



**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三轮审核问询  
函之回复报告**

保荐人（主承销商）



广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

**深圳证券交易所：**

根据贵所于 2022 年 2 月 15 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三轮审核问询函》（审核函（2022）010191 号）（以下简称“问询函”），中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“中信证券”）作为深圳市景创科技电子股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“景创科技”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、发行人申报会计师容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、发行人律师北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，具体情况如下文，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）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。

## 目录

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 1. 关于 2021 年业绩下滑..... | 4   |
| 2. 关于主要客户.....        | 72  |
| 3. 关于第三方回款及梅州国威.....  | 92  |
| 4. 关于行业政策.....        | 111 |

## 1. 关于2021年业绩下滑

申请文件及问询回复显示：

（1）发行人预计2021年全年实现营业收入59,978.97万元（未经审计，下同），较2020年同比增长13.69%；实现扣除非经常性损益后的归母净利润6,721.88万元，同比下滑15.65%；毛利率为24.34%，同比下降6.14个百分点。其中，2021年7-12月营业收入预计同比下滑5.60%；毛利率为23.94%，同比下滑8.15个百分点；扣非后归母净利润为3,975.92万元，同比下滑37.62%。

发行人称，收入增长原因包括引入了电动牙刷和迷你冲牙器等创新消费电子产品，毛利率下滑原因为汇率波动影响、创新消费电子业务毛利率较低、原材料价格上升等，扣非后归母净利润下滑原因还包括新产品前期研发投入较多，费用同比上升等。

（2）2020年11月及2021年，发行人因原材料涨价先后与梅州国威及其关联方、PDP、Bigben、品众电子就智能监护器或部分游戏控制器型号上调价格，其中对梅州国威及其关联方价格上调20%。

请发行人：

（1）进一步量化分析说明2021年下半年以来营业收入呈现下滑趋势、毛利率及净利润大幅下滑的原因，结合2022年第一季度业绩预计情况及主要财务数据同比、环比变动情况及原因，说明发行人是否存在业绩持续下滑的风险，并在招股说明书进行特别风险提示。

（2）结合境外收入结构、报告期内汇率变动、是否进行外汇套期保值等说明汇率变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示。

（3）结合报告期内创新电子消费产品等主营业务产品的收入及结构、毛利率、主要客户、在手订单等，说明发行人未来主要产品结构是否可能发生较大变化，并结合各产品的毛利率水平等说明对发行人产品盈利能力的影响；就前述事项在招股说明书中针对性地进行风险提示。

（4）结合报告期各期及2022年以来发行人主要原材料价格上升幅度、发行人与主要客户就原材料价格变动的协调机制、与主要客户实际调价频率及与原材料上升幅度的对比情况、发行人与客户议价能力等，量化分析说明各主要原材料采购价格变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示。

(5) 对比报告期内发行人向IC、LCD、塑胶料等主要原材料不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动等，分析说明发行人向不同主要供应商采购价格水平及变动幅度是否与市场价格、第三方公允价格等一致，采购价格是否公允。

(6) 说明发行人对梅州国威及其关联方价格调整范围、调整幅度明显高于其他客户的合理性，该客户对其他同类供应商同期是否存在类似调价情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

**一、进一步量化分析说明 2021 年下半年以来营业收入呈现下滑趋势、毛利率及净利润大幅下滑的原因，结合 2022 年第一季度业绩预计情况及主要财务数据同比、环比变动情况及原因，说明发行人是否存在业绩持续下滑的风险，并在招股说明书进行特别风险提示。**

**(一) 进一步量化分析说明 2021 年下半年以来营业收入呈现下滑趋势、毛利率及净利润大幅下滑的原因**

发行人 2021 年全年及 2021 年下半年营业收入、毛利率、净利润等主要财务指标及同比变动情况如下：

单位：万元

| 项目    | 2021 年全年情况 |           |              | 2021 年 7-12 月情况 |               |              |
|-------|------------|-----------|--------------|-----------------|---------------|--------------|
|       | 2021 年     | 2020 年    | 同比变动         | 2021 年 7-12 月   | 2020 年 7-12 月 | 同比变动         |
| 营业收入  | 59,992.18  | 52,758.44 | 13.71%       | 36,080.45       | 38,205.83     | -5.56%       |
| 毛利率   | 24.28%     | 30.48%    | 下降 6.20 个百分点 | 23.84%          | 32.09%        | 下降 8.25 个百分点 |
| 净利润   | 7,261.22   | 9,012.64  | -19.43%      | 4,065.21        | 7,096.01      | -42.71%      |
| 扣非净利润 | 6,664.13   | 7,969.07  | -16.38%      | 3,918.17        | 6,373.53      | -38.52%      |

2021 年 7-12 月，发行人营业收入同比小幅下滑，但净利润同比下滑幅度较大，主要原因包括：（1）受主要游戏外设客户 HORI 相关客供 IC 原料短缺及 PDP 合作开发新产品的影响，游戏外设业务收入同比下滑 23.26%，整体营业收入同比小幅下滑 5.56%；（2）公司毛利率因产品结构变化（高毛利率的游戏外

设产品收入占比下滑)、汇率波动(人民币兑美元升值)、主要原材料涨价(以IC、LCD等电子原材料为主)等因素影响同比下滑8.25个百分点;(3)公司经营规模及人员规模扩大,新产品前期研发设计投入较多,销售费用及研发费用分别同比上升33.86%及27.33%。

### 1、2021年7-12月营业收入同比小幅下滑

2021年7-12月,发行人营业收入同比小幅下滑5.56%,主要系主营业务收入中,游戏外设产品收入同比下滑23.26%所致。2021年7-12月,发行人主营业务收入分产品明细如下表所示:

单位:万元

| 项目         | 2021年1-6月 | 2021年7-12月 | 2020年7-12月 | 2021年7-12月同比变动 | 2021年7-12月环比变动 |
|------------|-----------|------------|------------|----------------|----------------|
| 游戏外设       | 16,818.02 | 22,578.27  | 29,420.04  | -23.26%        | 34.25%         |
| 其中:游戏控制器   | 11,565.94 | 13,425.92  | 17,912.68  | -25.05%        | 16.08%         |
| 游戏耳机       | 4,674.04  | 8,639.91   | 10,986.42  | -21.36%        | 84.85%         |
| 游戏机        | 98.02     | 186.18     | 153.44     | 21.33%         | 89.94%         |
| 创新消费电子产品   | 5,039.98  | 12,009.67  | 6,757.74   | 77.72%         | 138.29%        |
| 其中:智能监护器   | 3,238.60  | 9,292.22   | 6,139.00   | 51.36%         | 186.92%        |
| 电动牙刷、迷你冲牙器 | 1,461.29  | 2,883.87   | 249.51     | 1,055.80%      | 97.35%         |
| 其他主营业务     | 1,470.03  | 932.65     | 1,346.65   | -30.74%        | -36.56%        |
| 合计         | 23,426.05 | 35,706.77  | 37,677.87  | -5.23%         | 52.42%         |

发行人2020年及2021年前五大客户在2021年7-12月实现收入及同比情况如下表所示:

单位:万元

| 序号 | 客户     | 销售内容              | 2021年7-12月销售收入 | 2020年7-12月销售收入 | 同比变动    |
|----|--------|-------------------|----------------|----------------|---------|
| 1  | HORI   | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 3,503.45       | 9,360.66       | -62.57% |
| 2  | PDP    | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 6,923.16       | 9,819.93       | -29.50% |
| 3  | Bigben | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 9,138.87       | 7,973.02       | 14.62%  |

|   |           |                   |          |          |           |
|---|-----------|-------------------|----------|----------|-----------|
| 4 | Binatone  | 智能监护器等创新消费电子产品    | -        | 6,147.22 | -100.00%  |
| 5 | 品众电子      | 游戏控制器等游戏外设产品      | 1,541.14 | 1,197.15 | 28.73%    |
| 6 | 梅州国威及其关联方 | 智能监护器等创新消费电子产品    | 9,319.01 | -        | -         |
| 7 | 素士科技      | 电动牙刷、冲牙器等创新消费电子产品 | 2,831.08 | 252.84   | 1,019.71% |

如上述表格所示，发行人 2021 年 7-12 月营业收入小幅下滑主要系因游戏外设主要客户 PDP 及 HORI 在 2021 年 7-12 月收入同比下滑所致（Binatone 收入同比大幅减小主要系因其与摩托罗拉的授权到期，发行人 2021 年就摩托罗拉授权的智能监护器产品转为与梅州国威及其关联方合作），上述两家客户收入同比下滑的原因包括：

（1）发行人主要游戏外设客户之一 HORI 因其客供 IC 短缺给发行人的订单推迟下达

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。根据 HORI 出具的相关说明，HORI 在 2021 年下半年因 IC 模组中 sense IC 原料短缺，给发行人的部分产品订单预计推迟至 3 月下达。除发行人外，HORI 游戏控制器其他供应商亦或多或少受到相关 IC 原料短缺的影响。2021 年，各月份 HORI 给发行人供给的相关 IC 数量及发行人对应产品的生产数量、交付数量及各月末在产数量如下表所示：

单位：个

| 2021 年各月份 | Sense IC 供给数量 | 发行人相关产品当月生产数量 | 发行人相关产品当月销售数量 |
|-----------|---------------|---------------|---------------|
| 1 月       | 45,000        | 58,504        | 145,490       |
| 2 月       | 50,000        | 25,056        | 30,074        |
| 3 月       | 47,000        | 96,222        | 78,042        |
| 4 月       | 65,000        | 28,890        | 39,450        |
| 5 月       | 95,000        | 22,830        | 30,840        |
| 6 月       | 50,000        | 6,330         | 0             |
| 7 月       | 20,000        | 67,713        | 40,008        |
| 8 月       | 40,000        | 76,480        | 73,603        |
| 9 月       | 0             | 24,603        | 29,958        |
| 10 月      | 0             | 32,472        | 33,058        |
| 11 月      | 0             | 0             | 0             |
| 12 月      | 0             | 0             | 3             |
| 合计        | 412,000       | 439,100       | 500,526       |

如上表所示，发行人给 HORI 的相关产品各月的生产、销售数量与对应月份 HORI 给发行人客供的 IC 数量匹配性较好。根据 HORI 出具的相关说明，截至本回复报告出具日，其已找到妥善的解决方案，从而克服 IC 短缺的影响，预计 2021 年推迟的生产订单数量将于 2022 年 3 月陆续恢复下达，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。

(2) 发行人主要游戏外设客户之一 PDP 当年合作开发新品致使部分型号产品当年销量下滑

报告期内，发行人与 PDP 的合作以游戏耳机为主，PDP 销售收入同比下滑主要系其 2021 年与发行人合作开发新方案。2021 年 7-12 月及 2020 年 7-12 月，发行人销售给 PDP 的游戏耳机明细如下表所示：

单位：万元

| 产品类别 | 授权方 | 产品型号  | 2021 年<br>7-12 月 | 2020 年<br>7-12 月 |
|------|-----|-------|------------------|------------------|
| 双耳   | 任天堂 | LVL40 | 4,428.58         | 2,354.50         |
|      | 索尼  | LVL40 | 998.03           | 3,028.32         |
|      | 微软  | LVL40 | 793.51           | 2,862.28         |
|      | 小计  | -     | <b>6,220.12</b>  | <b>8,245.10</b>  |
| 单耳   | 索尼  | LVL30 | 15.09            | 847.09           |
|      | 微软  | LVL30 | 24.87            | 727.73           |
|      | 小计  | -     | <b>39.82</b>     | <b>1,574.83</b>  |
| 合计   |     | -     | <b>6,259.94</b>  | <b>9,819.93</b>  |

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，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

如上表所示，2021 年 7-12 月，PDP 单耳耳机实现销售收入 39.82 万元，同比下滑 97.47%，致使 PDP 当期销售收入同比下滑。

(3) 受 2020 年全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素影响，发行人 2020 年 1-6 月订单推迟至 7-12 月下达或发货

发行人销售收入特别境外游戏外设收入具有一定的季节性，通常第三、四季度收入金额相比于第一、二季度较高。2020 年全球经济、社会、公共卫生事

件等不可抗力因素对发行人 2020 年及 2021 年的季节性收入产生一定影响。受 2020 年全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素的影响，发行人 2020 年 1-6 月订单及出货量较少，主要客户订单推迟至 2020 年 7-12 月下达或发货，致使部分订单推迟至当年下半年才确认收入，甚至部分订单在 2020 年下半年尚未实现收入，形成年末在手订单在 2021 年第一、二季度相继实现收入。2021 年 7-12 月，发行人主营业务收入分产品明细与 2020 年 7-12 月及 2019 年 7-12 月对比如下表所示：

单位：万元

| 项目         | 2021 年 7-12 月    | 2020 年 7-12 月    | 2019 年 7-12 月    | 2021 年 7-12 月相比于 2020 年同期变动 | 2021 年 7-12 月相比于 2019 年同期变动 |
|------------|------------------|------------------|------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 游戏外设       | 22,578.27        | 29,420.04        | 18,960.54        | -23.26%                     | 19.08%                      |
| 其中：游戏控制器   | 13,425.92        | 17,912.68        | 12,036.57        | -25.05%                     | 11.54%                      |
| 游戏耳机       | 8,639.91         | 10,986.42        | 6,563.61         | -21.36%                     | 31.63%                      |
| 游戏机        | 186.18           | 153.44           | 2,024.90         | 21.33%                      | -90.81%                     |
| 创新消费电子产品   | 12,009.67        | 6,757.74         | 587.23           | 77.72%                      | 1945.13%                    |
| 其中：智能监护器   | 9,292.22         | 6,139.00         | 419.78           | 51.36%                      | 2113.60%                    |
| 电动牙刷、迷你冲牙器 | 2,883.87         | 249.51           | -                | 1,055.80%                   | -                           |
| 其他主营业务     | 932.65           | 1,346.65         | 305.81           | -30.74%                     | 204.98%                     |
| 合计         | <b>35,706.77</b> | <b>37,677.87</b> | <b>21,878.48</b> | <b>-5.23%</b>               | <b>63.21%</b>               |

如上表所示，发行人 2021 年 7-12 月主营业务收入金额虽同比 2020 年 7-12 月下滑，但相比于 2019 年 7-12 月增长 63.21%。

## 2、2021 年 7-12 月毛利率同比下滑幅度较大

2021 年 7-12 月，发行人主营业务毛利率及综合毛利率分别为 23.81%及 23.84%，分别同比下降 8.38 及 8.25 个百分点。2021 年 7-12 月，发行人主营业务分产品收入及毛利率情况如下表所示：

| 项目 | 收入金额（万元）      |               |      |      | 毛利率           |               |      |      |
|----|---------------|---------------|------|------|---------------|---------------|------|------|
|    | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动 | 环比变动 | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动 | 环比变动 |

|            |           |           |          |         |        |        |             |             |
|------------|-----------|-----------|----------|---------|--------|--------|-------------|-------------|
| 游戏外设       | 22,578.27 | 29,420.04 | -23.26%  | 34.25%  | 28.12% | 35.29% | -7.16 个百分点  | -0.69 个百分点  |
| 其中：游戏控制器   | 13,425.92 | 17,912.68 | -25.05%  | 16.08%  | 26.99% | 34.02% | -7.02 个百分点  | -1.97 个百分点  |
| 游戏耳机       | 8,639.91  | 10,986.42 | -21.36%  | 84.85%  | 29.56% | 36.77% | -7.20 个百分点  | +2.71 个百分点  |
| 游戏机        | 186.18    | 153.44    | 21.34%   | 89.94%  | 25.74% | 20.37% | +5.37 个百分点  | +6.91 个百分点  |
| 创新消费电子产品   | 12,009.67 | 6,757.74  | 77.72%   | 138.29% | 17.64% | 20.03% | -2.38 个百分点  | +3.65 个百分点  |
| 其中：智能监护器   | 9,292.22  | 6,139.00  | 51.36%   | 186.92% | 20.11% | 19.34% | +0.77 个百分点  | +5.17 个百分点  |
| 电动牙刷、迷你冲牙器 | 2,883.87  | 249.51    | 1055.80% | 97.35%  | 9.91%  | 17.47% | -7.56 个百分点  | +0.67 个百分点  |
| 其他主营业务     | 932.65    | 1,346.65  | -30.74%  | -36.56% | -1.49% | 27.08% | -28.56 个百分点 | -20.70 个百分点 |
| 合计         | 35,706.77 | 37,677.87 | -5.23%   | 52.42%  | -      | -      | -           | -           |

如上表所示，发行人 2021 年 7-12 月主营业务毛利率下滑主要系受产品收入结构、游戏外设毛利率下滑及其他主营业务毛利率下滑的影响，具体如下：

(1) 产品收入结构发生一定变动

发行人主营业务中，毛利率较高的游戏外设产品的收入占比从 2020 年 7-12 月的 78.08%下降至 2021 年 7-12 月的 63.23%。2021 年 7-12 月游戏外设产品收入比例及毛利率同比变化情况如下表所示：

| 项目       | 收入占比          |               |             | 毛利率           |               |            |
|----------|---------------|---------------|-------------|---------------|---------------|------------|
|          | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动        | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动       |
| 游戏外设     | 63.23%        | 78.08%        | -14.85 个百分点 | 28.12%        | 35.29%        | -7.16 个百分点 |
| 其中：游戏控制器 | 37.60%        | 47.54%        | -9.94 个百分点  | 26.99%        | 34.02%        | -7.02 个百分点 |
| 游戏耳机     | 24.20%        | 29.16%        | -4.96 个百分点  | 29.56%        | 36.77%        | -7.20 个百分点 |
| 创新消费电子产品 | 33.63%        | 17.94%        | +15.69 个百分点 | 17.64%        | 20.03%        | -2.38 个百分点 |

|   |  |  |    |  |  |   |
|---|--|--|----|--|--|---|
| 品 |  |  | 分点 |  |  | 点 |
|---|--|--|----|--|--|---|

游戏外设收入占比的下降一方面系如前所述，发行人游戏外设部分主要客户 PDP 及 HORI 因开发新品、客供 IC 原料短缺等原因当年下半年收入同比下滑，另一方面系发行人积极开拓创新消费电子类业务，相关业务自 2020 年起保持较高增长所致。

## （2）游戏外设产品毛利率同比下滑

发行人 2021 年 7-12 月游戏外设产品毛利率同比下滑 7.16 个百分点，主要原因包括：

### 1）游戏外设业务中收入分客户结构发生一定变化

2021 年 7-12 月游戏外设业务分客户的收入结构及同比情况如下表所示：

| 客户名称   | 2021 年 7-12 月收入占比 | 2020 年 7-12 月收入占比 | 同比变动        |
|--------|-------------------|-------------------|-------------|
| Bigben | 40.48%            | 27.06%            | +13.42 个百分点 |
| HORI   | 15.48%            | 31.82%            | -16.34 个百分点 |
| PDP    | 30.66%            | 33.38%            | -2.72 个百分点  |
| 其他     | 13.38%            | 7.74%             | +5.64 个百分点  |
| 合计     | 100.00%           | 100.00%           | -           |

如上表所示，游戏外设主要客户中，毛利率相对较高的 PDP 及 HORI 收入占当期游戏外设收入的比例同比分别下滑 2.72% 及 16.34%。

### 2）人民币兑美元升值对毛利率产生不利影响

2021 年 7-12 月人民币兑美元汇率平均值为 6.4323，而 2020 年同期人民币兑美元汇率平均值为 6.7729，人民币兑美元升值的趋势降低了发行人境外收入的毛利率，经测算影响 2021 年全年毛利率约 3.53 个百分点，关于汇率对发行人业绩影响的具体分析详见本回复报告之“问题 1.”之“二、结合境外收入结构、报告期内汇率变动、是否进行外汇套期保值等说明汇率变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示”；

### 3）原材料涨价对毛利率产生不利影响

2019 年至 2020 年，公司主要原材料价格基本维持稳定，采购均价变动主

要系产品结构变化所致。2021 年以来，受宏观环境影响，公司部分原材料价格上升幅度较大。2019 年至 2021 年，原材料价格上升对于成本的影响金额 分别为 34.96 万元、214.02 万元、2,381.84 万元，占当年直接成本的 0.18%、0.76%、6.96%。关于原材料涨价对发行人业绩影响的具体分析详见本回复报告之“问题 1.”之“四、结合报告期各期及 2022 年以来发行人主要原材料价格上升幅度、发行人与主要客户就原材料价格变动的协调机制、与主要客户实际调价频率及与原材料上升幅度的对比情况、发行人与客户议价能力等，量化分析说明各主要原材料采购价格变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示”。

### （3）其他主营业务毛利率大幅下滑

报告期内，其他主营业务为发行人利用部分生产环节产能对外承接的注塑、喷涂等加工业务。报告期各期，发行人其他主营业务收入金额分别为 472.27 万元、1,622.25 万元及 2,402.67 万元，相应的毛利率分别为 32.09%、28.26%及 11.18%。2021 年 7-12 月，其他主营业务毛利率同比大幅下滑 28.56 个百分点，主要系发行人子公司景鸿祥科技于 2021 年起对外承接喷涂业务，但因订单量规模较小致使产能利用率较低，故单位成本较高致使该类业务毛利率同比大幅下滑。

## 3、2021 年 7-12 月费用同比上升幅度较大

2021 年 7-12 月，发行人期间费用因经营及人员规模扩大，新产品前期开发投入较多同比上升幅度较大，销售费用、管理费用及研发费用分别同比变动 33.86%、-2.86%及 27.33%。

### （1）销售费用

2021 年 7-12 月，发行人销售费用主要明细金额及同比变动情况如下表所示：

单位：万元

| 项目   | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动   |
|------|---------------|---------------|--------|
| 职工薪酬 | 265.45        | 171.17        | 55.08% |
| 保险费  | 141.49        | 120.75        | 17.18% |

|           |               |               |               |
|-----------|---------------|---------------|---------------|
| 业务招待费     | 34.18         | 30.96         | 10.40%        |
| 其他（合并）    | 64.42         | 54.77         | 17.62%        |
| <b>合计</b> | <b>505.54</b> | <b>377.65</b> | <b>33.86%</b> |

2021 年 7-12 月，发行人销售费用同比增长 33.86%，主要系因开拓创新消费电子产品，市场及销售人员规模扩张，2021 年 7-12 月平均销售人员数量同比增长 38.46%，致使职工薪酬同比增长 55.08%所致。

## （2）管理费用

2021 年 7-12 月，发行人管理费用主要明细金额及同比变动情况如下表所示：

单位：万元

| 项目        | 2021 年 7-12 月   | 2020 年 7-12 月   | 同比变动          |
|-----------|-----------------|-----------------|---------------|
| 职工薪酬      | 650.90          | 495.97          | 31.24%        |
| 折旧与摊销     | 295.60          | 298.44          | -0.95%        |
| 办公费       | 106.80          | 113.68          | -6.05%        |
| 中介费       | 171.91          | 189.60          | -9.33%        |
| 维护保养费     | 102.58          | 116.15          | -11.68%       |
| 股份支付      | -               | 102.72          | -100.00%      |
| 其他        | 122.13          | 176.00          | -30.61%       |
| <b>合计</b> | <b>1,449.92</b> | <b>1,492.56</b> | <b>-2.86%</b> |

2021 年 7-12 月，发行人管理费用规模与 2020 年同期较为接近，同比下降 2.86%，主要系当期没有相关股份支付需要确认所致。

## （3）研发费用

2021 年 7-12 月，发行人研发费用主要明细金额及同比变动情况如下表所示：

单位：万元

| 项目    | 2021 年 7-12 月 | 2020 年 7-12 月 | 同比变动   |
|-------|---------------|---------------|--------|
| 职工薪酬  | 744.30        | 711.68        | 4.58%  |
| 材料费   | 710.25        | 488.83        | 45.30% |
| 折旧和摊销 | 106.59        | 70.70         | 50.76% |

|    |          |          |         |
|----|----------|----------|---------|
| 其他 | 117.42   | 47.10    | 149.30% |
| 合计 | 1,678.56 | 1,318.31 | 27.33%  |

2021 年 7-12 月，发行人研发费用同比上升 27.33%，主要系发行人积极开拓创新消费电子产品及开发新游戏外设产品所致，当期发行人产生研发费用的项目主要包括游戏控制器模块化快速换装技术、支持 2.4G 和蓝牙双模环绕技术的无线耳机的开发、电竞控制器中触摸控制技术、智能双镜应用技术、电动牙刷的可自动升降杀菌技术等。

综上所述，发行人 2021 年 7-12 月费用同比上升主要系开发新产品及相应增加销售人员规模致使研发费用及销售费用同比上升，但上述费用的增加基本属于发行人开发创新消费电子等新产品产生的前期研发投入及相应销售队伍的建设。随着新产品逐步完成开发，新增销售队伍的建设到位，预计上述费用不会持续大幅上升，不会对发行人未来经营业绩持续产生重大不利影响。

#### 4、发行人 2021 年下半年业绩下滑的趋势与同行业可比公司一致

受元器件供应紧张、原材料价格上涨、国际运费上涨以及部分客户需求订单放缓等因素等影响，发行人可比公司在 2021 年下半年营业收入及利润水平亦呈现同比下滑的趋势，具体情况如下：

单位：万元

| 公司名称 | 2021 年下半年营业收入同比变动比例 | 2021 年下半年净利润同比变动比例 | 2021 年下半年扣非净利润同比变动比例 |
|------|---------------------|--------------------|----------------------|
| 朝阳科技 | 28.16%              | -257.46%           | -267.64%             |
| 瀛通通讯 | -15.38%             | -218.08%           | -256.15%             |
| 盈趣科技 | -5.46%              | -18.45%            | -19.29%              |
| 达实智控 | 未披露                 | 未披露                | 未披露                  |
| 发行人  | -5.56%              | -42.71%            | -38.52%              |

如上表所示，发行人 2021 年下半年营业收入、扣非前后净利润同比下滑与可比公司一致，下滑幅度属于同行业可比公司下滑幅度范围内，具有可比性。

#### （二）2022 年第一季度业绩情况及主要财务数据同比、环比变动情况及原因

截至 2022 年 3 月末发行人在手订单金额为 28,415.03 万元，主要客户在手

订单情况如下表所示：

单位：万元

| 客户名称      | 截至 2022 年 3 月末<br>在手订单金额 | 主要销售内容            | 在手订单覆盖周期 |
|-----------|--------------------------|-------------------|----------|
| HORI      | 4,956.27                 | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 约 4 个月   |
| PDP       | 4,189.84                 | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 约 4 个月   |
| Bigben    | 4,070.26                 | 游戏控制器、游戏耳机等游戏外设产品 | 约 3 个月   |
| 品众电子      | 1,267.77                 | 游戏控制器等游戏外设产品      | 约 2 个月   |
| 梅州国威及其关联方 | 7,818.78                 | 智能监护器等创新消费电子产品    | 约 9 个月   |
| 素士科技      | 1,911.81                 | 电动牙刷、冲牙器等创新消费电子产品 | 约 4 个月   |
| 合计        | 24,214.73                | -                 | -        |

根据申报会计师出具的容诚审字[2022]518Z0439 号审阅报告，发行人 2022 年一季度业绩及同比、环比变动情况如下：

单位：万元

| 项目            | 2022 年 1-3 月<br>(经审阅) | 2021 年 1-3 月 | 同比变动    | 2021 年 10-12 月 | 环比变动    |
|---------------|-----------------------|--------------|---------|----------------|---------|
| 营业收入          | 13,686.81             | 12,767.29    | 7.20%   | 17,148.75      | -20.19% |
| 净利润           | 1,345.02              | 1,960.56     | -31.40% | 1,868.58       | -28.02% |
| 扣除非经常性损益后的净利润 | 702.82                | 1,948.13     | -63.92% | 1,834.04       | -61.68% |

### 1、2022 年第一季度业绩情况同比变动原因

发行人 2022 年第一季度收入同比小幅上升，但净利润与 2021 年第一季度同比存在下滑情形，扣除非经常性损益后的净利润下滑幅度较大，主要原因系 2022 年第一季度主营业务中，毛利率较高的游戏外设收入同比下滑 41.71%所致。2018 年以来，发行人各年第一季度主要游戏外设客户及整体游戏外设收入如下表所示：

单位：万元

| 项目   | 2022 年一季度 |         | 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：<br>Bigben | 2,762.36 | 33.81%  | 2,064.34 | 121.19% | 933.28   | -73.29% | 3,494.62 | 62.95%  | 2,144.66 |
| HORI          | 950.65   | -79.65% | 4,671.93 | 327.97% | 1,091.64 | 125.39% | 484.33   | -25.45% | 649.69   |
| PDP           | 697.74   | -57.33% | 1,635.13 | 179.04% | 585.99   | -50.03% | 1,172.66 | -26.70% | 1,599.87 |

2022 年第一季度游戏外设收入同比下滑的主要原因如下：

（1）2020 年全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素对发行人 2021 年游戏外设收入季度分布产生一定影响

发行人销售收入特别境外游戏外设收入具有一定的季节性，通常第三、四季度收入金额相比于第一、二季度较高。2020 年全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素对发行人 2020 年及 2021 年游戏外设的季节性收入产生一定影响。受 2020 年全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素的影响，发行人 2020 年 1-6 月订单及出货量较少，游戏外设主要客户订单推迟至 2020 年 7-12 月下达或发货，致使部分订单推迟至当年下半年才确认收入，甚至部分订单在 2020 年下半年尚未实现收入，形成年末在手订单在 2021 年第一、二季度相继实现收入。此外，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，发行人游戏外设主要客户，特别 HORI 在 2021 年第一季度交付的订单量较高。上述因素致使发行人 2021 年第一季度游戏外设收入高于 2022 年及报告期内过往历年第一季度游戏外设收入。

（2）2022 年一季度受深圳公共卫生事件等不可抗力因素影响，3 月份业绩未达到正常经营水平

受深圳公共卫生事件等不可抗力因素影响，发行人从 3 月第二周起即处于半停工甚至停工状态，原材料采购及产品销售出库均受到公共卫生事件等不可抗力因素不利影响。上述影响持续至 3 月最后一周，导致发行人 3 月较多游戏外设业务订单未实现生产及交付，3 月份业绩未达到正常经营水平。

（3）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

2022 年第一季度，发行人向 HORI 及 PDP 销售金额虽属于报告期内历史正

常水平，但相比于 2021 年第一季度收入分别下滑 79.65%和 57.33%。

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。截至 2022 年 3 月末，相关 IC 短缺问题已逐步得到缓解，HORI 的订单量逐步恢复下达。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，预计 2022 年第四季度推出，旧一代产品在 2022 年第一季度交付订单量较少。

## 2、2022 年第一季度业绩情况环比变动原因

2022 年一季度收入及扣非前后净利润与 2021 年第四季度相比存在下滑情形，主要系发行人业务存在一定季节性因素，报告期内各年度第三、四季度的收入、净利润水平相比于第一、二季度较高。

2019-2021 年各季度，发行人主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元

| 项目   | 2021 年度   |         | 2020 年度   |         | 2019 年度   |         |
|------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|      | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      |
| 第一季度 | 12,457.99 | 21.07%  | 4,213.72  | 8.16%   | 7,194.24  | 20.33%  |
| 第二季度 | 10,968.07 | 18.55%  | 9,736.01  | 18.86%  | 6,308.49  | 17.83%  |
| 第三季度 | 18,896.61 | 31.96%  | 20,593.28 | 39.89%  | 10,045.82 | 28.39%  |
| 第四季度 | 16,810.14 | 28.42%  | 17,084.60 | 33.09%  | 11,832.66 | 33.44%  |
| 合计   | 59,132.81 | 100.00% | 51,627.61 | 100.00% | 35,381.21 | 100.00% |

2019-2021 年各季度，发行人净利润情况如下表所示：

单位：万元

| 项目   | 2021 年度  |         | 2020 年度  |         | 2019 年度  |         |
|------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
|      | 金额       | 占比      | 金额       | 占比      | 金额       | 占比      |
| 第一季度 | 1,960.56 | 27.00%  | 242.62   | 2.69%   | 511.59   | 10.52%  |
| 第二季度 | 1,235.45 | 17.02%  | 1,674.01 | 18.57%  | 295.78   | 6.08%   |
| 第三季度 | 2,196.63 | 30.25%  | 3,187.93 | 35.37%  | 2,134.23 | 43.90%  |
| 第四季度 | 1,868.58 | 25.73%  | 3,908.08 | 43.36%  | 1,919.71 | 39.49%  |
| 合计   | 7,261.22 | 100.00% | 9,012.64 | 100.00% | 4,861.30 | 100.00% |

注：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 310.11 万元及 102.72 万元。

报告期内，公司收入、利润在第三和第四季度占比高于第一和第二季度，

其中 2020 年第一和第二季度收入金额和占比相比其他年份偏低，主要原因系公司 2020 年上半年受全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素影响，订单出货量很少。

### 3、2022 年第一季度业绩情况与报告期内各年度第一季度业绩情况对比

发行人 2022 年第一季度收入及净利润与报告期内各年第一季度收入及净利润水平对比如下表所示：

单位：万元

| 项目            | 2022 年 1-3 月（经审阅） | 2021 年 1-3 月 | 2020 年 1-3 月 | 2019 年 1-3 月 |
|---------------|-------------------|--------------|--------------|--------------|
| 营业收入          | 13,686.81         | 12,767.29    | 4,248.06     | 7,249.97     |
| 净利润           | 1,345.02          | 1,960.56     | 242.62       | 511.59       |
| 扣除非经常性损益后的净利润 | 702.82            | 1,948.13     | 185.10       | 457.45       |

如上表所示，发行人 2022 年第一季度营业收入同比小幅增长，虽扣非前后净利润同比下滑，但均高于 2020 年、2019 年各年第一季度水平。

### （三）发行人业绩预计不存在持续下滑的情形

发行人 2022 年业绩预计不存在持续下滑的情形，原因如下：

#### 1、游戏外设业务预计 2022 年不存在持续下滑的情形

发行人游戏外设业务预计 2022 年不存在持续下滑的情形，主要原因包括：

（1）终端厂商新世代主机的推广、爆款游戏的推出及 VR/AR 的火热和普及将推动游戏外设行业规模的持续提升；（2）发行人与报告期内主要游戏外设客户有长年、稳定且持续的合作关系；（3）发行人主要游戏外设客户均已取得索尼和微软新世代主机 PS5 和 Xbox Series X 的相关授权且已就相关产品与发行人进行合作开发或已实现销售出货；（4）发行人主要游戏外设客户 HORI 部分原材料短缺问题已找到妥善的解决方案；（5）发行人主要游戏外设客户截至 2021 年末的合计在手订单相比于报告期各年度末不存在异常情形；（6）除主要游戏外设客户 Bigben、HORI、PDP 外，发行人积极拓展其他游戏外设客户。

关于发行人游戏外设业务预计 2022 年不存在下滑风险的原因详见本回复报

告之“问题 2.关于主要客户”之“一、结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对 Bigben、HORI、PDP 等主要客户收入变动较大的原因、2021 年对 HORI、PDP 收入下滑原因，分析发行人与相关客户合作是否稳定、是否存在进一步下滑风险，并在招股说明书中有针对性地进行风险提示”之“（二）发行人与相关客户合作稳定、游戏外设业务 2022 年不存在进一步下滑的情形”。

## 2、发行人报告期内持续拓展产品种类、开拓新的客户

发行人基于在游戏外设领域的深度积累积极拓展创新消费电子业务，不断扩展产品种类，成功开拓了智能监护器、消费电子个护等产品，相应拓展了包括梅州国威及其关联方、素士科技等在内的业内知名消费电子厂商。2020-2021 年，发行人创新消费电子业务收入从 10,378.08 万元快速提升至 17,049.65 万元。截至 2022 年 3 月末，除梅州国威及其关联方、素士科技外，发行人新开拓的创新消费电子客户还包括敦泰电子（深圳）有限公司、上海海尔医疗科技有限公司、深圳市国电科技通信有限公司、北京宝洁技术有限公司、Sennheiser electronic GmbH&Co.KG 等。在游戏外设领域，发行人亦积极开拓新客户，截至 2022 年 3 月末，除传统主要游戏外设客户外，发行人新开拓的游戏外设客户还包括深圳市壹位堂科技有限公司、Velan Studios Inc.等。上述新增客户的情况如下表所示：

单位：万元

| 主营业务分类 | 新增客户名称             | 产品名称   | 客户成立时间     | 与客户建立合作时间   | 合作情况                                                |
|--------|--------------------|--------|------------|-------------|-----------------------------------------------------|
| 游戏外设   | 深圳市壹位堂科技有限公司       | 游戏控制器  | 2020-03-26 | 2021 年 8 月  | 2022 年已实现销售金额 1,475.93 万元，截至 2022 年末，在手订单 270.46 万元 |
|        | Velan Studios Inc. | AR 赛车  | 2016 年     | 2021 年 12 月 | 已进入其供应商白名单，目前处于开发过程中，截至 2022 年末，在手订单量约为 293.38 万元   |
| 创新消费电子 | 敦泰电子（深圳）有限公司       | 电脑触摸模组 | 2015-03-06 | 2021 年 4 月  | 2022 年已实现销售金额 758.63 万元，截至 2022 年末，在手订单 273.78 万元   |
|        | 上海海尔医疗科技有限公司       | 冲牙器    | 2014-09-28 | 2022 年 2 月  | 2021 年暂未实现收入，截至 2021 年已收取产品开发                       |

|  |                                  |             |                  |            |                                                                 |
|--|----------------------------------|-------------|------------------|------------|-----------------------------------------------------------------|
|  |                                  |             |                  |            | 费用 12.26 万元，2022 年已实现销售收入 63.71 万元                              |
|  | 深圳市国电科技通信有限公司                    | 电表智能控制器     | 2003-09-18       | 2022 年 3 月 | 2021 年暂未实现收入，2022 年实现销售收入 2,644.51 万元，截至 2022 年末，在手订单 735.63 万元 |
|  | 北京宝洁技术有限公司                       | 电动剃须刀、电动牙刷等 | 1996 年 12 月 31 日 | 2022 年 6 月 | 已进入其供应商白名单，2022 年 6 月进入开发验证阶段，已实现收入 6.35 万元，在手订单 19.63 万元       |
|  | Sennheiser electronic GmbH&Co.KG | 蓝牙麦克风       | 1949 年 1 月 22 日  | 2022 年 6 月 | 已进入其供应商名录，2022 年 6 月进入产品开发阶段，暂未实现收入                             |

**3、发行人虽 2021 年下半年业绩同比大幅下滑，但 2021 年全年收入同比上升，净利润不存在大幅下滑情形且 2021 年营业收入同比下滑的主要游戏外设客户预计 2022 年不存在持续下滑的风险**

2020 年受全球经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素影响，发行人境外主要游戏外设客户的订单大多推迟至第二季度以后才陆续下达及发货，故 2020 年第三和第四季度发行人产生的收入及利润金额较高。发行人虽 2021 年下半年业绩同比下滑幅度较大，但 2021 年全年营业收入实现同比增长 13.71%，扣非前后净利润分别同比下滑 19.43%及 16.38%，未出现大幅下滑的情形。

2021 年营业收入同比下滑的主要游戏外设客户 HORI 及 PDP 均已出具相关说明。根据 HORI 的相关说明，HORI 在 2021 年收入同比下滑的主要原因之一系其在 2021 年下半年因 IC 模组原材料短缺（该原材料由 HORI 客供给发行人），给发行人的部分订单推迟下达所致。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；根据 PDP 的相关说明，PDP 在 2021 年收入同比下滑主要系因当年与景创科技合作开发新产品，旧产品减少或逐步停止采购所致，不存在主观减少景创科技在供应链份额的情形，随着新产品开发完成及交货，预计 2022 年给景创科技的订单量不会出现持续大幅下滑的情形。关于发行人与 PDP 新旧产品的情况详见本回复报告之“问题 2. 关于主要客户”之“一、结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对 Bigben、

HORI、PDP 等主要客户收入变动较大的原因、2021 年对 HORI、PDP 收入下滑原因，分析发行人与相关客户合作是否稳定、是否存在进一步下滑风险，并在招股说明书中有针对性地进行风险提示”之“（一）结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对 Bigben、HORI、PDP 等主要客户收入变动较大的原因、2021 年对 HORI、PDP 收入下滑原因”之“3、PDP 报告期内收入构成明细及变动原因”。

#### 4、发行人截至 2022 年 3 月末在手订单量较高

发行人 2022 年一季度新增订单及截至 2022 年 3 月末在手订单金额及与过往年度一季度对比情况如下表所示：

单位：万元

| 客户名称                | 截至 2022 年<br>3 月末 | 截至 2021 年<br>3 月末 | 截至 2020 年<br>3 月末 | 截至 2019 年<br>3 月末 | 截至 2018 年<br>3 月末 |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 一季度新增<br>订单金额       | 19,107.06         | 7,825.14          | 5,837.34          | 3,470.48          | 9,238.72          |
| 截至三月末<br>在手订单金<br>额 | 28,415.03         | 13,534.10         | 8,186.71          | 4,564.04          | 9,485.33          |

如上表所示，发行人 2022 年第一季度新增订单金额同比不存在下滑情形，截至 2022 年 3 月末在手订单金额较高，主要原因包括：（1）HORI 2021 年下半年客供 IC 短缺的问题已解决，相关客供料已陆续给到发行人，相关产品订单亦陆续下达；（2）受 3 月突发公共卫生事件影响，发行人当时处于停工状态，相关客户订单未实现交付；（3）因突发公共卫生事件，发行人与各主要游戏外设客户进行了充分沟通，为保证各客户所需订单产品高效、及时交货，经与客户协商，客户提前下达了 2-3 个月订单；（4）公司创新消费电子客户梅州国威（2021 年新增客户）通常给发行人提前下达的订单量覆盖的周期较长，相应在手订单金额较高。

5、发行人及时、有序组织复工复产，预计 2022 年 4-6 月业绩同比呈现上升趋势，2022 年 1-6 月业绩同比下滑幅度相比于 2022 年 1-3 月收窄，截至 2022 年 6 月 8 日在手订单仍维持较高水平

截至 2022 年 9 月末，随着深圳本土公共卫生事件逐步得到控制，发行人及时、有序组织复工复产。根据发行人 2022 年 4-5 月已实现收入及 6 月订单执行

情况，预计发行人 2022 年第二季度营业收入、扣非前后净利润同比及环比情况如下表所示：

单位：万元

| 项目            | 2022 年 4-6 月 | 2021 年 4-6 月 | 同比变动   | 2022 年 1-3 月<br>(经审阅) | 环比变动    |
|---------------|--------------|--------------|--------|-----------------------|---------|
| 营业收入          | 13,506.08    | 11,144.44    | 27.02% | 13,686.81             | 3.43%   |
| 净利润           | 1,521.85     | 1,235.45     | 23.18% | 1,345.02              | 13.15%  |
| 扣除非经常性损益后的净利润 | 1,461.87     | 797.83       | 83.23% | 702.82                | 108.00% |

如上表所示，发行人 2022 年第二季度业绩预计同比及环比均实现增长，其中营业收入同比预计增长 27.02%，净利润预计同比增长 23.18%，扣非净利润预计同比增长 83.23%。

发行人 2022 年 1-6 月营业收入、扣非前后净利润同比情况如下表所示：

单位：万元

| 项目            | 2022 年 1-6 月 | 2021 年 1-6 月 | 同比变动    |
|---------------|--------------|--------------|---------|
| 营业收入          | 27,842.98    | 23,911.73    | 16.44%  |
| 净利润           | 2,866.87     | 3,196.01     | -10.30% |
| 扣除非经常性损益后的净利润 | 2,164.69     | 2,745.96     | -21.17% |

因发行人 2022 年 4-6 月业绩同比出现回升，发行人 2022 年 1-6 月营业收入预计同比实现增长 16.44%，扣非前后净利润同比下滑幅度相比于 2022 年 1-3 月出现大幅收窄情形。

截至 2022 年 6 月末发行人在手订单金额为 24,479.35 万元，发行人 2022 年 4-6 月预计营业收入同比回升的情形下，截至 2022 年 6 月末各主要客户在手订单仍较为充足。

综上所述，发行人 2022 年业绩预计不存在持续下滑的情形。

#### （四）招股说明书补充风险提示

关于发行人经营业绩下滑的风险，发行人已于招股说明书“第四节、三、（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”及“重大事项提示、一、（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”补充披露如下：

“

2020 年、2021 年及 2022 年，发行人游戏外设业务收入分别为 39,241.49 万元、39,396.29 万元及 31,062.64 万元，其中 2021 年游戏外设收入与 2020 年基本持平，未呈现一定幅度上升的主要原因系发行人游戏外设主要客户 HORI 及 PDP 当年因 IC 模组等原材料短缺、新产品开发等原因当年收入同比下滑所致。未来若核心原材料、客户新产品开发及采购计划等发生重大不利变化，将会对公司游戏外设业务收入产生不利影响，使其存在下滑的风险。

2020 年、2021 年及 2022 年，发行人综合毛利率分别为 30.48%、24.28%及 22.01%。其中，2021 年综合毛利率同比下降 6.20 个百分点，2022 年综合毛利率同比下降 2.27 个百分点，主要系受产品结构变化（高毛利率的游戏外设产品收入占比下滑）、汇率波动（人民币兑美元升值）、主要原材料涨价（以 IC、LCD 等电子原材料为主）等因素影响。未来若高毛利率的游戏外设产品收入占比进一步下滑、人民币兑美元持续升值、主要原材料持续涨价等，将致使公司综合毛利率存在进一步下滑的风险。

2021 年发行人实现营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别为 59,992.18 万元、7,261.22 万元及 6,664.13 万元，同比分别上升 13.71%、下降 19.43%及下降 16.38%。其中，2021 年 7-12 月营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别同比下滑 5.56%、42.71%及 38.52%。2021 年发行人在营业收入同比增长 13.71%的情形下，净利润同比下滑以及 2021 年下半年利润水平同比下降幅度较大，主要系受高毛利率的游戏外设业务收入占比下降、部分原材料涨价、汇率波动、开发新产品前期投入较大等因素所致。2022 年发行人实现营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别为 59,493.91 万元、7,961.46 万元及 6,201.31 万元，同比分别下降 0.83%、上升 9.64%及下降 6.94%，主要系受国内外经济、社会等不可抗力因素的影响，公司 12 月份运营、生产、交付效率大幅下降、开工率严重不足，从而对公司订单交付造成直接影响。未来若出现核心原材料价格持续上涨、人民币兑美元持续升值、游戏外设收入下滑、新产品投入回报延后等情形，将使发行人经营业绩存在进一步下滑的风险，甚至下

滑超过 50%的风险。

”

二、结合境外收入结构、报告期内汇率变动、是否进行外汇套期保值等说明汇率变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示。

（一）结合境外收入结构、报告期内汇率变动、是否进行外汇套期保值等说明汇率变动对发行人业绩的影响

1、发行人境外收入结构变动情况对发行人业绩的影响

2020-2022 年度，公司主营业务收入境内外构成如下：

单位：万元

| 区域        | 2022 年度   |         | 2021 年度   |         | 2020 年度   |         |
|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|           | 收入金额      | 占比      | 收入金额      | 占比      | 收入金额      | 占比      |
| 境内收入      | 22,166.70 | 38.29%  | 12,306.34 | 20.81%  | 6,824.77  | 13.22%  |
| 境外收入      | 35,730.52 | 61.71%  | 46,826.46 | 79.19%  | 44,802.84 | 86.78%  |
| 其中：北美洲    | 12,954.67 | 22.38%  | 20,519.38 | 34.70%  | 19,304.31 | 37.39%  |
| 欧洲        | 15,456.77 | 26.70%  | 19,121.35 | 32.34%  | 17,588.78 | 34.07%  |
| 亚洲（除中国境内） | 5,475.53  | 9.46%   | 6,048.66  | 10.23%  | 6,885.69  | 13.34%  |
| 总计        | 57,897.22 | 100.00% | 59,132.81 | 100.00% | 51,627.61 | 100.00% |

2020 年至 2022 年，公司主营业务境外收入按照结算货币种类分类如下：

单位：万元

| 区域   | 2022 年度   |        | 2021 年度   |        | 2020 年度   |        |
|------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|      | 收入金额      | 占比     | 收入金额      | 占比     | 收入金额      | 占比     |
| 美元   | 22,759.41 | 39.31% | 35,980.72 | 60.85% | 44,606.85 | 86.40% |
| 人民币  | 12,947.08 | 22.36% | 10,821.69 | 18.30% | 195.98    | 0.38%  |
| 其他货币 | 24.03     | 0.04%  | 24.06     | 0.04%  | -         | -      |
| 境外收入 | 35,730.52 | 61.71% | 46,826.46 | 79.19% | 44,802.84 | 86.78% |

2020 年至 2022 年，公司境外收入占主营业务收入的比重分别为 86.78%、79.19%和 61.71%。公司在境外业务收入金额整体呈现上升趋势的情形下，境外收入占比持续下降，主要原因系①公司积极拓展业务领域，引入素士科技等境内知名客户，个人护理等产品收入占比有所上升；2020 年度至 2022 年，公司个人护理产品收入金额为 385.26 万元、4,431.29 万元和 3,779.92 万元、占公司主营业务收入的比重分别为 0.75%、7.49%和 6.53%；②受益竞技型手机游戏风

摩的影响，境内手游手柄市场蓬勃发展，公司主要手游手柄客户的采购量上升，从而带动公司境内收入的增长；2020 年度至 2022 年，公司游戏控制器境内外收入构成如下：

单位：万元

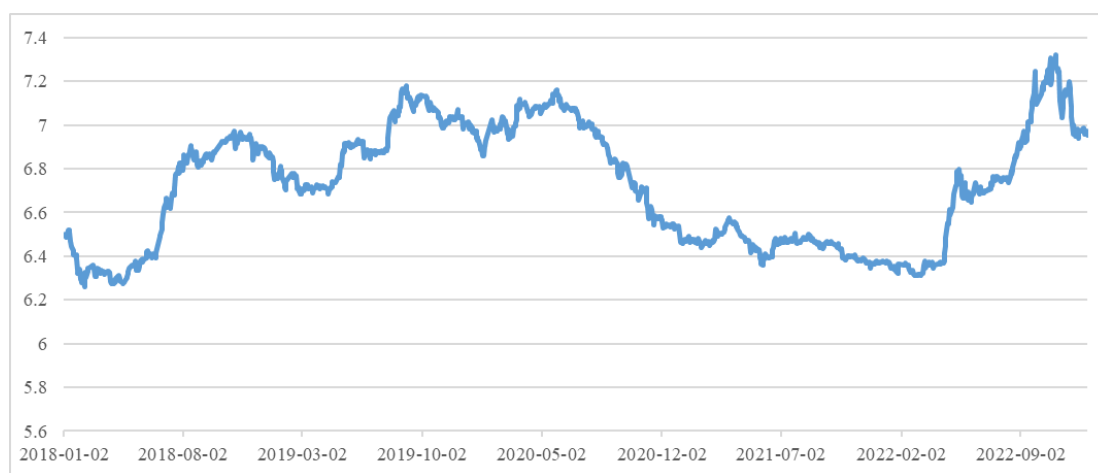
| 项目        | 2022 年度   |         | 2021 年度   |         | 2020 年度   |         |
|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|           | 收入        | 占比      | 收入        | 占比      | 收入        | 占比      |
| 游戏控制器（内销） | 6,954.04  | 30.47%  | 5,090.57  | 20.37%  | 4,284.56  | 17.21%  |
| 游戏控制器（外销） | 15,869.48 | 69.53%  | 19,901.29 | 79.63%  | 20,616.26 | 82.79%  |
| 合计        | 22,823.52 | 100.00% | 24,991.86 | 100.00% | 24,900.82 | 100.00% |

虽然公司境外业务收入占比的下降在一定程度上缓解了汇率变动对于公司业绩的影响，但公司主营业务收入仍以境外收入为主，汇率变动仍将是影响发行人业绩的关键因素之一。

## 2、发行人汇率变动情况及对发行人业绩的影响

### （1）整体汇率变动

2018 年至 2022 年，美元兑人民币汇率的具体走势情况如下图：



2019 年上半年，人民币兑美元汇率整体处于上行趋势，人民币相对于美元贬值。2019 年下半年至 2020 年上半年，人民币兑美元汇率整体维持稳定。2020 年下半年至 2022 年一季度，人民币兑美元汇率整体处于下降趋势，人民币相对于美元升值；2022 年二季度开始，人民币兑美元汇率整体处于上升趋势，人民币相对于美元贬值。

### （2）2019 年至 2020 年汇率波动对于发行人业绩的影响

以发行人按月度收入加权的汇率测算，2019 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日汇率变动对于发行人毛利率的影响测算情况如下：

| 项目                     | 数值           |
|------------------------|--------------|
| 2019 年美元收入月度加权汇率（a）    | 6.9087       |
| 2020 年美元收入月度加权汇率（b）    | 6.8467       |
| 2020 年美元收入（折算为人民币，c）   | 44,614.92 万元 |
| 2020 年汇率调整收入（d= c*a/b） | 45,018.93 万元 |
| 2020 年主营业务收入（e）        | 51,627.61 万元 |
| 毛利率影响程度（（d-c）/（e+d-c）） | 0.78 个百分点    |
| 毛利率影响方向                | 降低发行人毛利率     |
| 净利润影响程度（（d-c）*75%）     | 302.78 万元    |
| 净利润占比                  | 3.34%        |
| 净利润影响方向                | 降低发行人净利润     |

注：未考虑汇兑损益对于净利润的影响

### （3）2020 年至 2021 年汇率波动对于发行人业绩的影响

以发行人按月度收入加权的汇率测算，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    |
| 毛利率影响方向                | 降低发行人毛利率     |
| 净利润影响程度（（d-c）*75%）     | 1,625.12 万元  |
| 净利润占比                  | 22.38%       |

| 项目      | 数值       |
|---------|----------|
| 净利润影响方向 | 降低发行人净利润 |

注：未考虑汇兑损益对于净利润的影响

#### （4）2021 年至 2022 年汇率波动对于发行人业绩的影响

以发行人按月度收入加权的汇率测算，2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日汇率变动对于发行人毛利率的影响测算情况如下：

| 项目                     | 数值        |
|------------------------|-----------|
| 2021 年美元收入月度加权汇率（a）    | 6.4578    |
| 2022 年美元收入月度加权汇率（b）    | 6.6859    |
| 2022 年美元收入（折算为人民币，c）   | 22,979.83 |
| 2022 年汇率调整收入（d= c*a/b） | 22,195.74 |
| 2022 年主营业务收入（e）        | 57,897.22 |
| 毛利率影响程度（（d-c）/（e+d-c）） | -1.37%    |
| 毛利率影响方向                | 提高发行人毛利率  |
| 净利润影响程度（（d-c）*75%）     | -588.07   |
| 净利润占比                  | 7.39%     |
| 净利润影响方向                | 提高发行人净利润  |

注：未考虑汇兑损益对于净利润的影响

### 3、是否进行外汇套期保值

根据《企业会计准则第 24 号——套期保值》第十七条及第十八条，公允价值套期、现金流量套期或境外经营净投资套期同时满足“企业对套期关系有正式值项”、“套期预期高度有效”、“套期有效性能够可靠地计量”等一系列条件时，才能运用会计准则规定的套期会计方法进行处理。

报告期内，发行人产品主要以美元计价，发行人虽未按照相关会计准则的要求开展严格意义上的套期保值业务，但为减小汇率风险，发行人制定了《外汇套期保值业务管理制度》，积极规范外汇套期保值业务的管理，防范汇率波动对公司带来的经营风险。发行人根据已销售货物以后期间预计可收到的美元金额制定外汇套期保值方案，经董事会审议后，由财务部负责开展远期结售汇交

易业务。发行人自 2020 年 11 月份开始根据预计的销售收汇情况与银行签订《远期结售汇/人民币与外汇掉期交易主协议》，向银行购入美金远期结售汇交易业务，即发行人在交割日以协定汇率向银行卖出对应名义金额美金。

2020-2022 年，发行人远期结售汇交易情况如下：

| 期间     | 交易频次（次/年） | 交易金额（美元万元） | 美元收入（美元万元） | 交易金额占美元收入比例 |
|--------|-----------|------------|------------|-------------|
| 2022 年 | 17        | 1,300.00   | 5,351.66   | 24.29%      |
| 2021 年 | 12        | 2,247.37   | 7,248.44   | 31.00%      |
| 2020 年 | 2         | 500.00     | 6,569.08   | 7.61%       |

2019 年初至 2020 年 6 月末，人民币兑美元整体呈现贬值趋势，发行人境外业务以收取美元为主，人民币贬值的环境对发行人业务有利，故当时未开展相应的外汇风险对冲。2020 年 7 月开始，人民币兑美元开始呈现较为明显的升值趋势，发行人经管理层讨论及董事会审议后，决定开展相应的远期结售汇交易以对冲人民币升值带来的不利影响。

综上所述，发行人开展的远期结售汇业务约定的每月交割金额系根据预计的未来短期内月交割金额而定，每个月交割的金额不超过当月实际的外币收入规模，与预计的销售额相匹配，能够一定程度对冲汇率波动对于公司业绩的影响。

## （二）招股说明书补充风险提示

针对发行人针对市场汇率波动对于发行人经营能力的影响，发行人已在招股说明书之“重大事项提示、一、（六）汇率变动风险”及“第四节、五、（二）汇率变动风险”补充披露如下：

“

2020 年至 2022 年，公司外销业务主要以美元结算，产品外销占主营业务收入的比例分别为 86.78%、79.19%和 61.71%；外销毛利率分别为 32.53%、26.89%和 25.72%。近年来因全球经济波动，人民币兑美元汇率变动较为剧烈，公司面临较大的汇率变动风险。在公司与境外客户以外币定价的情形下，当人民币兑美元升值时，将降低境外销售产品折人民币单价，进而对人民币收入及毛利率产生不利影响。

在仅考虑汇率波动对发行人境外销售折人民币收入的情形下，按照月度收入加权的汇率测算，2020 年较 2019 年的汇率波动导致公司净利润减少 302.78 万元，占当年净利润的 3.36%；2021 年较 2020 年的汇率波动导致公司净利润减少 1,625.12 万元，占当年净利润的 22.38%；2022 年较 2021 年的汇率波动导致公司净利润增加 588.07 万元，占当年净利润的 7.39%。

同时，公司存在远期外汇合约，受人民币兑美元汇率波动的影响，报告期内公司存在一定金额汇兑损益，虽然公司在报告期内开展远期外汇交易以降低汇率波动风险，但由于远期外汇交易的金额没有完全覆盖出口业务的结算规模，因而汇率波动对公司的经营业绩仍会产生一定的影响。

若未来人民币兑美元汇率持续波动，特别当人民币兑美元持续升值的情形下，将对公司业绩产生不利影响，使公司经营业绩存在下滑的风险。

”

**三、结合报告期内创新电子消费产品等主营业务产品的收入及结构、毛利率、主要客户、在手订单等，说明发行人未来主要产品结构是否可能发生较大变化，并结合各产品的毛利率水平等说明对发行人产品盈利能力的影响；就前述事项在招股说明书中针对性地进行风险提示。**

**（一）结合报告期内创新消费电子产品等主营业务产品的收入及结构、毛利率、主要客户、在手订单等，说明发行人未来主要产品结构是否可能发生较大变化**

发行人主营业务为游戏外设及创新消费电子的研发设计与生产制造。报告期内，发行人主营产品的收入及结构、毛利率情况如下：

单位：万元

| 产品名称     | 2022 年度   |        |        | 2021 年度   |        |        | 2020 年度   |        |        |
|----------|-----------|--------|--------|-----------|--------|--------|-----------|--------|--------|
|          | 收入        | 占比     | 毛利率    | 收入        | 占比     | 毛利率    | 收入        | 占比     | 毛利率    |
| 游戏控制器    | 22,823.52 | 39.42% | 27.45% | 24,991.86 | 42.26% | 27.91% | 24,900.81 | 48.23% | 31.88% |
| 游戏耳机     | 6,442.27  | 11.13% | 26.44% | 13,313.95 | 22.52% | 28.61% | 13,485.84 | 26.12% | 36.87% |
| 其他游戏外设   | 1,796.85  | 3.10%  | 22.23% | 1,090.47  | 1.84%  | 37.78% | 854.84    | 1.66%  | 44.98% |
| 游戏外设合计   | 31,062.64 | 53.65% | 26.94% | 39,396.29 | 66.62% | 28.42% | 39,241.49 | 76.01% | 33.88% |
| 智能监护器    | 6,560.09  | 11.33% | 18.09% | 12,530.82 | 21.19% | 18.78% | 9,566.04  | 18.53% | 19.58% |
| 个人护理产品   | 3,779.92  | 6.53%  | 5.45%  | 4,431.29  | 7.49%  | 9.90%  | 385.26    | 0.75%  | 19.40% |
| 其他创新消费电子 | 11,270.76 | 19.47% | 16.52% | 87.53     | 0.15%  | 37.44% | 426.78    | 0.83%  | 30.27% |
| 创新消费电子合计 | 21,610.77 | 37.33% | 15.06% | 17,049.65 | 28.83% | 16.56% | 10,378.08 | 20.10% | 20.01% |

2019 年以来，公司立足于智能制造优势开发业务增长点、强化公司抗风险能力，拓展了创新消费电子业务，主要产品为智能监护器及个人护理产品等。由于相关产品为新引入产品，在引入初期增长速度较快。2020 年至 2022 年，创新消费电子业务收入占公司主营收入的比重分别为 20.10%、28.83%和 37.33%；游戏外设业务收入占公司主营收入的比重分别为 76.01%、66.62%和 53.65%。2020 年至 2022 年，因创新消费电子业务收入增速高于游戏外设业务收入增速，游戏外设业务收入占比呈现下降趋势，但其仍属于公司的第一大业务板块。

报告期内，公司游戏外设及创新消费电子产品的客户、在手订单如下：

单位：万元

| 产品名称     |        | 在手订单<br>(截至 2023 年 3 月 15 日) |        | 在手订单<br>(截至 2021 年 12 月 31 日) |        | 主要客户              |
|----------|--------|------------------------------|--------|-------------------------------|--------|-------------------|
|          |        | 金额                           | 占比     | 金额                            | 占比     |                   |
| 创新消费电子产品 | 智能监护器  | 7,099.31                     | 25.54% | 10,028.09                     | 44.90% | 梅州国威及其关联方         |
|          | 个人护理产品 | 841.56                       | 3.03%  | 2,117.11                      | 9.48%  | 素士科技              |
|          | 扫地机器人  | 4,661.56                     | 16.77% | 148.51                        | 0.66%  | 微米斯、锐畅            |
| 游戏外设     |        | 1,1847.82                    | 35.39% | 8,148.54                      | 36.48% | HORI、PDP、Bigben 等 |
| 合计       |        | 24,450.25                    | 80.73% | 20,293.74                     | 90.86% |                   |

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人在手订单结构中，创新消费电子产品占比较高，主要原因系梅州国威及其关联方根据自身业务节奏提前集中向发行人下达了一批智能监护器订单，且该批订单的交付周期较长。自 2023 年初至 2023 年 3 月 15 日，发行人游戏外设产品出货金额占比约为 53.18%。

2020 年至 2022 年，公司一季度的收入构成如下：

单位：万元

| 项目       | 2022 年第一季度 |        | 2021 年一季度 |        | 2020 年一季度 |        |
|----------|------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|          | 金额         | 占比     | 金额        | 占比     | 金额        | 占比     |
| 游戏外设     | 5,727.99   | 42.04% | 9,827.17  | 78.88% | 3,416.48  | 81.08% |
| 其中：游戏控制器 | 4,500.33   | 33.03% | 7,227.30  | 58.01% | 2,598.98  | 61.68% |
| 游戏耳机     | 996.82     | 7.32%  | 2,294.36  | 18.42% | 737.00    | 17.49% |
| 迷你游戏机    | 33.03      | 0.24%  | 32.88     | 0.26%  | 148.93    | 3.53%  |

| 项目       | 2022 年第一季度 |         | 2021 年一季度 |         | 2020 年一季度 |         |
|----------|------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|          | 金额         | 占比      | 金额        | 占比      | 金额        | 占比      |
| 创新消费电子产品 | 5,487.92   | 40.28%  | 1,708.47  | 13.72%  | 612.07    | 14.53%  |
| 其中：智能监护器 | 4,123.36   | 30.26%  | 1,243.20  | 9.98%   | 493.68    | 11.72%  |
| 其他主营业务   | 2,375.69   | 17.44%  | 889.47    | 7.14%   | 36.24     | 0.86%   |
| 合计       | 13,624.62  | 100.00% | 12,457.99 | 100.00% | 4,213.72  | 100.00% |

随着创新消费电子业务的快速增长，公司报告期内各年度第一季度游戏外设收入的占比呈现下降趋势。虽然公司 2022 年 3 月受深圳突发公共卫生事件影响，当月游戏外设出货量很少。但随着深圳本土公共卫生事件逐步得到控制，发行人及时、有序组织复产复工，2022 年度，发行人游戏外设占比为 53.65%。2023 年初至 2023 年 3 月 15 日，发行人游戏外设产品出货金额占比约为 53.18%，截至 2023 年 3 月 15 日，发行人游戏外设相关在手订单金额占比超过 30%，与 2021 年末相关比例基本持平。

综上所述，发行人主营业务构成中，随着创新消费电子业务的快速拓展，发行人游戏外设业务收入占比呈现下滑趋势。但根据发行人业务规划、出货情况、在手订单构成，发行人预计 2023 年全年游戏外设业务的收入占比仍然维持在 50%以上。

## （二）结合各产品的毛利率水平等说明对发行人产品盈利能力的影响

报告期内，公司各产品的毛利率水平如下：

单位：万元

| 产品名称     | 2022 年度  |        | 2021 年度   |        | 2020 年度   |        |
|----------|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|          | 毛利润      | 毛利率    | 毛利润       | 毛利率    | 毛利润       | 毛利率    |
| 游戏外设     | 8,366.84 | 26.94% | 11,195.37 | 28.42% | 13,293.86 | 33.88% |
| 其中：游戏控制器 | 6,263.97 | 27.45% | 6,974.07  | 27.91% | 7,937.29  | 31.88% |
| 游戏耳机     | 1,703.37 | 26.44% | 3,809.29  | 28.61% | 4,768.67  | 36.87% |
| 迷你游戏机    | 77.66    | 25.36% | 66.39     | 23.36% | 85.86     | 22.26% |
| 创新消费电子   | 3,255.32 | 15.06% | 2,824.27  | 16.56% | 2,076.84  | 20.01% |
| 智能监护器    | 1,187.01 | 18.09% | 2,352.82  | 18.78% | 1,872.91  | 19.58% |
| 个人护理产品   | 206.04   | 5.45%  | 438.67    | 9.90%  | 74.74     | 19.40% |
| 其他主营业务   | 765.69   | 15.57% | 268.63    | 11.18% | 458.45    | 28.26% |
| 其他业务     | 630.70   | 39.50% | 210.14    | 24.45% | 166.36    | 14.71% |

|    |           |        |           |        |           |        |
|----|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| 总计 | 13,096.21 | 22.01% | 14,564.79 | 24.28% | 16,081.37 | 30.48% |
|----|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|

发行人主营业务产品构成中，创新消费电子产品毛利率低于游戏外设产品。随着公司创新消费电子产品收入占比上升，公司主营业务毛利率存在下滑风险。虽然发行人由于产品结构影响主营业务毛利率有所下滑，公司在保证游戏外设产品稳步发展的同时，立足制造能力优势，积极拓展创新消费电子，开拓新的业务增长点，对于盈利能力具有积极作用。同时通过业务领域的拓张，公司分散业务风险，有利于加强盈利能力的稳定性。

### （三）招股说明书补充风险提示

针对发行人拓张创新消费电子业务对发行人所带来的潜在风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示、一、（十二）主营业务产品结构变动的风险”及“第四节、三、（八）主营业务产品结构变动的风险”补充披露如下：

“

2019 年以来，公司立足于智能制造优势开发业务增长点、强化公司抗风险能力，积极拓展创新消费电子业务，引入了智能监护器及个人护理产品等创新消费电子产品。2020 年至 2022 年，创新消费电子业务收入占公司主营收入的比重分别为 20.10%、28.83%和 37.33%；毛利率分别为 20.01%、16.56%和 15.06%。2022 年，公司创新消费电子业务收入占公司主营收入的比重有所提升。虽然相关创新消费电子产品的生产工艺与发行人原有游戏外设业务具有较高的相通性，但目前该类业务毛利率低于游戏外设业务的毛利率水平。随着创新消费电子业务的快速拓展，发行人收入占比呈现下滑趋势。后续公司仍将持续拓展创新消费电子业务，若相关业务增长速度持续高于游戏外设业务，公司将面临着游戏外设业务收入占比进一步下滑的风险，从而导致主营业务毛利率存在进一步下滑的风险。

”

四、结合报告期各期及 2022 年以来发行人主要原材料价格上升幅度、发行人与主要客户就原材料价格变动的协调机制、与主要客户实际调价频率及与原材料上升幅度的对比情况、发行人与客户议价能力等，量化分析说明各主要原材料采购价格变动对发行人业绩的影响，并在招股说明书中针对性地进行风险提示。

#### （一）报告期各期及 2022 年以来发行人主要原材料价格上升幅度

2020 年，公司主要原材料价格基本维持稳定，采购均价变动主要系产品结构变化所致。2021 年以来，受宏观环境影响，公司部分原材料价格上升幅度较大。2020 年至 2022 年，原材料价格上升对于成本的影响金额<sup>1</sup>分别为 214.02 万元、2,381.84 万元和 689.71 万元，占当年直接成本的 0.76%、6.96%和 2.14%。

可见，2022 年以来，公司原材料涨价幅度及频率低于 2021 年，如筛选 2022 年度最新采购均价上升的物料，并按照其采购均价上升幅度及领用数量对 2022 年度的成本进行模拟测算，影响金额小于 2021 年度。其中，2022 年最新采购均价较 2021 年采购均价增长对于 2022 年度影响金额超过 10 万元的原材料如下：

单位：万元、元

| 物料号    | 物料类别  | 2021 年采购均价 | 2022 年采购均价 | 对于 2022 年度影响金额 |
|--------|-------|------------|------------|----------------|
| 926934 | 塑胶原材料 | 13.34      | 21.33      | 285.25         |
| 918358 | LCD   | 38.48      | 63.72      | 24.74          |
| 939369 | 电池    | 10.97      | 13.44      | 29.29          |
| 914641 | IC    | 16.02      | 20.18      | 91.83          |
| 917699 | 公母座   | 0.71       | 0.84       | 28.80          |
| 933414 | 电池    | 47.04      | 54.34      | 20.35          |
| 924812 | IC    | 7.62       | 10.23      | 8.49           |
| 935118 | LCD   | 54.87      | 57.59      | 12.41          |
| 935013 | 电池    | 7.79       | 8.60       | 12.38          |

注：影响金额=（物料 n 2022 年采购均价-物料 n 2021 年采购均价）\*2022 年度用量

<sup>1</sup> 业绩影响金额=物料 1 的影响金额+……+物料 n 的影响金额；其中，物料 n 的影响金额=（物料 n 第 N 年采购单价-物料 n 第 N-1 年采购单价）\*物料 n 年第 N 年领用数量；物料 n 为当年度采购均价较上一年度采购均价上升的物料。

## （二）发行人与主要客户就原材料价格变动的协调机制

2020 年至 2022 年，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       | 协议约定甲乙双方综合考虑质量、材料价格、劳务费、市价的动向等因素确定交货价格，且协议期间变更交货价格，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      | 协议约定甲乙双方综合考虑质量、材料价格、劳务费、市价的动向等因素确定交货价格，且协议期间变更交货价格，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                              |

公司虽然与客户未约定价格调整机制的量化标准，但是业务实际执行过程中，公司会就原材料价格波动较大情况与客户协商调整产品销售价格。

## （三）发行人与主要客户实际调价频率及与原材料上升幅度的对比情况、发行人与客户议价能力

2020 年至 2022 年，发行人就原材料价格上涨事宜与客户调整产品价格的情形如下：

| 时间          | 客户名称      | 产品范围      | 价格调整原因               | 价格调整情况                               | 对于 2021 年度收入影响金额（万元） |
|-------------|-----------|-----------|----------------------|--------------------------------------|----------------------|
| 2020 年 11 月 | 梅州国威及其关联方 | 智能监护器     | IC 及 LCD 价格上涨，导致成本上升 | 价格上升约 20%                            | 1,316.48             |
| 2021 年 4 月  | PDP       | 部分游戏控制器型号 | 塑胶件价格上涨，导致成本上升       | 7386 型号产品涨价 7%                       | 52.17                |
| 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     | 2803 型号产品涨价 7.7%<br>2801 型号产品涨价 1.1% | 302.11               |

|            |      |           |                          |                                                        |        |
|------------|------|-----------|--------------------------|--------------------------------------------------------|--------|
| 月          |      |           | 价格上涨，导致成本上升              | 2826 型号产品涨价 4.1%<br>8260 型号产品涨价 4%<br>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、塑胶件、包材涨价价格上涨，导致成本上升 | 0298 型号产品涨价 5%<br>8278 型号产品涨价 5%                       | 105.07 |

注：影响金额=型号 N 产品收入-型号 N 产品收入/（1+涨价幅度）

上述表格中，原材料涨价频率与客户相关产品调价频率并非一一严格对应，发行人与客户并未明确约定严格的价格传导机制。一般情况下，当原材料价格上升到一定幅度时，发行人会综合考量产品规模、产品毛利率、公司自身对于材料价格上升的消化能力、材料价格上升对公司经营的影响、与客户过往合作的情况等一系列因素决定是否向客户提出调价申请。在公司提出调价申请之后，双方再经过友好协商确定是否调整产品销售价格及最终的调价幅度。2021 年度，销售价格调整对于收入的影响金额为 1,775.83 万元；2021 年，原材料价格上升对于成本的影响金额为 2,381.84 万元。综上，在原材料价格大幅波动的情况下，公司会就对应产品的销售价格与客户协商调整，且能够一定程度上传导原材料价格上升的压力。

#### （四）量化分析说明各主要原材料采购价格变动对发行人业绩的影响

##### 1、发行人整体的原材料成本变动情况对于净利润的影响

发行人原材料品类众多，对具体原材料按照物料号进行管理。筛选当年度最新采购均价较上一年度上升的物料，并按照其采购均价上升幅度及领用数量进行模拟测算，原材料采购价格波动对于发行人净利润的影响如下：

单位：万元

| 原材料类别 | 2022 年原材料价格上涨对净利润的影响金额 | 2021 年原材料价格上涨对净利润的影响金额 | 2020 年原材料价格上涨对净利润的影响金额 |
|-------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 电子类   | 177.23                 | 1,418.31               | 111.41                 |
| 塑胶类   | 361.88                 | 169.94                 | 40.82                  |
| 五金类   | 126.86                 | 98.17                  | 4.59                   |
| 包材类   | 2.59                   | 25.26                  | 3.02                   |
| 线材    | 4.49                   | 69.15                  | 0.39                   |
| 垫类    | 4.38                   | 2.82                   | -                      |
| 辅材类   | 4.64                   | -                      | -                      |
| 其他    | 7.65                   | 2.73                   | 0.29                   |

|                   |          |          |          |
|-------------------|----------|----------|----------|
| 合计                | 689.71   | 1,786.38 | 160.52   |
| 当年度净利润            | 7,961.46 | 7,261.22 | 9,012.64 |
| 当年度原材料价格上涨对净利润的程度 | 8.66%    | 24.60%   | 1.78%    |

注 1：业绩影响金额=[物料 1 的影响金额+……+物料 n 的影响金额；其中，物料 n 的影响金额=（物料 n 第 N 年采购单价-物料 1 第 N-1 年采购单价）\*物料 n 年第 N 年领用数量]\*75%

注 2：物料 n 为当年度采购均价较上一年度采购均价上升的物料。

2020-2022 年，公司净利润分别为 9,012.64 万元和 7,261.22 万元和 7,961.46 万元。按照上述测算，原材料采购价格上升对利润的影响程度分别为 1.78%、24.60%和 8.66%。

## 2、原材料整体价格波动对于发行人业绩影响的敏感性测试

2020-2022 年，直接材料占主营业务成本的比例分别为 79.24%、76.29%和 70.84%，对公司主营业务成本规模及其变动具有决定性影响。假设发行人产品销售价格及相关费用不变，此处按原材料总体价格变动 5%、10%及 15%进行敏感性分析，发行人原材料价格波动对于业绩的敏感性分析如下：

### （1）原材料整体价格波动对于发行人毛利率的影响

| 项目          | 2022 年 |        | 2021 年 |        | 2020 年 |        |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|             | 毛利率    | 变动     | 毛利率    | 变动     | 毛利率    | 变动     |
| 原材料价格下跌 15% | 30.13% | 8.11%  | 32.82% | 8.54%  | 38.53% | 8.05%  |
| 原材料价格下跌 10% | 27.42% | 5.41%  | 29.97% | 5.69%  | 35.84% | 5.36%  |
| 原材料价格下跌 5%  | 24.72% | 2.70%  | 27.13% | 2.85%  | 33.16% | 2.68%  |
| 基准情况        | 22.01% | 0.00%  | 24.28% | 0.00%  | 30.48% | 0.00%  |
| 原材料价格上涨 5%  | 19.31% | -2.70% | 21.43% | -2.85% | 27.80% | -2.68% |
| 原材料价格上涨 10% | 16.60% | -5.41% | 18.58% | -5.69% | 25.12% | -5.36% |
| 原材料价格上涨 15% | 13.90% | -8.11% | 15.74% | -8.54% | 22.44% | -8.05% |

### （2）原材料整体价格波动对于发行人净利润的影响

单位：万元

| 项目          | 2022 年    |        | 2021 年    |        | 2020 年    |        |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|             | 净利润       | 变动     | 净利润       | 变动     | 净利润       | 变动     |
| 原材料价格下跌 15% | 11,590.35 | 45.43% | 11,104.48 | 52.93% | 12,196.16 | 35.32% |
| 原材料价格下跌 10% | 10,383.53 | 30.28% | 9,823.39  | 35.29% | 11,134.98 | 23.55% |
| 原材料价格下跌 5%  | 9,176.70  | 15.14% | 8,542.31  | 17.64% | 10,073.81 | 11.77% |
| 基准情况        | 7,961.46  | 0.00%  | 7,261.22  | 0.00%  | 9,012.64  | 0.00%  |

| 项目          | 2022 年          |                | 2021 年   |         | 2020 年   |         |
|-------------|-----------------|----------------|----------|---------|----------|---------|
|             | 净利润             | 变动             | 净利润      | 变动      | 净利润      | 变动      |
| 原材料价格上涨 5%  | <b>6,763.05</b> | <b>-15.14%</b> | 5,980.13 | -17.64% | 7,951.47 | -11.77% |
| 原材料价格上涨 10% | <b>5,556.23</b> | <b>-30.28%</b> | 4,699.05 | -35.29% | 6,890.30 | -23.55% |
| 原材料价格上涨 15% | <b>4,349.40</b> | <b>-45.43%</b> | 3,417.96 | -52.93% | 5,829.12 | -35.32% |

如上，假设发行人产品销售价格及相关费用不变，在公司全部原材料价格上浮 15%的极端情况下，原材料价格波动对于公司综合毛利率影响程度在 7.8%至 8.7%间，但公司仍能保持盈利状况。

### （五）招股说明书补充风险提示

针对发行人原材料价格波动对发行人所带来的潜在风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示、一、（五）原材料价格波动的风险”及“第四节、五、（一）原材料价格波动的风险”补充披露如下：

“

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，**2020 年至 2022 年**，公司直接材料成本占同期主营业务成本的比例分别为 79.24%、76.29%和 **70.84%**，其中电子料采购金额占材料采购金额的比重为 43.51%、43.30%和 **35.34%**，IC 采购金额占材料采购金额的比重为 15.86%、16.71%和 **13.55%**，LCD 采购金额占材料采购金额的比重为 3.61%、6.84%和 **2.15%**。近年来，IC、LCD 等电子类原材料市场波动较大，特别是 2021 年以来，IC、LCD 等原材料涨价幅度较大，对公司当年业绩产生了不利影响。经测算，2021 年公司主要原材料上涨对当年净利润的影响金额约为 1,786.38 万元，**2022 年公司主要原材料上涨对当年净利润的影响金额约为 689.71 万元。**

公司与主要客户虽然在原材料价格波动较大时会协商调整产品销售价格，但未就原材料价格传导机制的量化标准及明确的触发机制在合作协议之中进行明确的书面约定，原材料涨价频率与客户相关产品调价频率并非严格对应。如果未来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，公司可能无法及时采取有效措施以传导原材料价格上升压力，从而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、对比报告期内发行人向 IC、LCD、塑胶料等主要原材料不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动等，分析说明发行人向不同主要供应商采购价格水平及变动幅度是否与市场价格、第三方公允价格等一致，采购价格是否公允。

（一）IC 不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年，公司 IC 原材料的采购金额分别为 5,185.23 万元、6,545.99 万元和 4,765.27 万元。公司 IC 原材料不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 采购内容  | 对应成品  | 供应商   | 细分类型                                    | 2022 年度 |       | 2021 年度 |       | 2020 年度 |       |
|-------|-------|-------|-----------------------------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|       |       |       |                                         | 金额      | 单价    | 金额      | 单价    | 金额      | 单价    |
| 主控 IC | 游戏控制器 | A1 公司 | 8 位 MCU                                 | 38.94   | 2.79  | 61.55   | 2.77  | 17.84   | 2.59  |
|       |       |       | ARM0（BD 绑定）                             | 177.19  | 4.77  | 680.52  | 4.49  | 533.00  | 4.34  |
|       |       |       | ARM3                                    | 1.52    | 13.79 | 35.23   | 11.32 | 140.53  | 13.86 |
|       |       | A2 公司 | 8 位 MCU                                 | 65.79   | 3.65  | 216.23  | 3.53  | 113.00  | 2.81  |
|       |       |       | ARM0（QFN/LQFP 封装）                       | 11.41   | 6.48  | 18.14   | 6.14  | 12.49   | 5.60  |
|       |       | A3 公司 | 8 位 MCU                                 | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       |       | A4 公司 | 8 位 MCU                                 | 2.65    | 2.65  | 26.55   | 2.65  | 35.31   | 2.52  |
|       |       | A5 公司 | 8 位 MCU                                 | 3.67    | 3.22  | 54.39   | 3.21  | 46.26   | 2.62  |
|       | 智能监护器 | A6 公司 | 监护器专用编解码 IC（RISC 架构，不支持 WIFI,720P，显示器端） | 33.25   | 10.23 | 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 | -       | -     |
|       |       | A7 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  |
|       |       |       | 摄像头专用编解码 IC（ARM 架构、支持 WIFI、1080p，摄像头端）  | 445.88  | 20.18 | 362.46  | 16.02 | 352.47  | 12.21 |

| 采购内容  | 对应成品  | 供应商    | 细分类型               | 2022 年度 |       | 2021 年度 |       | 2020 年度 |       |
|-------|-------|--------|--------------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
|       |       |        |                    | 金额      | 单价    | 金额      | 单价    | 金额      | 单价    |
|       |       | A8 公司  | CMOS               | -       | -     | 0.78    | 5.13  | 74.51   | 5.51  |
| 射频芯片  | 游戏控制器 | A1 公司  | 蓝牙 IC (Inplay)     | 102.76  | 4.23  | 279.17  | 4.87  | 177.81  | 4.80  |
|       |       |        | 蓝牙 IC (NORDIC)     | -       | -     | 7.53    | 8.28  | 17.66   | 8.28  |
|       |       |        | 射频功率放大器            | 159.67  | 3.07  | 265.36  | 3.86  | 160.47  | 3.67  |
|       |       | A2 公司  | 蓝牙 IC (NORDIC)     | 26.12   | 10.88 | 61.75   | 8.95  | 148.93  | 8.87  |
|       | 智能监护器 | A9 公司  | 蓝牙 IC (NORDIC)     | 40.78   | 6.47  | 145.42  | 5.45  | 166.15  | 6.11  |
|       |       | A10 公司 | 2.4GHZIC (OTP 版)   | 18.86   | 1.54  | 120.89  | 1.48  | 142.85  | 1.44  |
|       |       | A11 公司 | 2.4GHZIC (Flash 版) | 6.83    | 2.30  | 126.74  | 2.28  | 162.32  | 2.19  |
| 电源管理  | 游戏控制器 | A12 公司 | 小电流电源 IC (稳压 IC)   | 2.60    | 0.22  | 118.51  | 0.30  | 177.79  | 0.25  |
|       |       | A13 公司 | 小电流电源 IC (充电 IC)   | 13.37   | 0.19  | 58.74   | 0.31  | 127.53  | 0.45  |
|       |       | A14 公司 | 小电流电源 IC (稳压 IC)   | 0.11    | 0.36  | 19.13   | 0.29  | 36.70   | 0.27  |
| 储存 IC | 智能监护器 | A15 公司 | 32MbitFlash        | -       | -     | 28.03   | 1.95  | -       | -     |
|       |       |        | 2GBFlash           | -       | -     | 140.12  | 15.49 | -       | -     |
|       |       | A16 公司 | 32MbitFlash        | -       | -     | 3.19    | 1.12  | 54.43   | 1.16  |
|       |       |        | 1GBFlash           | 42.73   | 10.17 | 16.01   | 10.67 | 45.30   | 4.58  |
|       |       | A17 公司 | 1GBFlash           | -       | -     | -       | -     | 56.55   | 4.83  |
|       |       | A23 公司 | 2GB Flash          | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       |       | A24 公司 | 32MbitFlash        | 10.68   | 1.78  | -       | -     | -       | -     |
|       |       |        | 2GB Flash          | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       | 迷你游戏机 | A18 公司 | 1GBDDR             | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       |       |        | 4GBDDR             | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       |       |        | 8GBDDR             | -       | -     | -       | -     | 5.04    | 15.80 |
|       |       | A19 公司 | 1GBDDR             | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
|       |       |        | 8GBFlash           | -       | -     | -       | -     | -       | -     |
| 射频模组  | 智能监护器 | A22 公司 | WIFI 模组            | -       | -     | -       | -     | 135.52  | 7.13  |
|       |       | A21 公司 | WIFI 模组            | 21.73   | 7.52  | 185.35  | 9.39  | 41.03   | 6.58  |

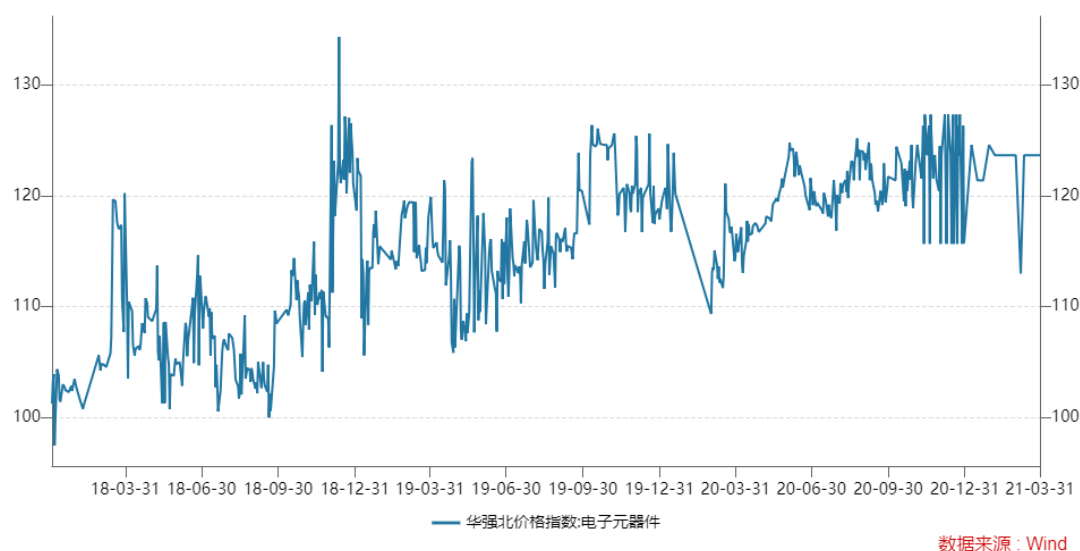
报告期内，发行人采购的各类主要 IC 细分型号向不同供应商的采购单价存在差异的主要原因系 IC 种类较多，不同规格型号 IC 所实现功能存在差异，单价有所不同。一般情况下，对于一款具体型号的 IC，公司最终只从一家供应商

采购。因此，发行人向不同供应商采购的 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。以 8 位 MCU 为例，由于公司向各家供应商采购 8 位 MCU 的具体配置不同，公司向不同供应商采购 8 位 MCU 的采购价格存在差异，但相关差异在 35% 以内。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

报告期内，公司 IC 原材料具有采购批次多、采购品种繁多等特点，而各类原材料受供求关系影响自身价格存在一定波动，不存在公开市场价格信息。

华强北中国电子市场价格指数（以下简称“华强北价格指数”）是由深圳华强集团控股运营的综合性电子市场价格指数，反映了华强北电子元器件和消费电子产品市场交易综合变动情况，在祥明智能、一博科技、乐鑫科技、天际股份等公司的公开披露资料中作为电子材料的市场参考价格得到引用。因此，此处用华强北价格指数-电子元器件作为对比。价格指数走势如下：



注：华强北价格指数-电子元器件截止于 2021 年 3 月 31 日。

2019 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日，华强北价格指数-电子元器件处于波动上升的趋势。

公司主要产品均属于消费电子领域，涉及的 IC 种类、规格繁多。不同 IC 之间的价格差异较大，且近年来公司积极拓展产品领域。因此，公司各年度间的 IC 采购存在较大的结构性变化。为此，选取公司当年度较上一年度采购价格存在变动的物料，模拟测算价格变动对当年采购金额的影响，并以此作为公司

IC 采购价格水平的参考，发行人 IC 主要型号的采购价格变动情况与华强北价格指数-电子元器件对比如下：

| 项目                       | 2022 年度 |               | 2021 年度 |               | 2020 年度 |               |
|--------------------------|---------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|
|                          | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 |
| 华强北价格指数-电子元器件            | 未披露     | 未披露           | 122.33  | 1.90%         | 120.05  | 3.09%         |
| IC 价格变动对于公司采购成本的影响程度（万元） | -       | -31.60        | -       | 1,011.67      | -       | -171.56       |
| 影响程度占当年 IC 采购金额的比例       | -       | -0.66%        | -       | 15.45%        | -       | -3.31%        |

注：华强北价格指数-电子元器件截止于 2021 年 3 月 31 日

注：影响程度=物料 1 当年度采购金额\*采购均价变动幅度+……+物料 n 采购金额\*采购均价变动幅度。

注：上表所选取 IC 占 2020 年至 2022 年 IC 采购金额的比例分别为 90.13%、68.75%和 61.84%。

公司 IC 采购价格水平的上升主要集中于 2021 年度，2019 年及 2020 年有所下降，与华强北价格指数-电子元器件不一致，主要系公司部分定制化 IC 的价格下降所致。对于定制化 IC，由于供应商存在一定前期开发成本，前期定价较高。但随着相关产品合作规模上升，公司会与供应商协商降低价格。

从 2020 年至 2021 年的整体价格变动趋势来看，公司采购与华强北价格指数-电子元器件一致，且符合 2021 年来，全球半导体产业链供给与需求背离，芯片短缺及芯片价格上涨等背景。此外，发行人 IC 原材料主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。2022 年，公司 IC 价格上升趋势有所缓解，与全球半导体产业链背景一致。

因此，发行人向 IC 原材料主要供应商的采购价格变动幅度与市场价格一致，采购价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

## （二）LCD 不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年，公司 LCD 的采购金额分别为 1,181.90 万元、2,678.69 万和 754.83 万元。公司 LCD 不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 采购 | 供应商 | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|----|-----|---------|---------|---------|
|----|-----|---------|---------|---------|

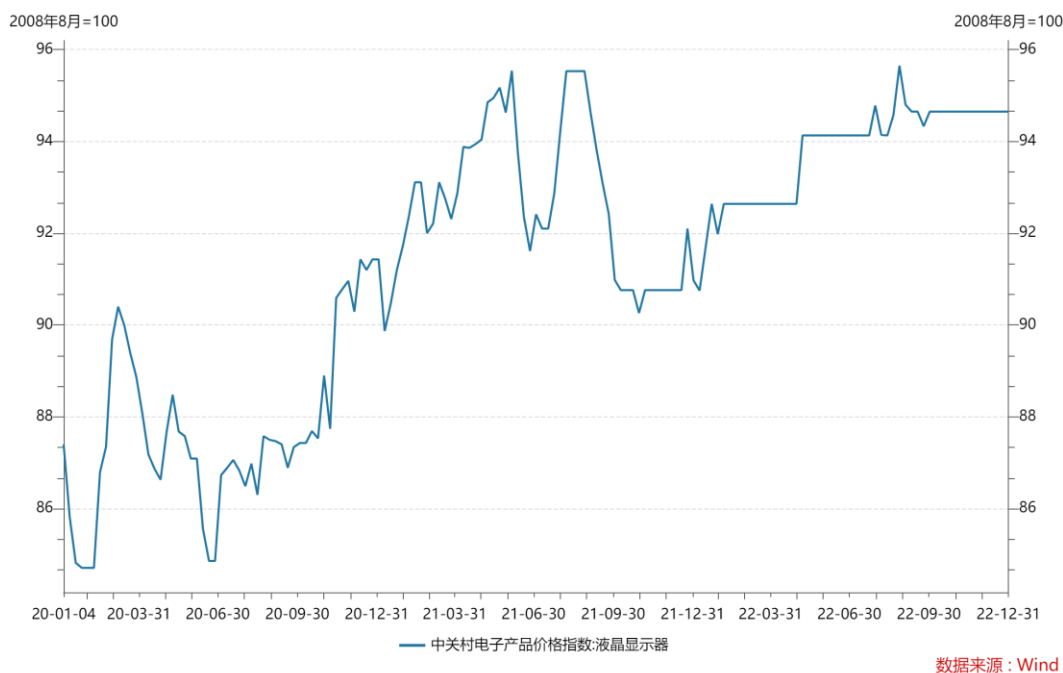
| 内容       |       | 金额     | 单价    | 金额       | 单价    | 金额     | 单价    |
|----------|-------|--------|-------|----------|-------|--------|-------|
| 5.0 寸显示屏 | B1 公司 | -      | -     | -        | -     | 0.28   | 30.97 |
|          | B2 公司 | 430.19 | 57.78 | 2,239.24 | 59.32 | 634.51 | 32.94 |
| 4.3 寸显示屏 | B2 公司 | 204.10 | 63.74 | 381.66   | 53.61 | 524.65 | 21.93 |
| 3.5 寸显示屏 | B1 公司 | -      | -     | -        | -     | -      | -     |
|          | B4 公司 | -      | -     | -        | -     | -      | -     |
| 1.2 寸显示屏 | B1 公司 | -      | -     | -        | -     | -      | -     |
|          | B2 公司 | -      | -     | 2.67     | 33.74 | 14.95  | 32.49 |

对于 5.0 寸显示屏，发行人于 2020 年向 B1 公司采购的价格较发行人向 B2 公司采购的价格低 5.98%，主要系 B1 公司供应的 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，B1 公司表示由于自 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 B2 公司。在综合考虑供货质量、交货周期后，发行人选择同 B2 公司进行合作，2020 年 B1 公司交付的少量显示屏为原试采订单中的剩余部分。

综上，发行人向不同 LCD 主要供应商采购 LCD 的单价存在一定差异，但相关差异具有合理原因。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

由于液晶显示器核心原材料为 LCD，其价格亦与 LCD 市场价格相关，因此选取中关村电子产品价格指数：液晶显示器作为 LCD 市场价格波动的参考。其价格指数走势如下：



LCD 自 2020 年开始出现较为明显的上升趋势，但在 2022 年下半年以来基本稳定。

报告期内，公司 LCD 主要用于智能监护器和迷你游戏机等产品，发行人 LCD 采购均价与中关村电子产品价格指数：液晶显示器的对比情况如下：

单位：元

| 项目                | 涉及产品  | 2022 年度        |        | 2021 年度         |         | 2020 年度       |        |
|-------------------|-------|----------------|--------|-----------------|---------|---------------|--------|
|                   |       | 均价             | 变动幅度   | 均价              | 变动幅度    | 均价            | 变动幅度   |
| 3.5 寸             | 迷你游戏机 | -              | -      | -               | -       | -             | -      |
| 4.3 寸             | 智能监护器 | 63.74          | 18.90% | 53.61           | 144.46% | 21.93         | 1.25%  |
| 5.0 寸             | 智能监护器 | 57.78          | -2.60% | 59.32           | 80.09%  | 32.94         | -8.70% |
| 变动幅度              |       | -2.60%至 18.90% |        | 80.09%至 144.46% |         | -8.70%至 1.25% |        |
| 中关村电子产品价格指数：液晶显示器 |       | 93.78          | 0.82%  | 93.02           | 6.09%   | 87.68         | 3.03%  |

由于中关村电子产品价格指数：液晶显示器主要衡量液晶显示器的终端市场售价水平，LCD 采购价格与液晶显示器销售价格之间差异还包括其他材料采购成本、生产过程中的人工成本及制造费用、销售渠道商溢价等因素，所以中关村电子产品价格指数：液晶显示器变动幅度要小于公司 LCD 原材料采购均价的变动幅度。但从趋势来看，2020 年，公司 LCD 原材料采购均价基本保持稳

定。2021 年及 2022 年，公司 LCD 原材料采购均价较过往年度出现较大幅度上升后维持稳定，与中关村电子产品价格指数：液晶显示器变动趋势基本一致。

此外，根据公开披露信息，公司 LCD 采购价格变化趋势与拟上市企业深圳市康冠科技股份有限公司（主营智能显示产品的研发、生产以及销售）液晶面板的采购价格变化趋势基本保持一致。对比情况如下：

单位：元/片

| 项目        | 2022 年度        |     | 2021 年度         |        | 2020 年度       |        |
|-----------|----------------|-----|-----------------|--------|---------------|--------|
|           | 平均单价           | 变动率 | 平均单价            | 变动率    | 平均单价          | 变动率    |
| 液晶面板-32 寸 | 未披露            | 未披露 | 425.50          | 36.61% | 318.33        | 23.87% |
| 液晶面板-43 寸 | 未披露            | 未披露 | 681.00          | 23.65% | 534.34        | 11.98% |
| 液晶面板-55 寸 | 未披露            | 未披露 | 1,148.67        | 32.56% | 830.59        | 18.30% |
| 液晶面板-65 寸 | 未披露            | 未披露 | 1,554.98        | 26.86% | 1,205.43      | 1.24%  |
| 变动幅度      | 未披露            |     | 26.86%至 36.61%  |        | 1.24%至 23.87% |        |
| 发行人变动幅度   | -2.60%至 18.90% |     | 80.09%至 144.46% |        | -8.70%至 1.25% |        |

注：康冠科技采购液晶面板主要用于其智能交互平板、专业显示设备及智能电视等产品，与发行人智能监护器均属于具备显示功能的消费电子产品。虽然发行人产品所用 LCD 与康冠科技所用的液晶面板在具体规格及应用领域上存在差异，从而导致价格水平存在加大差异，但是价格变化趋势上升存在参考意义。

2020 年，公司 LCD 平均单价下降，主要原因系公司 2019 年向 B2 公司采购的 5 寸智能监护器 LCD 系基于常规订单下的采购，价格较高。2020 年，公司智能监护器销售预期良好，公司与 B2 公司签署大批量订单，采购价格有所降低。

2021 年，公司 LCD 平均单价上升，变动幅度为 80.09%至 143.96%，康冠科技液晶面板平均单价亦上升，变动幅度为 26.86%至 36.61%，双方相似产品的采购价格变动趋势相同，均较 2020 年的平均单价出现明显的上升。但双方相似产品的采购价格上升幅度存在差异，系所采购产品的具体规格及应用领域差异、双方业务规模差异、产品供应商差异等综合因素所致，如从 2019 年至 2021 年的价格变化幅度来看，公司 LCD 2021 年平均单价较 2019 年的变动幅度为 64.41%至 147.51%，康冠科技液晶面板 2021 年平均单价较 2019 年的变动幅度为 30.59%至 65.57%，双方针对相似产品的价格变化幅度变小。

综上，发行人 LCD 采购价格变动趋势与公开市场指数及相关行业公司的采

购价格一致，且发行人 LCD 主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向 LCD 主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，采购价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

### （三）PCB 板不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

#### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年，公司 PCB 板的采购金额分别为 2,185.10 万元、2,366.43 万元和 1,948.97 万元。公司 PCB 板不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 采购内容 | 对应成品  | 供应商   | 细分类型及尺寸                     | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|------|-------|-------|-----------------------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|      |       |       |                             | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
| 主板   | 游戏控制器 | C1 公司 | 8251 手柄主板<br>(139*56MM)     | 7.24    | 4.08 | 11.45   | 3.87 | 7.82    | 3.47 |
|      |       | C1 公司 | 2803 手柄主板<br>(135*55MM)     | 49.28   | 3.59 | 94.99   | 3.72 | 29.16   | 2.89 |
|      |       | C2 公司 | 8278 手柄主板<br>(135*58MM)     | 24.97   | 3.64 | 36.20   | 3.74 | 17.15   | 3.74 |
|      |       | C1 公司 | 2826 手柄主板<br>(130*70MM)     | 3.43    | 4.27 | 12.73   | 4.38 | 16.44   | 3.48 |
|      |       | C3 公司 | 2793 手柄主板<br>(130*70MM)     | 4.30    | 3.24 | 2.39    | 3.32 | 28.16   | 3.32 |
|      |       | C1 公司 | 2801 手柄主板<br>(130*51MM)     | 44.45   | 3.27 | 104.20  | 3.28 | 161.34  | 3.04 |
|      |       | C2 公司 | 2801 手柄主板<br>(130*51MM)     | 102.78  | 3.29 | 235.90  | 3.31 | 76.30   | 2.92 |
|      |       | C2 公司 | 8260 手柄主板<br>(124*60MM)     | 8.25    | 3.22 | 10.30   | 3.41 | 4.46    | 3.41 |
|      |       | C3 公司 | 0197 手柄主板<br>(121*62MM)     | -       | -    | 6.17    | 3.92 | 15.49   | 3.82 |
|      |       | C1 公司 | 8273 手柄主板<br>(121.1*61.3MM) | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      |       | C1 公司 | 8275 手柄主板<br>(120*70.5MM)   | 43.10   | 4.05 | 142.89  | 4.10 | 272.85  | 3.70 |
|      |       | C2 公司 | 0466 手柄主板<br>(120*70MM)     | 3.22    | 3.98 | 16.74   | 4.06 | 16.04   | 4.06 |
|      |       | C1 公司 | 8272 手柄主板<br>(120*62MM)     | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      |       | C2 公司 | 8261 手柄主板                   | -       | -    | -       | -    | -       | -    |

| 采购内容 | 对应成品  | 供应商   | 细分类别及尺寸                         | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|------|-------|-------|---------------------------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|      |       |       |                                 | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
|      |       |       | (120*62MM)                      |         |      |         |      |         |      |
|      |       | C1 公司 | 8116 手柄主板<br>(118*62MM)         | -       | -    | -       | -    | 1.83    | 3.62 |
|      |       | C1 公司 | 8236 手柄主板<br>(118*62MM)         | 1.56    | 3.28 | 7.93    | 3.07 | 10.10   | 3.02 |
|      |       | C2 公司 | 8276 手柄主板<br>(118*62MM)         | 17.97   | 3.19 | 36.59   | 3.41 | 12.96   | 3.41 |
|      |       | C1 公司 | 8258 手柄主板<br>(116*61MM)         | 120.17  | 3.03 | 47.33   | 3.18 | 118.72  | 3.02 |
|      |       | C3 公司 | 0376 手柄主板<br>(84*33MM)          | 5.20    | 1.01 | 3.03    | 1.05 | 10.68   | 1.05 |
|      |       | C1 公司 | 0378 手柄主板<br>(73.4*47.5MM)      | 104.34  | 1.29 | 36.34   | 1.23 | 158.03  | 1.17 |
|      | 智能监护器 | C1 公司 | VM65 主机主板<br>(150*79MM)         | 14.66   | 6.16 | 62.12   | 6.16 | 62.02   | 5.18 |
|      |       | C2 公司 | VM40 主机主板<br>(152*84MM)         | -       | -    | 17.02   | 5.53 | 22.97   | 5.53 |
|      |       | C3 公司 | VM44 主机主板<br>(142*76MM)         | -       | -    | 3.54    | 4.67 | 93.98   | 4.67 |
|      |       | C1 公司 | VM65 摄像头主<br>板(98*55MM)         | 14.46   | 3.36 | 40.23   | 3.33 | 36.06   | 2.65 |
|      |       | C3 公司 | VM44 摄像头主<br>板(94*44MM)         | 0.86    | 3.31 | 5.53    | 3.31 | 26.94   | 3.31 |
|      |       | C2 公司 | VM40 摄像头主<br>板<br>(84.5*51.5MM) | -       | -    | 11.46   | 3.10 | 15.04   | 3.10 |

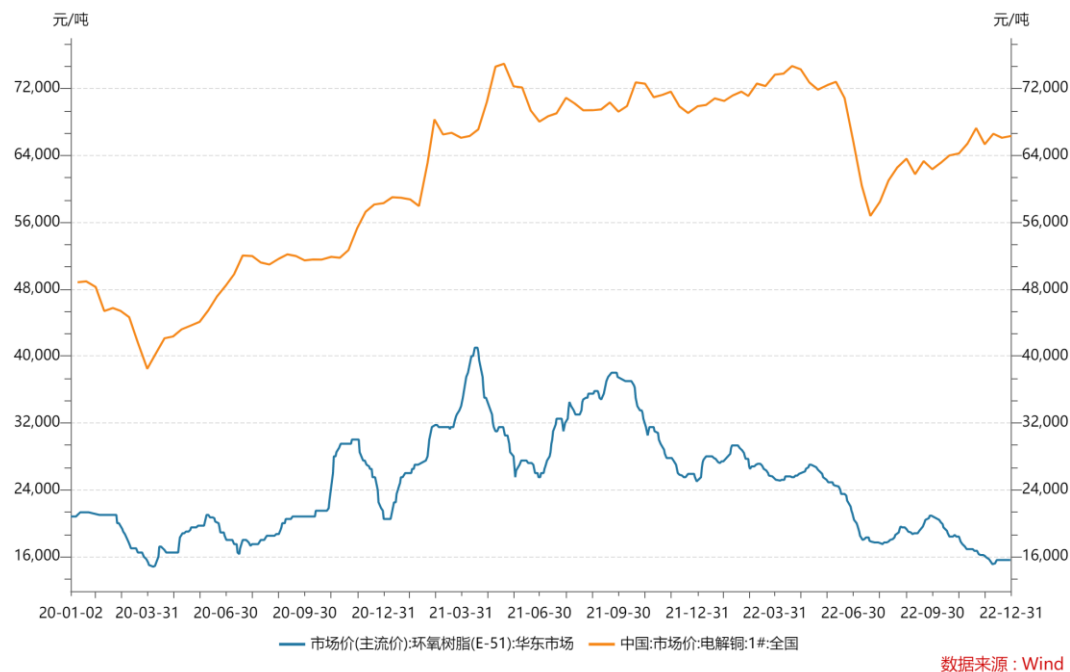
对于 PCB 板，发行人根据材料、电路加工的难易程度、交货期等因素与供应商协商确定价格。发行人同类产品相似型号用于同一功能的 PCB 板在生产要求上具有较高的相似性，但受 PCB 板具体规格的影响，在价格方面还会存在小幅差异。如上表所示，发行人游戏控制器主板的采购价格主要集中在 3-4 元，智能监护器主机主板的采购价格主要集中在 4-6 元，智能监护器摄像头主板的采购价格在 3 元左右。

对于同款产品的 PCB 板(2801 手柄主板(130\*51MM))，发行人向不同供应商采购的价格差不超过 5%，不存在重大差异。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

公司对外采购的 PCB 板均为定制类产品，发行人会与供应商结合材料、线路加工的难易程度、交货期等内容协商确定价格，不存在公开市场价格。但是

PCB 直接原材料为环氧树脂及覆铜板，其价格波动与环氧树脂及金属铜的价格波动存在一定的相关性。因此选取环氧树脂和电解铜的价格作为 PCB 市场价格波动的参考。其价格走势如下：



2020 年，电解铜市场价格先下降后上升，但市场中间水平与 2019 年一致。2021 年，电解铜市场整体处于上升趋势。2020 年，环氧树脂基本保持稳定。2021 年，环氧树脂市场整体处于上升趋势。

2020 年至 2022 年，公司 PCB 主要型号的采购均价与环氧树脂及电解铜市场价格对比情况如下：

单位：元、单位：元/吨

| 物料号    | 2022 年度 |        | 2021 年度 |        | 2020 年度 |        |
|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|        | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   |
| 90**47 | 3.41    | 5.25%  | 3.24    | 8.38%  | 2.99    | -5.51% |
| 92**27 | 无采购     | -      | 4.82    | -      | 无采购     | -      |
| 92**50 | 4.26    | 1.67%  | 4.19    | 13.31% | 3.70    | -      |
| 93**38 | 4.97    | 0.00%  | 4.97    | -      | 无采购     | -      |
| 92**04 | 4.76    | 0.00%  | 4.76    | -      | 无采购     | -      |
| 91**41 | 无采购     | -      | 3.72    | 28.61% | 2.89    | -4.22% |
| 92**32 | 3.27    | -4.11% | 3.41    | -      | 无采购     | -      |
| 91**98 | 无采购     | -      | 无采购     | -      | 3.70    | 0.00%  |

| 物料号      | 2022 年度       |         | 2021 年度       |        | 2020 年度       |        |
|----------|---------------|---------|---------------|--------|---------------|--------|
|          | 均价            | 变动幅度    | 均价            | 变动幅度   | 均价            | 变动幅度   |
| 91**42   | 3.07          | -3.46%  | 3.18          | 5.18%  | 3.02          | -1.24% |
| 91**46   | 无采购           | -       | 4.67          | 0.00%  | 4.67          | -      |
| 91**22   | 无采购           | -       | 1.52          | 9.61%  | 1.39          | -1.79% |
| 92**56   | 无采购           | -       | 3.70          | 0.00%  | 3.70          | -      |
| 91**87   | 无采购           | -       | 无采购           | -      | 3.32          | -2.17% |
| 90**14   | 无采购           | -       | 无采购           | -      | 无采购           | -      |
| 90**13   | 无采购           | -       | 无采购           | -      | 无采购           | -      |
| 93**87   | 8.21          | 0.00%   | 8.21          | -      | 无采购           | -      |
| 93**84   | 1.59          | -9.14%  | 1.75          | -      | 无采购           | -      |
| 93**86   | 1.27          | -7.97%  | 1.38          | -      | 无采购           | -      |
| 93**27   | 3.36          | 0.00%   | 3.36          | 0.00%  | -             | -      |
| 91**66   | 1.64          | -4.65%  | 1.72          | 16.22% | 1.48          | -3.90% |
| 90**51   | 0.80          | -3.61%  | 0.83          | 3.75%  | 0.80          | -3.61% |
| 92**32   | 3.19          | -6.45%  | 3.41          | 0.00%  | 3.41          | -      |
| 92**01   | 1.32          | -7.04%  | 1.42          | 0.00%  | 1.42          | -      |
| 93**56   | 3.59          | -3.49%  | 3.72          | -      | -             | -      |
| 91**24   | 0.99          | -4.81%  | 1.04          | 9.47%  | 0.95          | -4.04% |
| 93**19   | 3.32          | -2.64%  | 3.41          | -      | -             | -      |
| 93**15   | 3.64          | -2.67%  | 3.74          | -      | -             | -      |
| 91**63   | 0.26          | -7.14%  | 0.28          | 3.70%  | 0.27          | -3.57% |
| 变动幅度     | -9.14%至 5.25% |         | 0.00%至 28.61% |        | -5.51%至 0.00% |        |
| 电解铜市场价格  | 67,534.80     | -1.36%  | 68,466.60     | 40.43% | 48,755.27     | 2.17%  |
| 环氧树脂市场价格 | 22,185.85     | -28.22% | 30,907.53     | 50.83% | 20,491.57     | 5.56%  |

注：上述物料占当年度 PCB 采购金额的比例分别为 44.79%、48.71%和 46.65%。

由于环氧树脂和电解铜只是 PCB 板材料成本的一部分，除此之外，环氧树脂和电解铜市场价格与 PCB 板出厂价格之间的差异还包括其他材料采购成本、生产过程中的人工成本及制造费用等因素，所以环氧树脂和电解铜的市场价格变动幅度要大于公司 PCB 板采购均价的变动幅度。

从价格变动趋势来看，2020 年，公司 PCB 板整体采购价格维持稳定，2021 年及 2022 年，出现一定程度的上升出现下降趋势，与环氧树脂及电解铜

市场价格趋势基本一致。其中，2020 年，公司主要型号的 PCB 板采购单价有所下降，主要原因系原材料市场价格波动传导至终端产品具有一定的时间差。

公司 PCB 板主要为单/双面板，选取 PCB 制造行业的拟上市公司披露的单/双面板销售单价变动趋势作为对比。公司主流型号的 PCB 板采购均价与 PCB 制造行业拟上市公司披露的单/双面板销售单价对比情况如下：

单位：元/平米

| 项目         | 2022 年度       |      | 2021 年度       |        | 2020 年度       |        |
|------------|---------------|------|---------------|--------|---------------|--------|
|            | 均价            | 变动幅度 | 均价            | 变动幅度   | 均价            | 变动幅度   |
| 五株科技-单/双面板 | 未披露           | 未披露  | 未披露           | 未披露    | 737.57        | 15.16% |
| 金禄电子-单/双面板 | 未披露           | 未披露  | 436.02        | 14.97% | 379.26        | -6.35% |
| 满坤科技-单面板   | 未披露           | 未披露  | 337.62        | 2.44%  | 329.57        | 3.24%  |
| 满坤科技-双面板   | 未披露           | 未披露  | 425.59        | 22.23% | 348.19        | 1.12%  |
| 平均变动幅度     | 未披露           |      | 13.21%        |        | 3.29%         |        |
| 变动幅度       | -9.26%至 5.20% |      | 0.00%至 28.61% |        | -5.51%至 0.00% |        |

注：五株科技 2020 年度均价为 2020 年 1-9 月的数据。

如上表所示，2020 年，PCB 制造行业的拟上市公司披露的单/双面板整体价格维持稳定，2021 年出现一定程度的上升，与公司采购价格基本一致。且发行人 PCB 板原材料主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向 PCB 原材料主要供应商采购价格变动幅度与市场价格、采购价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （四）喇叭不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

##### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年，公司喇叭的采购金额分别为 1,596.95 万元、1,353.02 万元和 669.19 万元。公司喇叭不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 采购内容 | 对应成品 | 供应商 | 细分类型及规格 | 2022 年度 |    | 2021 年度 |    | 2020 年度 |    |
|------|------|-----|---------|---------|----|---------|----|---------|----|
|      |      |     |         | 金额      | 单价 | 金额      | 单价 | 金额      | 单价 |

| 采购内容 | 对应成品  | 供应商   | 细分类型及规格                                                | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度  |      |
|------|-------|-------|--------------------------------------------------------|---------|------|---------|------|----------|------|
|      |       |       |                                                        | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额       | 单价   |
| 喇叭   | 游戏耳机  | D1 公司 | 单磁喇叭<br>( $\phi 40 \setminus 16 \Omega 20 \text{mw}$ ) | 536.01  | 2.22 | 992.46  | 2.43 | 1,038.87 | 2.32 |
|      |       | D2 公司 |                                                        | -       | -    | 2.92    | 2.52 | -        | -    |
|      | 智能监护器 | D3 公司 | 单磁喇叭<br>( $\phi 28 \setminus 8 \Omega 1 \text{W}$ )    | 26.11   | 1.46 | 135.94  | 1.34 | 36.42    | 1.35 |
|      |       | D4 公司 |                                                        | -       | -    | -       | -    | 106.02   | 1.68 |
| 咪头   | 游戏耳机  | D4 公司 | 双指向式<br>麦克风                                            | -       | -    | 0.02    | 0.78 | 53.81    | 0.78 |
|      |       | D5 公司 |                                                        | -       | -    | 65.09   | 0.66 | 42.12    | 0.66 |

对于游戏耳机喇叭，发行人向不同供应商的采购单价的差异在 5%以内，不存在显著差异。对于智能监护器喇叭及咪头，发行人向不同供应商的采购单价存在小幅差异。发行人向 D4 公司采购智能监护器喇叭的价格较 D3 公司的同期价格高 24.44%，发行人向 D4 公司采购智能监护器咪头的价格较 D5 公司的同期价格高 18.18%，主要系智能监护器为公司于 2019 年底新引入的产品，而 D4 公司的产品原就应用于智能监护器领域。因此，发行人为及时推进智能监护器项目落地采用了 D4 公司单价较高的产品。后续智能监护器产品的生产销售逐步成熟、稳定，公司亦稳步推进智能监护器的成本优化方案，一方面与 D4 公司协商调整了采购价格，另一方面在保证整体产品质量的同时引入了具有价格优势的喇叭供应商（D3 公司），并调整咪头供应商（D5 公司）的结构。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

根据公开披露信息，拟上市公司天键股份主营微型电声元器件、消费类、工业和车载类电声产品、健康声学产品的研发、制造和销售，产品包括头戴耳机、入耳式耳机及 TWS 耳机。报告期内，公司喇叭主要用于游戏耳机等产品。因此，选取天键股份对外采购喇叭的价格进行对比，发行人主要型号喇叭的采购均价与天键股份对外采购喇叭的价格对比情况如下：

单位：元

| 物料号 | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|-----|---------|---------|---------|
|-----|---------|---------|---------|

|         | 均价           | 变动幅度  | 均价            | 变动幅度   | 均价    | 变动幅度    |
|---------|--------------|-------|---------------|--------|-------|---------|
| 91**55  | 2.32         | 0.00% | 2.32          | 0.00%  | 2.32  | 0.00%   |
| 92**36  | 2.83         | 0.00% | 2.83          | -0.15% | 2.83  | -       |
| 90**98  | 未采购          | -     | 未采购           | -      | 未采购   | -       |
| 91**17  | 2.63         | 0.00% | 2.53          | 9.02%  | 2.32  | 0.00%   |
| 92**44  | 1.37         | 0.00% | 1.37          | 0.00%  | 1.37  | 0.00%   |
| 变动幅度    | 0.00%至 3.83% |       | -0.15%至 9.02% |        | 0.00% |         |
| 天键股份-喇叭 | 2.89         | 0.79% | 2.87          | 2.19%  | 2.80  | -11.11% |

注 1：上述物料占当年度喇叭采购金额的比例分别为 **68.82%、79.21%和 50.17%**；

注 2：天键股份的 **2022 年**喇叭采购均价为 **2022 年 1-6 月**的数据。

根据天键股份公开披露信息，主要原材料采购平均价格波动较大，主要原因系公司的业务重心向头戴式耳机和 TWS 耳机等产品转移，相应原材料种类变化较大。但 **2020 年至 2022 年**，公司与天键股份喇叭采购均价均基本保持稳定。其中，受整体大宗材料上升影响，公司部分型号喇叭（91\*\*17）亦调升了价格。

从价格水平来看，公司喇叭的采购单价主要在 2-3 元间，价格水平与天键股份不存在显著差异，且发行人喇叭主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向喇叭主要供应商采购价格变动幅度及价格水平与市场价格及第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （五）主线不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

##### 1、不同主要供应商的采购单价

2020-2022 年，公司主线的采购金额分别为 2,130.83 万元，2,030.12 万元，**1,635.04 万元**。公司主线原材料不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 对应成品 | 供应商   | 细分类型及规格     | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|------|-------|-------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|      |       |             | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
| 游戏耳机 | E1 公司 | 0.23M 双声道扁线 | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      | E6 公司 |             | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      | E1 公司 | 0.77M 双声道扁线 | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      | E6 公司 |             | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|      | E2 公司 | 0.42M 主线    | 3.43    | 1.75 | 56.32   | 1.79 | 12.42   | 1.79 |

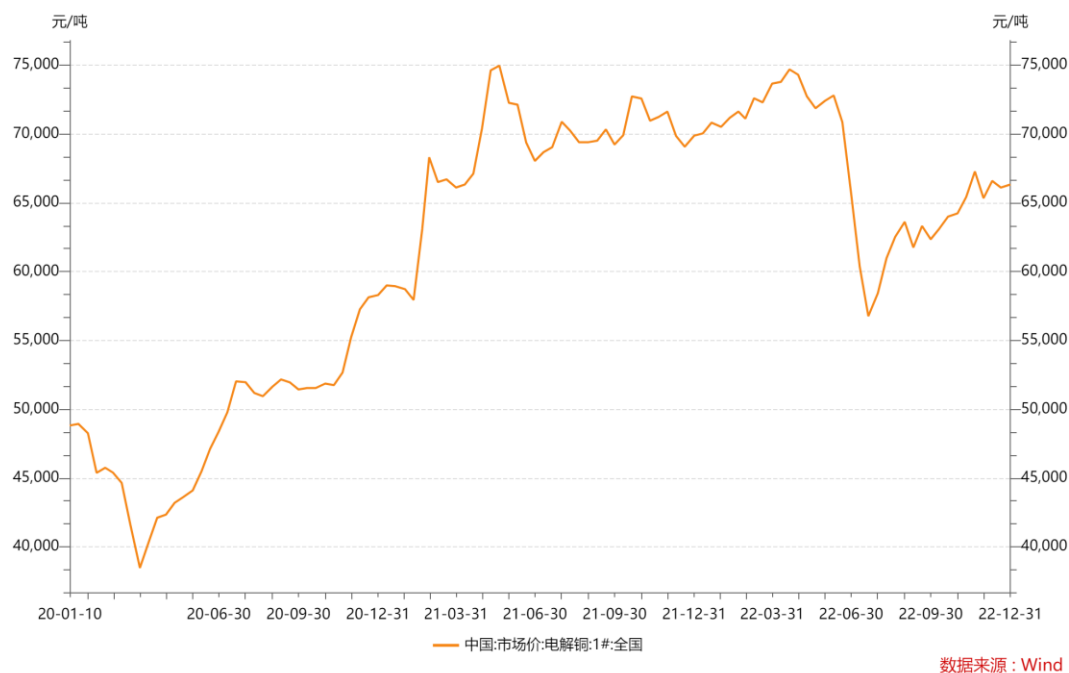
| 对应成品  | 供应商   | 细分类型及规格                   | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|-------|-------|---------------------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|       |       |                           | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
|       | E3 公司 | 0.85M 主线                  | 11.76   | 1.75 | 14.10   | 1.79 | -       | -    |
|       | E2 公司 |                           | 37.90   | 3.12 | 134.85  | 3.14 | 414.21  | 3.02 |
|       | E1 公司 |                           | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E2 公司 | 0.9M 主线                   | 18.60   | 2.65 | 77.60   | 2.70 | -       | -    |
|       | E3 公司 |                           | 2.30    | 2.60 | 29.81   | 2.70 | -       | -    |
|       | E2 公司 | 1.5M 主线                   | 9.32    | 4.20 | 11.06   | 4.20 | 45.74   | 4.20 |
|       | E3 公司 |                           | 13.65   | 4.27 | 22.68   | 4.35 | 34.84   | 4.20 |
|       |       |                           |         |      |         |      |         |      |
| 游戏控制器 | E3 公司 | 2M 主线<br>(高防火等级)          | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E5 公司 |                           | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E3 公司 | 3M 主线<br>(CE 认证)          | 117.90  | 4.14 | 268.58  | 4.18 | 160.47  | 4.09 |
|       | E1 公司 |                           | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E5 公司 |                           | 74.56   | 4.14 | 165.85  | 4.17 | 142.85  | 4.07 |
|       | E2 公司 | 3M 主线<br>(CE 认证、BC1.2 认证) | 21.84   | 9.02 | 34.75   | 8.43 | 101.16  | 7.17 |
|       | E3 公司 |                           | 8.19    | 7.36 | 44.05   | 7.70 | -       | -    |
|       | E5 公司 |                           | -       | -    | -       | -    | 7.66    | 7.31 |
|       | E7 公司 |                           | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E4 公司 | 3M 主线<br>(USB2.0 认证)      | -       | -    | -       | -    | -       | -    |
|       | E5 公司 |                           | -       | -    | 4.94    | 7.31 | 0.71    | 7.31 |

2021 年度，公司向 E2 公司采购的 3M 主线（CE 认证、BC1.2 认证）较 E3 公司高 9.48%，主要原因系公司向 E2 公司及 E3 公司采购主线适配不同细分产品，在具体规格方面存在差异，包括：（1）公司向 E2 公司采购主线的质量测试更加严格；（2）公司向 E2 公司采购主线的含铜量较高，且加入铝镁丝。

除此之外，对于同类型产品的主线，不同供应商的采购单价仍在同一价格水平，价格差异在 5% 以内，不存在显著差异。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

主线系公司产品的外接连接线。目前，市场暂不存在连接线的公开市场价格。但是连接线的主要原材料为金属铜，其价格波动与金属铜的价格波动存在一定的相关性。因此选取电解铜的价格作为主线市场价格波动的参考。其价格指数走势如下：



2020 年，电解铜市场价格先下降后上升，但市场中间水平与 2019 年一致。2021 年及 2022 年，电解铜市场整体出现上升后转入稳定趋势。

报告期内，发行人主线的主要料号采购均价与电解铜市场价格对比情况如下：

单位：元、元/吨

| 产品型号   | 2022 年度 |        | 2021 年度 |        | 2020 年度 |        |
|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|        | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   |
| 90**13 | 4.14    | -0.72% | 4.17    | 2.21%  | 4.08    | -4.23% |
| 91**88 | 5.38    | 0.37%  | 5.36    | 3.28%  | 5.19    | 0.00%  |
| 92**39 | 5.15    | -4.81% | 5.41    | 4.44%  | 5.18    | -      |
| 91**05 | 3.12    | -0.95% | 3.15    | 4.65%  | 3.01    | -      |
| 92**42 | 3.51    | 0.00%  | 3.51    | -0.57% | 3.53    | -      |
| 90**83 | 9.02    | 7.00%  | 8.43    | 17.57% | 7.17    | -1.78% |
| 91**67 | 未采购     | -      | 3.1     | 0.00%  | 3.1     | 0.00%  |
| 91**75 | 3.88    | -1.52% | 3.94    | 4.23%  | 3.78    | -1.31% |
| 90**89 | 未采购     | -      | 未采购     | -      | 未采购     | -      |
| 90**85 | 未采购     | -      | 未采购     | -      | 未采购     | -      |
| 90**91 | 37.17   | -      | 未采购     | -      | 未采购     | -      |
| 90**83 | 未采购     | -      | 未采购     | -      | 未采购     | -      |

| 产品型号    | 2022 年度        |         | 2021 年度        |        | 2020 年度       |       |
|---------|----------------|---------|----------------|--------|---------------|-------|
|         | 均价             | 变动幅度    | 均价             | 变动幅度   | 均价            | 变动幅度  |
| 92**03  | 7.36           | -4.42%  | 7.70           | -      | 未采购           | -     |
| 92**67  | 6.15           | -2.38%  | 6.30           | 0.00%  | 6.30          | -     |
| 91**40  | 5.33           | -2.02%  | 5.44           | 3.36%  | 5.27          | -     |
| 92**36  | 4.83           | -2.62%  | 4.96           | 0.00%  | 4.96          | -     |
| 91**11  | 4.24           | -1.40%  | 4.30           | 2.35%  | 4.20          | -     |
| 91**25  | 4.12           | 0.00%   | 4.12           | 0.00%  | 4.12          | -     |
| 93**61  | 3.94           | -1.75%  | 4.01           | -      | 未采购           | -     |
| 92**64  | 3.43           | -3.11%  | 3.54           | 0.00%  | 3.541         | -     |
| 93**50  | 2.78           | -12.85% | 3.19           | -      | 未采购           | -     |
| 91**41  | 2.70           | -4.92%  | 2.84           | 5.07%  | 2.70          | -     |
| 90**17  | 2.69           | -3.24%  | 2.78           | 0.00%  | 2.78          | -     |
| 92**20  | 2.56           | -1.92%  | 2.61           | 0.00%  | 2.61          | -     |
| 93**63  | 2.27           | 4.61%   | 2.17           | -      | 未采购           | -     |
| 92**40  | 1.75           | -2.23%  | 1.79           | 0.00%  | 1.79          | -     |
| 91**75  | 1.58           | -0.63%  | 1.59           | 3.16%  | 1.54          | -     |
| 92**41  | 1.35           | 4.65%   | 1.29           | -      | 未采购           | -     |
| 90**25  | 1.16           | -2.52%  | 1.19           | -0.17% | 1.20          | -     |
| 91**13  | 0.82           | -2.38%  | 0.84           | 0.00%  | 0.84          | -     |
| 变动幅度    | -12.85%至 7.00% |         | -0.57%至 17.57% |        | -4.23%至 0.00% |       |
| 电解铜市场价格 | 67,534.80      | -1.36%  | 68,466.60      | 40.43% | 48,755.27     | 2.17% |

注：上述物料占当年度电池采购金额的比例分别为 77.78%、91.37%和 55.40%。

由于电解铜只是主线材料成本的一部分，除此之外，电解铜市场价格与主线出厂价格之间的差异还包括其他材料采购成本、生产过程中的人工成本及制造费用等因素，所以电解铜的市场价格变动幅度要大于公司主线采购均价的变动幅度。

从价格变动趋势来看，2020 年，公司主线采购价格基本保持稳定；2021 年，公司主线采购均价较过往存在较大增幅，与电解铜市场价格变动趋势基本一致。

此外，根据公开披露信息，拟上市公司天键股份主营微型电声元器件、消费类、工业和车载类电声产品、健康声学产品的研发、制造和销售，耳机产品

包括头戴耳机、入耳式耳机及 TWS 耳机。其对外采购线材的价格情况如下：

单位：元

| 公司名称                            | 2022 年度 |        | 2021 年度 |        | 2020 年度 |        |
|---------------------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|                                 | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   | 均价      | 变动幅度   |
| 天键股份-线材                         | 1.21    | 16.54% | 1.04    | 10.65% | 0.94    | -4.08% |
| 发行人-线材类<br>(不包含火牛) <sup>2</sup> | 1.38    | -3.50% | 1.43    | 11.72% | 1.28    | -3.03% |

注：天键股份的 2022 年度线材采购均价为 2022 年 1-6 月的数据。

由于披露口径存在差异，公司主线不包括辅助线材，而天键股份暂未对线材进行进一步划分。因此，以公司线材类材料剔除火牛后的采购均价与天键股份的线材采购均价进行比较。从对比结果来看，公司线材类（不包含火牛）材料的采购均价水平与天键股份线材采购均价相近，且变动趋势一致。此外，公司主线主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向主线主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （六）塑胶件不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

##### 1、不同主要供应商的采购单价

2020-2022 年，公司塑胶件的采购金额分别为 5,456.59 万元，7,119.26 万元，8,046.37 万元。公司塑胶件不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 对应成品  | 供应商   | 细分类型及规格             | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|-------|-------|---------------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|       |       |                     | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
| 游戏控制器 | F1 公司 | 手柄塑胶面盖（带丝印效果、喷油处理）  | 104.63  | 2.21 | 242.78  | 2.23 | 162.83  | 2.1  |
|       | F2 公司 |                     | 2.86    | 2.32 | 0.67    | 2.21 | 0.24    | 2.44 |
|       | F1 公司 | 手柄塑胶面盖（带丝印效果、未喷油处理） | 1.70    | 1.67 | 5.34    | 1.67 | 5.56    | 1.59 |
|       | F3 公司 |                     | -       | -    | -       | -    | -       | -    |

<sup>2</sup> 由于公司线材类-火牛为电源适配器，此处进行剔除。

| 对应成品  | 供应商   | 细分类型及规格                 | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|-------|-------|-------------------------|---------|------|---------|------|---------|------|
|       |       |                         | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   | 金额      | 单价   |
|       | F4 公司 | 手柄塑胶面盖<br>(无丝印效果、未喷油处理) | 0.38    | 0.64 | 0.512   | 0.64 | 0.97    | 0.61 |
|       | F3 公司 | 手柄塑胶蘑菇头                 | -       | -    | -       | -    | 7.7     | 0.30 |
|       | F5 公司 |                         | -       | -    | -       | -    | 0.5     | 0.28 |
|       | F6 公司 |                         | 15.52   | 0.35 | 22      | 0.33 | 10.29   | 0.30 |
|       | F7 公司 |                         | 0.82    | 0.35 | 11.09   | 0.31 | 4.38    | 0.30 |
|       | F4 公司 |                         | 0.08    | 0.33 | 1.14    | 0.33 | 6.30    | 0.32 |
|       | F1 公司 | 手柄塑胶底盖<br>(喷油处理)        | 107.57  | 2.30 | 243.06  | 2.30 | 170.11  | 2.30 |
|       | F1 公司 | 手柄塑胶底盖<br>(未喷油处理)       |         |      | 4.82    | 1.5  | 5.02    | 1.43 |
|       | F5 公司 |                         | 1.55    | 1.51 | -       | -    | 6.1     | 1.55 |
| 智能监护器 | F8 公司 | 4.3 寸亚克力镜片              | -       | -    | 12.86   | 3.37 | 75.69   | 3.34 |
|       | F9 公司 |                         | 12.63   | 3.34 | -       | -    | -       | -    |
|       | F8 公司 | 5 寸亚克力镜片                | -       | -    | 33.93   | 2.87 | 31.52   | 2.98 |
|       | F9 公司 |                         | 16.38   | 2.91 | -       | -    | -       | -    |

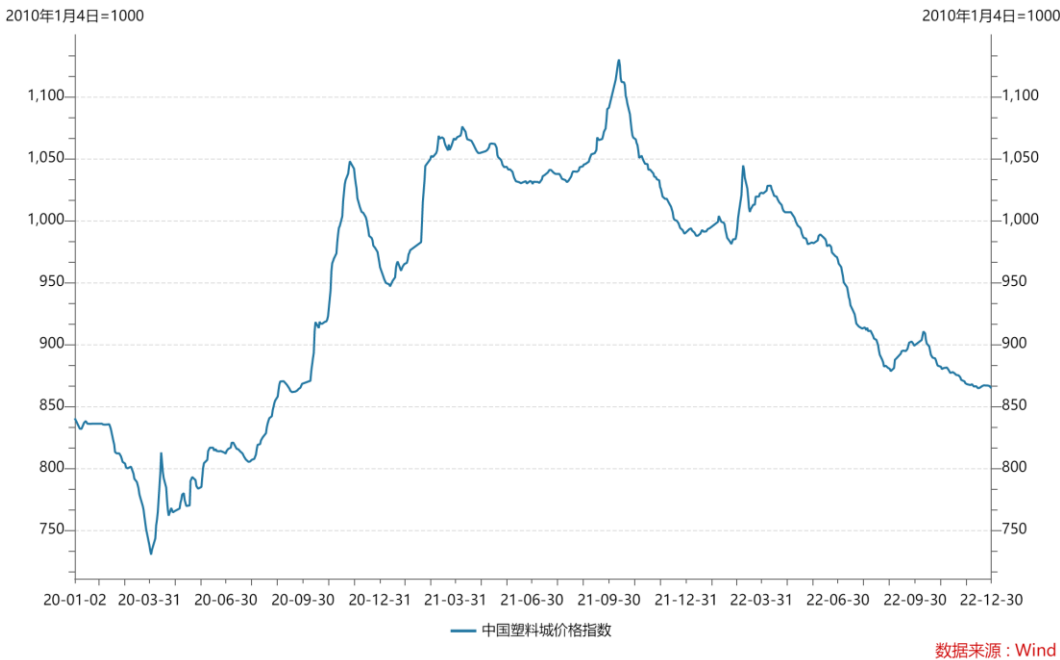
对于游戏控制器塑胶件，发行人同种产品相同部位的塑胶件在结构及尺寸上具有较高的相似性，但塑胶件的表面处理工艺亦会影响材料采购价格。2020 年，公司向 F1 公司采购手柄塑胶面盖（带丝印效果、喷油处理）较 F2 公司低 13.93%，主要原因系面壳对应不同型号的成品，具体工艺仍存在差异。除此之外，对于结构尺寸相近、表面处理工艺相同的塑胶件，发行人向不同供应商的采购价格差异在 10%以内，不存在重大差异。

对于智能监护器塑胶件，发行人向 F9 公司的采购单价较 F8 公司高 27%至 28%，主要系智能监护器为公司于 2019 年底新引入的产品，F9 公司的产品原就应用于智能监护器领域。因此，发行人为及时推进智能监护器项目落地采用了 F9 公司单价较高的产品。后续智能监护器产品的生产销售逐步成熟、稳定，

公司亦稳步推进智能监护器的成本优化方案，发行人在保证整体产品质量的同时调整了供应商(F8 公司)的结构。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

公司塑胶件主要根据自身产品结构需求进行定制。公司与供应商结合材质、尺寸、表面处理工艺及供货批量等内容协商确定价格，不存在公开市场价格。但塑料件核心原料为塑料原料，因此选取中国塑料城价格指数作为对比，具体情况如下：



2020 年，塑胶市场触底后上升并于 2021 年维持稳定。**2022 年，塑胶市场呈现下行趋势。**

报告期内，公司塑胶件主要用于各类产品的结构件，由于公司产品结构较为繁杂，即使是同型号产品亦存在不同颜色、不同表面处理工艺的多种款式。而且不同颜色及不同表面处理工艺的结构件在价格上存在差异。因此，公司各年采购的塑胶件存在较大的结构性变化。为此，选取公司当年度较上一年度采购价格存在变动的物料，模拟测算价格变动对当年采购金额的影响，并以此作为公司塑胶件采购价格水平的参考，与中国塑料城价格指数对比如下：

| 项目 | 2022 年度 |               | 2021 年度 |               | 2020 年度 |               |
|----|---------|---------------|---------|---------------|---------|---------------|
|    | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 |

| 项目                       | 2022 年度 |               | 2021 年度  |               | 2020 年度 |               |
|--------------------------|---------|---------------|----------|---------------|---------|---------------|
|                          | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价       | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价      | 变动幅度/<br>影响程度 |
| 中国塑料城价格指数                | 944.76  | -9.03%        | 1,038.49 | 21.89%        | 852.02  | -5.14%        |
| 塑胶件价格变动对于公司采购成本的影响程度（万元） | -       | 386.49        | -        | 170.19        | -       | -33.50        |
| 影响程度占当年塑胶件采购金额的比例        | -       | 4.81%         | -        | 2.39%         | -       | -0.61%        |

注：影响程度=物料 1 当年度采购金额\*采购均价变动幅度+……+物料 n 采购金额\*采购均价变动幅度。

注：上表所选取塑胶件占 2020 年至 2022 年塑胶件采购金额的比例分别为 60.33%、52.23% 和 64.50%。

由于公司采购的塑胶件主要为塑胶结构件，需要在塑料原料进行加工，与塑料原料之间存在一定的差异。相关差异还包括生产过程中的人工成本及制造费用等因素，所以塑料原料的市场价格变动幅度要大于公司塑胶件采购均价的变动幅度。

2022 年度，公司塑胶件价格变动对于公司采购成本的影响程度为正，与中国塑料城价格指数变动方向相反，主要原因系公司与 2022 年初与市场价格高位采购了一批次聚甲醛塑胶原料。剔除该批材料后，塑胶件价格变动对于公司采购成本的影响程度为-69.71 万元，影响程度占当年塑胶件采购金额的比例为-0.87%，与与中国塑料城价格指数变动方向一致。

除前述因素外，塑胶件价格变动对于公司塑胶件采购成本的影响程度与塑料市场价格变动趋势基本一致，且公司塑胶件主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向塑胶件主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （七）彩盒不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

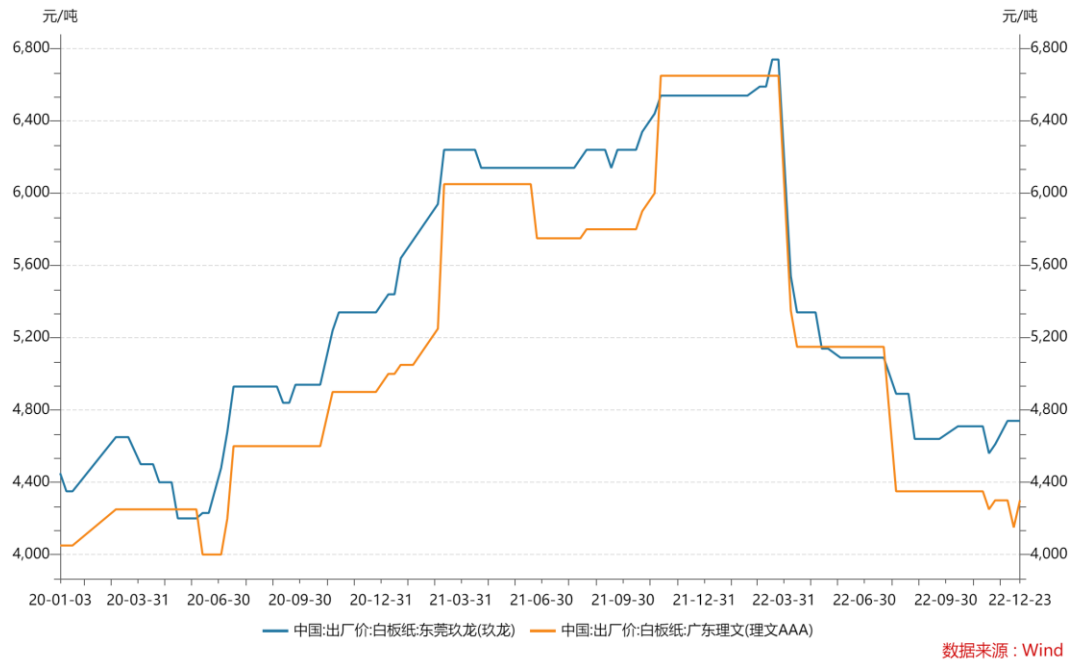
##### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年，公司彩盒的采购金额分别为 1,265.38 万元、1,643.61 万

元和 1,142.55 万元。公司彩盒主要根据产品类别向不同供应商的采购。由于不同类别产品的包装方案系根据客户要求定制，在包材选用、包装尺寸、图案设计及表面处理工艺都具有较大差异，不同供应商之间不存在可比的彩盒。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

公司彩盒主要根据自身产品结构需求进行定制。公司与供应商结合材质、尺寸、图案及供货批量等内容协商确定价格，不存在公开市场价格。但彩盒核心原料为纸张，因此选取主要纸厂的白板纸出厂价作为对比，具体情况如下：



2020 年初至 2020 年上半年，主要纸厂的白板纸出厂价整体保持稳定，2019 年整体市场价格水平较 2018 年略有下降。2020 年下半年开始，主要纸厂的白板纸出厂价开始上升。2022 年初以来，主要纸厂的白板纸出厂价开始回落。

报告期内，公司不同产品的包装规格存在差异，即使是同款产品亦存在不同的包装规格，而且不同包装规格在价格上存在差异。因此，公司各年度间采购的彩盒存在较大的结构性变化。为此，选取公司当年度较上一年度采购价格存在变动的物料，模拟测算价格变动对当年采购金额的影响，并以此作为公司彩盒采购价格水平的参考，与主要纸厂的白板纸出厂价对比如下：

单位：元/吨

| 项目 | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|----|---------|---------|---------|
|----|---------|---------|---------|

|                         | 均价       | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价       | 变动幅度/<br>影响程度 | 均价       | 变动幅度/<br>影响程度 |
|-------------------------|----------|---------------|----------|---------------|----------|---------------|
| 出厂价:白板纸:东莞玖龙(玖龙)        | 5,323.42 | -13.85%       | 6,179.19 | 30.10%        | 4,749.44 | 9.92%         |
| 出厂价:白板纸:广东理文(理文AAA)     | 5,161.84 | -12.81%       | 5,920.27 | 33.21%        | 4,444.44 | 5.30%         |
| 彩盒价格变动对于公司采购成本的影响程度(万元) | -        | -11.40        | -        | 8.32          | -        | 2.45          |
| 影响程度占当年彩盒采购金额的比例        | -        | -1.00         | -        | 0.51%         | -        | 0.19%         |

注：影响程度=物料 1 当年度采购金额\*采购均价变动幅度+……+物料 n 采购金额\*采购均价变动幅度。

注：上表所选取彩盒占 2020 年至 2022 年彩盒采购金额的比例分别为 17.68%、32.13%和 32.51%。

由于公司采购的彩盒与白板纸出厂之间存在一定的差异，相关差异包括生产过程中的人工成本及制造费用等因素，所以白板纸的市场价格变动幅度要大于公司彩盒采购均价的变动幅度。

从价格变动趋势来看，2020 年至 2021 年，公司彩盒采购价格水平呈现上升趋势，其中，2021 年存在较过往年度更明显的增幅，与白板纸市场价格变动趋势基本一致；2022 年度，公司彩盒采购价格水平与白板纸市场价均出现下降，且公司彩盒主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向彩盒主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （八）垫类不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

##### 1、不同主要供应商的采购单价

2020 年至 2022 年公司垫类的采购金额分别为 1,835.70 万元、1,908.04 万元和 1,121.52 万元。公司垫类原材料不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 对应成品 | 供应商 | 细分类型及规格 | 2022 年 |    | 2021 年 |    | 2020 年 |    |
|------|-----|---------|--------|----|--------|----|--------|----|
|      |     |         | 金额     | 单价 | 金额     | 单价 | 金额     | 单价 |

| 对应成品 | 供应商   | 细分类型及规格                          | 2022 年 |      | 2021 年 |      | 2020 年 |      |
|------|-------|----------------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|
|      |       |                                  | 金额     | 单价   | 金额     | 单价   | 金额     | 单价   |
| 游戏耳机 | H1 公司 | 型号 1 耳绵<br>(织布外层、记忆海绵填充)         | 38.45  | 3.84 | 169.78 | 3.92 | 39.26  | 3.92 |
|      | H2 公司 | 型号 1 耳绵<br>(织布外层、记忆海绵填充)         | 26.7   | 3.65 | 147.03 | 3.75 | 0.36   | 3.76 |
|      | H1 公司 | 型号 2 耳绵<br>(织布外层、高弹海绵填充带定型片)     | 270.88 | 2.15 | 686.91 | 2.76 | 643.71 | 2.67 |
|      | H1 公司 | 型号 3 耳绵<br>(织布外层、高弹海绵填充)         | 79.31  | 2.1  | 160.84 | 2.55 | 371.68 | 2.57 |
|      | H1 公司 | 型号 4 耳绵<br>(PU/绒布外层、高弹海绵填充带丝印效果) | 76.29  | 1.8  | 54.09  | 1.87 | 85.38  | 1.86 |
|      | H1 公司 | 型号 5 耳绵<br>(PU/绒布外层、高弹海绵填充)      | -      | -    | -      | -    | 0.57   | 1.42 |
|      | H3 公司 | 型号 6 耳绵<br>(绒布外层、高弹海绵填充带丝印效果)    | -      | -    | -      | -    | -      | -    |

公司垫类材料主要为耳机海绵。不同填充物材质及不同外层包裹材质制造而成的耳绵在价格上存在差异。其中，公司就相同填充物材质、相同外层包裹材质的耳绵向不同供应商的采购价格不存在显著差异。2020 年及 2021 年，公司就同款耳棉向 H2 公司的采购价格较 H1 公司的采购价格低 4.34%和 4.08%，主要原因系公司尝试优化耳机产品成本，较少数型号产品所用耳棉引入了单价较低的供应商（H2 公司），后由于 H2 公司产品稳定性弱于 H1 公司，公司已逐步缩小与 H2 公司的合作规模。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

公司垫类材料主要为耳机海绵，不存在公开市场价格。但耳机海绵的核心原料为聚氨酯，其价格与上游主要原材料存在一定相关性，因此选取聚氨酯行业指数作为参考，具体情况如下：



2020 年上半年，聚氨酯行业指数基本维持稳定；2020 年中，聚氨酯行业指数整体处于区间高位。

2020-2022 年，发行人耳机海绵采购均价与聚氨酯行业指数对比情况如下：

单位：元

| 项目      | 2022 年度   |         | 2021 年度   |        | 2020 年度   |        |
|---------|-----------|---------|-----------|--------|-----------|--------|
|         | 均价        | 变动幅度    | 均价        | 变动幅度   | 均价        | 变动幅度   |
| 垫类-耳机海绵 | 1.26      | -23.39% | 2.18      | 41.56% | 1.54      | 6.94%  |
| 聚氨酯行业指数 | 21,233.40 | -14.54% | 24,845.35 | 81.62% | 13,679.96 | 35.86% |

由于聚氨酯只是耳棉材料成本的一部分，除此之外，聚氨酯市场价格与主线出厂价格之间的差异还包括其他材料采购成本、生产过程中的人工成本及制造费用等因素，所以聚氨酯的市场价格变动幅度要大于公司耳棉采购均价的变动幅度。

从价格变动趋势来看，2020 年，公司耳机海绵采购均价整体维持稳定，存在小幅上升；2021 年，公司耳机海绵采购均价存在较大幅度的增幅，**2022 年，公司耳机海绵采购均价下降**，与聚氨酯行业指数变动趋势基本一致，且公司耳机海绵主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向垫类材料主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，

价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

### （九）电池不同主要供应商的采购单价、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动、公允性分析等

#### 1、不同主要供应商的采购单价

2020-2022 年，公司电池的采购金额分别为 1,809.52 万元、2,093.02 万元和 1,926.95 万元。公司电池不同供应商的采购单价如下：

单位：万元、元

| 对应成品  | 供应商   | 细分类型及规格 | 2022 年 |       | 2021 年 |       | 2020 年 |       |
|-------|-------|---------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|       |       |         | 金额     | 单价    | 金额     | 单价    | 金额     | 单价    |
| 游戏控制器 | I1 公司 | 1300mA  | -      | -     | 0.02   | 9.56  | 0.22   | 7.52  |
|       | I2 公司 | 1200mA  | 131.96 | 8.60  | 180.25 | 7.56  | 77.01  | 7.65  |
|       | I2 公司 | 1000mA  | 57.36  | 6.68  | 64.40  | 6.46  | 22.17  | 6.46  |
|       | I1 公司 | 700mA   | 19.36  | 7.59  | 25.82  | 6.98  | 4.22   | 6.87  |
|       | I1 公司 | 600mA   | -      | -     | -      | -     | -      | -     |
|       | I2 公司 | 600mA   | -      | -     | 7.65   | 4.72  | 21.75  | 4.74  |
|       | I3 公司 | 550mA   | 72.26  | 7.67  | 266.22 | 7.67  | 582.64 | 7.81  |
|       | I1 公司 | 550mA   | 9.72   | 6.46  | 19.97  | 6.24  | 20.99  | 5.99  |
|       | I2 公司 | 550mA   | 3.84   | 4.57  | 11.45  | 4.57  | 12.37  | 4.57  |
|       | I2 公司 | 400mA   | 1.26   | 4.22  | 50.17  | 4.22  | 63.32  | 4.22  |
|       | I2 公司 | 250mA   | -      | -     | 27.89  | 3.54  | 35.53  | 3.54  |
| 智能监护器 | I4 公司 | 2000mA  | -      | -     | 195.30 | 19.44 | 422.78 | 17.94 |
|       | I5 公司 | 2000mA  | -      | -     | 8.11   | 19.72 | -      | -     |
|       | I6 公司 | 1200mA  | 33.40  | 12.12 | 124.30 | 11.52 | 194.29 | 10.88 |

对于电池，发行人同种产品的电池价格与容量基本成正相关关系。对于同产品同容量电池（游戏控制器 550mA 及 600mA），I1 公司同期价格比 I2 公司高 15%至 40%，主要系 I1 公司行业知名度更高，在产品质量及产品稳定性等方面更有保障，因此其价格在同等容量下略高于其他公司。根据公开信息，公司游戏控制器产品的主要电池供应商情况如下：

| 供应商   | 基本信息                                                          | 品牌知名度    | 业务规模     | 公司采购价格水平 |
|-------|---------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|
| I1 公司 | 鹏辉能源成立于 2001 年，于 2015 年在深交所上市，主要业务为锂离子电池、一次电池（锂铁电池、锂锰电池等）、镍氢电 | 高于 I2 公司 | 高于 I2 公司 | 高于 I2 公司 |

|       |                                                                                                                                         |          |          |          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|
|       | 池的研发、生产和销售。鹏辉能源业务范围已覆盖数码消费类电池、新能源汽车动力电池系统及配套交流直流充电桩、通信储能、家用储能系统、大型离并网式储能系统以及轻型动力等领域。2021年度，鹏辉能源营业收入为36.42亿元；截至2022年1月31日，鹏辉能源总市值超150亿元。 |          |          |          |
| I2 公司 | 裕铭达成立于2012年，是一家专注于锂电池组、便携式应急电源、蓝牙键盘，以及电子礼品等相关3C数码产品电池的研发、生产、销售于一体的成长型企业。根据访谈提纲，公司2018年至及2019年收入不超过1亿元。                                  | 低于 I1 公司 | 低于 I1 公司 | 低于 I1 公司 |

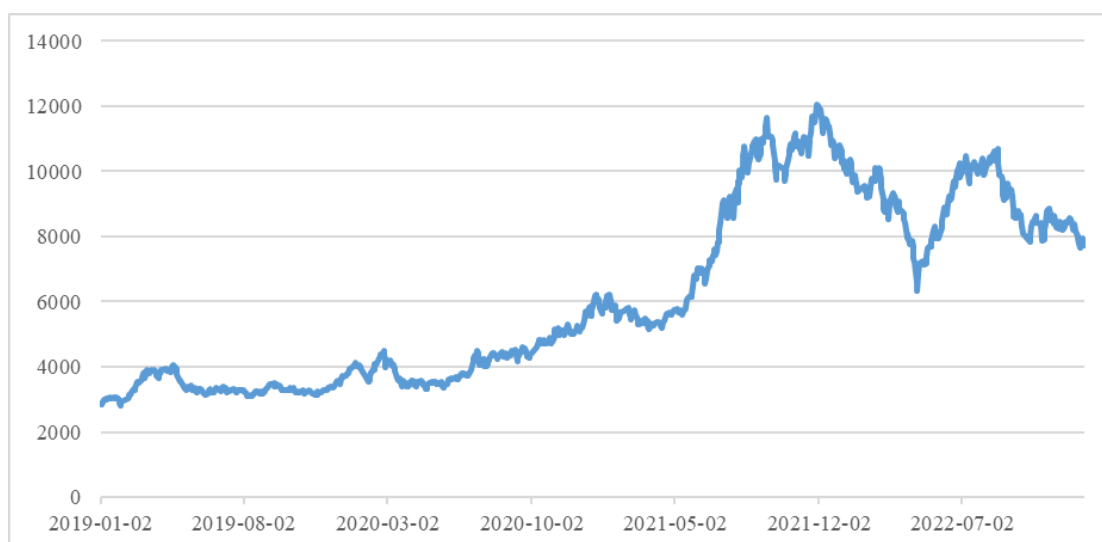
如上表所示，I2 公司无论在品牌知名度及业务规模都低于 I1 公司，所以对于规格相近的电池产品，公司向 I2 公司的采购价格要低于 I1 公司。

此外，公司向 I3 公司采购的 550mA 电池价格较高，主要原因系该款电池按照任天堂认可的电池标准对产品进行电路保护、温度控制等方面进行了调整，而发行人向其他供应商采购的 550mA 电池未经过上述特殊调整处理。

总体来看，对于同类产品、容量相近的电池，发行人向不同供应商的采购价格不存在重大差异。

## 2、当期发行人该类原材料平均采购价变动、市场价变动对比情况

公司电池主要为游戏控制器及智能监护器所使用的锂离子电池，以万得锂



电池概念指数作为市场价格波动的参考。其指数走势如下：

数据来源：Wind

2020 年，万得锂电池概念指数基本维持稳定；2021 年，万得锂电池概念指数处于明显的上升情况。**2022 年，万得锂电池概念指数基本维持稳定趋势。**

2020-2022 年，公司电池材料主要型号的采购均价如下表所示：

单位：元

| 产品型号   | 2022 年度        |        | 2021 年度        |        | 2020 年度       |        |
|--------|----------------|--------|----------------|--------|---------------|--------|
|        | 均价             | 变动幅度   | 均价             | 变动幅度   | 均价            | 变动幅度   |
| 92**95 | 19.72          | 4.60%  | 18.85          | 13.01% | 16.68         | -      |
| 91**33 | 7.67           | 0.00%  | 7.67           | -1.79% | 7.81          | -3.82% |
| 91**83 | 无采购            | -      | 19.44          | 8.36%  | 17.94         | -0.22% |
| 92**81 | 无采购            | -      | 7.52           | -1.70% | 7.65          | -      |
| 92**24 | 6.01           | 1.22%  | 5.94           | -      | 无采购           | -      |
| 93**88 | 12.12          | 4.08%  | 11.65          | -      | 无采购           | -      |
| 92**21 | 6.64           | 13.88% | 5.83           | 3.00%  | 5.66          | -      |
| 90**82 | 4.22           | 0.00%  | 4.22           | 0.00%  | 4.22          | 0.00%  |
| 91**46 | 10.88          | 0.00%  | 10.88          | 0.00%  | 10.88         | -0.09% |
| 90**31 | 无采购            | -      | 4.73           | -0.21% | 4.74          | 0.00%  |
| 91**97 | 无采购            | -      | 无采购            | -      | 7.41          | 0.00%  |
| 90**78 | 无采购            | -      | 无采购            | -      | 7.52          | 0.00%  |
| 90**84 | 无采购            | -      | 无采购            | -      | 无采购           | -      |
| 90**32 | 无采购            | -      | 无采购            | -      | 无采购           | -      |
| 93**14 | 54.34          | 15.50% | 47.04          | -      | 无采购           | -      |
| 93**69 | 13.44          | 22.45% | 10.97          | -      | 无采购           | -      |
| 93**13 | 8.6            | 10.40% | 7.79           | -      | 无采购           | -      |
| 93**26 | 7.59           | 4.98%  | 7.23           | -      | 无采购           | -      |
| 91**31 | 7.14           | 2.29%  | 6.98           | 1.60%  | 6.87          | -      |
| 91**23 | 6.72           | 4.02%  | 6.46           | 0.00%  | 6.46          | 0.00%  |
| 90**80 | 5.77           | 0.87%  | 5.72           | -0.17% | 5.73          | -      |
| 93**65 | 5.22           | 2.15%  | 5.11           | -      | 无采购           | -      |
| 91**53 | 5.04           | -7.78% | 5.46           | -4.27% | 5.71          | -      |
| 91**83 | 4.57           | 0.00%  | 4.57           | 0.00%  | 4.57          | 0.00%  |
| 92**85 | 4.4            | 6.43%  | 4.13           | 0.45%  | 4.12          | -      |
| 92**90 | 2.3            | 17.95% | 1.95           | -      | 无采购           | -      |
| 变动幅度   | -7.78%至 22.45% |        | -1.79%至 13.01% |        | -3.82%至 0.00% |        |

| 产品型号      | 2022 年度  |       | 2021 年度  |        | 2020 年度  |        |
|-----------|----------|-------|----------|--------|----------|--------|
|           | 均价       | 变动幅度  | 均价       | 变动幅度   | 均价       | 变动幅度   |
| 万得锂电池概念指数 | 8,993.54 | 9.19% | 8,236.81 | 94.53% | 4,234.14 | 25.84% |

注：上述物料占当年度电池采购金额的比例分别为 89.04%、90.77、51.71%。

由于万得锂电池概念指数主要反映的是市场对于锂电池市场预期，其变动幅度与具体产品的采购价格变动幅度亦存在差异。

从价格变动趋势来看，2020 年，公司电池采购均价整体维持稳定，存在小幅波动；2021 年，受市场影响，公司主要的两款电池材料（92\*\*95、91\*\*83，2021 年度采购金额分别为 599.44 万元和 195.30 万元，占当年度比重分别为 28.64%和 9.33%）的采购价格均有所上升，与万得锂电池概念指数与 2021 年大幅上升的趋势一致。2020 年，万得锂电池概念指数处于上升趋势，而公司主要电池采购价格出现下降，主要原因系万得锂电池概念指数主要反映的是市场对于锂电池市场预期，其变动会先于具体的产品价格。总体来看，公司电池采购均价与万得锂电池概念指数变动趋势基本一致，且公司电池主要型号的采购价格与第三方询价结果不存在重大差异。

因此，发行人向电池主要供应商采购价格变动幅度与市场价格一致，价格水平与第三方公允价格一致，采购价格公允。

#### （十）关于部分供应商的补充说明

公司与 B1 公司、D3 公司、F3 公司、F9 公司及 I2 公司的合作基本情况如下：

| 公司名称  | 成立时间        | 主营产品       | 合作时间       | 采购产品    |
|-------|-------------|------------|------------|---------|
| B1 公司 | 2011 年 9 月  | LCD 等显示屏产品 | 2018 年 6 月 | LCD 显示屏 |
| D3 公司 | 2011 年 4 月  | 数据线产品      | 2013 年 9 月 | 游戏手柄数据线 |
| F3 公司 | 2009 年 11 月 | 注塑业务       | 2012 年 3 月 | 塑胶结构件   |
| F9 公司 | 2014 年 1 月  | 显示镜片       | 2019 年 9 月 | 显示镜片    |
| I2 公司 | 2012 年 5 月  | 电池         | 2015 年 5 月 | 锂电池     |

2020-2022 年，公司与 B1 公司、D3 公司、F3 公司、F9 公司及 I2 公司的合作金额及供应商业务规模如下：

单位：万元

| 供应商   | 项目                    | 2022 年度  | 2021 年度  | 2020 年度  |
|-------|-----------------------|----------|----------|----------|
| B1 公司 | 景创科技与供应商交易金额          | 2.53     | -        | 0.28     |
|       | 供应商业务规模               | 30,000   | 26,000   | 25,000   |
|       | 景创科技向供应商采购金额占其同类产品的比例 | 0.01%    | -        | 0.00%    |
| D3 公司 | 景创科技与供应商交易金额          | 459.99   | 656.24   | 514.68   |
|       | 供应商业务规模               | 6200.00  | 8,250.32 | 7,682.50 |
|       | 景创科技向供应商采购金额占其同类产品的比例 | 7.42%    | 7.95%    | 6.71%    |
| F3 公司 | 景创科技与供应商交易金额          | 383.74   | 422.58   | 470.89   |
|       | 供应商业务规模               | 1,200.00 | 1,200.00 | 1,800.00 |
|       | 景创科技向供应商采购金额占其同类产品的比例 | 31.98%   | 38%      | 36%      |
| F9 公司 | 景创科技与供应商交易金额          | 59.80    | 92.11    | 107.96   |
|       | 供应商业务规模               | 4700     | 6,000    | 4,000    |
|       | 景创科技向供应商采购金额占其同类产品的比例 | 1.27%    | 4.63%    | 4.70%    |
| I2 公司 | 景创科技与供应商交易金额          | 221.45   | 346.37   | 232.14   |
|       | 供应商业务规模               | 8,000.00 | 8,800.00 | 8,000.00 |
|       | 景创科技向供应商采购金额占其同类产品的比例 | 2.77%    | 3.94%    | 2.90%    |

根据供应商出具说明，上述供应商与景创科技交易价格与其向其他客户销售同规格产品的价格不存在明显差异。

## 六、说明发行人对梅州国威及其关联方价格调整范围、调整幅度明显高于其他客户的合理性，该客户对其他同类供应商同期是否存在类似调价情形。

### （一）发行人对梅州国威及其关联方价格调整范围、调整幅度明显高于其他客户的合理性

由于 LCD 是智能监护器的必备原材料，其涨价对于所有智能监护器的成本均造成影响。且发行人与梅州国威及其关联方合作的产品主要为智能监护器，

故发行人对梅州国威及其关联方的价格调整范围为公司与其合作的主要型号的智能监护器。

发行人对于梅州国威及其关联方的产品销售价格调整主要系 LCD 市场价格波动所致。2021 年度，发行人 5.0 寸智能监护器 LCD 采购均价上升 144.46%，4.3 寸智能监护器 LCD 采购均价上升 80.09%。发行人对于梅州国威及其关联方的调整幅度明显高于其他客户，主要原因系 LCD 市场价格波动较大，而发行人其他游戏外设客户不受 LCD 市场波动的影响，产品销售价格调整幅度较小。

发行人同类产品客户还有 Binatone，发行人与 Binatone 未根据 LCD 市场价格波动情况调整销售价格，主要原因系 2020 年底，LCD 显示屏价格上升以来，发行人未承接 Binatone 的新订单，发行人向 Binatone 销售的产品都系在原有订单范畴下履行的，且主要利用库存材料进行生产。

## **（二）该客户对其他同类供应商同期是否存在类似调价情形**

经梅州国威确认，除发行人之外，其智能监护器产品不存在其他外部供应商。相关调价情形系双方在上游 LCD 市场价格波动较大的背景下经友好协商确定的，不存在利益输送，且在执行过程中亦未因该调价情形引起纠纷。

## **七、请保荐人、申报会计师发表明确意见**

### **（一）核查程序**

针对第一问至第三问，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人收入成本明细表，分析发行人 2021 年下半年收入及毛利变动情况、境内外收入构成情况；

2、获取发行人 2022 年 1-3 月审阅报告及 1-6 月的预测数据，与过往同期数据进行比较分析；

3、查阅相关行业报告及最新市场动态，分析行业因素及其对发行人的影响。

4、访谈发行人管理层，了解新客户、新产品的最新进展；

5、获取 2020 年至 2022 年间美元兑人民币汇率走势，结合发行人境外收入情况，模拟测算汇率波动对于发行人业绩的影响；

6、对发行人管理层进行访谈，了解衍生品投资的交易背景，检查衍生工具的交易协议、银行资金流水、业务审批依据资料、各报告期末银行出具的《衍生交易市值重估通知书》等，并结合函证程序，确认衍生工具投资的真实性、完整性；

7、查阅发行人截至 2021 年末、2022 年 3 月末及 2022 年 6 月 8 日的在手订单构成情况，了解相关业务交付周期约定。

针对第四问至第六问，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈客户、查阅相关业务合同，了解发行人与客户之间关于原材料价格变动的协商机制

2、访谈发行人销售人员、查阅发行人采购记录及销售记录，分析历次调价背景及价格调整情况；

3、获取发行人采购明细，对同类或相似产品的不同供应商采购价格进行对比分析，并针对深圳市福瑞达显示技术有限公司、东莞市富悦达电子有限公司等供应商，查阅其公开工商资料，获取其对于双方合作情况的说明；

4、获取公司采购材料相关上市公司披露信息或上下游公开价格信息，对比分析发行人采购价格变动趋势；

5、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；

6、获取梅州国威说明，了解产品销售价格调整背景及梅州国威智能监护器产品的其他供应商情况。

## **（二）核查意见**

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、2021 年下半年，公司营业收入同比小幅下滑，净利润同比下滑幅度较大，主要系产品结构变化、汇率波动、原材料涨价等致使毛利率同比下滑，经营规模及人员规模扩大、新产品前期研发设计投入较多等因素所致。虽然公司 2022 年第一季度受国内经济、社会、公共卫生事件等不可抗力因素影响扣非后

净利润同比下滑幅度较大，但随着深圳地区突发公共卫生事件逐步得到控制，公司及时、有序组织复工复产，公司 2022 年 4-6 月业绩同比呈现上升情形，2022 年 1-6 月业绩同比下滑幅度收窄且截至 2022 年 6 月 8 日在手订单仍较为充足。针对游戏外设业务收入及经营业绩下滑的风险，发行人已在招股说明书进行风险提示。

2、报告期内，公司境外业务收入整体呈现上升趋势，但收入占比呈现下滑趋势。该种情况在一定程度上缓解了汇率变动对于公司业绩的影响，但公司主营业务收入仍以境外收入为主，汇率变动仍将是影响发行人业绩的关键因素之一。报告期内，人民币兑美元汇率波动较大，期后短期内（2022 年 1-6 月）人民币兑美元呈现震荡后贬值的趋势，虽然发行人通过远期结售汇交易对冲了一部分不利影响，如后续人民币对美元出现升值，将对公司的外销业务产生不利影响，发行人已针对汇率波动的风险在招股说明书中进行补充风险提示。

3、报告期内，公司积极拓展创新消费电子领域，主营业务产品结构有所变化，从而导致发行人主营业务毛利率有所降低。但根据在手订单构成、2022 年一季度审阅情况及全年客户生产计划，发行人 2022 年度主营业务产品构成仍以游戏外设产品为主，2022 年度主营业务产品结构较 2021 年不会发生重大变化。针对主营业务产品结构变化的风险，发行人已在招股说明书进行风险提示。

4、报告期内，公司未就原材料价格传导机制的量化标准在合作协议之中进行明确的书面约定。但实际经营过程中，与主要客户在原材料价格波动较大时会协商调整产品销售价格。2020 年，公司主要原材料价格基本维持稳定，采购均价变动主要系产品结构变化所致，2021 年以来，受宏观环境影响，公司部分原材料价格上升幅度较大，但公司通过与客户的积极协商，能够一定程度上传导原材料价格上升的压力。

5、2020 年至 2022 年，发行人向不同主要供应商采购同类产品或相似产品的采购价格水平不存在明显差异，公司原材料采购价格变动幅度与市场价格基本一致，采购价格水平与第三方公允价格基本一致，采购价格公允。

6、2020 年 10 月份，发行人对梅州国威及其关联方价格调整范围覆盖主要型号的智能监护器，调整幅度明显高于其他客户主要系 LCD 市场价格涨幅较大

所致，具有合理性。除正常商业交易外，发行人与梅州国威及其关联方之间不存在其他利益安排情形。

## 2. 关于主要客户

申请文件及问询回复显示：

（1）2018-2021年发行人对主要客户Hori的收入分别为2,766.49万元、5,540.28万元、12,239.45万元、9,034.27万元；对主要客户PDP的收入分别为22,292.52万元、8,863.72万元、12,020.30万元、10,221.26万元；对主要客户Bigben收入分别为6,138.52万元、13,664.42万元、10,533.41万元、14,487.57万元。

（2）梅州国威及其关联方、素士科技为发行人2021年新增客户。2021年发行人对素士科技销售电动牙刷、迷你冲牙器等收入为4,357.81万元，当期末对其应收账款余额为1,869.93万元；对梅州国威及其关联方销售智能监护器收入为11,312.46万元，应收账款余额为6,162.01万元；2021年末对Hori无应收账款余额。2021年末发行人对梅州国威及其关联方的在手订单金额为9,846.65万元。

请发行人：

（1）结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对Bigben、Hori、PDP等主要客户收入变动较大的原因、2021年对Hori、PDP收入下滑原因，分析发行人与相关客户合作是否稳定、是否存在进一步下滑风险，并在招股说明书中有针对性地进行风险提示。

（2）说明对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款比例较高的原因，结合期后回款情况说明对其应收账款坏账准备计提比例是否充分，说明2022年的销售合作情况，与梅州国威及其关联方、素士科技的合作是否具有持续性、稳定性；2021年末对Hori无应收账款余额的原因，发行人不同主要客户信用政策的差异及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对相关主要客户的访谈情况，是否就报告期内收入变动合理性、未来合作关系稳定性、是否存在收入下滑风险等结论获取充分的核查依据，并就前述事项发表明确意见。

回复：

一、结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对 Bigben、HORI、PDP 等主要客户收入变动较大的原因、2021 年对 HORI、PDP 收入下滑原因，分析发行人与相关客户合作是否稳定、是否存在进一步下滑风险，并在招股说明书中有针对性地进行风险提示

（一）结合游戏控制器、游戏耳机等具体销售产品类型及对应终端主机、下游市场需求、发行人与客户合作关系、在手订单等，分析说明发行人报告期内对 Bigben、HORI、PDP 等主要客户收入变动较大的原因、2021 年对 HORI、PDP 收入下滑原因

2020-2022 年，发行人游戏外设主要客户 Bigben、HORI、PDP 各年度销售收入如下表所示：

单位：万元

| 客户名称   | 2022 年   | 2021 年    | 2020 年    |
|--------|----------|-----------|-----------|
| Bigben | 8,602.01 | 14,485.64 | 10,533.41 |
| HORI   | 8,736.31 | 9,029.30  | 12,239.45 |
| PDP    | 5,196.35 | 10,221.26 | 12,020.30 |

#### 1、Bigben 报告期内收入构成明细及变动原因

2020-2022 年，Bigben 收入分产品类型及终端主机类型的收入构成明细如下表所示：

单位：万元

| 产品类型  | 终端主机类型及终端品牌商 | 2022 年   |         | 2021 年    |         | 2020 年度   |          |
|-------|--------------|----------|---------|-----------|---------|-----------|----------|
|       |              | 销售金额     | 同比变动    | 销售金额      | 同比变动    | 销售金额      | 同比变动     |
| 游戏控制器 | PS（索尼）       | 7,249.40 | -32.96% | 10,813.82 | 7.68%   | 10,042.34 | -24.09%  |
|       | Switch（任天堂）  | -        | -       | -         | -       | -         | -        |
|       | XBOX（微软）     | 46.37    | -       | -         | -       | -         | -        |
|       | PC           | 476.12   | -43.16% | 837.59    | 455.91% | 150.67    | -52.60%  |
|       | 其他           | -        | -       | -         | -       | -         | -100.00% |
|       | 小计           | 7,771.88 | -33.30% | 11,651.41 | 14.31%  | 10,193.01 | -24.90%  |

|          |             |          |         |           |         |           |         |
|----------|-------------|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| 游戏耳机     | PS（索尼）      | 248.07   | -82.14% | 1,388.97  | -       | -         | -       |
|          | Switch（任天堂） | -        | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | XBOX（微软）    | 485.19   | -55.55% | 1,091.54  | -       | -         | -       |
|          | PC          | -        | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | 其他          | 94.69    | -71.14% | 328.12    | 13.33%  | 289.52    | -       |
|          | 小计          | 827.95   | -70.52% | 2,808.63  | 870.10% | 289.52    | -       |
| 其他游戏外设产品 |             | -        | -       | 25.49     | -29.66% | 36.24     | -60.24% |
| 合计       |             | 8,599.83 | -40.63% | 14,485.52 | 37.71%  | 10,518.76 | -23.02% |

如上表所示，2020-2022 年，Bigben 销售收入以索尼 PS 系列的游戏控制器为主。报告期内，PS 系列游戏控制器适配机型基本为 PS4（报告期各期 PS 系列游戏控制器收入合计适配 PS4 的比例为 99.08%），PS4 主机于 2013 年推出，目前仍然在售。自 Bigben 于 2020 年向 Plantronics 收购 RIG 游戏耳机品牌后，游戏耳机销售收入于 2021 年起放量。发行人向 Bigben 销售的 PS 系列游戏控制器可分为精英手柄（2793 型号）和非精英手柄（主要型号包括 2801、2803 等）。2020-2022 年，发行人向 Bigben 销售的 PS 系列游戏控制器构成明细如下表所示：

单位：万元

| PS 系列类型 | 型号   | 2022 年   | 2021 年    | 2020 年    |
|---------|------|----------|-----------|-----------|
| 精英手柄    | 2793 | 377.73   | 219.35    | 2,303.98  |
| 非精英手柄   | 2801 | 3,946.92 | 7,821.79  | 5,722.57  |
|         | 2803 | 2,702.50 | 2,407.48  | 1,273.24  |
|         | 其他   | 222.25   | 365.21    | 742.55    |
| 合计      |      | 7,249.40 | 10,813.83 | 10,042.34 |

注：上述 PS 系列手柄适配主机类型基本为 PS4

2021 年 PS 系列游戏手柄销售金额同比增幅较小，但 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。

**2022 年游戏控制器及游戏耳机收入分别下降 33.30%及 70.52%，主要原因**

包括：（1）2022 年受过国内外经济、社会等不可抗力因素的影响，终端游戏外设等消费电子市场消费力偏弱；（2）当前处于 PS 主机及外设产品更新迭代的周期，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。发行人积极配合客户推出 PS 5 相关的游戏外设产品，相关产品已在 2022 年实现出货且订单量处于爬坡期。

## 2、HORI 报告期内收入构成明细及变动原因

2020-2022 年，HORI 收入分产品类型及终端主机类型的收入构成明细如下表所示：

单位：万元

| 产品类型     | 终端主机类型及终端品牌商 | 2022 年   |           | 2021 年   |         | 2020 年度   |          |
|----------|--------------|----------|-----------|----------|---------|-----------|----------|
|          |              | 销售金额     | 同比变动      | 销售金额     | 同比变动    | 销售金额      | 同比变动     |
| 游戏控制器    | PS（索尼）       | 340.85   | -27.21%   | 468.27   | -22.84% | 606.87    | -18.48%  |
|          | Switch（任天堂）  | 6,646.27 | -1.70%    | 6,760.90 | -27.01% | 9,262.80  | 180.14%  |
|          | XBOX（微软）     | 47.62    | 4,809.29% | 0.97     | -99.69% | 315.67    | 5756.59% |
|          | PC           | 38.74    | -26.12%   | 52.44    | -20.19% | 65.71     | 13.51%   |
|          | 其他           | 94.72    | 688.02%   | 12.02    | -56.50% | 27.63     | -69.20%  |
|          | 小计           | 7,168.20 | -1.73%    | 7,294.60 | -29.03% | 10,278.68 | 144.50%  |
| 游戏耳机     | PS（索尼）       | 153.90   | -40.86%   | 260.21   | 7.00%   | 243.19    | -29.10%  |
|          | Switch（任天堂）  | 1,081.77 | 31.92%    | 820.05   | -10.67% | 918.03    | 124.17%  |
|          | XBOX（微软）     | -        | -         | -        | -       | -         | -        |
|          | PC           | -        | -         | -        | -       | -         | -        |
|          | 其他           | -        | -         | -        | -       | -         | -        |
|          | 小计           | 1,235.67 | 14.39%    | 1,080.26 | -6.97%  | 1,161.22  | 54.31%   |
| 其他游戏外设产品 |              | 327.87   | -49.17%   | 644.98   | -13.40% | 744.81    | 30.09%   |
| 合计       |              | 8,731.74 | -3.19%    | 9,019.84 | -25.97% | 12,184.71 | 120.38%  |

如上表所示，2020-2022 年，HORI 销售收入以任天堂 Switch 系列的游戏控制器为主，游戏耳机销售收入金额较小。报告期内，Switch 系列游戏控制器适配机型为 Switch（报告期各期 Switch 游戏控制器收入合计适配 Switch 的比例

为 100.00%)，Switch 主机于 2017 年推出，目前仍然在售。发行人向 HORI 销售的 Switch 游戏控制器包括标准手柄（有线手柄及无线手柄）、单侧手柄及双侧手柄。2018-2021 年，发行人向 HORI 销售的 Switch 系列游戏控制器构成明细如下表所示：

单位：万元

| Switch 系列类型 | 2022 年   | 2021 年   | 2020 年   |
|-------------|----------|----------|----------|
| 标准手柄-有线     | 1,521.51 | 879.22   | 1,616.68 |
| 标准手柄-无线     | 847.70   | 3,902.70 | 4,774.20 |
| 单侧手柄        | 58.08    | 81.35    | 151.94   |
| 双侧手柄        | 4,208.05 | 1,897.63 | 2,719.98 |
| 其他          | 10.93    | -        | -        |
| 合计          | 6,646.27 | 6,760.90 | 9,262.80 |

2021 年 Switch 系列游戏手柄销售收入同比下降 27.01%，一方面系根据 VG Chartz 统计，全球 Switch 主机销量同比下降 11.56%；另一方面系发行人与 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。

2022 年，受客供 IC 短缺、深圳本土突发公共卫生事件等影响，HORI 在 2022 年收入同比下滑 3.19%。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。HORI 相关客供 IC 已于 2022 年 4 月起陆续交付给发行人，发行人亦据此逐步安排生产及交货。随着客供 IC 的逐步到位，HORI 的订单量逐步恢复，在 2022 年上半年订单量及销售收入同比下滑幅度较大的情况下，最终实现 2022 年全年营业收入同比基本持平。

### 3、PDP 报告期内收入构成明细及变动原因

2020-2022 年，PDP 收入分产品类型及终端主机类型的收入构成明细如下表所示：

单位：万元

| 产品类型     | 终端主机类型及终端品牌商 | 2022 年   |         | 2021 年    |         | 2020 年度   |         |
|----------|--------------|----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|          |              | 销售金额     | 同比变动    | 销售金额      | 同比变动    | 销售金额      | 同比变动    |
| 游戏控制器    | PS（索尼）       | 743.14   | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | Switch（任天堂）  | -        | -       | -         | -       | -         | 100.00% |
|          | XBOX（微软）     | 68.16    | -91.45% | 797.50    | -       | -         | -       |
|          | PC           | -        | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | 其他           | 0.07     | -       | -         | -       | -         | 100.00% |
|          | 小计           | 811.36   | 1.74%   | 797.50    | -       | -         | 100.00% |
| 游戏耳机     | PS（索尼）       | 895.99   | -54.47% | 1,968.07  | -56.30% | 4,503.11  | -14.61% |
|          | Switch（任天堂）  | 2,400.12 | -63.21% | 6,524.20  | 122.51% | 2,932.15  | 822.49% |
|          | XBOX（微软）     | 1,082.54 | 16.21%  | 931.50    | -79.67% | 4,582.81  | 84.61%  |
|          | PC           | -        | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | 其他           | -        | -       | -         | -       | -         | -       |
|          | 小计           | 4,378.65 | -53.54% | 9,423.77  | -21.59% | 12,018.07 | 48.85%  |
| 其他游戏外设产品 |              | -        | -       | -         | -       | -         | 100.00% |
| 合计       |              | 5,190.01 | -49.22% | 10,221.27 | -14.95% | 12,018.07 | 35.59%  |

如上表所示，2020-2022 年，PDP 销售收入以游戏耳机为主，游戏控制器销售收入金额较小。PDP 游戏耳机在索尼、任天堂及微软三个主机平台均有涉及，对应适配机型主要为 PS4（报告期内游戏耳机亦可适配于 PS5，当发行人客户获取索尼相关授权后，即可与发行人生产贴牌、销售相关 PS5 游戏耳机）、Switch（报告期各期 Switch 游戏耳机收入合计适配 Switch 的比例为 100.00%）及 XBOX-ONE（报告期内游戏耳机亦可适配于 Xbox Series X，当发行人客户获取微软相关授权后，即可与发行人生产贴牌、销售相关 Xbox Series X 游戏耳机）。发行人向 PDP 销售的游戏耳机分为单耳耳机及双耳耳机两类。报告期各期，发行人向 PDP 销售的游戏耳机分构成明细如下表所示：

单位：万元

| 产品类别 | 授权方 | 产品型号  | 2022 年度  | 2021 年度  | 2020 年度  |
|------|-----|-------|----------|----------|----------|
| 双耳   | 任天堂 | LVL40 | 2,273.74 | 6,524.20 | 2,932.15 |

| 产品类别 | 授权方  | 产品型号  | 2022 年度  | 2021 年度  | 2020 年度   |
|------|------|-------|----------|----------|-----------|
|      | 任天堂  | 其他    | 126.37   | -        | -         |
|      | 索尼   | LVL3  | -        | -        | -         |
|      | 索尼   | LVL40 | 895.99   | 1,934.21 | 3,553.36  |
|      | 索尼   | 其他    | -        | -        | -         |
|      | 微软   | LVL3  | -        | -        | -         |
|      | 微软   | LVL40 | 1,082.54 | 895.05   | 3,771.08  |
|      | 微软   | 其他    | -        | -        | -         |
|      | 自有品牌 | LVL5  | -        | -        | -         |
|      | 自有品牌 | LVL6  | -        | -        | -         |
|      | 小计   | -     | 4,378.65 | 9,353.46 | 10,256.59 |
| 单耳   | 任天堂  |       | -        | -        | -         |
|      | 索尼   | LVL1  | -        | -        | -         |
|      | 索尼   | LVL30 | -        | 33.85    | 949.75    |
|      | 微软   | LVL1  | -        | -        | -         |
|      | 微软   | LVL30 | -        | 36.45    | 811.73    |
|      | 自有品牌 | -     | -        | -        | -         |
|      | 小计   | -     | -        | 70.30    | 1,761.48  |
| 合计   |      | -     | 4,378.65 | 9,423.76 | 12,018.07 |

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

2021 年向 PDP 销售收入同比下降 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。PDP 与发行人合作开发新旧产品的具体情况如下表所示：

| 授权方 | 产品类型 | 新旧产品主要差异                                                                      | 新产品推出时间    |
|-----|------|-------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 任天堂 | 双耳   | 新产品：头戴材料较柔软，可旋转折叠，线控可收缩，收纳后形体小，便于携带。颜色多样、可加配饰，外形个性化。<br>旧产品：不可折叠收纳，颜色单一，形体较大。 | 2022 年第四季度 |
| 任天堂 | 双耳   | 新产品：内载降噪系统，主动降噪<br>旧产品：外物包裹耳朵形成被动降噪效果                                         | 2022 年第四季度 |

2022 年度 PDP 收入同比下滑 49.16%，主要原因包括：（1）2022 年受过国内外经济、社会等不可抗力因素的影响，终端游戏外设等消费电子市场消费力偏弱；（2）公司与 PDP 合作的游戏外设产品中，游戏耳机处于更新迭代阶段，虽新一代产品于 2022 年第四季度推出，但相关产品订单量仍处于爬坡期。根据对 PDP 项目经理的访谈及其出具的访谈说明，发行人与 PDP 合作年限长达 10 年以上，历史上因产品更新迭代各年订单量存在一定波动，2022 年因随新主机更新迭代相关外设产品，收入同比下滑属于正常现象，具有合理性。发行人报告期内占 PDP 相关产品采购供应链份额的比例未下降且预计 2023 年亦不会下降，PDP 与终端品牌的合作亦很稳定。PDP 根据其自身 2023 年的出货计划，预计 2023 年给发行人的订单量同比不会持续下滑。2023 年 1-3 月，根据已实现收入及已发货情况，PDP 预计实现销售收入约 1,191.52 万元，同比增长约 70.77%。

## （二）发行人与相关客户合作稳定、游戏外设业务不存在进一步下滑的情形

发行人与报告期内游戏外设主要客户 Bigben、HORI 及 PDP 有长年、稳定且持续的合作关系，Bigben、HORI 及 PDP 均已拿到索尼和微软新世代主机 PS5 和 Xbox Series X 的相关授权且已就相关产品与发行人进行合作开发或已实现销售出货。报告期内，受各类终端主机及外设配件市场需求、产品迭代更新、爆款游戏推出等因素的影响，发行人主要游戏外设客户的收入存在一定波动，但未出现同一报告期内所有主要游戏外设客户收入均同比下滑的情形，且 2021 年游戏外设收入同比未出现下滑情形，预计游戏外设不会出现持续下滑的情形，具体原因如下：

### 1、终端厂商新世代主机的推广、爆款游戏的推出及 VR/AR 的火热和普及将推动游戏外设行业规模的持续提升

近年来，全球游戏外设行业规模整体呈现上升趋势，根据 QY Research 的统计预测，全球主机游戏外设再装市场收入将从 2020 年的 21.70 亿美元增长至 2026 年的 34.39 亿美元，年复合增长率为 7.98%。未来短期内，游戏外设行业持续增长的动因明确，具体包括：

（1）索尼和微软于 2020 年底相继推出上市最新一代游戏主机 PS5 和 Xbox Series X，2021 年上述新一代游戏主机销量处于爬坡阶段，预计未来渗透和普

及率会进一步持续提升，相应带动相关游戏外设硬件的销售。发行人主要游戏外设客户均已取得索尼和微软新世代主机 PS5 和 Xbox Series X 的相关授权且已就相关产品与发行人进行合作开发或已实现销售出货。2021 年至 2022 年，发行人与 PS5 和 Xbox Series X 相关的游戏外设已实现销售收入分别为 **5,513.71 万元和 5,595.72 万元**。

(2) 2022 年，游戏行业亦将推出多款市场呼声较高、玩家期待较高的爆款游戏如 Switch 平台的《马里奥足球：战斗联盟》《怪物猎人崛起：曙光》《塞尔达传说：荒野之息 2》等，PS 平台的《地平线：西之绝境》《艾尔登法环》《GT7 塞车》等，相关爆款游戏的推出亦会间接促进游戏外设硬件的销量。

(3) 随着 AI 和视觉技术持续进步、成本下行，使得市场对于“元宇宙”的期待成为可能。未来 3-5 年，预计“元宇宙”发展主线之一即 VR/AR 等下一代科技硬件渐进式成长，其中就包括与家庭娱乐及游戏相关的 VR/AR 游戏设备，这将成为推动游戏外设行业进一步增长的新动因。发行人目前与 HORI 及深圳市鸣智电子科技有限公司合作开发的模拟飞行摇杆（索尼授权 HORI）及 AR 赛车均属于 VR/AR 相关游戏外设。报告期内，模拟飞行摇杆销售金额约为 690.10 万元，AR 赛车报告期内尚处于开发过程中，其截至 2022 年末，根据客户通知备料情况对应的意向性订单量约为 25 万个，正式的在手订单约为 5 万个。

## **2、发行人与报告期内主要游戏外设客户有长年、稳定且持续的合作关系**

发行人同游戏外设领域主要客户 Bigben、HORI、PDP 等合作时间均超过十年，历史合作情况良好，合作多年来，未曾因为质量问题产生纠纷，未曾出现下游客户拖欠货款的情况。发行人通过较为严格的内部质量控制体系及较为优异的产品开发团队与客户建立了良好的合作关系。根据 Bigben、HORI、PDP 出具的相关说明，报告期内，发行人向上述客户销售游戏外设产品占其采购同类产品的比例整体呈现稳定或上升的趋势。

## **3、发行人主要游戏外设客户均已取得索尼和微软新世代主机 PS5 和 Xbox Series X 的相关授权且已就相关产品与发行人进行合作开发或已实现销售出货**

发行人主要游戏外设客户 Bigben、HORI 及 PDP 均已拿到索尼和微软新世代主机 PS5 和 Xbox Series X 的相关授权且已就相关产品与发行人进行合作开发

或已实现销售出货，具体情况如下：

| 产品大类  | 授权系列      | 下游客户   | 新世代主机            | 发行人客户所获取的主机授权情况                 | 截至 2022 年末客户就新世代主机与发行人合作情况 |
|-------|-----------|--------|------------------|---------------------------------|----------------------------|
| 游戏控制器 | PS 系列     | Bigben | 索尼 PS5           | 索尼 PS5(2021 年 6 月-长期)           | 已实现出货                      |
|       |           | HORI   |                  | 索尼 PS5(2020 年 10 月-长期)          | 已实现出货                      |
|       |           | PDP    | 索尼 PS5           | 索尼 PS5(2021 年 10 月-长期)          | 已实现出货                      |
|       | Switch 系列 | HORI   | -                | -                               | -                          |
|       |           | PDP    |                  | -                               | -                          |
|       | XBOX 系列   | HORI   | 微软 Xbox Series X | 微软 XboxSeriesX (2020 年 11 月-长期) | 已实现出货                      |
|       |           | PDP    |                  | 微软 XboxSeriesX (2020 年 12 月-长期) | 已实现出货                      |
| 游戏耳机  | PS 系列     | PDP    | 索尼 PS5           | 索尼 PS5(2021 年 10 月-长期)          | 已实现出货                      |
|       |           | HORI   |                  | 索尼 PS5(2020 年 10 月-长期)          | 已实现出货                      |
|       |           | Bigben |                  | 索尼 PS5(2021 年 6 月-长期)           | 已实现出货                      |
|       | Switch 系列 | HORI   | -                | -                               | -                          |
|       |           | PDP    |                  | -                               | -                          |
|       | XBOX 系列   | PDP    | Xbox Series X    | 微软 XboxSeriesX(2020 年 11 月-长期)  | 已实现出货                      |
|       |           | Bigben |                  | 微软 XboxSeriesX(2021 年 8 月-长期)   | 已实现出货                      |

#### 4、发行人主要游戏外设客户 HORI 部分原材料短缺问题已找到妥善的解决方案

发行人主要游戏外设客户 HORI 在 2021 年收入同比下滑的主要原因之一系其在 2021 年下半年因 IC 模组原材料短缺（该原材料由 HORI 客供给发行人），给发行人的部分订单推迟下达所致。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。

除在手订单外，结合发行人与 HORI 沟通确定的全年生产排期计划及备料情况（部分备料已由 HORI 预付备料款）来看，发行人 2022 年全年 HORI 相关产品的排期生产量不低于 2021 年全年。

2022 年 3 月，HORI 2021 年下半年客供 IC 短缺的问题已解决，相关客供料已陆续给到发行人，相关产品订单亦陆续下达。截至 2022 年 3 月末，HORI 在手订单金额为 4,956.27 万元。随着客供 IC 的逐步到位，HORI 的订单量逐步恢复，在 2022 年上半年订单量及销售收入同比下滑幅度较大的情况下，最终实现 2022 年全年营业收入同比基本持平。

#### 5、发行人主要游戏外设客户截至 2022 年末的合计在手订单相比于报告期各年度末不存在异常情形

截至 2020 年末、2021 年末、2022 年末，发行人游戏外设主要客户 Bigben、HORI、PDP 的在手订单情况如下表所示：

单位：万元

| 客户名称   | 2022 年末  | 2021 年末  | 2020 年末  |
|--------|----------|----------|----------|
| HORI   | 2,983.27 | 1,210.15 | 5,920.91 |
| PDP    | 790.41   | 1,018.23 | 1,036.57 |
| Bigben | 2,761.71 | 4,276.17 | 941.23   |
| 合计     | 6,535.39 | 6,504.55 | 7,898.71 |

如上表所示，发行人主要游戏外设客户 2021 年末在手订单金额合计相比于报告期内其余各期末不存在显著异常情形。

#### 6、除主要游戏外设客户 Bigben、HORI、PDP 外，发行人积极拓展其他游戏外设客户

Bigben、HORI、PDP 属于发行人合作年限较长的主要游戏外设客户，除上述客户外，发行人亦积极拓展其他游戏外设客户（包括拓展新游戏外设客户及在现有游戏外设客户基础上增加销售型号、进一步提升合作空间等）。除 Bigben、HORI、PDP 外，其他游戏外设客户实现销售收入及同比变动如下表所示：

单位：万元

| 客户名称         | 2022 年销售收入 | 收入同比变动比例 | 截至 2022 年 12 月 31 日在手订单金额 | 在手订单金额同比变动比例 |
|--------------|------------|----------|---------------------------|--------------|
| 品众电子         | 2,823.54   | -3.01%   | 1,156.39                  | 28.66%       |
| 飞智           | 3,790.38   | 129.60%  | 611.26                    | 118.14%      |
| 深圳市壹位堂科技有限公司 | 1,475.93   | 486.87%  | 273.55                    | 89.30%       |

如上表所示，除主要游戏外设客户 Bigben、HORI、PDP 外，发行人其他游戏外设客户拓展情况良好。

### （三）招股说明书补充风险提示

关于发行人游戏外设业务收入下滑的风险，发行人已于招股说明书“第四节、三、（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”及“重大事项提示、一、（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”补充披露如下：

“

2020 年、2021 年及 2022 年，发行人游戏外设业务收入分别为 39,241.49 万元、39,396.29 万元及 31,062.64 万元，其中 2021 年游戏外设收入与 2020 年基本持平，未呈现一定幅度上升的主要原因系发行人游戏外设主要客户 HORI 及 PDP 当年因 IC 模组等原材料短缺、新产品开发等原因当年收入同比下滑所致。未来若核心原材料、客户新产品开发及采购计划等发生重大不利变化，将会对公司游戏外设业务收入产生不利影响，使其存在下滑的风险。

2020 年、2021 年及 2022 年，发行人综合毛利率分别为 30.48%、24.28%及 22.01%。其中，2021 年综合毛利率同比下降 6.20 个百分点，2022 年综合毛利率同比下降 2.27 个百分点，主要系受产品结构变化（高毛利率的游戏外设产品收入占比下滑）、汇率波动（人民币兑美元升值）、主要原材料涨价（以 IC、LCD 等电子原材料为主）等因素影响。未来若高毛利率的游戏外设产品收入占比进一步下滑、人民币兑美元持续升值、主要原材料持续涨价等，将致使公司综合毛利率存在进一步下滑的风险。

2021 年发行人实现营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别为 59,992.18 万元、7,261.22 万元及 6,664.13 万元，同比

分别上升 13.71%、下降 19.43%及下降 16.38%。其中，2021 年 7-12 月营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别同比下滑 5.56%、42.71%及 38.52%。2021 年发行人在营业收入同比增长 13.71%的情形下，净利润同比下滑以及 2021 年下半年利润水平同比下降幅度较大，主要系受高毛利率的游戏外设业务收入占比下降、部分原材料涨价、汇率波动、开发新产品前期投入较大等因素所致。2022 年发行人实现营业收入、净利润及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润分别为 59,493.91 万元、7,961.46 万元及 6,201.31 万元，同比分别下降 0.83%、上升 9.64%及下降 6.94%，主要系受国内外经济、社会等不可抗力因素的影响，公司 12 月份运营、生产、交付效率大幅下降、开工率严重不足，从而对公司订单交付造成直接影响。未来若出现核心原材料价格持续上涨、人民币兑美元持续升值、游戏外设收入下滑、新产品投入回报延后等情形，将使发行人经营业绩存在进一步下滑的风险，甚至下滑超过 50%的风险。”

**二、说明对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款比例较高的原因，结合期后回款情况说明对其应收账款坏账准备计提比例是否充分，说明 2022 年的销售合作情况，与梅州国威及其关联方、素士科技的合作是否具有持续性、稳定性；2021 年末对 HORI 无应收账款余额的原因，发行人不同主要客户信用政策的差异及合理性**

**（一）说明对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款比例较高的原因，结合期后回款情况说明对其应收账款坏账准备计提比例是否充分，说明 2022 年的销售合作情况，与梅州国威及其关联方、素士科技的合作是否具有持续性、稳定性**

**1、发行人对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款比例较高的原因及合理性**

2021 年，发行人对梅州国威及其关联方、素士科技及其他主要游戏外设客户营业收入分季度情况、应收账款比例、信用政策等情况如下表所示：

单位：万元

| 项目       |     | 梅州国威及其关联方 | 素士科技   | Bigben   | HORI     | PDP      |
|----------|-----|-----------|--------|----------|----------|----------|
| 2021 年营业 | 一季度 | 1,134.42  | 354.24 | 2,106.62 | 4,675.71 | 1,681.23 |

|               |              |           |          |           |          |           |
|---------------|--------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| 收入            | 二季度          | 858.71    | 1,177.23 | 3,305.25  | 939.39   | 1,807.02  |
|               | 三季度          | 5,365.08  | 1,090.99 | 3,844.54  | 2,151.16 | 4,818.36  |
|               | 四季度          | 3,954.25  | 1,763.20 | 5,295.62  | 1,384.60 | 2,110.17  |
|               | 合计           | 11,312.46 | 4,385.66 | 14,552.03 | 9,150.86 | 10,416.77 |
|               | 第三、四季度收入合计占比 | 82.38%    | 65.08%   | 62.81%    | 38.64%   | 66.51%    |
| 2021 年末应收账款余额 |              | 5,984.08  | 1,869.93 | 3,524.39  | -        | 1,177.66  |
| 应收账款周转率       |              | 3.78      | 4.07     | 4.05      | -        | 6.40      |

注：应收账款周转率=营业收入/（（期初应收账款余额+期末应收账款余额）/2）

2020-2022 年，发行人可比公司应收账款周转率如下表所示：

| 项目               | 2022 年度 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|------------------|---------|---------|---------|
| 赢通通讯             | 未披露     | 4.23    | 4.33    |
| 朝阳科技             | 未披露     | 4.39    | 3.15    |
| 盈趣科技             | 未披露     | 4.22    | 3.46    |
| 达实智控             | 未披露     | 未披露     | 未披露     |
| 可比公司平均值          | 未披露     | 4.28    | 3.65    |
| 梅州国威及其关联方应收账款周转率 | 1.43    | 3.78    | -       |
| 素士科技应收账款周转率      | 2.79    | 4.07    | 1.76    |

数据来源：可比公司招股说明书、年度报告及 Wind 资讯，达实智控未公告 2020 年、2021 年及 2022 年年报数据，赢通通讯、朝阳科技、盈趣科技未公告 2022 年年报数据

如上表所示，发行人 2021 年对梅州国威及其关联方应收账款年末余额较高主要系第三、四季度相关收入金额较高所致，其第三、四季度收入合计占比高于其他主要游戏外设客户；发行人 2021 年对素士科技应收账款年末余额较高一方面系其第三、四季度收入金额较高，合计占比高于主要游戏外设客户 HORI 与 Bigben，另一方面系其信用政策约定的回款期相对较长（其信用政策约定回款为月结 90 天，而其他主要游戏外设客户信用政策约定回款基本在月结 60 天以内）。发行人对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款周转率属于同行业可比公司合理范围内。

## 2、发行人对梅州国威及其关联方、素士科技应收账款期后回款情况及坏账计提情况

2021 年，发行人对梅州国威及其关联方、素士科技及其他游戏外设主要客

户应收账款期后回款情况及坏账计提情况如下表所示：

单位：万元

| 项目                    | 梅州国威及其关联方       | 素士科技     | Bigben   | HORI  | PDP      |
|-----------------------|-----------------|----------|----------|-------|----------|
| 2021 年末应收账款余额         | 5,984.08        | 1,869.93 | 3,524.39 | -     | 1,177.66 |
| 应收账款账龄情况              | 一年以内            | 一年以内     | 一年以内     | 一年以内  | 一年以内     |
| 坏账计提比例                | 5.00%           | 5.00%    | 5.00%    | 5.00% | 5.00%    |
| 截至 2022 年 12 月末期后回款金额 | <b>5,984.08</b> | 1,869.93 | 3,524.39 | -     | 1,177.66 |
| 截至 2022 年 12 月末期后回款比例 | <b>100.00%</b>  | 100.00%  | 100.00%  | -     | 100.00%  |

如上表所示，发行人 2021 年末对素士科技、梅州国威及其关联方的应收账款期后回款情况良好，回款比例较高，发行人按既定的应收账款坏账计提政策计提相关坏账准备具有合理性、充分性。

### 3、发行人对梅州国威及其关联方、素士科技 2022 年合作情况，相关合作具有可持续性

发行人与梅州国威及其关联方、素士科技签署的相关合同或协议约定了合作期限截至 2022 年底且带有相关自动续期条款。截至 2022 年 12 月末梅州国威及其关联方、素士科技在手订单金额及 2022 年实现收入金额如下表所示：

单位：万元

| 项目                  | 梅州国威及其关联方       | 素士科技            |
|---------------------|-----------------|-----------------|
| 截至 2022 年 12 月末在手订单 | <b>6,683.80</b> | <b>962.65</b>   |
| 产品生产周期              | 约 2 个月          | 约 1 个月          |
| 在手订单覆盖周期            | 约 8 个月          | 约 4 个月          |
| 2022 年实现收入          | <b>5,897.69</b> | <b>3,620.12</b> |
| 2022 年实现收入同比变动      | <b>-47.86%</b>  | <b>-16.77%</b>  |

如上表所示，发行人与梅州国威及其关联方、素士科技签署的合同或协议约定了自动续期条款。截至 2022 年 12 月末上述客户在手订单较为充足。2022 年，梅州国威及其关联方实现收入同比下滑 47.86%，主要系受全球经济、社会等不可抗力因素影响，摩托罗拉智能监护器产品市场销售不及预期，部分订单

推迟至 2023 年所致。

综上所述，发行人与梅州国威及其关联方、素士科技的合作具有可持续性。

## **（二）2021 年末对 HORI 无应收账款余额的原因，发行人不同主要客户信用政策的差异及合理性**

### **1、2021 年末对 HORI 无应收账款余额的原因**

截至 2021 年末，发行人账面上对 HORI 的应收账款为 296.09 万元。经会计师审计的 2021 年末对 HORI 无应收账款余额的原因系年末 HORI 同时存在应收账款与预收账款，发行人与 HORI 签订的合同或协议中不存在限制不同订单或款项冲抵的相关约定，双方协商期末可以就正常销售而确认的应收款项与预收货款进行抵销，故对应收账款与预收款项进行了相互冲抵，HORI 年末存在预收款的原因系其根据与发行人协商沟通后提前支付的备料款。

### **2、发行人报告期内主要客户信用政策**

2019-2021 年，发行人报告期各期前五大客户信用政策如下表所示：

| 客户名称         | 2021 年   | 2020 年   | 2019 年   |
|--------------|----------|----------|----------|
| HORI         | 月结 30 天  | 月结 30 天  | 月结 30 天  |
| PDP          | 月结 45 天  | 月结 45 天  | 月结 45 天  |
| Bigben       | 月结 60 天  | 月结 60 天  | 月结 60 天  |
| Binatone     | 月结 75 天  | 月结 75 天  | 月结 30 天  |
| FUNIVERSE    | 出货后 45 天 | 出货后 45 天 | 出货后 45 天 |
| 品众电子         | 月结 90 天  | 月结 90 天  | 月结 90 天  |
| 梅州国威及其关联公司   | 月结 30 天  | -        | -        |
| 深圳素士科技股份有限公司 | 月结 90 天  | 月结 90 天  | -        |

注：实际执行过程中，上述客户中除素士科技外，其余客户均存在过预付部分备料款的情形

如上表所示，除 Binatone 外，发行人与其他主要客户的信用政策稳定，不存在异常变化，不存在放宽信用期以促进销售的情况。发行人与 Binatone 合同约定的信用期为 75 天，发行人基于应收账款回款风险的考虑，要求 Binatone 在累计交易额达到 200 万美元以前，其信用期为月结 30 天，2019 年双方处于合作早期，交易额较低，因此 2019 年实际执行的信用期为月结 30 天，2020 年由于

交易额不断增加，双方经友好协商后按合同约定的信用期月结 75 天执行。2020 年，Binatone 销售额同比增长 1,778.82%，同比大幅增长主要系公司在基于游戏外设领域优势地位的基础上，成功拓展了智能监护器业务，2019 年开发及试生产成功后，Binatone 订单于 2020 年全面释放，致使当年该类业务收入增幅较大所致，与发行人调整 Binatone 的信用期无关。

除 FUNIVERSE 外，发行人其余客户均采用月结一段时间后付款的信用政策，月结后等待天数的差异系发行人根据不同客户历史合作情况双方协商而定，具有合理性。

### 三、核查程序及结论

#### （一）针对上述问题的核查程序及意见

##### 1、核查程序

针对上述问题，保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）获取报告期内发行人主要游戏外设客户销售收入明细表、在手订单情况并对其变动执行分析性程序；

（2）查阅行业公开资料，分析行业发展情况及发展趋势；

（3）访谈发行人相关业务负责人，了解报告期内主要游戏外设客户收入变动原因及合理性，未来预计变动情况等；

（4）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、合作历史、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；

（5）获取并查阅发行人客户出具的关于新世代主机的授权情况说明，了解主要客户在新世代主机的授权获取情况及与发行人的合作计划情况；

（6）获取并查阅 HORI 及 PDP 出具的关于 2021 年订单量同比下滑原因的相关说明；

（7）获取并查阅梅州国威及其关联方、素士科技应收账款账龄情况、坏账计提情况及期后回款情况并执行分析性程序；

(8) 获取并查阅发行人与梅州国威及其关联方、素士科技签署的相关合同或协议及在手订单情况；

(9) 获取并查阅发行人报告期各期前五大客户相关合同或协议，了解其信用政策情况。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 发行人游戏外设主要客户 Bigben、HORI、PDP 各年度收入变动主要受客户产品布局及升级迭代、终端主机市场需求、终端爆款游戏推出等因素的影响，变动具有合理性。发行人与上述主要游戏外设客户具有长期、稳定且持续的合作关系，预计游戏外设收入 2022 年不存在进一步下滑风险；

(2) 梅州国威及其关联方在 2021 年末应收账款比例较高主要系第三、四季度营业收入较高所致，其第三、四季度收入合计占比高于其他主要游戏外设客户；素士科技 2021 年末应收账款年末余额较高一方面系其第三、四季度收入金额较高，合计占比高于主要游戏外设客户 HORI 与 Bigben，另一方面系其信用政策约定的回款期相对较长（其信用政策约定回款为月结 90 天，而其他主要游戏外设客户信用政策约定回款基本在月结 60 天以内），上述客户的应收账款周转率属于发行人同行业可比公司合理水平，具有合理性，相关应收账款期后回款情况良好且坏账计提充分，发行人与梅州国威及其关联方、素士科技的合作具有稳定性。发行人 2021 年末对 HORI 无应收账款余额的原因系年末 HORI 同时存在应收账款与预收账款，两者相互冲抵所致。发行人主要客户采用月结一段时间后付款的信用政策，月结后等待天数的差异系发行人根据不同客户历史合作情况双方协商而定，具有合理性。

**(二) 说明对相关主要客户的访谈情况，是否就报告期内收入变动合理性、未来合作关系稳定性、是否存在收入下滑风险等结论获取充分的核查依据，并就前述事项发表明确意见**

### 1、核查程序

针对发行人上述主要客户报告期内收入变动合理性、未来合作关系稳定性、是否存在收入下滑风险等问题，保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程

序：

(1) 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、合作历史、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。针对问题中涉及的相关客户，访谈的细节问题如下表所示：

| 编号 | 客户名称      | 实际交易主体                                               | 客户决策主体                             | 接受访谈的具体对象及职位，对应的主体                                                                               | 访谈问卷中关于合作稳定性的相关问题及答复概括                                                                                        |
|----|-----------|------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | PDP       | Performance Designed Products LLC.                   | Performance Designed Products LLC. | Helen 张海燕（项目经理，PDP 深圳代表处）<br>Todd Koniares（首席运营官，PDP 美国总部）                                       | 访谈问卷中相关问题主要包括合作初始时间、自初始合作至今是否发生过中断、未来合作预计采购价格趋势等<br>客户确认了自 2009 年开始与发行人合作，合作至今未发生过中断，未来合作预计采购价格整体会比较稳定        |
| 2  | HORI      | Hori (HK) Co.,Ltd<br>Hori (China) Co.,Ltd.,          | 株式会社ホリ                             | 谢祥瑜（副总经理、购买部部长，Hori (HK) Co.,Ltd）<br>村松洋明（开发部部长，株式会社ホリ）                                          | 访谈问卷中相关问题主要包括合作初始时间、自初始合作至今是否发生过中断、未来合作预计采购价格趋势等<br>客户确认了合作年限在 10 年以上，合作至今未发生过中断，未来合作预计原材料价格会上涨，但公司会尽量控制成本    |
| 3  | Bigben    | Bigben Interactive (HK) Limited<br>Nacon (HK)LIMITED | Bigben Interactive S.A.            | Carrie Ho（财务经理，Bigben Interactive (HK) Limited）<br>Yannick Allaert（市场总监，Bigben Interactive S.A.） | 访谈问卷中相关问题主要包括合作初始时间、自初始合作至今是否发生过中断、未来合作预计采购价格趋势等<br>客户确认了自发行人成立初期即开始合作，合作至今未发生过中断，未来合作预计价格不会发生重大变化，除非汇率发生重大波动 |
| 4  | 梅州国威及其关联方 | 梅州国威电子有限公司<br>梅州国威电子（香港）有限公司<br>嘉信电子（香港）有限公司         | 梅州国威电子有限公司                         | 余景雄（运营总监，梅州国威电子有限公司）                                                                             | 访谈问卷中相关问题主要包括合作初始时间、自初始合作至今是否发生过中断、未来合作预计采购价格趋势等<br>客户确认了自 2021 年开始与发行人合作，合作至今未发生过中断，未来合作预计价格不会再持续上涨          |
| 5  | 素士科技      | 深圳素士科技股份有限公司                                         | 深圳素士科技股份有限公司                       | 杨发葵（采购经理，深圳素士科技股份有限公司）                                                                           | 访谈问卷中相关问题主要包括合作初始时间、自初始合作至今是否发生过中断、未来合作预计采购价格趋势等<br>客户确认了自 2020 年开始与发行人合作，合作至今未发生过中断，未来合作预计采购价格根据市场原材料价格情况协商  |

（2）获取并查阅发行人与问题中涉及的相关客户签署的所有合作协议及补充协议等，协议中关于合作稳定性体现为约定长期合作协议期限（例如 10 年）或约定协议到期自动续期。

（3）获取并查阅问题中涉及的相关客户出具的关于报告期内发行人向其销售产品占其采购同类产品比例的专项说明。报告期内，发行人向相关客户销售产品占其同类产品供应链的份额整体保持相对稳定或上升趋势；

（4）获取上述相关客户报告期内销售收入明细表、在手订单情况并对其变动执行分析性程序；

（5）访谈发行人相关业务负责人，了解报告期内上述相关客户收入变动原因及合理性，未来预计变动情况等。

## **2、核查意见**

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人与上述相关客户未来合作具有稳定性，不存在收入持续下滑的情形。

### 3. 关于第三方回款及梅州国威

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期发行人第三方回款金额为0、46.89万元、3,039.68万元和930.09万元，其中2021年1-6月第三方回款情况包括Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd购入、嘉信电子（香港）回款的725.57万元（客户关联方代付款），Binatone购入、EXCLUSIVE GROUPLLC回款的204.52万元（客户集团内关联方代付款）。

（2）发行人称，考虑到Binatone所取得的摩托罗拉授权即将到期且未按信用期及时付款等因素，发行人拟逐步终止与Binatone在摩托罗拉智能监护器方面的交易，对于尚未交付的订单拟转售给梅州国威，再由梅州国威向Binatone销售（三方于2021年1月21日达成一致意见）。该批订单原交易价格、转售价格均为197.90万美元。

梅州国威转售给Binatone该部分订单将加价7.5%，且梅州国威针对销售给Binatone的订单产生的应收账款可购买相应信用保险，梅州国威在本次交易中可获取一定利润。

Binatone、梅州国威均与摩托罗拉有长年合作历史，且Binatone与梅州国威相互之间有业务合作历史。2021年1月，摩托罗拉将智能婴儿护理产品以及个人音频产品的许可授权予梅州国威。

（3）梅州国威及其关联方为发行人2021年新增客户，2021年发行人向该客户销售智能监护器收入为11,312.46万元，占当年发行人收入比例为19.09%；梅州国威及其关联方产品主要销往美国、加拿大等。

请发行人：

（1）结合2021年发行人第三方回款涉及各主体之间的业务、股权关系，说明相关第三方回款的内容、背景及合理性，相关收入或交易是否真实，期后是否仍存在类似情形。

（2）说明向梅州国威转售涉及的该批订单的产品内容、生产时间、直接销售客户及金额、销售价格、转售时间及转售价格、发行人收到回款时间及金额、

梅州国威收到相关回款时间及金额，说明梅州国威是否就该批向Binatone转售订单购买信用保险及具体情况、费用，结合Binatone资金支付已存在困难、发行人拟与其终止交易、梅州国威是否从该批订单获取利润等情形，进一步说明梅州国威向发行人采购后转售给Binatone的合理性，说明目前相关产品的具体最终销售情况及最终销售比例。

（3）说明Binatone、梅州国威与摩托罗拉的具体合作历史、合作内容及金额，该批订单转售前梅州国威是否曾销售摩托罗拉相关智能监护器产品、2021年1月新增授权是否与该批订单有关。

（4）说明梅州国威及其关联方报告期各期的主要财务数据、发行人向其销售智能监护器产品占该客户该类业务的采购占比、发行人对其收入大幅上升与其自身业绩是否匹配，结合发行人对其平均销售单价与该客户终端产品单价对比及溢价情况、发行人销售单价与该客户向其他同类供应商采购单价等，分析说明发行人对其销售单价、毛利率水平是否合理。

（5）说明发行人与梅州国威及其关联方是否存在利益安排，报告期内发行人主要股东、董监高、主要财务及销售人員是否与梅州国威及其关联方的主要股东、董监高、主要财务及采购人员等存在资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明发行人对梅州国威及其关联方销售产品的核查过程、核查方法，以及对该客户下游终端销售的具体核查情况及方法、依据充分性及结论性意见。

回复：

**一、结合 2021 年发行人第三方回款涉及各主体之间的业务、股权关系，说明相关第三方回款的内容、背景及合理性，相关收入或交易是否真实，期后是否仍存在类似情形。**

**（一）结合 2021 年发行人第三方回款涉及各主体之间的业务、股权关系，说明相关第三方回款的内容、背景及合理性**

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，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。

2021 年，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 | 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%    |

注：发行人 2022 年无第三方回款的情况

2021 年，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                                    | 主要交易内容    | 2021 年度交易金额 |
|-----------------------------------------|-----------|-------------|
| Meizhou Guowei Electronics (HK) Co.,Ltd | 摩托罗拉智能监护器 | 10,032.03   |
| 嘉信电子（香港）有限公司                            | 摩托罗拉智能监护器 | 1,279.75    |
| Binatone                                | 摩托罗拉智能监护器 | 1,323.36    |

2021 年，发行人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，客户自身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，存在由 Binatone 母公司指定集团内子公司

EXCLUSIVE GROUP LLC 支付货款的情形，相关支付安排系客户所定；

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，客户自身出于其资金周转考虑，存在由梅州国威指定其关联方嘉信电子代为支付部分货款的情况，相关支付安排系客户所定。

## **（二）相关销售具有真实性**

2021 年度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，保荐人、申报会计师主要已履行如下核查程序：

1、获取发行人 2021 年度第三方回款明细表，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 2021 年度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 2021 年度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，2021 年度抽取 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，2021 年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。

### **（三）期后第三方回款情形**

自 2022 年年初至本回复报告出具日，发行人不存在第三方回款的情形，与梅州国威及其关联方交易均由交易对应主体进行付款；2022 年以来，发行人与 Binatone 亦不存在第三方回款的情形。

**二、说明向梅州国威转售涉及的该批订单的产品内容、生产时间、直接销售客户及金额、销售价格、转售时间及转售价格、发行人收到回款时间及金额、梅州国威收到相关回款时间及金额，说明梅州国威是否就该批向 Binatone 转售订单购买信用保险及具体情况、费用，结合 Binatone 资金支付已存在困难、发行人拟与其终止交易、梅州国威是否从该批订单获取利润等情形，进一步说明梅州国威向发行人采购后转售给 Binatone 的合理性，说明目前相关产品的具体最终销售情况及最终销售比例。**

**（一）说明向梅州国威转售涉及的该批订单的产品内容、生产时间、直接销售客户及金额、销售价格、转售时间及转售价格、发行人收到回款时间及金额、梅州国威收到相关回款时间及金额**

2020 年 11 月，梅州国威希望在原业务规模上持续扩大产品矩阵，通过与国际知名厂商合作市场成熟产品进一步增加收入、利润增长点，考虑到其历史上与国际知名厂商摩托罗拉已有过较为良好的合作背景，其就智能监护器产品授权与摩托罗拉开始了业务磋商，并于 2020 年 12 月成功取得了摩托罗拉智能婴儿护理产品以及个人音频产品的许可授权，根据许可协议，梅州国威有权生产、销售相关产品，并使用摩托罗拉的许可商标。梅州国威在取得授权后，其通过原有合作方推荐，了解到摩托罗拉智能监护器原被授权方 Binatone 的主要供应商为发行人，因此主动与发行人进行了业务接洽，委托发行人结合原有产品开发生产经验为其进行生产制造，在开始进行业务合作后，由于梅州国威本身具备一定婴儿智能监护器硬件产品生产经验，因此对于部分功能相对成熟、产品款式革新度较低的产品，其可以结合自身原有产品进行调整并生产，对于具备一定市场革新度的产品，其委托发行人代为进行生产制造。梅州国威摩托

罗拉智能监护器仅委托发行人为其代工，未开发其他代工方，主要系其销售的摩托罗拉智能监护器主要面对海外市场，海外客户对于产品质量、交货周期要求均较高，另行委托其他供应商重新设计开发并生产智能监护器产品需要较长时间周期并需要面临产品质量不达标、产品交货不及时等风险，因此未与其他供应商开展合作。

针对本次转售订单，根据 Binatone 与摩托罗拉的许可协议，Binatone 所获取的摩托罗拉的授权于 2020 年底自然到期，但对于 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（Binatone 于 2021 年 1 月 8 日之前确认的订单后续均系通过 Binatone 进行销售）。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人应收 Binatone 的货款余额为 2,489.04 万元，其中超过信用期的余额为 1,732.80 万元。考虑到 Binatone 所取得的摩托罗拉授权即将到期且未按信用期及时付款等因素，发行人拟逐步终止与 Binatone 在摩托罗拉智能监护器方面的交易。2020-2022 年，发行人同 Binatone 应收账款期末余额及期后回款情况如下：

单位：万元

| 2022 年 12 月 31 日 |          |            |             |             |             |             |
|------------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 应收账款余额           | 应收账款坏账金额 | 应收账款坏账计提比例 | 期后 2 个月回款金额 | 期后 2 个月回款比例 | 期后 2 个月回款金额 | 期后 2 个月回款比例 |
| -                | -        | -          | -           | -           | -           | -           |
| 2021 年 12 月 31 日 |          |            |             |             |             |             |
| 应收账款余额           | 应收账款坏账金额 | 应收账款坏账计提比例 | 期后 3 个月回款金额 | 期后 3 个月回款比例 | 期后 6 个月回款金额 | 期后 6 个月回款比例 |
| -                | -        | -          | -           | -           | -           | -           |
| 2020 年 12 月 31 日 |          |            |             |             |             |             |
| 应收账款余额           | 应收账款坏账金额 | 应收账款坏账计提比例 | 期后 3 个月回款金额 | 期后 3 个月回款比例 | 期后 6 个月回款金额 | 期后 6 个月回款比例 |
| 2,489.04         | 124.45   | 5%         | 2,485.87    | 99.87%      | 2,489.04    | 100%        |

报告期各期末，Binatone 所欠货款基本在期后 3 个月内完成了足额支付。截至 2022 年 12 月末，发行人对 Binatone 已无应收账款。

针对发行人拟逐步终止与 Binatone 在摩托罗拉智能监护器方面的交易的事

项，2020 年 12 月末，发行人就 Binatone 委托生产尚未交付的摩托罗拉智能监护器后续交付时间、Binatone 授权协议有效期及其付款时间与其进行了协商，同时，梅州国威主动接触发行人表明希望尽快与发行人开始开展合作，由发行人为其生产产品供其进行销售。在此情况下，发行人综合各方需求，组织了与 Binatone、梅州国威的三方商务合作谈判，三方于 2021 年 1 月 21 日达成一致意见，Binatone 同意发行人将其未交付的库存存货销售予梅州国威，再由梅州国威向 Binatone 销售，Binatone 也陆续取消其他发行人未执行的摩托罗拉品牌的订单，后续其将采用自有品牌“Hubble”的智能监护器与发行人再行商量合作事宜。该批订单发行人与 Binatone 原定交易价格为 197.90 万美元，本次发行人转售给梅州国威及其关联方价格为 197.90 万美元，梅州国威及其关联方销售给 Binatone 价格为 212.74 万美元，发行人向 Binatone 及梅州国威及其关联方销售同一批货物的定价一致，该批货物梅州国威及其关联方销售给 Binatone 在原定价基础上上涨 7.50%，主要系为保证其自身利润，交易价格合理。

发行人向梅州国威及其关联方转售该批订单具体情况及回款情况如下：

| 产品内容      | 生产时间                | 发行人直接销售客户 | 发行人销售金额（万美元） | 发行人转售时间    | 发行人转售金额（万美元） | 梅州国威及其关联方销售至 Binatone 时间 | 梅州国威及其关联方销售该批货物金额（万美元） | 发行人收到回款时间  | 发行人收到回款金额（万美元） | 梅州国威收到回款时间 | 梅州国威收到回款金额（万美元） |
|-----------|---------------------|-----------|--------------|------------|--------------|--------------------------|------------------------|------------|----------------|------------|-----------------|
| 摩托罗拉智能监护器 | 96%产品为 2020 年第四季度生产 | 梅州国威及其关联方 | 162.02       | 2021 年 2 月 | 162.02       | 2021 年 2 月               | 174.17                 | 2021 年 2 月 | 59.37          | -          | -               |
|           |                     | 梅州国威及其关联方 | 13.45        | 2021 年 3 月 | 13.45        | 2021 年 3 月               | 14.45                  | 2021 年 3 月 | 69.27          | -          | -               |
|           |                     | 梅州国威及其关联方 | 22.44        | 2021 年 4 月 | 22.44        | 2021 年 4 月               | 24.12                  | 2021 年 4 月 | -              | -          | -               |
|           |                     | -         | -            | -          | -            | -                        | 2021 年 5 月             | 69.26      | 2021 年 5 月     | 186.47     |                 |
|           |                     | -         | -            | -          | -            | -                        | -                      | -          | 2021 年 6 月     | 26.27      |                 |
| 合计        |                     |           | 197.90       | -          | 197.90       | -                        | 212.74                 | -          | 197.90         | -          | 212.74          |

发行人依照三方协商结果，将原订单价值 197.90 万美元智能监护器按照原

定价格转售至梅州国威及其关联方并由其溢价售卖至 Binatone。发行人已于 2021 年 2 月至 2021 年 4 月间将转售货物交付至梅州国威方面，梅州国威及其关联方已于 2021 年 5 月末支付所有交易款项至发行人。梅州国威及其关联方将相关货物交付至 Binatone 后，Binatone 已于 2021 年 5-6 月将本次交易款项支付给梅州国威及其关联方。

## （二）说明梅州国威是否就该批向 Binatone 转售订单购买信用保险及具体情况、费用

梅州国威就该批向 Binatone 转售订单所购买保险情况如下：

| 被保险金额      | 转售订单金额     | 保险费用     | 保险周期                | 主要保险条款                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|------------|----------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 300.00 万美元 | 212.74 万美元 | 0.94 万美元 | 2021.2.18-2022.2.17 | <p>1. 保险合同最高赔偿限额是指在保险期间内，保险人对被保险人按照本保险合同约定申报的出口可能承担赔偿责任的累计最高额度。</p> <p>2. 凡在保险期间内出口，投保人按照本保险合同的约定申报并交付了保险费的，无论保险期间是否结束，保险人将按保险合同约定承担保险责任。</p> <p>3. 被保险人应在知道或应当知道本保险条款第五条项下拖欠风险发生之日起 30 天内，或其他风险发生之日起 10 个工作日内，向保险人提交《可能损失通知书》。被保险人提交《可能损失通知书》是索赔的前提条件。被保险人未能在本保险合同规定期限内提交《可能损失通知书》保险人有权降低赔偿比例。如果被保险人在规定期限后 180 天内仍未提交《可能损失通知书》，保险人有权拒绝承担保险责任。</p> <p>4. 被保险人应在提交《可能损失通知书》后 120 天内向保险人提交《索赔申请书》以及《索赔单证明明细表》载明的相关文件和单证。超过上述期限，保险人有权降低赔偿比例或拒绝受理索赔申请，但事先经保险人书面同意的除外。被保险人提交的索赔单证不全面又未能按照保险人要求提交补充文件的，保险人有权拒绝受理索赔申请。</p> <p>5. 保险人在受理被保险人的索赔申请后，应在 120 天内核实损失原因，并将核赔结果书面通知被保险人。保险人对保险责任范围内的损失，按照核定的损失金额与保险人批复的信用限额从低原则确定赔付基数，该赔付基数在任何情况下不得超过出口货物的申报发票金额。保险人赔付金额为赔付基数与本保险合同约定的赔偿比例的乘积。</p> |

梅州国威针对销售给 Binatone 的订单产生的应收账款购买了相应信用保险，如果 Binatone 未按期支付所欠货款，则梅州国威可以向保险机构提出索赔，由保险公司于受理索赔申请后 120 日内核实损失原因并进行赔付。相较于整体交易金额来看，该保险费用占转售订单金额 0.44 %。截至 2021 年 6 月末，Binatone 已就所有交易金额支付了相关款项，梅州国威并未实际使用到相关保险。

**（三）结合 Binatone 资金支付已存在困难、发行人拟与其终止交易、梅州国威是否从该批订单获取利润等情形，进一步说明梅州国威向发行人采购后转售给 Binatone 的合理性**

结合前述情形，Binatone 在 2020 年末存在对发行人的部分应收账款逾期的情况，发行人出于风险管控的考虑，针对已生产并贴牌 Binatone 的订单停止交货，在此情形下，新获取摩托罗拉相关产品授权的梅州国威向发行人采购发行人已生产但停止发货的产品后转售给 Binatone 系三方协商后有利于各方的最优解决方案，具体合理性如下：

1、发行人将未向 Binatone 发货的存货转售给梅州国威，有利于在摩托罗拉授权 Binatone 的协议即将到期之际消耗已生产的产成品存货回收货款，避免潜在的许可纠纷；同时，因截至 2020 年 12 月末，Binatone 已出现应收账款违约情形，根据该保险规定，在发行人已知悉某特定客户已出现拖欠风险至该风险事项完成核赔结果日之间，如果发行人再行出货给该特定客户，则相关货物的应收款项不在保险公司的理赔范围内，发行人考虑到当时如果继续与 Binatone 发生交易，可能面临较高的应收账款坏账风险。因此综合上述情况，发行人做出了转售该批订单的决定。就该次转售，发行人就该批货物转售的价格与原先与 Binatone 所定价格相同，不存在其他利益输送情形。

2、在 Binatone 给发行人回款存在逾期的情况下，梅州国威愿意转接部分订单的合理性：（1）梅州国威已取得摩托罗拉的授权，但该类产品的设计、生产尚需一定时间，其为了避免摩托罗拉产品在过渡期的销售受到不利影响，将发行人已经生产并贴牌（公司转售给梅州国威的成品已贴摩托罗拉与 Binatone 的品牌）的相关产品转售予 Binatone 有利于确保向终端市场销售的及时性，从而保持摩托罗拉产品的市场占有率；（2）发行人虽然将 Binatone 的订单平价转让给梅州国威，但经三方协商，梅州国威转售给 Binatone 该部分订单将加价 7.5%，且梅州国威针对销售给 Binatone 的订单产生的应收账款已购买相应信用保险，梅州国威在本次交易中在风险较低的情形下还可获取一定利润。

3、Binatone 因前期拖欠发行人货款，发行人已停止向其出货，致使 Binatone 对其客户的交付存在延迟，由梅州国威向发行人采购该批货物后再转

售给 Binatone，Binatone 相关订单恢复正常交付，相关产品市场销售也得已正常开展，且其保留了后续与公司继续合作的可能。同时，根据公开信息显示，该类商品在经过 Binatone 后对外进行终端销售时，其销售价格较梅州国威售卖价格溢价率基本维持在 200%-300%之间，具有较高溢价，Binatone 可以在该情况下取得足够利润。2021 年起，随着 Binatone 资金周转情况好转，其逐步支付了所欠款项，截至 2021 年 3 月末，Binatone 已支付了所有所欠款项，并自此开始后续合作期间未再出现拖延支付货款的情况。

综上所述，上述交易系三方协商后有利于各方的最优解决方案，具有商业合理性。

#### （四）说明目前相关产品的具体最终销售情况及最终销售比例

发行人为客户提供 ODM 或 OEM 服务，在完成生产制造并贴客户品牌后交付给客户后即完成合同所约定的相关义务。客户通过自有线上线下渠道或第三方渠道销售至终端消费者，根据 Binatone 出具说明，其从梅州国威所购的由公司所生产的摩托罗拉智能监护器于 2021 年 6 月末前全部实现对外销售，不存在库存积压的情况，且梅州国威也已于 2021 年 6 月末前收回了该批货物款项。

### 三、说明 Binatone、梅州国威与摩托罗拉的具体合作历史、合作内容及金额，该批订单转售前梅州国威是否曾销售摩托罗拉相关智能监护器产品、2021 年 1 月新增授权是否与该批订单有关。

Binatone、梅州国威与摩托罗拉合作历史如下：

| 客户名称      | 合作产品  | 合作周期           | 该款产品合作期间销售金额        |
|-----------|-------|----------------|---------------------|
| Binatone  | 智能监护器 | 2009 年至 2021 年 | 年均销售金额约 5,000 万美元   |
|           | 固话座机  | 2008 年至 2015 年 | 年均销售金额约 1,000 万美元   |
|           | 耳机    | 2015 年至 2020 年 | 年均销售金额约 1,000 万美元   |
| 梅州国威及其关联方 | 固话座机  | 2010 年 1 月至今   | 合作至今，交易额约 3.3 亿美元   |
|           | 智能监护器 | 2021 年 1 月至今   | 合作至今，交易额约 3,500 万美元 |
|           | 耳机    | 2021 年 1 月至今   | 合作至今，交易额约 2,300 万美元 |

|  |     |                  |                     |
|--|-----|------------------|---------------------|
|  | 交换机 | 2017年6月至2020年12月 | 合作期间内，交易额约1,000万人民币 |
|--|-----|------------------|---------------------|

梅州国威在取得摩托罗拉智能监护器授权前，具备一定婴儿智能监护器硬件产品生产经验，其主要生产电话机、交换机、TWS 蓝牙耳机等产品并通过自有渠道销售。2020 年 11 月，梅州国威希望在原业务规模上持续扩大产品矩阵，通过与国际知名厂商合作市场成熟产品进一步增加收入、利润增长点，考虑到其历史上与国际知名厂商摩托罗拉已有过较为良好的合作背景，其就智能监护器产品授权与摩托罗拉开始了业务磋商，并于 2020 年 12 月成功取得了摩托罗拉智能婴儿护理产品以及个人音频产品的许可授权，在此次授权前，梅州国威无摩托罗拉相关智能监护器产品销售经验。

此次新增授权系梅州国威根据其自有业务规划进行的商业行为，与该批转售订单无关。

**四、说明梅州国威及其关联方报告期各期的主要财务数据、发行人向其销售智能监护器产品占该客户该类业务的采购占比、发行人对其收入大幅上升与其自身业绩是否匹配，结合发行人对其平均销售单价与该客户终端产品单价对比及溢价情况、发行人销售单价与该客户向其他同类供应商采购单价等，分析说明发行人对其销售单价、毛利率水平是否合理。**

**（一）说明梅州国威及其关联方报告期各期的主要财务数据、发行人向其销售智能监护器产品占该客户该类业务的采购占比、发行人对其收入大幅上升与其自身业绩是否匹配**

2021 年度及 2022 年发行人对梅州国威及其关联方各主体销售具体情况如下：

| 客户名称         | 发行人<br>2022 年对<br>该主体销<br>售金额<br>(万元) | 发行人<br>2022 年对<br>该主体销<br>售金额占<br>发行人对<br>梅州国威<br>及其关联<br>方总销售<br>额比例 | 发行人<br>2022 年对<br>该主体销<br>售产品毛<br>利率 | 发行人<br>2021 年对<br>该主体销<br>售金额<br>(万元) | 发行人<br>2021 年对<br>该主体销<br>售金额占<br>发行人对<br>梅州国威<br>及其关联<br>方总销售<br>额比例 | 发行人<br>2021 年对<br>该主体销<br>售产品毛<br>利率 | 该主体注<br>册地址  | 发行人向<br>各主体销<br>售金额占<br>各主体当<br>年营业收<br>入比例 |
|--------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|---------------------------------------------|
| 梅州国威<br>电子有限 | -                                     | -                                                                     | -                                    | 0.36                                  | 0.01%                                                                 | 9.81%                                | 广东省梅<br>州市经济 | 0.00%                                       |

| 公司                         |          |         |        |           |        |        | 开发区<br>AD1 区开<br>发区二路                              |        |
|----------------------------|----------|---------|--------|-----------|--------|--------|----------------------------------------------------|--------|
| 梅州国威<br>电子（香<br>港）有限<br>公司 | 5,897.69 | 100.00% | 17.60% | 10,032.03 | 88.68% | 19.24% | 香港尖沙<br>咀广东道<br>30 号新港<br>中心 2 座<br>16 楼<br>1601 室 | 46.24% |
| 嘉信电子<br>（香港）<br>有限公司       | -        | -       | -      | 1,279.75  | 11.31% | 13.78% | 沙田大围<br>成连路 17-<br>19 号，安<br>豪工业大<br>厦 2 楼 H<br>室  | 16.29% |

注 1：0.36 万元为发行人向梅州国威销售测试产品收入，梅州国威未对外销售该测试产品

注 2：梅州国威电子（香港）有限公司及嘉信电子（香港）有限公司的营业收入为美元单位，分别按照 2021 年及 2022 年平均汇率折算

注 3：梅州国威及其关联方财务数据已申请豁免披露

发行人同梅州国威自 2021 年 1 月起开始合作，2021 年度及 2022 年度梅州国威及其关联方向发行人采购智能监护器占其对外采购智能监护器比例及其向发行人采购产品占其外销智能监护器产品比例情况如下：

| 2022 年度                                                            |                                                                         |                                                         |                                                               |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技摩托<br>拉智能监护器产品金<br>额占其整体摩托罗<br>拉智能监护器采购金<br>额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技摩托<br>拉智能监护器产品对<br>外销售金额占其摩托<br>拉智能监护器整体<br>对外销售金额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技智能监<br>护器产品金额占其整<br>体智能监护器采购金<br>额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技智能监<br>护器产品对外销售金<br>额占其智能监护器整<br>体对外销售金额比例 |
| 100%                                                               | 90%                                                                     | 100%                                                    | 65%                                                           |
| 2021 年度                                                            |                                                                         |                                                         |                                                               |
| 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技摩托<br>拉智能监护器产品金<br>额占其整体摩托罗<br>拉智能监护器采购金<br>额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技摩托<br>拉智能监护器产品对<br>外销售金额占其摩托<br>拉智能监护器整体<br>对外销售金额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技智能监<br>护器产品金额占其整<br>体智能监护器采购金<br>额比例 | 梅州国威及其关联方<br>采购景创科技智能监<br>护器产品对外销售金<br>额占其智能监护器整<br>体对外销售金额比例 |
| 100%                                                               | 90%                                                                     | 100%                                                    | 68%                                                           |

梅州国威及其关联方外购摩托罗拉智能监护器均由发行人提供，其对外销售的摩托罗拉智能监护器中 90%源自发行人供应，余下 10%由其自身进行生产制造。

由于梅州国威具备一定智能监护器生产经验，因此对于部分功能相对成熟、产品款式革新度较低的产品，其可以结合自身原有产品进行调整并生产，其外销摩托罗拉智能监护器中，10%系其通过自有工厂进行生产。此外，梅州国威**同时**为 Panasonic、British Telecom 生产了一定数量智能监护器并销售至相关委托方。整体来看，梅州国威及其关联方对外销售的智能监护器中大部分为外购的委托景创科技生产的产品，余下系其通过自有工厂进行生产。

2021 年 1 月起，摩托罗拉将智能婴儿护理产品以及个人音频产品的许可授予梅州国威，根据许可协议，梅州国威有权生产、销售相关产品，并使用摩托罗拉的许可商标。2021 年全年及 **2022 全年**，梅州国威及其关联方摩托罗拉智能监护器业务对外共计实现销售收入 1,500 万美元及 **1,566 万美元**，占其智能监护器业务对外销售总额超 70%。梅州国威取得了摩托罗拉智能监护器授权后，智能监护器板块业务由 2020 年 600 万美元销售收入增长至 2021 年 2,100 万美元，为应对摩托罗拉智能监护产品收入激增，梅州国威及其关联方持续加大了向发行人采购量，截至 **2022 年 12 月末**，发行人拥有梅州国威及其关联方向对摩托罗拉智能监护器在手订单共计 **6,683.80 万元**。

（二）结合发行人对其平均销售单价与该客户终端产品单价对比及溢价情况、发行人销售单价与该客户向其他同类供应商采购单价等，分析说明发行人对其销售单价、毛利率水平是否合理

发行人自 2021 年起与梅州国威及其关联方开始合作，2021 年及 **2022 年**，发行人同梅州国威及其关联方交易金额分别为 11,312.14 万元、**5,897.69 万元**，交易主要产品具体情况如下：

| 2022 年度  |          |                        |               |         |           |
|----------|----------|------------------------|---------------|---------|-----------|
| 主要销售产品型号 | 交易金额（万元） | 发行人向梅州国威及其关联方销售单价（元/个） | 终端产品销售单价（元/个） | 终端销售溢价率 | 产品主要销售渠道  |
| VM75-2   | 793.34   | 406.51                 | 1,109.74      | 172.99% | 1、通过线下商超如 |
| EASE35   | 866.01   | 279.36                 | 1,039.28      | 272.03% |           |

|                 |          |                        |               |          |                                                                        |
|-----------------|----------|------------------------|---------------|----------|------------------------------------------------------------------------|
| VM855           | 768. 73  | 364. 14                | 1, 076. 11    | 195. 52% | Wal-mart、Bestbuy 等销售，占比约 70%<br>2、通过线上商城如 Amazon 等销售，占比约 30%           |
| VM36XL-2        | 487. 36  | 455. 47                | 1, 177. 00    | 158. 41% |                                                                        |
| VM50G           | 414. 21  | 308. 19                | 774. 31       | 151. 25% |                                                                        |
| VM65X           | 314. 48  | 416. 41                | 1, 129. 92    | 171. 35% |                                                                        |
| VM50G-2         | 209. 48  | 419. 80                | 1, 086. 94    | 158. 92% |                                                                        |
| MBP36BXL/VM36XL | 220. 75  | 326. 36                | 874. 33       | 167. 90% |                                                                        |
| VM855-2         | 143. 38  | 531. 02                | 1, 607. 13    | 202. 65% |                                                                        |
| VM34            | 156. 58  | 240. 15                | 672. 54       | 180. 05% |                                                                        |
| VM65            | 271. 80  | 319. 24                | 1, 210. 63    | 279. 23% |                                                                        |
| 2021 年度         |          |                        |               |          |                                                                        |
| 主要销售产品型号        | 交易金额（万元） | 发行人向梅州国威及其关联方销售单价（元/个） | 终端产品销售单价（元/个） | 终端销售溢价率  | 产品主要销售渠道                                                               |
| VM75-2          | 1,644.88 | 384.45                 | 1,298.25      | 237.69%  | 1、通过线下商超如 Wal-mart、Bestbuy 等销售，占比约 70%<br>2、通过线上商城如 Amazon 等销售，占比约 30% |
| VM50G-2         | 1,219.47 | 420.96                 | 1,354.69      | 221.81%  |                                                                        |
| EASE35          | 1,148.72 | 263.91                 | 896.68        | 239.77%  |                                                                        |
| VM64            | 1,000.45 | 292.01                 | 1,091.26      | 273.71%  |                                                                        |
| VM36XL          | 812.11   | 285.41                 | 999.94        | 250.35%  |                                                                        |
| VM855           | 642.97   | 352.68                 | 1,260.99      | 257.54%  |                                                                        |
| VM65            | 603.62   | 305.47                 | 1,221.47      | 299.87%  |                                                                        |
| VM85            | 516.98   | 322.67                 | 1,225.66      | 279.85%  |                                                                        |
| VM50G           | 219.27   | 303.41                 | 1,032.13      | 240.18%  |                                                                        |
| VM36XL-2        | 200.57   | 444.03                 | 1,419.20      | 219.62%  |                                                                        |
| VM65X           | 197.46   | 407.56                 | 1,354.69      | 232.39%  |                                                                        |
| VM855-2         | 157.57   | 524.01                 | 2,096.58      | 300.10%  |                                                                        |
| VM85-2          | 149.33   | 452.24                 | 1,806.27      | 299.41%  |                                                                        |
| VM35            | 108.84   | 261.51                 | 843.17        | 222.43%  |                                                                        |

注 1：梅州国威及其关联方所销售的摩托罗拉智能监护器均为向发行人采购，因此无法对比发行人销售单价与该客户向其他同类供应商采购单价情况

注 2：终端产品销售单价为检索 Amazon、Walmart 及 Bestbuy 等网站公开数据所得，计算单价所用汇率为 2021 年度外币对人民币年度平均汇率

注 3：上述主要类别产品 2021 年度及 2022 年度销售金额共计 8,622.24 万元、4,646.12 万元，占各期向其主营业务销售金额 76.22%、78.78%

注 4：发行人销售相关型号产品毛利率已申请豁免披露

2021 年度，发行人销售至梅州国威及其关联方主要系列产品终端溢价率基本保持在 150%—300%之间，实际定价依照产品不同及客户销售策略不同有所差异。单就销售毛利率来看，不同产品销售毛利率基本维持在 10%至 20%之间，对于部分型号产品，由于其生产工序相对较为复杂，因此存在销售毛利率超过 20%的情况。整体来看，客户销售至终端产品溢价远高于发行人销售相关产品毛利率，发行人产品毛利率就终端售价相比具备合理性。

**五、说明发行人与梅州国威及其关联方是否存在利益安排，报告期内发行人主要股东、董监高、主要财务及销售人员是否与梅州国威及其关联方的主要股东、董监高、主要财务及采购人员等存在资金往来。**

经核查，发行人与梅州国威及其关联方不存在利益安排，报告期内发行人主要股东、董监高、主要财务及销售人员与梅州国威及其关联方的主要股东、董监高、主要财务及采购人员等不存在资金往来，不存在异常情形。

**（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，保荐人、申报会计师主要履行了如下核查程序：

（1）获取并检查了 Binatone、梅州国威与摩托罗拉相关的许可文件；访谈 Binatone、梅州国威相关人员，了解发行人将 Binatone 未发货的订单转售相关业务的合作背景、协商过程、合理性，摩托罗拉是否知悉相关事项；检查了相关的订单以及邮件记录、销售出库单及回款银行流水，确认相关销售业务的真实性以及合理性；

（2）查阅 Binatone 的资信报告以及梅州国威的基本工商信息，对比核查其股东、董事、监事以及高级管理人员的名单与发行人关联方清单，对其与发行人的关联关系进行了核查；

（3）获取了梅州国威关于同摩托罗拉合作历史及其自身生产制造销售智能监护器等情况说明；

（4）获取了 Binatone 关于从梅州国威处取得由其转售摩托罗拉智能监护器外销情况及其与摩托罗拉合作历史情况说明；

(5) 取得了梅州国威及其关联方关于其整体经营业绩、智能监护器采购销售情况说明；

(6) 查阅公开信息，检索发行人向梅州国威及 Binatone 所售产品终端售价；

(7) 获取发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要股东、主要财务及销售人员的银行流水，检查与梅州国威及其关联方的主要股东、董监高、主要财务及采购人员等存在资金往来；

(8) 针对第三方回款，主要履行核查程序请见本回复报告之“3.关于第三方回款及梅州国威”之“一、结合 2021 年发行人第三方回款涉及各主体之间的业务、股权关系，说明相关第三方回款的内容、背景及合理性，相关收入或交易是否真实，期后是否仍存在类似情形”之“(二) 相关销售具有真实性”。

## 2、核查意见

针对上述问题，经核查，保荐人、申报会计师认为：

(1) 2021 年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；2022 年初起至本回复报告出具日，发行人不存在第三方回款的情况；

(2) 发行人未向 Binatone 发货的订单转售给梅州国威电子具有合理性，梅州国威就该笔订单进行了足额投保，能从该笔订单获取利润

(3) 针对该笔转售订单，梅州国威已于 2021 年 6 月末从 Binatone 处收回所欠款项；

(4) 截至 2021 年 6 月末前，Binatone 已将从梅州国威取得的摩托罗拉智能监护器完成对外最终销售；

(5) 根据梅州国威及其关联方报告期各期的主要财务数据、发行人向其销售智能监护器产品占该客户该类业务的采购、销售占比及其智能监护器业务收入变动情况来看，发行人对其收入大幅上升与其自身业绩匹配；

(6) 发行人对梅州国威及其关联方销售单价、毛利率水平合理；

(7) 发行人与梅州国威及其关联方不存在利益安排，报告期内发行人主要

股东、董监高、主要财务及销售人员和梅州国威及其关联方的主要股东、董监高、主要财务及采购人员等不存在资金往来，不存在异常情形

**（二）说明发行人对梅州国威及其关联方销售产品的核查过程、核查方法，以及对该客户下游终端销售的具体核查情况及方法、依据充分性及结论性意见**

**1、对梅州国威及其关联方销售产品的核查过程、核查方法**

（1）对梅州国威及其关联方的销售收入、应收账款余额执行函证程序，梅州国威就相关金额进行了确认，其认定金额与发行人账载金额一致；

（2）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；

（3）对发行人的销售收入实施截止性测试核查程序，核实对梅州国威及其关联方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；

（4）核查发行人银行流水，确认相关交易均已按照约定期限收回交易款项；

（5）对梅州国威实施实地走访程序，了解其基本情况、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。

**2、对梅州国威及其关联方下游终端销售的具体核查情况及方法、依据充分性**

（1）获取了梅州国威及其关联方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；取得了梅州国威及其关联方针对采购的发行人产品的进销存明细，并将其与发行人自身销售台账进行对比。

（2）获取了梅州国威及其关联方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。抽查了梅州国威销售发行人相关产品对外销售的货运提单。

（3）获取梅州国威及其关联方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

获取了梅州国威及其关联方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，以申报律师为代表，委托其境外合作方在梅州国威及其关联方主要销售地（美国）随机选取 2 个线下门店进行实地走访，查阅相关产品在售情况。

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                                       |
|-----------|--------------------------------------|------------|-----------------------------|------------------------------------------------|
| 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）<br>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 |

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 |
|-----------|-----------------|-------------|------|
| 梅州国威及其关联方 | VM75-2          | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM50G-2         | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM64            | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM36XL          | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM855           | amazon（英国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM65            | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM85            | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM50G           | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM36XL-2        | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM65X           | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM855-2         | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM85-2          | amazon（美国站） | 当前在售 |
| 梅州国威及其关联方 | VM35            | amazon（英国站） | 当前在售 |

|     |  |  |  |
|-----|--|--|--|
| 关联方 |  |  |  |
|-----|--|--|--|

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2022年2月（2021年3月、8月、12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2022年2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。通过搜寻的产品型号、外观、生产制造商信息可确定属于发行人为梅州国威及其关联方生产的智能监护器相关产品。

#### （4）实地走访

对梅州国威实施实地走访程序，了解其基本情况、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。走访中涉及具体情况如下：

| 客户名称      | 交易主体                                         | 决策主体       | 接受访谈的具体对象及职位及对应主体    | 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                                                                          |
|-----------|----------------------------------------------|------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 梅州国威及其关联方 | 梅州国威电子有限公司<br>梅州国威电子（香港）有限公司<br>嘉信电子（香港）有限公司 | 梅州国威电子有限公司 | 余景雄（运营总监，梅州国威电子有限公司） | 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<br>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；<br>2、查看客户的经营办公场所；<br>3、抽查客户与发行人交易的部分原始单据； |

### 3、核查依据充分性及结论性意见

经核查，发行人对梅州国威及其关联方销售的摩托罗拉智能监护器产品与梅州国威及其关联方该类自身规模匹配，梅州国威及其关联方自发行人采购产品终端销售情况良好，发行人对该客户销售收入真实，相关核查依据充分。

#### 4. 关于行业政策

申请文件及问询回复显示，发行人主要为客户提供游戏外设、创新消费电子等产品的研发设计与智能制造服务，主要产品包括游戏控制器、游戏耳机、迷你游戏机、智能监护器等，本次募集资金投资项目包括游戏外设及创新消费电子产品扩产项目等。

请发行人说明发行人现有业务及募投项目是否间接涉及电子游戏行业的制作、运营和发行，如是，请进一步说明发行人在上述经营活动中起到的作用；游戏产业政策变动对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响。

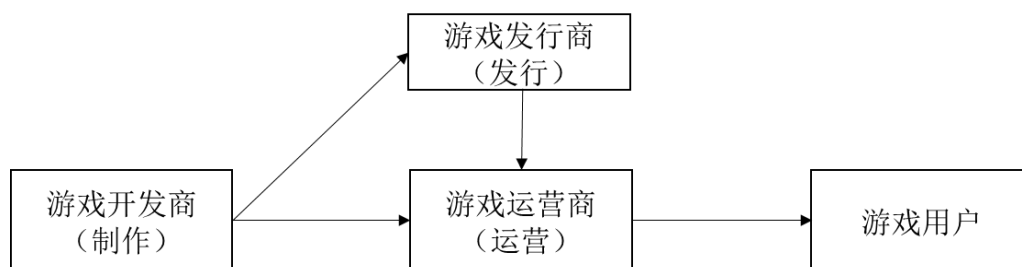
请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

**一、请发行人说明发行人现有业务及募投项目是否间接涉及电子游戏行业的制作、运营和发行，如是，请进一步说明发行人在上述经营活动中起到的作用；游戏产业政策变动对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响**

##### **（一）电子游戏行业产业链基本情况**

电子游戏行业产业链从上游至下游依次包括游戏开发商、游戏发行商、游戏运营商、游戏用户；前述电子游戏行业产业链各类企业分别负责电子游戏行业的制作、运营和发行。电子游戏行业产业链结构图如下所示：



游戏开发商是处于行业产业链上游的内容提供者，其根据市场需求进行游戏产品的研究和开发，并于作品完成后适时向游戏运营平台或游戏发行商推出产品。

游戏发行商是连接游戏开发商和游戏运营平台的纽带，主要负责游戏产品的代理发行和推广。部分规模较小的游戏开发商自主发行及运营能力较弱，为提升日常经营效率、强化自研游戏的推广发行，该类游戏开发商通常专注于游戏开发工作，并将自身开发的游戏交由第三方游戏发行商及游戏运营商进行代

理发行及运营。

游戏运营商主要面向广大的游戏用户，需要协调游戏研发商、游戏发行商和付费渠道等各类资源，进行游戏产品的具体运营和维护工作，并完成对游戏用户付费金额的收益分成和结算工作。

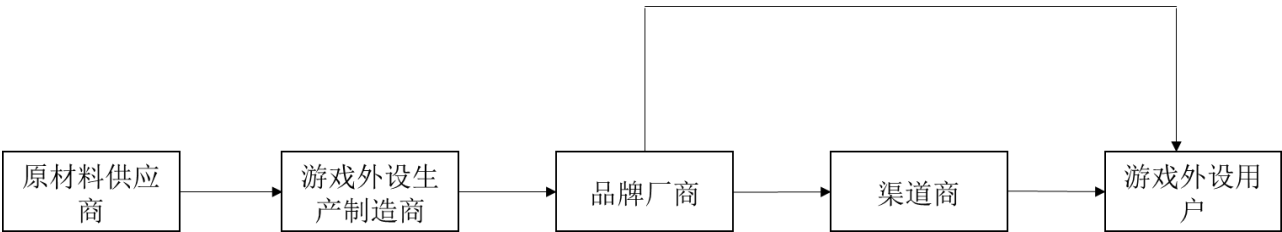
**（二）关于发行人现有业务及募投项目所涉及的产业链基本情况**

报告期内，公司主要从事消费电子类游戏外设及创新消费电子产品研发设计和智能制造，为主流游戏主机厂商所授权的再装企业如 PDP、Bigben、HORI 等公司提供各类游戏外设产品的硬件研发、设计和制造服务。

从募投项目来看，发行人本次发行募集资金将投资于游戏外设及创新消费电子产品扩产项目、生产制造基地自动化技改项目、技术研发中心建设项目及补充流动资金等项目。上述项目均属于发行人现有主营业务范畴内，仍属于游戏外设及创新消费电子产品制造行业。

发行人所处行业上游主要由各类电子元器件及原材料供应方所构成，（半导体原件等电子类材料、塑胶、五金件等）下游主要由各类品牌厂商（游戏外设终端厂商、创新消费电子终端厂商）、各类渠道商所构成。

游戏外设及创新消费电子行业产业链结构图如下所示：



原材料供应商主要为电子元器件、塑胶件供应商，具体分为 PCB 板、IC、塑胶件、线材、硅胶按键、五金件、外壳等大类，总体上呈现种类繁多、市场供应商较多的特点。

游戏外设生产制造商主要为各类电子设备制造业企业，采用 ODM、OEM 等模式为下游品牌厂商生产制造符合其需求的各类游戏外设产品。

品牌厂商主要包括以索尼、微软等为代表的原装厂商及以 PDP、HORI 等为代表的再装厂商。各品牌厂商拥有自主游戏外设品牌并有一定的品牌号召力。

品牌厂商通常将其自有品牌的相关产品生产部分委托给 ODM 或 OEM 厂商进行生产，在获得生产厂商交付货物后，通过自身线上线下经营渠道或第三方渠道销售给终端消费者。

渠道商主要包括沃尔玛、Bestbuy、亚马逊等线下、线上零售流通类企业，借助其自有渠道布局，实现各类游戏外设产品向游戏外设用户的终端销售。

### （三）关于发行人现有业务及募投项目与电子游戏行业产业链的关系

如前所述，发行人现有业务及募投项目本质属于消费电子硬件产品的研发设计与智能制造，根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”。发行人现有业务及募投项目所生产制造的游戏外设等硬件产品仅属于电子游戏的硬件载体。发行人现有业务及募投项目不属于电子游戏行业产业链任何环节且发行人业务目前所处产业链显著区别于电子游戏行业产业链，发行人当前人员配置、技术储备等亦不足以支撑发行人开展电子游戏行业产业链任何环节的业务。

发行人现有业务及募投项目所生产的游戏外设硬件产品作为电子游戏软件的载体，其市场需求会受到电子游戏软件的影响，如 2018 年《绝地求生》《堡垒之夜》等爆款游戏使得公司游戏耳机主要客户 PDP 订单量集中在当年爆发。

综上所述，发行人现有业务及募投项目未以直接、间接的形式参与电子游戏的制作、运营和发行，但发行人生产制造的游戏外设产品的市场需求会受电子游戏软件的影响。

### （四）游戏产业政策变动对发行人持续经营能力的影响

报告期内，公司主要为客户提供游戏外设、创新消费电子等产品的研发设计与智能制造。公司主要客户向发行人采购代工生产的产品（其中，境外客户涉及进口事项）后，通过自身或第三方销售渠道进行对外销售。

报告期内，公司游戏外设以境外销售为主，根据报关单产品多发往北美洲、欧洲、日本等地。报告期内，发行人游戏外设产品分地区销售情况如下表所示：

单位：万元

| 区域 | 2022 年度 |      | 2021 年度 |      | 2020 年度 |      |
|----|---------|------|---------|------|---------|------|
|    | 销售金额    | 销售占比 | 销售金额    | 销售占比 | 销售金额    | 销售占比 |

| 区域        | 2022 年度   |         | 2021 年度   |         | 2020 年度   |         |
|-----------|-----------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|           | 销售金额      | 销售占比    | 销售金额      | 销售占比    | 销售金额      | 销售占比    |
| 境内收入      | 8,428.32  | 27.13%  | 5,532.21  | 14.04%  | 4,392.91  | 11.19%  |
| 境外收入      | 22,634.33 | 72.87%  | 33,864.07 | 85.96%  | 34,848.58 | 88.81%  |
| 其中：北美洲    | 6,974.63  | 22.45%  | 11,430.12 | 29.01%  | 11,355.75 | 28.94%  |
| 欧洲        | 9,586.39  | 30.86%  | 15,703.71 | 39.86%  | 16,305.07 | 41.55%  |
| 亚洲（除中国境内） | 5,019.85  | 16.16%  | 5,977.89  | 15.17%  | 6,536.39  | 16.66%  |
| 总计        | 31,062.64 | 100.00% | 39,396.29 | 100.00% | 39,241.49 | 100.00% |

公司各期主要客户主要游戏外设类产品销售所属监管国家情况如下表所示：

| 产品类别         | 主要适配平台 | 客户简称      | 主要产品销售所属监管国家及地区 |
|--------------|--------|-----------|-----------------|
| 游戏外设（手柄、耳机等） | 游戏主机   | HORI      | 日本              |
|              | 游戏主机   | PDP       | 美国              |
|              | 游戏主机   | Bigben    | 欧盟地区            |
|              | 手机、电脑  | 品众电子      | 中国              |
| 复古游戏机        | -      | FUNIVERSE | 日本、韩国           |

### 1、主要境外下游游戏外设客户相关行业的监管政策

因发行人主要境外客户自身不涉及产品的生产，故其采购发行人生产的产品并在境外各地区销售主要受当地相关产品进口及产品销售政策的影响。根据境外律师出具的法律意见书，发行人各类主要游戏外设类产品的下游行业所面临的监管政策情况如下所示：

| 产品类别         | 客户简称 | 主要产品销售所属监管国家及地区 | 进口相关监管政策                             | 产品销售相关政策                                                 |
|--------------|------|-----------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 游戏外设（手柄、耳机等） | HORI | 日本              | 非禁止或配额制度进口商品，须依法办理进口许可证和进口清关程序       | 非禁止、限制销售产品，可以在日本市场自由销售；须符合产品质量标准，遵守《消费品安全法》，并接受日本主管部门的检查 |
|              | PDP  | 美国              | 非禁止或限制性产品；亦无须进口许可证；须满足一般性进口产品相关要求及程序 | 非联邦监管商业活动；销售该类产品，除一般性销售业务所须的商业许可及登记外，无须获取特殊许             |

| 产品类别  | 客户简称      | 主要产品销售<br>所属监管国家<br>及地区 | 进口相关监管政策                       | 产品销售相关政策                                                 |
|-------|-----------|-------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------|
|       |           |                         |                                | 可或执照                                                     |
|       | Bigben    | 欧盟地区                    | 除一般性进口产品相关要求及程序外，无须特殊许可或执照     | 除一般性销售产品相关要求及程序外，无须特殊许可或执照                               |
| 复古游戏机 | FUNIVERSE | 韩国                      | 无特殊监管政策，须获取 KC 认证（国家强制性认证体系）   | 无特殊监管政策，须获取 KC 认证（国家强制性认证体系）                             |
|       |           | 日本                      | 非禁止或配额制度进口商品，须依法办理进口许可证和进口清关程序 | 非禁止、限制销售产品，可以在日本市场自由销售；须符合产品质量标准，遵守《消费品安全法》，并接受日本主管部门的检查 |

发行人主要境外下游游戏外设客户经营所属主要监管国家包括北美地区、欧盟地区、日本、韩国等。根据境外律师出具的法律意见书，前述地区游戏行业所面临的主要监管政策情况如下所示：

| 主要产品销售<br>所属监管国家及<br>地区 | 对游戏研发、发行、运营的限制                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 对消费者游戏产品消<br>费的限制              |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 欧盟地区及英国                 | <p>1、欧盟地区不存在统一的对游戏研发、发行、运营的监管政策。</p> <p>2、在包括英国、法国、芬兰、希腊、意大利、拉脱维亚、荷兰、波兰、葡萄牙、斯洛伐克等众多国家均使用泛欧洲游戏信息组织（以下简称“PEGI”）等各类分级系统对游戏进行评分分级。特定评级的游戏面向特定的年龄层用户进行销售。</p> <p>3、德国、立陶宛、法国等要求强制对游戏进行分级；其余国家则没有具体强制立法分级要求。</p> <p>4、在欧盟地区及英国禁止一款电脑游戏的门槛非常高。游戏开发商通常与 PEGI 或其他青少年保护机构合作，对游戏内容进行调整，以达到最终仍可发布的状态（例如，通过删除特别暴力的场景）。历史上，极少有游戏被认为不适合公众并被禁止。</p> | 没有证据表明欧盟地区及英国对消费者电脑游戏有任何形式的禁令。 |
| 韩国                      | <p>1、《游戏产业振兴法》规定游戏必须由游戏管理委员会进行分类。不同的游戏内容面向不同的年龄群体。</p> <p>2、《关于创建健康游戏文化的自律规范修正案》规定游戏内的各类付费购买商品，应公开概率购买项目的个体概率，并对用户进行告</p>                                                                                                                                                                                                           | 目前，不存在任何禁止购买游戏产品的监管政策。         |

| 主要产品销售所属监管国家及地区 | 对游戏研发、发行、运营的限制                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 对消费者游戏产品消费的限制                                                                                         |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 | 知。<br>3、在韩国，对电子游戏产品的开发、运营和发行的实质性审查程序较少，法律审查难度较小。                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                       |
| 加拿大             | 1、娱乐软件评级委员会（以下简称“ESRB”）负责对游戏进行内容评级。主要是限制向未达到适当年龄的人群出售评级不适合的游戏。特定评级的游戏面向特定的年龄层用户进行销售。<br>2、ESRB 是一个自律组织，基于游戏内容，为美国和加拿大消费者提供游戏的指定年龄评级。<br>3、ESRB 评级在马尼托巴省、新不伦瑞克省、新斯科舍省、安大略省和萨斯喀彻温省是强制执行的，其他省份则自愿执行。<br>4、在加拿大，对电子游戏产品的开发、运营和发行的实质性审查程序较少，法律审查难度较小。                                                                                                        | 1、在不列颠哥伦比亚省，消费者保护署依据电影法对成人视频游戏产品进行监管。<br>2、没有其他特殊政策限制消费者购买或使用视频游戏。                                    |
| 美国              | 1、在美国，没有联邦法律禁止向儿童出售暴力视频游戏。<br>2、娱乐软件评级委员会（以下简称“ESRB”）负责对游戏进行内容评级。主要是限制向未达到适当年龄的人群出售评级不适合的游戏。特定评级的游戏面向特定的年龄层用户进行销售。<br>3、ESRB 是一个自律组织，基于游戏内容，为美国和加拿大消费者提供游戏的指定年龄评级。<br>4、ESRB 评级是游戏产业链企业自愿执行的，目前在美国大多数商店均要求顾客依照 ESRB 评级购买符合自己年龄的游戏；并且不会销售未经 ESRB 评级的游戏。<br>5、儿童在线隐私保护规则（以下简称“COPPA”）要求游戏运营商在经营过程中严格保护儿童的隐私和在线安全。<br>6、美国对游戏的开发、运营和发行的实质性审核程序较少，法律审核难度较小。 | 目前，不存在任何禁止购买游戏产品的监管政策。                                                                                |
| 日本              | 1、在日本没有关于游戏的销售本身的法律规定；在销售游戏时，没有必要从政府那里取得许可证。<br>2、虽然不是法律上的规定，但大多数游戏推向市场时均需要获取计算机娱乐分级机构（以下简称“CERO”）评级。CERO 是一个运用和实施游戏软件的年龄分级制度的自律性机构。<br>3、在 CERO 给定评分的游戏中，只指定了 CERO 推荐年龄；即便向 CERO 推荐年龄以下的消费者销售了该等商品，在法律上也不会有                                                                                                                                            | 1、香川县网络游戏依存症对策条例（令和 2 年香川县条例第 24 号）对当地辖区内未成年人每天游戏时间进行了一定的限制，但并未对购买游戏的行为进行任何限制。<br>2、除前述情况外，不存在任何其他对游戏 |

| 主要产品销售所属监管国家及地区 | 对游戏研发、发行、运营的限制                              | 对消费者游戏产品消费的限制 |
|-----------------|---------------------------------------------|---------------|
|                 | 问题。<br>4、日本对游戏的开发、运营和发行的实质性审核程序较少，法律审核难度较小。 | 消费和使用的限制。     |

## 2、主要境内下游游戏外设客户相关行业的监管政策

境内针对游戏行业的主要法律法规和政策如下表所示：

| 法律、法规或政策                            | 颁布部门                                                            | 颁布时间     | 涉及内容                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 《游戏审查评分细则》                          | 中宣部                                                             | 2021年3月  | 明确从2021年4月1日起，游戏送审试行全新的评分审查制度。低分游戏将被打回，无法进入版号审批排队流程                                                                                                                                         |
| 《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》        | 国家新闻出版署                                                         | 2021年8月  | 明确要求网络游戏用户实名注册制度，严格控制未成年人使用网络游戏时段、时长，规范向未成年人提供付费服务等，规范网络游戏服务，引导网络游戏企业切实把社会效益放在首位，有效遏制未成年人沉迷网络游戏、过度消费等行为                                                                                     |
| 《中华人民共和国未成年人保护法》(2020修订)            | 全国人民代表大会常务委员会                                                   | 2020年10月 | 网络游戏服务提供者应当针对未成年人使用其服务设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能。网络游戏经依法审批后方可运营。国家建立统一的未成年人网络游戏电子身份认证系统。网络游戏服务提供者应当要求未成年人以真实身份信息注册并登录网络游戏。网络游戏服务提供者应当按照国家有关规定和标准，对游戏产品进行分类，作出适龄提示，并采取技术措施，不得让未成年人接触不适宜的游戏或者游戏功能 |
| 《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》                 | 国家新闻出版署                                                         | 2019年10月 | 明确要求实行网络游戏用户账号实名注册制度，严格控制未成年人使用网络游戏时段、时长，规范向未成年人提供付费服务，切实加强行业监管，探索实施适龄提示制度，积极引导家长、学校等社会各界力量履行未成年人监护守护责任                                                                                     |
| 《综合防控儿童青少年近视实施方案》                   | 教育部、国家卫生健康委员会、国家体育总局、财政部、人力资源和社会保障部、国家市场监督管理总局、国家新闻出版署、国家广播电视总局 | 2018年8月  | 明确了家庭、学校、医疗卫生机构、学生、政府相关部门应采取的防控措施，并强调了8个部门防控近视的职责和任务。其中特别提到要实施网络游戏总量调控，控制新增网络游戏上网运营数量，探索符合国情的适龄提示制度，采取措施限制未成年人使用时间                                                                          |
| 《关于移动游戏出版服务管理秩序，提高移动游戏受理和审批工作效率发布的一 | 国家新闻出版广电总局办公厅                                                   | 2016年5月  |                                                                                                                                                                                             |

| 法律、法规或政策 | 颁布部门 | 颁布时间 | 涉及内容 |
|----------|------|------|------|
| 务管理的通知》  |      |      | 系列规定 |

### 3、游戏产业政策变动对发行人持续经营能力的影响

如前所述，发行人现有业务及募投项目所生产的游戏外设硬件产品作为电子游戏软件的载体，其市场需求会受到电子游戏软件的影响，因此针对电子游戏产业的政策变动会间接对发行人游戏外设产品市场需求量产生影响，从而对发行人持续经营能力产生间接影响。报告期内，发行人游戏外设以境外销售为主，根据报关单产品多发往北美洲、欧洲、日本等地，但亦存在境内相关产品的销售。

境外方面，报告期内发行人的游戏外设产品主要涉及监管国家及地区包括美国、加拿大、日本、韩国、欧盟等。根据境外律师出具的相关法律意见书，截至其法律意见书出具日，前述国家对发行人所生产的游戏外设相关产品的进口及销售不存在禁止、限制等政策，前述国家对游戏的研发、运营和发行的实质性审核程序较少，对消费者游戏产品消费的限制亦较少。发行人自 2004 年成立之初至今，游戏外设均为其主营业务且均以境外销售为主，公司历史经营过程中亦未曾出现因境外主要销售国家针对游戏外设等消费电子产品或游戏产业出台政策对公司境外销售业务产生重大不利影响的情形。**报告期内**，发行人境外游戏外设产品的销售收入分别为 88.81%、85.96%和 **72.87%**，境外收入占发行人游戏外设产品收入主导地位。截至本回复报告出具日，发行人境外主要销售国家针对游戏产业的相关政策未对发行人相关业务的开展及持续经营能力产生不利影响。未来，若前述国家游戏产业政策发生重大不利变化，而游戏产业链各类企业未能及时调整并持续满足相关法律法规的监管要求，可能间接对发行人的持续经营能力带来不利影响。

境内方面，报告期内发行人存在产品境内销售的情形且发行人部分游戏外设产品对应的主机亦存在适配于境内网络游戏、联机游戏场景的情形。中宣部、国家新闻出版署、工信部、中央网信办等相关主管部门对境内游戏行业的监管政策将影响游戏行业的消费行为，亦将间接对发行人下游客户在境内的终端销售产生影响。近年来，各部门陆续出台一系列针对网络游戏等的监管政策，限

制未成年人沉迷网络游戏、过度消费等行为。**报告期内**，发行人游戏外设境内销售收入分别为 11.19%、14.04%和 **27.13%**。截至本回复报告出具日，境内针对游戏产业的相关政策未对发行人相关业务的开展及持续经营能力产生不利影响。后续，若境内相关监管政策进一步限制境内游戏行业的消费行为，将间接对发行人下游客户在境内的终端销售造成一定不利影响，从而对发行人未来生产经营造成一定不利影响。

关于发行人下游相关行业监管政策所带来的风险，发行人已在招股说明书“第四节、三、（七）下游相关行业监管政策的风险”及“重大事项提示、一、（十一）下游相关行业监管政策的风险”进行过相关风险提示。

## **二、请保荐人、发行人律师发表明确意见**

### **（一）核查程序**

1、查阅并分析游族网络、聚力文化等游戏行业上市公司公开披露资料及行业研究报告，了解游戏产业链的基本情况；

2、查阅发行人募投项目的可行性研究报告、立项备案、环境影响评价批复等资料，了解募投项目的具体情况及所涉及产业链领域，分析发行人现有业务及募投项目与游戏产业链的关系；

3、访谈发行人业务负责人，了解发行人现有业务的上下游情况、未来发展规划、与电子游戏行业产业链的关系；

4、查阅公开资料，了解美国、加拿大、日本、韩国、欧盟等国家及地区的主要游戏产业政策情况及审核制度；

5、获取并查阅发行人境外律师出具的法律意见书，了解发行人下游相关行业在其主要受监管境外各国家及地区（包括美国、加拿大、日本、韩国、欧盟）所面临的监管政策，了解该等监管政策对发行人境外下游客户行业产生的影响；获取并查阅发行人境外律师出具的法律意见书，了解境外多个国家及地区（包括美国、加拿大、日本、韩国、欧盟、英国）游戏行业主要监管政策情况；查阅境内游戏外设、创新消费电子等领域在境内的主要监管政策，了解该等监管政策对发行人境内下游客户行业所产生的影响；

6、查阅《中华人民共和国未成年人保护法》《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》《综合防控儿童青少年近视实施方案》《游戏审查评分细则》《网络出版服务管理规定》《关于移动游戏出版服务管理的通知》等相关法律、法规和规范性文件的规定，分析该等法律、法规和规范性文件对发行人持续经营能力的影响。

## **（二）核查意见**

针对上述问题，经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人现有业务及募投项目不属于电子游戏行业产业链任何环节且发行人业务目前所处产业链显著区别于电子游戏行业产业链，发行人当前人员配置、技术储备等亦不足以支撑发行人开展电子游戏行业产业链任何环节的业务，发行人未以直接、间接的形式参与电子游戏的制作、运营和发行，但发行人生产制造的游戏外设产品的市场需求会受电子游戏软件的影响。

2、发行人现有业务及募投项目所生产的游戏外设硬件产品作为电子游戏软件的载体，其市场需求会受到电子游戏软件的影响，针对电子游戏产业的政策变动会间接对发行人游戏外设产品市场需求量产生影响，从而对发行人持续经营能力产生间接影响。截至本回复报告出具日，发行人主要销售国家针对游戏产业的相关政策未对发行人相关业务的开展及持续经营能力产生不利影响。未来，若发行人主要下游客户经营地的相关游戏产业政策发生重大不利变化，而游戏产业链各类企业未能及时调整并持续满足相关法律法规的监管要求，可能影响游戏的制作、发行和运营，进而对发行人的持续经营能力带来不利影响。

（本页无正文，为《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三轮审核问询函之回复报告》之发行人盖章页）

深圳市景创科技电子股份有限公司（盖章）



2023 年 3 月 30 日

（此页无正文，为《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三轮审核问询函之回复报告》之保荐机构签字盖章页）

保荐代表人：

  
张迪

  
曾劲松

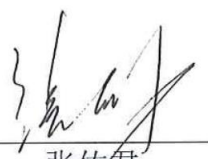


2023 年 3 月 30 日

## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《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三轮审核问询函之回复报告》，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复不存在虚假记载、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。

董事长：

  
张佑君



2023年3月30日

## 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读《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三轮审核问询函之回复报告》，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复不存在虚假记载、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。

总经理：



杨明辉



2023 年 3 月 30 日