

广东佳奇科技教育股份有限公司

Guangdong Jaki Technology and Education Co., Ltd.

(汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区)



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
上市委审议意见的落实函的回复

保荐人（主承销商）



万和证券股份有限公司
Vanho Securities Co., Ltd.

(海口市南沙路 49 号通信广场二楼)

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 10 月 15 日出具的《关于创业板上市委审议意见的落实函》（审核函〔2020〕010594 号）（以下简称“意见落实函”）已收悉。万和证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）作为广东佳奇科技教育股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），已会同发行人、申报会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“会计师”）、北京市康达律师事务所（以下简称“发行人律师”），对意见落实函中提出的问题进行了认真落实，对招股说明书等文件进行了修改和补充，请予审核。

本回复中任何表格中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。本回复中简称与《招股说明书》（注册稿）中的简称具有相同含义，涉及《招股说明书》（注册稿）修改的内容已作相应提示。

本报告中的字体代表以下含义：

意见落实函的问题	黑体（不加粗）
对问题的回复	宋体（不加粗）
涉及招股说明书的补充披露	楷体（加粗）

问题 1：请发行人在招股说明书中进一步披露：（1）印度加征关税对发行人生产经营产生的长期影响；（2）2020 年上半年内销收入和在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长趋势是否能持续及相关风险。请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、印度加征关税对发行人生产经营产生的长期影响

印度加征关税对发行人短期经营业绩造成了一定不利影响，若中印贸易环境不能改善，中长期内将持续影响发行人对印度的出口。基于中国玩具产业的竞争优势、中印贸易摩擦的历史经验、印度玩具行业的发展现状、行业的发展前景、发行人产品的竞争优势等因素，整体上来说，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。具体分析如下：

（1）中国玩具产业优势显著

据印度官方数据，该国每年进口的玩具中有 75% 来自中国。中国玩具对比印度自产玩具具有较大优势：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，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雄厚制造业基础相比，仍存在明显不足；另一方面印度人均国内生产总值低，大部分国民对产品的价格较为敏感，而大部分中国品牌的玩具设计新颖、质量优良、性价比高，较好匹配了印度国民的消费力和消费需求。

综上，相较于印度，中国玩具产业优势显著。

（2）各利益相关方正采取积极措施降低负面影响

印度政府提高关税，对印度经销商和消费者造成较大负面影响，购买中国制造的玩具，消费者需支付更高的价格。印度当地玩具进口商正联合起来与印度商贸部就降低玩具类进口关税进行商谈。另外，为了维护行业 and 企业的合法权益，广东省玩具协会已经就此次印度加征关税对行业造成的影响以及相关建议形成书面报告，上报国家商务部、广东省商务厅、广东省工信厅等有关部门，希望能获得政府的重视和支持。

(3) 除印度外的其他玩具市场需求前景广阔

根据研究机构 NPD 的数据，2019 年全球玩具市场规模大约为 910 亿美元，除印度外，其他市场的需求也较大，非洲、“一带一路”国家以及新兴市场国家玩具需求增长较快。

(4) 发行人正采取积极举措降低印度加征关税的影响

发行人从事玩具行业近 18 年，通过多年的市场积累形成了完善的市场销售网络，与众多海内外客户建立了良好的销售关系，发行人产品销售至 40 多个国家或地区，具有较为完善的国内外销售网络。发行人积极通过深耕已有销售市场和开拓新的销售区域来寻求业绩持续增长；通过积极参与玩具展会等方式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；积极开展市场调研，并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。

除此之外，发行人持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道，于 2017 年底成立了广州分公司，定位于市场开拓，扩充销售人员团队，在北京、广州、深圳等一线城市及长沙、长春、郑州等省会城市及其周边设置区域销售管理人员，负责深入挖掘各个区域市场，增强了国内销售团队的体系建设。

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。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“(十) 产品进口国主要政策、贸易摩擦对产品出口的影响”之“2、贸易摩擦对出口产品的影响”中补充披露如下：

“

印度加征关税对发行人生产经营产生的长期影响分析如下：

印度加征关税对发行人短期经营业绩造成了一定不利影响，若中印贸易环境不能改善，中长期内将持续影响发行人对印度的出口。基于中国玩具产业的竞争优势、中印贸易摩擦的历史经验、印度玩具行业的发展现状、行业的发展前景、发行人产品的竞争优势等因素，整体上来说，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。具体分析如下：

(1) 中国玩具产业优势显著

据印度官方数据，该国每年进口的玩具中有 75% 来自中国。中国玩具对比印度自产玩具具有较大优势，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，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雄厚制造业基础相比，仍存在明显不足；另一方面印度人均国内生产总值低，大部分国民对产品的价格较为敏感，而大部分中国品牌的玩具设计新颖、质量优良、性价比高，较好匹配了印度国民的消费力和消费需求。

综上，相较于印度，中国玩具产业优势显著。

(2) 各利益相关方正采取积极措施降低负面影响

印度政府提高关税，对印度经销商和消费者造成较大负面影响，购买中国制造的玩具，消费者需支付更高的价格。印度当地玩具进口商正联合起来与印度商贸部就降低玩具类进口关税进行商谈。另外，为了维护行业 and 企业的合法权益，广东省玩具协会已经就此次印度加征关税对行业造成的影响以及相关建议形成书面报告，上报国家商务部、广东省商务厅、广东省工信厅等有关部门，希望能获得政府的重视和支持。

(3) 除印度外的其他玩具市场需求前景广阔

根据研究机构 NPD 的数据，2019 年全球玩具市场规模大约为 910 亿美元，除印度外，其他市场的需求也较大，非洲、“一带一路”国家以及新兴市场国家玩具需求增长较快。

(4) 发行人正采取积极举措降低印度加征关税的影响

发行人从事玩具行业近 18 年，通过多年的市场积累形成了完善的市场销售网络，与众多海内外客户建立了良好的销售关系，发行人产品销售至 40 多个国家或地区，具有较为完善的国内外销售网络。发行人积极通过深耕已有销售市场和开拓新的销售区域来寻求业绩持续增长；通过积极参与玩具展会等方式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；积极开展市场调研，并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。

除此之外，发行人持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道，于 2017 年底成立了广州分公司，定位于市场开拓，扩充销售人员团队，在北京、广州、深圳等一线城市及长沙、长春、郑州等省会城市及其周边设置区域销售管理人员，负责深入挖掘各个区域市场，增强了国内销售团队的体系建设。

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。

”

二、2020 年上半年内销收入和在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长趋势是否能持续及相关风险。

（一）发行人内销收入增长的可持续性分析

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（万元）	增长率	销售金额（万元）
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。

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。关于发行人内销收入增长的可持续性分析如下：

1、玩具行业市场需求前景广阔

全球玩具市场以及国内玩具市场的需求趋势总体情况是稳中有升，根据 Euromonitor 调研显示，2019 年我国玩具零售规模约 837 亿元，同比增加 5.93%，持续领跑全球市场。根据研究机构 NPD 的数据，2019 年全球玩具市场规模大约为 910 亿美元。

中国 2019 年 0-3 岁婴幼儿人口为 6,258 万人，婴幼儿人口基数庞大，年人均玩具消费 350 元左右，低于欧美发达国家，增长潜力巨大。随着婴幼儿人数的增加以及消费升级，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。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。

综上，玩具行业广阔市场前景为发行人内销收入增长的可持续性奠定了较好的需求基础。

2、婴童玩具系列产品形象丰富、类型多样

发行人在 2018 年设计研发出了适合婴童的“奇迪乐”系列玩具，丰富了公司的产品系列和产品品类，实现全年龄段覆盖。2019 年，发行人的“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%。一方面，发行人在婴童系列的全部产品中，自主设计了四只主要动物 IP 形象，贯穿整个系列，产品外观亲和可爱，有利于增强消费者的购买欲望和对品牌的认知度。另一方面，发行人在婴童玩具产品研发和销售方面积累了一定的经验，能够有效指导后续婴童产品研发，使得产品能够更好地满足消费者的需求。自主设计的 IP 形象和丰富多样的产品种类，为发行人收入的持续增长奠定良好的基础。

3、持续专注研发，推动产品的升级创新

公司不断升级原有系列产品，如机器人系列的罗本艾特机器人，已升级至第五代。同时持续研发新的产品系列，在 2018 年设计研发出了适合婴童的“奇迪乐”系列玩具，丰富了公司的产品类别，实现全年龄段覆盖。发行人目前积极研发智能积木系列，坚持以积木玩具智能化为导向，突出“STEM”教育，使每一个智能积木既具备积木玩具的无限拼插想象，又具备静态积木缺乏的声、光、动等功能。

4、持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道

发行人于 2017 年底成立了广州分公司，定位于市场开拓，扩充销售人员团队，在北京、广州、深圳等一线城市及长沙、长春、郑州等省会城市及其周边设置区域销售管理人员，负责深入挖掘各个区域市场，增强了国内销售团队的体系

建设。结合新零售，拓展新渠道，使渠道更加多样化。

综上，发行人内销收入增长具有可持续性。

关于发行人内销收入增长的可持续性分析，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”之“（三）审计截止日后主要财务信息和经营状况”之“2、合并利润表主要数据”中补充披露如下：

“

玩具行业市场需求前景广阔。从发行人自身情况来看，一方面，发行人不断升级原有系列产品，同时持续研发新的产品系列，在 2018 年设计研发出了适合婴幼儿的“奇迪乐”系列玩具，丰富了公司的产品类别，实现全年龄段覆盖，另一方面持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道，增强了国内销售团队的体系建设，并且结合新零售，拓展新渠道，使渠道更加多样化。基于上述原因，发行人的内销收入增长具有可持续性。

”

（二）发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长的可持续性分析

关于发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长的可持续性分析如下：

1、发行人在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础

发行人 2017-2020 年 6 月销售至尼日利亚、波兰和以色列的情况如下：

单位：万元

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，为后续提升在上述

市场的销售额奠定了较好的基础。

2、持续研发新品，实现全年龄段覆盖

近年来，公司不仅对原有的变形系列、机器人系列、恐龙系列进行不断升级和创新，还不断研发新的产品系列，在 2018 年设计研发出了适合婴幼儿的“奇迪乐”系列玩具，丰富了公司的产品类别，实现全年龄段覆盖。发行人目前积极研发智能积木系列，坚持以积木玩具智能化为导向，突出“STEM”教育，使每一个智能积木既具备积木玩具的无限拼插想象，又具备静态积木缺乏的声、光、动等功能。

3、中国玩具产品出口上述市场持续增长，贸易往来环境良好

2017-2020 年 6 月中国出口至尼日利亚、波兰和以色列玩具总体情况如下：

单位：万美元

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	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：上述数据统计来源于中国海关总署。

2017 年-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，此外，根据中国海关总署的统计，2020 年 7 月，中国出口至尼日利亚玩具金额同比增加 73.17%，出口至以色列玩具金额同比增加 51.61%，出口至波兰玩具金额同比增加 27.18%，贸易往来环境良好。

4、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年度至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。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，发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长具有可持续性。

关于发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长的可持续性分析，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、盈利能力分析”之“（一）报告期内营业收入分析”之“2、主营业务收入结构分析”之“（3）主营业务收入按地区类别分析”中补充披露如下：

“

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，加之**发行人持续研发新品，产品能够实现全年龄段覆盖**，因而发行人出口至上述国家的收入增长是合理的，**发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长具有可持续性。**

”

针对发行人内销收入增长及在尼日利亚、波兰、以色列等国家外销收入增长

的持续性风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”中补充披露相关风险如下：

“

（八）内外销收入增长的可持续性风险

2017 年至 2019 年发行人主营业务收入持续增长，2020 年上半年，发行人内销收入增长且对尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长，若国内外经营环境发生不利变化，发行人收入增长的持续性存在相应的风险。

”

三、保荐人核查并发表意见

（一）核查程序

1、查询印度加征关税的相关报道，查阅行业杂志、行业报告对印度加征关税的专业分析；核查印度加征关税对行业经营造成的影响；

2、通过网络查询，了解中印历史上的贸易摩擦以及后续变化；

3、获取发行人的销售收入明细表，分析发行人内外销收入的变动趋势，并测算印度加征关税对发行人业绩的影响；

4、分析报告期内出口国家的变动情况，了解出口国家的市场情况以及发行人的布局情况；

5、通过海关总署查询我国出口印度、尼日利亚、波兰以及以色列等国家的具体数据，分析发行人对出口收入变动趋势是否与行业趋势一致；

6、对出口印度的经销商以及印度市场进行实地走访，了解印度玩具市场的总体情况以及发展水平；

7、对发行人销售负责人以及总经理进行访谈，了解印度加征关税对发行人的具体影响以及应对措施，了解 2020 年上半年内销收入增长、出口尼日利亚、波兰以及以色列增长的原因及其持续性。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、印度加征关税对发行人短期经营业绩造成了一定不利影响，若中印贸易环境不能改善，中长期内将持续影响发行人对印度的出口。基于中国玩具产业的竞争优势、中印贸易摩擦的历史经验、印度玩具行业的发展现状、行业的发展前景、发行人产品的竞争优势等因素，整体上来说，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。

2、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。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。

3、受益于良好的贸易往来环境、多年生产经营形成的较为完善的销售网络和对不同国家或地区的文化、消费习惯的了解使得发行人能够较好的应对市场变化。在良好的研发储备下，发行人产品品类不断丰富，实现全年龄段覆盖。基于上述原因，发行人内销收入和在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长具有可持续性。

4、此外，发行人已就 2020 年上半年内销收入和在尼日利亚、波兰、以色列等国家的外销收入增长的持续性作出了相应的风险提示。

（本页无正文，为广东佳奇科技教育股份有限公司《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上市委审议意见的落实函的回复》之签章页）



广东佳奇科技教育股份有限公司

2020 年 10 月 20 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读广东佳奇科技教育股份有限公司本次上市委审议意见落实函回复报告的全部内容,确认上市委审议意见落实函回复报告内容真实、准确、完整、不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,按照诚信原则履行承诺,并承担相应的法律责任。

发行人董事长签名:



陈晓铨

广东佳奇科技教育股份有限公司



2020 年 10 月 20 日

（此页无正文，为万和证券股份有限公司《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上市委审议意见的落实函的回复》之签署页）

保荐代表人： 何巍
何 巍

郭勇
郭 勇

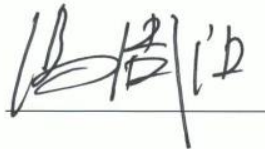


2020 年 10 月 20 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读广东佳奇科技教育股份有限公司本次上市委审议意见的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，本次上市委审议意见的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。

保荐机构董事长签名：



冯周让

万和证券股份有限公司



2020年10月20日

保荐机构总裁声明

本人已认真阅读广东佳奇科技教育股份有限公司本次上市委审议意见的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，本次上市委审议意见的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。

保荐机构总裁签名：_____



杨 棋

万和证券股份有限公司



2020 年 10 月 20 日