二，发行人能够对每一个细分产品系列都做深做透，拥有更加丰富的产品类型，用户的选择性更广、针对性更强

和主要竞争对手相比，公司对每一个细分产品系列都做深做透，尽力覆盖市场上所有的产品形态，确保公司产品线能满足更多消费者的需求。因此，公司产品在价格段上跨度大，分布更密，针对每一个价格段，都有相应的产品。

截至本回复出具日，根据各主要竞争对手的品牌官方网站在售摄像机产品规格型号和价格，公司产品的价格区间、在售机型数量，和主要竞争对手的对比如下：

品牌	Reolink（发行人）	Ring	Blink	Arlo	eufy
价格段（美金）	$37.99～$299.99	$59.99～$269.99	$34.99～$99.99	$99.99～$299.99	$42.99～$299.99
在售机型数量	42 款	10 款左右	10 款左右	10 款左右	20 款左右

公司依托线上为主的自主品牌运营平台，能够直接触达终端消费者，获得了对消费者需求的近距离深度感知，能够及时获悉消费者的偏好，例如产品性能、应用场景痛点等，把控市场最新的产品需求导向，为产品研发重点指引方向，成为公司新产品创新创意的源泉和主要推动力。

第三，发行人能够对每一类产品进行持续技术创新，在行业内主动满足、不断挖掘用户更高性能体验的需求

伴随家用视频监控产品主要朝着影像高清化、产品网络化、系统智能化、使用便捷化等方向发展，发行人把握行业的发展趋势，自主研发的家用视频监控产品功能日益完善、性能指标不断提升。

产品		发展历程
摄像机单机	电池类	公司的电池类产品主要围绕电池、分辨率、无线通讯和形态系列化的方向进行演进，并根据消费者需求特点，形成相应不同系列规格的产品： **电池：**2016 年采用 CR123A 电池（不可在线充电），2017 年推出中小容量 18650 电池包（可在线充电），2022 年完成大容量 21700 电池包技术研发，产品即将量产。 **分辨率：**2016 年量产了 200 万像素电池摄像机；2019～2020 年量产多款 400 万像素电池摄像机；2022 年下半年量产 600 万像素电池摄像机；近期将会推出 800 万像素的电池摄像机。 **无线通讯：**2016 年量产了支持 2.4GHz 的单频 WiFi 通讯功能；2019 年量产了支持移动 4G LTE 数据通讯功能；2020 年量产了支持双频 2.4GHz/5GHz 的 WiFi 通讯功能。 **形态系列化：**2016 年量产第一款电池摄像机，后续陆续量产了枪机、卡片机、摇头机、双目等多种不同的产品形态，覆盖更多的应用场景。
	电源类	（1）公司电源 WiFi 摄像机的迭代主要围绕着分辨率、光学变焦、WiFi 频率、形态系列化的方向演进，并根据消费者需求特点，形成相应不同系列规格的产品： **分辨率：**2015 年量产了 200 万像素 WiFi 摄像机；2017～2020 年量产多款 300 万～500 万像素 WiFi 摄像机；即将要量产 800 万像素 WiFi 摄像机。 **光学变焦：**2015～2017 年推出数款 3 倍变焦产品；2018 年开始逐步推出 5 倍变焦产品；即将推出 16 倍变焦产品。

产品		发展历程
		WiFi 频率：2015 年量产了 2.4G 单频 WiFi 摄像机；2017 年开始逐步推出多款 2.4G/5G 双频 WiFi 摄像机；即将推出 WiFi6 摄像机。 **形态系列化：**2015 年首先推出了枪机，后续陆续推出海螺机、防爆半球机、卡片机、摇头机、高速球机、双目摄像机，覆盖各种细分应用场景。 （2）公司电源 PoE 摄像机的迭代主要围绕着分辨率、光学变焦、形态系列化的方向演进，并根据消费者需求特点，形成相应不同系列规格的产品： **分辨率：**2015 年量产了 400 万像素 PoE 摄像机；2016～2018 年量产多款 500 万像素 PoE 摄像机；2018 年～2020 年量产多款 800 万像素 PoE 摄像机；2021 年量产 2 款 1200 万像素 PoE 摄像机。 **光学变焦：**2015～2017 年推出数款 3 倍变焦产品；2018 年开始逐步推出 5 倍变焦产品；即将推出 16 倍变焦产品。 **形态系列化：**2015 年首先推出了枪机，后续陆续推出海螺机、防爆半球机、卡片机、高速球机、双目摄像机，覆盖各种细分应用场景。
摄像机套装		摄像机套装的演进路线，主要是围绕分辨率的提升： **分辨率：**2016 年量产了 400 万像素摄像机套装；2017～2018 年量产多款 500 万像素套装；2019 年～2020 年量产多款 800 万像素摄像机套装；2021 年量产了 1200 万像素摄像机套装。

综上，发行人所处的家用视频监控细分领域属于新兴成长型市场，在高清化、网络化、智能化和便捷化的产品需求发展下，既存在由技术创新催生的增量市场需求，也存在 3-5 年定期的更新迭代需求，整体市场空间广阔，行业集中度低，预计 2025 年全球家用摄像机出货量将突破 2 亿台，发行人目前年出货量 300 万台左右，占比还极低，即具备伴随行业整体规模增长带来的自然成长空间，也具备持续转化技术和品牌优势，扩大市场占有率带来的竞争性成长空间，具备较强的成长性。

二、结合 2022 年全年预计业绩、收入成本对应的货币结算情况、汇率变动趋势、费用支出、原材料及产品销售价格变动等情况，说明是否存在业绩进一步下滑风险，并就汇率波动风险进行针对性风险提示

公司 2022 年 1-9 月经审阅的收入及净利润以及 2022 年全年预计业绩均较去年同期增长，2022 年下半年汇率波动趋于平稳，费用支出保持稳定，原材料价格回落及产品销售价格保持稳定，业绩进一步下滑的风险较低。

具体说明如下：

（一）发行人 2022 年全年预计业绩情况

1、2022 年 1-9 月发行人经审阅的业绩与上年同期基本持平

根据公司经审阅的财务数据，2022 年前三季度公司实现营业收入 115,478.78

万元，较上年同期增长 17.16%；实现扣非前净利润 18,564.25 万元，较上年同期增长 1.24%；实现扣非后净利润 18,367.15 万元，较上年同期增长 2.76%。

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动数值	变动比例
营业收入	115,478.78	98,561.91	16,916.87	17.16%
归属于母公司所有者的净利润	18,564.25	18,337.21	227.05	1.24%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	18,367.15	17,873.17	493.97	2.76%

注：上表数据已经审阅。

2、2022 年全年发行人预计业绩与上年相比有所增长

2022 年 1-11 月，公司实现营业收入 149,896.83 万元（未经审计），实现扣非后净利润 25,126.11 万元（未经审计）。基于 2022 年 1-11 月公司最新已实现的业绩情况、公司历史上各年 12 月销售情况，谨慎预计并更新 2022 年全年最新业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度（预计）	2021 年度	变动比例
营业收入	162,000~165,000	136,721.14	18.49% ~ 20.68%
归属于母公司所有者的净利润	26,000~27,500	24,859.58	4.59% ~ 10.62%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	26,000~27,500	24,180.45	7.52% ~ 13.73%

注 1：上述预计不构成盈利预测。

综上，公司 2022 年 1-9 月（经审阅）及 2022 年全年预计实现业绩仍然保持一定增长，未出现持续下降态势。

（二）收入成本对应的货币结算情况、汇率变动趋势

1、收入成本对应的货币结算情况

在日常业务开展过程中，公司产品由境内母公司销售给境外香港子公司（应收外币款项），再通过香港子公司向欧洲市场销售（收款以欧元结算为主，营业成本以港币计价为主），或者经美国子公司向北美市场销售（收款以美元结算为主，营业成本以美元计价为主）。汇率波动会对营业收入、营业成本产生相应的影响，具体影响机制如下：

科目	主要币种	影响原因	汇率影响机制
营业收入	美元、欧元	不同期间的海外产品销售折算人民币的汇率波动差异	A、产品销售主要面向海外市场，收取外币 B、如果外币兑人民币的汇率贬值，营业收入对应折算人民币金额相应会减少 C、如果外币兑人民币的汇率升值，营业收入

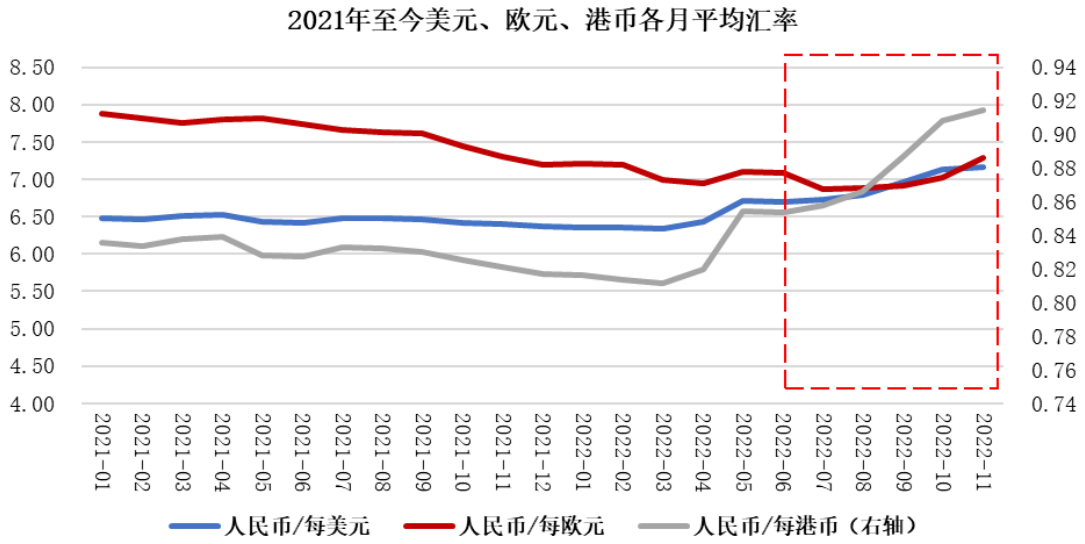
科目	主要币种	影响原因	汇率影响机制
			对应折算人民币金额相应会增加
营业成本	美元、港币	不同期间的海外库存商品结转成本及期末库存商品折算人民币的汇率波动差异	A、产品由境内母公司销售往境外子公司后，库存商品采用外币计价，销售时由境外仓库发货，并结转相应成本，期末将外币计算的营业成本按期间平均汇率折算为人民币，期末结存在海外的库存商品以外币计价，期末将外币计价的库存商品按期末汇率折算为人民币 B、如果外币兑人民币的汇率贬值，期间结转成本的库存商品折算人民币金额减少，使得营业成本相应减少，同时期末结存的库存商品对应折算人民币金额减少，在集团层面保持期末库存人民币计价货值不变情况下，汇率波动形成的金额减少相应计入营业成本 C、如果外币兑人民币的汇率升值，期间结转成本的库存商品折算人民币金额增加，使得营业成本相应增加，同时期末结存的库存商品对应折算人民币金额增加，在集团层面保持期末库存人民币计价货值不变情况下，汇率波动形成的金额增加相应计入营业成本

如上表所示，汇率波动对营业收入、营业成本产生影响，从而影响收入、毛利率。

汇率波动除对营业收入、营业成本产生影响外，也直接通过汇兑损益影响利润总额。公司产品由境内母公司销售给境外子公司，期末会形成境内母公司对境外子公司的应收外币款项，对应海外还未实现销售回款的库存商品。当外币出现升值，期末母公司应收外币款项折算为人民币时，会产生汇兑收益。由于汇率对汇兑损益和营业成本的影响相反，汇兑收益基本对冲了汇率波动对营业成本影响，因此汇率对净利润的影响主要是对收入的影响。

2、汇率变动趋势

2021 年至 2022 年 11 月，美元、欧元、港币兑人民币的各月平均汇率如下图：



如上图所示，欧元汇率在 2021 年至 2022 年 6 月期间持续大幅下降，且 2022 年 1-6 月下降尤为明显；美元、港元汇率在 2021 年至 2022 年 3 月期间也有不同程度下降，2022 年 4-6 月期间虽然汇率略有回升，但该期间平均汇率也低于 2021 年度可比期间平均汇率。发行人收入的结算货币主要是美元、欧元，汇率下降导致公司 2022 年 1-6 月业绩同比下滑。

2022 年下半年以来，美元、欧元、港币兑人民币汇率均有不同程度的上升，汇率波动因素预计不会导致业绩进一步下滑。

（三）费用支出情况

2022 年 1-6 月，公司净利润同比下降是受期间费用增加、资产减值规模增加等因素综合影响。2022 年 1-6 月较 2021 年 1-6 月，公司增幅明显的主要成本费用科目情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动数值	变动比例	变动原因
销售费用	12,961.49	11,272.93	1,688.56	14.98%	2021 年以来，公司根据业务发展需求，扩大销售人员规模，从 2021 年初的 117 人，增加至 2022 年初的 180 人，使得 2022 年 1-6 月的在职销售人员数量较上年同期增加较多，职工薪酬增幅明显。
管理费用	1,462.07	967.99	494.08	51.04%	2022 年 1-6 月，公司根据上市工作需求，增加海外律师及税务中介费用支出 356 万元。
研发费用	2,941.81	1,961.83	979.98	49.95%	公司加大研发投入力度，增加股权激励。2022 年股权激励费用同比增加额 513 万元，其中研发费

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动数值	变动比例	变动原因
					用增加 308 万。
资产减值损失	1,440.40	480.45	959.95	199.80%	随着经营规模扩大，同时为应对复杂外部环境，海外存货的备货金额稳步增加，相应存货跌价准备的计提增加。

该等期间费用增加具有一定的阶段性或偶发性，未来随着该等费用的稳定或减少，公司盈利能力也将提升：

第一，销售人员人均产值将有望提升。2021 年以来，公司根据业务发展需求，扩大销售人员规模，职工薪酬增幅明显，超过营业收入增幅，从而影响了公司 2022 年度的盈利水平。随着公司销售团队日益成熟完善，未来销售人员人均产值也有望持续提升，增强公司盈利能力。

第二，中介费用预计会减少。2022 年以来，公司根据上市工作需求，增加海外律师及税务中介费用支出，该等费用为偶发性费用，未来若无该类费用影响当期损益，公司盈利水平也会随之增加。

第三，股份支付费用的影响比例预计会下降。报告期内，公司实施股权激励，各年会分摊激励费用。2022 年度较 2021 年度分摊的股份支付费用更高，从而对公司 2022 年业绩增长也造成了一定影响。但 2023 年度及以后公司股份支付费用金额与 2022 年基本相当，在收入规模总体上涨从而利润额上涨的情况下，股份支付费用占利润的比例下降。

第四，公司的存货管理将会不断优化。2021 年下半年以来，受疫情背景下国际海运日趋紧张。同时，公司随着经营规模扩大，为应对复杂外部环境，海外存货的备货金额稳步增加，相应存货跌价准备的计提增加。未来随着全球疫情防控态势逐渐明朗，公司海外备货压力减小，存货管理将会根据外部环境不断优化，存货跌价计提的比例预计也将保持在更加稳定的水平。

（四）原材料及产品销售价格变动等情况

1、原材料价格变动

2020 年度、2021 年度、2022 年度上半年、2022 年 7-10 月主要原材料采购平均价格情况如下表：

单位：元/件

项目	2022 年 7-10 月	2022 年上半年	2021 年度	2020 年度

	单价	较 2022 年上半年变动	单价	较上年度变动	单价	较上年度变动	单价
IC 芯片（图像传感）	18.77	-15.49%	22.21	6.68%	20.82	-9.66%	23.05
IC 芯片（主控）	26.70	-5.22%	28.17	17.72%	23.93	21.26%	19.73
硬盘（2TB）	304.04	3.21%	294.58	1.26%	290.92	-5.90%	309.18
结构件（五金外壳）	5.78	6.25%	5.44	20.09%	4.53	32.43%	3.42
电子元器件（二三极管、MOS 管）	0.36	-12.20%	0.41	-2.38%	0.42	45.26%	0.29
通讯模块（WiFi）	18.01	-9.32%	19.86	-3.45%	20.57	0.28%	20.52
通讯模块（4G）	116.92	-0.04%	116.97	4.23%	112.22	-15.11%	132.19
镜头（套件）	12.17	-4.85%	12.79	13.69%	11.25	-1.48%	11.42
电源	28.60	10.81%	25.81	32.29%	19.51	3.19%	18.90
PCB 板（主板）	3.84	-0.52%	3.86	12.87%	3.42	-2.24%	3.50

注：由于各原材料内部种类众多，此处选取各原材料中的主要材料列示平均价格。

如上表所示， 2022 年下半年以来，主要原材料如 IC 芯片、电子元器件、通讯模块、镜头等均有不同程度的价格下降，因此原材料价格波动因素预计不会导致业绩进一步下滑。

2、产品销售价格变动

报告期内，公司主要产品的平均销售价格相对较为稳定，不存在大幅下降的情况。

单位：元/套

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	平均单价变动	平均单价	平均单价变动	平均单价	平均单价变动	平均单价
摄像机单机	567.30	13.38%	500.34	-1.03%	505.53	-1.91%	515.37
摄像机套装	3,381.42	10.39%	3,062.55	2.57%	2,985.92	24.15%	2,405.01

2022 年 1-6 月，公司产品销售价格有所上涨，主要是考虑到原材料价格持续上涨所致。2022 年下半年，发行人的产品销售价格继续保持相对稳定，因此产品销售价格变动因素，预计不会导致业绩进一步下滑。

（五）关于发行人业绩进一步下滑风险较低的说明

综上所述，发行人所处的家用视频监控细分领域属于新兴成长型市场，在高清化、网络化、智能化和便捷化的产品需求发展下，既存在由技术创新催生的增量市场需求，也存在 3-5 年定期的更新迭代需求，整体市场空间广阔，行业集中度低，即具备伴随行业整体规模增长带来的自然成长空间，也具备持续转化技术

和品牌优势，扩大市场占有率带来的竞争性成长空间，具备较强的成长性。

在良好的行业发展环境下，发行人 2022 年全年预计业绩较上年有所增长，未来随着发行人新产品、新渠道不断拓展、进一步优化成本费用，同时随着美元、欧元等外币汇率逐渐企稳或回升、原材料价格有所下降、产品销售价格保持稳定，公司业绩出现进一步下滑的风险较低。

（六）关于汇率波动的风险提示

针对汇率波动风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”之“（五）汇率变动的风险”补充披露如下内容：

报告期内，公司境外销售占当期营业收入的比例超过 99%，外销产品主要以美元、欧元结算。**在日常业务开展过程中，公司产品由境内母公司销售给境外香港子公司，再通过香港子公司向欧洲市场销售，或者经美国子公司向北美市场销售。不同期间的海外产品销售折算人民币的汇率波动差异会影响营业收入，不同期间的海外库存商品结转成本及期末库存商品折算人民币的汇率波动差异会影响营业成本。公司产品由境内母公司销售给境外子公司，期末会形成境内母公司对境外子公司的应收外币款项，对应海外还未实现销售回款的库存商品。当外币出现升值，期末母公司应收外币款项折算为人民币时，会产生汇兑收益。报告期内公司财务费用中的汇兑净收益金额分别为 109.15 万元、-2,041.94 万元、-1,784.66 万元和 1,616.45 万元。由于汇率对汇兑损益和营业成本的影响相反，汇兑收益基本对冲了汇率波动对营业成本影响，因此汇率对净利润的净影响主要体现在对收入的影响。报告期内，美元、欧元汇率波动对收入金额影响如下：**

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销收入（万美元）	6,805.70	10,118.69	6,818.83	3,999.85
外销收入（万人民币）	44,124.75	65,280.70	47,033.75	27,592.82
平均汇率（注 1）	6.4835	6.4515	6.897629	6.898457
汇率影响收入金额（注 2）	217.78	-4,515.24	-5.65	-

（续）

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销收入（万欧元）	2,679.93	6,639.62	4,355.81	2,107.22

外销收入（万人民币）	18,972.85	50,655.67	34,304.22	16,279.33
平均汇率（注 1）	7.0796	7.6293	7.8755	7.7255
汇率影响收入金额（注 2）	-1,473.16	-1,634.67	653.37	-

注 1：平均汇率=外销收入人民币金额/外销收入外币金额；

注 2：汇率影响收入金额=当期外币结算外销收入*（当期平均汇率-上期平均汇率）。

报告期内，人民币汇率的波动对公司业绩产生了一定影响。美元方面，2019 年与 2020 年的平均汇率变化不大，因此汇率影响收入的金额较小。2021 年的平均汇率较 2020 年下降了 6.47%，根据测算同等美元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 4,515.24 万元，对 2021 年的营业收入产生了一定影响；2022 年 1-6 月的平均汇率较 2021 年变动幅度较小，对收入的影响额较小。欧元方面 2020 年较 2019 年的平均汇率上涨 1.94%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响增加了 653.37 万元。2021 年的平均汇率较 2020 年下降了 3.13%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 1,634.67 万元；2022 年 1-6 月的平均汇率较 2021 年变动幅度下降 7.21%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 1,473.16 万元。

未来若美元、欧元等货币兑人民币汇率出现重大波动，可能对公司的收入和财务费用带来不确定性的影响，进而影响公司经营业绩。

【中介机构回复】

一、核查程序

中介机构执行的主要核查程序如下：

1、了解行业需求状况及变化趋势；取得可比企业及视频监控同行业公司的招股说明书、年度报告、半年度报告等公开资料，分析其业绩变动原因，分析核查发行人摄像机产品使用更新年限情况。结合前述情况，综合分析发行人自身业务是否具备成长性。

2、取得发行人报告期各期的收入成本明细表，并取得发行人 2022 年 1-9 月、2022 年 1-11 月、2022 年全年的实现业绩或预计实现业绩情况，并分析其变动原因；分析核查发行人新产品/新渠道等拓展情况、汇率变动情况、主要费用支出情况、原材料及产品销售价格变动情况等，分析其未来业绩是否会有进一步下滑的风险。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人所处的家用视频监控细分领域属于新兴成长型市场，在高清化、网络化、智能化和便捷化的产品需求发展下，既存在由技术创新催生的增量市场需求，也存在 3-5 年定期的更新迭代需求，整体市场空间广阔，行业集中度低，公司占比还极低，既具备伴随行业整体规模增长带来的自然成长空间，也具备持续转化技术和品牌优势，扩大市场占有率带来的竞争性成长空间，具备较强的成长性。

2、在良好的行业发展环境下，发行人 2022 年全年预计业绩较上年有所增长，未来随着发行人新产品、新渠道不断拓展、进一步优化成本费用，同时随着美元、欧元等外币汇率逐渐企稳或回升、原材料价格有所下降、产品销售价格保持稳定，公司业绩出现进一步下滑的风险较低。

3、发行人已针对性补充披露汇率波动风险。

问题 2、关于行政处罚风险

申请文件及问询回复显示，2019 年，发行人关联方睿联数位与主要供应商之间，以境外出借美元、境内收取人民币的方式，通过供应商财务人员及关联自然人账户进行资金流转，最终间接将相关资金汇入境内，流向发行人实际控制人等股东。该事项不排除被认定为违反外汇管理的相关规定。

请发行人说明是否存在被行政处罚的风险及相关法律责任的承担主体。

请保荐人、律师发表明确意见。

【发行人回复】

一、请发行人说明是否存在被行政处罚的风险及相关法律责任的承担主体

1、关于不存在被行政处罚的风险说明

发行人关联方香港睿联数位与主要供应商之间，以境外出借美元、境内收取人民币的方式，最终将相关资金汇入境内。

上述行为未以营利为目的，考虑汇率变动因素，上述境外出借美元、境内收取人民币金额基本相等，且上述行为未导致外汇资金流出。

根据当时生效的《中华人民共和国行政处罚法》（2017 年修正）规定：“违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚。法律另有规定的除外。前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算；违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算。”同时，根据《国家外汇管理局行政处罚办法》（2020 年）规定：“对在二年内未被有权机关发现的外汇违法行为，不再给予行政处罚。法律另有规定的除外。前款规定的期限，从外汇违法行为发生之日起计算，外汇违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算”。鉴于最后一次境外出借及境内收款行为发生时间为 2019 年 9 月 2 日，距今已逾三年，根据上述规定，监管部门不再给予行政处罚。

据此，鉴于上述行为未以营利为目的，未导致外汇资金流出，且已逾三年，根据相关规定，上述行为不存在因此被行政处罚的风险。

2、相关法律责任的承担主体

如上所述，上述行为不存在因此被行政处罚的风险，且发生在主要供应商与关联方之间，与发行人无关。假设被追究相关责任，鉴于进行外汇出借的香港睿联数位已注销，发行人实际控制人已出具兜底承诺：“若因上述行为导致发行人和/或子公司受到主管部门处罚，承诺人将共同连带地无条件全额承担需由公司

和/或子公司缴纳的全部罚款，以及因上述行为而产生的需由公司和/或子公司支付的所有相关费用”。

根据中国人民银行深圳市中心支行出具的无违法违规证明，报告期内，发行人不存在因违法人民银行及外汇管理相关法律法规、规章及规范性文件而受到中国人民银行深圳市中心支行及国家外汇管理局深圳市分局行政处罚的记录。同时，经在裁判文书网等网站检索，并根据发行人声明与承诺，发行人不存在因此受到行政处罚等情况。

根据香港梁陈彭律师行就香港睿联数位出具的《法律意见书》，香港睿联数位注销解散程序合法有效及符合香港法律法规规定；香港睿联数位合法存续期间不存在违反香港相关税收、环境保护、劳动等法律法规的情形；香港睿联数位合法存续期间在香港的法院或任何其他司法、行政裁判机构等地方不存在任何或任何进行中或待决的诉讼或仲裁，不存在境外投资、海关等方面的行政处罚及相关纠纷。

经查阅公司股东、董监高的无犯罪记录证明、《个人信用报告》，并经登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站查询，相关人员不存在违法犯罪记录，亦均不存在因此被外汇主管部门处罚的情形。

综上，上述行为不构成本次发行的实质障碍。

【中介机构回复】

一、核查程序

中介机构执行的主要核查程序如下：

1、访谈相关主体，并取得书面访谈记录和/或确认函；

2、查阅香港睿联数位等关联方报告期内的银行流水；查阅香港睿联数位的周年申报表、注销证明等档案文件及香港梁陈彭律师行就香港睿联数位出具的《法律意见书》；

3、查阅中国人民银行深圳市中心支行就发行人外汇事项出具的无违法违规证明；

4、查阅公司股东、董监高的无犯罪记录证明、《个人信用报告》、情况调查表等材料；

5、查阅发行人实际控制人出具的兜底承诺；

6、登录香港公司注册处网上查册中心及中国裁判文书网、中国执行信息公

开网、信用中国等网站查询。

二、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、关联方与主要供应商之间的上述行为未以营利为目的，未导致外汇资金流出，且已逾三年，根据相关规定，上述行为不存在因此被行政处罚的风险。

2、上述行为与发行人无关，且发行人实际控制人已出具兜底承诺，上述行为不构成本次发行的实质障碍。

（本页无正文，为《关于深圳市睿联技术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审核中心意见落实函的回复》之盖章页）

深圳市睿联技术股份有限公司

2022 年 12 月 20 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳市睿联技术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审核中心意见落实函的回复》的全部内容，确认本次意见落实函回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

发行人董事长：刘小宇

刘小宇

深圳市睿联技术股份有限公司

2022 年 12 月 20 日

（本页无正文，为《关于深圳市睿联技术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审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签字：

林建山　　伏江平

中信建投证券股份有限公司

2022年12月20日

关于本次意见落实函回复报告的声明

本人作为深圳市睿联技术股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次意见落实函回复报告郑重声明如下：

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

法定代表人/董事长签名：

王常青

中信建投证券股份有限公司

2022 年 12 月 20 日