

关于广东佳奇科技教育股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心
意见落实函中有关财务事项的回复

大华核字[2020]007849 号

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

关于广东佳奇科技教育股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心
意见落实函中有关财务事项的回复

目 录	页 次
一、 首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心 意见落实函中有关财务事项的回复	1-37

**关于广东佳奇科技教育股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心
意见落实函中有关财务事项的回复**

大华核字[2020]007849 号

深圳证券交易所：

由万和证券股份有限公司转来贵所的《关于广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函【2020】010486 号，以下简称落实函）奉悉。我们已对落实函所提及的广东佳奇科技教育股份有限公司（以下简称“佳奇科技”“发行人”“公司”）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下：

（本回复中涉及货币金额的单位，如无特别说明，均为人民币万元；所涉及简称或名词释义与招股说明书一致；部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异系四舍五入所致。）

问题 1（落实函问题 1）.关于营业收入

2020 年上半年，发行人内销主营业务收入同比增加 28.85%。受益于之前的市场拓展和布局，2020 年上半年发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家或区域销售收入的增幅较大。2017 年至 2019 年，发行人印度地区的销售收入分别为 5,805.81 万元、7,088.56 万元和 9,296.35 万元。请发行人：（1）补充披露 2020 年上半年内销主要产品收入金额、同比增长情况以及增长原因；（2）补充披露对尼日利亚、波兰、以色列等国家的市场拓展和布局措施，2020 年上半年来自上述国家的销售收入增长的合理性；（3）补充披露 2017 年至 2019 年，印度地区收入快速增长的原因及合理性；（4）补充披露贸易摩擦和新冠疫情对发行人持续经营能力的影响，并就业绩下滑等情形针对性提示风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对 2020 年上半年外销收入真实性及 2017 年至 2019 年对印度等国家收入增幅较大的核查方法、核查过程和核查结论。

【回复】

一、补充披露 2020 年上半年内销主要产品收入金额、同比增长情况以及增长原因

发行人 2020 年上半年内销产品收入情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	销售金额	增长率	销售金额
变形玩具	3,639.27	6.25%	3,425.08
机器人玩具	1,014.58	8.19%	937.80
恐龙玩具	603.67	64.42%	367.16
其他玩具	352.39	-37.83%	566.81
婴幼儿玩具	3,135.79	191.86%	1,074.41
合计	8,745.70	37.27%	6,371.26

注：上述数据业经审阅。

由上表可知，2020 年上半年发行人内销产品收入同比增长 37.27%（经审阅），主要系婴幼儿玩具和恐龙玩具销售增长所致。具体分析如下：

1、婴幼儿玩具

根据中商产业研究院数据，0-3 岁婴幼儿数量的不断上升将为玩具市场带来

广阔的发展前景。同时，越来越多“80后”、“90后”成为年轻一代父母，该群体对婴幼儿玩具的刚性需求不断增长，且消费观念时尚，更加追求孩子生活的品质。品牌、创意、个性化，都是其消费时考虑的重要因素，这将为我国乃至全球的0-3岁婴幼儿玩具行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力。家庭消费升级带来的婴童市场机遇以及国家二胎政策的实施，使0-3岁婴幼儿玩具市场规模扩大。预计到2025年，中国0-3岁婴幼儿玩具市场规模将达到383亿元。

在广阔的市场前景下，发行人采取了以下措施：①根据市场需求，有效指导后续婴童产品研发，使得产品能够更好满足消费者的需求，体现了公司产品的市场导向性；②部分婴童玩具产品在2018年全年境内外各大专业展会展出，已获得一定的市场关注，体现营销策略的先导性；③不断丰富婴童产品品类，给予客户更大的选择空间。2019年，公司的“奇迪乐”婴童系列产品面向市场销售后，截至2020年6月30日，婴童玩具有108个产品型号实现销售，产品型号数量同比增加111.76%。综上，婴童玩具同比增长较大具有合理性。

2、恐龙玩具

恐龙玩具属于科普类玩具，为玩具市场中的常青产品，市场需求较为稳定，受到经销商或下游客户青睐。2020年上半年发行人销售单价在30元以下的恐龙玩具销售数量占比达69.81%，主要系受疫情影响，经销商或下游客户会选择采购价格适中且易销的产品，因而发行人2020年上半年恐龙玩具销售收入同比增长较大。

二、补充披露对尼日利亚、波兰、以色列等国家的具体市场拓展和布局措施，2020年上半年来自上述国家的销售收入增长的合理性

公司2020年1-6月外销收入前十大国家或区域与2019年1-6月对比情况如下：

区域	2020年度1-6月		2019年度1-6月
	销售收入	变动比率	销售收入
尼日利亚	819.75	469.51%	143.94
沙特阿拉伯	627.53	-0.10%	628.16
巴西	577.61	-36.64%	911.67
波兰	510.70	398.82%	102.38
以色列	506.81	128.72%	221.59

区域	2020 年度 1-6 月		2019 年度 1-6 月
	销售收入	变动比率	销售收入
阿根廷	462.22	13.22%	408.26
瑞典	348.58	71.94%	202.73
阿联酋	315.23	22.74%	256.82
俄罗斯联邦	276.08	37.91%	200.19
比利时	266.76	-9.56%	294.97
合计	4,711.29	39.77%	3,370.71

由上表可知，2020 年 1-6 月公司对尼日利亚、波兰、以色列的出口收入同比增幅较大，其中出口至尼日利亚的经销商为美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED），出口至波兰的经销商为美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED），出口至以色列的经销商为美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）和林宝香港有限公司等。就增幅超过 100%的尼日利亚、波兰和以色列分析如下：

（一）对尼日利亚、波兰、以色列等国家的具体市场拓展和布局措施

玩具行业主要以经销模式为主，玩具企业产品能否出口至某一区域，与产品的竞争力、产品的适销情况、经销商客户资源和覆盖区域等息息相关，发行人对尼日利亚、波兰、以色列等国家的具体市场拓展和布局措施主要体现在以下两方面：

1、市场方面

调研目标市场的人口、经济状况、消费水平等情况，结合自身产品特征，确定重点市场、潜力市场、关注市场等，指导后续市场拓展和布局。

2、企业方面

（1）积极参加境内外较有影响力的玩具展会，包括但不限于香港玩具展（HONG KONG TOYS & GAMES FAIR）、中国进出口商品交易会（广交会）、纽伦堡玩具展（SPIELWARENMESSE）、纽约玩具展（NEW YORK TOY FAIR）、俄罗斯玩具展（MIR DETSTVA）等，通过展会了解不同国家或地区的文化、消费习惯，向经销商推广公司产品，提高公司产品知名度，开拓境外市场。

（2）根据前期调研结果，选择与在目标市场具有成熟销售网络和具备资源优势的经销商合作，开拓目标市场。

(二) 2020 年上半年来自上述国家的销售收入增长的合理性说明

2020 年 1-6 月发行人对尼日利亚、波兰、以色列的出口收入同比增幅较大，主要系变形玩具和婴幼儿玩具销售收入同比增幅较大所致，合理性分析如下：

1、发行人在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础

发行人 2017-2019 年销售至尼日利亚、波兰和以色列的情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售金额	同比增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
尼日利亚	819.75	469.51%	1,139.32	13.81%	1,001.04	335.70%	229.75
波兰	510.70	398.82%	678.57	-21.46%	864.01	313.73%	208.83
以色列	506.81	128.72%	379.13	-50.45%	765.14	675.63%	98.65

2017 年至 2019 年，发行人均有出口玩具产品至尼日利亚、波兰和以色列，虽各年收入金额有所波动，但发行人已在上述市场耕耘多年，为后续提升发行人在上述市场的销售额奠定了较好的基础。

2、中国玩具产品出口上述市场持续增长，贸易往来环境良好

2017-2019 年度中国出口至尼日利亚、波兰和以色列玩具总体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售金额 (万美元)	同比增长率	销售金额 (万美元)	增长率	销售金额 (万美元)	增长率	销售金额 (万美元)
尼日利亚	865.70	-11.67%	2,668.54	5.79%	2,522.51	52.82%	1,650.65
波兰	15,576.29	-15.93%	55,564.92	45.83%	38,103.26	35.87%	28,044.26
以色列	10,946.24	36.00%	18,811.12	5.02%	17,912.79	36.83%	13,091.08

注：数据来源于中国海关总署。

由上表可知，2017-2019 年度中国出口至上述区域玩具总额总体上保持持续增长，贸易往来环境良好。

发行人产品出口所申报的商品类别为“95030060 智力玩具”“95030083 带动力装置的其他玩具及模型”和“95030089 未列名玩具及模型”。

根据中国海关总署统计数据，2020 年 1-6 月我国上述三类玩具出口至尼日利亚的金额为 0.07 亿美元，出口至波兰的金额为 1.20 亿美元，出口至以色列的金额为 0.98 亿美元，其中婴幼儿玩具、变形玩具所属“智力玩具”“带动力装置的其他玩具及模型”出口至上述区域的总额同比增加 6.83%、25.68%和 35.37%。

3、尼日利亚、波兰和以色列有利的宏观因素

(1) 尼日利亚

尼日利亚为非洲最大经济体，非洲第一人口大国，人口 2 亿多，2018 年生育率为 5.39，位居全球前十。2019 年尼日利亚儿童（14 岁及以下）人口总数为 8.78 千万，占全球儿童（14 岁及以下）人口总数的比重为 4.46%，玩具产品市场潜在需求较大。另外，尼日利亚对西非国家具有较强的辐射力，是我国主要的投资目的国。

(2) 波兰

波兰的地理位置优越，地处东、西欧的交界，是“琥珀之路”和“丝绸之路”的交汇点，欧洲市场的最佳入口。与其他处于枢纽地位的国家一样，很多中国商品经波兰销售至欧盟及东欧其他国家。中国的“一带一路”计划使波兰成为一个地域中心，这是发行人销往波兰收入增长的有利因素之一。另外，波兰是中东欧地区人口较多的国家之一，2019 年度，其 14 岁以下的人口占其总人口的比重为 15.19%，使其拥有较大规模的玩具消费者。近年来，我国玩具对波兰出口增长较快，2017-2019 年度年均复合增长率达 40.76%。

(3) 以色列

以色列作为我国“一带一路”的成员，是“一带一路”沿线的重要交通枢纽。人们从非洲前往亚洲，从欧洲前往埃及、从中东前往美索不达米亚，都需要经过以色列。在“一带一路”倡议框架下，以色列同我国的贸易合作更加紧密，这是发行人玩具出口至以色列增长的一个有利因素。另外，以色列生育率较高，2018 年达 3.09，在发达国家中处于较高水平，因而对玩具需求近年来也不断增长。

综上所述，发行人上半年出口至尼日利亚、波兰、以色列收入增长主要系：一方面发行人已在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础；另外一方面有利的宏观因素及贸易环境良好，因而发行人出口至上述国家的收入增长是合理的。

三、补充披露 2017 年至 2019 年，印度地区收入快速增长的原因及合理性

发行人 2017-2019 年对印度出口收入如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
印度	9,296.35	31.15%	7,088.56	22.09%	5,805.81

发行人 2017-2019 年度对印度出口收入增长的原因主要包括外部市场因素、发行人自身因素和客户因素三个方面，具体分析如下：

1、外部市场因素

印度的 GDP 近三年年均增长率为 6.06%，另外 2019 年 14 岁及以下人口约为 3.64 亿，占世界人口的 18.49%。根据中国海关总署统计数据，中国玩具出口至印度的金额由 2017 年度的 4.41 亿美元增长至 2019 年度的 7.74 亿美元，年均复合增长率 32.48%，是全世界增长较快的玩具市场之一。2020 年上半年受疫情及印度加征关税影响，中国玩具出口至印度金额同比减少 53.01%，七月份玩具出口业务开始转暖，2020 年 1-7 月中国玩具出口至印度金额降幅收窄至 36.02%。

2、发行人自身因素

发行人 2017-2019 年对印度出口玩具产品系列情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
变形玩具	4,400.16	26.71%	3,472.59	273.40%	929.99
机器人玩具	1,662.54	6.61%	1,559.47	-54.78%	3,448.68
恐龙玩具	933.17	3.34%	903.01	36.50%	661.54
其他玩具	772.54	-33.03%	1,153.49	50.66%	765.61
婴幼儿玩具	1,527.94	-	-	-	-
总计	9,296.35	31.15%	7,088.56	22.09%	5,805.81

从上表可知，发行人出口印度收入 2018 年相比 2017 年增加 22.09%，主要系变形玩具销售收入同比增加 2,542.60 万元；2019 年相比 2018 年增加 31.15%，主要系婴幼儿玩具销售收入同比增加 1,527.94 万元。具体分析如下：

（1）变形玩具

2018 年发行人出口印度收入同比增长主要系变形玩具增长所致。发行人变形玩具出口所属产品类别为“95030083 带动力装置的其他玩具及模型”。根据中国海关总署数据，2018 年度我国该类别产品出口至印度规模为 2.2 亿美元，同比增长 198.29%。发行人变形玩具 2018 年出口至印度销售额相比 2017 年的增长主要

系变形玩具迭代升级，销售均价提高，导致销售额增长。

（2）婴幼儿玩具

2019 年发行人出口印度收入同比增长主要系婴幼儿玩具增长所致。在广阔的市场前景下，发行人通过调研消费者需求，有针对性地进行婴幼儿产品设计和研发，为后续产品取得市场认可奠定基础，同时，发行人在 2018 年积极参与境内外各大专业展会并先导性营销部分婴幼儿玩具产品，2019 年战略主推婴幼儿系列产品。此外，发行人不断丰富婴幼儿产品品类，为消费者提供更大的选择空间，来满足消费者多样化的需求。

3、客户因素

发行人的主要经销商如美佳集团、林宝香港有限公司从事玩具贸易相关业务多年，经过多年的积累，形成了其各自较为完善的销售网络和销售渠道，部分经销商在印度拥有较为成熟的销售网络和专门的销售团队，能够较好的服务印度市场，一定程度上有助于发行人的玩具产品在印度市场的推广和销售。具体如下：

（1）美佳集团

美佳集团深耕印度市场超过 15 年，其网上展厅在印度玩具经销商中知名度较高。印度区域负责人为印度人，在印度当地组建销售团队，熟知印度当地风俗习惯，收集当地客户需求，较好服务印度市场。

（2）林宝香港有限公司

林宝香港有限公司经营团队在玩具行业经验超 20 年，依托香港自由贸易港特性及其地理优势，积累了较多来自世界各地的客户，如印度当地的批发商 BIG TREE、大型连锁超市 BIG BAZAAR 等。

综上所述，2017-2019 年度发行人在印度地区收入快速增长是合理的。

四、补充披露贸易摩擦和新冠疫情对发行人持续经营能力的影响，并就业绩下滑等情形针对性提示风险

（一）补充披露贸易摩擦和新冠疫情对发行人持续经营能力的影响

自 2018 年中美贸易摩擦以来，一方面美国暂未对玩具进口实施特别的限制政策和贸易关税政策；另一方面发行人 2017-2019 年度出口至美国玩具收入占比

分别为 0.28%、2.85%和 3.39%，占比较低。此外，由于玩具生产属于劳动力密集型产业，以美国为代表的发达国家基本已将玩具生产转移到发展中国家，对进口玩具依赖较大。目前，中国仍为世界主要的玩具出口国，因而，中美贸易摩擦不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

从 2020 年 2 月 1 日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具等商品的进口关税，其中玩具从 20%提至 60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。受关税以及疫情影响，发行人 2020 年 1-6 月对印度的出口收入大幅下降，从短期来看，上述事项对发行人经营业绩造成了一定不利影响，但受益于之前的市场拓展和布局，2020 年 1-6 月发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家或区域销售收入同比增幅较大，一定程度上弥补了出口印度收入下降的缺口。此外，发行人正积极采取深耕已有销售市场和开发新的销售区域等措施，尽可能降低印度加征关税对发行人经营的影响。研究机构 NPD 的数据显示，2019 年全球玩具市场规模大约为 910 亿美元，从长期来看全球玩具市场需求较大。根据中商产业研究院数据，预计到 2025 年，中国 0-3 岁婴幼儿玩具市场规模将达到 383 亿元；另一方面中国作为世界玩具制造中心，制造全球约 70%的玩具。中国具有成熟的玩具产业链，研发能力较强，产品推陈出新较快，虽然印度有着大量廉价的劳动力，也正试图发展玩具产业，但与中国历经数十年发展积累的制造业基础相比，仍存在明显不足。综上所述，印度加征关税不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

2020 年 1 月，“新冠疫情”爆发，发行人亦受到了一定程度的影响。2020 年 2 月中旬发行人逐步复工组织生产、交付订单；发行人的供应商和国内客户也在 2 月中旬至 3 月中旬陆续复工。随着疫情在国内逐步得到控制，国内订单逐渐恢复。境外客户方面，疫情先后在欧洲、美国、印度等地爆发，海外订单出现一定程度的下降。进入二季度，发行人抓住“出口转内销，促进双循环”的机会，进一步加大开拓境内客户的力度，在维护既有客户的基础上，加大新客户和新市场的开发力度。同时，发行人加强销售人员与客户的交流并积极参加玩具专业展会，通过线上和线下多种方式让客户更多了解发行人的产品及实力，国内市场开拓取得了积极的成效。2020 年 1-6 月，发行人内销收入 8,745.70 万元，较上年同期增长 37.27%。

截至落实函回复之日，随着全球各国的复工复产，发行人的境内外订单逐步转暖。另一方面，“危中有机”，受疫情、贸易摩擦等因素影响，订单将进一步向优势企业集中，有助于发行人的市场开拓。因此，疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

经核查，发行人的经营模式、产品结构未发生重大变化；尽管存在疫情及贸易摩擦的影响，但未对发行人的持续经营能力产生重大不利影响；发行人在用的商标、专利等重要资产或者技术的取得和使用不存在重大不利变化的风险；发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖；发行人不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形。

我们认为，报告期内发行人经营状况及财务状况良好，根据发行人所处行业未来发展趋势以及发行人实际经营状况判断，发行人具有良好的发展前景及持续经营能力。

（二）对业绩下滑等针对性提示风险

1、新冠肺炎疫情对公司造成不利影响的风险

由于受全球疫情影响，物流受阻，消费者减少出行，终端销售渠道的顾客减少，公司现有客户及潜在客户的经营可能受疫情波及导致无法履约或减少、取消业务合作，这将影响公司的正常经营和业务拓展，进而对公司经营业绩产生不利影响。

受疫情影响，2020 年 1-3 月发行人主营业务玩具产品销售同比减少 27.40%。本次新冠疫情传染范围广、持续时间长，使得包括我国在内的全球经济发生重大损失，并可能对国际贸易、产业链体系和消费者心理造成深远影响。发行人作为全球产业链中的一员，发行人的经营不可避免在一定程度受到疫情影响。虽然国内新冠疫情已得到有效控制并进入常态化防控阶段，但若全球疫情蔓延加剧或因控制不力导致全球经济衰退，则可能对发行人的经营业绩产生不利的影响。

2、全球环境的不确定性导致出口业务下滑的风险

2018 年以来，美国实施“美国优先”的政策，与我国不断产生贸易摩擦。尽管

以美国为核心的发达国家对于玩具的进口尚未有特别的限制政策和贸易关税政策，但未来若中美贸易战及贸易摩擦加剧，美国仍可能对中国玩具出口采取特别的限制政策和贸易关税政策，从而对公司的玩具出口产生一定的影响。

作为全球玩具消费主要区域之一，欧洲近年经济增长乏力，甚至部分国家出现衰退，未来若欧洲国家经济持续低迷仍然可能对公司出口产生一定的影响。

3、印度加征关税导致发行人出口收入下降的风险

印度为了扶持本国玩具制造业，2020年2月1日起，印度对进口中国的玩具加征关税，从原来的20%提升到60%。印度提高关税将提高中国玩具产品在印度终端的销售价格，关税成本最终由消费者承担。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。

公司2020年1-6月对印度的出口收入共计109.93万元，同比降低98.12%。具体情况如下：

区域	2020年1-6月		2019年1-6月
	收入	变动率	收入
印度	109.93	-98.12%	5,846.97

注：2020年1-6月数据业经审阅。

公司2020年4-6月对印度的出口收入为0.00万元，7-8月对印度出口收入为100.37万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，公司对印度的出口收入存在相应下滑的风险。

2017-2019年度，公司出口印度的营业收入及公司的销售净利率如下：

项目	2019年度	2018年度	2017年度	平均数
营业收入	9,296.35	7,088.56	5,805.81	7,396.91
销售净利率	15.68%	15.21%	11.98%	14.29%

公司2020年1-8月出口印度收入210.30万元（未经审计或审阅），若假定2020年度公司全年出口印度收入仅为210.30万元，公司同比2019年出口印度收入9,296.35万元将减少9,086.05万元，按照公司2017-2019年度平均销售净利率测算，对应净利润将减少1,298.40万元。

印度加征关税对公司收入存在一定影响，公司正积极深耕已有销售市场或开

发新的销售区域等措施来尽可能降低印度加征关税对公司经营的影响，对公司持续经营能力不构成重大影响。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对 2020 年上半年外销收入真实性及 2017 年至 2019 年对印度等国家收入增幅较大的核查方法、核查过程和核查结论

（一）核查程序

针对 2020 年上半年外销收入真实性及 2017-2019 年度对印度等国家收入增幅较大的情况，我们和保荐人主要执行了以下核查程序：

1、了解、评价并测试与销售收入相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；

2、访谈公司董事长、总经理及外销负责人，了解 2020 年上半年公司外销情况及 2017 年至 2019 年对印度等国家收入增幅较大的原因；

3、获取并查阅发行人相关销售管理制度和客户管理制度，并访谈了发行人销售负责人，了解信用政策及客户管理情况；

4、检查发行人与主要客户签订的购销合同，分析风险报酬转移条款，评价发行人收入确认政策是否符合企业会计准则的有关规定；

5、查询了主要经销商的工商登记信息，关注其股东、注册资本等信息，对于境外经销商，通过香港公司注册处查册和获取中国出口信用保险公司出具的资信报告，合计取得 37 家外销客户的工商登记信息或资信报告，2017 年至 2020 年 6 月，查询的外销客户对应的销售金额占公司外销收入的比例分别为 81.10%、96.56%、97.66%和 95.58%，对于发行人直接发货至二级客户的情形，根据提单上所载明的二级客户名称等信息，通过中国出口信用保险公司调取二级客户的资信报告，2020 年 9 月补充取得 20 家二级客户的资信报告，截至落实函回复之日累计取得了 104 家二级客户的资信报告，2017 年至 2020 年 6 月，取得资信报告的二级客户对应的销售金额占直接发货到二级客户的金额的比例分别 42.73%、60.90%、71.98%和 65.27%；

6、对报告期内主要经销商进行函证；

经销商收入函证情况如下：

期间	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额	5,799.29	40,946.36	36,955.87	24,412.30
发函比例	90.60%	98.26%	93.60%	80.33%
回函确认金额	5,799.29	40,878.96	35,549.01	23,101.96
回函比例	100.00%	99.84%	96.19%	94.63%

7、取得了 2017-2020 年 3 月主要经销商的对外销售明细；

2020 年 1-3 月主要经销商销售明细取得情况如下：

客户名称	自发行人采购金额	是否取得其 对外销售明细	占当期营业收入的 比例
美佳集团	1,856.64	是	26.28%
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED/汕头市长煌贸易有限公司	799.58	是	11.32%
林宝香港有限公司	596.17	是	8.44%
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	245.49	是	3.48%
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	225.65	是	3.19%
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	322.32	是	4.56%
汕头市怡盛贸易有限公司	351.99	是	4.98%
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	252.76	是	3.58%
合计	4,650.60		65.83%

2019 年度前十大经销商销售明细取得情况：

客户名称	自发行人采购金额	是否取得其 对外销售明细	占当期营业收入的 比例
美佳集团	10,267.15	是	21.53%
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	6,569.31	是	13.77%
林宝香港有限公司	5,317.60	是	11.15%
广东健健智能科技有限公司	2,165.22	是	4.54%
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	3,497.40	是	7.33%
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	1,932.14	是	4.05%
森铭贸易有限公司	1,444.06	是	3.03%
汕头市怡盛贸易有限公司	1,100.21	是	2.31%
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	972.37	是	2.04%
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	870.42	是	1.83%
合计	34,135.88		71.58%

2018 年度前十大经销商销售明细取得情况：

客户名称	自发行人采购金额	是否取得其对外销售明细	占当期营业收入的比例
美佳集团	12,430.60	是	31.22%
林宝香港有限公司	4,604.54	是	11.57%
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	3,461.29	是	8.69%
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2,706.85	是	6.80%
汕头市艺丰贸易发展有限公司	1,821.30	是	4.57%
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	1,545.06	是	3.88%
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	1,303.60	是	3.27%
广东世纪信华文化发展有限公司	1,264.79	是	3.18%
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	941.31	是	2.36%
汕头市北舟进出口贸易有限公司	894.23	是	2.25%
合计	30,973.57		77.80%

2017 年度前十大经销商销售明细取得情况:

客户名称	自发行人采购金额	是否取得其对外销售明细	占当期营业收入的比例
美佳集团	4,574.83	是	14.99%
林宝香港有限公司	2,928.96	是	9.60%
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	3,489.22	是	11.44%
森铭贸易有限公司	2,490.06	是	8.16%
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2,082.55	是	6.83%
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	1,199.84	是	3.93%
汕头市北舟进出口贸易有限公司	1,090.41	是	3.57%
广东健健智能科技有限公司	825.47	是	2.71%
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	697.20	是	2.29%
汕头市艺丰贸易发展有限公司	604.59	是	1.98%
合计	19,983.13		65.50%

8、函证报告期内各期末主要经销商自公司采购商品的库存金额;

报告期内各期末, 主要经销商自公司采购商品的库存金额如下:

客户名称	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	0.00	0.00	0.00	0.00
IDEAL HOLDINGS(HK) LIMITED	0.00	0.00	0.00	0.00
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	0.00	0.00	0.00	注 1
汕头市迪华贸易有限公司	44.39	108.03	0.00	10.00
汕头市皮恩希玩具有限公司	219.15	243.86	0.00	401.02

客户名称	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
林宝香港有限公司	0.00	0.00	0.00	0.00
汕头市怡盛贸易有限公司	0.00	0.00	注 2	0.00
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	0.00	0.00	0.00	0.00
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	0.00	0.00	0.00	0.00
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	0.00	0.00	0.00	注 3

注 1: MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED 2017 年度未向公司采购玩具产品。

注 2: 汕头市怡盛贸易有限公司 2018 年度未向公司采购玩具产品。

注 3: SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED 2017 年度未向公司采购玩具产品。

报告期内，回函的经销商收入占公司经销收入的比例分别为 43.42%、63.73%、71.06%和 78.18%。

9、对 2020 年 1-6 月部分主要客户进行补充走访核查，查看客户的办公或仓储情况；

10、实地或视频走访了部分境外终端门店，其中走访的境外终端门店所在国家区域包括印度、阿联酋、沙特和新加坡；

走访的境外终端门店情况如下：

区域	国家	城市	走访日期	数量（家）	走访形式
印度 (47 家)	印度	孟买	2019 年 12 月 20 日-21 日	7	实地
	印度	清奈	2019 年 12 月 22 日	12	实地
	印度	新德里	2019 年 12 月 23 日-24 日	28	实地
中东 (23 家)	阿拉伯联合酋长国	迪拜	2019 年 12 月 10 日	14	实地
	阿拉伯联合酋长国	阿布扎比	2019 年 12 月 11 日	4	实地
	沙特阿拉伯王国	吉达	2019 年 12 月 12 日	5	实地
新加坡 (2 家)	新加坡	新加坡	2020 年 8 月 28 日	2	视频
境外走访合计				72	

访问了境外终端零售商在亚马逊、EBAY、Flipkart 等境外电商平台及境外客户自建的网站销售链接，具体情况如下：

国家	访问链接数量
美国	30
越南	5
韩国	3
意大利	1

国家	访问链接数量
德国	12
法国	6
加拿大	2
墨西哥	8
英国	9
荷兰	5
罗马尼亚	1
新加坡	1
埃及	3
乌克兰	1
印度	34
波兰	13
以色列	9
合计	143

注：Flipkart 是印度最大电子商务零售商，2018 年 8 月 8 日，印度反垄断监管机构批准沃尔玛以 160 亿美元收购 Flipkart。

11、对于 2020 年 1-6 月的外销收入，根据外销报关单、提单中的提单号、集装箱号或订舱号等信息，从第三方物流信息网站或物流公司官方网站查询出口的物流信息。具体核查比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
抽查物流信息对应的销售金额	3,583.83	8,521.76	5,349.64	2,419.64
主营业务外销收入	6,255.82	26,240.38	21,527.81	16,453.03
核查比例	57.29%	32.48%	24.85%	14.71%

12、取得公司 2020 年 1-6 月海关电子口岸数据，并与公司出口金额进行比对，分析差异产生的原因，具体如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海关电子口岸记录金额	6,243.17	26,207.46	21,527.81	16,492.07
账面记录外销金额	6,463.35	26,240.38	21,527.81	16,453.03
差异	-220.18	-32.91	-	39.04

差异主要是收入确认时点与海关报关数据统计时点存在差异所致。

13、对于 2020 年 1-6 月外销收入，获取海关进出口信息并与账面记录核对，核查销售合同、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件；

14、针对 2020 年 1-6 月已回款的销售，从收款明细追查至银行对账单、银行收款单据等原始凭证，检查回款金额是否准确、回款单位是否为销售明细表中记录的单位等，核查销售收入的真实性；同时，结合银行流水核查，检查收入是否存在异常；

15、对营业收入与成本执行分析性程序，分析销售结构、毛利率等波动及其合理性；

16、获取了发行人 2020 年 1-6 月的银行流水，对大额银行流水记录进行核查，关注收款日期、金额以及对手方等信息并与发行人的账面记录进行核对。

（二）核查意见

1、发行人 2020 年上半年内销收入真实且增幅合理；

2、发行人上半年出口至尼日利亚、波兰、以色列收入增长主要系：一方面发行人已在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础；另外一方面有利的宏观因素及贸易环境良好，因而发行人出口至上述国家的收入增长是合理的；

3、发行人 2020 年上半年外销收入真实，收入确认符合《企业会计准则》相关规定；

4、在市场、发行人自身及经销商客户等有利的因素下，发行人 2017-2019 年度对印度等国家收入增幅较大符合实际情况，具备合理性；

5、尽管存在疫情及贸易摩擦的影响，但未对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

问题 2（落实函问题 2）.关于经销商与客户

发行人部分主要经销商的注册资本较小，如 **UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED** 注册资本为 10,000 元港币，**IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED** 注册资本为 200 元港币。2019 年度，发行人对美佳集团的销售收入金额及占比有所下滑。发行人将公司客户分成 5 个信用级别。请发行人：（1）补充披露报告期内前十大经销商的成立时间、部分主要经销商注册资本较小的原因，是否符合行业惯例，经销商经销能力的衡量指标，发行人主要经销商在玩具经销领域的行业地位；（2）结合行业经销模式与特点补充披露注册资本较小是否影响经销商的经销规模；

(3) 补充披露报告期内客户信用级别的分布情况、主要经销商的信用级别及变动原因；(4) 补充披露 2019 年美佳集团收入金额及占比下滑的原因，对发行人的影响。

请保荐人对上述事项，发行人律师对事项(1)，申报会计师对事项(2)至(4)发表明确意见。

【回复】

一、结合行业经销模式与特点补充披露注册资本较小是否影响经销商的经销规模

部分经销商注册资本较小不影响其经销规模，具体原因如下：

1、境外公司的注册资本一般没有具体要求，与其自身的经营规模不存在直接匹配关系。发行人的主要经销商主要从事玩具贸易相关业务，部分经销商的注册资本较小符合贸易公司的行业特性。

2、发行人的主要经销商成立时间较早，从事玩具贸易相关业务多年，经过多年的积累，具备了一定的资金实力，其经营规模与其注册资本的关联度较小。

3、经销商的实力集中体现在其拓展销售渠道的能力和为其下游客户提供服务的能力。公司在与经销商建立合作关系时，除考虑经销商商业信誉、市场开拓能力、销售网络、区域覆盖能力外，通常还会考虑其实际控制人的资金状况等，以确定其在与发行人正常业务往来过程中有足够的资金支持。

4、发行人的经销商主要应下游客户的需求进行采购，通常不会出现积压库存的情况，货物与资金周转较快，其经销规模与其注册资本的关联度较小。

综上，发行人的部分主要经销商注册资本较小符合行业惯例，不会影响经销商的经销规模。发行人主要经销商从事玩具贸易多年，积累了较为丰富的玩具销售经验，形成了各自较为成熟的销售网络，在玩具经销领域具有一定的行业地位。

二、补充披露报告期内客户信用级别的分布情况、主要经销商的信用级别及变动原因

(一) 报告期内客户信用级别的分布情况、主要经销商的信用级别

公司对客户授予信用期和信用额度，主要是根据对客户的信用评级确定。由于部分客户交易频率低，交易金额小，故公司未对其进行评级，在考虑客户的资质、历史合作情况、业务规模等因素后，对具备较好资质、合作关系相对稳定、

业务规模较大的主要客户进行评级，并根据信用评级对其授予信用期和信用额度。2017-2019 年度，评级的客户所对应的销售金额占主营业务收入的比例分别为 84.53%、91.59%和 91.01%。

公司从客户品质特性、信用回款、经营能力三个维度进行信用等级评价，将客户按评价分为“AA”、“A”、“B”、“C”、“D” 5 个级别。客户信用评价标准：1) 品质特性评价占 40%，包括客户整体印象、负责人品德及企业管理素质、业务关系持续期、业务关系强度、合作诚意、公司人数、同行评估及不良记录；2) 信用回款评价占 40%，包括按期回款率（应收天数、应收金额）；3) 经营能力评价占 20%，包括分销能力、行业地位及资金支付能力。

报告期内，客户的信用级别分布情况如下：

年度	2020 年度			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
信用等级	AA	A	B	AA	A	B	AA	A	B	AA	A	B
客户数量	15	14	2	14	14	2	14	18	1	7	23	1

报告期内，主要经销商的信用级别如下：

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	AA	AA	AA	AA
IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED	AA	AA	AA	AA
汕头市迪华贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市皮恩希玩具有限公司	AA	AA	AA	-
林宝香港有限公司	AA	AA	AA	AA
森铭贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	A	A	AA	A
汕头市北舟进出口贸易有限公司	A	A	AA	A
广东健健智能科技有限公司	AA	AA	AA	A
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市艺丰贸易发展有限公司	AA	AA	AA	A
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING COMPANY LIMITED	AA	A	A	-
汕头市长煌贸易有限公司	A	A	-	-
广东世纪信华文化发展有限公司	B	B	A	-
汕头市怡盛贸易有限公司	AA	AA	-	-
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	A	A	A	A
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	AA	AA	A	-
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	A	A	B	-

（二）报告期内，发行人对主要经销商的信用评级变动的主要原因

1、按期回款率的变动

在发行人对经销商的信用评分中，按期回款率的权重占比最高，根据经销商回款情况，发行人在下一年度信用评级时对其按期回款率进行评分。

2、对经销商的销售能力的评估

在发行人对经销商的信用评分中，发行人同时会考虑经销商在市场开拓、销售网络、区域覆盖等方面的能力。从具体指标来看，发行人会根据上一年度经销商自发行人月平均采购的金额对其销售能力进行评分。

3、对业务关系持续期方面的评估

在对经销商进行信用评分过程中，发行人还会根据其与其经销商的业务关系持续期进行评分。

综上，公司对主要经销商信用评级的变动系公司根据客户信用评价标准中规定的标准及其权重进行综合评估的结果，从各评价标准的权重占比来看，经销商按期回款率的变动、对经销商的销售能力及对业务关系持续期等方面评估的变动是导致对经销商信用评级变动的主要原因。

三、补充披露 2019 年美佳集团收入金额及占比下滑的原因，对发行人的影响

2018 年度，公司对美佳集团销售金额为 12,430.60 万元，销售数量为 339.65 万件，2019 年度，公司对美佳集团销售金额为 10,267.15 万元，销售数量为 391.39 万件，2019 年度相对 2018 年度，销售数量虽有所增加，但销售金额下降。

公司在 2018 年设计研发出了适合婴幼儿童的“奇迪乐”系列玩具，2019 年度，美佳集团采购的婴幼儿童玩具系列产品增加，占其采购总额的比例为 26.49%，但婴幼儿童玩具的销售均价较低。2019 年度相对于 2018 年度，美佳集团采购的变形玩具、机器人玩具和恐龙玩具产品有所下降。

2020 年 1-6 月，受到印度加征关税和新冠疫情的影响，公司对美佳集团的销售金额同比下降 17.61%。

综上，2019 年度相对 2018 年度，虽然美佳集团采购的婴幼儿玩具系列产品增加，但婴幼儿玩具的销售均价较低，加之受到变形玩具、机器人玩具和恐龙玩具产品采购下降的影响，导致 2019 年度发行人向美佳集团的销售金额相对于 2018 年度有所下降。2020 年 1-6 月，受到印度加征关税和新冠疫情的影响，公司对美佳集团的销售金额同比下降 17.61%。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，对公司存在一定不利影响，但公司通过深耕已有销售市场和开发新的销售区域，加大境内客户的开拓力度，对现有产品进行不断改进与创新，保持与现有客户持续稳定的合作关系，降低印度加征关税和对单一客户销售金额变动的影响。综上，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，但对公司的持续经营能力不构成重大影响。

四、请保荐人对上述事项，发行人律师对事项（1），申报会计师对事项（2）至（4）发表明确意见

（一）我们和保荐人执行了以下核查程序

1、查询了主要经销商的工商登记信息，关注其股东、注册资本等信息，对于境外经销商，通过香港公司注册处查册和获取中国出口信用保险公司出具的资信报告；

2、查阅发行人制定的《客户管理制度》，访谈发行人的销售和财务负责人，了解发行人经销商选取标准；

3、查阅同行业可比公司的招股说明书和其他相关公告，了解行业内公司的销售和经销商情况；

4、对报告期内主要经销商进行实地走访核查，查看客户的办公或仓储情况，实地查看了部分主要经销商的展厅，了解其经营规模情况；

5、通过访谈和公开信息核查发行人报告期各期的前十大经销商是否同为其其他同行业上市公司或挂牌公司的客户；

6、访谈发行人的财务负责人，了解发行人对经销商的信用评级情况。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人的部分主要经销商注册资本较小符合行业惯例，不影响经销商的经销规模；

2、公司对主要经销商信用评级的变动系公司根据客户信用评价标准中规定的标准及其权重进行综合评估的结果，从各评价标准的权重占比来看，经销商按期回款率的变动、对经销商的销售能力及对业务关系持续期等方面评估的变动是导致对经销商信用评级变动的主要原因；

3、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，对公司存在一定不利影响，但公司通过深耕已有销售市场和开发新的销售区域，加大境内客户的开拓力度，对现有产品进行不断改进与创新，保持与现有客户持续稳定的合作关系等降低印度加征关税和对单一客户销售金额变动的影响。综上，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，但对公司的持续经营能力不构成重大影响。

问题 3（落实函问题 3）.关于毛利率

报告期内，发行人产品的内销毛利率整体高于外销毛利率，主要原因为内、外销产品系列结构存在差异。请发行人结合内、外销产品系列结构差异的具体情况补充分析并披露报告期内产品内销毛利率高于外销毛利率的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人结合内、外销产品系列结构差异的具体情况补充分析并披露报告期内产品内销毛利率高于外销毛利率的合理性

发行人报告期内外销产品毛利率情况如下：

销售区域	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
内销	30.69%	32.63%	31.09%	29.55%
外销	27.97%	30.90%	30.02%	27.68%

从上表可知，发行人内销毛利率整体高于外销毛利率，主要系内外销的销售

结构差异所致，具体分析如下：

（一）发行人各产品系列毛利率贡献分析

1、2020 年 1-3 月主营业务各产品系列毛利率情况

销售区域	产品系列	销售金额	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	1,174.11	41.31%	30.28%	12.51%
	机器人玩具	287.93	10.13%	31.78%	3.22%
	恐龙玩具	126.70	4.46%	29.29%	1.31%
	其他玩具	113.80	4.00%	15.20%	0.61%
	婴幼儿玩具	1,139.29	40.09%	32.51%	13.03%
内销 合计		2,841.83	100.00%	30.69%	30.69%
外销	变形玩具	904.56	24.03%	29.58%	7.11%
	机器人玩具	294.89	7.83%	25.35%	1.99%
	恐龙玩具	126.04	3.35%	29.60%	0.99%
	其他玩具	308.58	8.20%	14.61%	1.20%
	婴幼儿玩具	2,130.16	56.59%	29.49%	16.69%
外销 合计		3,764.24	100.00%	27.97%	27.97%

注：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率。

由上表可知，2020 年 1-3 月，内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 5.40%、机器人玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 1.23%、婴幼儿玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率低 3.66%综合作用所致。

2、2019 年度主营业务各产品系列毛利率情况

销售区域	产品系列	销售金额	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	7,354.40	45.05%	34.96%	15.75%
	机器人玩具	2,176.93	13.34%	30.49%	4.07%
	恐龙玩具	929.58	5.69%	31.63%	1.80%
	其他玩具	1,473.01	9.02%	24.02%	2.17%
	婴幼儿玩具	4,390.37	26.89%	32.88%	8.84%
内销 合计		16,324.29	100.00%	32.63%	32.63%
外销	变形玩具	11,060.46	42.15%	32.31%	13.62%
	机器人玩具	3,760.65	14.33%	31.36%	4.49%
	恐龙玩具	1,920.73	7.32%	31.85%	2.33%
	其他玩具	2,570.50	9.80%	20.76%	2.03%
	婴幼儿玩具	6,928.04	26.40%	31.90%	8.42%
外销 合计		26,240.38	100.00%	30.90%	30.90%

注：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率。

由上表可知，2019 年度，内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系销售占比较高的变形玩具的内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 2.13%。

3、2018 年度主营业务各产品系列毛利率情况

销售区域	产品系列	销售金额	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	10,101.51	55.41%	32.36%	17.93%
	机器人玩具	4,176.64	22.91%	30.77%	7.05%
	恐龙玩具	2,055.24	11.27%	30.55%	3.44%
	其他玩具	1,896.70	10.40%	25.26%	2.63%
内销 合计		18,230.09	100.00%	31.05%	31.05%
外销	变形玩具	11,112.26	51.62%	32.50%	16.78%
	机器人玩具	5,424.53	25.20%	29.80%	7.51%
	恐龙玩具	2,650.30	12.31%	30.22%	3.72%
	其他玩具	2,340.71	10.87%	18.48%	2.01%
外销 合计		21,527.81	100.00%	30.02%	30.02%

注 1：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率；

注 2：表中内销合计毛利率与内销整体毛利率差异 0.04%，主要系服务业毛利率影响，此处分析未包含。

由上表可知，2018 年度，内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系销售占比较高的变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 1.15%。

4、2017 年度主营业务各产品系列毛利率情况

销售区域	产品系列	销售金额	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	7,027.08	50.19%	30.86%	15.49%
	机器人玩具	4,284.08	30.60%	29.57%	9.05%
	恐龙玩具	1,932.99	13.81%	26.91%	3.72%
	其他玩具	755.48	5.40%	23.29%	1.26%
内销 合计		13,999.63	100.00%	29.51%	29.51%
外销	变形玩具	3,525.49	21.43%	34.54%	7.40%
	机器人玩具	7,725.59	46.96%	26.58%	12.48%
	恐龙玩具	2,158.80	13.12%	33.24%	4.36%
	其他玩具	3,043.15	18.50%	18.54%	3.43%
外销 合计		16,453.03	100.00%	27.68%	27.68%

注 1：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率；

注 2：表中内销合计毛利率与内销整体毛利率差异 0.04%，主要系服务业毛利率影响，此处分析未包含。

由上表可知，2017 年度，内销毛利率高于外销毛利率，主要系变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 8.09%、以及其他系列内销毛利率贡献率较

外销毛利率贡献率低 6.24%综合作用。

（二）与同行业对比分析

同行业可比公司玩具产品内外销毛利率情况如下：

销售区域	公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
内销	奥飞娱乐	54.62%	40.21%	43.34%
	实丰文化	31.32%	28.44%	25.55%
	高乐股份	39.37%	36.52%	46.72%
	邦宝益智	32.98%	31.58%	34.43%
	行业平均	39.57%	34.19%	37.51%
外销	奥飞娱乐	37.07%	35.39%	41.25%
	实丰文化	18.82%	21.15%	25.12%
	高乐股份	14.89%	10.03%	21.62%
	邦宝益智	33.41%	33.19%	34.45%
	行业平均	26.05%	24.94%	30.61%

由上表可知，同行业可比公司 2017-2019 年度内销毛利率平均值整体上高于外销毛利率。

奥飞娱乐内外销毛利率差异较大的原因系其国产原创动漫 IP 在国内具有较高的知名度和影响力，由此给国内玩具带来的溢价能力较国外高，综合国外运输成本比国内高等因素，使得奥飞娱乐国内玩具毛利率水平相应比国外玩具高；实丰文化和高乐股份因其外销存在玩具贸易，而玩具贸易的毛利率较低，导致实丰文化和高乐股份内外销毛利率差异较大；发行人内外销毛利率差异幅度相比同行业可比公司不大主要系玩具品类差异、发行人不存在玩具贸易等原因所致。

综上所述，发行人产品内销毛利率高于外销毛利率主要系销售结构的影响，且与同行业可比公司整体毛利率内外销差异趋势相符，具有合理性。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们和保荐机构执行如下程序：

- 1、查阅行业研报，了解行业状况，对行业经营环境进行了解；
- 2、查阅同行业可比上市公司定期报告，了解可比上市公司的产品、经营模

式和毛利率情况等，对公司毛利率与同行业可比公司进行对比分析；

3、获取公司收入成本明细表、主营业务成本明细表，访谈公司生产负责人、销售负责人及业务负责人，对产品单价、单位成本及产品结构变动趋势和不同产品间毛利率差异进行分析，对公司不同产品毛利率变动原因进行量化分析。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

报告期内发行人内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系发行人产品销售结构差异，且与同行业可比公司整体毛利率内外销差异趋势相符，具有合理性。

问题 4（落实函问题 6）：关于审计截止日后财务信息。

请发行人提供 2020 年 1 月至 6 月经审阅财务报告，并根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的规定在招股说明书中予以披露，对 2020 年上半年主要财务信息的变化情况进行充分披露。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人提供 2020 年 1 月至 6 月经审阅财务报告，并根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的规定在招股说明书中予以披露，对 2020 年上半年主要财务信息的变化情况进行充分披露

（一）发行人提供审阅报告情况

发行人已提供 2020 年 1-6 月经我们审阅的财务报告（大华核字[2020]007769 号）。

公司财务报表的审计截止日为 2020 年 3 月 31 日。我们对公司 2020 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 1-6 月的合并及母公司利润表，2020 年 1-6 月的合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（大华核字[2020]007769 号）。

审阅意见为：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务

报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映佳奇科技的财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

1、2020 年 1-6 月的主要财务信息及经营状况

由于从 2020 年 2 月 1 日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具等商品的进口关税，其中玩具从 20%提至 60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。受关税以及疫情影响，公司 2020 年 1-6 月对印度的出口收入共计 109.93 万元，同比降低 98.12%。公司 2020 年 4-6 月对印度的出口收入为 0.00 万元，7-8 月对印度出口收入为 100.37 万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，不会影响公司持续经营能力，但将会对公司在印度地区的销售规模产生不利影响。除此之外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，产业政策、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

公司 2020 年 6 月 30 日、2020 年 1-6 月经审阅的主要财务信息如下：

（1）合并资产负债表主要数据

项目	2020.6.30	2019.12.31	变动比例
总资产	70,430.59	58,848.48	19.68%
总负债	21,376.95	12,381.88	72.65%
所有者权益合计	49,053.65	46,466.60	5.57%
归属于母公司股东权益合计	49,053.65	46,466.60	5.57%

截至 2020 年 6 月末，公司资产总额 70,430.59 万元，较上年末增长 19.68%，主要系货币资金、交易性金融资产、应收账款和固定资产增加所致；负债总额 21,376.95 万元，较上年末增加 8,995.07 万元，同比增长 72.65%，主要系新增借款 8,643.05 万元，包括（1）年初新冠疫情爆发，公司响应政府号召，利用已有技术与产能投入防疫物资的研发与生产，并进入广东省疫情防控重点保障物资生产企业名单中，2020 年 3 月，公司获取银行抗疫资金专项借款共计 2,200.00 万元，以支持公司防疫物资生产；（2）公司疫情期间复工困难，购建自动化设备，进行

生产车间改造，以保障公司在人员缺乏的情况下亦能持续正常生产，由此 2020 年 2 月新增中长期借款 4,400.00 万元；（3）由于难以预测新冠疫情对国内外经济环境的后续影响，为保障经营顺利运转，增强抵御风险能力，公司新增流动借款 2,043.05 万元。受借款增加影响公司合并资产负债率由 2019 年末 21.04% 上升至 30.35%，仍处于较低水平；所有者权益合计 49,053.65 万元，较上年末增加 5.57%，系经营积累增加所致。

（2）合并利润表主要数据

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
营业收入	18,405.48	18,043.15	2.01%
主营业务收入	15,002.05	16,855.19	-10.99%
营业利润	2,931.15	2,674.06	9.61%
利润总额	2,918.36	2,672.38	9.20%
净利润	2,587.05	2,264.35	14.25%
归属于母公司所有者的净利润	2,587.05	2,264.35	14.25%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,300.89	2,240.44	2.70%

2020 年 1-6 月，公司营业收入为 18,405.48 万元，同比增长 2.01%，其中主营业务收入 15,002.05 万元，同比下降 10.99%，主要系受新冠疫情及国际贸易形势影响，公司玩具销售业务有所下滑第二季度国内疫情逐步得到控制，上下游企业有序复工复产，公司主营业务收入上半年整体降幅相对于第一季度的降幅 32.00% 收窄；2020 年 1-6 月，其他业务收入 3,403.43 万元，同比增加 186.49%，主要系公司原材料及防疫物资销售。

2020 年 1-6 月，公司实现营业利润 2,931.15 万元，同比增加 9.61%；非经常性损益 286.15 万元；净利润 2,587.05 万元，同比增加 14.25%，主要系归属于非经常性损益并计入其他收益的政府补助增加 310.51 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 2,300.89 万元，同比增加 2.70%。

发行人 2020 年上半年内销产品收入情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	销售金额	增长率	销售金额
变形玩具	3,639.27	6.25%	3,425.08
机器人玩具	1,014.58	8.19%	937.80
恐龙玩具	603.67	64.42%	367.16

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	销售金额	增长率	销售金额
其他玩具	352.39	-37.83%	566.81
婴幼儿玩具	3,135.79	191.86%	1,074.41
合计	8,745.70	37.27%	6,371.26

注：上述数据业经审阅。

由上表可知，2020 年上半年发行人内销产品收入同比增长 37.27%，主要系婴幼儿产品和恐龙玩具销售增长所致。具体分析如下：

① 婴幼儿玩具

根据中商产业研究院数据，0-3 岁婴幼儿数量的不断上升将为玩具市场带来广阔的发展前景。同时，越来越多“80 后”、“90 后”成为年轻一代父母，该群体对婴幼儿玩具的刚性需求不断增长，且消费观念时尚，更加追求孩子生活的品质。品牌、创意、个性化，都是其消费时考虑的重要因素，这将为我国乃至全球的 0-3 岁婴幼儿玩具行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力。家庭消费升级带来的婴童市场机遇以及国家二胎政策的实施，使 0-3 岁婴幼儿玩具市场规模扩大。预计到 2025 年，中国 0-3 岁婴幼儿玩具市场规模将达到 383 亿元。

在广阔的市场前景下，发行人采取了以下措施：A.根据市场需求，有效指导后续婴幼儿产品研发，使得产品能够更好满足消费者的需求，体现了公司产品的市场导向性；B.部分婴幼儿玩具产品在 2018 年全年境内外各大专业展会展出，已获得一定的市场关注，体现营销策略的先导性；C.不断丰富婴幼儿产品品类，给予客户更大的选择空间。

2019 年，公司的“奇迪乐”婴幼儿系列产品面向市场销售后，截至 2020 年 6 月 30 日，婴幼儿玩具有 108 个产品型号实现销售，产品型号数量同比增加 111.76%。综上，婴幼儿玩具同比增长较大具有合理性。

② 恐龙玩具

恐龙玩具属于科普类玩具，为玩具市场中的常青产品，市场需求较为稳定，受到经销商或下游客户青睐。2020 年上半年发行人销售单价在 30 元以下的恐龙玩具销售数量占比达 69.81%，主要系受疫情影响，经销商或下游客户会选择采购价格适中且易销的产品，因而发行人 2020 年上半年恐龙玩具销售收入同比增长

较大。

(3) 合并现金流量表

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	1,968.04	-3,888.66	-150.61%
投资活动所产生的现金流量净额	-2,979.67	-2,345.77	27.02%
筹资活动产生的现金流量净额	4,543.71	-9,615.10	-147.26%
现金及现金等价物净增加额	3,511.45	-15,906.52	-122.08%
期末现金及现金等价物余额	27,803.99	7,941.81	250.10%

2020 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月增加 5,856.70 万元，主要系销售商品提供劳务收到现金同比增加，购买商品接受劳务所支出的现金同比减少综合所致；公司投资活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月减少 633.90 万元，主要系 2020 年 1-6 月固定资产投资支出所致；公司筹资活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月增加 14,158.81 万元，主要系取得借款收到的现金增加和支付银行承兑汇票保证金相关现金减少综合所致。

(4) 非经常性损益明细表主要数据

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
非流动资产处置损益	-1.68	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	339.95	29.42	1,055.34%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.63	-1.68	-2.76%
小计	336.63	27.74	1,113.35%
减：所得税影响额	50.48	3.82	1,219.80%
减：少数股东权益影响额	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益	286.15	23.92	1,096.32%

2020 年 1-6 月，公司归属于母公司所有者的非经常性损益较上年同期增加，主要系收到的政府补助列入其他收益，属于日常活动相关的非经常性损益。

2、2020 年 1-9 月业绩预测

基于已实现的经营状况，结合市场供需情况以及公司自身的经营情况预测等，公司预计 2020 年 1-9 月数据情况如下：

项目	2020 年 1-9 月预测数	2019 年 1-9 月	变动比例
营业收入	30,000~33,000	37,325.10	-19.63%~-11.59%
归属于母公司所有者的净利润	5,000~5,300	6,017.68	-16.91%~-11.93%
扣除非经常性损益归属于母公司净利润	4,500~4,800	5,854.64	-23.14%~-18.01%

由于新冠疫情及国际贸易形势影响，公司结合现有和客户签订的年度框架合同以及公司实际经营情况，预计 2020 年 1-9 月营业收入为 30,000.00 万元至 33,000.00 万元，较上年同期减少 19.63%至 11.59%；预计归属于母公司股东的净利润为 5,000.00 万元至 5,300.00 万元，较上年同期减少 16.91%至 11.93%；预计扣非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 4,500.00 万元至 4,800.00 万元，较上年同期减少 23.14%至 18.01%。

前述业绩情况系公司预计数据，未经我们审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

3、2020 年 6 月 30 日在手订单及同比变化情况

项目	2020.6.30	2019.6.30	变动比例
在手订单	12,829.90	15,435.54	-16.88%

受关税以及新冠疫情影响，公司 2020 年 6 月 30 日在手订单同比减少 16.88%。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们和保荐人执行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人管理人员，了解公司 2020 年 1-6 月主要经营情况以及经营业绩，收入变动情况、变动原因和可预见的变动趋势；
- 2、核查发行人生产经营的内外部环境是否发生或将要发生重大变化；
- 3、核查发行人 2020 年 1-6 月财务报表，分析发行人 2020 年 1-6 月经营业绩变化的合理性，进行同期比较，分析波动原因及由此可能产生的影响；
- 4、取得了发行人前十大经销商自发行人采购金额占其采购总额的比例的确认函，具体如下：

客户名称	客户类别	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美佳集团	外销	14%	15%	20%	8%
林宝香港有限公司	外销	15%	40%	30%	23%
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	内销	10%	9%	10%	8%
汕头市迪华贸易有限公司	内销	15%	12%	17%	16%
汕头市皮恩希玩具有限公司	内销	22%	20%	12%	19%
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED/汕头市长煌贸易有限公司	外销/内销	8%	10%	3%	-
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	内销	5%	1%	5%	4%

客户名称	客户类别	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	内销	13.7%	10%	20%	20%
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	外销	7%	11%	8%	10%
广东健健智能科技有限公司	内销	20%	30%	9%	12%
森铭贸易有限公司	外销	-	12%	3%	20%
汕头市北舟进出口贸易有限公司	内销	10%	3%	12%	10%
汕头市怡盛贸易有限公司	内销	12%	9%	-	1%
汕头市艺丰贸易发展有限公司	内销	-	6%	15%	13%
SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	外销	6%	4%	8%	-
广东世纪信华文化发展有限公司	内销	-	3%	10%	-
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	内销	3.5%	7.8%	3.2%	5.6%

注：上述数据来源于客户出具的确认函。

5、对部分客户、供应商补充实地或视频走访：

我们和保荐机构共同对主要客户进行走访，走访客户情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
访谈经销商覆盖的销售金额	14,417.41	37,830.60	33,687.70	22,228.49
当期营业收入	18,405.48	47,692.96	39,809.94	30,510.11
访谈经销商金额占比	78.33%	79.32%	84.62%	72.86%

注：2020 年 1-6 月当期营业收入业经审阅。

具体走访情况如下：

序号	客户	走访日期	访谈地点	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
1	汕头市迪华贸易有限公司	2019/12/18	汕头	1,214.38	6.60	2,103.02	4.41	2,618.02	6.58	2,636.20	8.64
2	汕头市皮恩希玩具有限公司	2019/12/18	汕头	629.03	3.42	1,394.38	2.92	843.27	2.12	853.02	2.80
3	Reliance Big Entertainment Pvt Ltd.	2019/12/21	印度孟买	-	0.00	17.55	0.04	135.25	0.34	54.48	0.18
4	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2019/12/23	汕头	1,033.72	5.62	1,932.14	4.05	2,706.85	6.80	2,082.55	6.83
5	汕头市赢盛进出口贸易有限公司	2019/12/23	汕头	398.13	2.16	626.93	1.31	1,303.60	3.27	1,199.84	3.93
6	汕头市艺丰贸易发展有限公司	2019/12/23	汕头	333.43	1.81	376.21	0.79	1,821.30	4.57	604.59	1.98
7	广东世纪信华文化发展有限公司	2019/12/23	汕头	-	0.00	274.43	0.58	1,264.79	3.18	-	0.00
8	JATINDER SPORTS	2019/12/23	印度新德里	-	0.00	-	0.00	-	0.00	468.6	1.54
9	GAN GANPATI ENTERPRISES	2019/12/23	印度新德里	-	0.00	-	0.00	-	0.00	184.65	0.61
10	汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	2019/12/24	汕头	742.84	4.04	163.51	0.34	941.31	2.36	697.2	2.29

序号	客户	走访日期	访谈地点	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
				金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
11	汕头市怡盛贸易有限公司	2019/12/24	汕头	1,299.21	7.06	1,100.21	2.31	-	0.00	53.43	0.18
12	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	2019/12/27	汕头	164.33	0.89	972.37	2.04	319.67	0.80	423.1	1.39
13	汕头市宇泰进出口贸易有限公司	2019/12/27	汕头	301.26	1.64	79.82	0.17	492.01	1.24	417.39	1.37
14	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	2019/12/28	汕头	1,019.90	5.54	6,569.31	13.77	1,545.06	3.88	-	0.00
15	东莞市瑞伟隆进出口有限公司	2020/1/6	东莞	205.26	1.12	853.83	1.79	-	0.00	-	0.00
16	林宝香港有限公司	2020/1/14	中国香港	837.37	4.55	5,317.60	11.15	4,604.54	11.57	2,928.96	9.60
17	森铭贸易有限公司	2020/1/14	中国香港	141.71	0.77	1,444.06	3.03	462.45	1.16	2,490.06	8.16
18	SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	2020/2/25	汕头	348.58	1.89	870.42	1.83	181.4	0.46	65.83	0.22
19	WORLD TRADING 23, INC	2020/2/25	汕头	-	0.00	-	0.00	260.26	0.65	-	0.00
20	SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	2020/2/25	汕头	468.48	2.55	112.67	0.24	233.47	0.59	-	0.00
21	汕头市灿阳进出口贸易有限公司	2020/2/26	汕头	-	0.00	-	0.00	25.68	0.06	577.87	1.89
22	UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	2020/3/6	汕头	2,091.28	11.36	9,073.32	19.02	9,319.19	23.41	2,633.00	8.63
23	IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED	2020/3/6	汕头	931.85	5.06	1,193.83	2.50	3,111.41	7.82	1,941.83	6.36
24	广东健健智能科技有限公司	2020/5/15	汕头	514.84	2.80	2,165.22	4.54	603.95	1.52	825.47	2.71
25	汕头市北舟进出口贸易有限公司	2020/5/15	汕头	346.35	1.88	438.15	0.92	894.23	2.25	1,090.41	3.57
26	汕头市雨田贸易有限公司	2020/5/15	汕头	271.60	1.48	519.13	1.09	-	0.00	-	0.00
27	汕头市贝盈贸易有限公司	2020/5/15	汕头	158.50	0.86	232.49	0.49	-	0.00	-	0.00
28	深圳市瑞智华玩具有限公司	2020/8/18	深圳	88.50	0.48	-	0.00	-	0.00	-	0.00
29	ESSEN LUE Co., Ltd.	2020/8/31	邮件访谈	62.72	0.34	-	0.00	-	0.00	-	0.00
30	北京速博伟业商贸有限公司	2020/9/8	北京	65.65	0.36	-	0.00	-	0.00	-	0.00
31	广昌县众邦玩具有限公司	2020/9/21	视频访谈	91.46	0.50	-	0.00	-	0.00	-	0.00
32	广东乐的互动娱乐股份有限公司	2020/9/21	视频访谈	304.36	1.65	-	0.00	-	0.00	-	0.00
33	汕头市澄海区开益玩具有限公司	2020/9/22	汕头	174.32	0.95	-	0.00	-	0.00	-	0.00
34	汕头市永盛佳塑胶日化有限公司	2020/9/22	汕头	178.37	0.97	-	0.00	-	0.00	-	0.00
	合计			14,417.41	78.33	37,830.60	79.32	33,687.70	84.62	22,228.49	72.86
	当期营业收入			18,405.48	100.00	47,692.96	100.00	39,809.94	100.00	30,510.11	100.00

6、通过中国出口信用保险公司补充查询资信报告；

7、中介机构通过实地和视频走访了部分境内外终端门店，其中走访的境外终端门店所在国家区域包括印度、阿联酋、沙特和新加坡；走访的境内终端门店所在区域包括华南、东北、华中、东北、华东等。

走访的境外终端门店情况如下：

区域	国家	城市	走访日期	数量（家）	走访形式
印度 (47 家)	印度	孟买	2019 年 12 月 20 日-21 日	7	实地
	印度	清奈	2019 年 12 月 22 日	12	实地
	印度	新德里	2019 年 12 月 23 日-24 日	28	实地
中东 (23 家)	阿拉伯联合酋长国	迪拜	2019 年 12 月 10 日	14	实地
	阿拉伯联合酋长国	阿布扎比	2019 年 12 月 11 日	4	实地
	沙特阿拉伯王国	吉达	2019 年 12 月 12 日	5	实地
新加坡 (2 家)	新加坡	新加坡	2020 年 8 月 28 日	2	视频
境外走访合计				72	

走访的境内终端门店情况如下：

地区	省份	城市	走访日期（2020 年）	数量（家）	走访形式
华南 (61 家)	广东	广州	7 月 5-7 日	15	视频
		深圳	8 月 17-19 日	31	实地
		汕头	3 月 29 日	1	实地
		东莞	7 月 7-8 日	14	视频
华东 (222 家)	江苏	扬州	1 月 7 日	28	实地
		高邮	1 月 8 日	6	实地
		淮安	1 月 9 日	10	实地
		宿迁	1 月 9 日	4	实地
		泰州	1 月 10 日	5	实地
		南通	1 月 11 日	12	实地
		苏州	1 月 12 日	5	实地
	浙江	杭州	1 月 13-14 日	28	实地
		宁波	1 月 14 日	2	实地
	山东	临沂	1 月 8 日	20	实地
		滕州	1 月 9 日	11	实地
		济宁	1 月 9-10 日	30	实地
		济南	1 月 10-11 日	13	实地
		潍坊	1 月 11-12 日	12	实地
		青岛	1 月 12-13 日	15	实地
		福州	7 月 10 日	14	视频

地区	省份	城市	走访日期（2020 年）	数量（家）	走访形式
		泉州	7 月 11 日	7	视频
华中 (251 家)	湖南	常德	5 月 11-12 日	19	视频
		怀化	5 月 13-14 日	6	视频
		娄底	5 月 15 日	9	视频
		株洲	5 月 16-17 日	9	视频
		湘潭	5 月 18-19 日	14	视频
		长沙	5 月 20-27 日	44	视频
	湖北	武汉	1 月 6-10 日	63	实地
		黄石	1 月 10 日	20	实地
		荆州	1 月 11 日	17	实地
	河南	郑州	1 月 7-10 日	35	实地
		巩义	1 月 9 日	11	实地
		焦作	1 月 10 日	4	实地
东北 (103 家)	黑龙江	哈尔滨	1 月 8 日	6	实地
		牡丹江	1 月 9 日	11	实地
		绥化	1 月 10 日	9	实地
		哈尔滨	1 月 7 日	21	实地
		牡丹江	1 月 8 日	11	实地
		绥化	1 月 9 日	9	实地
	吉林	长春	1 月 11 日	28	实地
		吉林	1 月 12 日	8	实地
华北 (14 家)	北京	北京	9 月 7-8 日	14	实地
境内走访合计				651	

注：2020 年度受疫情影响采取视频走访的形式。

8、对审计截止日后财务信息进行实质性核查，包括抽凭等细节测试、获取并核对银行流水等；

9、获取了发行人 2020 年 4-6 月的银行流水，对大额银行流水记录进行核查，关注收款日期、金额以及对手方等信息并与发行人的账面记录进行核对。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人已根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的规定在招股说明书中披露审计截止日后发行人主要财务信息及经营状况信息；

2、由于从 2020 年 2 月 1 日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具

等商品的进口关税，其中玩具从 20%提至 60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。受关税以及疫情影响，公司 2020 年 1-6 月对印度的出口收入共计 109.93 万元，同比降低 98.12%。公司 2020 年 4-6 月对印度的出口收入为 0.00 万元，7-8 月对印度出口收入为 100.37 万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，不会影响公司持续经营能力，但将会对公司在印度地区的销售规模产生不利影响。除此之外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，产业政策、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化；

3、2020 年 1-6 月发行人营业收入经营业绩小幅增长。2020 年 1-9 月由于新冠疫情及国际贸易形势影响，结合现有和客户签订的年度框架合同以及发行人实际经营情况，预计经营业绩较去年同期下滑。

（本页无正文，为《关于广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函中有关财务事项的回复》之签字盖章页）

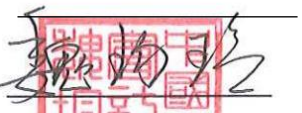
大华会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师：


袁瑞彩

中国注册会计师：


魏均玲

二〇二〇年九月二十五日