

关于深圳市利和兴股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核中心意见落实函有关财务问题的专项回复
大信备字【2020】第 5-00068 号

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

WUYIGE CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP.

关于深圳市利和兴股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中 心意见落实函有关财务问题的专项回复

大信备字[2020]第 5-00068 号

深圳证券交易所：

贵所《关于深圳市利和兴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】010667 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。作为深圳市利和兴股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”或“利和兴”）的审计机构，大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）对审核问询函提及的发行人有关财务事项进行了审慎核查，现将核查情况予以说明。

除非文义另有所指，本专项说明回复的简称与《深圳市利和兴股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

问题 3、关于商品销售

招股说明书披露,2020 年 1 至 3 月,发行人向深科技销售商品 766.98 万元,上述业务系基于发行人正常业务发展所致,双方交易价格按市场作价。

请发行人结合同期向其他客户销售同类产品的价格以及市场上同类产品的可比价格情况,进一步分析并补充披露上述交易定价的公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、请发行人结合同期向其他客户销售同类产品的价格以及市场上同类产品的可比价格情况,进一步分析并补充披露上述交易定价的公允性。

智能电表生产线属于定制程度较高,技术实现较为复杂的整线类产品,是公司报告期内的新款产品,除开发计量科技(香港)有限公司外,未向其他客户进行销售,因此难以取得向其他客户销售同类产品的价格或者通过公开渠道直接获取同类产品市场价格,而智能电表线为智能电表生产企业的主要生产设备,因此以智能电表生产企业的单位产品对应的生产线成本(从发行人角度来看,即产品售价/设计产能)进行对比分析公司所售产品价格的公允性。

近年来仪器智能化属于该行业的发展趋势,相关企业如宁波迦南智能电气股份有限公司(以下简称“迦南智能”,SZ.300880)和浙江万胜智能科技股份有限公司(以下简称“万胜智能”,SZ.300882)均有开展智能电表生产活动,其主要智能电表生产设备及产能情况如下:

项目	万胜智能	迦南智能	利和兴
智能电表生产线价值(万元)	1,306.81	1,410.38	707.98
智能电表线折旧年限	10 年		
智能电表线产能(万只)	233.16	227.11	120.00
智能电表单位折旧成本(元)	0.56	0.62	0.59

注:

1、数据来源于《东莞证券股份有限公司关于宁波迦南智能电气股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐工作报告》;

2、万胜智能和迦南智能的智能电表生产线价值为其所披露的主要机器设备原值,公司

智能电表生产线价值则为销售价格；

3、万胜智能和迦南智能的智能电表线产能为其主要机器设备当期生产的各类智能电表及相关产品，公司智能电表线产能则为年均设计产能；

4、迦南智能和万胜智能机器设备折旧年限分别为 5-10 年和 3-10 年，而公司智能电表生产线的设计使用寿命也能够达到 10 年。通常情况下，该类定制化设备为智能电表生产企业的主要机器设备，为确保智能电表生产的经济性，企业往往会通过必要的维护与保养使设备达到最大折旧年限，因此对比分析时假设该类设备均按照 10 年计提折旧；

5、智能电表单位折旧成本=生产线价值/年限/产能。

通过对比智能电表单位折旧成本，公司、迦南智能和万胜智能的单位折旧成本分别为 0.59 元、0.62 元和 0.56 元，不存在重大差异，公司对外销售智能电表生产线定价公允且具有一定的市场竞争力。

此外，下游客户深科技系 A 股上市公司，具有较为严格的内部控制管理措施，其均需要按照内部控制管理规范要求开展采购业务。而公司报价一方面系基于过往多年智能制造设备的生产经验及成本控制能力，另一方面系合理考虑该项目的利润水平，综合上述因素分析，在产品能够满足客户需求的前提下，公司制定了具有市场竞争力的公允价格。

公司与深科技报告期内上述业务系基于公司正常业务发展所致，双方交易价格按市场作价，不存在利益输送行为。

公司在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（三）2、（2）②、B、发行人 2020 年 1-3 月期间前五大客户中的深科技，交易相对方为深科技下属子公司，深科技为持有发行人 3.0589%股份的股东。”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人经营管理层，了解交易背景、过程及定价依据；
- 2、查阅了发行人与客户的销售合同、产品发货记录、出口报关单等销售资料，核查发行人提供的产品具体内容，了解相关业务实际执行情况；
- 3、访谈客户，了解客户的基本情况、与发行人的关系、交易情况以及定价

合理性；

4、对该项目销售收入及往来款项执行函证程序，确认发行人收入确认的真实性和准确性；

5、查阅智能电表生产企业的公开披露资料，了解其智能电表生产线的价值及产能情况，对比分析智能电表单位折旧成本。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

智能电表生产线属于定制程度较高，技术实现较为复杂的整线类产品，是发行人报告期内的新款产品，除开发计量科技（香港）有限公司外，未向其他客户进行销售，因此难以取得向其他客户销售同类产品的价格或者通过公开渠道直接获取同类产品市场价格，但通过对比万盛智能和迦南智能的智能电表单位折旧成本，发行人智能电表线定价公允；发行人结合自身生产经验和成本控制能力，采用成本导向定价方式确定产品价格，同时，发行人下游客户采购管理规范，双方交易价格公允，不存在利益输送情形。

问题 4、关于未分配利润

招股说明书披露，利和兴有限按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司时存在未弥补亏损 140.43 万元。截至 2014 年 12 月 31 日，上述未弥补亏损情形已消除。

请发行人充分披露其由有限责任公司整体变更为股份有限公司的基准日未分配利润为负的形成原因，整体变更后的变化情况和的发展趋势。

请保荐人、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 19 的规定发表明确意见。

回复：

一、发行人由有限责任公司整体变更为股份有限公司的基准日未分配利润

为负的形成原因

发行人成立于 2006 年 1 月 9 日，成立初期公司营业收入较低，为了保证公司生存，采取了低价获取订单的策略，且由于尚未形成规模效应，销售毛利率较低。因此公司 2006 年及 2007 年净利润为负，形成了较大的亏损。2006 年及 2007 年，公司净利润分别为-73.60 万元和-93.69 万元，截至 2007 年 12 月 31 日，公司未分配利润为-167.29 万元。

2008 年至 2012 年，公司销售收入持续增长，公司历年均实现了盈利，但公司仍属于成长期，利润率较低，因此该期间的净利润未能完全弥补前期亏损。2013 年，公司母公司净利润为-12.34 万元，截至 2013 年末，母公司未分配利润为-88.77 万元。但公司当年合并净利润为 59.62 万元，当年末合并未分配利润为-15.93 万元。

2014 年公司整体变更时，以截至 2014 年 7 月 31 日经审计的母公司财务报表进行折股。2014 年 1-7 月，公司母公司净利润为-51.65 万元，当期末母公司未分配利润为-140.43 万元。利和兴有限整体变更为股份有限公司的基准日未分配利润为负的原因一方面为公司 2006 年及 2007 年成立初期形成的亏损，一方面为公司 2014 年 1-7 月期间形成的暂时性亏损所致。2014 年 1-7 月，公司毛利率与 2013 年相比较为稳定，但销售费用率与管理费用率有所上升，且计提了部分资产损失，因此公司在该期间内经营业绩有一定亏损。

公司在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、（三）整体变更设立时存在未弥补亏损的情况”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、发行人整体变更后的变化情况和的发展趋势

公司整体变更后，强化生产经营管理并逐步获得客户认可，订单规模持续增长，盈利能力得以提升。2014 年度，公司实现母公司净利润 196.42 万元，期末未分配利润 223.26 万元。合并净利润 159.58 万元，期末未分配利润 259.26 万元。即使考虑整体变更前未弥补亏损，公司 2014 年末未分配利润也实现了扭亏为盈。

2015 年至 2019 年，公司历年实现营业收入分别为 10,627.92 万元、

17,163.14 万元、23,328.07 万元、40,824.34 万元和 57,884.31 万元，实现净利润分别为 975.74 万元、2,051.26 万元、3,074.02 万元、4,252.65 万元和 10,409.54 万元。

公司在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、（三）整体变更设立时存在未弥补亏损的情况”中补充披露以上楷体加粗内容。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、查阅发行人 2006 年及 2007 年度财务报表，查阅发行人 2008 年至 2012 年年报报告，查阅发行人 2014 年 1-7 月审计报告，查阅发行人 2003 年至 2019 年财务报表，了解发行人历年财务状况和经营情况，分析发行人未分配利润的变动情况和整体变更后的变化情况和趋势；

2、查阅了发行人改制时的审计报告、资产评估报告及董事会、创立大会的相关会议资料文件，了解发行人改制时的累积未弥补亏损情况及改制过程程序的合规性；

3、查阅发行人改制基准日会计报表和会计账簿，了解改制时发行人债务情况，截至 2014 年 7 月 31 日，发行人主要负债包括银行长短期借款合计 141.72 万元，经营过程中形成的应付及预收等往来款项 429.70 万元，应付职工薪酬 67.56 万元和其他应付款项 146.81 万元。查阅发行人改制后各期会计账簿，了解上述债务偿还情况；

4、查阅发行人整体变更相关的工商登记档案，了解发行人是否已完成工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项是否符合《公司法》等法律法规规定；

5、对发行人主要管理人员进行访谈，了解发行人变更为股份有限公司时存在累积未弥补亏损的原因。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

发行人整体变更相关事项经董事会、股东会表决通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益情形，未与债权人存在纠纷，已完成工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项符合《公司法》等法律法规规定。

问题 6、关于收入确认

报告期内，发行人各期技术服务收入占当期营业收入的比例仅为 6.73%、3.22%、2.80%和 1.29%。

请发行人结合具体案例，补充披露执行新收入准则对发行人技术服务收入确认的具体影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合具体案例，补充披露执行新收入准则对发行人技术服务收入确认的具体影响。

公司提供技术服务包含调试服务及升级改造服务，2020 年 1 月 1 日起，公司开始执行新收入准则，在新收入准则下，由于客户在公司提供相关技术服务的同时即取得并消耗公司提供服务所带来的经济利益且客户能够控制公司提供相关服务过程中的在建商品或服务，因此公司技术服务属于某一时段内履行的履约义务。执行新收入准则后，对公司技术服务收入确认具体影响分析如下：

（一）调试服务

在原收入准则下，公司提供的调试服务由于在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计，但公司预计已经发生的劳务成本能够得到补偿，因此公司按照已经发生的劳务成本金额结转调试服务成本。若当期验收订单的结算金额可覆盖已发生的劳务成本，则按当期验收订单的结算金额确认收入；若当期验收订单的结算金额不能覆盖已发生的劳务成本，则按照劳务成本相同的金额确认收入，并在以后期间验收订单的结算金额中扣除前期已确认的收入金额。

在新收入准则下，根据《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）第十二条相关规定，对于在某一时段内履行的履约义务，企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。当履约进度不能合理确定时，企业已经发生的成本预计能够得到补偿的，应当按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

执行新收入准则后，以 2019 年 8 月接到的尾号分别为 603、605 的调试服务订单为例，具体情况如下：

订单尾号	下单时间	验收结算期间
603	2019 年 8 月	2020 年 1 月
605	2019 年 8 月	2020 年 4 月

由上表可知，虽然下单时间一致，但各订单验收结算时间存在差异，且调试服务团队仍需要同时执行多个订单的调试服务，因此在 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则后，相关调试服务订单的履约进度在资产负债表日仍难以确定，但公司提供调试服务的客户主要为华为公司等信誉度较高，合作历史较久的客户。因此，依据历史经验以及实际结算情况，公司预计已发生的调试服务成本能够全部得到补偿。

此外，根据成都先导（SH. 688222）披露的 2020 年半年度报告显示，其为客户提供定制服务（如 DEL 库定制服务、化学合成服务和 DEL 筛选服务等）属于在某一时段履行的履约义务，对于在某一时段内履行的履约义务，其在该段时间内按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。在确认上述业务的履约进度时，其根据其业务的性质，分别采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。其执行新收入准则后，相关定制服务的收入确认政策与公司调试服务相关收入确认政策无明显差异。

综上，执行新收入准则后，由于公司调试服务相关服务履约进度在资产负债表日仍难以确定，但已经发生的成本预计能够得到补偿，技术服务相关收入确认政策及条件未发生实质性变更，因此公司执行新收入准则后，调试服务收

入确认方法未发生实质性变更，相关收入确认会计政策变更对公司调试服务业务无重大影响。

（二）升级改造服务

在原收入准则下，对于公司提供的升级改造服务，公司按照订单约定内容提供服务，在服务完成并经客户验收合格后，确认收入，同时结转相应成本。在新收入准则下，升级改造服务属于某一时段内履行的履约义务。

由于升级改造服务客户相对分散，且受客户不同的升级改造需求影响，该类服务各订单服务内容具有明显差异，服务过程中客户也可能会调整升级改造需求，公司提供的服务内容亦随之变更，进而导致公司无法在资产负债表日合理确认相关项目的履约进度。

以公司 2019 年尾号为 072301H 号升级改造订单服务为例，该笔升级改造服务系客户于 2019 年 7 月下达，公司接到相关服务订单后即安排相关人员为客户提供服务，服务过程中客户根据其实际需求对服务内容进行调整，该笔订单于 2020 年 3 月完成客户相关服务要求，因此在服务完成并经客户验收前，公司在资产负债表日无法准确预计其履约进度，基于谨慎性原则的考虑，公司于该笔订单服务完成后确认相关收入。

此外，根据上海新致软件股份有限公司的招股说明书显示，其收入主要来源于 IT 解决方案，其 IT 解决方案中提供的主要基于服务价值定价的开发收入采用终验法，在开发项目实施完成并经对方验收合格后确认收入。而公司由于在资产负债表日无法准确预计相关升级改造服务的履约进度，基于谨慎性原则，亦采用终验法确认相关收入，与其他上市公司无明显差异。

因此执行新收入准则后，对于公司提供的升级改造服务，公司按照订单约定内容提供服务，在服务完成并经客户验收合格后，确认收入，同时结转相应成本。与原收入准则下升级改造服务的收入确认政策无实质性差异。

同行业上市公司中，佰奥智能存在提供服务合同业务，对于该类业务，执行新收入准则后，佰奥智能将其认定为某一时段内履行的履约义务，对于提供服务合同的收入其按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。当

履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。根据其招股说明书显示，执行新收入准则后，对其业务模式、合同条款、收入确认无影响，新收入准则实施前后收入确认会计政策无差异。

综上，公司根据《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）第十二条的相关规定，制定新收入准则下公司技术服务收入确认政策具有合理性，符合《企业会计准则》的相关规定。公司执行新收入准则后，技术服务相关收入确认会计政策未发生实质性变更，公司技术服务相关收入确认政策与同行业上市公司亦不存在明显差异。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“八、（十九）4、新收入准则对发行人技术服务收入确认的具体影响”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理人员，了解发行人销售业务相关的经营模式特点、销售合同的签订过程及执行情况、技术服务收入确认政策的合理性等；

2、了解报告期内发行人销售与收款等相关的关键内部控制制度，并对相关业务循环执行测试程序，评价发行人内部控制设计及执行有效性；

3、抽查发行人销售相关的合同及订单、销售出库单、发票等支持性文件，确认各类业务收入确认依据是否充分，收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定；

4、获取并查阅发行人各类收入合同（订单）样本，结合具体条款和交易实质识别合同中的履约义务，对与收入确认有关的重大风险及报酬转移时点进行分析评估，判断各类履约义务收入确认政策和收入确认时点是否符合《企业会计准则》的相关规定；

5、核查发行人提供的产品或服务的具体内容，了解相关业务实际执行情况，并结合同行业上市公司收入确认政策，判断公司各类型销售业务收入确认方法是否符合与行业保持一致；

6、结合新收入准则，对比发行人现行收入确认政策，会计处理方式等是否发生重大变化。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

根据《企业会计准则第 14 号--收入》（财会[2017]22 号）第十二条相关规定，对于在某一时段内履行的约义务，企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。当履约进度不能合理确定时，企业已经发生的成本预计能够得到补偿的，应当按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止，发行人执行新收入准则后，技术服务相关收入确认会计政策未发生实质性变更，与同行业上市公司亦不存在明显差异。

问题 7、关于营业收入

招股说明书披露，2017 年至 2019 年，发行人下半年收入占比分别为 56.14%、77.30%、78.55%，其中第四季度销售收入占比分别为 33.22%、47.66%、46.67%。

请发行人：

（1）补充披露报告期内各季营业收入变动情况及变动的原因及合理性；

（2）结合第四季度各月的收入情况，补充披露第四季度收入占比较高的原因及合理性，是否存在年底突击确认收入的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，详细说明收入截止性测试的过程和结论，是否存在跨期确认收入、年度突击确认收入的情形。

回复：

一、补充披露报告期内各季营业收入变动情况及变动的原因及合理性

公司营业收入在报告期内具有一定的季节性特征，下半年主营业务收入占比相对较高，且第四季度销售收入占比较高，主要系受下游行业生产计划和固定资产投入计划的影响。最近三年，公司下半年收入占比分别为 56.14%、77.30%、78.55%，其中第四季度销售收入占比分别为 33.22%、47.66%、46.67%，其中 2018 和 2019 年占比相对稳定，而 2017 年下半年收入仅略高于上半年且第四季度销售收入占比相对较低，与 2018 年及 2019 年度存在差异，主要系受主要客户华为公司的影响，最近三年，公司各季度主营业务收入变动情况如下：

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）
第一季度	2,497.13	82.38%	1,369.20	-57.32%	3,207.71
第二季度	9,916.13	25.62%	7,894.01	14.77%	6,878.01
第三季度	18,448.35	52.46%	12,100.09	129.67%	5,268.45
第四季度	27,011.23	38.84%	19,454.91	154.75%	7,636.86
合计	57,872.84	41.78%	40,818.21	77.54%	22,991.02

由于 2016 年下半年以来，全球智能手机市场发展态势较好，全球手机厂商销售量在 2016 年第四季度达到 4.32 亿部，其中国内智能手机出货量达 1.36 亿部，为近年销量最高的一个季度，而华为公司当季的销售量超过 4,000 万部，增长明显，因此随着手机出货量及市场占有率的不断提升，华为公司为了能够凭借良好的市场环境持续推动其智能手机业务发展，进一步提升智能手机市场占有率，2016 年下半年及 2017 年上半年对智能装备均有较大需求，公司积极响应客户需求，不断开发符合客户需求的新产品，并实现产品交付，相关产品在 2017 年一、二季度陆续完成验收，公司当期上半年收入占比有所提升，而华为公司当年也因为发展较快，全球市场份额突破 10%。

2018 年，受行业传统淡季影响，一季度销售收入较少，而 2017 年得益于行业良好的发展趋势，一季度销售收入较高，从而导致 2018 年一季度销售收入较 2017 年同期有所下降，降幅达 57.32%，2018 年公司积极开拓新客户，新增宝德自动化、发斯特、艾克斯等主要客户，同时与世豪机电合作也进一步深入，上述客户定制产品主要为新款产品，包括贴膜设备和螺柱焊接设备等制程类产品，其中宝德自动化于第二季度实现收入 1,776.00 万元，从而导致 2018 年二季度较

上年同期有所增长，受此影响，公司积极备料生产并实现产品交付，但由于制程类产品技术构造相对复杂，结合公司通常7-30天的采购周期、10-50天生产周期、30-180天验收周期，上述客户相关产品主要集中在2018年下半年完成验收并确认产品销售收入，其下半年确认收入金额达5,626.43万元，占上述客户全年营业收入比例达74.98%，从而导致2018年公司下半年及第四季度智能制造设备类产品新款产品销售收入占比较高。

此外，随着公司与主要客户华为公司合作的不断深入以及华为公司市场占有率的不断提升，其对智能制造设备类产品的需求亦有所增长，受客户验收进度影响，公司产品于三、四季度验收较多，2018年公司对华为公司销售三、四季度销售收入分别为8,218.45万元、11,922.15万元，从而导致2018年三、四季度营业收入确认较多，较上年同期分别增加129.67%、154.75%。

2019年，公司各季度营业收入较上年同期均呈上升趋势且增幅明显，主要原因系随着市场对于5G相关产品的需求逐步释放，华为公司等客户陆续定制与之相关的产品，受益于行业的稳定发展以及下游客户对智能装备整体较大的产品需求，公司2019年智能制造设备类产品整体销售收入有明显增长，其中射频测试类、能源检测类等新款产品收入确认主要集中于下半年，其中三、四季度新款产品销售收入分别为13,260.83万元、18,118.51万元，占全年新款产品销售收入比例分别为37.13%、50.73%，从而对2019年度第三、四季度销售收入占比产生了积极影响，较上年同期分别增长52.46%、38.84%。

综上，受主要客户华为公司市场占有率逐步提升及5G技术逐步推广运用的影响，公司在不断深化与华为公司合作的同时，积极开发新产品、开拓新客户，最近三年，除2018年一季度较上年同期有所下降外，公司其余各季度营业收入较上年同期呈明显增长趋势，其中2018年及2019年第四季度销售收入增长较多且与2017年存在差异主要原因系受客户需求影响，公司销售收入季节性随着客户不同期间对产品的不同需求而有所波动。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、（一）4、（1）各季度营业收入”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、结合第四季度各月的收入情况，补充披露第四季度收入占比较高的原

因及合理性，是否存在年底突击确认收入的情形

报告期内，公司主营业务收入受下游行业影响存在一定的季节性特征，四季度收入占比相对较高，最近三年，公司第四季度各月收入占比情况如下：

单位：万元

月份	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
10 月	9,065.25	33.56%	1,795.74	9.23%	1,200.14	15.72%
11 月	10,683.53	39.55%	7,987.60	41.06%	1,877.32	24.58%
12 月	7,262.45	26.89%	9,671.57	49.71%	4,559.40	59.70%
合计	27,011.23	100.00%	19,454.91	100.00%	7,636.86	100.00%

受公司主要客户华为公司经营规模及市场占有率不断扩大的积极影响，报告期内，公司不断深化与华为公司合作，各年度销售收入增长明显，且受下游行业生产计划及固定资产投资计划影响，收入确认主要集中于下半年，从而导致 2018 及 2019 年度四季度销售收入占比较高。最近三年第四季度各月收入占比存在差异，其中 12 月收入占当期四季度销售收入比例分别为 59.70%、49.71%、26.89%，呈逐年下降趋势。主要原因系，报告期内公司产品销售均按照相关合同/订单约定进行交付及验收，在此过程中由客户主导，产品经客户验收合格后，公司确认收入，因此受客户验收进度影响，各月度收入确认存在差异。

虽然公司主营业务收入受下游行业影响存在一定的季节性特征，四季度收入占比相对较高，但公司针对收入确认制定并执行较为严格的内部控制制度。一方面，产品发出后公司业务部门及时跟进客户验收确认情况，尤其是在报告期末，公司会整体梳理发出商品情况，确保符合收入确认条件的业务及时确认收入，同时公司将收入确认的准确性、完整性作为业务部门的考核指标之一，相关业务部门会较为积极主动跟进各项销售订单的实际进展情况，财务部等后台部门则会对业务情况进行严格把关，避免收入存在跨期现象；另一方面，公司主要客户华为公司通常使用其协同管理系统对相关采购业务进行管理，公司可以及时通过其系统及时获取订单的完成情况，并据此确认收入，从而避免收入确认跨期情形。

综上，报告期内公司严格遵循收入相关的内部控制制度，结合主要客户的协同管理系统的使用，尽管公司第四季度收入占比相对较高，但是公司能够及时确

认业务收入，不存在跨期确认收入的情况，同时，受客户验收进度影响，最近三年第四季度各月度销售收入占比存在差异，其中 2019 年 12 月销售收入占当期四季度销售收入比例从 2017 年的 59.70%下降为 26.89%，报告期内，公司销售收入确认均严格遵循公司相关内部控制制度及企业会计准则的相关规定，在取得收入确认相关单据时确认收入，不存在年底突击确认收入的情形。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、（一）4、（1）各季度营业收入”中补充披露以上楷体加粗内容。

结合行业发展情况及公司目前实际经营情况，公司 2020 年全年业绩（预计）与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动率
营业收入	47,000 至 52,000	57,884.31	-18.80%至-10.17%
归属于母公司的净利润	8,200 至 9,200	10,446.29	-21.50%至-11.93%
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	7,800 至 8,800	10,286.05	-24.17%至-14.45%

受新冠疫情和美国商务部对华为公司的管制新规影响，公司预计 2020 年可实现营业收入 47,000 万元至 52,000 万元，与上年同期相比变动幅度在-18.80%至-10.17%之间；可实现归属于母公司的净利润 8,200 万元至 9,200 万元，与上年同期相比变动幅度在-21.50%至-11.93%之间；可实现扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润 7,800 万元至 8,800 万元，与上年同期相比变动幅度在-24.17%至-14.45%之间。

上述公司 2020 年业绩相关数据仅为预计数据，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测。

公司在招股说明书“重大事项提示”之“四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”中补充披露以上楷体加粗内容。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，详细说明收入截止性测试的过程和结论，是否存在跨期确认收入、年度突击确认收入的情形。

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理人员，了解发行人销售收入存在季节性的原因等；

2、了解报告期内发行人销售与收款等相关的关键内部控制制度，并对相关业务循环执行测试程序，评价发行人内部控制设计及执行有效性；

3、检查相关收入是否签署合同，并有对应订单；

4、对报告期各期第一季度和第四季度（2020年1-3月则对应第二季度核查数据）的收入执行截止性测试程序，将销售收入记录至对应的合同及订单，并检查相应的验收凭证，关注验收凭证日期，并判断收入确认归属期间是否一致，具体核查情况如下：

单位：万元

项目		2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一季度	主营业务收入	8,361.54	2,497.13	1,369.20	3,207.71
	核查金额	7,186.34	1,840.36	1,005.99	2,453.08
	核查比例	85.95%	73.70%	73.47%	76.47%
四季度(2020年1-3月对应当期二季度核查数据)	主营业务收入	10,731.40	27,011.23	19,454.91	7,636.86
	核查金额	8,125.47	20,135.67	14,076.65	5,540.39
	核查比例	75.72%	74.55%	72.36%	72.55%

5、检查发行人是否存在期后大额退货情形；

6、对发出商品进行函证及测试，核对发出商品的销售记录，检查是否存在已完成验收但未确认收入的情形，发出商品核查情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	合计
发出商品	9,806.02	8,586.49	3,501.93	3,801.85	25,696.29
核查金额	9,476.70	8,312.42	3,477.56	3,677.50	24,944.18
核查比例	96.64%	96.81%	99.30%	96.73%	97.07%

7、检查应收账款期后回款情况，检查是否存在长时间无法回款或大额第三方回款情形；

8、函证及访谈，与客户确认报告期的交易验收情况及各期交易金额，具体

核查情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	合计
客户访谈	营业收入	8,364.37	57,884.31	40,824.34	23,328.07	130,401.08
	核查金额	7,588.96	56,831.72	39,584.27	22,629.08	126,634.03
	核查比例	90.73%	98.18%	96.96%	97.00%	97.11%
客户函证	营业收入	8,364.37	57,884.31	40,824.34	23,328.07	130,401.08
	核查金额	7,490.95	56,144.78	38,914.66	22,213.82	124,764.21
	核查比例	89.56%	96.99%	95.32%	95.22%	95.68%

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、由于发行人以定制化产品生产为主，因此受客户产品需求变化影响较大，报告期各期随着客户不同期间对产品的不同需求变化，从而导致发行人营业收入存在季节性特征，报告期内各季营业收入变动合理，除2018年第一季度收入较往年同期有所下滑外，发行人其余各季度营业收入较上年同期呈明显增长趋势；

2、随着发行人报告期内不断深化与华为公司合作，各年度销售收入增长明显，且受下游行业生产计划及固定资产投资计划影响，收入确认主要集中于下半年，其中发行人最近三年第四季度各月的收入整体随着经营规模扩大而有所增长，而12月的收入占比从2017年59.70%下降至2019年26.89%，由于下游主要客户华为公司等具有较为严格的内部控制管理，因此发行人无法控制产品或服务的收入确认时间，不存在年底突击确认收入的情形；

3、通过对发行人收入截止性进行检查及测试，发行人能够按照其销售与收款相关的内部控制管理要求执行相关业务，并确认产品及服务销售收入，收入确认归属期间正确，不存在发出商品已验收但未确认收入情形，期后回款情况较好，不存在其他跨期确认收入的异常迹象，发行人不存在跨期确认收入、年度突击确认收入的情形。

问题 8、关于主要客户

招股说明书披露，发行人客户可以分为终端客户及非终端客户。报告期内，海思科既是发行人的竞争对手，也是发行人的主要客户之一，其与发行人交易的主要产品是智能制造相关模组。发行人与国内外知名企业富士康、维谛技术、TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等建立了业务合作关系。

请发行人：

（1）补充披露是否存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形，分析并披露终端产品和非终端产品在单价、毛利率上的差异情况；

（2）补充披露是否存在发行人终端客户指定发行人非终端客户向发行人采购的情形，是否存在由非终端客户替代终端客户采购的趋势，发行人毛利率是否存在持续下滑的风险；

（3）补充披露发行人客户与竞争对手的重叠的全部情况，前述客户是否对发行人产品进行再加工，其最终销售产品与发行人产品的差异情况；

（4）补充披露报告期内发行人与 TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户开展业务合作的具体内容、金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查过程。

回复：

一、补充披露是否存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形，分析并披露终端产品和非终端产品在单价、毛利率上的差异情况

（一）补充披露是否存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形

以客户是否为产品的最终使用方来分类，公司客户可以分为终端客户及非终端客户。报告期内，公司产品主要销售给华为公司等终端客户。但在智能制造设备领域，由于不同的厂商在产品优势、产品种类、生产能力等方面存在差异，基于资源配置效率考虑，部分客户向公司采购相关产品后再加工、改造为其产品，或其它产品进行组装、调试，集成为综合设备或整条产线再销售给其下游客户；

或因客户产能不足、缺乏个别流程或产品的生产加工能力而向公司采购产品，并销售给其下游客户，从而成为公司的非终端客户。非终端客户主要系基于资源配置效率、产能情况和自身加工能力而主动向公司采购产品，不存在由终端客户指定其向公司进行采购的情形，且公司非终端客户一般也是设备厂商，不生产智能手机等智能终端产品，其采购之后根据其自身业务经营需要将产品进行集成或者加工等销售给下游客户，而华为公司等终端客户其相应产品以智能终端产品为主，智能制造设备领域一般不是终端客户的主要业务领域，因此公司不存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形。

公司在招股说明书“第六节业务与技术”之“五、（三）9、（1）销售收入按终端与非终端客户分类”中补充披露以上楷体加粗内容。

（二）分析并披露终端产品和非终端产品在单价、毛利率上的差异情况

1、终端产品和非终端产品单价差异情况对比

报告期各期，公司对非终端客户销售收入以智能制造设备类产品为主，其中检测类及制程类产品占当期销售给非终端客户销售收入比例分别为 80.58%、91.72%、97.80%、95.10%，报告期各期公司销售至终端与非终端客户检测类及制程类产品销售单价差异情况如下：

单位：万元/台、套

检测类产品				
项目	终端客户	非终端客户	差异	差异率
2020 年 1-3 月	15.38	12.09	3.29	27.23%
2019 年度	13.08	10.45	2.63	25.18%
2018 年度	11.00	8.88	2.12	23.87%
2017 年度	12.04	8.63	3.41	39.44%
制程类产品				
项目	终端客户	非终端客户	差异	差异率
2020 年 1-3 月	97.96	79.37	18.58	23.41%
2019 年度	21.28	58.35	-37.07	-63.53%
2018 年度	20.65	53.85	-33.20	-61.65%
2017 年度	34.82	41.74	-6.92	-16.58%

由上表可知，报告期各期，公司终端与非终端客户检测类及制程类产品销售单价均存在差异，主要系受产品结构影响，具体分析如下：

（1）检测类产品

2017 年，公司对终端客户检测类产品销售单价高于非终端客户，主要原因系 2017 年公司对非终端客户的检测类产品中销售单价较低的板极测试类、充电测试类及防水测试类产品销售收入占比较高，达 37.72%，销售单价约为 6 万元，而当期销售给终端客户的检测类产品以射频测试类、整机加载检测类为主，该类产品销售收入占当期对终端客户检测类产品销售收入比例达 62.71%，其单价相对较高，约为 13 万元，从而导致 2017 年公司对终端客户检测类产品销售单价高于非终端客户。

2018 年，公司对终端及非终端客户检测类产品销售收入均以整机加载检测类及射频测试类为主，其中对终端客户销售单价约为 12 万元，由于非终端客户对产品功能及配置需求相对简单，其对非终端客户销售单价约为 11 万元，从而导致 2018 年公司对非终端客户检测类产品销售单价低于终端客户。

2019 年，公司对非终端客户检测类产品销售收入以射频测试类、整机加载检测类及板极测试类产品为主，其销售单价约为 11 万元，而受客户对产品功能及配置需求影响，当期对终端客户该三类产品销售单价约为 13 万元，此外 2019 年公司对终端客户的摄像头测试类及综合测试类产品销售收入占比较大，销售单价较高，约为 36 万元，从而导致 2019 年公司对终端客户检测类产品销售单价高于非终端客户。

2020 年 1-3 月，公司销售给终端客户的检测类产品中综合测试类产品销售收入占比较大，为 24.19%，该类产品测试功能较齐全，销售单价较高，约为 46 万元，从而导致 2020 年 1-3 月公司对终端客户检测类产品销售单价高于非终端客户。

（2）制程类产品

2017 年，公司对终端客户制程类产品销售单价低于非终端客户，主要原因系 2017 年公司对终端客户制程类产品中的电池组装设备销售收入占比较高，占

比为 29.90%，该类产品销售单价相对较低，约为 18 万元，而当期销售给非终端客户的制程类产品以上下料机器人为主，占比达 65.99%，该类产品销售单价约为 30 万元，从而导致 2017 年非终端客户制程类产品销售单价高于终端客户。

2018 及 2019 年度，公司对终端客户制程类产品销售单价低于非终端客户，主要原因系公司对终端客户制程类产品销售收入以电池组装设备为主，该类产品单价较低约为 18 万元，而对非终端客户制程类产品主要为销售单价较高的贴膜设备及手机组装设备，从而导致非终端客户制程类产品销售单价高于终端客户。

2020 年 1-3 月，公司对终端客户制程类产品销售单价高于非终端客户，主要原因系 2020 年 1-3 月，公司对终端客户销售的智能电表生产线销售单价较高，从而导致公司对终端客户制程类产品销售单价高于非终端客户。

综上，报告期内，公司对终端客户及非终端客户检测类及制程类产品销售单价存在差异，主要系受产品结构及客户需求影响，具有其合理性。

公司在招股说明书“第六节业务与技术”之“五、（三）9、（6）公司销售至终端与非终端客户主要产品销售单价差异情况”中补充披露以上楷体加粗内容。

2、毛利率与同期直接销售至终端客户的同类产品对比情况

报告期各期公司销售至终端与非终端客户检测类及制程类产品销售毛利率差异情况如下：

检测类产品			
项目	终端客户	非终端客户	差异
2020 年 1-3 月	34.65%	36.13%	-1.47%
2019 年度	35.71%	31.95%	3.76%
2018 年度	32.42%	25.01%	7.42%
2017 年度	32.14%	30.43%	1.71%
制程类产品			
项目	终端客户	非终端客户	差异
2020 年 1-3 月	21.27%	41.02%	-19.75%
2019 年度	19.14%	26.30%	-7.16%

2018 年度	20.97%	34.19%	-13.22%
2017 年度	29.46%	25.88%	3.57%

由上表可知，报告期各期，公司对终端及非终端客户检测类及制程类产品毛利率存在差异，具体分析如下：

（1）检测类产品

2017 年及 2020 年 1-3 月，公司对终端客户与非终端客户检测类产品毛利率差异较小，2018 年公司对终端客户检测类产品毛利率高于非终端客户 7.42 个百分点，主要原因系当期对非终端客户检测类产品中整机加载检测类产品毛利率下降至 23.78%，较 2017 年下降 6.24 个百分点，从而导致 2018 年公司对非终端客户检测类产品毛利率下降。

2019 年公司对终端客户检测类产品毛利率较非终端客户高 3.76 个百分点，主要原因系 2019 年公司对终端客户射频测试类产品毛利率较高，约为 38%，但受客户需求影响，非终端客户对射频测试类产品的功能、配置等需求有所差异，相关产品毛利率相对较低，约为 28%，从而导致公司对终端客户检测类产品毛利率高于非终端客户。

（2）制程类产品

2017 年公司对终端客户制程类产品毛利率与非终端客户差异较小。2018 年及 2019 年度，公司对终端客户制程类产品毛利率均低于非终端客户，主要原因系 2018 年及 2019 年，公司对终端客户制程类产品以电池组装设备、小型上下料机器人等毛利率较低的产品为主，产品毛利率约为 18%至 21%，而公司对非终端客户制程类产品以贴膜设备、手机组装设备等毛利率相对较高的产品为主，从而导致公司 2018 年及 2019 年对终端客户制程类产品毛利率低于非终端客户。

2020 年 1-3 月，公司对终端客户制程类产品毛利率低于非终端客户 19.75 个百分点，主要原因系当期销售给非终端客户的制程类产品中以贴膜设备为主，该类产品毛利率约为 31%，同时，受新冠疫情影响，公司对部分非终端客户销售口罩机，该类产品由于处于市场初期，产品毛利率较高，从而对非终端客户制程类产品毛利率产生积极影响，而当期对终端客户制程类产品主要为毛利率较

低的小型上下料机器人，从而导致 2020 年 1-3 月公司对终端客户制程类产品毛利率低于非终端客户。

综上，报告期内，受产品结构及客户需求影响，公司对终端客户及非终端客户检测类及制程类产品毛利率存在差异。

公司在招股说明书“第六节业务与技术”之“五、（三）9、（7）毛利率与同期直接销售至终端客户的同类产品对比情况”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、补充披露是否存在发行人终端客户指定发行人非终端客户向发行人采购的情形，是否存在由非终端客户替代终端客户采购的趋势，发行人毛利率是否存在持续下滑的风险

（一）补充披露是否存在发行人终端客户指定发行人非终端客户向发行人采购的情形

以客户是否为产品的最终使用方来分类，公司客户可以分为终端客户及非终端客户。报告期内，公司产品主要销售给华为公司等终端客户。但在智能制造设备领域，由于不同的厂商在产品优势、产品种类、生产能力等方面存在差异，基于资源配置效率考虑，部分客户向公司采购相关产品后再加工、改造为其产品，或其它产品进行组装、调试，集成为综合设备或整条产线再销售给其下游客户；或因客户产能不足、缺乏个别流程或产品的生产加工能力而向公司采购产品，并销售给其下游客户，从而成为公司的非终端客户。非终端客户主要系基于资源配置效率、产能情况和自身加工能力而主动向公司采购产品，不存在由终端客户指定其向公司进行采购的情形，且公司非终端客户一般也是设备厂商，不生产智能手机等智能终端产品，其采购之后根据其自身业务经营需要将产品进行集成或者加工等销售给下游客户，而华为公司等终端客户其相应产品以智能终端产品为主，智能制造设备领域一般不是终端客户的主要业务领域，因此公司不存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形。

（二）是否存在由非终端客户替代终端客户采购的趋势，发行人毛利率是否存在持续下滑的风险

报告期内，公司向终端与非终端客户的销售情况如下：

单位：万元，%

2020年1-3月				2019年度			
类型	销售收入	占比	毛利率	类型	销售收入	占比	毛利率
终端	4,883.19	58.38	29.06	终端	46,122.69	79.68	33.81
非终端	3,481.18	41.62	40.12	非终端	11,761.61	20.32	29.95
合计	8,364.37	100.00	33.66	合计	57,884.31	100.00	33.02
2018年度				2017年度			
类型	销售收入	占比	毛利率	类型	销售收入	占比	毛利率
终端	27,308.97	66.89	27.40	终端	17,862.71	76.57	28.93
非终端	13,515.37	33.11	30.79	非终端	5,465.35	23.43	27.35
合计	40,824.34	100.00	28.52	合计	23,328.07	100.00	28.56

报告期内，非终端客户销售收入占当期营业收入比分别为 23.43%、33.11%、20.32%、41.62%，总体收入占比不高，其中 2018 年及 2020 年一季度占比相对较高。2018 年非终端客户收入占比较 2017 年有所增加原因系 2018 年公司新增宝德自动化、艾克斯、发斯特等客户，购买产品主要为制程类产品，其下游客户主要为京东方、富士康、比亚迪等；2020 年 1-3 月非终端客户销售收入占比增幅较大原因系受春节及疫情影响，检测类产品需求增长有所放缓，而当期销售给宝德自动化的贴膜设备完成交付验收导致非终端制程设备收入增加。

最近三年，公司主要以销售产品和提供服务给终端客户为主，对终端客户的销售占比分别为 76.57%、66.89%、79.68%，其占比有所波动，主要系受下游客户采购需求波动影响所致，终端客户对于公司经营规模扩大起到较大的积极作用。虽然 2020 年 1-3 月销售给宝德自动化的贴膜设备完成交付验收导致非终端制程设备收入增加使得非终端客户销售占比有所上升，但公司仍然以终端客户销售为主，占比达到 58.38%。公司目前与华为公司等主要终端客户仍然保持紧密合作的关系，其仍然为公司第一大客户，对公司经营业绩具有较大的影响。

除华为公司外，公司积极开拓新的终端客户，在显示器件领域，公司成功获得华星光电和国显科技等知名企业的订单；在通讯基础设施领域，公司已经取得中兴通讯的合格供应商资质。公司通过加强与华为公司等终端客户的合作，并且持续开拓更多终端客户，掌握下游市场需求变化，及时响应客户需求，从而对终端客户的销售也将维持在相对较高的水平。虽然报告期内，公司对终端

客户销售收入占比有所波动，但公司不存在由非终端客户替代终端客户采购的趋势，公司未来仍然主要以对终端客户销售为主。

公司报告期内的第一大客户，同时也是公司的主要终端客户华为公司，作为全球领先的智能终端品牌，最近三年消费者业务增长迅猛，从而也带动了公司最近三年综合毛利率波动式上升，综合毛利率分别为28.56%、28.52%、33.02%，其中2019年因为公司销售较多5G相关产品且生产规模逐步扩大规模效应有所凸显，从而导致当期毛利率有所上升。

2020年1-3月，公司综合毛利率为33.66%，基本与2019年度33.02%毛利率保持一致，非终端客户对于维持当期较高水平的毛利率起到积极作用，而公司对终端客户的销售毛利率水平有所下降，主要系因为当期对终端客户销售的上下料机器人、智能电表生产线等制程类产品毛利率水平较低，整体毛利率仅为21.27%，虽然公司终端客户毛利率短期内受产品结构影响导致毛利率有所下滑，但是公司对主要终端客户华为公司当期的销售毛利率仍然超过30%。

公司的行业经验及技术储备能够支持公司未来维持或提升综合毛利率水平，但主要终端客户华为公司受到美国商务部管制新规的限制，导致其消费者业务方面受到一定程度的不利影响，进而导致公司毛利率存在下滑风险，毛利率上升可持续性可能受到影响。

针对美国商务部管制新规的不利影响，公司制定了短期、中期、长期应对计划，包括短期内和华为公司保持拓展业务合作领域，以及持续开拓新的客户，降低对单一客户单一领域销售占比；中期开发新的产品，拓展智能制造设备在其他领域内的应用，提高产品线宽度、广度和深度，为业务持续发展不断提供新的增长点；长期内持续加强人才和技术的储备，为公司成长提供源源不断的动力，避免毛利率存在持续下滑的风险。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（三）9、（1）销售收入按终端与非终端客户分类”中补充披露以上楷体加粗内容。

三、发行人客户与竞争对手的重叠的全部情况，前述客户是否对发行人产品进行再加工，其最终销售产品与发行人产品的差异情况

报告期内发行人主要从事智能移动终端检测设备业务，主要客户为华为公司，发行人在该领域内的主要竞争对手包括海思科、明信测试。报告期内，上述企业存在向发行人采购的情形，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	销售主要内容	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
海思科	智能制造设备类产品、专用配件、技术服务	1,183.74	7,335.26	6,011.49	4,893.83
明信测试	智能制造设备类产品、专用配件	-	46.22	17.96	-
合计		1,183.75	7,381.48	6,029.45	4,893.83
占营业收入比例		14.15%	12.75%	14.77%	20.98%

在智能制造设备领域，由于不同的厂商在产品优势、产品种类、生产能力等方面存在差异，基于资源配置效率考虑，竞争对手之间可能发生购销交易以满足其下游客户的订单需求。上述客户向发行人采购相关产品后，根据其下游客户需求进行再加工后出售给下游客户，再加工的内容可能包括改造、调整功能、调试，或将不同产品组合成整条产线，而发行人销售给下游客户的产品也是根据客户具体需求设计、生产交付的，二者之间的差异性主要体现在下游客户定制化要求不同导致的产品的功能、性能等方面的异同。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（三）6、（2）客户与竞争对手重叠的情形”中补充披露以上楷体加粗内容。

四、报告期内发行人与 TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户开展业务合作的具体内容、金额

报告期内，发行人对 TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户实现销售收入的具体内容、金额情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	具体内容	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
深科技	智能制造设备类产品	766.98	291.38	223.40	36.00
	专用配件	-	0.38	2.55	4.41
	技术服务	-	14.98	-	0.16
	合计	766.98	306.75	225.94	40.57

TCL	智能制造设备类产品	-	255.72	-	-
奥兰若科技(深圳)有限公司	智能制造设备类产品	-	7.17	1.85	0.74
	专用配件	12.88	53.76	30.90	68.14
	合计	12.88	60.93	32.75	68.88
佳能精技立志凯高科技(深圳)有限公司	专用配件	6.02	7.02	13.00	16.19
	技术服务	-	0.36	0.22	0.39
	合计	6.02	7.38	13.21	16.58
富士施乐高科技(深圳)有限公司	智能制造设备类产品	-	-	0.85	14.79
	专用配件	1.20	3.77	105.31	169.94
	技术服务	-	-	1.16	3.70
	合计	1.20	3.77	107.32	188.43
旺旺食品	智能制造设备类产品	-	-	41.71	-
	专用配件	-	4.40	3.77	5.78
	合计	-	4.40	45.48	5.78

除上述报告期内的合作情况之外，2020 年度发行人保持与上述公司合作关系，合计取得上述客户订单超过 2,000 万元。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（三）3（1）④丰富的行业应用经验”中补充披露以上楷体加粗内容。

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层及相关人员，了解发行人报告期内终端客户与非终端客户的情况；

2、获取发行人销售明细表，并对主要客户产品销售结构变动情况进行分析，了解发行人终端与非终端客户销售情况及其变动原因，分析收入变动的合理性，了解终端产品与非终端产品在单价、毛利率上的差异情况；

3、对主要客户实施访谈，了解其经营范围、规模、与发行人间的业务往来情况，获取并检查主要非终端客户对外销售凭证，确认其向发行人购买产品的必要性，并查验是否实际对外最终销售；

4、获取主要销售合同和订单，分析客户需求对发行人营业收入、产品结构的影响，并对报告期各期的销售收入及期末往来余额进行函证；

5、查阅终端客户与非终端客户的销售收入变动趋势以及分析相关变动对发行人毛利率的影响；

6、对发行人进行访谈，了解发行人客户与竞争对手的重叠情况；

7、查阅发行人销售明细表，了解发行人与 TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户开展业务合作的具体内容、金额；

8、查阅发行人取得的 TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户的订单，了解发行人与上述客户业务的持续性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人不存在同一客户既是终端客户又是非终端客户的情形，发行人对终端客户及非终端客户销售的主要产品价格及毛利率差异主要系受产品结构及客户需求影响所致，其差异具有合理性；

2、非终端客户主要系基于资源配置效率、产能情况和自身加工能力而主动向公司采购产品，不存在由终端客户指定其向发行人进行采购的情形；报告期内，发行人仍然以终端客户销售收入为主，虽然短期内占比变化导致毛利率有所波动，但发行人对主要终端客户华为公司的销售毛利率仍然维持在30%以上，受到美国商务部管制新规的限制，主要客户华为公司消费者业务受到不利影响，发行人毛利率也存在下滑风险，毛利率上升可持续性可能受到影响，为避免毛利率持续下滑的风险，发行人已制定了短期、中期、长期应对计划，并已充分披露；

3、报告期内，既是发行人客户、又是发行人竞争对手的企业包括海思科、明信测试，上述客户向发行人采购相关产品后，根据其下游客户需求进行再加工后出售给下游客户，再加工的内容可能包括改造、调整功能、调试，或将不同产品组合成整条产线，而发行人销售给下游客户的产品也是根据客户具体需求设计、生产交付的，二者之间的差异性主要体现在下游客户定制化要求不同导致的产品

的功能、性能等方面的异同；

4、报告期内发行人与TCL、富士施乐、佳能、深科技、奥兰若、旺旺食品等客户均开展了相关业务合作，且上述合作具有持续性。

问题 9、关于毛利率

请发行人：

(1) 按主要产品类别（检测类、制程类）分类，补充披露报告期内发行人对华为公司销售的主要产品类别毛利率变动的合理性；

(2) 按主要产品类别（检测类、制程类）分类，补充披露除华为公司外其他公司主要产品类别毛利率变动的合理性；

(3) 补充披露对华为公司销售毛利率与其他公司销售毛利率存在差异及其变动趋势不一致的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查过程。

回复：

一、按主要产品类别（检测类、制程类）分类，补充披露报告期内发行人对华为公司销售的主要产品类别毛利率变动的合理性；

报告期各期，公司对华为公司销售主要产品类别毛利率变动情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率
检测类	34.47%	-1.43%	35.90%	3.12%	32.78%	0.63%	32.15%
制程类	19.86%	1.86%	18.00%	-0.96%	18.96%	-10.84%	29.80%

注：变动率=本期毛利率-上期毛利率，下同。

由上表可知，报告期内，公司对华为公司检测类产品销售毛利率整体保持在 32%以上且整体呈上升趋势，但受产品结构影响，报告期各期制程类产品毛利率有所波动，具体分析如下：

1、检测类产品

2017 年及 2018 年，公司对华为公司检测类产品毛利率基本保持一致，变动不大。2019 年公司对华为公司检测类产品毛利率上升为 35.90%，较 2018 年增长 3.12 个百分点，主要原因系①2019 年随着华为公司市场占有率的进一步提升及 5G 相关产品的逐步推广应用，其对检测类产品需求进一步增加，公司积极响应客户需求，射频测试类产品销售收入增长明显，占当期对华为公司检测类产品销售收入比例为 44.07%，且毛利率保持在 38%左右；②2019 年公司能源检测类等 5G 相关产品销售收入增长明显，且该类产品毛利率较高，约为 45%；③随着公司经营规模的不断扩大，规模效应逐步凸显，防水测试类及整机加载检测类等销售收入占比较多的产品毛利率亦有所提升，从而导致 2019 年度公司对华为公司检测类产品毛利率较 2018 年度上升明显。

2020 年 1-3 月公司对华为公司检测类产品毛利率略有下降，下降为 34.47%，主要原因系受产品销售结构影响。2020 年 1-3 月，公司对华为公司检测类产品销售收入中综合测试类、老化测试类及摄像头检测类等毛利率相对较低的产品销售收入占比有所上升，从 2019 年度的 17.36%上升为 31.67%，该类产品 2020 年 1-3 月平均毛利率约为 23%，从而导致 2020 年 1-3 月公司对华为公司检测类产品毛利率略有下降。

2、制程类产品

2017 年，公司对华为公司制程类产品主要为包装设备、电池组装设备及上下料机器人，该类产品毛利率均维持在 30%左右。

2018 年，公司对华为公司制程类产品毛利率下降为 18.96%，较 2017 年度下降 10.84 个百分点，主要原因系 2018 年公司对华为公司制程类产品销售收入以电池组装设备为主，占当年对华为公司制程类产品销售收入比达 81.98%，公司积极响应客户需求，电池组装设备实现识别、定位及软件等功能升级，单位成本有所增加，而销售单价与上年持平，毛利率下降为 18.99%，从而导致 2018 年公司对华为公司制程类产品毛利率降幅明显。

2019 年及 2020 年 1-3 月公司对华为公司制程类产品毛利率仍较低，主要原因系公司对华为公司制程类产品销售收入仍以毛利率较低的电池组装设备及小型上下料机器人为主，从而导致制程类产品毛利率水平较低。

综上，得益于华为公司市场占有率及 5G 技术逐步运用的积极影响，公司检测类产品毛利率维持在较高水平，且整体保持增长趋势，但受产品销售结构影响，制程类产品毛利率有所波动。整体而言，公司对华为公司主要产品毛利率变动主要系受产品销售结构影响，具有其合理性。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）2、（1）⑥A、对华为公司销售毛利率变动情况分析”中补充披露以上楷体加粗内容。

二、按主要产品类别（检测类、制程类）分类，补充披露除华为公司外其他公司主要产品类别毛利率变动的合理性；

报告期各期，公司对除华为公司外其他公司主要产品类别毛利率变动情况如下：

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率	变动率	毛利率
检测类	36.52%	5.02%	31.50%	7.21%	24.29%	-6.13%	30.42%
制程类	35.86%	9.13%	26.73%	-7.44%	34.17%	8.70%	25.47%

由上表可知，报告期各期公司对除华为公司外其他公司检测类及制程类产品毛利率呈波动上升趋势，主要系受客户及产品结构影响，具体分析如下：

1、检测类产品

2018 年公司对其他客户检测类产品毛利率较 2017 年下降 6.13 个百分点，降幅明显，主要原因系 2018 年整机加载检测类产品销售收入占当期其他客户检测类产品销售收入比例由 2017 年的 31.57% 上升为 46.38%，2018 年该类产品单位成本有所上升，从而导致该类产品毛利率从 2017 年度的 30.03% 下降为 23.78%，从而导致 2018 年公司对其他客户检测类产品毛利率下降明显。

2019 年，公司对其他客户检测类产品毛利率较 2018 年上升 7.21 个百分点，主要原因系公司对其他客户射频测试类产品销售收入占当期对其他客户检测类产品销售收入比例由 2017 年的 26.58% 上升至 50.85%，该类产品毛利率维持在 28% 左右，此外，防水测试设备销售收入占比有所提升，占当期对其他客户检测类产品销售收入比例为 9.72%，该类产品毛利率较高，约为 56%，从而对 2019 年度对其他客户检测类产品销售毛利率提升产生积极影响。

2020 年 1-3 月，公司对其他客户检测类产品毛利率进一步提升，较 2019 年度增长 5.02 个百分点，主要原因系一方面，销售收入占比较高的射频测试类及整机加载检测类产品毛利率维持在 30%左右，另一方面毛利率较高的防水测试类产品销售收入占比进一步提升，上升为 23.41%，该类产品毛利率约为 54%，从而导致 2020 年 1-3 月公司对其他客户检测类产品毛利率进一步上升。

2、制程类产品

2018 年，公司对其他客户制程类产品毛利率由 2017 年的 25.47%上升为 34.17%，增长 8.70 个百分点，主要原因系 2018 年公司新增宝德自动化、发斯特等主要客户，新增客户需求产品以贴膜设备、手机组装设备等制程类新款产品为主，该类产品毛利率较高，约为 34%，从而导致 2018 年对其他客户制程类产品毛利率上升明显。

2019 年，公司对其他客户制程类产品毛利率较 2018 年度下降 7.44 个百分点，主要原因系 2019 年公司对其他客户制程类产品销售收入以贴膜设备为主，占比达 66.28%，而 2019 年公司销售主要为 OLED 贴膜设备，该类产品技术实现难度较 2018 年度的 LCD 贴膜设备高，客户对产品精度及良率要求有所增加，产品生产成本较高，从而导致该类产品毛利率下降为 25.33%，从而导致 2019 年度对其他客户制程类产品毛利率降幅明显。

2020 年 1-3 月，公司对其他客户制程类产品毛利率较 2019 年上升 9.13 个百分点，主要原因系销售收入占比较高的 OLED 贴膜设备，随着公司生产经验的积累以及技能的熟练，产品生产成本有所下降，毛利率上升为 31.80%；同时受新冠疫情影响，公司积极响应政府号召，投入部分资源生产了口罩机，该产品处于市场初期，毛利率亦较高，从而导致 2020 年 1-3 月对其他客户制程类产品毛利率较 2019 年上升明显。

综上，报告期内公司对其他客户检测类及制程类产品毛利率均呈现波动上升趋势，主要系受产品结构及客户需求影响，公司对其他客户主要产品的毛利率变动具有其合理性。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）2、（1）⑥B、对华为公司外其他客户销售毛利率变动情况分析”中补充披露以上

楷体加粗内容。

三、补充披露对华为公司销售毛利率与其他公司销售毛利率存在差异及其变动趋势不一致的原因及合理性

报告期各期，公司对华为公司销售毛利率与其他公司销售毛利率对比情况如下：

检测类产品			
项目	华为公司	其他客户	差异
2020 年 1-3 月	34.47%	36.52%	-2.05%
2019 年度	35.90%	31.50%	4.40%
2018 年度	32.78%	24.29%	8.49%
2017 年度	32.15%	30.42%	1.73%
制程类产品			
项目	华为公司	其他客户	差异
2020 年 1-3 月	19.86%	35.86%	-16.00%
2019 年度	18.00%	26.73%	-8.73%
2018 年度	18.96%	34.17%	-15.21%
2017 年度	29.80%	25.47%	4.33%

由上表可知，报告期各期，公司对华为公司及其他客户主要产品毛利率及其变动趋势均存在差异，具体分析如下：

1、检测类产品

2017 年度及 2020 年 1-3 月，公司对华为公司检测类产品毛利率与对其他客户检测类产品毛利率差异不大。

2018 年公司对华为公司检测类产品毛利率与 2017 年度对华为公司检测类产品毛利率水平基本一致，而对其他客户检测类产品毛利率较 2017 年有所下降，与对华为公司检测类产品毛利率差异进一步扩大，主要原因系当期对其他客户检测类产品中整机加载检测类产品毛利率较 2017 年下降 6.24 个百分点，从而导致 2018 年公司对其他客户检测类产品毛利率下降，与公司对华为公司检测类产品毛利率差异较大。

2019 年随着生产经营规模的不断扩大,规模效应逐步凸显,从而导致公司对华为公司及其他客户检测类产品毛利率均呈上升趋势,但两者毛利率仍存在差异,主要原因系 2019 年公司对华为公司射频测试类产品毛利率较高,约为 38%,但受客户需求影响,其他客户对射频测试类产品的功能、配置等需求有所差异,相关产品毛利率相对较低,约为 28%,从而导致公司对华为公司检测类产品毛利率高于其他客户。

2、制程类产品

2017 年公司对华为公司制程类产品毛利率略高于其他客户,主要原因系 2017 年对其他客户销售收入占比较高的包装设备毛利率约为 24%,而对华为公司同类产品毛利率约为 30%,从而导致公司对其他客户制程类产品毛利率低于华为公司。

2018 年公司对华为公司制程类产品毛利率与对其他客户制程类产品毛利率变动趋势相反,毛利率差异进一步扩大,主要原因系 2018 年公司对华为公司制程类产品以电池组装设备等毛利率较低的产品为主,该类产品毛利率约为 19%,从而导致公司对华为公司制程类产品毛利率下降,而对其他客户制程类产品以贴膜设备、手机组装设备等毛利率较高的产品为主,该类产品毛利率约为 34%,公司对其他客户制程类产品毛利率上升明显,从而导致与公司对华为公司制程类产品毛利率差异较大。

2019 年,受产品销售结构影响,公司对华为公司及其他客户制程类产品毛利率均呈下降趋势,但两者毛利率仍有所差异,主要原因系对华为公司销售收入以毛利率较低的电池组装设备及小型上下料机器人为主,而对其他客户制程类产品销售收入以贴膜设备为主,该类设备毛利率较高,从而导致对其他客户毛利率高于华为公司。

2020 年 1-3 月,公司对华为公司及其他客户制程类产品毛利率均呈上升趋势,其中对其他客户制程类产品毛利率上升明显,主要原因系当期销售收入占比较高的贴膜设备毛利率较高,约为 32%,同时受新冠疫情影响,公司投入部分资源生产了口罩机,该类产品处于市场初期,毛利率亦较高,而对华为公司制

程类产品主要为毛利率较低的小型上下料机器人，从而导致公司对华为公司制程类产品毛利率与对其他客户制程类产品毛利率差异较大。

综上，报告期内，公司对华为公司及其他客户主要产品毛利率及其变动趋势存在差异主要原因系受客户及产品销售结构影响，其差异具有合理性。

公司在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）2、（1）⑥C、对华为公司销售毛利率与其他公司销售毛利率差异情况对比分析”中补充披露以上楷体加粗内容。

四、请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查过程

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理人员，了解并检查发行人销售、采购相关的内控制度，并执行测试程序，评价销售、采购相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

2、获取发行人报告期各期的营业收入构成明细表，对主要产品分类情况表，收入、成本、毛利、毛利率情况进行了分析复核；

3、对报告期内发行人主要产品的销售价格及单位成本的波动进行分析，结合产品销售数量、定价政策、原材料采购价格以及产品结构等情况分析毛利率变动的原因及合理性；

4、对发行人主要客户、供应商进行访谈和函证，了解业务背景及确认收入和成本的真实性、准确性和完整性；

5、了解发行人各产品生产工艺流程、成本核算流程及成本归集与分配的标准和方法，核查成本计算方法、过程及数据的准确性；就各类产品收入、成本、毛利、毛利率变动原因访谈了发行人管理人员，结合业务开展情况对变动原因进行了分析。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、得益于华为公司市场占有率及5G技术逐步运用的积极影响，发行人对华为公司检测类产品毛利率维持在较高水平，且整体保持增长趋势；而制程类产品受产品结构影响，除2017年毛利率相对较高外，2018年至2020年1-3月，发行人对华为公司制程类产品以毛利率相对较低的电池组装设备及上下料机器人为主，从而导致制程类产品毛利率整体维持在相对较低的水平，发行人报告期内对华为公司的主要产品销售毛利率变动具有合理性；

2、报告期内发行人对其他客户检测类及制程类产品毛利率均呈现波动上升趋势，主要系受产品结构及客户需求变化影响所致，其毛利率变动具有其合理性；

3、由于发行人以定制化产品生产为主，不同产品毛利率有所差异，且不同时期客户对产品需求也存在差异，因此受客户需求及产品销售结构影响，发行人对华为公司及其他客户主要产品毛利率及其变动趋势存在差异具有合理性。

(本页无正文，为《深圳市利和兴股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函有关财务问题的专项回复》之签章页)

大信会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师:



中国注册会计师:



2020年11月3日