

关于乔锋智能装备股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函中
有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2023]518Z1321 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

**关于乔锋智能装备股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2023]518Z1321 号

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 1 月 6 日出具的审核函〔2023〕010006 号《关于乔锋智能装备股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“落实函”）已收悉。对落实函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“申报会计师”）对乔锋智能装备股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“乔锋智能”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下：

问题 2：关于毛利率

申报材料及审核问询回复显示：

(1)报告期各期,发行人不含旧机的主营业务毛利率分别为 34.06%、35.76%、34.94%和 29.29%。2022 年上半年毛利率下降 5.65 个百分点,主要系发行人产能较大幅度提升,且备货充足,公司下调了立式加工中心等产品定价,导致毛利率有所下降。

(2)同行业可比公司平均毛利率分别为 26.80%、26.67%、27.36%和 27.02%,发行人的毛利率高于同行业平均水平且 2022 年上半年毛利率下降幅度远高于最可比公司创世纪。

请发行人：

(1)结合产品结构、市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动、客户价格调整要求等变动,说明发行人销售产品的销售价格、毛利率是否存在进一步下降的风险,相关经营环境是否发生重大不利变化,是否存在业绩下降的风险。

(2)结合产品差异、客户定位及议价权、自制比例差异、阶段性定价策略等情况,进一步量化分析发行人各产品毛利率高于可比公司、2022 年上半年毛利率下降幅度高于可比公司的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合产品结构、市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动、客户价格调整要求等变动,说明发行人销售产品的销售价格、毛利率是否存在进一步下降的风险,相关经营环境是否发生重大不利变化,是否存在业绩下降的风险。

(一)产品结构

报告期各期,公司的产品结构、平均销售单价及毛利率情况如下：

单位：万元/台

产品类别	2023 年 1-6 月			2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入占比	单价	毛利率	收入占比	单价	毛利率	收入占比	单价	毛利率	收入占比	单价	毛利率
立式加	81.14%	20.40	30.41%	76.72%	21.23	30.70%	82.93%	22.09	36.84%	83.38%	23.48	38.15%

工中心												
龙门加工中心	11.50%	89.10	25.03%	12.62%	98.01	23.36%	11.21%	89.17	25.77%	11.42%	82.94	23.05%
卧式加工中心	2.68%	53.96	20.95%	3.39%	60.56	27.06%	3.63%	58.88	29.30%	4.42%	60.34	26.25%
其他数控机床	4.68%	24.68	20.23%	7.27%	30.63	20.20%	2.23%	24.86	19.71%	0.78%	11.17	20.35%
合计	100.00%	23.01	29.06%	100.00%	24.48	29.04%	100.00%	24.81	34.94%	100.00%	26.09	35.76%

注：本表收入占比、单价及毛利率不包含旧机销售情况。

报告期内，公司产品结构较为稳定；2022 年度立式加工中心毛利率主要受价格调整影响毛利率同比下降，其后（2023 年 1-6 月）保持稳定；2020 年度至 2022 年度龙门及卧式加工中心毛利率随产量增长、产能利用率提升而总体上呈增长趋势；2023 年 1-6 月，龙门加工中心毛利率因原材料价格下降及直销占比提升而略有提升，卧式加工中心毛利率则主要受产量下降（规模效应下降），低毛利率的小机型占比提升的综合影响较上年度下降，其他数控机床目前产销量较少，未来随着规模效应的逐步体现，其毛利率有望逐渐提升，与其他主要产品毛利率差距将逐渐缩小。因此，公司因产品结构变动导致销售价格、毛利率大幅下降的风险较小。具体说明如下：

1、立式加工中心

公司立式加工中心的收入占比较为稳定，报告期各期分别为 83.38%、82.93%、76.72%和 81.14%，为公司收入及利润的主要来源。2021 年度，公司立式加工中心销售定价略有下调，主要系基于规模效应、产能利用率提升，以及部分零部件国产化替代导致的单位成本下降，因此毛利率保持稳定；2022 年，在宏观经济增速放缓的背景下，公司产能有较大幅度提升，同时进行了备货，为提升市场份额，公司主动下调了立式加工中心的定价，因此毛利率有所下降，但仍略高于同行业可比公司；2023 年 1-6 月，公司立式加工中心的平均销售价格略有下降，但受益于自产主轴比例上升以及铸件价格下降等因素，平均单位成本亦略有下降，故毛利率较上一年度保持稳定。此外，市场需求、竞争环境未发生重大变化，原材料价格趋于稳定，立式加工中心价格继续下调的压力较小。

2、龙门及卧式加工中心

2020 年度至 2022 年度，公司龙门及卧式加工中心收入持续增长，收入占比较为稳定。报告期内，龙门及卧式加工中心销售价格有所波动，主要系产品结构变动所致，同系列产品的销售价格较为稳定。2020 年度至 2022 年度，龙门及卧

式加工中心毛利率提升主要系规模效应及产能利用率提升带来的单位成本下降所致；2023 年 1-6 月，公司龙门加工中心毛利率较上年度上升，主要系直销占比提升及铸件价格下降所致；2023 年 1-6 月，卧式加工中心毛利率下降，主要系当期产量下降（规模效应下降），毛利率较低的较小型号机型销量占比提升所致。

3、其他数控机床

2020 年公司先后成立宁夏乔锋、南京台诺分别布局数控车床、数控磨床业务，在取得良好的市场反馈后，公司加大数控车床、数控磨床的研发投入和市场推广，因此，2021 年度和 2022 年度其他数控机床的收入占比有较大幅度上升。报告期内，其他数控机床销售价格总体稳定，毛利率较低主要系目前产量较低，单位成本较高，未来随业务规模的增长，毛利率有望进一步提升。

综上，公司各类产品平衡发展，收入结构总体稳定。对目前毛利率及收入占比较高的立式加工中心，公司将持续加强研发投入，继续提升产品竞争力，扩大市场份额，实现收入的稳步增长；同时，公司将不断丰富产品类型，加大龙门及卧式加工中心、其他数控机床的研发投入和市场推广力度，增强公司整体服务能力，满足客户各种加工需求。龙门及卧式加工中心、其他数控机床在发展前期阶段毛利率较低，随着业务规模的增长，毛利率有望进一步提升。因此，总体上，公司因产品结构调整导致销售价格、毛利率大幅下降的风险较小。

（二）市场需求

自 2020 年以来，中央和地方各级政府密集出台了多项刺激经济发展的政策措施，我国机床工具行业 2020 年下半年开始走出下行通道，复苏趋势明显。同时，受全球疫情影响，海外机床企业供应链受阻，导致国内企业购买海外设备交期延长、售后服务难度、不确定性提升，也给了国内机床进入下游企业的机会。在存量替换周期以及下游产业升级带来数控化率提升的背景下，国产机床行业近十年的下行走势有望扭转，迎来新一轮上行周期。

1、主要下游行业情况

公司产品主要应用于通用设备、消费电子、汽摩配件、模具等行业，下游行业固定资产投资是影响机床行业发展的决定性因素，随防疫政策调整及多项刺激经济政策出台，公司主要下游行业有望保持良好发展势头。

2、机床更新替换需求增加

机床设备自身的更新换代周期一般为 5-10 年，上一轮国内机床行业的需求高峰出现于 2011 年前后，达 89 万台。经历多年高强度使用后，机床加工精度和稳定性均会出现下降，同时许多传统机床也无法适应当前高速、高精、高效的加工需求。因此根据 10 年的更换周期计算，目前正值新一轮机床更新替换需求释放高峰期。同时，随着自动化、新能源汽车、航空航天、模具等下游行业的发展，对机床的性能要求不断提升，也加快了存量机床的迭代升级。

3、数控化率提升

数控机床相较于普通机床，在加工精度、加工效率、加工能力和维护等方面都具有突出优势，随着我国制造业转型升级，对加工精细度需求不断提升的驱动下，我国数控机床的渗透率在逐年提升，由 2015 年的 31.2%持续上升至 2020 年的 43.3%，但与发达国家 80%左右的数控化率水平仍存在较大差距。作为我国制造业转型升级的重要工具，数控机床未来增长空间广阔。

4、国产化替代空间广阔

目前我国机床行业处于贸易逆差状态，根据中国机床工具工业协会数据，2021 年我国金属加工机床进口金额为 74.60 亿美元，出口金额为 53.20 亿美元，贸易逆差达 21.40 亿美元。目前随着制造业转型升级，我国正大力推进高档机床国产化、实现高端产品的自主可控，未来国产高档数控机床有望保持增长态势。同时，2020 年以来，进口机床在订单交付、技术及售后人员的流动与服务方面受阻，使得国产机床获得了国内下游客户更多的试用机会，进一步促进了国产化替代进程。

综上，在制造业稳定发展、机床更新替换需求增加、数控化率提升、国产化替代空间广阔等有利因素加持下，我国数控机床行业市场需求整体向好，公司因市场需求变动导致销售价格、毛利率大幅下降的风险较小。

（三）竞争环境

我国机床行业市场竞争激烈，行业集中度较低。根据中国机床工具工业协会的数据，2020 年我国机床工具行业年营业收入 2,000 万元以上的规模企业共 5,720 家，其中金属切削机床企业共计 833 家，占比 14.56%。国内机床行业整体竞争格局可分为三个阵营：第一阵营为外资企业，占据了大部分高档数控机床的市场

份额；第二阵营为大型国有企业和具备一定规模和自主研发技术实力的民营企业；第三阵营为众多技术含量低、规模小的民营企业。公司具备较强的自主研发实力，目前处于第二阵营。根据中国机床工具工业协会公布数据估算，2022 年度，公司机床收入占我国金属切削机床市场份额的比例约为 1.23%，与国内同行业上市公司对比，公司营收规模在金属切削机床细分行业排名第 6 名，持续保持在行业前列。

相较于外资企业，公司拥有高性价比、高效响应速度、个性化产品、交期时间短等优势，不断缩小与外资企业领先数控机床的差距，同时依托国产化替代的契机，公司市场占有率将逐步提升；相较于行业可比公司，公司在产品类型、应用领域、区域布局等方面形成差异化竞争，且在技术、产品、营销、生产及供应链、优质的售前售后具有一定的竞争优势；对于技术含量低、规模小的民营企业，随着国内制造业产业升级，高端制造业的发展，其市场份额将继续被第一、第二阵营企业占据。

综上，公司经过在行业内多年的技术、品牌、服务能力积累，报告期内市场份额持续保持在行业前列，公司所处的竞争环境未发生重大变化。

（四）销售策略和定价策略

1、销售策略

公司根据不同区域经济发展水平、客户集中度等情况采用“直销为主，经销为辅”的销售模式。报告期内公司加强了经销模式的布局，2020 年度至 2023 年 1-6 月经销收入占比由 16.78%提升至 18.61%，经销收入占比有所上升，总体趋于稳定。未来，公司将进一步加强营销团队建设，完善经销体系，扩大整体销售覆盖区域。公司短期内不会对销售模式做出重大调整，销售结构将趋于稳定，不会对毛利率变动产生较大影响。

2、定价策略

公司根据产品生产成本及合理利润率水平，同时结合市场竞争、公司产能利用率等因素制定各系列产品的销售指导价格。

2021 年度，公司立式加工中心销售定价略有下调，主要系基于规模效应、产能利用率提升，以及部分零部件国产化替代导致的单位成本下降，因此毛利率保持稳定；2022 年，在宏观经济增速放缓的背景下，公司为提升市场份额，结

合自身产能提升、毛利率水平及上年末备货的情况，主动下调了立式加工中心的定价，毛利率有所下降，但立式加工中心的毛利率仍略高于同行业可比公司；2023年1-6月，受下游制造业景气度下降影响，平均销售价格同比略有下降，但因受益于主轴自制、铸件价格下降等因素，立式加工中心单位成本有所下降，因此毛利率保持稳定。

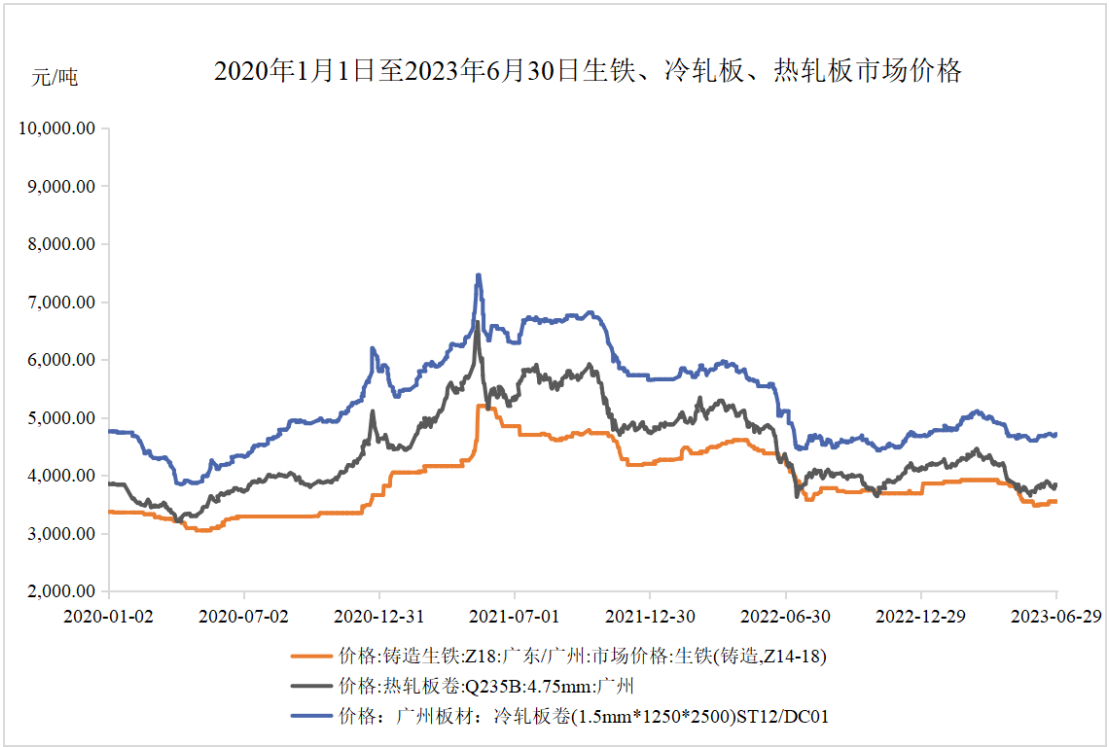
此外，报告期内，公司龙门及卧式加工中心的定价较为稳定，平均销售价格的波动主要系细分产品结构、原材料价格及销售模式占比的变动所致。

公司短期内大幅降价进而导致毛利率大幅下降的风险较小，市场需求、竞争环境未发生重大变化，原材料价格趋于稳定，立式加工中心价格继续下调的压力较小。

（五）原材料价格变动

公司采购的主要原材料包括数控系统、铸件、刀库、主轴、线轨、丝杆和钣金/板材等。报告期内，数控系统、线轨、丝杆等功能部件的市场价格整体较稳定，公司采购价格因采购规模提升总体略有下降；报告期内铸件、钣金/板材的价格存在一定的波动，其中自2021年下半年起有较大幅度的上涨，2022年回落，2023年1-6月呈小幅下降趋势。

截至2023年6月30日，生铁、冷轧板、热轧板的市场价格情况如下：



数据来源：wind、choice

2022 年下半年以来，生铁、冷轧板及热轧板价格总体保持平稳，短期内因原材料价格大幅上涨导致公司产品销售价格、毛利率大幅下降的风险较低。另外，公司为应对原材料价格上涨的风险，一方面，持续提高原材料的集中采购比例。报告期内，部分子公司自主开发原材料供应商并进行采购，未通过总部统一采购，未来公司将逐步提高该部分原材料的集中采购比例，增强与供应商谈判的议价能力；另一方面，密切关注原材料市场动态，合理规划主要原材料备货量。公司将密切关注原材料市场动态，对主要原材料的价格走势进行监控与分析，并结合订单情况和安全库存等情况合理规划主要原材料备货量，在价格低位时适当进行备货。

总体上，公司上游原材料市场竞争充分、供给充足，公司与核心部件供应商具有长期、良好的合作关系，原材料采购价格总体较为稳定，未来因原材料价格变动导致公司产品销售价格、毛利率大幅下降的风险较小。

（六）客户价格调整要求

公司根据产品生产成本及合理利润率水平，同时结合市场竞争、产能利用率等因素制定各系列产品的销售指导价格，公司与客户在商务谈判阶段可结合市场竞争、产品配置等因素在一定范围内调整价格，但总体上公司目前以中小客户为主，客户较为分散，议价能力有限。公司与客户签订的合同或订单中亦不存在价格调整机制。

综上所述，公司产品销售价格及毛利率大幅下降的风险较小，相关经营环境未发生重大不利变化，不存在业绩大幅下降的风险。

二、结合产品差异、客户定位及议价权、自制比例差异、阶段性定价策略等情况，进一步量化分析发行人各产品毛利率高于可比公司、2022 年上半年毛利率下降幅度高于可比公司的原因及合理性。

（一）毛利率与同行业可比公司差异情况的总体说明

1、立式加工中心

2020 年度至 2022 年度，公司立式加工中心毛利率高于同行业可比上市公司，主要系在产品结构、销售模式、客户定位及议价权、自制比例、阶段性定价策略等方面存在差异。

(1) 与创世纪对比：①公司和创世纪均以立式加工中心为主，但公司的主要客户为中小客户，在商务谈判中，中小客户议价空间较小，创世纪主要客户包括立讯精密、富士康、比亚迪电子等大客户，议价能力相对中小客户更强，由此公司立式加工中心可比产品销售均价高于创世纪，以创世纪的 3C 系列产品为例，剔除大客户后，2020 年度其直销毛利率为 40.14%，与同期公司钻攻加工中心的毛利率基本一致；②生产模式中，公司自行从事的生产环节较多，委托加工较少，公司的机器设备原值占营业收入的比重显著高于创世纪，因此可以获得更多的利润；③创世纪将通用产品作为未来发展的战略重点，2020 年度至 2022 年度采取以价换量，通过降价快速抢占市场份额的经营策略，导致毛利率较低；

(2) 与国盛智科、纽威数控和海天精工对比：①国盛智科、纽威数控和海天精工的产品结构中龙门加工中心及卧式加工中心占比较高，立式加工中心业务规模相对较小，公司则以立式加工中心为主，相对更具有规模效应；②国盛智科、纽威数控和海天精工的立式加工中心以大机型为主，应用领域、销售区域，以及单位价格与单位成本与公司存在较大差异；③销售模式上，公司主要以直销模式为主，国盛智科、纽威数控和海天精工经销占比较高。

2、龙门及卧式加工中心

2020 年度至 2022 年度，公司龙门及卧式加工中心毛利率总体低于同行业可比公司，主要系产量较小，生产成本较高。随产量及工艺提升，龙门及卧式加工中心单位制造费用和单位直接人工成本下降，毛利率有较大幅度提升，与同行业可比公司的毛利率差异逐步缩小；2022 年度，公司龙门及卧式加工中心毛利率较上年度下降，主要系新增产能在投产初期的产能利用率较低，单位成本同比有所增长；2023 年 1-6 月，公司龙门加工中心毛利率较上年度上升，主要系直销占比提升及铸件价格下降所致；卧式加工中心毛利率下降，系当期产量下降（规模效应下降），毛利率较低的较小型号机型销量占比提升所致。

综上，公司立式加工中心毛利率高于同行业可比上市公司，龙门及卧式加工中心毛利率总体低于同行业可比公司，具有合理性。

(二) 与创世纪的对比情况

1、立式加工中心

(1) 产品差异

创世纪的立式加工中心与公司的可比性较高。创世纪产品主要为 3C 产品和通用产品，分别与公司的钻攻加工中心和通用加工中心在规格型号、性能配置上较为相似，具体如下：创世纪的 3C 产品主要为钻攻机，主要应用于智能手机、笔记本电脑、可穿戴设备等消费电子行业，与公司立式加工中心中的钻攻加工中心产品较为类似；创世纪的通用产品主要为立式加工中心，主要应用于 5G 通信、新能源汽车、工业自动化、航空航天、半导体、模具等领域，与公司通用加工中心产品较为类似。

公司与创世纪立式加工中心细分产品的收入结构有所差异，创世纪 3C 产品占比较高，而公司通用加工中心占比较高。2021 年度，创世纪 3C 产品收入占主营业务收入比为 60.92%；同期，公司钻攻加工中心的收入占比则为 29.83%，通用加工中心的收入占比为 53.12%。

（2）客户定位及议价权差异对毛利率的影响

①钻攻加工中心

创世纪 3C 产品的主要客户包括立讯精密、富士康、比亚迪电子等，此类 3C 领域的大型客户，通常具有客户市场地位较高、集中度高且议价能力强的特征。与创世纪不同，公司的客户分散，以中小客户为主，由公司统一制定产品的销售底价，降价空间较小。若剔除创世纪大客户的影响，公司钻攻加工中心毛利率与创世纪 3C 系列产品基本一致。

根据《创世纪：关于对深圳证券交易所〈关于广东创世纪智能装备集团股份有限公司申请发行股份购买资产并募集配套资金的第二轮审核问询函〉的回复（修订稿）》，2020 年度，直销模式下，创世纪在 3C 领域的大客户收入占比较高，此类客户市场地位较高、集中度高且议价能力强，创世纪在市场价格的基础上为大客户提供一定的价格优惠。

2020 年度，直销模式下创世纪大客户对毛利率的影响如下：

单位：万元/台

项目	销售单价	单位成本	毛利率
剔除大客户前	17.44	12.25	29.77%
剔除大客户后	20.46	12.25	40.14%

注 1：大客户为单客户采购量超过 200 台的客户；

注 2：深圳创世纪仅披露了 3C 系列主要产品钻铣加工中心（2020 年度收入占比为 85.78%）剔除大客户前后的直销均价，故本表销售均价为钻铣加工中心的价格，单位成本为深圳创世纪 3C 系列的平均单位成本。

创世纪 3C 系列产品毛利率受大客户影响较大，剔除掉大客户（单客户采购量超过 200 台）后，创世纪 3C 系列产品的直销毛利率为 40.14%，与同期公司钻攻加工中心的毛利率 40.94%基本一致。

②通用加工中心

公司通用加工中心与创世纪立式加工中心主要应用领域及客户定位有所不同，客户议价权亦因此有所差异。

公司通用加工中心要应用于通用设备、汽摩配件和军工等行业，下游应用领域较为分散且以中小客户为主。创世纪立式加工中心的核心产品为 V 系列产品，其 V 系列产品切入点主要是 5G 产业链，主要应用于 5G 通讯基站中大型尺寸滤波器腔体、散热器等产品的加工，主要客户有东山精密、飞荣达、东莞建升、迅强电子、深圳格兰达、舜富精密、格仕乐科技、大江美利信等华为供应链及中兴供应链客户。

（3）自制比例差异对毛利率的影响

公司仅对铸件粗加工、半精加工等非核心工序采用部分委托加工方式，整体委托加工比例较低。创世纪采用轻资产运营模式，聚焦研发设计、整机装配及检测、销售，核心部件主要通过委托加工、战略采购或规模化集采等方式采购。从成本结构、机器设备原值、人均产量对比分析，创世纪直接材料占成本结构的比例较高，机器设备原值占营业收入的比重较低，人均产量较高，具体情况如下：

项目		主营业务成本结构			人均产量（台/年/人）	机器设备原值/营业收入
		直接材料占比	直接人工成本占比	其他		
2022 年度	创世纪	95.64%	4.36%		未披露	1.93%
	乔锋智能	84.47%	4.55%	10.98%	10	6.85%
2021 年度	创世纪	94.68%	5.32%		19	1.59%
	乔锋智能	85.85%	4.14%	10.01%	11	5.31%
2020 年度	创世纪	94.01%	5.99%		19	4.27%
	乔锋智能	85.88%	3.86%	10.26%	9	7.43%

注 1：深圳创世纪未披露其生产人员人数情况，故上述创世纪人均产量系由深圳创世纪的产量及创世纪上市公司（300083.SZ）生产人员平均人数计算所得；

注 2：深圳创世纪未披露 2022 年机器设备原值/营业收入、主营业务成本结构数据，故以 2022 年 1-5 月数据替代。

注 3：2023 年 1-6 月深圳创世纪未披露相关数据，故未列示对比数据，下同。

假设公司仅从事产品的研发设计、整机装配及检测、销售，光机（光机生产

包括铸件加工、光机装配等工序）及钣金全部外购，模拟光机、钣金全部外购对立式加工中心毛利率的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
光机成本①	47,390.79	34,976.59	19,137.58
光机毛利率②	20.00%	20.00%	20.00%
光机外购增加的成本③=①*②	9,478.16	6,995.32	3,827.52
钣金成本④	2,934.81	2,811.71	1,793.64
钣金毛利率⑤	30.00%	30.00%	30.00%
钣金外购增加的成本⑥	880.44	843.51	538.09
增加成本合计⑦=③+⑥	10,358.60	7,838.83	4,365.61
主营业务收入⑧	152,601.20	125,044.30	71,484.55
光机、钣金外购对毛利率影响⑨=⑦/⑧	6.79%	6.27%	6.11%

注：本表光机和钣金毛利率系参考公司及可比公司对外销售相应或类似产品确定。

综上，因公司自制比例较高，可在加工环节获取更多的利润，因此公司毛利率高于创世纪具有合理性。

（4）阶段性定价策略

根据《创世纪：中信建投证券股份有限公司关于公司发行股份购买资产并募集配套资金之独立财务顾问报告（修订稿）》，创世纪通用产品（主要为立式加工中心）为其未来发展的战略重点，2020 年度至 2022 年度采取以价换量，通过降价快速抢占市场份额的经营策略。2020 年度至 2022 年度创世纪立式加工中心的平均单价分别为 21.55 万元/台、21.08 万元/台和 21.55 万元/台，公司对应产品通用加工中心的平均单价分别为 25.33 万元/台、24.07 万元/台和 23.41 万元/台，公司通用加工中心的平均单价高于创世纪对应产品。2021 年创世纪立式加工中心的销量增速为 101.17%，同期公司对应产品销量增速为 69.16%，定价策略不同导致公司与创世纪销量增速有所差异。

2、龙门及卧式加工中心

2020 年度至 2022 年度，公司龙门及卧式加工中心毛利率总体上升趋势，与创世纪对应产品的变动趋势较为一致，且均主要因规模效应凸显而提升。2022 年度公司龙门及卧式加工中心的毛利率与创世纪趋同。

2020 年度至 2022 年度，公司龙门及卧式加工中心的销量、毛利率与创世纪对比情况如下：

单位：台

产品类型	公司	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		销量	毛利率	销量	毛利率	销量	毛利率
龙门加工中心	乔锋智能	182	23.36%	157	25.77%	96	23.05%
	创世纪	76	23.31%	未披露	15.26%	65	12.29%
卧式加工中心	乔锋智能	83	27.06%	77	29.30%	51	26.25%
	创世纪	未披露	30.35%	未披露	24.80%	62	20.37%

注 1：深圳创世纪未披露 2022 年龙门加工中心、卧式加工中心销量及毛利率数据，故以 2022 年 1-5 月数据替代；

注 2：2023 年 1-6 月深圳创世纪未披露相关数据，故未列示对比数据。

公司龙门及卧式加工中心量产时间较短，产销量相对立式加工中心较低。2021 年度，随产量和工艺提升，龙门及卧式加工中心的单位制造费用和单位直接人工成本下降，毛利率持续上升后趋稳；2022 年因新增产能在投产初期的产能利用率较低，单位成本有所上升，毛利率较上年度略有下降，与创世纪趋同。

根据《创世纪：中信建投证券股份有限公司关于公司发行股份购买资产并募集配套资金之独立财务顾问报告（注册稿）》的内容：（1）创世纪在龙门加工中心方面发力相对较晚，处于业务拓展早期，销售数量较少，议价能力相对较弱，2020 年至 2021 年度毛利率较低且波动较大。2022 年 1-5 月，龙门加工中心销量达到 76 台，规模效应逐步凸显，具体配置方面 also 根据客户要求有所调整，成本和价格同步下降但毛利率明显上升；（2）创世纪卧式加工中心处于持续拓展市场阶段，销售数量较少，2020 年度至 2022 年度单价和毛利波动较大，其中 2021 年下半年以来，卧式加工中心毛利率提升主要系中高端机型占比显著提高所致。

综上，公司各产品毛利率总体高于创世纪具有合理性。

（三）与国盛智科、纽威数控、海天精工的对标情况

目前，公司及同行业可比公司的市场份额较低，在产品类型、应用领域、区域布局等方面形成差异化竞争。因各自优势产品、侧重应用领域有所不同，公司立式加工中心的毛利率高于国盛智科、纽威数控及海天精工，龙门及卧式加工中心毛利率低于国盛智科、纽威数控及海天精工。

1、立式加工中心

公司立式加工中心毛利率高于海天精工、纽威数控和国盛智科主要系产品及应用领域、规模效应、销售模式和业务定位和定价策略等方面存在差异，具体如

下：

（1）产品及应用领域差异

海天精工近年来持续实施小型化的市场策略，由龙门加工中心向立式加工中心进行产品系列的延伸，其立式加工中心以重切削的大型立式加工中心为主，主要应用于模具行业。模具原材料通常为钢材，硬度较高，切削量大，一般采用重切型数控机床加工；而公司立式加工中心主要应用于通用设备、汽摩配件等行业，加工件原材料通常为铝型材或尺寸较小的钢材，其中铝型材硬度和重量相对较小，因此较多采用轻型机床加工。因应用领域不同，销售区域亦有所差异，海天精工主要销售区域为华东等东部沿海地区，公司则在华东和华南的收入占比更为均衡。

国盛智科、纽威数控的立式加工中心与海天精工具有一定的相似性，国盛智科立式加工中心主要应用于模具、军工、新能源等行业，纽威数控则主要应用于电子、汽车行业，上述行业系重切型数控机床需求较多的领域，其境内业务亦主要集中在华东地区。

（2）规模效应差异

与国盛智科、纽威数控、海天精工相比，公司立式加工中心的业务规模较大，规模效应显著，公司立式加工中心与同行业可比公司对应产品的产销量规模如下：

单位：台

公司	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	产量	销量	产量	销量	产量	销量
国盛智科	1,173	953	1,282	1,223	667	674
纽威数控	1,385	1,333	1,568	1,530	1,042	1,074
海天精工	3,013	3,025	3,109	2,713	1,526	1,377
行业平均	1,857	1,770	1,986	1,822	1,078	1,042
乔锋智能	5,528	5,646	5,392	4,703	2,979	2,618

注：2023 年 1-6 月同行业可比公司未披露产销量数据，故未列示对比数据。

相较于海天精工、纽威数控及国盛智科，公司在规模化采购、国产化替代及摊薄成本费用方面具有一定优势。①在采购方面，公司基于立式加工中心的规模优势进行相关部件的规模化采购，以及部分零部件的国产化替代。其中，2021 年至 2022 年，公司立式加工中心数控系统的单位成本分别较上年度下降 0.44% 和 0.18%，刀库的单位成本分别较上年度下降 5.53%和-1.59%；②在成本费用摊薄方面，2020 年至 2022 年，公司通用加工中心的单位制造费用分别较上年下降

20.80%、7.69%和-3.34%；钻攻加工中心的单位制造费用分别较上年下降 25.74%、18.24%和 0.27%。

（3）销售模式差异

机床行业中并无统一的销售模式，各家公司主要根据其自身经营理念、市场资源优势等因素确立各自的销售模式。海天精工、纽威数控和国盛智科的经销收入占比均较高，公司则以直销为主，行业平均直销毛利率比经销高 6 个百分点左右。

（4）业务定位和定价策略差异

①海天精工以数控龙门加工中心为主导产品，近年来持续实施小型化的市场策略，加大立式数控机床的业务拓展，2020 年至 2022 年，海天精工立式加工中心的毛利率分别为 12.27%、12.25%和 16.86%，毛利率较低，变动较大，主要系其前期立式加工中心产量较小，以及业务拓展阶段的定价策略所致，其 2021 年收入增长 86.25%，较低的定价带来收入快速增长，因此海天精工现阶段的立式加工中心毛利率与公司的可比性较低；②国盛智科未披露立式加工中心的毛利率，其立式加工中心毛利率系引用其划分的中档数控机床毛利率，国盛智科实行“基础利润率+技术附加值”为核心的定价机制，不轻易降价，其中档数控机床的利润加成率较低。

2、龙门及卧式加工中心

2020 年至 2022 年，公司龙门及卧式加工中心毛利率总体低于海天精工、纽威数控和国盛智科，但随产量及工艺提升，2020 年和 2021 年度龙门及卧式加工中心单位制造费用和单位直接人工成本持续下降，毛利率持续提升，与同行业可比公司毛利率的差距逐步缩小；2022 年度因新增产能在投产初期的产能利用率较低，毛利率略有下降。具体如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
龙门加工中心			
国盛智科	29.76%	31.88%	32.86%
纽威数控	27.36%	25.43%	24.22%
海天精工	30.95%	30.03%	28.97%
行业平均	29.36%	29.11%	28.68%
乔锋智能	23.36%	25.77%	23.05%

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
卧式加工中心			
国盛智科	29.76%	31.88%	32.86%
纽威数控	29.63%	28.03%	27.12%
海天精工	35.06%	36.12%	34.04%
行业平均	31.49%	32.01%	31.34%
乔锋智能	27.06%	29.30%	26.25%

注：国盛智科龙门及卧式加工中心毛利率以其高端数控机床的毛利率作为参考。

（四）2022 年上半年毛利率下降幅度高于可比公司的原因及合理性。

2022 年上半年，同行业可比公司主营业务毛利率的变动情况如下：

公司简称	2022 年 1-6 月毛利率	较 2021 年增减变动
创世纪	27.06%	-2.57%
国盛智科	27.83%	-1.33%
纽威数控	28.04%	2.88%
海天精工	25.16%	-0.34%
可比公司平均值	27.02%	-0.34%
乔锋智能	29.29%	-5.65%

注：创世纪毛利率数据系采用创世纪上市公司 2022 年 1-6 月数据；国盛智科毛利率系引用其主营业务中数控机床产品的毛利率；乔锋智能上述主营业务毛利率不包含旧机。

2022 年上半年除纽威数控以外，同行业可比公司毛利率较上年度均呈下降趋势，与公司毛利率变动趋势一致，但公司毛利率下降幅度高于同行业可比公司主要系定价策略差异、产能利用率变动等因素所致，具体如下：

1、定价策略

2022 年 1-6 月，公司基于市场环境、结合产能和备货等情况，为扩大市场份额，主动下调立式加工中心的产品定价，导致毛利率较上年度有较大幅度下降。公司主动下调立式加工中心定价的举措已取得良好成效，市场份额有所提升。同时，公司面临的市场需求、竞争环境等未发生重大变化，原材料价格亦趋于稳定，短期内单价大幅下调的压力较小。

此外，公司与创世纪主要产品平均价格变动情况对比如下：

单位：万元/台

公司简称	产品名称	2022 年 1-5 月均价	较上年变动	公司简称	产品名称	2022 年 1-6 月均价	较上年变动
------	------	----------------	-------	------	------	----------------	-------

公司简称	产品名称	2022年1-5月均价	较上年变动	公司简称	产品名称	2022年1-6月均价	较上年变动
创世纪	立式加工中心	21.55	2.23%	乔锋智能	通用加工中心	23.46	-2.52%
	3C 系列产品	17.05	-7.94%		钻攻加工中心	17.63	-8.51%
	龙门加工中心	85.66	-5.43%		龙门加工中心	96.97	8.75%
	卧式加工中心	37.23	-9.02%		卧式加工中心	60.98	3.56%

注：除深圳创世纪披露 2022 年 1-5 月的产品均价数据以外，同行业可比公司均未披露 2022 年上半年各产品平均单价数据。

因产品型号、市场竞争策略等方面的差异，公司与创世纪产品均价的变动趋势并非完全一致。2022 年 1-5 月，创世纪立式加工中心（创世纪将立式加工中心分类为通用产品，对应公司通用加工中心）单价有所上涨主要系其竞争策略逐步从抢占市场转为巩固市场地位所致，其他产品平均单价主要呈下降趋势，主要由机型型号、配置不同及规模效应等原因导致。

2、产能利用率

纽威数控毛利率较上年度提升主要系其产能利用率提升所致；与此相反，公司龙门及卧式加工中心受新增产能在投产初期产能利用率较低影响，毛利率同比略有下降。

综上所述，2020 年度至 2022 年度，公司立式加工中心高于同行业可比公司主要系产品结构、销售模式、客户定位及议价权、自制比例、阶段性定价策略等方面存在差异所致；公司龙门及卧式加工中心毛利率总体低于同行业可比公司，但随产量及工艺提升，其单位制造费用和单位直接人工成本持续下降，毛利率有望持续提升，与同行业可比公司毛利率差距将逐步缩小；2022 年上半年公司毛利率下降幅度高于可比公司主要系公司主动下调立式加工中心的产品定价，以及龙门及卧式加工中心新增产能在投产初期的产能利用率较低等因素导致，具有合理性。

三、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

1、获取发行人收入成本明细表，分析收入结构变动情况，分析发行人不同产品的单价、毛利率变动趋势及原因，以及与市场需求、竞争环境等因素的匹配

性；并与同行业可比公司进行对比，分析毛利率差异的主要原因；

2、查询国家统计局、Wind、中国汽车工业协会等网站，了解发行人主要下游行业发展趋势、固定资产投资及景气度等情况；获取并查阅机床行业研究报告，了解机床行业的发展历程、周期性特征、行业政策等；分析产品结构、市场需求、竞争环境等因素对发行人单价及毛利率的影响；

3、获取并查阅同行业可比公司招股说明书、年报等公开资料，计算发行人机床业务收入排名情况，了解同行业可比公司的产品结构、应用领域、销售模式及发展策略等情况；分析行业内竞争环境的变动趋势以及对发行人单价及毛利率的影响；

4、访谈发行人实际控制人及高级管理人员，了解发行人业务规划、产品布局、销售策略、定价策略等情况，了解发行人关于原材料价格上涨等情况拟采取的措施；

5、查阅发行人主要销售合同，了解是否存在客户价格调整条款等。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人产品结构总体稳定，发行人各类产品平衡发展；在制造业稳定发展、机床更新替换需求增加、数控化率提升、国产化替代空间广阔等有利因素加持下，我国数控机床行业市场需求长期向好；发行人市场份额持续保持在行业前列，发行人所处的竞争环境未发生重大变化；发行人短期内不会对销售模式做出重大调整，销售结构趋于稳定；报告期内发行人下调立式加工中心定价的举措已取得良好成效，在市场需求、竞争环境未发生重大变化，原材料价格趋于稳定的背景下，立式加工中心价格下调的压力较小；发行人与客户签订的合同或订单中亦不存在价格调整机制。

综上，发行人产品销售价格及毛利率大幅下降的风险较小，相关经营环境未发生重大不利变化，不存在业绩大幅下降的风险。

2、2020 年度至 2022 年度，发行人立式加工中心毛利率高于同行业可比上市公司，主要系在产品结构、销售模式、客户定位及议价权、自制比例、阶段性定价策略等方面存在差异；发行人龙门及卧式加工中心毛利率低于同行业可比公司，主要系产量较小，生产成本较高，随产量及工艺提升，龙门及卧式加工中心

单位制造费用和单位直接人工成本持续下降，毛利率有较大幅度提升，与同行业可比公司的毛利率差距逐步缩小。因此，发行人立式加工中心毛利率高于同行业可比上市公司，龙门及卧式加工中心毛利率低于同行业可比公司，具有合理性。

2022 年上半年除纽威数控以外，同行业可比公司毛利率较上年度均呈下降趋势，与发行人毛利率变动趋势一致。发行人毛利率下降幅度高于同行业可比公司，主要系定价策略差异、产能利用率变动等因素所致，具有合理性。

问题 3：关于应收账款

申报材料及审核问询回复显示：

报告期内发行人营业收入增速较快，应收账款以及长期应收款和一年内到期的非流动资产（以下简称应收货款）余额由 2019 年末的 21,334.57 万元增长至 2022 年 6 月末的 52,806.33 万元。同时，因客户付款不及时、协商展期等原因，截至 2022 年 6 月末，发行人剔除单项计提坏账准备的逾期应收货款金额为 7,610.95 万元。

请发行人补充说明截至目前，2022 年 6 月末应收货款、逾期款项的期后回款情况，回款速度、客户财务和还款能力是否发生重大不利变化，发行人坏账准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、截至目前，2022 年 6 月末应收货款、逾期款项的期后回款情况

2023 年 6 月末，应收货款、逾期款项的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 6 月末余额	期后回款金额	期后回款比例
应收货款	57,526.52	21,823.93	37.94%
其中：逾期应收货款（剔除单项计提坏账准备部分）	9,458.92	4,657.02	49.23%

注：上表期后回款金额统计截止日为 2023 年 10 月 31 日。

截至 2023 年 10 月 31 日，公司 2023 年 6 月末应收货款余额的期后回款比例为 37.94%，剔除单项计提坏账准备的逾期应收货款余额的期后回款比例为 49.23%，整体来看，公司 2023 年 6 月末应收货款、逾期款项在期后陆续回款，回款情况良好。

二、回款速度、客户财务和还款能力是否发生重大不利变化

公司应收货款的回款速度主要受逾期应收货款的回款情况影响，2023 年 6 月末，逾期应收货款期后收回情况良好，主要逾期客户的资信状况、经营情况未见重大异常，且客户均在陆续回款，公司回款速度、客户财务和还款能力未发生重大不利变化。

1、公司逾期应收货款期后 6 个月内收回情况

对比公司报告期各期末逾期应收货款期后 6 个月内收回的比例，2023 年 6 月末的逾期应收货款期后收回比例为 49.23%，整体回款情况良好，2023 年 6 末期后回款周期受不满 6 个月的影响，低于 2020 年末、2021 年末和 2022 年末期后回款比例。

报告期各期末，逾期应收货款期后 6 个月内收回情况如下：

单位：万元

时点	逾期金额（剔除单项计提坏账准备部分）	期后 6 个月内收回金额	期后 6 个月内收回比例
2023.6.30	9,458.92	4,657.02	49.23%
2022.12.31	7,701.46	5,550.46	72.07%
2021.12.31	6,809.47	4,720.93	69.33%
2020.12.31	6,818.33	3,614.89	53.02%

注：2023 年 6 月末逾期应收货款期后收回金额统计截止日为 2023 年 10 月 31 日。

2023 年 6 月末，剔除单项计提坏账准备的逾期应收货款金额为 9,458.92 万元，主要系 2022 年至今宏观经济增速放缓，客户受自身订单及回款影响导致延期付款，以及客户付款不及时、协商展期等，导致公司收款有所滞后，截至 2023 年 10 月 31 日，上述逾期货款期后回款比例达到 49.23%，公司认为主要逾期客户不存在重大资金链紧张或经营困难的客户。

2、公司主要逾期客户情况

查询公司主要逾期客户（2023 年 6 月末逾期金额超过 100 万元以上的客户，剔除单项计提坏账准备的客户）的工商资料，结合实地走访或视频访谈，尚未发现客户存在资金链紧张、经营困难、被列为失信被执行人的情形，且公司逾期货款的主要客户在期后均在陆续回款。2023 年 6 月末，公司主要逾期客户期后回款情况如下：

单位：万元

客户名称	2023.6.30 逾期金额	期后收回金额	期后收回比例	客户资信状况、经营情况是否异常	是否存在较大的坏账风险
客户 1	492.75	20.00	4.06%	否	否，客户陆续回款
客户 2	399.63	337.26	84.39%	否	否，客户陆续回款
客户 3	378.78	31.20	8.24%	否	否，客户陆续回款
客户 4	342.26	202.60	59.19%	否	否，客户陆续回款

客户名称	2023.6.30 逾期金额	期后收回 金额	期后收回 比例	客户资信状 况、经营情 况是否异常	是否存在较大的 坏账风险
客户 5	311.99	1.19	0.38%	否	否，客户陆续回款
客户 6	297.35	75.75	25.48%	否	否，客户陆续回款
客户 7	237.48	81.24	34.21%	否	否，客户陆续回款
客户 8	215.57	64.67	30.00%	否	否，客户陆续回款
客户 9	181.74	-	-	否	否，2023 年 1-6 月 有回款
客户 10	172.54	15.00	8.69%	否	否，客户陆续回款
客户 11	144.71	50.68	35.02%	否	否，客户陆续回款
客户 12	137.90	75.36	54.65%	否	否，客户陆续回款
客户 13	133.56	118.19	88.49%	否	否，客户陆续回款
客户 14	129.57	-	-	否	否，2023 年 1-6 月 有回款
客户 15	119.70	10.00	8.35%	否	否，客户陆续回款
客户 16	118.98	52.84	44.41%	否	否，客户陆续回款
合计	3,814.52	1,135.98	29.78%	-	-

注：上表期后回款金额统计截止日为 2023 年 10 月 31 日。

综上，2023 年 6 月末的逾期款项期后 4 个月内总体回款比例达到 49.23%，整体回款情况良好，公司回款速度、客户财务和还款能力未发生重大不利变化。

三、发行人坏账准备计提的充分性

（一）公司应收货款坏账准备计提比例及报告期各期末坏账准备综合计提比例与同行业可比公司对比

1、公司应收货款坏账准备计提比例

报告期内，公司应收货款与同行业可比公司应收账款按照账龄分析法计提坏账准备的计提比例对比情况如下：

可比公司	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
创世纪	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%
国盛智科	5.00%	15.00%	30.00%	50.00%-100.00%
纽威数控	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%-100.00%
海天精工	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%-100.00%
乔锋智能	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%

报告期内，公司 1 年以内、1-2 年应收货款坏账计提比例与同行业可比公司

计提比例不存在重大差异；2-3 年、3 年以上的应收货款坏账计提比例与创世纪计提比例一致，高于国盛智科、纽威数控和海天精工。

2、公司应收货款坏账准备综合计提比例

报告期各期末，公司应收货款坏账准备综合计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
创世纪	18.46%	19.48%	17.12%	10.76%
国盛智科	5.83%	6.13%	5.42%	5.31%
纽威数控	8.13%	8.25%	18.58%	24.97%
海天精工	10.18%	9.36%	9.31%	12.11%
同行业可比公司平均值	10.65%	10.81%	12.61%	13.29%
乔锋智能	6.51%	6.56%	7.26%	13.04%

注：创世纪 2020-2021 年度的数据系引用其机床业务经营主体深圳市创世纪机械有限公司数据，2022 年度、2023 年 1-6 月末披露深圳创世纪的数据，故以创世纪上市公司数据替代。

（1）2020 年末，公司应收货款坏账准备综合计提比例与同行业可比公司平均值不存在较大差异。

（2）2021 年末、2022 年末和 2023 年 6 月末，公司应收货款坏账准备综合计提比例分别低于同行业可比公司平均值 5.35 个百分点、4.25 个百分点和 4.14 个百分点，且公司 2021 年末计提比例较 2020 年末下降 5.78 个百分点，主要原因如下：

①公司在 2020 年末单项计提坏账准备的应收货款于 2021 年核销 1,884.42 万元，占 2021 年末应收货款余额的比例为 4.97%，如果公司在 2021 年度未进行核销，则 2021 年末、2022 年末、2023 年 6 月末综合计提比例分别为 11.65%、9.88%、9.48%，未核销前综合计提比例与同行业可比公司平均值差异不大，公司 2021 年末综合计提比例较 2020 年末也不存在大幅下降的情形。

②报告期各期末，公司 1 年以内的应收货款占比高于同行业可比公司平均值，导致公司按账龄计提的坏账准备计提比例低于同行业可比公司，1 年以内的应收货款占比与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
创世纪	71.79%	76.71%	74.30%	83.76%
国盛智科	97.30%	94.19%	96.91%	99.53%

公司名称	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
纽威数控	81.60%	85.26%	75.13%	78.65%
海天精工	78.71%	80.41%	68.50%	75.81%
平均值	82.35%	84.14%	78.71%	84.44%
乔锋智能	88.73%	94.68%	87.65%	88.43%

注：创世纪 2020-2021 年度的数据系引用其机床业务经营主体深圳市创世纪机械有限公司数据，2022 年度、2023 年 1-6 月未披露深圳创世纪的数据，故以创世纪上市公司数据替代；上述 1 年以内应收账款账龄占比已扣除单项计提坏账准备的应收账款。

(3) 公司 2022 年末计提比例较 2021 年末下降 0.70 个百分点，主要原因系公司 1 年以内的应收货款占比提升，从而导致按账龄组合计提坏账准备的应收货款计提比例下降，2021 年末及 2022 年末 1 年以内的应收货款占比分别为 87.65%、94.68%，2022 年末同比上升 7.03 个百分点。

2022 年末纽威数控应收账款坏账准备计提比例较 2021 年末下降 10.33 个百分点，主要系纽威数控在 2021 年末单项计提坏账准备的应收账款于 2022 年诉讼收回 1,062.00 万元，核销 630.68 万元，若上述款项未收回及核销，2022 年末应收货款坏账准备计提比例为 16.16%。

(二) 公司应收货款预期信用损失率与现行坏账准备计提比例对比

公司按照预期信用损失模型测算的预期信用损失率与现行坏账准备计提比例进行对比如下：

账龄	历史损失率	前瞻性信息调整	计算的预期信用损失率	现行坏账准备计提比例
1 年以内	0.95%	10.00%	1.04%	5.00%
1-2 年	7.07%	10.00%	7.78%	10.00%
2-3 年	39.75%	10.00%	43.72%	50.00%
3 年以上	82.87%	10.00%	91.16%	100.00%

公司按照预期信用损失模型测算的预期信用损失率与现行坏账准备计提比例不存在较大差异。

报告期各期末，按预期信用损失率计提的坏账准备与按现行坏账准备计提比例计算的坏账准备对比情况如下：

单位：万元

时点	按预期信用损失率计算			按现行坏账准备计提比例计算		
	应收货款余额	坏账准备	综合计提比例	应收货款余额	坏账准备	综合计提比例

时点	按预期信用损失率计算			按现行坏账准备计提比例计算		
	应收货款 余额	坏账准备	综合计提 比例	应收货款 余额	坏账准备	综合计提 比例
2023.6.30	57,526.52	1,525.16	2.65%	57,526.52	3,745.44	6.51%
2022.12.31	51,271.53	1,589.38	3.10%	51,271.53	3,365.17	6.56%
2021.12.31	37,906.94	1,430.60	3.77%	37,906.94	2,750.31	7.26%
2020.12.31	32,687.78	2,837.25	8.68%	32,687.78	4,263.37	13.04%

从实际计算结果来看，按现行坏账准备计提比例计算的坏账准备高于按预期信用损失率计算的坏账准备。

综上，公司已根据企业会计准则要求制定应收货款坏账准备计提政策，与同行业可比公司不存在较大差异。从同行业比较来看，公司应收货款按账龄分析法的坏账准备计提比例较为谨慎；从公司按照预期信用损失模型测算的预期信用损失率来看，与现行坏账准备计提比例不存在较大差异，且按现行坏账准备计提比例计算的坏账准备高于按预期信用损失率计算的坏账准备。因此，公司应收货款坏账准备计提充分。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

- 1、获取发行人应收货款明细表、逾期应收货款明细表及期后回款统计表，分析期后回款情况、逾期应收货款期后收回情况、回款周期等，判断回款速度、客户财务和还款能力是否发生重大不利变化；
- 2、查询发行人主要逾期客户的工商信息，检查是否存在经营异常的客户；
- 3、对发行人报告期内的主要客户进行实地走访或视频访谈；
- 4、获取发行人应收货款坏账准备计提政策，对发行人的坏账准备计提政策进行核查，对比分析同行业可比公司的坏账准备计提政策；
- 5、对比分析按照预期信用损失模型重新测算的预期信用损失率与现行坏账准备计提比例，以及按预期信用损失率和账龄分析法重新计算报告期各期末坏账准备综合计提比例，以评估管理层计提应收货款坏账准备的充分性与谨慎性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、截至目前，发行人 2023 年 6 月末应收货款、剔除单项计提坏账准备的逾期应收货款的期后回款情况良好，回款速度、客户财务和还款能力未发生重大不利变化；

2、发行人应收货款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在较大差异，发行人按现行坏账准备计提比例计算的坏账准备高于按预期信用损失率计算的坏账准备，发行人应收货款坏账准备计提充分。

(此页无正文，为乔锋智能装备股份有限公司容诚专字[2023]518Z1321 号关于乔锋智能装备股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函中有关财务会计问题的专项说明之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师：		
	崔永强	
中国注册会计师：		
	朱爱银	
中国注册会计师：		
	李珊	

2023 年 12 月 15 日