



关于厦门狄耐克智能科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函回复报告

保荐机构（主承销商）



（深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦十六层至二十六层）

关于厦门狄耐克智能科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 发行注册环节反馈意见落实函回复报告

深圳证券交易所：

根据贵单位 2020 年 9 月 12 日下发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2020〕010458 号）（以下简称“意见落实函”）的要求，厦门狄耐克智能科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“狄耐克”）会同保荐机构国信证券股份有限公司（以下简称“保荐人”）、广东信达律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就所提问题逐条进行了认真调查、核查及讨论，并完成了《关于厦门狄耐克智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函回复报告》（以下简称“本意见落实函的回复”）。

如无特殊说明，本意见落实函回复中简称与招股说明书中简称具有相同含义。

字体	含义
黑体加粗	意见落实函
宋体	对意见落实函的回复
宋体加粗	对意见落实函核查的结论性意见
楷体加粗	涉及对招股说明书等申请文件的修改内容

在本意见落实函的回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题 1:

申请材料显示，公司产品质保期通常为到货验收后的 1-3 年,保修期内免费提供技术支持和培训，并全部承担因产品质量问题引起的维修和更换等所有费用；报告期内，公司未对退换货、售后服务费进行计提；2017-2019 年、2020 年 1-3 月，公司销售费用中售后服务费分别为 19.98 万元、22.57 万元、27.75 万元、2.19 万元，占各期营业收入比低于安居宝等同行可比公司。

请发行人：

（1）披露产品质保期内的售后服务流程与核算方式；结合报告期内售后服务相关的人工、物料等支出，以及产品故障原因、故障率等补充说明并披露报告期各期的售后服务费发生金额的合理性；对比同行业可比公司售后服务相关支出情况说明并披露公司售后服务支出占比的合理性；（2）披露未对退换货、售后服务费进行计提的原因，是否符合《企业会计准则》规定；结合同行业可比公司的相关会计处理说明并披露未计提上述费用是否合理、谨慎。

请保荐机构、会计师对发行人售后服务费的完整性，是否存在体外支付售后服务费用的情况发表明确意见，并说明核查方式、结论。

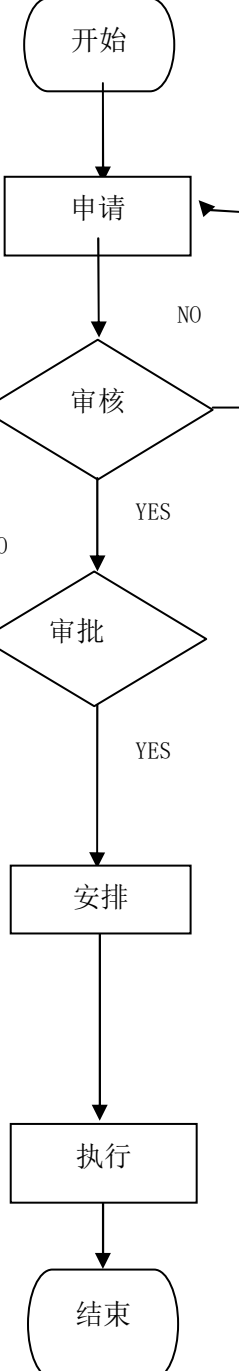
【回复】

一、披露产品质保期内的售后服务流程与核算方式；结合报告期内售后服务相关的人工、物料等支出，以及产品故障原因、故障率等补充说明并披露报告期各期的售后服务费发生金额的合理性；对比同行业可比公司售后服务相关支出情况说明并披露公司售后服务支出占比的合理性。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“1、销售费用”中披露如下：

（5）售后服务费

1) 售后服务流程

售后服务申请流程图	责任人	流程说明	使用表格
 <pre> graph TD Start([开始]) --> Apply[申请] Apply --> Audit{审核} Audit -- NO --> Apply Audit -- YES --> Approve{审批} Approve -- NO --> Apply Approve -- YES --> Arrange[安排] Arrange --> Execute[执行] Execute --> End([结束]) </pre>	营销中心	服务申请人员根据客户反馈情况，了解项目信息、客户信息、项目系统、主要使用产品、服务类别等项目概括，提供对应项目系统图、配置清单并在 CRM 系统提交《售后服务申请流程》进行申请。	《售后服务申请流程》
	部门经理	服务申请部门经理根据部门 CRM 系统提交的《售后服务申请流程》进行服务需求、费用合理性审核确认： 1. ODM 事业部、战略地产部、国际品牌部由对应部门经理审核； 2. 产品支持部、办事处由客服部部门经理审核。	《售后服务申请流程》
	销售支持中心 分管副总	根据 CRM 系统提交的《售后服务申请流程》进行审批确认。	《售后服务申请流程》
	客户服务部	售后主管接收 CRM 系统批复的《售后服务申请流程》，合理调配人员、安排售后服务工作。	《售后服务申请流程》
	客户服务部	技术人员在预约时间内完成上门服务，对客户技术对接人进行产品操作/维护培训并做好《技术培训记录单》登记工作，如实填写《现场服务工作单》（公司品牌采用带 DNAKE logo, OEM/ODM 等非狄耐克品牌采用中性表单），由客户签字确认。	《技术培训记录单》 《现场服务工作单-DNAKE 品牌》 《现场服务工作单-无品牌》

2）结合核算方式及物料、人工等具体支出分析售后服务费金额的合理性

报告期各期，公司销售费用中售后服务费分别为 19.98 万元、22.57 万元、27.75 万元和 2.19 万元，售后服务费金额的合理性分析如下：

第一，公司的业务模式和费用核算方式决定了销售费用下的售后服务费仅核算售后服务相关的内销业务的物料支出。

从业务模式上看，公司系产品提供商，公司不负责产品的后续运营和服务，、

公司售后服务支出主要是与售后维修相关的人工和物料支出，具体内容及会计核算方式说明如下：

A.售后服务人员薪酬。一方面，公司在集团层面设立专门的客户服务部门，负责技术难度较高的售后维修；另一方面，公司各地的办事处设有技术服务人员，负责管辖区域内的售前推广、技术指导、简单的售后维修等工作。客户服务部的人员及办事处的技术服务人员均属于公司负责售后维修的销售人员，其薪酬通过“应付职工薪酬”科目核算并在实际发生时计入“销售费用-职工薪酬”。

B.物料支出。一方面，公司在外销过程中依据合同约定附赠 1%-2% 的备品用于售后维护，该等备品备件在实际领用时转入发出商品并在相关产品确认收入时结转营业成本；另一方面，公司内销产品出现质量问题时，公司提供免费修理服务时发生维修领料费，该等支出在每月发生时费用化处理并计入“销售费用-售后服务费”。

上述售后服务相关的人工、物料支出金额列示如下：

金额单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
客户服务部职工薪酬 a	53.68	285.08	229.67	181.26
办事处技术服务人员职工薪酬 b	134.42	544.64	525.77	241.59
人工支出合计 c=a+b	188.10	829.73	755.44	422.85
外销产品的备品备件 d	0.07	3.94	3.68	2.33
内销产品的维修领料费 e	2.19	27.75	22.57	19.98
物料支出合计 f=d+e	2.26	31.69	26.25	22.31
售后服务支出合计 g=c+f	190.36	861.42	781.69	445.16
营业收入 h	9,940.12	61,510.76	45,656.54	38,101.45
产品售后服务支出/营业收入 i=g/h	1.92%	1.40%	1.71%	1.17%

报告期各期，公司与售后服务相关的人工、物料支出金额合计分别为 445.16 万元、781.69 万元、861.42 万元和 190.36 万元，其中人工支出各期占比超过或接近 95%，该等支出主要通过“应付职工薪酬”核算并在实际发生时计入“销售费用-职工薪酬”，而计入“销售费用-售后服务费”的仅为占比较少的物料支出中的内销产品的维修领料费，因而金额较低。

第二，公司重视产品质量管理，产品销售后实际发生故障及维修的情形较少，因而相应的维修物料支出较少；且各期产品故障率较为稳定，故障原因主要为元器件的离散性不良所致，通常仅需更换器件设备解决故障，大部分更换的元

器件是价值较低的阻容元件、保险丝、接插件、按键等低值易耗品，因而计入售后服务费的物料支出金额较少且各期较为稳定。

公司产品系电子产品，随着使用年限的增长，部分设备会出现开不了机、呼不通、死机、黑屏，无法开锁、无法对讲，不响铃、无声音，花屏、无光栅、白屏等，不能按键、不能触控等故障，出现故障的原因包括：产品受潮湿、日晒等不良自然气候条件的影响或因自然老化而出现故障，用户在使用过程中的不当操作或产品在安装前保管不善而出现故障，公司制造过程中出现的不良如虚焊、接插不良及设计临界导致的产品故障，麦克风、按键、连接线和插座等元器件离散性造成的产品故障等。上述故障产品中，约 25%进入到退、换货流程，余下的 75%由公司售后服务人员进行现场维修或以物流或快递的方式寄回公司维修后寄到项目上重新使用。

因公司产品销售品类较多，且产品故障现象分散、故障原因多样，以销售数量占比最高的室内分机进行如下分析：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售数量（台）a	158,491	1,182,725	991,750	967,744
故障数量（台）b	1,016	8,327	7,932	6,128
故障率 c=b/a	0.64%	0.70%	0.80%	0.63%

报告期各期，公司室内分机故障率分别为 0.63%、0.80%、0.70%和 0.64%，故障率较低且保持平稳波动。与公司各期产品维修质保支出波动存在相关性。

基于上述，报告期内公司售后服务费发生金额具有合理性。

3）售后服务费金额的对比分析

公司的同行业可比公司系安居宝、来邦科技、太川股份，三家公司的销售费用二级明细中，安居宝存在“产品质量保证（维修费）”科目，根据安居宝的招股说明书，该科目核算产品维修用零配件成本和售后服务工程师的工资、差旅费等；来邦科技和太川股份均不存在与售后服务费类似的二级明细科目。

①与安居宝的对比分析

由于安居宝的“产品质量保证（维修费）”包含了售后服务工程师的工资，因此将公司“职工薪酬”中归属于售后工程师工资的部分以及“售后服务费”的物料支出金额综合考虑进行对比如下：

项目		2019 年	2018 年	2017 年
安居	营业收入（万元）	92,412.07	91,890.03	84,502.38

项目		2019 年	2018 年	2017 年
宝	产品质量保证（维修费）（万元）	1,023.34	1,049.53	998.32
	产品质量保证（维修费）/营业收入	1.11%	1.14%	1.18%
狄耐克	营业收入（万元）	61,510.76	45,656.54	38,101.45
	售后服务费（物料支出）（万元）	27.75	22.57	19.98
	售后工程师薪酬（万元）	829.73	755.44	422.85
	售后服务费（物料支出）与售后工程师薪酬合计（万元）	857.48	778.01	442.83
	售后服务费（物料支出）与售后工程师薪酬合计/营业收入	1.39%	1.70%	1.16%

注：1、安居宝 2020 年一季报未披露销售费用明细科目，故未对比 2020 年 1-3 月数据；
2、外销的备品备件各期发生金额较少，未进行对比列示；3、公司的售后工程师薪酬包括客户服务部人员的薪酬和办事处技术服务人员的薪酬。

公司售后服务相关的人工和物料支出合计数占当期营业收入的比例超过安居宝，主要原因是：第一，公司办事处未设置专职的售后服务人员，技术服务人员的工作包括售前维护、技术指导、售后服务等综合性工作，因而上表中售后工程师的统计口径可能较安居宝更为广泛；第二，公司业务规模低于安居宝，其中，部分售后服务的工程师的薪酬存在一定程度的固定成本的属性，业务规模对固定成本的摊薄效应不及安居宝。

为减少两家公司因售后工程师设置方式和工作职责导致的差异对费用率对比的影响，综合考虑公司与安居宝的全部销售人员职工薪酬（含售后工程师的职工薪酬和其他销售人员的职工薪酬）和售后服务费两项金额及其占营业收入的比例对比如下：

公司名称	项目	2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
安居宝	营业收入	92,412.07	100%	91,890.03	100%	84,502.38	100%
	工资薪金	3,626.38	3.92%	3,378.52	3.68%	4,141.79	4.90%
	产品质量保证（维修费）	1,023.34	1.11%	1,049.53	1.14%	998.32	1.18%
	工资薪金与产品质量保证（维修费）合计	4,649.72	5.03%	4,428.04	4.82%	5,140.11	6.08%
狄耐克	营业收入	61,510.76	100%	45,656.54	100%	38,101.45	100%
	职工薪酬	6,326.32	10.28%	5,047.89	11.06%	4,190.21	11.00%
	售后服务费	27.75	0.05%	22.57	0.05%	19.98	0.05%
	职工薪酬与售后服务费合计	6,354.07	10.33%	5,070.47	11.11%	4,210.18	11.05%
狄耐克职工薪酬与售后服务费合计-安居宝 工资薪金与产品质量保证（维修费）合计		-	5.30%	-	6.29%	-	4.97%

综合考虑全部销售人员的工资及售后服务产生的物料支出，公司该等支出占当期营业收入的比例各期超过 10%，2017 年-2019 年分别超出安居宝 4.97%、6.29%和 5.30%，主要系公司处于业务扩张期，需要较多的销售人员投入以拓展销售渠道，销售人员的总人数超过安居宝，具体详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“5、期间费用率与同行业公司的对比分析”之“（1）销售费用率”之“2）与安居宝的对比”。

因此，公司售后服务费的金额与安居宝“产品质量保证（维修费）”的金额因为核算内容的差异不具备可比性，考虑人工支出后的公司售后服务费用与安居宝不存在重大差异，公司包括售后服务费在内的各项销售费用完整。

②与来邦科技和太川股份的对比分析

来邦科技和太川股份的各期销售费用明细中无专门的与售后服务相关的二级科目，表明其与售后服务直接相关的销售支出较少。公司“销售费用-售后服务费”金额较少的情形与来邦科技和太川股份相比具有一致性。

基于上述，公司售后服务费的金额与来邦科技和太川股份具有一致性；由于会计核算方式的差异，相应支出与安居宝的产品质量保证费用不具有可比性，但考虑公司售后服务人员工资后的相应支出与安居宝一致；公司的销售费用各项支出完整。

二、披露未对退换货、售后服务费进行计提的原因，是否符合《企业会计准则》规定；结合同行业可比公司的相关会计处理说明并披露未计提上述费用是否合理、谨慎。

（一）未对退换货进行计提的原因，是否符合《企业会计准则》规定，该项会计处理与同行业可比公司的对比

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（八）退换货情况”中披露如下：

报告期内，公司退货、换货的具体情况如下：

金额单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
退货金额①	43.85	204.11	190.18	334.76
换货金额②	66.18	375.14	211.18	304.50
退换货金额合计③=①+②	110.03	579.24	401.36	639.26
当期营业收入④	9,940.12	61,510.76	45,656.54	38,101.45
退换货金额占比③/④	1.11%	0.94%	0.88%	1.68%

报告期内，退换货按原因列示如下：

金额单位：万元

退换货原因	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
样品备品退货	32.03	29.11%	119.33	20.60%	128.29	31.97%	225.69	35.31%
质量问题退货	11.82	10.75%	84.78	14.64%	61.88	15.42%	109.07	17.06%
退货小计	43.85	39.85%	204.11	35.24%	190.18	47.38%	334.76	52.37%
客户需求变更换货	62.74	57.02%	309.19	53.38%	179.64	44.76%	264.87	41.43%
寄修换货	3.44	3.12%	65.95	11.39%	31.54	7.86%	39.63	6.20%
换货小计	66.18	60.15%	375.14	64.76%	211.18	52.62%	304.50	47.63%
退换货合计	110.03	100%	579.24	100%	401.36	100%	639.26	100%

退货的原因包括：1、样品备品退货，公司与部分客户在合同中约定了多退少补的条款，在客户项目竣工结算后，多余备品会退给公司，此外，还存在部分销售样品的退回；2、质量问题退货，由产品稳定性不足、部分功能无法使用等情形引起。换货的原因包括：1、客户需求变更换货，由客户对产品的外观、型号及款式的要求变更引起；2、寄修换货，系产品质保期内因质量问题而导致的的产品寄修。

报告期内，公司销售退换情况相对较少，各期退换货金额占比不足2%，退换货金额基本稳定，不存在大额销售退回的情形，未出现因重大产品质量问题赔偿的情形，退换货及索赔对公司经营影响较小；且最近一年退换货以客户需求变更产生的换货为主，退货占营业收入的比例仅为0.44%，因此公司合理判断不对该项情形确认预计负债，符合《企业会计准则》相关规定。

同行业可比公司中，来邦科技和太川股份不存在预计负债科目，未对退换货计提预计负债；安居宝存在预计负债科目，但根据安居宝招股说明书的披露，该科目仅核算因返修产生的售后质保费用，未对退换货计提预计负债。综上，公司未对退换货计提预计负债与同行业可比公司一致，相应会计处理具有合理性。

（二）未对售后服务费进行计提的原因，是否符合《企业会计准则》规定，

该项会计处理与同行业可比公司的对比

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“1、销售费用”之“（5）售后服务费”中披露如下：

4）售后服务费的会计处理的合理性分析

①物料支出的会计处理的合理性分析

报告期各期，公司售后服务相关的物料支出（含内销的维修物料支出和外销的备品备件支出）分别为 22.31 万元、26.25 万元、31.69 万元及 2.26 万元，占同期营业收入的比重为 0.06%、0.06%、0.05%及 0.02%，占比较低。公司未对相关费用进行计提，而是在发生时按实际发生的金额计入销售费用或营业成本。

公司销售合同中的保修条款一般约定：保修期内供方免费提供技术支持和培训，并全部承担因产品质量问题引起的维修和更换等所有费用。根据《企业会计准则》对预计负债的确认原则，预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行计量。根据公司签订的相关销售合同及历史经验看，售后服务取决于客户实际需求，公司较难对具体产生的工作量进行合理预计，且历史数据表明，公司因承担质量保证责任而需履行相关维修义务的情况较少，因产品维修而实际发生的费用支出也较少，各项费用合计占各期营业收入的比重不足 0.1%。

综上，公司合理判断上述物料支出不确认预计负债，而是根据实际业务发生时列支费用，符合《企业会计准则》相关规定。

②人工支出的会计处理的合理性分析

报告期各期，公司售后服务相关的人工支出分别为 422.85 万元、755.44 万元、829.73 万元和 188.10 万元，占同期营业收入的比重为 1.11%、1.65%、1.35%和 1.89%。公司通过应付职工薪酬对相关支出进行核算并在发生时按实际金额计入销售费用。

A.公司客户服务部人员的薪酬。公司设立客户服务部系公司业务发展的需要，系公司的固定支出，现有人员配置能够覆盖当前的销售规模下发生的维修需求，客户服务部的人数及相应的工资支出不与以前期间产品销售产生的维修义务直接相关，不属于“由过去的交易或事项所形成的现时义务”，因而，公司

通过“应付职工薪酬”而非“预计负债”科目对该等支出进行核算。

B.公司办事处技术服务人员的薪酬。公司办事处的技术服务人员与专门的售后服务人员存在职责上的差异，技术服务人员除辖区项目的售后维修外，其工作职责还包括售前业务的拓展、产品使用的技术指导及宣传等，公司未单独归集相应人员的薪酬支出中归属于售后服务的部分，因此公司在各期实际产生时将相关人工支出费用化，通过“应付职工薪酬”而非“预计负债”科目对该等支出进行核算。

综上，公司合理判断上述人工支出不确认预计负债，而是根据实际业务发生时列支费用并通过“应付职工薪酬”科目进行核算，符合《企业会计准则》相关规定。

③同行业可比公司的相关会计处理的对比分析

同行业可比公司相关会计处理比较如下：

公司名称	退换货、售后服务费的会计处理
安居宝	公司是根据当年售出产品的数量、产品的质保期限、在历史数据基础上预计的未来返修率和单台产品的维修费用(主要是维修用零配件成本和售后服务工程师的工资、差旅费等)来估算售后质保费用。公司于每年末计提预计负债时，将当年实际发生的质保费用与上年预计数相比较，据以判断预计质保费用的合理性，在此基础上及时修正预计返修率以及单台机器预计耗用成本 公司对预计质保费用的会计处理为“借记：销售费用-产品质量保证(维修费)，贷记：预计负债-产品质量保证金”；实际发生质保费用时，“借记：预计负债-产品质量保证金，贷记：原材料”等科目。
来邦科技	未通过“预计负债”以核算退换货及售后服务费，未设置专门核算“售后服务费”或近似的销售费用二级科目，表明该公司未对退换货、售后服务费进行计提，亦不存在较多金额的售后服务费支出。
太川股份	
狄耐克	根据公司签订的相关销售合同及历史经验看，售后服务取决于客户实际需求，公司较难对具体产生的工作量进行合理预计，且历史数据表明，公司因承担质量保证责任而需履行相关维修义务的情况较少，因产品维修而实际发生的物料费用支出也较少，公司未对相关费用进行计提，而是在发生时按实际发生的金额计入销售费用。 对于售后工程师人工支出，由于客户服务部人员的薪酬系公司固定开支，不属于“由过去的交易或事项所形成的现时义务”；办事处技术服务人员并非专职的售后服务人员，公司未对相关费用进行计提，而是在发生时按实际发生的金额计入销售费用。

公司的售后服务支出主要系人工支出；产品维修依靠客户服务部固定数量的售后服务人员及办事处下属的技术服务人员执行，相应人工支出系公司固定成本且公司未对归属于售后服务的部分进行单独归集核算，因而通过职工薪酬科目核算并在各期实际发生时将其费用化，与来邦科技和太川股份的核算方式一致；安居宝设置专门的“产品质量保证（维修费）”以核算并归集售后工程师

的工资，并通过预计负债的科目进行计提。公司与安居宝会计核算方式的差异主要系两家公司的售后工程师的岗位设置以及细分核算科目的差异，根据各自实际情况而确定，具有合理性，符合《企业会计准则》的要求。

三、请保荐机构、会计师对发行人售后服务费的完整性，是否存在体外支付售后服务费用的情况发表明确意见，并说明核查方式、结论。

保荐人和申报会计师履行了下列核查程序：

1、访谈了解。访谈了发行人业务部门人员、财务人员，了解发行人售后服务流程、核算方法，分析复核发行人各期售后服务费的明细及统计口径，了解关于未计提预计退货、维修费、预计负债的依据及合理性。

2、控制测试。检查了发行人产品质保期内的售后服务流程与核算方式相关的内部控制制度并就其执行情况进行了测试；保荐机构还检查了发行人关于内部控制有效性的自我评价报告以及注册会计师的鉴证意见。

3、检查发行人原始记录及支持性单据。检查了发行人与客户合同或协议中的售后服务/保修期及服务标准相关条款；检查产品质量保证义务历史执行情况、维修记录等，复核分析发行人有关质量保证条款的预计负债处理是否合理；核查了发行人报告期内退换货记录明细、现场维护记录明细及售后服务支出的明细，并抽取了包括退换货产品的入库凭证、现场维修服务申请单、现场维修服务执行记录单、相关支出的会计处理凭证等在内的原始单据。

4、实地走访确认。对报告期内发行人的主要客户、供应商进行了实地走访，核查并确认下列事项：（1）发行人与主要客户和供应商的交易是否存在真实业务和交易背景；（2）发行人与主要客户、供应商是否存在现金收付交易、业务员代收货款、第三方回款等情形；（3）主要客户和供应商与发行人及其实际控制人、发行人董监高等关联方是否存在关联关系；（4）主要客户和供应商是否与发行人存在非经营性资金往来，是否存在替发行人代垫费用的情形；（5）发行人产品在使用过程中的质量情况，发行人与主要客户关于退换货、维修、质保期的约定，是否存在大额退换货及大量维修的情形。已走访发行人主要客户的各期合计收入占当期营业收入比例分别为 53.8%、61.8%、61.3%和 61.0%；已走访供应商各期合计采购额占当期采购总额的比例分别为 58.16%、61.10%、58.96%和 66.13%。

5、实地核查产品终端使用情况。一方面，通过实地查看和照片查看相结合的方式，检查发行人产品在销往一般工程商和经销商的终端楼盘上的真实使用情况，并通过观察、询问的方式了解发行人产品使用过程中的质量情况，合计查验楼盘 840 个，占各期发行人向一般工程商和经销商销售金额的比例分别为 44.70%、43.96%、51.26%和 37.31%；另一方面，对于 2019 年四季度发行人验收收入的终端销售情况进行重点核查，通过实地查看和视频实时查看的方式核查发行人产品在终端项目的使用情况，了解项目的户数情况以及施工情况、交房情况，将实地/视频了解的信息与发行人预先提供的项目信息进行核对，以确认发行人产品销售的真实性，对于已安装交付使用的产品还通过观察、询问的方式了解发行人产品使用过程中的质量情况，2019 年四季度验收收入的终端使用情况的核查比例达到 72.83%。

6、资金流水的核查。核查了报告期内发行人及子公司、发行人实际控制人（缪国栋）及其配偶（林素萍）、发行人董监高（含独立董事在内的全体董监高，含报告期内已卸任的董监高）、发行人核心技术人员及重要管理人员（陈杞城、徐兆鹏、黄建峰、黄文杰）、兴联集团及其子公司（兴联彩印、兴联资产）和董事高管（刘文彬、周克宽）、发行人自然人股东（夏玉勤、裴韶山）、发行人除董监高以外的主要销售人员（陈旺洋、陈浩、缪超、曹小仕）、发行人其他关联方（鹰慧物联、卫联电子、冯强、刘德林、上海新住信）、发行人其他利益相关方（广西南宁厦大电子有限公司、石家庄超亚电子有限公司、长沙韩昌电子科技有限公司）的银行流水，重点关注发行人及发行人关联方是否与客户或供应商存在非经营性的资金往来，是否存在发行人关联方或利益相关方替发行人代垫费用的情形。

7、同行业的对比分析。结合发行人售后服务支出的构成情况及会计核算情况、同行业可比公司相关支出的核算方式及核算内容、发行人与同行业可比公司售后服务支出的金额及会计处理方式的对比分析，核查发行人的售后服务支出及相关会计处理是否具有合理性和谨慎性。

经核查，保荐人和申报会计师认为，

1、发行人退换货金额较小，销售费用中的售后服务费发生金额较低且具有

合理性，发行人未对售后质量保证计提预计负债具备合理性，符合《企业会计准则》的规定。

2、发行人售后服务费的金额及会计处理方式与同行业可比公司来邦科技和太川股份具有一致性；考虑会计核算方式的差异，发行人售后服务支出的金额与同行业可比公司安居宝具有一致性。

3、报告期内，发行人不存在体外支出售后服务费用的情形。

问题 2:

根据招股说明书披露，公司 2017-2019 年、2020 年一季度各期末固定资产净值分别为 1,241.86 万元、1,383.63 万元、1,325.42 万元、1,246.05 万元，占同期资产总额的比例分别为 3.63%、2.98%、1.93%、2.03%；公司固定资产占资产总额、机器设备和与生产相关的器具工具占资产总额的比例均低于安居宝等可比公司。

请发行人：

(1) 披露报告期内产能利用率相关情况，并分析说明报告期内产能利用率的合理性，固定资产、生产人员数量变动与产能变动是否匹配；(2) 对比同行业可比公司的产品工艺与生产流程、产能、生产设备占比、生产人员数量等情况说明并披露公司固定资产、生产相关设备占比较低的原因及合理性。

请保荐机构、会计师对上述问题发表核查意见。

【回复】

一、披露报告期内产能利用率相关情况，并分析说明报告期内产能利用率的合理性，固定资产、生产人员数量变动与产能变动是否匹配。

(一) 披露报告期内产能利用率相关情况

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“(一) 产能、分产品的销售情况”之“1、产品的产能”中披露如下：

公司采取“以销定产，以产定购”的生产经营模式，在与客户签订订单后根据订单情况确定生产计划和采购计划。公司的主要生产资料包括厂房、贴片机等生产组装测试设备、原材料和人工。制约公司产能的生产环节主要包括 SMT 环节和组装环节，其中，组装环节主要依靠流水线、工装治具、工具、自动化设备、机械手等器具，对固定资产的依赖程度较低，其产能情况决定于装配工人的工时及效率，具有较强的弹性，公司能够根据实际订单情况弹性调节人工的数量，因此，组装环节并不是制约公司产能的主要因素，影响公司产能的主要因素系公司 SMT 环节的贴片产能。

报告期内，公司自有贴片机进行贴片加工以满足自身的 SMT 需求，当公司订单量较多，生产环节的贴片需求超出自有产能时，公司通过外协加工的方式满足贴片需求。报告期各期，公司贴片环节自有产能和外协产量的情况列示如下：

点数单位：万点

期间	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
总点数①=②+③	10,610.60	80,331.75	51,727.76	42,011.30
自有产能（自加工点数）②	6,825.82	59,426.92	47,603.71	33,586.50
外协点数③	3,784.78	20,904.83	4,124.05	8,424.80
自加工比例④=②/①	64.33%	73.98%	92.03%	79.95%

注：上述统计仅包括贴片点数，不包括插片点数。

报告期各期，公司 SMT 贴片自有产能分别为 33,586.50 万点、47,603.71 万点、59,426.92 万点和 6,825.82 万点。公司 SMT 贴片产能受到设备故障率、备料速度和换线速度、订单产品的版型和批量等多种因素的综合影响，随着公司设备故障率的下降，备料速度和换线速度的提升以及批量订单的频次和占比提升，2017 年-2019 年公司 SMT 自有产能增长较快。

（二）分析说明报告期内产能利用率的合理性，固定资产、生产人员数量变动与产能变动是否匹配

公司主要生产环节系 SMT 环节和组装环节，两类生产环节的分析如下：

1、SMT 环节

（1）产能利用率的合理性

2018 年，公司 SMT 贴片环节自加工比例 92.03%，较 2017 年 79.95%提升较多，主要系当期公司自加工点数提升较多；2019 年，公司 SMT 自加工点数持续提升，但由于当期订单增长较快，公司对 SMT 点数的总需求增长超过自加工点数的增长，因而外协点数及其占比提升；2020 年 1-3 月，受疫情影响，公司 SMT 贴片环节的生产工人复工复产的时间推迟，因而存在较多的 SMT 外协需求，导致自加工比例较低。

（2）产能与固定资产的匹配

SMT 加工环节主要依靠贴片机。2017 年 1 月至 2 月期间，公司的生产车间位于原有厦门市湖里区兴联大厦，仅有一条自加工的 SMT 生产线并配置有 2 台

贴片机；2017年3月，公司生产车间整体搬迁至海沧区，新购置3台贴片机和2条自加工的SMT生产线，自此公司的SMT自加工环节配置为三条生产线和5台贴片机，未发生变动。相应贴片机的理论产能测算如下：

名称	资产名称	配置的贴装头规格	贴装头数量①	单头的理论耗时（秒）②	设备理论耗时（秒）③=②/①	每小时设备理论产能④=3600/③	设备理论月产能⑤=④*22*28	实际产能极限⑥=⑤*折算系数	备注
贴片机1	CM402	高速头	2	0.24	0.12	30,000	18,480,000	11,088,000	BM221 实际产能按理论产能的50%折算；CM402 实际产能按理论产能的60%折算
		多功能头	2	0.84	0.42	8,571	5,280,000	3,168,000	
贴片机2	CM402	高速头	4	0.24	0.06	60,000	36,960,000	22,176,000	
贴片机3	BM221	多功能头	1	0.3	0.3	12,000	7,392,000	3,696,000	
贴片机4	CM402	高速头	4	0.24	0.06	60,000	36,960,000	22,176,000	
贴片机5	BM221	多功能头	1	0.3	0.3	12,000	7,392,000	3,696,000	
合计						182,571	112,464,000	66,000,000	

注：1、规格书上的贴装速度都是贴装头不停贴片的速度，实际使用时要考虑抓取器件的行程，按业界的经验值 BM221 按 50%折算成实际产能极限，CM402 按 60%折算成实际产能极限；2、工作时间按每天 22 小时（每天白班和夜班的吃饭休息时间各 1 小时），每月按 28 天计算（每两周要倒一次白夜班，并进行设备保养）。

2017 年-2019 年，公司各月度 SMT 贴片自加工点数列示如下：

月份	SMT 自加工点数（万点）	月份	SMT 自加工点数（万点）	月份	SMT 自加工点数（万点）
2017.1	1,255.80	2018.1	3,503.86	2019.1	3,925.52
2017.2	1,212.32	2018.2	768.19	2019.2	1,345.11
2017.3	1,987.92	2018.3	3,093.56	2019.3	4,909.81
2017.4	2,327.67	2018.4	3,731.63	2019.4	4,970.48
2017.5	2,237.35	2018.5	4,294.43	2019.5	5,517.80
2017.6	3,640.42	2018.6	4,347.69	2019.6	5,204.91
2017.7	3,206.69	2018.7	3,480.64	2019.7	5,821.05
2017.8	3,828.20	2018.8	5,114.67	2019.8	5,593.30
2017.9	3,153.53	2018.9	4,642.61	2019.9	5,278.30
2017.10	3,144.41	2018.10	4,074.62	2019.10	5,194.44
2017.11	4,050.53	2018.11	4,894.71	2019.11	5,936.67
2017.12	3,541.66	2018.12	5,657.09	2019.12	5,729.53
2017 年合计	33,586.50	2018 年合计	47,603.71	2019 年合计	59,426.92

公司 SMT 贴片环节自有产能呈现两种趋势：

第一，同一年度内随着时间的推移，自有产能呈增长趋势，主要是公司的业务量在第一二季度较少，第三四季度较多且第四季度的业务量最大，由此导致同

一年度内公司的产能需求随着时间的推移而增长，推动自有产能的逐步增加。

第二，不同年度间的自有产能呈增长趋势，其中 2017 年、2018 年和 2019 年的单月产能峰值分别为 4,100 万点、5,700 万点和 5,900 万点，主要原因是：

首先，2018 年起，公司 SMT 生产环节由子公司狄安电子转入母公司层面执行，公司加强对设备使用效率的管理，更多地采用“白班夜班两班倒”倒班的方式以提升贴片机的使用效率，因而能够实现贴片机数量不变的情况下的工人工时的提升及相应产能的提升。

其次，产品的版型和批量会影响生产效率，如同一批次的相同细分型号的产品数量越多，设备的切换时间越少，生产效率就越高。随着公司业务量增加且新增较多批量订单，有助于效率的提升。

再次，公司设备使用初期会存在一定的故障率，随着时间的磨合，设备的故障率下降；同时，公司通过编制完善物料管理系统，提升备料速度和换线速度，减少换线损失。

至 2018 年 12 月，发行人的单月产能已经达到近 5,700 万点，接近理论产能 6,600 万点，因而，2019 年四季度的单月产能峰值相比 2018 年度的增幅较少。2017 年-2019 年期间，各月度的产能随着月度和年度的推移呈现整体增长趋势，逐步接近 6,600 万点的产能极限，公司 SMT 贴片环节的实际产能与固定资产的配置情况相匹配。

（3）产能与生产工人工时的匹配

报告期内，公司 SMT 贴片产能与该环节生产工人工时的匹配性分析如下：

期间	2020 年 1-3 月	2019 年		2018 年		2017 年
	点数/工时	点数/工时	增幅	点数/工时	增幅	点数/工时
SMT 贴片自有产能（自加工点数）（万点）	6,825.82	59,426.92	24.84%	47,603.71	41.73%	33,586.50
SMT 环节直接人工工时	23,184.48	173,514.50	-1.52%	176,198.70	55.86%	113,050.60

SMT 环节主要依赖固定资产，即贴片机的数量，同一台贴片机需配置固定数量的生产人员，因此 SMT 环节的直接人工工时主要与贴片机的数量有关，与自有产能不存在固定的匹配关系。

2018 年，随着公司设备的磨合及故障率的下降，公司 SMT 自有产能增加，但公司未采购新的贴片机，公司更多地采用“倒班”的方式增加工人数量及工时，贴片机的的工作时长在旺季时基本接近每天 22 小时的极限值，以平衡固定资产与

产能需求的关系，提升固定资产的利用效率，但在业务量未饱和的期间也需聘用同样数量的工人以维持产线及设备的运转，因此随着 SMT 贴片自有产能的增长，SMT 环节直接人工工时增长较快且增速超过自有产能的增长速度。

2019 年，尽管公司业务量持续增加，但由于公司贴片机的数量未增加且在业务旺季时的工作时长已接近极限，因而无法通过增加人工工时的方式提升自有产能，公司自有产能的增加主要依靠：第一，批量订单的增长有利于公司减少生产过程中的设备切换时间并提升生产效率；第二，公司加大外协比例，将零散的及生产效率相对较低的 SMT 贴片需求通过外协方式完成，因而自加工的 SMT 产能主要是大批量的效率高的订单，因而整体效率提升较多；第三，随着时间的磨合，公司设备故障率下降，同时，公司通过编制完善物料管理系统，提升备料速度和换线速度，减少换线损失。基于上述因素，公司 2019 年在工时基本稳定的情况下实现了自有产能的持续提升。

因此，SMT 环节的产能与直接人工工时不存在固定的匹配关系。

2、组装环节

（1）产能利用率的合理性、产能与固定资产的匹配

公司的组装环节主要依靠流水线、模具、支架、机械手等器具，对固定资产的依赖程度较低，其产能情况决定于装配工人的工时及效率，具有较强的弹性。即公司业务量增加时，可以通过增加工人的加班时长、新招募工人或者聘请劳务派遣员工的方式以满足新增的业务需求。因此，公司组装环节不存在固定的产能，其产量与固定资产之间不存在匹配关系。

（2）产能与生产人工工时的匹配

公司组装环节的人工工时与当期产品的销量之间具有匹配关系。公司主要产品系楼宇对讲和智能家居；楼宇对讲产品中，公司向龙湖集团及其指定工程商销售的千丁产品由外购 PAD 进行组装，耗用较少组装工时，除千丁产品外的其余各种型号的单个产品耗费的装配工时基本一致；智能家居产品包括智能开关面板和其他智能家居产品，单个智能开关面板的组装工序较为简单且耗用的工时远低于单个楼宇对讲产品，其他智能家居产品包括智能网关、窗帘导轨电机、信号转发器、智能插座、集中控制器等，以外购成品为主，因而涉及的组装工时较少；基于上述，下表列示了组装环节工时耗用较大的楼宇对讲产品销售量（不含千丁

产品)与组装工时的匹配关系:

项目	2020年1-3月	2019年		2018年		2017年
	销量/工时	销量/工时	增幅	销量/工时	增幅	销量/工时
楼宇对讲销量(万套,不含千丁)	16.08	118.84	19.60%	99.37	1.99%	97.43
组装环节直接人工工时	82,112.42	610,767.98	15.91%	526,946.12	3.47%	509,272.50

整体上看,2017年-2019年,公司业务规模与组装环节直接人工工时均呈增长趋势,具有匹配性。

综上所述,公司生产环节的产能利用率具有合理性,SMT贴片环节的产能与固定资产相匹配,组装环节的产能与生产人员工时数量的变动相匹配。

二、对比同行业可比公司的产品工艺与生产流程、产能、生产设备占比、生产人员数量等情况说明并披露公司固定资产、生产相关设备占比较低的原因及合理性。

(一)披露公司固定资产、生产相关设备占比较低的原因及合理性

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、发行人主要固定资产及无形资产”之“(一)固定资产”中披露如下:

4、固定资产、生产设备占比与同行业的对比分析

(1)同行业可比公司的生产设备情况

同行业公司上市或挂牌后仅披露生产设备的总金额,未披露具体构成,在上市或挂牌时点披露的生产设备构成情况如下:

公司名称	生产设备情况
安居宝	招股说明书(2010年12月签署) 截至2010年6月30日,公司账面原值超过20万元的生产设备系2台三星贴片机,其余生产设备价值较小。 公司机器设备账面原值和净值金额较小,主要是因为:设立初期,公司自有资金主要用于现有厂区和办公场地的建设。由于受融资渠道的限制,公司生产经营所需资金有限,难以大规模购置新的先进的生产设备,主要以国产设备或简易设备为主,SMT贴片主要由外协厂家完成,部分环节人工替代,自动化程度低,检测手段简单,同时由于高端产品种类和个性化产品较少,对模具设计要求相对简单,共用模具较多,模具账面价值较少。 随着公司业务的拓展,公司通过内部生产工人加班提高了现有生产设备利用率以满足公司市场需求,利用较少的生产设备价值创造了较大的经营业绩。
来邦	公开转让说明书(2016年2月签署)

公司名称	生产设备情况
科技	公司生产工序简单，主要涉及较为简单的组装、老化等工艺以及产品检测，机器设备主要是生产线、流水线、检测仪器等，其中，截至 2015 年 8 月末，主要机器设备系生产线（原值 12.5 万元）、流水线（原值 0.85 万元）。
太川股份	公开转让说明书（2015 年 1 月签署） 截至 2014 年 9 月末，公司机器设备主要是 SMT 贴片机、模具及回流焊机等。重要机器设备系：2 台 SMT 贴片机（累计原值 94 万元）、2 套模具（累计原值 54 万元）、1 台回流焊机和接驳台（原值 21 万元）。

同行业可比公司的主要生产设备集中在 SMT 贴片机，单台生产设备的价值较低，即使金额较大的生产设备的原值也很少超过 50 万元。

（2）公司与同行业可比公司的固定资产、生产设备占比的对比情况

报告期内，同行业公司固定资产、生产设备占比列示如下：

金额单位：万元

公司名称	项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
安居宝	生产设备原值 a	14,888.64	14,796.26	13,812.13
	生产设备净值 b	5,138.00	6,633.63	10,238.49
	生产设备成新率 c=b/a	34.51%	44.83%	74.13%
	固定资产净值 d	18,634.13	21,838.80	27,683.26
	固定资产中生产设备占比 e=b/d	27.57%	30.38%	36.98%
	总资产 f	158,803.41	158,030.63	151,257.02
	生产设备占比 g=b/f	3.24%	4.20%	6.77%
	固定资产占比 h=d/f	11.73%	13.82%	18.30%
来邦科技	生产设备原值 a	692.23	687.18	669.70
	生产设备净值 b	499.84	560.10	608.81
	生产设备成新率 c=b/a	72.21%	81.51%	90.91%
	固定资产净值 d	8,069.99	8,498.90	8,864.64
	固定资产中生产设备占比 e=b/d	6.19%	6.59%	6.87%
	总资产 f	33,749.49	30,709.84	28,137.22
	生产设备占比 g=b/f	1.48%	1.82%	2.16%
	固定资产占比 h=d/f	23.91%	27.67%	31.51%
太川股份	生产设备原值 a	1,086.63	982.69	890.97
	生产设备净值 b	529.18	454.73	437.82
	生产设备成新率 c=b/a	48.70%	46.27%	49.14%
	固定资产净值 d	825.24	687.15	711.31
	固定资产中生产设备占比 e=b/d	64.12%	66.18%	61.55%
	总资产 f	25,036.41	23,423.68	22,007.95
	生产设备占比 g=b/f	2.11%	1.94%	1.99%
	固定资产占比 h=d/f	3.30%	2.93%	3.23%

狄耐克	生产设备原值 a	2,087.67	1,932.67	1,622.93
	生产设备净值 b	991.86	960.37	868.44
	生产设备成新率 $c=b/a$	47.51%	49.69%	53.51%
	固定资产净值 d	1,325.42	1,383.63	1,241.86
	固定资产中生产设备占比 $e=b/d$	74.83%	69.41%	69.93%
	总资产 f	68,788.64	46,381.78	34,232.26
	生产设备占比 $g=b/f$	1.44%	2.07%	2.54%
	固定资产占比 $h=d/f$	1.93%	2.98%	3.63%

注：同行业公司未披露 2020 年一季报或 2020 年一季报未披露固定资产明细，因此未列示 2020 年 1-3 月数据；公司的生产设备包括机器设备及与生产相关的器具工具。

（3）公司生产设备占比与同行业可比公司的对比分析

1）与来邦科技、太川股份的对比分析

截至 2019 年末，来邦科技的生产设备原值和净值分别为 692.23 万元和 499.84 万元，太川股份的生产设备原值和净值分别为 1,086.63 万元和 529.18 万元，公司的生产设备原值和净值分别为 2,087.67 万元和 991.86 万元，公司生产设备的金额高于来邦科技和太川股份。考虑资产规模的因素，2017 年-2019 年，来邦科技和太川股份的生产设备占比均在 1.4%-2.2%，公司的占比 1.4%-2.6%，公司的生产设备占比与来邦科技和太川股份具有一致性。

2）与安居宝的对比分析

报告期内，安居宝的生产设备金额及占比处于较高水平且各期占比波动较大，与同行业其余公司存在较大差异，主要原因分析如下：

第一，安居宝自 2010 年 12 月首次公开发行并于 2011 年 1 月上市以来，不断加大包括生产设备在内的固定资产投资，因而自 2012 年以来生产设备金额及占比整体呈不断提升趋势，其中，生产设备原值由 2010 年末的 597.05 万元逐年增长至 2019 年末的 14,888.64 万元，远超过业务规模和资产增值的增速，生产设备占比相应由 2010 年 6 月末的 1.55% 提升至 2017 年末最高的 6.77%。

金额单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
生产设备-原值 a	14,888.64	14,796.26	13,812.13	10,171.24	5,288.47	4,096.11
生产设备-净值 b	5,138.00	6,633.63	10,238.49	7,613.77	3,692.94	3,026.03

资产 c	160,808.85	158,030.63	151,257.02	147,592.55	140,277.25	137,039.95
生产设备占比 d=b/c	3.20%	4.20%	6.77%	5.16%	2.63%	2.21%
项目	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31	2010.12.31	2010.6.30	2009.12.31
生产设备-原值 a	2,553.28	2,063.27	749.50	597.05	474.78	316.40
生产设备-净值 b	1,931.05	1,661.24	478.73	425.48	343.21	219.40
资产 c	130,329.91	123,906.62	109,551.64	109,164.13	22,096.95	20,393.86
生产设备占比 d=b/c	1.48%	1.34%	0.44%	0.39%	1.55%	1.08%

第二，2016 年以来，安居宝大力开拓新兴业务，相应生产设备增长较快。

2016 年前后，安居宝收入来源分布如下：

金额单位：万元

收入来源	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
楼宇对讲系统	49,754.21	48,011.01	48,831.44	47,813.47	48,880.49	44,525.72
智能家居系统	16,327.45	11,199.13	7,002.41	3,213.18	3,359.17	3,354.46
楼宇对讲和智能家居小计	66,081.66	59,210.13	55,833.85	51,026.65	52,239.66	47,880.18
停车场系统及道闸广告业务	5,726.44	8,453.51	6,277.87	2,696.87	2,225.45	2,379.37
监控系统	12,218.90	14,500.34	8,034.57	10,340.41	6,018.27	2,962.70
液晶显示屏	6,591.98	7,302.95	11,684.52	11,916.89	8,984.94	2,996.09
上述三项业务小计	24,537.33	30,256.80	25,996.96	24,954.17	17,228.66	8,338.16
其他	1,793.08	2,423.10	2,671.57	3,792.75	8,941.91	7,775.98
营业收入合计	92,412.07	91,890.03	84,502.38	79,773.57	78,410.23	63,994.32

2016 年之前，安居宝的生产设备占资产总额的比例虽然持续增长，但是仍低于 3%，与公司及来邦科技、太川股份的情形一致。2016 年起，安居宝楼宇对讲和智能家居的业务规模基本稳定，未出现大幅增长，但生产设备增长较快，从 2015 年末的 5,288.47 万元(原值)迅速增加至 2019 年末的 14,888.64 万元(原值)，表明其生产设备的增长并非源于其楼宇对讲和智能家居业务的增长；自 2016 年起，安居宝发力停车场系统及道闸广告业务、监控系统、液晶显示屏等业务，相应业务规模增长较快，生产设备亦呈现大幅增长，由此导致生产设备占比大幅提升并超出其余同行业公司。

基于上述，公司生产设备金额及占比较低具有合理性，与同行业公司来邦科技及太川股份一致，与 2016 年之前年度的安居宝一致。

(4) 公司固定资产占比与同行业可比公司的对比分析

公司固定资产占比低于同行业水平，主要是因为：

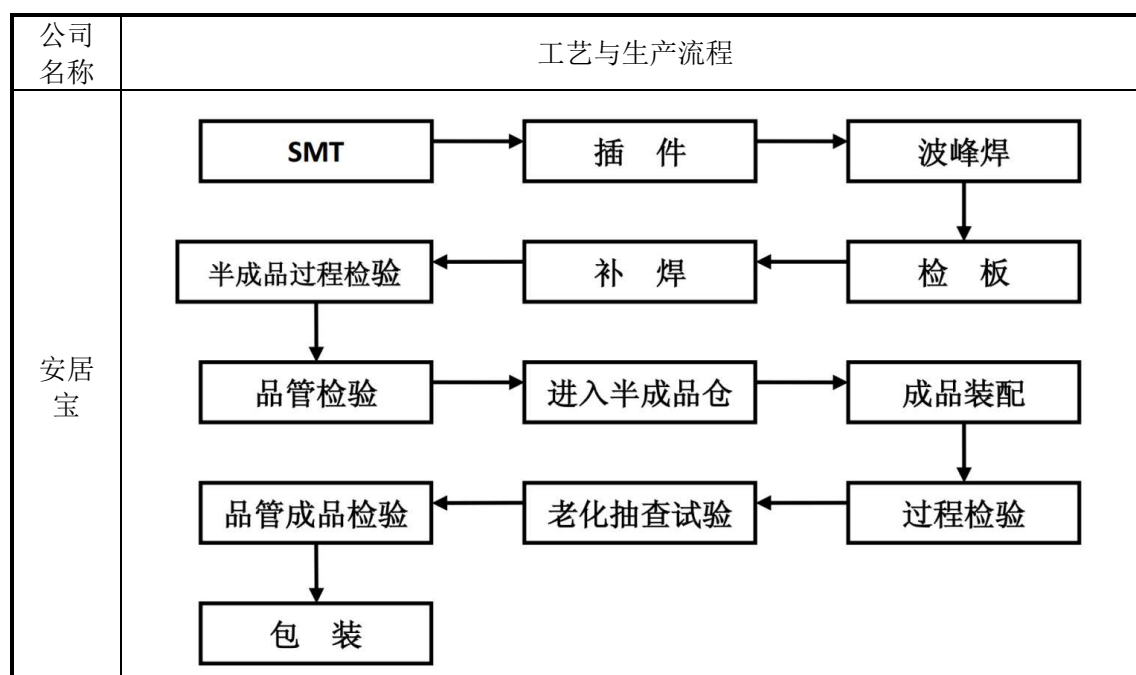
第一，安居宝和来邦科技有较多自有房屋及建筑物，相应账面价值较高，截至 2019 年末，安居宝和来邦科技固定资产中房屋及建筑物的账面价值分别为 12,364.56 万元和 7,441.09 万元，远高于公司的 231.19 万元；公司未自建或购置房屋及建筑物，生产场地均系租赁方式取得，固定资产中的房屋及建筑物来自客户以房抵贷款。

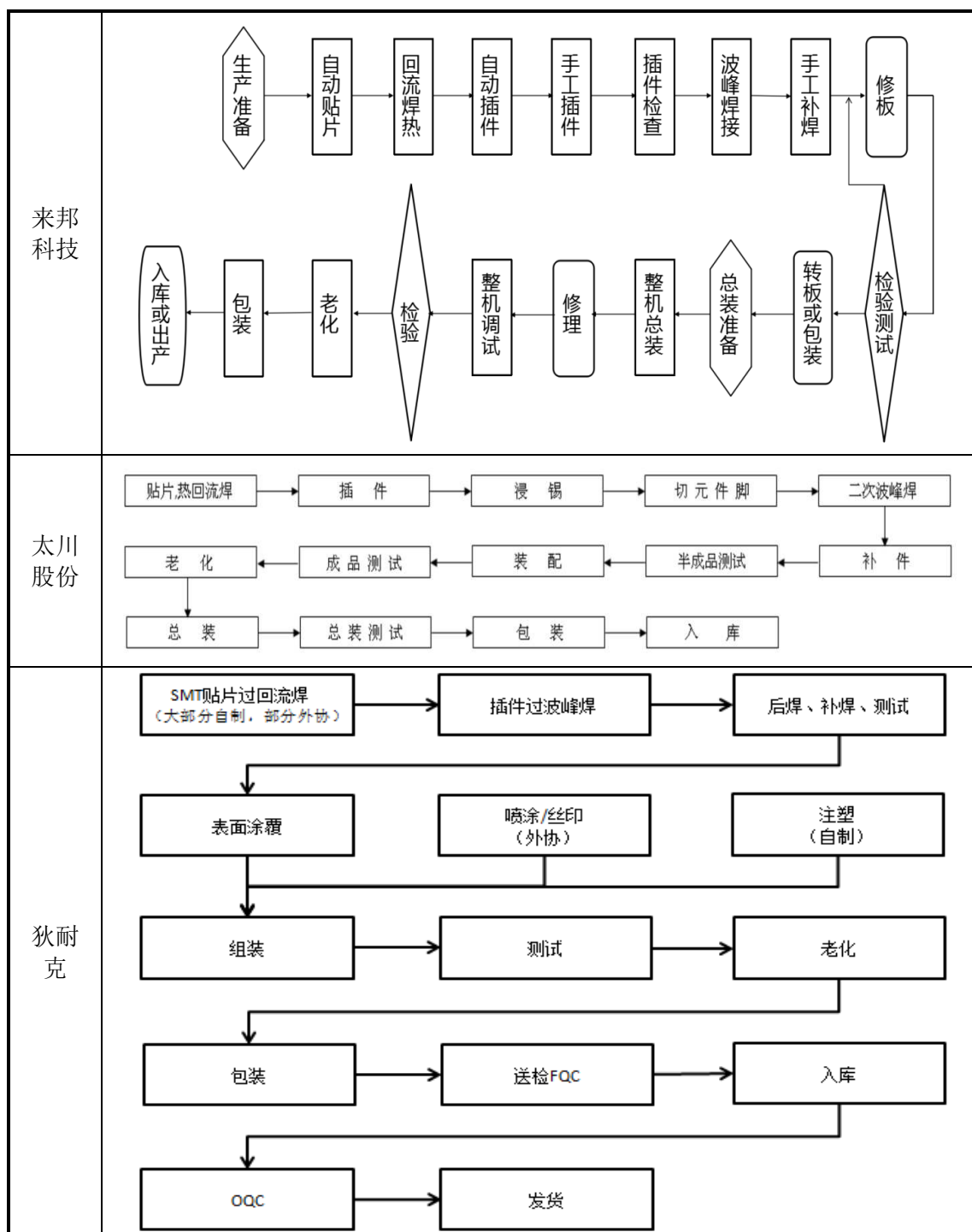
第二，太川股份的固定资产占比在 2017 年末和 2018 年末均低于公司，但 2019 年末高于公司，主要系 2019 年，公司业绩较好，资产规模随着盈利的积累而增长较多但固定资产保持稳定，导致公司 2019 年末固定资产占比较 2018 年末下降较多并低于太川股份。

（二）同行业可比公司的产品工艺与生产流程、产能、生产人员数量的对比说明

公司与同行业可比公司在产品工艺与生产流程、产能、生产人员数量方面均不存在显著差异，具体分析如下：

1、同行业可比公司的产品工艺与生产流程





安居宝、太川股份、来邦科技的产品工艺与生产流程均为 SMT、波峰焊、组装、测试、包装等环节，公司与同行业公司的工艺与生产流程一致，不存在显著差异。

2、同行业可比公司的产能及外协加工

公司名称	产能及外协加工情况
安居	审核问询函回复（2020 年 9 月签署）

宝	2017年-2020年1-6月，楼宇对讲产能分别为180万套、183万套、183万套和91.5万套，产能利用率97.1%、99.9%、99.3%和97.5%；智能家居产能分别为10万套、10万套、13万套和6.5万套，产能利用率61.3%、82.0%、108.8%和104.2%。 招股说明书（2010年12月签署） 成立初期，由于公司发展资金有限，部分生产环节由于购置设备较少难以满足生产需要，采用委托外协加工生产，主要为SMT工序环节由于只购置了一台二手贴片机，其产能和性能都难以满足公司生产需要，公司将主机、半数字化和数字化分机等贴片点数较多且加工难度较大的PCB组件通过外协加工，公司自身只加工贴片点数较少且加工难度较小的模拟分机PCB组件。 2007年、2008年、2009年和2010年1-6月，公司SMT工序部分外协加工所支付的加工费分别为28.12万元、121.49万元、166.42万元和36.81万元。2010年1-6月，公司外协加工费用和点数都有大幅度下降，主要是因为2010年公司购买了一套三星贴片机，提升了自身SMT工序的加工能力。
来邦科技	公开披露资料均未提及产能、产能利用率及外协生产。
太川股份	公开披露资料均未提及产能、产能利用率。 公开转让说明书（2015年1月签署） 公司目前只购置了2台贴片机设备用于SMT贴片生产，其产能难以满足公司日益增长的生产需要。公司将贴片点数较多且加工难度较简易的PCB组件通过外协加工，公司自身只加工贴片点数较少且加工难度较大的核心主板PCB组件。 公司委托珠海市富尔得主要加工电子料SMT贴片，且公司发生的委托加工业务属于临时性，公司自身也有SMT贴片产线，同时现行业中同类型的SMT贴片厂商较多，可以轻松找到合适的备用厂商，不存有重大依赖。 2012年、2013年和2014年1-9月份，公司外协加工费占成本比例为0.58%、0.85%和1.36%，占比较低。 从外协环节重要性、可替代性和加工费占比方面，外协环节在整个业务中所处环节和所占地位的重要性较低。 公司2013年以来一直委托珠海市富尔得公司，主要委托电子物料SMT加工。 由于公司发展需求，产品订单不断增加，在部分订单交货比较紧迫时，此时对加工环节由于购置设备较少难以满足生产需要的产能，采用委托外协加工生产。委外加工时，公司将工作量大但难度较简易的工序通过外协加工，公司自身只加工加工难度较大的核心加工工序。

同行业公司涉及外协的环节主要是SMT环节，SMT外协主要系自身产能无法满足订单需要的缺口引起，均不存在对外协厂商的重大依赖，与公司情况一致。

3、同行业可比公司的生产人员数量

公司名称	披露口径	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
安居宝	生产人员	69	111	335
	其他人员	214		
	小计	283	111	335
来邦科技	生产人员	153	156	148
太川股份	生产人员	82	90	93
狄耐克	直接人工与制造费用人员	298	284	299

注：同行业公司未披露2020年一季报或2020年一季报未披露生产人员数量，因此未

列示 2020 年 3 月末数据；上述数据均为时点人数，不含当期离职的人数，亦不含劳务派遣；安居宝 2019 年年报较之前年度新增“其他人员”的披露，未具体说明“其他人员”的岗位性质。

公司生产人员数量与安居宝较为接近，超出来邦科技和太川股份较多，处于合理水平，与公司业务规模相匹配。

三、请保荐机构、会计师对上述问题发表核查意见。

就发行人产能利用率、固定资产与同行业可比公司的对比情况，保荐人和申报会计师履行了下列核查程序：

1、访谈了发行人管理层，了解发行人产品工艺和生产流程，分析发行人产能的主要制约因素。

2、结合分月数据，分析发行人各月产品产量、SMT 需求量、SMT 自加工点数及外协点数、SMT 外协费用等各项数据的匹配性。

3、检查发行人固定资产台账，了解各项固定资产与产品工艺和生产流程的匹配关系，实地查看发行人的生产车间并盘点发行人的固定资产，核查发行人固定资产的完整性及与产品工艺和生产流程的匹配性。

4、获取发行人员工花名册和劳务派遣名单，分析发行人直接人工人数与业务增长的匹配情况。

5、查看同行业可比公司的产品工艺和生产流程、固定资产构成情况及变动情况、产能及产能利用率情况、外协加工情况、生产人员数量等情况，核查发行人生产流程、外协加工及固定资产披露是否准确、完整，对比分析发行人产能利用率、固定资产及生产人员的变动、固定资产占比及生产设备占比等业务财务指标的合理性。

经核查，保荐人和申报会计师认为，

1、影响发行人产能的主要因素系 SMT 环节的贴片产能；报告期内，发行人产能变动合理，与固定资产及生产人员的变动具有匹配性。

2、发行人生产设备占比与同行业可比公司具有一致性；固定资产占比低于

同行业可比公司主要系自有房屋及建筑物较少。

问题 3:

根据招股说明书，冯强持有发行人控股子公司环境智能 17%股权并担任总经理，持有发行人参股公司鹰慧物联 20%股权，冯强自 2006 年 3 月至 2020 年 7 月担任客户上海新住信的总经理；刘德林自 2018 年 3 月至今担任发行人全资子公司智能交通副总经理，并持有鹰慧物联 55%股权，自 2014 年 5 月至 2020 年 7 月担任鹰慧物联总经理。环境智能成立于 2016 年 8 月，上海新住信成立于 2006 年 3 月，智能交通成立于 2014 年 6 月，鹰慧物联成立于 2014 年 5 月。

请发行人：

(1) 结合冯强、刘德林个人简历，披露冯强、刘德林任职子公司高管的任职背景、之前是否为发行人员工，刘德林成立鹰慧物联后即任职发行人处的原因，说明冯强、刘德林辞任上海新住信、鹰慧物联总经理的原因；(2) 说明发行人与上海新住信、鹰慧物联的交易产品是否涉及上述相关自然人任职的环境智能、智能交通，如是，是否存在利益输送情形，能否保证相关交易的公允性；(3) 披露报告期内对上海新住信销售收入增长较快的原因及合理性，是否与其业务规模匹配。

请保荐机构及发行人律师核查并发表意见。

【回复】

一、结合冯强、刘德林个人简历，披露冯强、刘德林任职子公司高管的任职背景、之前是否为发行人员工，刘德林成立鹰慧物联后即任职发行人处的原因，说明冯强、刘德林辞任上海新住信、鹰慧物联总经理的原因。

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方与关联关系”之“(一) 关联方与关联关系”中披露如下：

1、冯强任职子公司高管的任职背景、之前是否为发行人员工、辞任上海新住信的原因

(1) 任职背景、之前是否为发行人员工

冯强的任职背景：机电工程专业专科学历。2006 年 3 月至 2020 年 7 月担任上海新住信的总经理，2016 年 8 月至今担任环境智能的总经理。

冯强在 2016 年 8 月入职环境智能前并非公司及其他子公司员工。冯强系环境智能的创始股东，自环境智能设立时即担任环境智能的总经理。

冯强任职环境智能高管的原因：

上海新住信的主营业务系建筑智能化建设工程设计与施工、弱电工程及系统集成服务，冯强认为工程企业发展会有一定的瓶颈，希望参与具有市场广阔前景的新兴业务，根据其对市场的调研，看好新风系统行业的发展前景，决定涉足新风系统业务，并对新风系统产品的研发、技术、生产、制造等进行较长时间的研究和积累。在上海新住信业务开展过程中，冯强了解到狄耐克有限，希望借助狄耐克有限的销售渠道共同开拓新风系统业务。与此同时，公司管理层希望拓展楼宇对讲以外的新兴业务，一方面拓展公司的收入来源，另一方面希望新兴业务能够与楼宇对讲业务产生协同效应，互相促进。因此，双方协商一致于 2016 年 8 月共同出资设立以新风系统的研发、生产和销售为主营业务的环境智能，由冯强担任总经理，负责环境智能的经营管理工作。

（2）辞任上海新住信的原因

冯强辞任上海新住信的原因：

第一，由于个人对新风系统市场的乐观判断，冯强在任职环境智能前，已将上海新住信的经营管理工作基本交接给冯强的堂弟冯飞执行，冯飞亦是上海新住信的股东，冯强花费较多的个人精力在新风系统的研发、生产制造和市场调研上。自 2016 年 8 月任职于环境智能后，冯强主要负责新风系统业务的管理和市场拓展，上海新住信实际经营管理已由冯飞负责，冯强实际上仅履行上海新住信法定代表人的法定职责，在此期间，冯强仅与环境智能签署劳动合同并领取工资薪金。

第二，公司出于规范内部治理，要求子公司的高管都应专职在子公司工作，而冯强作为环境智能的总经理，也应依法履行作为高管人员的忠实义务和勤勉义务，冯强因此辞去了上海新住信的总经理职务。

2、刘德林任职子公司高管的任职背景、之前是否为发行人员工、于 2014 年成立鹰慧物联并在 2018 年任职发行人处的原因、辞任鹰慧物联的原因

（1）任职子公司高管的任职背景、之前是否为发行人员工、于 2014 年成立鹰慧物联并在 2018 年任职发行人处的原因

刘德林的任职背景：计算机科学技术专业专科学历。2010年2月至2013年2月在上海爱谱华顿电子工业有限公司担任营销总监助理；2013年3月至2014年4月在英泰斯（苏州）控制系统有限公司任副总经理；2014年5月至2020年7月担任鹰慧物联总经理，2018年3月至今担任智能交通副总经理。

刘德林在2018年3月入职智能交通前并非公司及其他子公司员工。

刘德林于2014年成立鹰慧物联并于2018年任职公司子公司智能交通高管的原因：

2013年3月至2014年4月期间，刘德林在英泰斯（苏州）控制系统有限公司担任副总经理。英泰斯（苏州）控制系统有限公司系刘德林与其他股东共同创业的平台，其主营业务包括停车场系统的研发、生产和销售，刘德林在该公司任职期间，主要负责该公司的停车场系统产品的市场销售，积累了停车场系统产品的专业销售经验。后由于股东创业理念不合，刘德林于2014年4月退出该公司，另行寻找创业机会，并于2014年5月与冯强等人共同设立鹰慧物联，鹰慧物联的主营业务为电梯智能控制系统的研发、生产和销售，刘德林持有鹰慧物联40%的股权并在鹰慧物联成立后主要负责鹰慧物联的经营管理。

2018年，刘德林任职于智能交通的原因及背景：一方面，鹰慧物联的主营业务定位为电梯智能控制系统的研发、生产和销售，该产品的市场空间有限，且业务相对单一；另一方面，公司于2014年5月设立智能交通，专营智慧停车管理和人员通行管控系列产品的研发、生产和销售，设立初期公司认为凭借对楼宇对讲行业的经验，足以开发拓展停车场系统市场。但随着业务发展及对停车场行业的深入了解，公司认为需引进具有停车场系统行业经验的专业人才，鉴于刘德林在英泰斯（苏州）控制系统有限公司的行业经验，2018年3月，智能交通聘任刘德林为智能交通的副总经理，负责智能交通经营管理工作。

（2）辞任鹰慧物联的原因

刘德林辞任鹰慧物联的原因：

一方面，自刘德林任职智能交通后，智能交通业务增长较快，于2019年实现销售收入2,535.67万元和利润总额243.97万元，首次实现盈利。为了能够将主要精力投入到智能交通，实现智能交通业务的持续发展，2020年开始，刘德林将鹰慧物联的经营管理工作交于职业经理人姚峰负责；另一方面，公司出于

规范公司内部治理，要求子公司的高管都应专职在子公司工作，而刘德林作为智能交通的副总经理，也应依法履行作为高管人员的忠实义务和勤勉义务。综上所述原因，刘德林辞任鹰慧物联并专职在智能交通工作。

二、说明发行人与上海新住信、鹰慧物联的交易产品是否涉及上述相关自然人任职的环境智能、智能交通，如是，是否存在利益输送情形，能否保证相关交易的公允性。

（一）上海新住信的交易情况

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）经常性关联交易”之“1、向关联方销售”之“（1）上海新住信机电集成有限公司”中披露如下：

公司及子公司与上海新住信的交易涉及冯强任职的环境智能。报告期内，环境智能向上海新住信销售新风系统，各期销售金额分别为 0.48 万元、85.37 万元、273.64 万元和 27.30 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.0014%、0.19%、0.44%和 0.27%。除上述交易外，公司及子公司与上海新住信的其他交易不涉及冯强任职的环境智能。

环境智能向上海新住信销售新风系统的原因包括：第一，基于绿地控股的战略集采，环境智能在 2018 年 11 月成为绿地控股新风系统集中采购中标单位，而上海新住信承接了绿地控股的施工项目，因而需采购环境智能的新风系统，其定价基于战略集采价格；第二，上海新住信自行开发的客户，存在采购新风系统的需求，其价格基于产品标准结算价。

上海新住信向环境智能采购的新风系统的主要下游客户列示如下：

年份	客户名称	是否公司已有客户
2018 年	陕西师范大学	否
2019、2020 年	宁波齐采联建材有限公司（绿地控股子公司）	是（除上海新住信外，绿地控股亦通过其他子公司直接采购公司产品）

年份	客户名称	是否公司已有客户
2019 年	洛阳市新天地置业集团有限公司	否
2019 年	北师大保定学校	否
2019 年	太原新凯房地产开发有限公司	否
2019 年	武汉江汉区教育局基建维修仪器设备管理站	否
2019 年、2020 年	河南中昂地产有限公司	否

除宁波齐采联建材有限公司系绿地控股材料公司外，上海新住信开发的上述终端客户系依靠其自身渠道独立开发，并非公司已有客户。

以环境智能向上海新住信销售机型的标准型号 DAU-150H 为例，单价对比如下：

价格类型	单价
DAU-150H 标准结算价	570 元/台
DAU-150H AS 环境智能与绿地控股战略集采价格	510 元/台
环境智能向上海新住信非战略集采销售价格（DAF-150A 参考标准机器 DAU-150H，去掉 HEPA 物料）	542.4 元/台
环境智能向非关联方销售价格（DAU-150H）	549.56 元/台

由上表对比，环境智能向上海新住信销售的产品价格与环境智能向其余客户的产品价格不存在重大差异。

根据上海新住信提供的下游销售合同，上海新住信采购的环境智能的新风系统产品对外销售后，平均销售毛利率 25.24%，处于合理的利润空间。

综上，环境智能向上海新住信的销售价格公允，不存在利益输送的情形。

（二）鹰慧物联交易情况

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）

经常性关联交易”之“1、向关联方销售”之“（3）鹰慧物联”中披露如下：

4）公司与鹰慧物联的关联交易是否涉及鹰慧物联总经理刘德林任职的智能交通

公司及子公司与鹰慧物联的交易涉及刘德林任职的智能交通，报告期内，智能交通向鹰慧物联销售停车场系统，2018 年和 2019 年销售金额分别为 14.27 万元和 10.36 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.031%和 0.013%。除上述交易外，公司及子公司与鹰慧物联的其他交易不涉及刘德林任职的智能交通。

鹰慧物联曾中标中南集团的订单，存在零星采购停车场系统的需求，在项目执行过程中向智能交通采购相关产品并对外交付给中南集团，其定价基于一般工程商的结算价格。2018 年和 2019 年，智能交通向鹰慧物联销售的停车场系统的整体金额较小，毛利率水平分别为 33.23%和 45.04%，同期智能交通向鹰慧物联以外的其余一般工程商销售毛利率总体在 30%-50%之间，随客户的议价能力及采购的产品类型而波动。智能交通向鹰慧物联的销售毛利率与同期向其余客户的销售毛利率不存在重大差异，定价具有合理性。因此，鹰慧物联与智能交通的交易具有临时性和偶发性，不存在利益输送的情形，定价公允。

（三）公司关联交易相关制度安排及执行情况

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、规范关联交易的制度安排及其执行情况”中披露如下：

（四）对于公司及子公司与鹰慧物联和上海新住信交易的制度安排

由于刘德林和冯强系公司关联方，因此公司与鹰慧物联和上海新住信均属于关联交易，需严格按照《公司章程》及其他相关制度的要求履行必要审议程序。

报告期内，公司与鹰慧物联和上海新住信的交易均按照关联交易进行披露，均通过了公司股东大会的审议并由公司独立董事发表意见。根据公司独立董事

的意见，公司报告期内关联交易符合《公司法》、《公司章程》及其他有关法律、法规的规定，遵循公平、公正、自愿、诚信的原则，交易方式符合公允的市场定价规则；表决和回避程序符合要求，交易的内容符合公司业务开展和正常进行，不存在损害公司及非关联股东利益的情形。

此外，对于公司子公司与鹰慧物联和上海新住信的交易，公司要求相关交易纳入股份公司的合同审批流程内，履行公司内部合同签署及价格核定的程序，并定期（每半年）由公司内部审计部门对相关交易的定价情况进行内部审计。

报告期内，公司及子公司与鹰慧物联和上海新住信的交易定价公允，不存在利益输送的情形，公司相关内控制度能够保证相关交易的公允性。

申报会计师针对公司内部控制有效性出具了内部控制鉴证报告，认为公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

基于上述，公司与上海新住信及鹰慧物联的相关交易具有合理性，定价公允，不存在利益输送的情形，且公司已建立了完善的内控制度能够保证交易价格的公允性。

三、披露报告期内对上海新住信销售收入增长较快的原因及合理性，是否与其业务规模匹配。

公司已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、关联交易”之“（一）经常性关联交易”之“1、向关联方销售”之“（1）上海新住信机电集成有限公司”中披露如下：

上海新住信机电集成有限公司成立于 2006 年 3 月 24 日，主营业务为建筑智能化建设工程设计与施工、弱电工程及系统集成服务，上海新住信的基本情况如下：

注册资本（万元）	1,000	实收资本（万元）	1,000
注册地址	上海沪宜路 1 号 E-526		
经营范围	机电设备安装、维修（除特种设备），建筑智能化建设工程设计与施工，城市及道路照明建设工程专业施工，建筑装修装饰建设工程专业施工，		

	消防设施建设工程设计与施工，网络工程，物业管理，管道工程（除特种设备），五金交电、消防器材、环保设备、通讯器材、电子元器件、电线电缆、机电设备的销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
法定代表人	冯强
股权结构	冯强 37%、冯飞 33%、王伟伟 25%、汤松 5%

公司与上海新住信的合作始于 2013 年。因 2016 年 8 月上海新住信的总经理冯强与公司共同出资设立环境智能且冯强担任环境智能的总经理，因而上海新住信成为公司关联方。报告期内，公司对上海新住信的销售金额分别为 68.25 万元、141.22 万元、447.78 万元和 35.55 万元，持续增长特别是 2019 年增长较快，其合理性分析如下：

第一，上海新住信自身业务发展较快。报告期各期，根据上海新住信提供的财务报表，上海新住信的营业收入分别为 3,510.62 万元、3,028.34 万元、6,395.80 万元和 996.08 万元，整体增长较快且在 2019 年增长迅速，主要系上海新住信承接了较多中南集团、绿地控股、仁恒地产、花样年、华润置地、深圳鑫苑、融侨等地产客户的智能化工程项目，由此带来上海新住信对公司产品需求及采购量的快速增长。

第二，基于战略集采协议的采购规模增长。公司于 2019 年 9 月与中南集团新签智能家居产品的战略集采协议（之前存在部分零星采购），环境智能于 2018 年 11 月成为绿地控股新风系统集中采购中标单位，而上海新住信在承接相应地产公司的施工项目时需采购公司的产品，由此带来了上海新住信在承接相应地产项目时对智能家居及新风系统的采购需求的较大提升。上海新住信基于战略集采采购公司产品的情况如下：

金额单位：万元

销售内容	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
基于中南集团、绿地控股、仁恒地产的战略集采的销售合计数	32.47	288.19	54.24	67.71
其中：基于中南集团的智能家居战略集采合作	3.26	148.35	7.64	0.97
基于绿地控股的新风系统战略集采合作	24.29	125.55		
除上述两项外基于三家地产公司其余战略集采合作	4.92	14.29	46.60	66.74

基于上述，公司向上海新住信销售收入增长较快具有合理性，与上海新住信自身的业务发展相匹配。

四、请保荐机构及发行人律师核查并发表意见。

（一）对于冯强、刘德林相关情况的核查

保荐人和发行人律师履行了下列核查程序：

- 1、核查了冯强、刘德林的简历及其各自填写的调查表；
- 2、在国家企业信用信息公示系统查询了英泰斯（苏州）控制系统有限公司的经营范围；
- 3、核查了上海新住信有关其主营业务情况的说明；
- 4、核查了冯强辞职上海新住信、刘德林辞任鹰慧物联的辞职报告及股东会决议；
- 5、核查了环境智能、上海新住信关于同意冯强兼职的股东会决议；
- 6、核查了智能交通、鹰慧物联关于同意刘德林兼职的股东会决议；
- 7、就入职发行人子公司及辞任关联方职务的背景及原因，对冯强和刘德林进行了访谈，并取得了冯强、刘德林及发行人分别出具的书面确认文件。

经核查，保荐人和发行人律师认为，

- 1、发行人对冯强、刘德林的任职背景及原因披露真实、准确。
- 2、发行人对冯强、刘德林辞任相关职务的原因说明真实、准确。

（二）对于发行人与上海新住信、鹰慧物联相关交易情况的核查

保荐人和发行人律师履行了下列核查程序：

- 1、核查了发行人与上海新住信、鹰慧物料的交易明细，结合发行人及子公司相应的销售主体、销售的产品类型、最终客户流向、同期向其他非关联客户销售的毛利率水平，核查了相关关联交易的合理性及必要性、定价依据及定价公允性；

2、核查了上海新住信和鹰慧物联采购发行人产品后向下游销售的合同，分析上海新住信和鹰慧物联对外销售的毛利率水平，核查发行人相关关联交易定价的公允性；

3、查阅了发行人《重要员工背景调查及员工诚信管理制度》及关联交易相关内控制度，复核了申报会计师出具的内部控制鉴证意见及发行人独立董事对关联交易发表的意见。

经核查，保荐人和发行人律师认为，

环境智能与上海新住信的交易以及智能交通与鹰慧物联的交易具有合理性，不存在利益输送情形，发行人的内控制度能够保证相关交易的公允性。

（三）对于发行人报告期内对上海新住信销售收入增长情况的核查

保荐人和发行人律师履行了下列核查程序：

1、查询了上海新住信的工商信息，分析上海新住信的实收资本与其交易规模的匹配性；

2、查阅了上海新住信的财务报表，分析了上海新住信的业务规模与发行人向其销售规模的匹配性；

3、查阅了发行人向上海新住信销售明细，分析了发行人向其销售的产品终端客户、项目及产品结构；

4、查阅了发行人与中南地产、绿地控股战略合作协议，核查发行人向上海新住信销售增长的合理性。

经核查，保荐人和发行人律师认为，

发行人向上海新住信的销售规模增长具有合理性，与上海新住信自身业务规模相匹配。

（本页无正文，为厦门狄耐克智能科技股份有限公司《关于厦门狄耐克智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函回复报告》之盖章页）

厦门狄耐克智能科技股份有限公司（盖章）

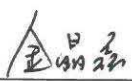


2020年9月15日

保荐人（主承销商）声明

本人已认真阅读厦门狄耐克智能科技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，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐代表人：

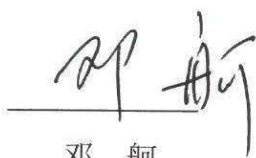


金晶磊



王跃先

总经理：



邓 舸



国信证券股份有限公司

2020年9月15日