

深圳朗特智能控制股份有限公司

Shenzhen Longtech Smart Control Co., Ltd.

(深圳市宝安区沙井街道办黄埔东环路 148 号正风工业园第三栋厂房)



关于深圳朗特智能控制股份有限公司申请 首次公开发行股票并在创业板上市的审核 中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



(福建省福州市湖东路 268 号)

深圳证券交易所：

根据贵所《关于深圳朗特智能控制股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2020〕010188号）（以下简称“意见落实函”）要求，兴业证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）会同深圳朗特智能控制股份有限公司（以下简称“朗特智能”、“发行人”或“公司”）及致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、广东信达律师事务所（以下简称“发行人律师”）等中介机构，按照贵所的要求对落实函中提出的问题进行了认真研究，现将落实情况回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中的简称与《招股说明书》中简称具有相同含义。

目录

问题 1.....	3
问题 2.....	17
问题 3.....	20
问题 4.....	35
问题 5.....	39
问题 6.....	49
问题 7.....	53
问题 8.....	65
问题 9.....	69

现将贵所审核意见落实函的回复如下：

问题 1

关于客户 GLP。据反馈意见回复：

2016-2019 年发行人对 GLP 销售额分别为 6,824.03 万元、21,043.19 万元、16,477.08 万元、14,574.26 万元，波动较大。2019 年末发行人对 GLP 应收账款余额为 6,418.07 万元，其中 1,205.34 万元逾期两个月，原因是 GLP 出现临时性资金紧张。由于离网照明产品近年在非洲、印度等地渗透率迅速提高，离网照明产品市场整体增速有所放缓，GLP 产品更新换代不及预期。

请发行人：

(1) 结合报告期内 GLP 主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2017 年发行人对 GLP 销售额大幅增长、但 2018-2019 年持续下降的原因；

(2) 披露报告期内 GLP 向发行人采购的主要产品内容、数量、金额、最终销售金额及比例，保荐人、申报会计师对发行人产品是否实现最终销售的核查结论及依据；

(3) 结合离网照明产品市场情况、GLP 产品换代情况、GLP 资金状况等，披露目前 GLP 的财务经营状况是否发生重大不利变化，未来对 GLP 的销售金额是否会持续下滑。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并请保荐人在《保荐工作报告》中详细说明对发行人对 GLP 的相关销售是否实现真实销售、最终销售的核查方法、过程、结论及依据。

回复：

一、结合报告期内 GLP 主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2017 年发行人对 GLP 销售额大幅增长、但 2018-2019 年持续下降的原因

(一) 报告期内 GLP 主要财务数据

报告期内，GLP 主要财务数据、公司对 GLP 销售额及其占 GLP 按公历年度口径统计的营业收入的比例如下所示：

项目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
GLP 按其会计年度口径统计的营业收入 ^①	金额（万美元）	9,010.00	6,620.00	3,480.00
	折人民币金额（万元）	62,118.54	43,915.76	23,463.20
	变动幅度	36.10%	90.23%	31.82%
GLP 按公历年度口径统计的营业收入 ^②	金额（万美元）	10,683.82	7,990.63	5,685.94
	折人民币金额（万元）	73,658.55	53,008.25	38,336.30
	变动幅度	33.70%	40.53%	71.37%
公司对 GLP 销售额	金额（万元）	14,574.26	16,477.08	21,043.19
	变动幅度	-11.55%	-21.70%	208.37%
公司对 GLP 销售额占 GLP 按公历年度口径统计的营业收入的比例		19.79%	31.08%	54.89%

注：①GLP 财务报表截止日为 3 月 31 日，例如 2019 财务年度对应会计期间为 2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日；

②GLP 将报告期各期的营业收入对应的会计期间调整为 1 月 1 日至 12 月 31 日的数据；

③GLP 营业收入的变动幅度系以美元列示的金额计算；

④如无特别说明，后述“GLP 营业收入”均系指按公历年度作为会计年度口径统计的营业收入。

2017 年公司对 GLP 销售收入占 GLP 营业收入的比例为 54.89%，明显高于其他年度，主要原因包括：

（1）当年 GLP 产品销售结构发生改变，根据用户需求，不断增加产品功能，逐步以功能较多、单价较高的户外型照明系统和家庭型照明系统替代功能较为单一、单价较低的便携型照明系统。由于公司具备优良的品质和生产管理能力，2017 年 GLP 将大部分畅销的户外型照明系统和家庭型照明系统交给公司生产，2018 年才逐渐将部分户外型照明系统订单分散至其他供应商。

（2）2017 年大部分销售占比较高的系列属于 GLP 在 2016 年或 2017 年陆续推出的新产品，销售渠道中新产品备货量不足，2017 年 GLP 加大了对相关新产品系列的采购用于销售渠道的备货。

（3）以价格较高的产品替代价格较低的产品需要一定市场培育时间，同时 GLP 市场销售区域覆盖较广，运输时间较长，GLP 在 2017 年采购的部分离网照明产品未能完全转化为其当年的销售收入。

（二）GLP 业务开展情况

报告期内，公司为 GLP 生产的离网照明产品主要销往印度和非洲等电网覆盖率较低或电力供应不稳定的地区。

GLP 的自有品牌“Sun King”系离网照明领域领导者品牌之一，GLP 是全球

离网照明协会荣誉会员，参与世界银行 Lighting Global¹（点亮全球）项目标准制定，有 19 款产品成为该项目的推荐产品。GLP 通过有效的营销策略和不断优化的产品组合，目前已占有全球离网太阳能照明产品市场约 25% 的份额，覆盖 35 个国家和地区，成为行业领导者之一。

报告期内，公司为 GLP 生产的离网照明产品分为家庭型照明系统、户外型照明系统和便携型照明系统三种，各系列功能、太阳能板供电功率、电池容量、灯泡数量及产品图示如下：

细分产品及系列	功能	太阳能板 供电功率	电池容量	灯泡 数量	产品图示
家庭型照明系统					
SK403	室内照明、供电（5V 和 12V）	6W	6,000mAh	3 个	
SK405（供分期付款销售）	室内照明、供电（5V 和 12V）	6W	6,000mAh	3 个	
SK407	室内照明、供电（5V 和 12V）	12W	12,000mAh	3 个	
SK409（供分期付款销售）	室内照明、供电（5V 和 12V）	12W	12,000mAh	3-5 个	
户外型照明系统					
SK302	户外照明、供电（5V）	2.7W	3,000mAh	1 个	
SK304	户外照明、供电（5V）	2.7W	3,000mAh	1 个	
SK321	户外照明、供电（5V）、收音机、MP3 音乐播放	2.7W	3,000mAh	1 个	
SK322（供分期付款销售）	户外照明、供电（5V）、收音机、MP3 音乐播放	2.7W	3,000mAh	1 个	
便携式照明系统					
SK203	便携式照明、供电（5V）	1.5W	1,500mAh	1 个	
SK121	便携式照明	0.35W	400mAh	1 个	

¹ Lighting Global 是世界银行组织、希望通过发展离网太阳能产品令无电人口实现电力接入的非营利项目。

注：SK405、SK409、SK322 属于 GLP 以分期付款方式销售的系列，分别在 SK403、SK407、SK321 基础上增加了通讯模块，可以连接当地通信网络。消费者可以通过分期付款的方式向 GLP 购买 SK405、SK409、SK322，消费者通过手机按期支付分期款项后获得延期使用密码，在产品上输入密码后可继续使用该产品。

（三）发行人对 GLP 销售额的波动分析

2016 年至 2019 年，公司对 GLP 销售额情况如下所示：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额/比例	变动幅度	金额/比例	变动幅度	金额/比例	变动幅度	金额/比例
公司对 GLP 的销售额	14,574.26	-11.55%	16,477.08	-21.70%	21,043.19	208.37%	6,824.03
占营业收入比例	25.61%	-19.39%	31.77%	-25.84%	42.84%	109.59%	20.44%

1、2017 年发行人对 GLP 销售额大幅增长的原因

2016 年（含通过香港新未来销售给 GLP）和 2017 年公司对 GLP 销售的离网照明产品按细分产品列示的收入、销量、平均销售价格情况如下：

单位：万元（收入）、万套（销量）、元/套（平均销售价格）

细分产品及系列	2017 年度			2016 年度		
	收入	销量	平均销售价格	收入	销量	平均销售价格
1、家庭型照明系统	13,203.41	67.38	195.96	3,525.88	18.99	185.67
SK403	1,589.94	8.85	179.67	1,506.64	8.41	179.13
SK405	9,263.00	49.49	187.17	1,415.60	8.09	174.96
SK407	998.23	3.95	252.77	468.63	1.98	236.42
SK409	1,336.18	5.03	265.46	135.02	0.51	266.83
其他	16.06	0.05	297.98	-	-	-
2、户外型照明系统	7,690.82	89.46	85.96	3,687.33	49.41	74.63
SK302	1,267.61	17.47	72.55	1,838.69	24.92	73.78
SK304	927.06	12.30	75.37	1,708.41	22.67	75.37
SK321	2,205.04	21.63	101.92	-	-	-
SK322	1,776.41	17.52	101.40	0.97	0.01	96.73
其他	1,514.70	20.54	73.75	139.26	1.81	76.81
3、便携式照明系统	147.88	1.80	82.26	718.71	24.86	28.91
SK203	147.63	1.78	82.79	447.93	7.55	59.34
SK121	0.26	0.01	17.65	270.79	17.31	15.64
合计	21,042.12	158.64	132.64	7,931.93	93.26	85.05

注：上表中 2016 年离网照明产品销售收入较 2016 年公司对 GLP 销售额高 1,107.90 万元，主要原因系 2016 年部分离网照明产品系公司销售给香港新未来，香港新未来再销售给 GLP；2017 年离网照明产品销售收入较 2017 年公司对 GLP 销售额低 1.07 万元，主要原因系 2017 年公司除了向 GLP 销售离网照明产品外还销售了少量原材料计入其他业务收入。

2017 年公司对 GLP 销售额较 2016 年增长 14,219.16 万元，增长幅度为 208.37%。其中，SK405、SK409、SK321 和 SK322 销售收入分别增长 7,847.40 万元、1,201.16 万元、2,205.04 万元和 1,775.45 万元，上述四个系列合计增加销售额 13,029.04 万元。2017 年公司对 GLP 销售额快速增长，主要原因包括：

（1）GLP 营业收入快速增长，对公司离网照明产品的需求快速上升

在市场推广策略上，GLP 通过与乡村诊所、加油站等机构开展合作，拓展多样化的销售渠道以覆盖更多的目标消费者，并且向消费者提供分期付款的购买方式，提升了市场渗透率。在产品策略上，GLP 根据用户需求，不断增加产品功能，将离网照明产品逐步从功能单一的照明工具升级为集娱乐（收音机、音乐播放）、供电功能于一身的多功能家庭电力系统。有效的市场和产品策略使 2017 年 GLP 营业收入同比增长 71.37%，使得 GLP 对公司离网照明产品的采购额快速上升。

（2）GLP 采购新产品用于销售渠道的备货

2017 年销售占比较高的 SK405、SK409、SK321、SK322 等系列属于 2016 年或 2017 年 GLP 陆续推出的新产品，2016 年 GLP 对相关新产品系列的采购额较少，销售渠道中相关新产品备货量不足，2017 年 GLP 加大了对相关新产品系列的采购用于销售渠道的备货。

（3）细分产品销售结构变动使平均销售价格上升

公司根据 GLP 订单需求，减少功能较为单一、单价较低的便携型照明系统的产销比重，增加功能较多、单价较高的户外型照明系统和家庭型照明系统的产销比重，细分产品结构变动使离网照明产品平均销售价格从 85.05 元上升至 132.64 元，增长幅度为 55.96%。

（4）GLP 提供分期付款的购买方式，促进 SK405、SK409 销售额快速增长

离网照明产品主要用户处于经济欠发达国家或地区，为降低消费者的购买门槛，GLP 对部分产品提供分期付款的购买方式。受益于 GLP 提供分期付款的购买方式，SK405、SK409 两款带有分期付款功能的产品系列销售额快速增长，且增速分别明显高于功能相同、价位相近但不具有分期付款功能的 SK403、SK407。

（5）利用附带娱乐功能（收音机、音乐播放）的 SK321、SK322 系列进一步打开非洲市场

GLP 最初主要在印度推广离网照明产品，后逐步开拓非洲市场。为更快拓展非洲市场和提高盈利水平，GLP 对户外照明系统进行升级换代，将原来仅具备户外照明和供电功能、单价较低的 SK302、SK304 升级为增加收音机和 MP3 音乐播放功能、单价较高的 SK321、SK322 系列，SK321、SK322 系列在非洲市场反应较好，提升了 GLP 在非洲市场的地位。

2、2018 发行人对 GLP 销售额下降的原因

2017 年和 2018 年公司对 GLP 销售的离网照明产品按细分产品列示的收入、销量、平均销售价格情况如下：

单位：万元（收入）、万套（销量）、元（平均销售价格）

细分产品及系列	2018 年度			2017 年度		
	收入	销量	平均销售价格	收入	销量	平均销售价格
1、家庭型照明系统	10,465.92	45.15	231.79	13,203.41	67.38	195.96
SK403	1,218.81	6.30	193.31	1,589.94	8.85	179.67
SK405	3,819.17	20.27	188.37	9,263.00	49.49	187.17
SK407	1,243.51	4.85	256.54	998.23	3.95	252.77
SK409	4,002.39	12.86	311.15	1,336.18	5.03	265.46
其他	182.05	0.86	211.27	16.06	0.05	297.98
2、户外型照明系统	6,030.44	56.24	107.23	7,690.82	89.46	85.96
SK302	165.24	2.35	70.27	1,267.61	17.47	72.55
SK304	-	-	-	927.06	12.30	75.37
SK321	5,475.55	50.17	109.13	2,205.04	21.63	101.92
SK322	389.17	3.71	105.01	1,776.41	17.52	101.40
其他	0.49	0.01	73.65	1,514.70	20.54	73.75
3、便携式照明系统	0.25	0.00	57.65	147.88	1.80	82.26
合计	16,496.61	101.39	162.69	21,042.12	158.64	132.64

注：上表中 2017 年离网照明产品销售收入较 2017 年公司对 GLP 的销售额低 1.07 万元，主要原因系 2017 年公司除了向 GLP 销售离网照明产品外还销售了少量原材料，计入其他业务收入；2018 年离网照明产品销售收入较 2018 年公司对 GLP 的销售额高 19.53 万元，主要原因系 2018 年公司按 GLP 的要求向其在国内的另一家供应商销售少量用于生产离网照明产品的通用原材料和配件。

2018 年公司对 GLP 销售额较 2017 年下降 4,566.11 万元，下降幅度为 21.70%。其中，家庭型照明系统销售收入下降 2,737.49 万元，户外型照明系统销售收入下

降 1,660.38 万元。2018 年公司对 GLP 销售额较 2017 年下降主要原因包括：

(1) GLP 家庭型照明系统更新换代不及预期

受制于离网照明产品近年在非洲、印度等地渗透率迅速提高，2018 年全球离网照明设备销售量相较 2017 年略有下滑，由 2017 年度的 766 万套下滑至 756 万套。GLP 原计划用销售价格更高的 SK407、SK409 系列对价格较低的 SK403、SK405 系列进行更新换代，但由于市场略有收缩和产品定价较高等因素，SK407 和 SK409 系列销售收入的增长不及预期。公司 SK407 和 SK409 系列销售增长额（该两系列合计增长 2,911.49 万元）未能填补 SK403 和 SK405 销售减少额（该两系列合计减少 5,814.97 万元）。

另外，家庭型照明系统终端零售价格较高，消费者更倾向于选择分期付款购买，带有分期付款功能的 SK405、SK409 分别相较不具有分期付款功能的 SK403、SK407 更受消费者的欢迎。所以，在分期付款的购买方式得到推广后，2017 年和 2018 年 SK405、SK409 的销售收入均分别远高于 SK403、SK407。

(2) 公司主动减产部分户外型照明系统，且 SK322 系列销量有所下降，使得销售收入有所下降

2018 年，户外型照明系统销售收入下降 1,660.38 万元，各系列销售额增减变动情况如下：

①GLP 成功在非洲地区推广带有收音机和 MP3 音乐播放功能的 SK321 后，2018 年 GLP 开始在印度推广 SK321，带动公司 SK321 销售收入增加 3,270.51 万元。

②户外型照明系统价格较家庭型照明系统低，消费者在购买户外型照明系统时更倾向于选择全款购买，带有分期付款功能的 SK322 销量低于 SK321，且 GLP 渠道中 SK322 备货量相对充足，2018 年 GLP 对公司采购 SK322 的金额下降 1,387.24 万元。

③为进一步优化产品结构和提升盈利能力，公司主动减产 SK302、SK304 等其他销售价格及毛利率较低的户外型照明系统，仅保留单价及毛利率相对较高的 SK321 和 SK322 作为户外型照明系统的主要系列，公司主动减产的相关系列销售收入较 2017 年下降 3,543.64 万元。

(3) GLP 因新产品备货而发生的采购有所减少

2018 年 GLP 的销售增速放慢，原有的渠道中部分系列备货量足够应对日常

销售，SK403、SK405、SK322 等系列无需额外备货，GLP 对相关系列的采购有所减少。

3、2019 年发行人对 GLP 销售额下降的原因

2019 年公司对 GLP 销售额较 2018 年下降 1,902.82 万元，下降幅度为 11.55%，主要原因包括：

（1）因 GLP 回款状况欠佳，公司主动缩减对其产销规模

GLP 原贷款银行借款利率较高，其在 2019 年归还原贷款银行的借款后，向其他利率较低的银行重新申请银行借款，因归还贷款、再重新申请贷款出现了时间间隔，导致资金暂时性短缺，部分货款出现逾期，公司为降低信用风险主动缩减对其产销规模。

（2）GLP 的市场拓展继续受到市场增速放慢的影响

虽然 2019 年全球离网照明设备销售量重新恢复增长，由 2018 年的 756 万套增长至 2019 年的 853 万套，但增速相较 2017 年前几年的高速增长时期仍有较大差距，GLP 推广价格较高的家庭型照明系统仍受到一定市场阻力，2019 年 GLP 营业收入的增长点主要来自附带有电视功能的离网太阳能设备。

二、披露报告期内 GLP 向发行人采购的主要产品内容、数量、金额、最终销售金额及比例，保荐人、申报会计师对发行人产品是否实现最终销售的核查结论及依据

GLP 向发行人采购的主要产品系离网照明产品，报告期内 GLP 向发行人采购的离网照明产品各系列实现的最终销售金额以及在报告期期后（2020 年 1-7 月）实现的最终销售金额情况如下所示：

单位：元（单价）、万套（销量）、万元（销售金额）

细分产品及系列	2020 年 1-7 月			2019 年度		
	单价	最终销量	最终销售金额	单价	最终销量	当年最终销售
1、家庭型照明系统	/	25.31	4,235.76	/	51.18	9,442.06
SK403	189.81	1.50	284.91	189.81	4.32	820.15
SK405	184.64	13.49	2,489.93	184.64	22.37	4,130.47
SK407	260.07	0.44	115.49	260.07	6.07	1,579.12
SK409	305.68	4.40	1,345.42	305.68	7.82	2,390.75
其他家庭型照明系统	/	5.48	-（注③）	245.84	10.60	521.58 （注⑤）

细分产品及系列	2020 年 1-7 月			2019 年度		
	单价	最终销量	最终销售金额	单价	最终销量	当年最终销售
2、户外型照明系统	/	31.90	3,286.26	/	76.21	4,999.57
SK302	83.70	0.67	33.77 (注⑤)	83.70	0.91	76.41
SK304	/	-	- (注③)	75.37	0.11	15.20 (注⑤)
SK306	/	-	- (注③)	-	-	- (注③)
SK307	/	0.01	- (注③)	/	16.26	- (注③)
SK312	/	0.32	- (注③)	/	14.13	- (注③)
SK321	107.85	11.13	1,200.68	107.85	27.11	2,924.00
SK322	112.12	19.77	2,051.82 (注⑤)	112.12	17.69	1,983.96
3、便携式照明系统	/	/	-	-	-	-
SK121	-	-	- (注③)	-	-	- (注③)
SK203	-	-	- (注③)	-	-	- (注③)
合计	/	57.21	7,522.01	/	127.39	14,441.64

(续)

细分产品及系列	2018 年度			2017 年度		
	单价	最终销量	最终销售金额	单价	最终销量	最终销售金额
1、家庭型照明系统	/	50.38	9,827.04	/	38.82	7,341.70
SK403	193.31	6.38	1,234.25	179.67	7.73	1,388.47
SK405	188.37	23.58	4,440.96	187.17	25.80	4,829.22
SK407	256.54	4.92	1,261.47	252.77	2.92	739.12
SK409	311.15	8.70	2,708.31	265.46	1.39	368.83
其他家庭型照明系统	211.27	6.79	182.05 (注⑤)	297.98	0.98	16.06 (注⑤)
2、户外型照明系统	/	85.60	4,963.21	/	60.63	5,052.74
SK302	70.27	4.98	350.06	72.55	14.68	1,064.77
SK304	75.37	6.84	214.93 (注⑤)	75.37	9.45	712.13
SK306	-	-	- (注③)	72.36	2.41	174.09
SK307	70.55	32.26	85.42 (注⑤)	72.51	7.32	530.94
SK312	74.57	4.26	277.65 (注⑤)	75.21	5.85	440.29
SK321	109.13	29.95	3,268.59	101.92	17.59	1,792.37
SK322	105.01	7.30	766.56	101.40	3.33	338.14
3、便携式照明系统	/	0.11	0.25	/	48.19	147.88
SK121	-	-	- (注③)	17.65	46.18	0.26 (注⑤)

细分产品及系列	2018 年度			2017 年度		
	单价	最终销量	最终销售金额	单价	最终销量	最终销售金额
SK203	57.65	0.11	0.25	82.79	2.01	147.63 (注⑤)
合计	/	136.09	14,790.50	/	147.64	12,542.33

注：①单价为 GLP 当年向发行人采购该系列的平均价格，最终销量为 GLP 当年对外销售该系列的数量，一般情况下，最终销售金额=单价*最终销量；

②SK403、SK405、SK407、SK409、SK321、SK322 为 GLP 委托发行人独家生产系列，其他系列均非发行人独家生产但销售收入比重较低，存在部分非独家生产系列的最终销量大于 GLP 当年向发行人采购该系列数量的情形；

③该系列以前年度的销售收入已 100%实现最终销售，当年不再计算最终销售金额；

④某个系列报告期内各年及在报告期后（2020 年 1-7 月）实现的最终销售总金额不超过该系列报告期内 GLP 向发行人采购总金额的 100%；

⑤若该系列当年单价乘以当年最终销量加上以前各年度最终销售总金额超过当年及以前各年度 GLP 向发行人采购的总金额，则当年最终销售金额=当年及以前各年度 GLP 向发行人采购总金额-以前各年度最终销售总金额。

报告期内 GLP 向公司采购离网照明产品的数量、金额实现的最终销售金额情况如下所示：

单位：万套（数量）、万元（金额）

年度	GLP 向发行人采购数量	GLP 向发行人采购金额	当年实现的最终销售金额	当年实现的最终销售金额占 GLP 向发行人采购金额的比例
2017 年度	158.64	21,042.12	12,542.33	59.61%
2018 年度	101.39	16,496.61	14,790.50	89.66%
2019 年度	92.02	14,534.92	14,441.64	99.36%

报告期内，当年实现的最终销售金额占 GLP 向发行人采购金额的比例分别为 59.61%、89.66%、99.36%。2017 年实现的最终销售金额占 GLP 向发行人采购金额的比例较低，主要原因系：2017 年销售占比较高的 SK405、SK409、SK321、SK322 等系列均属于 GLP 在 2016 年或 2017 年陆续推出的新产品，2016 年 GLP 对相关新产品系列的采购额较少，销售渠道中相关新产品备货量不足，2017 年 GLP 加大了对相关新产品系列的采购用于销售渠道的备货，故当年 GLP 向公司采购金额明显高于当年实现的最终销售金额，相关产品系列的备货在 2018 年和 2019 年逐步消化。

一般而言，GLP 的备货周期约为 4 个月，主要原因系离网照明产品主要出口至印度和非洲，订单生产周期约需 45 天，报关出口、装船、海运及目的地港口报关进口约需 45 至 60 天，而印度及非洲当地交通不便，货物到港后的陆路运输至销售点约需 10 天。

报告期及报告期期后（2020 年 1-7 月）实现的最终销售金额分别为 12,542.33 万元、14,790.50 万元、14,441.64 万元和 7,522.01 万元，合计金额为 49,296.48 万元，公司对 GLP 销售的离网照明产品实现最终销售的总金额占报告期内 GLP 向发行人总采购金额（52,073.65 万元）的比例为 94.67%，最终销售情况良好。公司对 GLP 销售的离网照明产品未能 100%实现最终销售除了因 GLP 按 4 个月左右的销售量进行备货外，还因新冠病毒疫情给 GLP 在印度的销售带来困难，存货周转速度有所下降。

三、结合离网照明产品市场情况、GLP 产品换代情况、GLP 资金状况等，披露目前 GLP 的财务经营状况是否发生重大不利变化，未来对 GLP 的销售金额是否会持续下滑。

（一）离网照明产品市场情况

世界银行集团与全球离网照明协会在 2020 年发布的离网太阳能市场趋势报告中指出，全球有 8.4 亿未通电人口，逾 10 亿人在使用不稳定电网，该类人群大多数位于非洲、东南亚与印度等地区、国家，夜间只能通过煤油灯与蜡烛等进行照明，离网照明产品具有较为广阔的市场空间。

报告期内，全球离网照明设备销售情况如下图所示：



数据来源：全球离网照明协会（Global Off-Grid Lighting Association, GOGLA）研究报告

报告期内，全球离网照明设备销量复合增长率为 5.53%，虽然相较 2017 年前几年的高速增长时期市场整体增速有所放缓，但仍保持增长势头。全球未通电人口基数仍然庞大，预计未来全球离网照明设备销售量将持续上升。

（二）GLP 产品换代情况

报告期内，公司为 GLP 生产的离网照明产品以照明类产品为主，公司为 GLP 2019 年开始试产、2020 年量产附带有电视功能的离网太阳能设备，预计未来将成为公司对 GLP 销售收入的增长点。

（三）GLP 资金状况

2019 年，GLP 归还原贷款银行的借款后再向其他利率较低的银行重新申请银行借款，因还贷款、再重新申请贷款出现了时间间隔，导致资金暂时性短缺。

2020 年上半年，GLP 引入了战略投资者实现融资 1,500 万美元，向银行申请的 7,400 万美元长期贷款已到账，资金状况出现了较大程度的改善。2020 年 1-7 月份公司对 GLP 销售及回款情况如下：

单位：万元

项目	金额
2019 年 12 月 31 日应收账款余额（经审计）	6,418.07
2020 年 1-7 月销售金额（未经审计）	8,339.39
2020 年 1-7 月回款金额（未经审计）	13,687.50
2020 年 7 月 31 日应收账款余额（未经审计）	1,069.96

2020 年 7 月 31 日 GLP 应收账款较 2019 年末下降 5,348.11 万元（未经审计），降幅为 83.33%。2019 年末 GLP 逾期贷款已全部收回，截至 2020 年 7 月 31 日，GLP 不存在贷款逾期情形。

（四）目前 GLP 的财务经营状况是否发生重大不利变化，未来对 GLP 的销售金额是否会持续下滑

目前 GLP 资金状况良好，对公司不存在逾期未付的货款，除新冠病毒疫情给 GLP 在印度的销售带来困难外，其他财务经营状况未发生重大不利变化。

随着 GLP 加大在非洲地区的拓展力度，以及为迎合消费者需求持续对产品进行更新换代，预计 2020 年公司对 GLP 的销售金额较 2019 年保持稳定或略有增长，大幅下降的风险较小。

四、保荐机构和申报会计师核查意见

为核查上述问题及发行人对 GLP 的相关销售是否实现真实销售、最终销售，保荐机构和申报会计师履行了下列核查程序：

- 1、对 GLP 实施函证程序，核实发行人报告期内对 GLP 销售收入及报告期

各期末预收账款、应收账款的真实性、准确性；

2、向 GLP 发送调查问卷，获取 GLP 注册资本、报告期内营业收入、向发行人采购的货物最终销售实现数量、注册资本、发行人在 GLP 供应链体系中的地位、备货周期等信息，核实 GLP 向发行人采购的货物最终销售实现金额及是否存在积压现象、双方交易价格是否公允等情况；

3、对 GLP 进行走访，验证该客户的真实性，并访谈了解其与发行人合作历史及原因，对发行人的采购价格波动情况，采购发行人产品的用途，报告期内对发行人采购金额波动原因，GLP 经营及资金情况，与发行人是否存在关联关系，是否存在其他利益安排等。尽职调查期间，保荐机构和申报会计师对 GLP 进行访谈的情况如下：

走访方式	走访日期	走访地点	访谈对象	保荐机构及申报会计师参与访谈人员	走访核查的主要事项
现场访谈及现场走访经营场所	2017/2/16	10th Floor, Discovery of India Bldg, Dr.Annie Besant Road, Mumbai-18, Maharashtra, India	Amitesh Sinha (GLP 时任财务总监)	张华辉	GLP 真实性（现场走访办公场所、GLP 的产品展示厅等）、GLP 经营状况及市场地位、进一步核实发行人对 GLP 销售的真实性和实现最终销售情况（实地查看 GLP 仓库、仓库中储存的从发行人采购的存货、查看 GLP 的仓储系统中从发行人处采购的货物相关收、发、存记录）
现场访谈	2018/1/12	福田景田路 77 号擎天华庭擎天阁	马杨云（GLP 深圳办事处运营总监）	姚琳 冯继恩 黄声森 刘立宇	发行人与 GLP 交易情况、发行人与 GLP 是否存在关联关系
现场访谈及现场走访经营场所、最终销售地	2018/1/31 至 2018/2/8	1、访谈地点：10th Floor, Discovery of India Bldg, Dr.Annie Besant Road, Mumbai-18, Maharashtra, India 2、走访：GLP 在印度、乌干达、肯尼亚的子公司及其仓库、自营店、经销商、终端用户	Amitesh Sinha (GLP 时任财务总监)	姚琳 赵娟娟	GLP 真实性（现场走访办公场所、现场获取 GLP 营业执照、公司章程、股东名册、产品图册等）、GLP 经营状况及市场地位、进一步核实发行人对 GLP 销售的真实性和实现最终销售情况（实地查看 GLP 仓库及仓库中储存的从发行人采购的存货；走访 3 家自营店、1 家经销商、2 家零售合作机构、3 户购买离网照明产品的终端用户；查阅双方框架合同及订单、GLP 在目的地港口的进口报关单）
现场	2019/8/29	深圳市南山区龙	马杨云	姚琳	2018 年 GLP 向发行人采购的金

走访方式	走访日期	走访地点	访谈对象	保荐机构及申报会计师参与访谈人员	走访核查的主要事项
访谈		珠三路光前工业园 21 栋 9 楼	(GLP 深圳办事处运营总监)	赵娟娟	额减少原因、2019 年 GLP 的资金状况
视频访谈	2019/8/29	深圳市南山区龙珠三路光前工业园 21 栋 9 楼	Kota (GLP 财务总监)	姚琳 赵娟娟	
视频访谈	2020/8/5	发行人会议室	T. Patrick Walsh (GLP 的 CEO)	邱恺隽 赵娟娟	2019 年 GLP 向发行人采购金额减少的原因、GLP 的资金状况、新冠病毒疫情对 GLP 销售造成的影响、产品更新换代情况等

4、对 GLP 相关销售收入进行细节测试，查阅 GLP 报告期内销售框架合同、订单、出库单、出口报关单、发票、回款单等交易凭证，以核查发行人与 GLP 交易的真实性、收入确认时点合理性及回款情况等，同时关注是否存在第三方回款；

5、对 GLP 期后回款、2020 年 1-7 月销售明细表进行了检查，进一步核实各期末发行人对 GLP 应收账款坏账准备的计提是否充分、销售的真实性及 GLP 目前资金状况；

6、从中国出口信用保险公司调取 GLP 及其重要子公司的资信报告，获取其工商注册登记信息，进一步核实 GLP 的股东、董事、监事、高管与发行人及其董事、监事、高管之间是否存在关联关系，并取得 GLP 及其股东、董事、监事、高管与发行人及其董事、监事、高管之间不存在关联关系的书面声明；

7、对报告期内发行人对 GLP 的销售收入波动及产品单价进行分析，重点关注销售收入波动的原因，产品构成的变动是否异常；

8、查阅全球离网照明协会等权威机构出具的研究报告，了解全球离网照明市场情况及目前 GLP 的市场占有率；

9、访谈发行人相关员工，进一步核实 2017 年发行人对 GLP 销售额大幅增长、但 2018 年和 2019 年持续下降的原因及未来对 GLP 的销售金额是否会持续下滑。

综上，保荐机构和申报会计师认为：

1、2017 年发行人对 GLP 销售额大幅增长、但 2018-2019 年持续下降具有合理性；

2、发行人对 GLP 的相关销售真实，实现最终销售情况良好；

3、除新冠病毒疫情给 GLP 在印度的销售带来困难外，GLP 其他财务经营状况未发生重大不利变化，预计 2020 年发行人对 GLP 的销售金额较 2019 年保持稳定或略有增长，大幅下降的风险较小。

上述核查程序及核查意见已在发行保荐工作报告“第二节 项目存在问题及其解决情况”之“二、尽职调查中发现的主要问题及解决情况”之“（三）与发行人盈利能力相关事项的核查情况”中进行补充说明。

五、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（一）主要产品的生产与销售情况”补充披露。

问题 2

关于客户 Knog。据反馈意见回复：

Knog 为发行人 2019 年第五大客户，报告期发行人对 Knog 销售额分别为 1,239.84 万元、922.25 万元和 2,758.04 万元，2019 年末发行人对 Knog 应收账款余额为 1,803.51 万元，其中 715.26 万元逾期 6 个月，主要原因系 Knog 资金紧张。

请发行人：

（1）结合 Knog 报告期内主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长的原因；

（2）结合 2020 年发行人对 Knog 的销售情况及截至目前的期后回款情况，披露 Knog 目前的财务经营状况是否发生重大不利变化。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合 Knog 报告期内主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长的原因

（一）Knog 报告期内主要财务数据及业务开展情况

报告期内，Knog 主要财务数据如下所示：

单位：万美元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	850.40	7.16%	793.60	11.02%	714.80

Knog 系高端自行车车灯知名品牌，全球 Fixed Gear（单速车、固定齿轮自行车）车友最热衷的车灯品牌之一。报告期内，Knog 持续在市场营销和新产品研发上加大投入，营业收入逐年上升。

（二）2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长的原因

报告期内，公司对 Knog 销售额及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额/比例	变动幅度	金额/比例	变动幅度	金额/比例
公司对 Knog 的销售额	2,758.04	199.06%	922.25	-26.39%	1,252.86
占营业收入的比例	4.85%	172.46%	1.78%	-30.27%	2.55%

注：公司对 Knog 的销售额统计口径包括公司与 Knog 交易产生的主营业务收入及其他业务收入。

报告期内，公司对 Knog 的销售额分别为 1,252.86 万元、922.25 万元和 2,758.04 万元。2019 年公司对 Knog 销售额增长 1,835.79 万元，增幅为 199.06%，主要包括：

1、因其原第一大供应商出现产品质量问题，Knog 将部分订单转移至公司

2018 年，Knog 有三个主要的合作供应商，公司系其第二大供应商。2018 年上半年，Knog 的第一大供应商生产的一批货物因使用不合格的电阻而出现质量问题，对 Knog 品牌形象产生负面影响，Knog 逐步减少与其合作。受到上述事件影响，Knog 为简化供应商管理难度及基于公司过往良好的产品质量记录，自 2018 年 11 月起将其他供应商的部分订单转移至公司，其主要的合作的供应商由三家减少至两家，公司于 2019 年成为 Knog 第一大供应商。2019 年公司因承接 Knog 其他供应商的订单带来了 716.03 万元的增量收入。

2、推出更多的新产品

近年来，Knog 持续投入较多资金与公司合作对新产品进行开发，部分产品在 2019 年投入量产并投放市场。同时，受到其原第一大供应商出现产品质量事件影响，Knog 将更多新开发的产品订单交由公司生产。2019 年投入量产及新开

发的产品为公司带来了 1,261.34 万元的增量收入。

3、Knog 营业收入有所增长

2019 年 Knog 营业收入较 2018 年增长 7.16%，一定程度上增加了对公司产品的采购。

二、结合 2020 年发行人对 Knog 的销售情况及截至目前的期后回款情况，披露 Knog 目前的财务经营状况是否发生重大不利变化

2020 年 1-7 月，公司对 Knog 的销售及回款情况如下：

单位：万元

项目	金额
2019 年 12 月 31 日应收账款余额（经审计）	1,803.51
2020 年 1-7 月销售金额（未经审计）	1,490.20
2020 年 1-7 月回款金额（未经审计）	1,982.33
2020 年 7 月 31 日应收账款余额（未经审计）	1,311.38

为增强市场竞争力，2019 年 Knog 在新产品研发上投入了大量资金，导致资金出现暂时性短缺。但正是因为前期投入，使 Knog 拥有了较为全面的产品系列，营业收入稳步增长。2020 年 1-7 月，公司对 Knog 销售额合计 1,490.20 万元（未经审计），截至 2020 年 7 月 31 日，公司对 Knog 的已签署未交付订单金额合计 686.55 万元，2019 年末对 Knog 的应收账款已全部收回。

受新冠病毒疫情的影响，Knog 在 2020 年 2 月和 3 月的销售收入同比有所下降。但 2020 年 4 月起欧美地区消费者为避免乘坐交通工具感染新冠病毒，更多消费者选择购买自行车代步，自行车及其配件市场需求增长迅速，自行车及其配件在美国等市场上的销售额 2020 年 4 月同比大幅增长。Knog 主要产品为自行车灯，受市场需求拉动，2020 年上半年 Knog 销售额较上年同期小幅增长，经营状况良好。

综上所述，Knog 前期研发投入已逐步产生效益，在欧美地区自行车及其配件市场快速增长的背景下 Knog 预计 2020 年营业收入继续保持增长。随着 Knog 销售收入的增长，其资金流状况已出现好转，财务经营状况未发生重大不利变化。

三、保荐机构和申报会计师核查意见

为核查上述问题，保荐机构和申报会计师履行了下列核查程序：

1、向 Knog 发送调查问卷和对 Knog 进行访谈，获取 Knog 报告期内营业收入、报告期内业务开展情况、2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长的原因等信息；

2、向发行人员工进一步核实 2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长的原因；

3、网络搜索查询 2020 年上半年自行车及其配件市场发展状况，并结合 Knog 访谈、函证情况，同时对其 2020 年销售及回款进行检查，从多维度核实 Knog 目前的财务经营状况是否发生重大不利变化。

综上，保荐机构和申报会计师认为：

1、2019 年发行人对 Knog 销售额大幅增长具有合理性；

2、Knog 目前的财务经营状况未发生重大不利变化。

四、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（一）主要产品的生产与销售情况”中进行补充披露。

问题 3

关于客户 Severin Elektrogeräte GmbH。据反馈意见回复：

（1）报告期内，发行人对主要客户 Severin Elektrogeräte GmbH 的销售额分别为 1,863.66 万元、4,288.64 万元和 4,120.61 万元，其中主要为对 Severin Elektrogeräte GmbH 的子公司雪华铃、新乐华销售。发行人实际控制人曾任雪华铃采购总监。

（2）持有发行人 11.58%股份的自然人股东、监事苟兴荣的配偶 Loerwald Ralf Manfred 曾担任雪华玲总经理、新乐华董事，两家公司均在 Loerwald Ralf Manfred 任职且委托他人代持发行人股份期间成为发行人大客户。

请发行人：

（1）结合雪华铃、新乐华报告期内主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2018 年发行人对上述两家公司销售额大幅增长的原因；

（2）结合发行人向雪华铃、新乐华销售的主要产品，分析并披露发行人向上述两家公司销售价格是否公允；

(3) 披露保荐人、申报会计师对报告期内发行人向雪华铃、新乐华销售产品的最终销售金额及比例的核查结论及依据；

(4) 披露发行人主要技术来源是否和 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 有关，Severin Elektrogeräte GmbH、雪华铃和新乐华是否自主生产部分控制器、是否还向其他第三方采购控制器，发行人主要技术是否存在争议纠纷或潜在争议纠纷。

请保荐人、申报会计师核查上述事项(1)、(2)并发表明确意见，请保荐人、发行人律师核查上述事项(4)并发表明确意见，并请保荐人在《保荐工作报告》中详细说明发行人对雪华铃、新乐华的相关销售是否实现最终销售的核查方法、过程、结论及依据。

回复：

一、结合雪华铃、新乐华报告期内主要财务数据、业务开展情况等，分析并披露 2018 年发行人对上述两家公司销售额大幅增长的原因

(一) 雪华铃、新乐华营业收入及业务开展情况

雪华铃、新乐华系德国著名老牌小家电企业 Severin Elektrogeräte GmbH 在中国的生产基地，报告期内其营业收入及增长幅度如下表所示：

单位：万元

客户名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
雪华铃	17,015	-0.87%	17,165	70.63%	10,060
新乐华	7,739	25.61%	6,161	-33.09%	9,208
合计	24,754	6.12%	23,326	21.06%	19,268

2017 年 12 月，Severin Elektrogeräte GmbH 接受北美著名饮料、咖啡及咖啡周边产品生产商 Keurig Dr. Pepper 的委托为其生产打奶器，并将该终端客户订单安排在雪华铃生产，导致雪华铃 2018 年度营业收入大幅上升。

Keurig Dr. Pepper 系纳斯达克上市公司(股票代码：KDP.N，以下简称“KDP”)，旗下包括绿山咖啡、七喜汽水、胡椒博士等著名品牌；2017-2019 年销售额分别为 66.90 亿美元、74.42 亿美元和 111.20 亿美元，近两年销售收入较快增长。

(二) 雪华铃、新乐华向发行人采购增长分析

报告期内雪华铃、新乐华向发行人采购总额如下表所示：

单位：万元

客户名称	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	采购金额	增幅	采购金额	增幅	采购金额
雪华铃	2,436.36	-17.63%	2,957.77	766.90%	341.19
新乐华	1,615.37	31.09%	1,232.29	-15.02%	1,450.04
合计	4,051.73	-3.30%	4,190.06	133.92%	1,791.23
占其营业收入的比例	16.37%	-8.88%	17.96%	93.23%	9.30%

2018 年雪华铃向发行人的采购金额大幅增长，主要系雪华铃选择发行人为 KDP 产品智能控制器独家供应商。

1、作为独家供应商的原因

(1) 发行人与雪华铃就打奶器产品进行了技术合作开发，签署了《技术开发合作协议书》，形成了研发成果，其中：雪华铃及其兄弟公司拥有奶泡机搅拌头专利技术，发行人拥有相关软件源代码；双方就该技术进行合作时，除发行人技术或产品单价达不到雪华铃要求外，否则雪华铃不得和其他有条件实施该技术的企业或个人进行合作，发行人也不得将该协议所涉的 PCBA 相关技术和其他企业或者个人合作；双方商定在生产过程中对现有技术的改良或革新以及由此技术而得到的其他技术等技术成果、知识产权均归发行人所有，但双方在合作期限内有权免费继续使用，未经对方同意，任何一方不得授权第三方使用该等技术成果、知识产权；

(2) 智能控制器对整机产品的质量和性能至关重要，发行人于 2003 年开始与雪华铃合作，凭借地理优势、优良的品质和服务、合理的价格入选其供应链体系，并成为其智能控制器重要供应商；雪华铃集团不会轻易更换供应商，选择向过往合作良好的供应商持续采购可以节省大量的时间成本和审核成本，避免产生潜在的质量、安全和经营风险；

(3) 发行人 2010 年起就为新乐华（包括其前身）持续批量提供“Severin”、“Breville”等品牌的打奶器智能控制器，通过长时间的研发积累、生产实践和工艺改进，报告期内具备大批量打奶器智能控制器的生产能力和交付能力。

2、成为 KDP 产品独家供应商的合理性

随着终端产品的更新速度越来越快，客户为了缩短整个产品的研发周期，对上游供应商，尤其是智能控制器供应商的同步开发能力要求也越来越高。在开发

过程中，智能控制器公司利用自己擅长的领域和专长，配合或满足客户产品实现量产的目的。部分产品设计中甚至会运用智能控制器公司自身独有技术或特殊工艺，使客户形成某种技术依赖，可有效防止竞争对手进入，符合 ODM 模式下的智能控制器行业惯例。且智能控制器对整机产品的质量至关重要，当产品量产后，终端厂商通常不会轻易更换智能控制器厂家，避免产生潜在的质量、安全和经营风险。因此，选择智能控制器公司作为部分产品的独家供应商的情况比较常见。

发行人成为 KDP 产品智能控制器独家供应商后，KDP 强劲的订单需求导致雪华铃对发行人打奶器智能控制器的采购量和采购额大幅上升。

3、2020 年 1-6 月发行人对雪华铃、新乐华的销售情况

2020 年 1-6 月发行人对雪华铃、新乐华的销售金额分别为 369.97 万元、648.71 万元，同比分别下降 71.71%、8.00%。2020 年 1-6 月份，受 KDP 打奶器智能控制器的关键原材料 IGBT（该款所用晶圆系日本生产）供应不足、新冠病毒疫情和中美贸易摩擦等多重因素的影响，发行人对雪华铃 KDP 打奶器智能控制器的生产和销售均大幅下降。

二、结合发行人向雪华铃、新乐华销售的主要产品，分析并披露发行人向上述两家公司销售价格是否公允

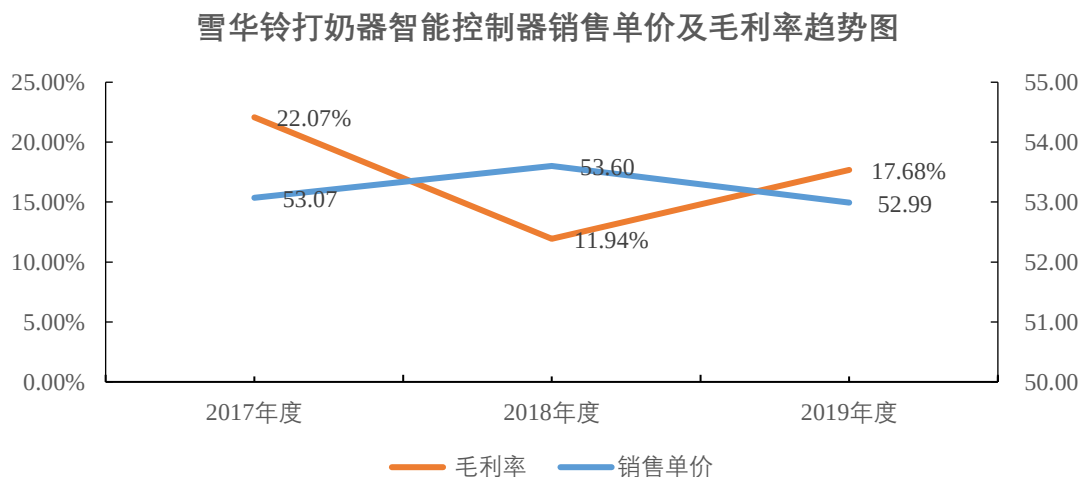
（一）报告期内发行人向雪华铃销售的智能控制器产品明细如下：

年度	产品名称	销售收入 (万元)	销售成本 (万元)	数量 (万套)	销售单价 (元/套)	毛利率
2019 年度	打奶器智能控制器	2,184.83	1,798.57	41.23	52.99	17.68%
	咖啡机智能控制器	114.32	101.04	16.17	7.07	11.62%
	煮蛋机智能控制器	24.05	19.00	5.43	4.43	21.00%
	电刀机智能控制器	7.01	6.83	2.33	3.01	2.57%
	爆米花机智能控制器	0.27	0.24	0.10	2.70	11.11%
	烤盘智能控制器	48.82	35.93	1.42	34.38	26.40%
	烤箱智能控制器	57.06	42.63	0.57	100.11	25.29%
	合计	2,436.36	2,004.25	67.24	36.23	17.74%
2018 年度	打奶器智能控制器	2,710.16	2,386.57	50.56	53.60	11.94%

年度	产品名称	销售收入 (万元)	销售成本 (万元)	数量 (万套)	销售单价 (元/套)	毛利率
	咖啡机智能控制器	169.48	152.62	24.30	6.97	9.95%
	煮蛋机智能控制器	60.89	39.86	13.14	4.63	34.54%
	电刀机智能控制器	8.04	6.73	2.70	2.98	16.29%
	爆米花机智能控制器	9.20	9.30	3.48	2.64	-1.09%
	合计	2,957.77	2,595.08	94.18	31.41	12.26%
2017 年度	打奶器智能控制器	7.43	5.79	0.14	53.07	22.07%
	咖啡机智能控制器	203.34	159.71	24.62	8.26	21.46%
	煮蛋机智能控制器	66.74	48.14	13.74	4.86	27.87%
	电刀机智能控制器	6.78	4.81	2.39	2.84	29.06%
	爆米花机智能控制器	5.11	4.46	2.04	2.50	12.72%
	咖啡壶智能控制器	51.79	36.66	1.50	34.53	29.21%
	合计	341.19	259.56	44.44	7.68	23.93%

发行人智能控制器系定制化产品，不同产品、客户的智能控制器价格不具有可比性。发行人对雪华铃定价，主要考虑产品类型、产品功能、生产效率、材料价格、客户议价能力和市场成熟程度等因素影响，不同产品的销售单价及毛利率均会存在一定差异。

发行人向雪华铃销售的主要产品为打奶器智能控制器，终端品牌主要系“绿山咖啡”，销售单价和毛利率走势如下图所示：



2017 年 12 月发行人开始为雪华铃生产 KDP 打奶器智能控制器，处于新产品小批量生产阶段，当年销售金额和数量较少，受数据四舍五入尾差影响，计算出的销售单价为 53.07 元/套，实际售价与 2018 年发行人对雪华铃打奶器智能控制器的销售单价基本一致。2019 年度雪华铃与发行人协商降价，导致当期打奶器智能控制器价格略有下降，总体保持平稳。

受原材料市场供需关系影响，2018 年度阻容器件、半导体分立器件等原材料价格大幅度上涨，2019 年度部分原材料价格回落，导致发行人对雪华铃销售毛利率 2018 年出现下降，2019 年有所回升。

2017 年、2018 年、2019 年，发行人智能家居及家电类智能控制器毛利率分别为 23.91%、20.14%、21.07%。2017 年、2018 年、2019 年，发行人向雪华铃销售产品的毛利率分别为 23.93%、12.26%、17.74%，除 2017 年与发行人智能家居及家电类智能控制器毛利率基本持平外，2018 年、2019 年均低于发行人当期智能家居及家电类智能控制器毛利率，发行人对雪华铃销售价格公允。

最近四年，发行人对雪华铃的结算政策和信用期限未发生变化，雪华铃付款及时，信用情况良好。

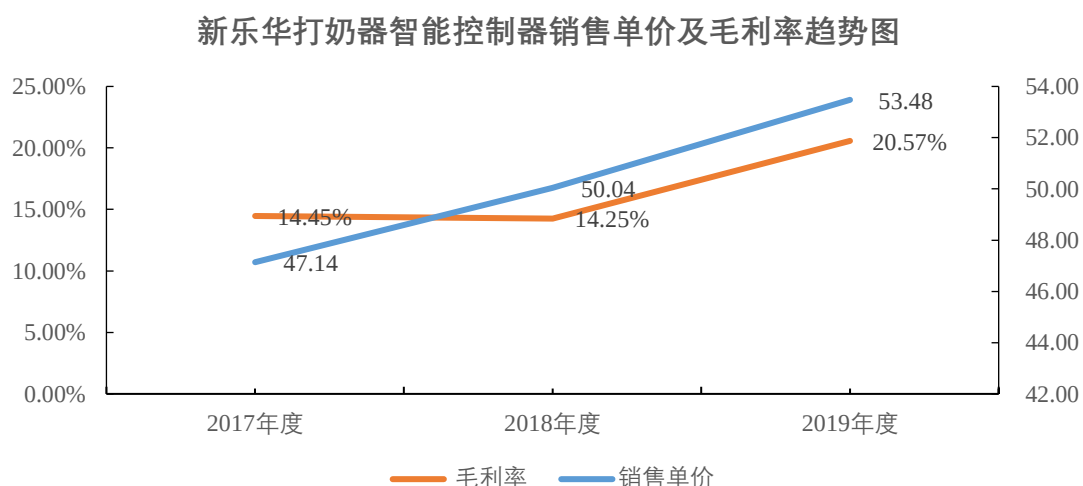
（二）报告期内发行人向新乐华销售的智能控制器产品明细如下：

年度	产品名称	销售收入 (万元)	销售成本 (万元)	数量 (万套)	销售单价 (元/套)	毛利率
2019 年度	打奶器智能控制器	1,610.18	1,278.94	30.11	53.48	20.57%
	电水壶智能控制器	5.19	4.16	0.19	27.32	19.85%
	合计	1,615.37	1,283.10	30.30	53.31	20.57%
2018 年度	打奶器智能控制器	1,221.06	1,047.02	24.40	50.04	14.25%
	电水壶智能控制器	11.23	8.44	0.38	29.55	24.84%
	合计	1,232.29	1,055.46	24.79	49.71	14.35%
2017 年度	打奶器智能控制器	1,420.34	1,215.04	30.13	47.14	14.45%
	电水壶智能控制器	15.37	11.16	0.58	26.50	27.39%
	咖啡机智能控制器	14.33	9.42	0.30	47.77	34.26%
	合计	1,450.04	1,235.62	31.01	46.76	14.79%

发行人智能控制器系定制化产品，不同产品、客户的智能控制器价格不具有

可比性。发行人对新乐华定价，主要考虑产品类型、产品功能、生产效率、材料价格、客户议价能力和市场成熟程度等因素影响，不同产品的销售单价及毛利率均会存在一定差异。

发行人向新乐华销售的主要产品亦为打奶器智能控制器，终端品牌系 Breville（铂富）、Tchibo（奇堡）、Severin（雪华铃）等，其综合销售单价和毛利率走势如下图所示：



2017 年、2018 年、2019 年，发行人智能家居及家电类智能控制器毛利率分别为 23.91%、20.14%、21.07%。2017 年、2018 年、2019 年，发行人向新乐华销售产品的毛利率分别为 14.79%、14.35%、20.57%，近三年均低于发行人当期智能家居及家电类智能控制器毛利率，销售价格公允。

受原材料市场供需关系影响，2018 年度阻容器件、半导体分立器件等原材料价格大幅度上涨，发行人就智能控制器销售价格与新乐华进行协商，并确定在原有基础上涨价 3%，且部分机型升级换代（如 9495 升级版）价格略有上涨，及产品结构差异综合导致 2018 年新乐华打奶器智能控制器价格上涨约 6.15%，毛利率与 2017 年相比基本持平。

2019 年度阻容器件、半导体分立器件等原材料价格回落，且部分机型升级换代（如 9353 升级版、TCM9326 升级版）价格略有上涨，及产品结构差异综合导致 2019 年新乐华打奶器智能控制器价格上涨 6.87%，毛利率比 2018 年上涨 6.32 个百分点，接近发行人当期智能家居及家电类智能控制器毛利率。

最近四年，发行人对新乐华的结算政策和信用期限未发生变化，新乐华付款及时，信用情况良好。

综上，发行人对雪华铃、新乐华销售产品的单价和毛利率存在差异，但该等差异系产品结构差异、升级换代、原材料价格波动等原因导致；发行人向雪华铃、新乐华销售的产品均按照市场原则定价，收益水平合理，价格公允。

三、披露保荐人、申报会计师对报告期内发行人向雪华铃、新乐华销售产品的最终销售金额及比例的核查结论及依据

雪华铃集团创立于 1892 年，拥有自有品牌“SEVERIN”，产品类别多次荣获世界奖项，产品销往全球八十多个国家和地区。雪华铃和新乐华是雪华铃集团在华生产基地。

发行人凭借其价格、质量、交期、就近服务等优势，与雪华铃、新乐华保持着长期稳定的合作关系。报告期内，雪华铃集团一直为发行人的前五大客户，发行人亦为雪华铃集团在相关产品类别下的主要供应商且未发生重大产品质量问题或纠纷；同规格类型产品价格保持稳定；销售回款及时，且账期未发生变化。

保荐人、申报会计师通过调查问卷的方式与雪华铃、新乐华确认，发行人智能控制器产品送达后，雪华铃、新乐华生产打奶器、咖啡机等终端成品的周期约为半个月到一个月，一般情况下产成品验收入库后立即安排发货出库；截至 2019 年 12 月 31 日，发行人向雪华铃、新乐华销售的产品未最终实现销售金额分别约为 55 万元、145 万元，合计约 200 万元，占 2019 年度对雪华铃和新乐华销售收入金额的比例为 4.94%；该部分产品已于 2020 年 1 月末实现最终销售。

保荐人、申报会计师通过现场走访的方式未发现雪华铃、新乐华仓库中发行人向其销售的产品或其已生产的终端成品存在积压的情形。

综上，报告期内发行人向雪华铃、新乐华的相关销售真实，销售的产品不存在积压现象，其最终销售实现情况良好。

为核查发行人对雪华铃、新乐华的相关销售是否实现真实销售、最终销售，保荐人、申报会计师履行了下列核查程序：

1、对雪华铃、新乐华实施函证程序，核实发行人报告期内对雪华铃、新乐华销售收入及报告期各期末应收账款的真实性、准确性；

2、向雪华铃、新乐华发送调查问卷，获取其报告期内营业收入、发行人在其供应链体系中的地位、生产周期等信息，核实雪华铃、新乐华向发行人采购的货物最终销售实现金额及是否存在积压现象、双方交易价格是否公允；

3、对雪华铃、新乐华进行走访，验证客户真实性，查看其仓库商品是否存在积压情况；并访谈了解其与发行人合作历史及原因，与发行人是否存在关联关系，对发行人的采购价格波动情况，采购发行人产品的用途，是否存在其他利益安排等；

4、对雪华铃、新乐华相关销售收入进行细节测试，查阅雪华铃、新乐华报告期内销售框架合同、订单、出库单、发票、回款单等交易凭证，以核查发行人与雪华铃、新乐华交易的真实性、收入确认时点合理性及回款情况等，同时关注是否存在第三方回款；

5、对雪华铃、新乐华期后回款、2020年1-6月销售明细表进行了检查，进一步核实各期末发行人对雪华铃、新乐华应收账款坏账准备的计提是否充分、销售的真实性及雪华铃、新乐华目前资金状况；

6、对报告期内发行人对雪华铃、新乐华的销售收入波动及产品单价和毛利率进行分析，重点关注销售收入波动的原因，产品构成的变动是否异常；

7、查阅 KDP、Breville 等上市公司年报，了解厨电、饮料市场消费情况；

8、访谈发行人相关员工，进一步核实发行人对雪华铃、新乐华销售额大幅增长的原因；

9、获取发行人董事、监事、高管、出纳等人员银行流水，核查上述人员与雪华铃、新乐华及其股东、董事、高管等人员是否存在资金往来。

上述核查程序及核查意见已在发行保荐工作报告“第二节 项目存在问题及其解决情况”之“二、尽职调查中发现的主要问题及解决情况”之“（三）与发行人盈利能力相关事项的核查情况”中进行补充说明。

四、披露发行人主要技术来源是否和 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 有关，Severin Elektrogeräte GmbH、雪华铃和新乐华是否自主生产部分控制器、是否还向其他第三方采购控制器，发行人主要技术是否存在争议纠纷或潜在争议纠纷

（一）发行人主要技术来源

1、发行人核心技术的来源

截至报告期末，发行人共拥有核心技术 33 项，均系发行人自主研发取得，具体研发人员及研发时间如下：

序号	技术名称	主要参与研发人员	主要研发时间
1	智能清洁机器人的控制系统及其控制方法	项目负责人：尹小涛 主要成员：林访、黄柳、蔡本龙	2015.03-2015.07
2	蓝牙 5.0 控制技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：蒋小军、邵保锐	2019.05-2019.07
3	MESH 技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：蒋小军、邵保锐	2019.04-2019.06
4	iBeacon 技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：蒋小军、邵保锐	2019.07-2019.09
5	蓝牙寻向功能	项目负责人：彭宗伟 主要成员：邵保锐、冯进	2019.08-2019.10
6	动物计步技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：冯进、田松林	2019.04-2019.07
7	蓝牙主从交换技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：冯进、邵保锐、周彬彬	2019.05-2019.07
8	低功耗待机控制电路	项目负责人：张文强 主要成员：周彬彬	2019.02-2019.08
9	一种要求稳定输出与及时跟随性的信号滤波方法	项目负责人：陈小龙 主要成员：吴之光	2019.03-2019.09
10	智慧农场技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：冯进、田松林	2019.05-2019.07
11	奶泡机控制技术	项目负责人：张文强 主要成员：陈小龙、吴之光	2018.03-2018.07
12	语音识别云—云对接技术	项目负责人：陈章谟 主要成员：刘涛、孔祥耀	2013.03-2015.03
13	声波控制技术	项目负责人：苏培涛 主要成员：黄柳、孙茂华	2017.06-2017.09
14	锂电池均衡充电技术	项目负责人：苏培涛 主要成员：高名学、黄柳、孙茂华	2017.10-2018.04
15	无线充电技术	项目负责人：彭宗伟 主要成员：卢世宏、陈广、唐先勇	2019.07-2019.09
16	主动放电技术	项目负责人：苏培涛 主要成员：盘耀东、欧阳正良、苏周浩然	2016.07-2016.12
17	太阳能光伏充电技术	项目负责人：苏培涛 主要成员：王利军、何敏	2015.05-2016.04
18	零待机功耗技术	项目负责人：彭小健 主要成员：陈章谟、沈亚平	2011.07-2011.11
19	先进水壶控制方法及其系统	项目负责人：冯胜刚 主要成员：杨洪、刘小兵、刘传威、何敏	2014.01-2014.09
20	电容感应水位水量精确检测方法	项目负责人：陈章谟 主要成员：刘永聪、孔祥耀	2012.07-2012.11
21	电磁加热 EMC 控制技术	项目负责人：袁小平 主要成员：周彬彬、吴之光	2017.07-2017.09
22	触摸输入可靠性设计技术	项目负责人：冯胜刚 主要成员：万开、邹士鹏	2016.07-2016.11

序号	技术名称	主要参与研发人员	主要研发时间
23	搅拌机力度检测堵转保护技术	项目负责人：陈英汉 主要成员：邹士鹏、林访、肖名灿、施波林、刘小兵	2014.06-2014.10
24	精确温度控制技术	项目负责人：肖名灿 主要成员：林访、彭小健、万开	2014.07-2014.11
25	电位器精密档位检测技术	项目负责人：袁小平 主要成员：黄柳	2016.08-2016.11
26	震动环境下的精密称重技术	项目负责人：冯胜刚 主要成员：罗汉华	2018.06-2018.09
27	车库门防夹保护技术	项目负责人：张文强 主要成员：欧阳正良、周武、蒋小军、廖敬春	2017.05-2018.09
28	串激马达控制技术	项目负责人：肖名灿 主要成员：林访、张福来、冯胜刚、卢世宏	2014.07-2015.12
29	防打火交流马达控制技术	项目负责人：肖名灿 主要成员：张福来、冯胜刚	2015.05-2015.09
30	大功率电子烟控制技术	项目负责人：苏培涛 主要成员：欧阳正良、周武、李志奇	2017.10-2018.04
31	电子烤烟控制技术	项目负责人：李志奇 主要成员：周彬彬	2018.02-2018.07
32	LATS 自动化检测技术	项目负责人：周彬彬 主要成员：陈小龙、冯胜刚	2018.06-2018.09
33	平台模块化设计技术	项目负责人：彭玉刚 主要成员：周彬彬、陈小龙	2017.05-2017.12

2、发行人现有专利的来源

根据发行人的专利登记证书、国家知识产权局出具的《证明》，截至报告期末，发行人共拥有专利 38 项，均系发行人自主研发并申请取得，具体发明人及申请时间如下：

序号	专利名称	专利号	发明人	申请日
1	无待机功耗的智能咖啡机电路	ZL201110267454.1	陈章谟、彭小建、沈亚平	2011.09.09
2	一种智能茶水多用煲及其控制系统	ZL201410329562.0	杨洪、刘小兵、刘传威、何敏	2014.07.11
3	一种继电器的一段式温度控制方法及其系统	ZL201410416848.2	林访、肖名灿、彭小建、万开	2014.08.22
4	食物粉碎搅拌混合设备的控制系统及控制方法	ZL201410408353.5	邹士鹏、林访、肖名灿、施波林、刘小兵	2014.08.19
5	一种交流马达的控制系统	ZL201410408276.3	林访、张福来、肖名灿、冯胜刚、卢世宏	2014.08.19
6	液体温度检测系统及其检测方法	ZL201410800594.4	肖名灿、刘小兵、张福来	2014.12.22

序号	专利名称	专利号	发明人	申请日
7	一种智能杯子	ZL201610631274.X	黄柳、苏培涛、陈文华、欧阳正良	2016.08.04
8	一种主动放电电路及放电装置	ZL201611160360.3	苏培涛、盘耀东、欧阳正良、苏周浩然	2016.12.15
9	一种厨房油烟浓度自动控制方法、系统和油烟机	ZL201610483775.8	肖名灿、万开、冯胜刚、陈金萍、卢世宏	2016.06.28
10	智能清洁机器人的控制系统及其控制方法和控制电路板	ZL201510554321.0	林访、黄柳、蔡本龙	2015.09.02
11	滑动式电容感应水位水量精确检测方法	ZL201210323909.1	陈章谟、刘永聪、孔祥耀	2012.09.05
12	一种音频信号合成驱动电路	ZL201320077098.1	陈章谟、刘涛、孔祥耀	2013.02.19
13	一种新型旋转式焊接装置	ZL201320600974.4	刘传威、杨洪	2013.09.27
14	一种新型自动触发控制装置	ZL201320600796.5	付丰、杨洪、刘传威	2013.09.27
15	一种用于临时紧扣的防松脱卡扣装置	ZL201320601197.5	刘传威、钟启满、杨洪	2013.09.27
16	一种全波阻容降压继电器驱动电路	ZL201320888307.0	刘涛、林明焊、邹士鹏	2013.12.31
17	一种新型无断点分段式电位器	ZL201420308808.1	刘传威、杨洪	2014.06.11
18	一种智能茶水多用煲	ZL201420382706.4	杨洪、刘小兵、刘传威、何敏	2014.07.11
19	一种食物搅拌机的控制电路板	ZL201420458238.4	陈英汉、林访、黄柳、杨洪、高名学	2014.08.14
20	食物粉碎搅拌混合设备的控制系统	ZL201420468085.1	邹士鹏、林访、施波林、刘小兵	2014.08.19
21	交流马达的控制系统	ZL201420468138.X	张福来、林访、冯胜刚、卢世宏	2014.08.19
22	液体温度检测系统	ZL201420816586.4	肖名灿、刘小兵、张福来	2014.12.22
23	智能清洁机器人的控制电路板	ZL201520675879.X	林访、蔡本龙、黄柳、梁海志	2015.09.02
24	电动牙刷	ZL201621055851.7	杨洪	2016.09.14
25	一种防空转扫地机器人	ZL201620505842.7	林访、凌乐欣、蔡本龙、梁海志	2016.05.30
26	一种智能杯子	ZL201620837131.X	黄柳、苏培涛、陈文华、欧阳正良	2016.08.04
27	空气净化器（便携式）	ZL201430233883.1	刘传威、杨洪	2014.07.11
28	电路板（食物搅拌机控制电路板）	ZL201430287946.1	陈英汉、黄柳、杨洪、高名学	2014.08.14
29	杯子	ZL201630143029.5	欧阳正良、黄柳、苏培涛、陈文华	2016.04.25
30	电动牙刷（带充电底座）	ZL201730077602.1	杨洪、高先冠、肖赣	2017.03.16

序号	专利名称	专利号	发明人	申请日
31	一种声控杯子	ZL201720649857.5	苏培涛、黄柳、孙茂华	2017.06.06
32	一种可穿戴设备	ZL201820074568.1	欧阳正良、孙茂华、苏培涛	2018.01.17
33	一种过流检测保护电路与电子烟	ZL201821102081.6	苏培涛、李志奇、欧阳正良、周武	2018.07.12
34	一种冷光片驱动电路及驱动装置	ZL 201821405318.8	苏培涛、杨华财、欧阳正良、周武	2018.08.29
35	一种抑制电磁干扰的电磁加热电路及装置	ZL 201821658280.5	苏培涛、袁小平、欧阳正良、周武	2018.10.12
36	一种焊接治具	ZL 201822219000.7	李胜利、叶海生、苏培涛、欧阳正良、周武	2018.12.27
37	一种 LED 驱动电路及驱动装置	ZL 201920020687.3	苏培涛、欧阳正良、周武	2019.01.07
38	电动牙刷	ZL 201930226522.7	欧阳正良、周武、刘大勇、林木凡	2019.05.10

3、发行人主要技术来源是否和 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 有关

根据 Loerwald Ralf Manfred 及雪华铃、新乐华的确认，及对发行人实际控制人、核心技术人员的访谈并经核查：

（1）发行人的核心技术及专利均由发行人的研发人员利用发行人的物质技术条件研发完成，是发行人研发团队的技术成果，不存在来源于 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 的情形；

（2）发行人实际控制人欧阳正良于 2000 年入职雪华铃任采购经理，并于 2007 年离职，其未参与雪华铃任何研发、技术工作；

（3）Loerwald Ralf Manfred 曾任雪华铃总经理、新乐华董事，已于 2015 年离职，Loerwald Ralf Manfred 及其配偶苟兴荣仅作为投资人持有发行人股份，未参与发行人技术的研发工作或日常经营管理工作；

（4）Severin Elektrogeräte GmbH 系发行人报告期内前五大客户，主要由其境内附属企业雪华铃、新乐华向发行人采购打奶器、咖啡机等智能控制器，双方仅在发行人向其销售的特定产品上存在合作开发的情形，主要合作项目为打奶器，其中奶泡机搅拌头技术归属新乐华所有并由其申请了实用新型“一种奶泡机的搅拌头装置”（申请公布号 CN209474445U）、“一种多层次搅拌奶泡机”（申请公布号 CN209610932U），奶泡机控制技术归属于发行人所有并由发行人申请了计算

机软件著作权“奶泡机控制软件[简称：KGM]V1.0”（软著登字第 3033533 号）。除此之外未涉及发行人其他核心技术和专利等主要技术；Severin Elektrogeräte GmbH 及雪华铃、新乐华未向发行人提供专项资金、设备、零部件、原材料或者其不对外公开的技术资料等物质技术条件用于发行人主要技术的研发工作，双方的主要研发人员亦不存在重合或其他关联关系。

综上，发行人主要技术不存在来源于 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 的情形。

（二）Severin Elektrogeräte GmbH、雪华铃和新乐华是否自主生产部分控制器、是否还向其他第三方采购控制器

根据雪华铃、新乐华出具的《关于公司业务开展的情况说明》和确认函，及对雪华铃总经理兼新乐华董事黄国伟的访谈记录和调查问卷：

1、Severin Elektrogeräte GmbH 及其境内附属企业雪华铃和新乐华主要从事小家电的生产和销售，产品包括咖啡机、煮蛋器、搅拌机、电水壶、微波炉、打奶器及其他日常家用电器等，其未自主生产控制器。

2、报告期内，发行人主要向雪华铃、新乐华销售咖啡机、打奶器智能控制器，均系非标准化产品，发行人系雪华铃、新乐华该种类产品的第一大供应商。

除向发行人采购智能控制器外，雪华铃、新乐华与其他多家第三方智能控制器或智能产品供应商有合作关系，当有新产品需要投产时，其向两家以上有合作关系的供应商发出报价邀请，综合考虑价格、质量、交期等因素后确定新产品的供应商，报告期内发行人与雪华铃、新乐华之间的交易价格公允。

（三）发行人主要技术是否存在争议纠纷或潜在争议纠纷

经查询中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网站（zxgk.court.gov.cn）、国家知识产权局网站（www.cnipa.gov.cn），查阅发行人核心技术和专利相关研发人员的简历，并经发行人及其实际控制人、核心技术人员确认，发行人的核心技术、专利等主要技术均系自主研发取得，不涉及研发人员在其曾任职单位的职务发明；截至本落实函回复出具日，发行人已取得或申请中的专利未涉及第三方诉讼、仲裁或行政争议程序，其主要技术不存在争议纠纷或潜在争议纠纷。

五、保荐机构和申报会计师核查意见

针对上述问题第（1）、（2）、（3）事项，保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序：

1、向雪华铃、新乐华发送调查问卷，获取其报告期内营业收入、发行人在其供应链体系中的地位、备货周期等信息，核实雪华铃、新乐华向发行人采购的货物最终销售实现金额及是否存在积压现象、双方交易价格是否公允；

2、查阅了发行人报告期内收入与成本明细表；

3、查阅了发行人与雪华铃签署的《技术开发合作协议书》；

4、对报告期内发行人对雪华铃、新乐华的销售产品单价和毛利率进行分析，关注销售收入增长或下降的原因，产品结构变化和产品价格变化情况等；

5、其他核查程序见本问题之“三、披露保荐人、申报会计师对报告期内发行人向雪华铃、新乐华销售产品的最终销售金额及比例的核查结论及依据”。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人成为 KDP 产品智能控制器独家供应商后，KDP 强劲的订单需求导致雪华铃对发行人打奶器智能控制器的采购量和采购额大幅上升；

2、发行人向雪华铃、新乐华销售的产品均按照市场原则定价，收益水平合理，价格公允；

3、报告期内发行人向雪华铃、新乐华的相关销售真实，销售的产品不存在积压现象，其最终销售实现情况良好。

六、保荐机构和发行人律师核查意见

针对上述问题第（4）事项，保荐机构和发行人律师执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人关于核心技术及专利的来源等事项的相关说明及相关研发人员的工作简历；

2、查阅了 Loerwald Ralf Manfred 出具的确认函并对其进行了访谈；

3、查阅了雪华铃、新乐华出具的《关于公司业务开展的情况说明》及确认函，并对雪华铃总经理兼新乐华董事黄国伟进行了访谈；

4、查阅了发行人与雪华铃、新乐华签署的相关合同及报告期内的部分订单；

5、查阅了发行人实际控制人欧阳正良及核心技术人员出具的确认函并对其进行了访谈；

6、查询了中国裁判文书网站（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网站（zxgk.court.gov.cn）、国家知识产权局网站（www.cnipa.gov.cn）等相关网站公示信息；

7、向雪华铃、新乐华发送调查问卷，获取其报告期内营业收入、发行人在其供应链体系中的地位等信息，核实雪华铃、新乐华向发行人采购的货物的价格是否公允。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人主要技术不存在来源于 Loerwald Ralf Manfred、Severin Elektrogeräte GmbH 的情形；

2、Severin Elektrogeräte GmbH 及其境内附属企业雪华铃和新乐华未自主生产控制器，除向发行人采购智能控制器外，与其他多家第三方智能控制器或智能产品供应商有合作关系；

3、发行人已取得或申请中的专利未涉及第三方诉讼、仲裁或行政争议程序，其主要技术不存在争议纠纷或潜在争议纠纷。

七、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（一）主要产品的生产与销售情况”中进行补充披露。

问题 4

关于经营模式。据招股说明书披露：

（1）报告期内发行人主要通过 OEM 和 ODM 模式开展经营，两种经营模式的主要差异为是否参与客户产品的研发和设计。

（2）发行人客户分为代工厂客户和终端客户两种类型。

请发行人按经营模式和客户类型分类，披露报告期内不同经营模式和不同客户类型下的销售收入及占比、毛利率、主要客户情况，并分析 OEM 与 ODM 模式、代工厂客户和终端客户的毛利率是否存在较大差异。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、不同经营模式下的销售收入及占比、毛利率、主要客户情况

报告期内，公司不同经营模式下的销售收入及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

经营模式	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率	销售收入	收入占比	毛利率
ODM	12,336.94	21.91%	25.81%	12,288.92	24.07%	19.64%	12,510.02	25.77%	24.30%
OEM	43,970.55	78.09%	19.59%	38,774.32	75.93%	19.96%	36,032.85	74.23%	16.31%
合计	56,307.49	100.00%	20.96%	51,063.25	100.00%	19.88%	48,542.86	100.00%	18.37%

报告期内，公司不同经营模式下主要客户情况如下：

经营模式	主要客户
ODM	Severin Elektrogeräte GmbH、Knog、广东新宝电器股份有限公司、Buzz Agency Pty Ltd、广州市拓璞电器发展有限公司、深圳美乐家家用产品有限公司
OEM	GLP、德昌电机控股有限公司、乐域实业有限公司、Hayco Group、Simplehuman LLC、湖南炬神电子有限公司、环莹企业股份有限公司、深圳市比亚迪供应链管理有限公司

报告期内，ODM 模式的毛利率分别为 24.30%、19.64%和 25.81%，OEM 模式的毛利率分别为 16.31%、19.96%和 19.59%。2018 年 ODM 模式的毛利率下降且低于 OEM 模式的毛利率，主要原因系产品销售结构发生变化，毛利率较高的智能啤酒杯和自行车灯销售收入比重下降，毛利率较低的雪华铃打奶器智能控制器销售收入比重上升。该三种产品 2018 年同比 2017 年合计销售收入无明显变化，但综合毛利率自 29.02%下降至 18.87%，具体如下表所示：

单位：万元

主要客户	产品名称	2018年度			2017年度		
		收入	占ODM收入的比例	毛利率	收入	占ODM收入的比例	毛利率
KNOG	自行车灯	931.72	7.58%	33.68%	1,252.69	10.01%	33.30%
Buzz Agency Pty Ltd	智能啤酒杯	849.32	6.91%	24.74%	3,157.91	25.24%	27.34%
雪华铃	打奶器智能控制器	2,710.16	22.05%	11.94%	7.43	0.06%	22.07%
合计		4,491.20	36.55%	18.87%	4,418.03	35.32%	29.02%

一般情况下，公司 ODM 模式的毛利率高于 OEM 模式的毛利率，主要原因系：

1、ODM 模式公司议价能力更强

在 ODM 模式下，公司凭借自身的设计能力和较高的技术水平，根据客户的产品概念、规格性能、产品成本等要求进行设计和生产。相较 OEM 模式，ODM 客户产品所使用的智能控制器更依赖公司的研发能力，同时客户选择 ODM 模式与公司合作可以降低客户的研发设计成本，ODM 模式下公司对客户的议价能力相较 OEM 模式更强。

2、ODM 模式能更好控制材料成本

在 ODM 模式下，产品的设计、物料选用均由公司研发团队主导，公司在保证产品质量的前提下可以选择性价比更高的元器件；在供应商选择方面，公司可以自主选择长期合作、价格优惠的厂家，有效降低产品原材料采购成本。而 OEM 模式下，客户已基本确定产品设计及物料选用方案，有时需要引入新供应商造成材料采购议价空间较小，较难控制原材料采购成本。

3、ODM 模式下能降低生产成本

一方面，ODM 模式下客户黏性更高，在长期的合作中公司能更好地积累生产经验，提高生产效率，控制生产成本；另一方面，由于前端主要的设计、研发、打样工作及后端试产、量产均在公司完成，减少了与外部机构的磨合过程，降低沟通成本的同时，能够在研发设计阶段更好地结合公司生产实际情况调整产品设计方案，研发环节与生产环节能更紧密结合，可以有效减少因产品设计方案不符合公司生产实际情况而造成的产线调整改进、物料浪费。

二、不同客户类型下的销售收入及占比、毛利率、主要客户情况

报告期内，公司不同客户类型下的销售收入及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

客户类型	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
终端客户	32,698.89	58.07%	21.70%	30,648.57	60.02%	19.04%	28,969.17	59.68%	14.11%
代工厂	23,608.60	41.93%	19.93%	20,414.67	39.98%	21.15%	19,573.69	40.32%	24.68%
合计	56,307.49	100.00%	20.96%	51,063.25	100.00%	19.88%	48,542.86	100.00%	18.37%

报告期内，公司不同客户类型的主要客户情况如下：

客户类型	主要客户
终端客户	GLP、Severin Elektrogeräte GmbH、Knog、Simplehuman LLC
代工厂	德昌电机控股有限公司、广东新宝电器股份有限公司、乐域实业有限公司、Hayco Group、Buzz Agency Pty Ltd、湖南炬神电子有限公司、环莹企业股份有限公司、广州市拓璞电器发展有限公司、深圳华星恒泰泵阀有限公司、宁波圣莱达电器股份有限公司

2017 年，终端客户毛利率显著低于代工厂客户，主要原因系公司对 GLP 的销售毛利率较低，且对 GLP 销售额占终端客户销售收入比重较高所致。

2018 年，公司通过优化产品结构、与供应商谈判降低原材料成本、将产品从深圳总部转移至东莞子公司生产降低制造成本等措施，提升了对 GLP 的销售毛利率，且对 GLP 的销售额有所下降，终端客户的毛利率有所上升。2018 年和 2019 年终端客户和代工厂客户的毛利率无显著差异。

三、保荐机构和申报会计师核查意见

为核查上述问题，保荐机构和申报会计师履行了下列核查程序：

- 1、查阅发行人报告期内的财务报表、审计报告、收入和成本明细表，核查不同经营模式和不同客户类型下销售收入、毛利率的准确性和主要客户情况；
- 2、对发行人相关人员进行访谈，结合不同经营模式和不同客户类型下主要细分产品结构、客户构成等，综合分析各类别产品毛利率波动的原因。

综上，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、不同经营模式下，ODM 模式下的毛利率高于 OEM 模式下的毛利率具有合理性；
- 2、不同客户类型下，2017 年终端客户毛利率显著低于代工厂客户具有合理性，2018 年和 2019 年终端客户和代工厂客户的毛利率无显著差异。

四、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“（一）主要产品的生产与销售情况”之“5、报告期内前五名客户的销售情况”及“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务和主要产品”之“（二）主要经营模式”中进行补充披露。

问题 5

关于成长性。据招股说明书披露：

(1) 发行人报告期内外销占比较高，分别为 70.29%、59.72%和 55.13%，其中对美国和印度的销售占比较高。

(2) 发行人报告期内主要细分产品销售收入波动较大，第一大客户 GLP 销售收入持续下降。

请发行人结合发行人产品的市场规模、技术能力、核心竞争力、产品结构变动、贸易摩擦和国际形势、在手订单情况等，分析并披露发行人国内销售占比较低的原因、与可比公司是否存在较大差异，未来业绩是否具有成长性、可持续性，并就上述事项在招股说明书中提示风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合发行人产品的市场规模、技术能力、核心竞争力、产品结构变动、贸易摩擦和国际形势、在手订单情况等，分析并披露发行人国内销售占比较低的原因、与可比公司是否存在较大差异，未来业绩是否具有成长性、可持续性，并就上述事项在招股说明书中提示风险

(一) 发行人国内销售占比较低的原因及与可比公司的比较分析

1、可比上市公司国内销售占比情况

报告期内发行人与可比上市公司国内销售占比明细如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
和而泰	33.44%	41.54%	31.47%
拓邦股份	44.50%	44.17%	50.17%
朗科智能	49.68%	58.48%	63.68%
和晶科技	94.76%	96.54%	96.49%
平均值	55.60%	60.18%	60.45%
发行人	44.87%	40.28%	29.71%

数据来源：上市公司年报。

由于同行业可比公司产品在应用领域、下游客户分布及各家公司区域性业务拓展重点的不同，各家公司在境内外业务销售占比方面存在较大的差异。如和晶科技产品基本内销，和而泰产品以外销为主。

发行人销售区域布局与和而泰、拓邦股份、朗科智能不存在重大差异。2017 年外销占比高，主要原因系：客户 GLP 加大市场开拓力度，迅速提高非洲、印度等地占有率，销售额快速增长；客户 Buzz Agency Pty Ltd 为世界著名啤酒商百威在 NHL（北美职业冰球联盟）和 NFL（美国职业橄榄球大联盟）两项体育赛事中的营销推广而委托发行人生产提供大量智能啤酒杯。当年度发行人对 GLP、Buzz Agency Pty Ltd 的销售额高达 2.42 亿元，占营业收入的比例为 49.30%。

2、发行人国内销售占比较低的原因分析

对于发行人而言，报告期内境外销售的主要产品包括割草机智能控制器、智能化妆镜智能控制器、智能垃圾桶智能控制器、离网照明产品、自行车灯和智能啤酒杯，境外销售区域主要为香港、印度、非洲、美国等国家或地区，该等分布与发行人下游客户或终端客户所在地、最终品牌厂商业务分布等有较大关系，具体包括：

（1）香港：中国香港为自由贸易地区，发行人部分客户出于税收、进出口政策等原因的考虑，在中国香港保税仓与发行人进行交易，便于其后续产品向海外的运输；

（2）印度、非洲：GLP 为发行人报告期各期第一大客户，其自有品牌“Sun King”系离网能源领域领导者品牌，参与非洲 Lighting Global 标准制定，在印度、非洲离网照明市场份额中处于前三位，发行人因向其供货而销往印度、非洲具有合理性；

（3）美国：发行人主要客户 Simplehuman 总部位于美国，系美国知名智能家居品牌商，销售自有品牌“Simplehuman”智能化妆镜、智能垃圾桶、感应皂液器等健康护理类产品；客户 Buzz Agency Pty Ltd 为世界著名啤酒商百威（总部位于美国）在 NHL（北美职业冰球联盟）和 NFL（美国职业橄榄球大联盟）两项体育赛事中的营销推广而委托发行人生产提供大量智能啤酒杯。发行人向该两个客户进行产品销售，具有合理性。

综上所述，由于同行业可比公司产品应用领域、下游客户分布及各家公司区域性业务拓展重点的不同，导致各可比公司国内外销售占比存在较大的差异；发行人向香港、印度、非洲、美国等主要境外市场销售占比较高具有合理性。

3、报告期发行人外销占比不断下降

报告期内发行人以外销为主，2017 年、2018 年、2019 年外销占比分别为

70.29%、59.72%和 55.13%，呈逐年下降趋势，系近年来因国际形势错综复杂，发行人大力开拓国内市场，对国内客户销售额增长较快所致。2020 年上半年，发行人外销占比已下降至 47.00%，符合中国政府在新形势下提出的“一个以国内循环为主、国际国内互促的双循环发展的新格局”。

（二）发行人未来业绩成长性和可持续分析

1、产品市场规模

智能控制器的核心功能是提高设备的效率、精度和智能化，目前应用领域广泛，主要包括工业设备、汽车电子、家用电器、健康护理等领域。

一方面，智能控制器下游行业自身市场规模的壮大将拉动智能控制器的市场需求量不断提升。近年来，家用电器、汽车电子等行业市场规模整体呈现扩大趋势。另一方面，随着经济发展及人民生活水平的不断提高，各种设备将朝数字化、功能集成和智能化方向发展，智能控制器在已有应用领域及市场中的渗透率将得到进一步提高。在家电领域，智能控制器不断更新换代，家电与智能家居融合趋势增强，家电产品以及家居用品、工业设备正在经历由机械化、电子化时代向智能化时代转变的过程，并且智能化步伐日趋加快；同时，智能控制器在健康与护理产品、电动工具和汽车电子等领域的应用率也不断提升，在医疗器械等新的领域中也不断得到应用。

此外，各国纷纷将物联网作为发展战略，物联网产业的发展，将进一步扩大智能控制器的应用领域。随着作为物联网具体应用的智能家居、智能小区、智能城市、智能交通等新兴业态的出现，智能产品市场需求不断释放，市场应用领域持续扩大。

综上，智能控制器行业作为电子信息产业的重要组成部分，仍处于快速发展的阶段，市场规模仍将持续扩大。根据中国产业信息网及目前行业主要上市公司公开数据显示，我国及全球智能控制器行业市场规模在 2017 年已分别达到 16,169 亿元人民币和 13,500 亿美元，分别同比增长 19.57%和 3.85%。预计 2020 年，全球智能控制器市场规模将达到 15,000 亿美元。发行人作为智能控制生态圈的参与者，立足于智能家居及家电、新型消费电子、汽车电子等领域，紧贴客户需求，持续开发新产品，未来发展具有广阔的成长空间。

2、技术能力

经过市场优胜劣汰，国内已涌现一批具备较强行业地位的智能控制器企业，

如和而泰、拓邦股份、和晶科技、朗科智能、朗特智能等公司，作为参与全球竞争的主力军，具有性价比高、研发能力强、反应速度快、批量供货能力等优势。

发行人在核心技术、核心工艺和关键工序方面具有技术先进性和竞争优势，具体如下：

（1）核心技术

发行人在十多年来从事智能控制器研发、生产过程中，形成了一支基础扎实、经验丰富的研发团队。截至报告期末，发行人已获得 38 项专利（其中发明专利 11 项），拥有 33 项自主研发的核心技术，详见本落实函回复“3. 关于客户 Severin Elektrogeräte GmbH”之“（四）、1、发行人主要技术来源”。

（2）工艺技术

①发行人核心工艺的先进性、技术壁垒及竞争优势

核心工艺	先进性	技术壁垒	竞争优势
SMT	1、SMT 技术应用实现了产品组装密度高、体积小、重量轻等特点； 2、SMT 工艺产品可靠性高、抗振能力强、焊点缺陷率低； 3、高度自动化制程，生产高效、制造成本低； 4、可结合自动化、信息化、智能化生产管理模式，具有设备利用率高、可柔性制造等优点。	1、对设备操作水平、工艺改良创新和品质检测评定等多种技术能力综合要求较高，需要长时间的实践和积累； 2、需要建立起与规模制造过程相配套的产品研发设计、生产计划控制、原材料采购与管理等环节的运作机制；	1、适用无尘车间生产并配有全自动温湿控制系统； 2、具有 17 年电子产品 PCBA 制造经验、7 年汽车产品工艺及技术沉淀； 3、多元化产品制造配置，涵盖软硬结合板、铝铜板、高层数集成 BMS 等产品领域成熟工艺制程； 4、配备研发、生产、工程、品质、物控的专业技术团队，可快速应对各类产品需求及提供解决方案。
DIP	可实现插件、焊接、测试、喷涂、包装全流程生产。	3、随着制造业自动化的发展，行业技术工艺水平日新月异，大量采用新的制造技术，需要投入大量的人力、财力进行自动化生产研发与生产工艺改进。	1、对生产线进行了自动化改造，可使用自动插件、自动焊接、自动测试、自动喷涂等一系列自动化生产设备； 2、打造柔性生产线，灵活适应小批量、多品种、多批次的订单需求； 3、配置选择性波峰焊，承载高端订制的汽车、医疗电子产品。

②发行人关键工序的先进性及竞争优势

关键工序	先进性	竞争优势
锡膏或红胶印刷	全自动印刷工艺, 可达到 $\pm 0.01\text{mm}$ 的印刷精度, 满足 0.3pitch 以上的精密元器件批量化生产或样板制作。	精密的印刷工艺, 配合 SPI 对锡膏印刷质量进行 100%的高精度三维测量, 实时监控并记录生产中的问题, 减少品质异常。
回流焊接	1、使用全方位的动态恒温储能板装置, 减小温区中的温差效应, 同时使用双面供温技术, 减小并防止 PCB 板弯曲变形现象; 2、具有全自动检测功能及超高温声光报警功能; 3、建立电脑分析资料库, 可存储历史数据, 设置不同的温度曲线; 4、可完成高密度器件焊接, 质量稳定可靠又高效。	1、采用全电脑自动监控, 多个加热温区和冷却温区, 温差精度控制在 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ 之内, 可用轨道和网带过板, 智能炉温监测功能和温度曲线分析系统, 方便焊接工艺参数的追溯和调整; 2、掌握了高端汽车电子产品焊接工艺体系及关联技术。
波峰焊接	配置国内顶级制造商生产的新型设备, 搭载全电脑自动化控制系统, 通过全机数字化控制, 降低人为影响; 使用 SSR+PLC 温控系统, 温度控制精度高, 且能耗低; 全新的结构设计, 12MM 波峰高度非常平稳。	1、配备专业的技术团队, 具有丰富的设备调试、维护、改造升级经验; 2、配备自主改造的全自动送锡系统, 使波峰极具平稳性, 产品一致性良好; 3、改造的可调式废气排放装置, 实现极低的废气排放; 4、升级选择性喷雾系统, 可节约助焊剂用量, 降低生产成本。
ICT	1、可对 PCBA 进行编程测试, 利用隔离技术准确检测电路板上的问题; 2、运用自检程序, 可快速排除机器故障; 3、通过针床的设计排板, 机器可多连片测试, 大幅度提升生产效率; 4、自动生成测试报表, 直观反映出产品质量和数量状况。	配备专业的技术团队, 具有丰富的编程、调试、故障排除经验, 并将其提炼为技术总结上传到 WIKI 系统, 为测试的稳定性、产品的质量和人才的储备提供技术支持; 在产品初期提出和制定 ICT 测试方案, 为后续生产效率最大化做准备。
FCT	1、减少测试人员, 可全天不间断运行, 大幅降低人工成本及因误操作导致的产品损伤可能性; 2、自动生成报表上传至 MES 系统, 数据分析与统计更高效、直观。	配备专业的技术团队, 熟悉测试工艺, 善于 FCT 数据的综合分析, 推动建立多种标准化模块, 并自主设计了标准测试板, 稳定性高、成本低; 便于后期由于产品升级换代引起的 FCT 升级。

关键工序	先进性	竞争优势
喷涂三防漆	使用美国 PVA Delta 8 喷涂机，配置 X、Y、Z、W 轴，可任意角度旋转气缸，超高频点状喷雾阀，搭载 CCD 视觉系统，稳定性与均匀性极高，重复精度达 0.01mm；有胶水供给监控系统，随时准确监控胶量情况，并可同时使用 3 个品种胶水分阀门综合喷涂生产。	1、熟悉国内外多种三防漆特性，可针对产品品质要求设定合理的工艺制程； 2、团队编程经验丰富，可使每一个喷涂动作达到最优化。

发行人自成立以来，始终注重加强技术人才队伍的建设、新产品的研发设计和生产工艺改进，发行人掌握的核心技术和工艺技术为生产经营提供了技术保障和重要支撑，也为未来产品性能的提升和新产品的研发提供了重要基础，具有较强的成长性。

3、核心竞争力

发行人下游应用终端领域主要为智能家居及家电产品、新型消费电子产品、汽车电子产品，具有生命周期短、更新换代快等特点。能够深刻理解客户需求并将其快速转换为产品，满足产品质量和客户交期要求，是发行人核心竞争力的重要体现，也是客户选择供应商的重要标准之一。面对下游客户产业技术迭代快、客户个性化需求多样等特点，发行人积极响应客户需求，不断融合业界通用技术，将集成创新技术运用于公司新产品开发中，快速研发并交付满足客户需求的新产品。这使发行人技术与产品始终保持较强竞争力，获得了市场的高度认可，发行人将与主要客户持续保持合作。

4、产品结构变动情况

因发行人下游客户的产品具有定制化、生命周期短、更新换代快等特点，导致发行人产品种类及型号多样，产品结构变动较大。发行人各大类产品销售额波动情况如下：

单位：万元

类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
智能控制器：						
智能家居及家电类智能控制器	28,463.97	50.55%	25,708.61	50.35%	20,055.68	41.32%

类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
汽车电子类智能控制器	1,523.96	2.71%	1,668.95	3.27%	791.21	1.63%
其他类智能控制器	4,561.78	8.10%	2,403.81	4.71%	1,475.53	3.04%
小计	34,549.71	61.36%	29,781.36	58.32%	22,322.43	45.98%
智能产品：						
离网照明产品	14,534.92	25.81%	16,496.61	32.31%	21,042.12	43.35%
新型消费电子产品	5,189.06	9.22%	3,276.26	6.42%	4,444.07	9.15%
其他产品	2,033.80	3.61%	1,509.02	2.96%	734.25	1.51%
小计	21,757.78	38.64%	21,281.88	41.68%	26,220.43	54.02%
主营业务收入合计	56,307.49	100.00%	51,063.25	100.00%	48,542.86	100.00%

报告期内发行人营业收入持续增长，除离网照明产品销售额逐年下降、汽车电子类智能控制器销售额 2019 年有所下降外，其他各类产品基本保持增长态势。

2020 年 1-6 月各大类产品销售收入情况与上年同期对比如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月	
	销售额	占比	销售额	占比
智能控制器：				
智能家居及家电类智能控制器	12,674.49	50.47%	13,279.09	52.80%
汽车电子类智能控制器	689.70	2.75%	742.24	2.95%
其他类智能控制器	4,563.12	18.17%	1,568.58	6.24%
小计	17,927.31	71.39%	15,589.90	61.99%
智能产品：				
离网照明产品	4,920.74	19.59%	6,494.10	25.82%
新型消费电子产品	1,282.11	5.11%	2,178.52	8.66%
其他产品	982.16	3.91%	887.94	3.53%
小计	7,185.01	28.61%	9,560.56	38.01%
主营业务收入合计	25,112.32	100.00%	25,150.46	100.00%

注：①上表中 2020 年 1-6 月数据已经致同所审阅；2019 年 1-6 月数据已经致同所审计；
②2020 年 1-6 月其他类智能控制器主要系消费电子领域蓝牙耳机智能控制器。

2020 年 1-6 月，智能家居及家电类、汽车电子类智能控制器销售额及销售占比均稍有下降；其他类智能控制器销售额增长明显，主要系应用于蓝牙耳机的智能控制器市场需求旺盛所致；离网照明产品占比进一步下降。总体来看，智能控

制器销售占比呈上升趋势。

5、贸易摩擦和国际形势

当前国际形势复杂、贸易保护主义抬头、贸易摩擦频发、中东大国博弈紧张局势加剧等，都会通过产业链层层传导并最终影响发行人产品销售和经营业绩。

（1）中美贸易摩擦

美国于 2018 年 7 月 6 日开始对第一批清单价值 340 亿美元的中国商品加征 25% 的进口关税，并于 8 月 23 日起对第二批清单价值 160 亿美元的中国商品加征 25% 的进口关税。同时，美国于 2018 年 9 月 24 日起对 2,000 亿美元的中国产品加征 10% 的进口关税，并自 2019 年 5 月 10 日起将关税税率上调到 25%。

2019 年 8 月 13 日，美国政府宣布对从中国进口的约 3,000 亿美元商品加征 10% 关税，分两批自 2019 年 9 月 1 日、12 月 15 日起实施。2019 年 8 月 23 日，美国政府宣布拟将前述合计价值约 5,500 亿美元商品关税税率提高 5%，其中已加征 25% 关税的约 2,500 亿美元商品自 2019 年 10 月 1 日起税率提高至 30%，原拟加征 10% 关税的约 3,000 亿美元商品税率提高至 15%。2019 年 9 月 12 日，美国政府宣布对前述约 2,500 亿美元商品关税提高的日期从 2019 年 10 月 1 日推迟至 2019 年 10 月 15 日。2019 年 10 月 11 日，中美第十三轮经贸高级别磋商取得阶段性进展，美方同意不实施原定于 2019 年 10 月 15 日生效的上调中国输美商品关税的计划。

2020 年 1 月 15 日，中美两国签署第一阶段的经贸协议；同时，美国宣布自 2020 年 2 月 14 日起，将已于 2019 年 9 月 1 日起加征 15% 关税的 1,200 亿美元商品，加征关税税率由 15% 调整为 7.5%。

发行人销往美国的大部分产品在美国对华的征税清单中。截至本落实函回复出具日，中美贸易摩擦尚未对发行人的生产经营产生重大不利影响，但是若中美贸易摩擦持续进行或者进一步升级，发行人的美国客户（含间接客户）可能会削减订单、要求发行人产品降价或者承担相应的关税，导致发行人美国市场销售收入和盈利水平下降，对发行人的生产经营产生不利的影响。

（2）中印边境冲突

2020 年 7 月中国与印度发生边境冲突，之后印度加强了与中国接壤的西部边境地区军事存在。

印度系发行人客户 GLP 的主要市场之一，2017 年、2018 年、2019 年发行人

销往印度的产品金额分别为 13,406.53 万元、7,712.09 万元和 2,893.76 万元，呈逐年大幅下滑态势，主要原因系一方面发行人主动减产了低毛利率的 SK302、SK304、SK307 系列产品，针对该部分需求改为 GLP 其他供应商生产并投放至印度市场；另一方面发行人独家生产的 SK405、SK407、SK409、SK321、SK322 系列产品，由于受发行人产销规模限制，及 GLP 将其主要投向非洲市场销售，使得发行人在印度市场销售额快速下降，但在非洲市场销售额快速增长。

2020 年新冠病毒疫情爆发后，印度成为该疫情的重灾区之一（目前确诊感染人数在全球排名第三），印度采取全国全面封锁、居民（除必要职业的居民外）居家隔离等措施，给 GLP 在印度的销售带来困难，导致 2020 年 1-6 月发行人销往印度的销售额仅为 295.12 万元。

综上，中印边境冲突对发行人产品出口影响有限，未对发行人经营业绩产生重大不利影响。

除上述情形外，目前发行人主要产品其他进口国家或地区未出台针对发行人产品的贸易壁垒或发生贸易摩擦。但若未来发行人其他主要客户所在国家或地区的进口政策发生重大不利变化或国际形势出现重大紧张局面，或我国与这些国家或地区之间发生重大贸易摩擦或争端，将可能对发行人出口业务造成不利影响，进而影响经营业绩。

6、在手订单情况

自 2020 年 1 月起，新冠病毒疫情逐渐向国内外蔓延，国家及各地方政府均采取延迟复工、出行限制、道路管制等措施，以阻止新冠病毒进一步蔓延及扩散。2020 年上半年，新冠病毒疫情对发行人经营业绩造成一定冲击，发行人营业收入为 26,085.53 万元，较上年同期仅略有增长。

随着我国新冠病毒疫情逐步得到控制，发行人及上下游企业的生产经营活动逐步恢复至正常水平，同时 GLP、国声等部分客户在前期积压的需求不断释放。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人录入系统的在手未交货订单金额为 17,300.54 万元（不含发出商品），主要订单情况如下：

单位：万元

客户简称	在手未交货订单金额	主要销售产品类型
GLP	5,872.65	离网照明产品
Simplehuman	1,989.65	智能家居及家电类智能控制器

客户简称	在手未交货订单金额	主要销售产品类型
Hayco Group	1,442.82	智能家居及家电类智能控制器
德昌电机	1,313.10	智能家居及家电类智能控制器、汽车电子智能控制器
国声	935.27	新型消费电子智能控制器
雪华铃集团	771.57	智能家居及家电类智能控制器
炬神	617.41	智能家居及家电类智能控制器
咖乐美	585.19	智能家居及家电类智能控制器
康力优蓝	497.36	服务机器人
Knog	347.76	自行车灯
新宝股份	344.94	智能家居及家电类智能控制器
欣音科技	325.16	新型消费电子智能控制器
合计	15,042.88	——

发行人按客户需求提供定制化产品，采用“以销定产”生产模式，新冠病毒疫情对发行人生产经营的影响主要体现为因生产停工或无法正常生产开工导致订单执行的延后，未出现客户大规模取消订单的情况，外销收入受到新冠病毒疫情的影响较为有限，对发行人持续经营能力未产生重大不利影响。同时，发行人主要客户系知名企业、上市公司（含子公司）或其指定代工厂，具有较强抵御风险能力，且与发行人保持良好、稳定合作关系。

但若全球新冠病毒疫情长时间未得到根本缓解，下游客户的开工生产受到限制，经济及居民消费陷入萧条，则发行人产品的终端需求将出现下降，导致新获取的订单减少或在手订单延迟交付，2020年度业绩存在下滑的风险。

综上所述，结合发行人产品市场规模、技术能力、核心竞争力、产品结构变动、贸易摩擦和国际形势、在手订单情况等，发行人具有较好的成长性和持续盈利能力。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）新冠病毒疫情引发的风险”中作了更新补充披露如下：

“受新冠病毒疫情影响，各国政府相继出台并严格执行关于停工、限制物流、人员流动等疫情防控政策，公司曾受到延期开工以及物流不通畅的影响。2020年上半年，新冠病毒疫情对公司经营业绩造成一定冲击，营业收入较上年同期仅略有增长。如全球新冠病毒疫情长时间未得到根本缓解，下游客户的开工生产受到限制，经济及居民消费陷入萧条，则公司产品的终端需求将出现下降，

导致新获取的订单减少或在手订单延迟交付, 2020 年度业绩存在下滑的风险。”

二、保荐机构和申报会计师核查意见

为核查上述问题, 保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序:

- 1、查阅了发行人报告期内收入明细表;
- 2、查阅了发行人 2020 年上半年的财务资料;
- 3、查阅了截至 2020 年 6 月 30 日在手订单明细表;
- 4、查阅了可比上市公司公告和招股说明书, 对发行人与可比公司外销占比差异进行分析;
- 5、查阅全球离网照明协会等权威机构出具的研究报告, 了解印度离网照明市场情况。

经核查, 保荐机构和申报会计师认为, 发行人所处行业市场空间大, 主营业务突出, 在手订单充足, 产品结构不断优化, 具有较强的技术能力和核心竞争力; 基于发行人与主要客户稳定的合作关系, 中美贸易摩擦和复杂的国际形势未对发行人经营业绩产生重大不利影响; 结合当前经营情况, 发行人具有较好的成长性和持续盈利能力。

三、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务情况”之“(一) 主要产品的生产与销售情况”之“4、主要产品的销售区域分布情况”及“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力”之“(六) 成长性分析”中进行补充披露。

问题 6

关于应收账款。据反馈意见回复:

(1) 报告期内, 发行人汽车电子智能控制器产品客户主要为比亚迪、德昌电机等。

(2) 发行人部分客户 2019 年末出现应收账款逾期现象。

请发行人:

(1) 在近年来国内汽车销量持续下滑、2019 年比亚迪业绩大幅下滑的情形下，结合发行人汽车电子智能控制器产品客户的应收账款的期后回款情况，分析并披露相关客户的坏账准备计提是否充分；

(2) 结合报告期各期末应收账款期后回款情况、逾期应收账款的期后回款金额及比例、主要逾期客户的期后回款情况等，分析并披露报告期各期末应收账款的坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、在近年来国内汽车销量持续下滑、2019 年比亚迪业绩大幅下滑的情形下，结合发行人汽车电子智能控制器产品客户的应收账款的期后回款情况，分析并披露相关客户的坏账准备计提是否充分

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人汽车电子智能控制器产品期末应收账款 10 万元（含）以上客户占期末应收账款总额比例为 99.92%，坏账准备及期后回款明细情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年末应收账款余额	坏账准备	预期信用损失率	截至 2020 年 7 月 31 日回款	回款率
德昌电机控股有限公司	1,937.55	96.20	4.97%	1,937.55	100.00%
深圳市比亚迪供应链管理 有限公司	92.86	4.61	4.97%	92.86	100.00%
湖北达峰汽车智能控制系统 有限公司	41.56	2.06	4.97%	41.56	100.00%
东莞市德尔能新能源股份 有限公司	32.75	32.75	100.00%	17.90	54.66%
友贸电机（深圳）有限公司	24.80	1.23	4.97%	24.80	100.00%
深圳市盛德乐电子有限公司	21.37	1.06	4.97%	21.37	100.00%
深圳市唯真电机发展有限 公司	17.73	0.88	4.97%	17.73	100.00%
合计	2,168.62	138.79	6.40%	2,153.77	99.32%

除东莞市德尔能新能源股份有限公司外，发行人其他汽车电子智能控制器客户财务状况及回款情况均较好，对此部分客户，发行人根据客户信用风险特征，通过采用平均迁徙率的减值矩阵方法计算预期信用损失率计提坏账准备，坏账准备计提充分。因东莞市德尔能新能源股份有限公司财务状况恶化，发行人对其全额计提坏账准备。

二、结合报告期各期末应收账款期后回款情况、逾期应收账款的期后回款金额及比例、主要逾期客户的期后回款情况等，分析并披露报告期各期末应收账款的坏账准备计提是否充分

（一）报告期各期末应收账款期后回款情况

报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	应收账款期末余额	截至 2020 年 7 月 31 日 期后回款	期后回款占比
2019 年 12 月 31 日	19,766.99	19,729.23	99.81%
2018 年 12 月 31 日	12,612.68	12,551.78	99.52%
2017 年 12 月 31 日	7,762.14	7,707.67	99.30%

（二）逾期应收账款的期后回款情况

逾期应收账款的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	应收账款逾期金额	截至 2020 年 7 月 31 日 期后回款	期后回款占比
2019 年 12 月 31 日	3,125.99	3,088.23	98.79%
2018 年 12 月 31 日	492.19	431.29	87.63%
2017 年 12 月 31 日	411.31	356.84	86.76%

（三）主要逾期客户的期后回款情况

2019 年 12 月 31 日主要逾期客户的期后回款情况明细如下：

单位：万元

客户名称	2019 年 12 月 31 日应 收账款余额	逾期 金额	逾期金额 占比	截至 2020 年 7 月 31 日 期后回款	期后回 款占比
GLP	6,418.07	1,205.34	18.78%	6,418.07	100.00%
湖南炬神电子有限公司	3,124.88	775.15	24.81%	3,124.88	100.00%
Knog Pty Ltd	1,803.51	715.26	39.66%	1,803.51	100.00%
湖南国声声学科技股份有限公司	904.61	73.42	8.12%	904.61	100.00%
广州市拓璞电器发展有限公司	130.75	38.63	29.54%	130.75	100.00%
杭州行云起科技有限公司	127.01	45.86	36.10%	127.01	100.00%
美平电器制品有限公司	104.19	65.08	62.46%	104.19	100.00%
东莞市乐上智能科技有限公司	75.47	75.47	100.00%	75.23	99.68%
湖北达峰汽车智能控制系统有限公司	41.56	11.26	27.09%	41.56	100.00%

客户名称	2019年12月31日应收账款余额	逾期金额	逾期金额占比	截至2020年7月31日期后回款	期后回款占比
东莞市德尔能新能源股份有限公司	32.75	32.75	100.00%	17.90	54.66%
深圳市唯真电机发展有限公司	17.73	17.73	100.00%	17.73	100.00%
鞍兆（中山）电器有限公司	16.35	16.35	100.00%	16.35	100.00%
合计	12,796.88	3,072.30	24.01%	12,781.79	99.88%

2017年末、2018年末及2019年末，公司坏账准备余额分别为388.88万元、634.60万元、1,050.76万元，坏账准备计提比率分别为5.01%、5.03%、5.32%，结合公司客户回款情况判断，公司坏账准备计提充分。

三、保荐机构和申报会计师核查意见

为核查上述问题，保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序：

1、了解并评价公司坏账准备计提政策、评估和确定应收款项减值的内部控制的设计有效性，测试关键控制执行的有效性，包括有关识别减值客观证据和计算坏账准备的控制；

2、分析应收账款的账龄和客户信用情况，执行应收账款函证程序及期后回款检查，评价应收账款坏账准备计提的合理性与充分性；

3、选取金额重大的应收账款，独立测试其可收回性，检查相关的客观证据，包括期后收款记录、客户的信用历史、经营情况和还款能力等，判断是否存在减值迹象；

4、与同行业可比公司比较坏账准备计提比率，判断各期坏账准备计提是否充分；

5、在原会计准则下，对管理层所编制的应收账款的账龄分析表准确性进行测试，检查计提方法是否按照坏账准备计提政策执行，重新计算坏账准备计提金额是否准确；新金融工具准则下，评估管理层对于预期信用损失率的估计是否合理，是否符合新金融工具准则的相关规定。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人坏账准备计提充分。

四、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产情况”之“4、应收账款”中进行补充披露。

及“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、公司主营业务收入产品构成”之“（2）汽车电子类智能控制器收入变动分析”中进行补充披露。

问题 7

关于 2020 年上半年业绩。据发行人申报材料，发行人预计 2020 年上半年营业收入同比增长 4.69%、归属于母公司所有者的净利润同比增长 51.19%。发行人解释业绩增长的原因为本期存货跌价准备计提冲回、人员薪资减少和期间费用大幅下降等所致。

请发行人：

（1）披露 2020 年上半年存货跌价准备计提冲回的具体内容、原因，上半年各月销售收入、生产人员数量及较去年同期变动情况，分析上半年人员薪资和期间费用大幅下降的原因；

（2）分析并披露 2020 年上半年发行人与可比公司的业绩变动趋势是否存在较大差异。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、披露 2020 年上半年存货跌价准备计提冲回的具体内容、原因，上半年各月销售收入、生产人员数量及较去年同期变动情况，分析上半年人员薪资和期间费用大幅下降的原因

（一）2020 年上半年存货跌价准备计提冲回的具体内容、原因

1、2020 年上半年存货跌价准备情况

2020 年上半年公司存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日 存货跌价准备余额	本期计提数	本期转销数	2020 年 6 月 30 日存 货跌价准备余额
原材料	533.69	300.13	248.65	585.18
库存商品	75.60	44.86	14.43	106.03
半成品	102.41	17.91	63.42	56.91

项目	2019年12月31日 存货跌价准备余额	本期计提数	本期转销数	2020年6月30日存 货跌价准备余额
在产品	71.30	28.14	60.19	39.25
发出商品	-	7.43	-	7.43
合计	783.00	398.47	386.68	794.80

注：上表 2020 年 1-6 月数据已经致同所审阅。

2020 年上半年，公司不存在存货跌价准备转回的情况，仅存在计提了跌价准备的存货因生产领用、销售出库、报废而转销的情况，2020 年 6 月末存货跌价准备余额较 2019 年末增加 11.80 万元，增长 1.51%。

2020 年 1-6 月发行人计提存货跌价准备 398.47 万元，较 2019 年同期 479.04 万元，下降 80.57 万元，同比降幅 16.82%。主要原因系 2020 年上半年，公司持续消化前期因电子元器件供应紧张、加大备货规模造成的部分原材料积压，同时发行人加强库存管理、存货积压问题有所改善。

（二）上半年各月销售收入、生产人员数量及较去年同期变动情况，分析上半年人员薪资和期间费用大幅下降的原因

1、2020 年上半年各月销售收入、生产人员数量较去年同期变动情况

2020 年上半年公司各月销售收入、生产人员数量较去年同期变动情况如下：

月份	主营业务收入（万元）				生产人员数量（人）			
	2020 年	2019 年	变动数额	变动比例	2020 年	2019 年	变动数额	变动比例
1 月	4,440.04	5,290.07	-850.03	-16.07%	700	793	-93	-11.73%
2 月	1,212.97	2,093.07	-880.10	-42.05%	713	911	-198	-21.73%
3 月	3,627.01	4,653.52	-1,026.50	-22.06%	814	960	-146	-15.21%
4 月	3,982.18	4,692.57	-710.39	-15.14%	837	1,022	-185	-18.10%
5 月	5,265.51	4,777.24	488.27	10.22%	880	1,050	-170	-16.19%
6 月	6,584.61	3,644.00	2,940.61	80.70%	958	1,001	-43	-4.30%
合计数	25,112.32	25,150.46	-38.14	-0.15%	-	-	-	-
月平均数	4,185.39	4,191.74	-6.36	-0.15%	817	956	-139	-14.55%

注：①上表 2020 年 1-6 月主营业务收入数据已经致同所审阅；

②生产人员数量包括直接生产人员和车间管理人员，生产人员月平均数为各月在职生产人员数量之和除以 6 计算得出，受到各月实际离职人数和补充新员工入职时间的影响，与各月实际平均人数之间存在一定的差异。

（1）销售收入变动分析

由上表可知，2020 年 1-6 月公司实现主营业务收入为 25,112.32 万元，较去年同期下降 38.14 万元，同比下降 0.15%。

从分月数据来看，公司 2020 年 1 月至 4 月实现的主营业务收入较去年同期均有不同程度的下降，其中 1 月份主营业务收入下滑主要系受到春节假期较以往年度提前的影响，2-4 月份主营业务收入的下滑主要原因为：

①在新冠病毒疫情的影响之下，公司全面复工时间由原计划的 2020 年 2 月 3 日推迟至 2020 年 2 月 28 日，同时上游供应商复工进度不及预期及公司部分生产人员离职流失后未及时招聘到足够的人员进行相应补充；

②因客户 GLP 在 2019 年回款状况欠佳，部分货款出现逾期，公司为降低信用风险，采用减少生产发货等措施主动缩减对其的产销规模，使 2020 年 2-4 月对 GLP 销售额同比减少。

2020 年 5 月，随着我国新冠病毒疫情逐步得到控制，国内各企业陆续复工、复产，发行人及下游客户的生产经营活动均逐步恢复至正常水平，同时部分客户在前期积压的需求自 5 月份开始逐步释放，公司主营业务收入自 2020 年 5 月以来持续增长。

2020 年 6 月，公司实现主营业务收入 6,584.61 万元，较 2019 年 6 月增加 2,940.61 万元，同比增加 80.70%，较 2020 年 5 月增加 1,319.11 万元，环比增加 25.05%，增长幅度较大，主要原因为：

①2019 年 6 月实现主营业务收入低于预期水平

2019 年 6 月，发行人仅实现主营业务收入 3,644.00 万元，较 2019 年 5 月环比下降 1,133.24 万元，低于预期水平，主要原因为部分订单货物海关放行/客户签收时间晚于预期，未能按预期于 2019 年 6 月 30 日前确认的销售收入达 1,057.70 万元，具体情况如下：

A.因供应商未及时交付原材料，客户 GLP 部分订单所需原材料在 6 月中上旬出现暂时性短缺，公司未能按预期生产交货，且受当月发船时间延误的影响，使 GLP 部分订单货物出库报关后未能按预期在 2019 年 6 月 30 日前获得海关放行，导致该部分订单有 872.92 万元于 2019 年 7 月才最终确认销售收入；

B.公司为客户炬神生产的扫地机器人智能控制器于 2019 年 5 月开始量产，由于投入量产时间较短，生产熟练程度有待进一步提升，部分商品交货时间临近月末，客户最终签收时间晚于 2019 年 6 月 30 日，使得该订单有 184.78 万元于 2019 年 7 月才确认销售收入。

②客户订单需求增加使 2020 年 6 月业绩较快增长

2020 年 6 月，公司对 GLP、国声和炬神等客户的销售金额整体继续保持增长态势，当月公司对三个客户合计实现的主营业务收入为 3,359.99 万元，较 2019 年 6 月同比增加 2,489.98 万元，较 2020 年 5 月环比增加 940.27 万元。

2020 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月，公司对 GLP、国声和炬神的主营业务收入情况如下：

单位：万元

月份	2020 年 1-6 月				2019 年 1-6 月			
	GLP	国声	炬神	合计	GLP	国声	炬神	合计
1 月	1,805.52	193.10	99.48	2,098.10	1,508.44	-	0.52	1,508.96
2 月	191.43	91.10	32.60	315.13	302.96	-	-	302.96
3 月	101.38	263.86	422.61	787.85	1,265.76	-	0.69	1,266.45
4 月	209.63	266.97	453.91	930.51	1,297.86	-	26.83	1,324.69
5 月	1,328.35	713.20	378.18	2,419.72	1,421.15	2.79	204.78	1,628.72
6 月	1,284.42	1,246.60	828.97	3,359.99	697.92	4.12	167.97	870.01
小计	4,920.74	2,774.82	2,215.74	9,911.30	6,494.10	6.91	400.78	6,901.79

注：上表 2020 年 1-6 月财务数据已经致同所审阅。

A.客户 GLP

因客户 GLP 在 2019 年回款状况欠佳，部分货款出现逾期，公司为降低信用风险，采用减少生产发货等措施主动缩减对其的产销规模，随着 GLP 回款状况的不断改善，公司从 2020 年 5 月份开始逐步增加对 GLP 的新订单承接与发货，因而对其销售规模在 2020 年 5 月份至 6 月份有较大幅度的上升。

B.客户国声

国声为公司 2019 年新导入客户，主要产品为 TWS 耳机（真无线立体声蓝牙耳机）等，其下游客户包括华为、小米、万魔、雷蛇、OPPO 等知名企业，2019 年度国声实现销售收入约为 53,200 万元，2020 年 1-6 月实现销售收入约为 54,700 万元，其 2020 年上半年销售额已超过 2019 年全年金额，销售额呈快速上升趋势。公司于 2019 年 9 月开始对其批量供应蓝牙耳机智能控制器，主要用于国声 TWS 耳机的生产。

TWS 耳机主要涉及主动降噪技术、传感交互技术以及新一代蓝牙音频技术，分别为用户提供了降噪功能、多样化交互方式及更优的音频体验。根据东兴证券

研究报告，TWS 耳机在 2019 年掀起了一波浪潮，出货量呈现爆发式增长。伴随着蓝牙、芯片、传感器等技术的不断成熟，TWS 耳机将加速发展，有望成为增长最快的智能穿戴设备领域。根据广证恒生产业研究院数据预测，2019-2022 年全球 TWS 耳机出货量年平均增长率将在 50%以上，全球 TWS 耳机市场规模或最早在 2021 年即可达到千亿元以上。

随着发行人及下游客户的生产经营活动逐步从新冠病毒疫情的影响之下恢复，及在 TWS 耳机市场需求爆发的刺激之下，国声对公司蓝牙耳机智能控制器的采购量在 2020 年 5 月及 6 月均较快增长。未来，随着 TWS 耳机行业市场规模的持续增长，公司可能面临 TWS 耳机行业潜在客户更多的订单需求。

C.客户炬神

炬神是创业板拟上市公司安克创新（目前处于发行上市阶段，股票代码为 300866.SZ）的代工厂，2018 年、2019 年炬神均为安克创新的第一大供应商，安克创新指定发行人向炬神供应扫地机器人智能控制器。据 wind 数据显示，安克创新 2020 年 1-6 月创新类产品（含扫地机器人）实现营业收入为 102,565.62 万元，较 2019 年同期创新类产品营业收入 53,225.77 万元同比增长 92.70%。2020 年 4 月以来，国内新冠病毒疫情得到有效控制，生产经营逐步恢复，同时因安克创新市场需求快速增长，其代工厂炬神向公司采购的扫地机器人智能控制器较快增长。

2020 年 7 月，公司实现销售收入约 8,000 万元，同比 2019 年同期及环比 2020 年 6 月份均呈现较快增长势头。

（2）生产人员数量变动分析

2020 年 1-6 月，公司月平均生产人员数量为 817 人，较 2019 年同期平均人数减少 139 人。主营业务收入与上年同期基本持平，但生产人员数量同比下降的主要原因如下：

①受到新冠病毒疫情、春节放假的影响，公司正常生产经营活动在 2020 年 1-4 月受到较大程度的影响，主营业务收入较 2019 年同期均有不同程度的下降，部分生产人员离职流失后未及时招聘到足够的人员进行相应补充。

②公司持续加强工艺革新和自动化改造，不断优化生产工序，推进精益生产，一定程度上减少了同等产值情况下的用工数量。2019 年 7 月至 2020 年 6 月期间，公司在工艺革新和自动化改造上累计投入金额约 146 万元，具体情况如下：

A.2019 年下半年公司优化了车间布局，使产线工序更加科学合理，产线流程更为顺畅，同时 2019 年 7 月至 2020 年 6 月期间共实施了上百个工艺流程优化和治具改善项目，使工艺流程越发标准化和简便化，提高了生产效率。例如，通过整合优化工艺流程，降低员工工序负荷，使 LSP 执锡工序执行时间由原来的 7 秒降低至 4.5 秒；通过工装夹具改进，使感应板焊接工序由原来的焊线一焊灯操作，优化为拼板焊灯一焊线操作，部分产品的焊接工序耗时由原来的 30 秒大幅缩短至 10.1 秒。

B.公司于 2019 年 7 月至 2020 年 6 月期间共自主研发并导入 60 余个自动化测试项目，提高产品测试稳定性和精准性的同时，使人工操作更为简便，提高了测试效率。例如，通过电脑程序自动启动测试按键，节省了工人切换按键开关及观察数据的时间，由原来的 1 人单机操作提升为 1 人多机操作。

C.公司实施了多个材料改善项目，增加了对供应商的交货工艺要求，使供应商交货物料可直接上线使用，节约了公司对原材料进行二次加工的成本及人员耗用。

③2020 年 1-6 月，公司产品产销结构发生变化，智能控制器的收入占比为 71.39%，较 2019 年同期上升 9.40 个百分点，其中蓝牙耳机类智能控制器占比较去年同期大幅提升，与其他智能控制器相比，蓝牙耳机类智能控制器体积小、精度高，仅需 SMT 贴片，无需 DIP 人工插件，同等产值情况下，可节省约 40%-50% 的人工耗用。

随着公司生产经营的逐步恢复及销售收入的逐步增长，公司 2020 年 5-6 月份生产人员数量整体呈较快上升趋势。

2、上半年人员薪资和期间费用大幅下降的原因

2020 年 1-6 月，发行人薪资和期间费用较 2019 年同期变化情况如下：

单位：万元

职工薪酬同比变动情况				
项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动数额	变动比例
计提的职工薪酬	3,858.26	4,494.34	-636.08	-14.15%
其中：管理人员薪酬	424.39	415.88	8.51	2.05%
销售人员薪酬	175.82	215.26	-39.44	-18.32%
研发人员薪酬	597.87	706.08	-108.21	-15.32%
生产人员薪酬	2,660.18	3,157.13	-496.95	-15.74%

期间费用同比变动情况				
项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动数额	变动比例
期间费用总计	1,789.76	2,374.40	-584.64	-24.62%
其中：销售费用	317.07	550.30	-233.23	-42.38%
管理费用	720.56	698.65	21.91	3.14%
研发费用	887.03	1,097.77	-210.74	-19.20%
财务费用	-134.90	27.68	-162.58	-587.36%

注：上表 2020 年 1-6 月财务数据已经致同所审阅。

(1) 职工薪酬变动情况分析

2020 年 1-6 月，公司计提职工薪酬共计 3,858.26 万元，较 2019 年同期减少 636.08 万元，同比减少 14.15%。公司职工薪酬的下降，主要系受到销售人员、研发人员和生产人员薪酬下降的影响，具体情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动数额	变动比例
销售人员	薪酬总额（万元）	175.82	215.26	-39.44	-18.32%
	平均人数（人）	19	20	-1.00	-5.00%
	平均薪酬（万元）	9.25	10.76	-1.51	-14.02%
研发人员	薪酬总额（万元）	597.87	706.08	-108.21	-15.32%
	平均人数（人）	97	110	-13	-11.82%
	平均薪酬（万元）	6.16	6.42	-0.26	-4.05%
生产人员	薪酬总额（万元）	2,660.18	3,157.13	-496.95	-15.74%
	平均人数（人）	817	956	-139	-14.54%
	平均薪酬（万元）	3.26	3.30	-0.04	-1.21%

注：①上表 2020 年 1-6 月财务数据已经致同所审阅；2019 年 1-6 月财务数据已经致同所审计；

②平均人数为各月在职人员数量相加除以 6 计算得出，受到各月实际离职人数和补充新员工入职时间的影响，与各月的实际平均人数之间存在一定差异。

①销售人员薪酬变动分析

2020 年 1-6 月，销售人员薪酬总额较 2019 年同期下降 39.44 万元，同比减少 18.32%。主要原因为公司自 2018 年开始拟更多依靠公司销售团队自身业务拓展能力开拓市场，并陆续招聘了若干销售人员拓展业务，其中子公司香港百仕威分别于 2019 年 2 月、5 月招募了两名香港籍销售人员拟用于公司原各销售事业部的统筹管理及公司客户资源的拓展，后由于对目标客户开拓不及预期及公司战略规划的调整，该两名薪资较高的香港籍销售人员于 2019 年末陆续离职，使 2020

年 1-6 月销售人员薪酬总额同比下降。

②研发人员薪酬变动分析

2020 年 1-6 月，研发人员薪酬总额较去年同期下降 108.21 万元，同比减少 15.32%。主要原因为：

A.公司实行集团研发管理策略，在集团范围内对研发项目和研发人员配置进行了整合优化，研发人员平均人数较 2019 年同期减少 13 人，使研发人员薪酬总额下降约 83.46 万元；

B.由于受到新冠病毒疫情的影响，公司较正常情况下推迟了复工时间，2 月份、3 月份员工出勤率总体较低，研发人员绩效薪酬有所下降；同时根据国家人力资源社会保障部、财政部、税务总局联合出台的《关于阶段性减免企业社会保险费的通知》（人社部发〔2020〕11 号），自 2020 年 2 月起，各省、自治区、直辖市（除湖北省外）及新疆生产建设兵团（以下统称省）可根据受疫情影响情况和基金承受能力，免征中小微企业三项社会保险（基本养老保险、失业保险、工伤保险）单位缴费部分，随后各省市亦陆续出台了相应的社保减免政策，故公司 2020 年 2-6 月未缴纳由公司承担部分的养老保险、失业保险、工伤保险，并享受部分医疗保险的减免，综合作用下，研发人员的平均薪酬下降 0.26 万元，使研发人员薪酬总额下降约 25.22 万元。

③生产人员薪酬变动分析

2020 年 1-6 月，生产人员薪酬总额较去年同期下降 496.95 万元，同比减少 15.74%，主要原因为受到新冠病毒疫情、春节放假、工艺革新、自动化改造和产品产销结构变化等因素的综合影响，公司 2020 年 1-6 月生产人员月平均数量较去年同期同比减少 139 人，薪酬总额随之减少，同时因受疫情影响，公司根据相关政策免交 2020 年 2-6 月由公司承担部分的养老保险、失业保险、工伤保险，并享受部分医疗保险的减免。

（2）期间费用变动情况分析

2020 年 1-6 月，期间费用总计为 1,789.76 万元，较去年同期下降 584.64 万元，同比减少 24.62%。公司期间费用的下降，主要系受到销售费用、研发费用和财务费用下降的影响。具体分析如下：

①销售费用

2020 年 1-6 月，公司销售费用为 317.07 万元，较去年同期下降 233.23 万元，

同比减少 42.38%，主要原因为：

A.在新会计准则下，原在销售费用科目下核算的运杂费分摊计入营业成本，金额合计为 146.37 万元，使销售费用出现较大幅度的下滑；

B.由于公司战略规划调整等因素的影响，两名薪资较高的香港籍销售人员于 2019 年末离职使公司 2020 年 1-6 月销售人员薪酬同比下降 39.44 万元；

C.随着公司越来越多地依靠销售团队自身业务拓展能力开拓市场，减少通过第三方开拓客户，同时受到新冠病毒疫情的影响，公司业务拓展费较去年同期下降 51.73 万元。

②研发费用

2020 年 1-6 月，公司研发费用为 887.03 万元，较去年同期下降 210.74 万元，同比减少 19.20%，主要原因为公司实行集团研发管理策略，在集团范围内对研发项目和研发人员配置进行了整合优化，同时在新加坡疫情影响下，公司 2020 年 2-4 月份的研发项目开展较少，使得研发人员薪酬较 2019 年同期下降 108.21 万元，研发材料费较去年同期下降 84.62 万元。

③财务费用

2020 年 1-6 月，公司财务费用为-134.90 万元，较去年同期下降 162.58 万元，同比下降 587.36%，主要原因为公司外销业务主要以美元结算，2020 年 1-6 月美元兑人民币总体呈升值趋势，使汇兑收益较 2019 年同期增加 168.32 万元。

综上，2020 年上半年公司各月销售收入和生产人员数量较去年同期变动情况符合发行人生产经营的实际状况。2020 年上半年部分人员薪资和期间费用下降主要受到新加坡疫情影响、公司自动化改造、产品产销结构变化、研发管理策略变更、战略规划调整、新会计准则下财务报表科目调整及汇率波动等因素的影响，薪资和期间费用的变动具有合理性。

二、分析并披露 2020 年上半年发行人与可比公司的业绩变动趋势是否存在较大差异

（一）2020 年上半年发行人与可比公司的业绩变动趋势比较

拓邦股份、和而泰、和晶科技、朗科智能与发行人同属于智能控制器行业，属于发行人同行业的可比公司。2020 年上半年发行人与同行业可比公司业绩变动趋势比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	业绩变动情况说明
拓邦股份	暂未公告业绩预计情况	实现归属于母公司股东净利润 18,317.13 万元	-
和而泰	暂未公告业绩预计情况	实现归属于母公司股东净利润 16,976.46 万元	-
和晶科技	暂未公告业绩预计情况	实现归属于母公司股东净利润 2,251.42 万元	-
朗科智能	预计实现归属于母公司股东净利润 4,000.00 万元至 5,200.00 万元	实现归属于母公司股东净利润 4,228.25 万元	与上年同期变化幅度：-5.40%至 22.98%
发行人	实现营业收入 26,085.53 万元，实现归属于母公司股东净利润 3,149.21 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 2,781.95 万元	实现营业收入 25,517.21 万元，实现归属于母公司股东净利润 2,169.06 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 1,913.33 万元	营业收入较上年同期增长 2.23%，实现归属于母公司股东净利润较上年同期增长 45.19%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较上年同期增长 45.40%

注：截至本回复出具日，同行业可比上市公司尚未披露 2020 年半年报，以上业绩预测数据来自上市公司公告数据。发行人上表中 2020 年上半年数据已经致同所审阅。

2020 年 1-6 月，公司虽然受到新冠病毒疫情的影响，但公司配合疫情防控的同时，积极复工复产，同时，发行人客户总体订单需求保持相对稳定，部分客户需求有所增长，因而营业收入较去年同期略有增长，与同行业可比上市公司已披露的业绩预告情况相比，业绩变动趋势不存在重大差异。

2020 年 1-6 月，发行人实现归属于母公司股东净利润 3,149.21 万元，较 2019 年 1-6 月份增加 980.15 万元，同比增长 45.19%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 2,781.95 万元，较 2019 年 1-6 月份增加 868.62 万元，同比增长 45.40%，增长幅度较大。发行人业绩变动主要受到以下因素的影响：

1、计入成本费用的薪酬同比下降 636.08 万元

主要原因如下：

(1)2020 年 1-6 月主营业务收入与上年同期基本持平，但在新冠病毒疫情、春节放假、工艺革新、自动化改造、产品产销结构变化等因素的共同影响下，生产人员月平均数量同比减少 139 人，薪酬总额随之减少，同时因受疫情影响，公司根据相关政策免交 2020 年 2-6 月由公司承担部分的养老保险、失业保险、工伤保险，并享受部分医疗保险的减免，在以上等因素的共同作用下，使生产人员薪酬总额整体同比下降了 496.95 万元。

(2) 在新冠病毒疫情、战略规划调整、研发管理策略变更等因素的影响之下，公司除生产人员以外的其他人员薪酬较上年同期下降 139.13 万元。

2、信用减值损失同比减少 320.38 万元

2019 年 6 月末应收账款余额较 2018 年末增加 2,027.37 万元，2019 年 1-6 月发行人计提了 92.61 万元信用减值损失。2020 年 1-6 月应收款项余额较 2019 年末下降 1,849.85 万元，发行人回收了 GLP、Knog 等客户的逾期款项，发行人根据预期信用损失模型冲回 227.77 万元信用减值损失，使得信用减值损失同比减少 320.38 万元。

3、收到逾期贷款利息收入 342.60 万元

客户 GLP、Knog 上年末出现贷款逾期，公司于 2020 年上半年收到其逾期贷款的利息收入 342.60 万元，而上年同期无该等逾期利息收入。

4、汇兑收益增加 168.32 万元

公司外销业务主要以美元结算，2020 年 1-6 月美元兑人民币总体呈升值趋势，使汇兑收益较 2019 年同期增加 168.32 万元。

5、越南投资设厂损失 311.47 万元

由于受到新冠病毒疫情的影响，发行人子公司香港百仕威与 CÔNG TY TNHH SẢN XUẤT VÀ ĐẦU TƯ THƯƠNG MẠI P&C（英文名称：P&C Manufacturing and Trading Investment Co., Ltd）已就双方共同在越南投资的计划达成终止意向，前期已支付的厂房装修款及厂房租赁押金不予退还，计入营业外支出 311.47 万元，上年同期无此支出。

综上，公司业绩变动趋势与同行业已披露业绩预告的上市公司不存在重大差异，公司归属于母公司股东净利润的增长主要受到职工薪酬同比下降、信用减值损失同比减少、新增应收账款逾期利息收入、汇兑收益同比增加、新增投资损失等相关因素的影响，与发行人的实际情况相吻合，净利润增长具有合理性。

三、保荐机构及申报会计师核查意见

为核查上述问题，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人 2020 年上半年的审阅报告及其他财务资料，与发行人主要经营管理人员进行沟通了解发行人 2020 年上半年生产经营的实际情况；

2、获取发行人 2020 年 1-6 月计提存货跌价准备的计算表及相关资料，了解

并评估存货跌价准备计提方法，测算存货跌价准备计提是否充分合理；

3、获取发行人 2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月销售明细表，销售出库明细表，对比分析发行人 2020 年上半年各月销售收入较 2019 年上半年变动情况，并与公司生产经营管理人员进行沟通，结合市场整体状况，分析上述变动的具体原因；

4、对 GLP、国声和炬神等客户实施函证程序、发放调查问卷、并进行现场走访，实地查看国声和炬神的生产经营场所，了解其生产经营的实际情况、销售收入及与发行人的业务合作和交易等情况，核查发行人销售收入的真实性；

5、获取发行人 2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月员工工资表及花名册，并结合公司生产经营具体情况，分析相关人员及薪酬的变动情况及变动原因；

6、获取发行人 2019 年 1-6 月及 2020 年 1-6 月期间费用明细表，并结合公司生产经营的具体情况，分析期间费用变动情况及变动原因；

7、查阅同行业可比上市公司 2020 年 1-6 月业绩公告情况，对比分析发行人 2020 年上半年业绩变动趋势，并结合发行人实际情况分析发行人 2020 年上半年利润增长的原因。

保荐机构及申报会计师核查意见：

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、2020 年上半年，公司不存在存货跌价准备转回的情况，随着发行人加强库存管理、存货积压问题有所改善，2020 年上半年发行人计提的存货跌价准备较去年同期有所下降；

2、2020 年上半年公司各月销售收入和生产人员数量较去年同期变动情况符合发行人生产经营的实际状况；2020 年上半年部分人员薪资和期间费用下降主要受到新冠病毒疫情影响、公司自动化改造、产品产销结构变化、研发管理策略变更、战略规划调整、新会计准则下财务报表科目调整及汇率波动等因素的影响，薪资和期间费用的变动具有合理性；

3、公司业绩变动趋势与同行业已披露业绩预告的上市公司不存在重大差异，公司归属于母公司股东净利润较去年同期增长较大，符合公司实际情况，具有合理性。

四、补充披露情况

上述情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十六、财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日经营情况”中进行补充披露。

问题 8

关于客户走访。据反馈意见回复，保荐人报告期各期走访发行人客户的家数均为 20 家。

请保荐人在《保荐工作报告》说明报告期各期走访的方式（如现场走访、电话访谈、视频访谈等）、涉及客户名称、时间、地点、参与人员、核查方法及结论。

回复：

一、各期走访的方式（如现场走访、电话访谈、视频访谈等）、涉及客户名称、时间、地点、参与人员、核查方法及结论

（一）各期走访的方式、涉及客户名称、时间、地点、参与人员

为验证发行人客户及销售的真实性，了解发行人与客户业务合作的背景及业务合作的具体情况，保荐机构分别于 2017 年 1-2 月、2018 年 1-2 月、2019 年 8-9 月、2020 年 7-8 月分四次对发行人的主要客户进行了走访，四次实际走访客户家数合计为 21 家，其中通过现场走访的客户 19 家，视频访谈的客户 4 家（其中 3 家客户同时进行了现场走访和视频访谈），邮件访谈的客户 1 家。除广州市拓璞电器发展有限公司（以下简称“拓璞”）拒绝接受走访外（拓璞为发行人 2017 年度和 2018 年度前十大客户，系由间接客户 Breville 指定公司向其供货，保荐机构已于 2018 年 2 月对 Breville 进行现场走访），走访客户已覆盖发行人报告期各期前十大客户。走访具体情况如下：

序号	客户名称	走访方式	走访日期	访谈地点	访谈对象	保荐机构参与访谈人员	客户情况说明
1	Greenlight Planet Inc.	现场走访	2017/2/16	10th Floor, Discovery of India Bldg, Dr. Annie Besant Road, Mumbai-18, Maharashtra, India	Amitesh Sinha (GLP 时任财务总监)	张华辉	2017-2019 年度各期前十大客户

序号	客户名称	走访方式	走访日期	访谈地点	访谈对象	保荐机构参与访谈人员	客户情况说明
		现场走访	2018/1/12	福田景田路 77 号擎天华庭擎天阁 8EF	马杨云（GLP 深圳办事处运营总监）	姚琳、冯继恩	
		现场走访	2018/1/31 至 2018/2/8	1、访谈地点：10th Floor, Discovery of India Bldg, Dr.Annie Besant Road, Mumbai-18, Maharashtra, India 2、走访：GLP 在印度、乌干达、肯尼亚的子公司及其仓库、自营店、经销商、终端用户	Amitesh Sinha（GLP 时任财务总监）	姚琳	
		现场走访	2019/8/29	深圳市南山区龙珠三路光前工业园 21 栋 9 楼	马杨云（GLP 深圳办事处运营总监）	姚琳	
		视频访谈	2019/8/29	在深圳市南山区龙珠三路光前工业园 21 栋 9 楼 GLP 深圳办公室视频访谈	Kota（GLP 财务总监）	姚琳	
		视频访谈	2020/8/5	朗特智能正风工业园会议室视频访谈	T. Patrick Walsh（GLP 的 CEO）	邱恺隽	
2	乐域实业有限公司	现场走访	2018/1/29	东莞市石排镇石牌大道埔心管理区乐域工业村(乐域会议室)	林端卜（副总裁）	陈健	2017-2019 年度各期前十大
3	德昌电机控股有限公司	现场走访	2018/1/30	深圳市宝安区沙井镇新二工业村	张玉玲（采购经理）	冯继恩	2017-2019 年度各期前十大
4	Severin Elektrogeräte GmbH	现场走访	2018/1/12	深圳市宝安区沙井街道同富裕工业园区	黄国伟（总经理）	邓红卫	2017-2019 年度各期前十大
5	Hayco Group	现场走访	2018/1/12	深圳市宝安区松岗街道罗田社区龙山路 2 路	陈治荣（采购经理）	邓红卫	2017-2019 年度各期前十大
6	广东新宝电器股份有限公司	现场走访	2018/2/7	广东省佛山顺德区勒流镇龙洲路	谢锦洪（助理副总裁）	邓红卫	2017-2019 年度各期前十大
7	Buzz Agency Pty Ltd	现场走访	2017/1/18	18 Studley street Abbotsford Vic 3067,Australia	Nick Howard（Product Development Manager）, Janet Gibson（General Manager）	谢运	2017 年度前十大
		现场走访	2018/1/31	18 Studley street Abbotsford Vic	Nick Howard（Product Development	张华辉	

序号	客户名称	走访方式	走访日期	访谈地点	访谈对象	保荐机构参与访谈人员	客户情况说明
				3067,Australia	Manager), Liz Lazaru (Business and Corporate Affairs Manager)		
		视频访谈	2019/8/27	朗特智能正风工业园办公室 视频访谈	徐鸿鸣 (中国区产品开发经理)	邓红卫	
8	Knog Pty Ltd	现场走访	2018/1/30	453 Church Street Richmond Victoria Australia 3121	John Zhang (Production Manager), Andrew Heddink (CFO)	张华辉	2017 和 2019 年度前十大
		视频访谈	2020/7/31	朗特智能正风工业园会议室 视频访谈	Malcolm McKechnie (Knog 的 CEO)	邱恺隽	
9	亿腾科技 (无锡) 有限公司	现场走访	2018/2/28	江苏省无锡市 新区锡群路 58 号	曹小平 (生产运营总监)	姚琳	-
10	台达电子工业股份有限公司	现场走访	2018/1/17	2925 E.Plano Pkwy., Plano, TX 75074, USA	Michael Chen (Purchasing Manager)	邓红卫	-
11	统一企业股份有限公司	现场走访	2018/1/31	广东省惠州市 惠东县白花镇 李洞村	吴竺霖 (资材部经理)	陈健	-
12	深圳美乐家家用产品有限公司	现场走访	2018/1/31	深圳市宝安区 松岗街道塘下涌社区同富裕 工业园兴隆路 5 号厂房	陈立宇 (采购经理)	冯继恩	-
13	宁波圣莱达电器股份有限公司	现场走访	2018/2/27	浙江省宁波市 江北区金山路 298 号	王翔 (采购部经理)	姚琳	-
14	Simplehuman, LLC	现场走访	2018/1/16	19850 Magellan Drive, Torrance, CA	Beng Liu (Vice President), Mark Lu (Director of Purchasing)	邓红卫	2018 和 2019 年度前十大
15	Breville Group Limited	现场走访	2018/2/2	Ground Floor, Suite 2 170-180 Bourke Rd, Alexandria NSW 2015, Australia	Con Psarologos (General Manager-Engineering)	张华辉	间接客户, 指定公司供货给拓璞和通用 ²
16	深圳市优维尔科技有限公司	现场走访	2019/8/9	东莞市虎门镇 东风社区第三 工业区捷南路 3 号	冯平 (总经理助理&供应链总监)	姚琳	2019 年度前十大
17	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	现场走访	2019/8/12	深圳市坪山区 比亚迪路 3009 号	陈东红 (采购部经理)	张华辉	2018 年度前十大
18	湖南炬神电子有限公司	现场走访	2019/8/16	深圳市龙岗区 横岗街道六约社区埔厦路 86 号 A 座 16 楼	程汉武 (采购部副经理)	邓红卫	2019 年度前十大

² 通用指与公司发生交易的东莞厚街赤岭通用电器制造有限公司和 G.E.W INTERNATIONAL CORPORATION LIMITED.

序号	客户名称	走访方式	走访日期	访谈地点	访谈对象	保荐机构参与访谈人员	客户情况说明
		现场走访	2020/7/20	湖南省郴州市有色金属产业园区台湾工业园第 16、17 幢	朱凯（采购部总监）	张华辉	
19	Heatmiser UK Ltd	邮件访谈	2019/9/17	对方拒绝访谈，通过邮件回复问题	Martyn Kay (Director)	邓红卫	-
20	环莹企业股份有限公司	视频访谈	2019/8/16	朗特智能正风工业园 207 办公室 视频访谈	林惠娟（采购会计）	邓红卫	2017 和 2018 年度前十大
21	湖南国声声学科技股份有限公司	现场走访	2020/7/21	湖南省株洲市炎陵县霞阳镇星湖村中兴路九龙经济技术开发区标准厂房 A5 栋	石安平（采购中心采购员）	张华辉	-

（二）核查方法与核查结论

在走访客户的过程中，保荐机构采取的主要核查方法包括：

（1）搜集客户基本工商信息资料及访谈对象的身份证明文件；

（2）与客户的受访对象进行沟通交流，了解客户自身的主要业务、股东构成、经营规模等，以及与发行人的合作背景、购买发行人产品的用途、定价与运输方式、对发行人的采购比重、是否独家供应、业务合作是否存在纠纷，是否存在大额退货，账期及结算方式，是否存在现金交易及第三方付款情形、是否存在关联关系，是否存在其他利益安排等；

（3）实地查看客户车间、仓库等生产经营场所，考察客户生产经营的实际状况及发行人产品的最终销售情况等；

（4）获取客户签字盖章确认的访谈记录及是否存在关联关系的声明；

（5）综合分析判断发行人和客户之间交易规模与相应客户实际经营规模之间的匹配性。

综上，保荐机构认为：报告期内发行人的主要客户均真实存在，相关交易具有真实的商业背景，与主要客户之间的交易规模与相应客户的实际生产经营规模相匹配，交易真实，不存在虚构交易的情形。

二、在发行保荐工作报告中的说明情况

上述情况已在发行保荐工作报告“第一节 项目运作流程”之“三、项目执行的主要过程”之“（六）主要客户的走访情况”中进行补充说明。

问题 9

关于在审期间现金分红。发行人 2020 年 7 月实施现金分红，请就在审期间现金分红进行重大事项提示，分析并披露在审期间现金分红的必要性、合理性、合规性。

请保荐人核查并发表明确意见，在《保荐工作报告》中说明相关核查结论。

一、在审期间现金分红的情况

公司于 2019 年 12 月 17 日向中国证券监督管理委员会报送了首次公开发行股票并在创业板上市申请文件。在审核期间，公司于 2020 年 7 月 2 日召开董事会，审议通过了《关于利润分配方案的议案》，拟向全体股东派发现金股利 3,600 万元。2020 年 7 月 18 日，公司召开临时股东大会，审议通过了上述事项，上述现金分红已于 2020 年 7 月 28 日支付完毕。

二、在审期间现金分红的必要性

公司根据实际经营情况，遵照公司现行《公司章程》规定，同时参考上市后适用的《公司章程（草案）》中“公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展”的利润分配原则，实施了上述现金分红。

2019 年因 GLP、Knog 等主要客户货款逾期，导致公司资金紧张，故 2019 年未进行现金分红。2020 年二季度及 7 月上旬公司陆续收回了主要客户 GLP、Knog 上年末全部逾期货款，主要客户整体回款正常，现金流大为改善，为回报股东、与全体股东共享公司经营成果，公司于 2020 年 7 月进行了现金分红。上述现金分红未超过累计可分配利润，系公司充分重视对股东的合理投资回报，同时兼顾全体股东的整体利益及公司的长远利益和可持续发展，具有必要性。

三、在审期间现金分红的合理性

公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 6 月 30 日及分配现金股利影响调整后货币资金余额、相关财务数据及财务指标如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日			2019 年 12 月 31 日
	金额	现金股利影响金额	现金股利影响调整后金额	金额
货币资金	10,819.82	-3,600.00	7,219.82	3,689.83

项目	2020 年 6 月 30 日			2019 年 12 月 31 日
	金额	现金股利影响金额	现金股利影响调整后金额	金额
流动资产	39,684.05	-3,600.00	36,084.05	33,698.75
非流动资产	7,435.70	-	7,435.70	7,634.46
资产合计	47,119.75	-3,600.00	43,519.75	41,333.21
流动负债	17,849.61	-	17,849.61	16,010.85
非流动负债	935.21	-	935.21	169.18
负债合计	18,784.82	-	18,784.82	16,180.03
未分配利润	15,264.02	-3,600.00	11,664.02	12,114.80
所有者权益合计	28,334.93	-3,600.00	24,734.93	25,153.18
流动比率（倍）	2.22	/	2.02	2.10
资产负债率（合并）	39.87%	/	43.16%	39.15%

注：①上述现金股利影响调整后金额系假设在 2020 年 6 月 30 日当天完成现金股利派发后的财务数据金额；

②上表 2020 年 6 月 30 日数据经致同所审阅；2019 年 12 月 31 日数据经致同所审计。

从上表可以看出，假设在 2020 年 6 月 30 日当天完成 3,600 万元的现金股利派发，公司流动比率及资产负债率未发生重大变化，货币资金余额仍维持在合理水平，因此，2020 年 7 月的现金分红未对公司财务状况造成重大影响，公司上述现金分红具有合理性。

四、在审期间现金分红的合规性

公司上述现金分红的利润分配方案均获得公司董事会、股东大会审议通过。

五、保荐机构核查意见

为核查上述问题，保荐机构履行了如下核查程序：

1、查阅发行人与在审期间现金分红相关的董事会决议、股东会决议、发行人现行《公司章程》及上市后适用的《公司章程（草案）》，核实发行人在审期间现金分红的合规性；

2、查阅发行人与在审期间现金分红相关的银行流水单据，核实相关现金分红是否已实施完毕；

3、查阅发行人 2020 年 6 月 30 日财务报表和主要客户贷款回收状况，并测算在审期间现金分红对货币资金余额、相关财务数据及财务指标的影响，核实发行人在审期间现金分红的合理性和必要性；

综上，保荐机构认为：

发行人在审核期间的现金分红符合公司章程及相关监管要求，现金分红有利于发行人回报股东及保持利润分配政策的稳定性；发行人财务状况符合公司章程有关现金分红的相关条件，现金分红后未对发行人财务状况与生产经营情况造成重大不利影响；现金分红已按发行人章程的规定履行了利润分配决策程序。发行人在审期间的现金分红具有必要性、合理性，程序合规。

上述核查程序及核查意见已在发行保荐工作报告“第二节 项目存在问题及其解决情况”之“二、尽职调查中发现的主要问题及解决情况”之“（四）发行人利润分配政策及执行情况的核查情况”中进行补充说明。

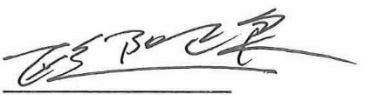
六、补充披露情况

上述在审期间现金分红的情况已在招股说明书“重大事项提示”中进行补充披露，相关现金分红的必要性、合理性、合规性已披露在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）资产负债表日后事项”。

（本页无正文，为深圳朗特智能控制股份有限公司《关于深圳朗特智能控制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的回复》之签章页）



深圳朗特智能控制股份有限公司

法定代表人： 

欧阳正良

2020 年 8 月 10 日

(本页无正文，为兴业证券股份有限公司《关于深圳朗特智能控制股份有限公司
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的回复》之签章页)

保荐代表人：

张华辉

张华辉

贾晓斌

贾晓斌



保荐机构总经理对落实函回复报告的声明

本人已认真阅读深圳朗特智能控制股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐机构总经理：



刘志辉

保荐机构董事长对落实函回复报告的声明

本人已认真阅读深圳朗特智能控制股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：


杨华辉

