东吴证券股份有限公司

关于森赫电梯股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

东吴证券股份有限公司
SOOCHOW SECURITIES CO.,LTD

（苏州工业园区星阳街 5 号）

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 8 月 14 日下发的《关于森赫电梯股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010332 号）（以下简称“审核问询函”）的要求，森赫电梯股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“森赫电梯”）、东吴证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“东吴证券”）会同上海市广发律师事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），就贵所提出的问题进行了认真讨论、核查，对《审核问询函》中所有提到的问题逐项予以落实并进行了书面说明，并对森赫电梯股份有限公司申请文件有关内容进行了必要的修改、补充说明或解释。

如无特别说明，相关用语释义与《森赫电梯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（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。涉及对申请文件修改的内容已用楷体加粗方式列示。

黑体（加粗）	**审核问询函所列问题**
宋体（不加粗）	对审核问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	**涉及申请文件补充披露或修改的内容**
楷体（不加粗）	对招股说明书内容的引用

本回复中若出现总计数尾与所列值和不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

问题 1.关于居间商业务 5
问题 2.关于实际控制人的控制 31
问题 3.关于关联方和关联交易 39
问题 4.关于销售模式 46
问题 5.关于安装、维保等后市场服务 54
问题 6.关于业务与行业 65
问题 7.关于专利、技术 73
问题 8.关于境外子公司 84
问题 9.关于员工持股平台 92
问题 10.关于历史沿革 101
问题 11.关于历史上的主要资产重组 114
问题 12.关于能源消耗和产量 125
问题 13.关于以房抵债 129
问题 14.关于所得税优惠 139
问题 15.关于尚未了结或执行完毕的诉讼 142
问题 16.关于客户 145
问题 17.关于直销和经销 172
问题 18.关于收入确认 193
问题 19.关于营业收入 205
问题 20.关于电梯产品价格下降 233
问题 21.关于采购和供应商 242
问题 22.关于营业成本 268
问题 23.关于毛利率 281
问题 24.关于期间费用 299
问题 25.关于应收账款 321
问题 26.关于存货 338
问题 27.关于其他应收款 353
问题 28.关于待摊费用 357

问题 29.关于其他非流动资产 359
问题 30.关于应付账款 362
问题 31.关于其他应付款 369
问题 32.关于机器设备 371
问题 33.关于现金流 375
问题 34.关于产能 380
问题 35.关于资金流水核查 383
问题 36.关于疫情影响 387

问题 1. 关于居间商业务

招股说明书披露，直销模式下，为扩大销售规模，保持市场竞争地位，公司会借助居间商推广业务，居间商主要为公司提供客户对接和催收货款等服务。居间商协助公司与对接客户成功签订销售合同后，根据销售合同执行进度和回款情况，公司向居间商支付一定金额的代理服务费。报告期内，发行人确认的代理服务费分别为 3,623.25 万元、2,289.03 万元、2,033.77 万元。

请发行人：

（1）结合相关合同的主要条款，补充披露居间业务的性质，是否符合行业惯例，是否存在法律风险；

（2）补充披露是否存在既是居间商也是经销商的情形，如是，补充披露相关情形的原因及合理性；

（3）补充披露是否存在自然人居间商，如是，补充披露其原因和合理性；

（4）补充披露报告期各期前五大居间项目的具体情况，包括居间商、客户、项目名称、销售内容、销售数量、销售金额、居间费用等；

（5）补充披露报告期内主要居间商的具体情况，包括注册地址、注册资本、实际控制人、公司性质、主要服务区域、终端客户或项目、合同金额、居间服务费等，主要居间商报告期内发生变动的原因及合理性；

（6）补充披露居间商与发行人、相关直销客户、及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间等是否存在关联关系或其他利益安排，发行人与居间商之间是否存在其他资金、业务往来等利益输送情形；

（7）补充披露报告期内居间费用的确认依据以及支付情况，居间费用计提是否充分，居间费用与相关资产负债表科目的勾稽关系，相关的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

问题 1 的回复

（一）结合相关合同的主要条款，补充披露居间业务的性质，是否符合行业惯例，是否存在法律风险

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（1）直销模式

公司与居间商签署的居间协议约定，居间商有义务协助公司追索《电梯买卖合同》项下的客户欠款。同时协议约定，公司根据《电梯买卖合同》设备价的收款比例按阶段向居间商支付居间费用，不受设备收款时限限制，公司无论何时收到货款即有义务向居间商支付协议约定的居间费用。

如果客户逾期付款超过三个月的，公司有权自行决定通过诉讼途径收回逾期款项。如公司通过诉讼途径收回逾期款项的，居间商应承担公司的追索成本（包括但不限于诉讼费、律师费及差旅费等）及客户逾期付款所产生的利息损失，公司有权从应付给居间商的服务费中直接抵扣该等费用。

由于国内电梯市场竞争较为激烈，且产品多呈现同质化，因此电梯行业以居间模式作为业务拓展方式，是目前行业普遍通行做法，目前我国电梯行业上市公司也均采用此种业务模式。公司采用该种方式销售的主要原因在于居间商具备一定的销售能力及较强的本地化服务能力，可以帮助公司在自身营销网络无法深度覆盖的地区，将产品推广至终端客户，扩大品牌知名度，增加公司的市场份额。

公司根据不同市场及不同客户，对居间费用定价方式采用“一单一议”做法。对于居间费用支付进度，公司向居间商支付居间费用采用“阶段性付款”与“附协助追索电梯买卖合同货款”结合的方式支付代理费用。阶段性付款指公司根据收到电梯买卖合同货款的比例支付相应比例居间费用；公司一般在收到电梯买卖合同全部货款时，付清剩余全部服务费，且公司支付上述服务费的前提是居间商有义务协助发行人追索主合同下客户欠款。

公司居间业务的开展符合我国合同法中有关居间合同的相关规定，不存在法律风险。此外，为保证居间业务有序开展，公司制定了《销售服务费管理办法》，明确了业务费的审批流程及制度，对代理服务费的审批、支付等环节进行了明确规定。

（二）补充披露是否存在既是居间商也是经销商的情形，如是，补充披露相关情形的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

报告期内，发行人存在既是居间商也是经销商的情形，且存在自然人为居间商的情况。报告期各期，以电梯销售合同为标准，具体情况如下：

2017 年度，发行人主要居间商具体情况如下：

序号	合同名称	居间商	是否经销商	是否自然人
1	郑州正商华钻滨园 2 号院（安置区 C7-1）	河南连美工程设计有限公司、桐乡市勤丰建筑工程劳务有限公司、河南鼎工建筑工程设计有限公司	否	否
2	海南嘉地置业有限公司（石梅山庄传奇）	海南博尔特实业有限公司	是	否
3	哈尔滨大发房地产开发有限公司（哈尔滨香林名苑小区）	内蒙古森赫电梯有限公司	是	否
4	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司（金乡樱花苑社区棚户区改造项目）	山东森赫机电设备安装有限公司	否	否
5	济宁市广巨置业有限公司（济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装）	青岛德莱电梯设备有限公司、李斌	是	是
6	高唐县双海湖风景区开发建设有限公司	青岛德莱电梯设备有限公司	是	否
7	乌苏宏源时代房地产开发有限公司（乌苏新天地•友好啤酒广场）	新疆安达机电设备有限公司	是	否

8	曲阜市新东方房地产开发有限公司（曲阜市新东方房地产开发有限公司-曲阜市东方御景湾）	济宁利保电梯有限公司	是	否
9	山东如意毛纺集团有限责任公司（如意集团生活区既有多层老年住宅加装电梯项目）	济宁利保电梯有限公司	是	否
10	天津京铁房地产开发有限公司秦皇岛分公司（秦皇岛站货场铁路职工经济适用房项目）	天津森赫机电安装有限公司	是	否

2018 年度，发行人主要居间商具体情况如下：

序号	合同名称	居间商	是否经销商	是否自然人
1	绵阳新兴投资控股有限公司（高新区河边镇统建房电梯采购和安装工程）	四川贤通机电科技有限公司	是	否
2	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司【乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备】	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	是	否
3	蓬莱华隆房地产开发有限公司（蓬莱市万寿儒源）	烟台森赫电梯设备有限公司、青岛德莱电梯设备有限公司	是	否
4	Ingenierí a Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）（Guadalajara Tren）	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	是	否
5	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司（衡阳市珠晖区双江村安置房电梯采购及服务项	江苏燈煌建设有限公司	否	否
6	商丘苏地置业有限公司（圣地亚哥）	海南博尔特实业有限公司	是	否

7	新疆铭嘉伟业商贸有限公司（丁香园东区 3#-8#楼、北区 5#楼电梯）	新疆亚佳逸安电梯销售有限公司	是	否
8	内蒙古金鼎立房地产开发有限责任公司（食府花园）	石河子市陆通劳务派遣有限公司内蒙古分公司	否	否
9	中建四局第三建筑工程有限公司（威宁自治县 2017 年易地扶贫搬迁工程五里岗工业园区安置点 C 区建	威宁县智诚电梯有限责任公司	是	否
10	巴中市巴州区江南二环路片区危旧房棚户区改造建设项目（一标段）	四川凯捷电梯有限公司	否	否

2019 年度，发行人主要居间商具体情况如下：

序号	合同名称	居间商	是否经销商	是否自然人
1	天津京铁房地产开发公司（陈塘庄货场铁路职工定向安置经济适用房电梯采购及安装项目）	天津森赫机电安装有限公司	是	否
2	河南省顺泰达置业有限公司(中牟县官渡镇党庄社区）	河南省兄弟电梯安装有限公司	否	否
3	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司（金乡县高庄棚户区电梯采购及安装项目）	济宁利保电梯有限公司	是	否
4	汝州市扶贫开发投资有限公司(汝州市 2017 易地扶贫搬迁怯庄安置区）	河南省兄弟电梯安装有限公司	否	否
5	泸州市正黄置业有限公司（泸州市正黄置业有限公司（金色巴黎四期项目））	成都卡莎装饰设计有限公司、四川旭安电梯有限公司	否	否
6	河南省智杰置业集团有限公司（河南省智杰置业集团有限公司-丽都名邸）	河南众鑫电梯有限公司	否	否
7	上海通然贸易中心（黄金水岸西水岸）	山西奥森达电梯销售有限公司	是	否

8	济宁市兖州区龙桥街道办事处(兖州区薛庙社区 1#、2#住宅楼电梯采购及安装项目)	济宁利保电梯有限公司	是	否
9	国家电投集团河南电力有限公司平顶山发电分公司(中电投河南电力有限公司平顶山发电分公司烟囱内电梯供货及安装)	河南永菱电梯有限公司	是	否
10	中国人民解放军成都军区联勤部成都衣冠庙离职干部休养所	四川瑞申电梯有限公司	是	否

2020 年 1 至 6 月，发行人主要居间商具体情况如下：

序号	合同名称	居间商	是否为经销商	是否为自然人
1	安顺市西秀区物资供应有限公司【西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购】	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	是	否
2	郑州江泰置业有限公司（江泰天宇国际二期）	河南大工楼宇设备有限公司郑州分公司	否	否
3	克拉玛依市城市建设投资发展有限责任公司(克拉玛依市实验检测研究院试验检测中心工程—电梯专业工程)	新疆安达机电设备有限公司	是	否
4	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司(嘉宏太平洋商业广场)	四川九森电梯工程有限公司	是	否
5	中国移动上海公司 2020 年钦州、秦桥货梯及民生路餐梯一般货物采购合同	湖南石山楼宇机电设备有限公司	否	否
6	中国人民解放军成都军区总医院（成都军区总医院）	成都兴世纪电梯有限公司	否	否
7	昌宁祥瑞置业有限公司【昌宁县温泉镇小桥温泉（三期）】	湖南快杰电梯有限公司	否	否
8	河北智峰房地产开发有限公司保定分公司-保定市高新区泽鑫华庭西区二期 20-23#，32-35#楼	石家庄莱茵电梯有限公司	是	否

9	泸州市正黄置业有限公司（泸州市正黄置业有限公司（金色巴黎四期项目））	成都卡莎装饰设计有限公司、四川旭安电梯有限公司	否	否
10	乌鲁木齐市沙依巴克区建设局（交通局、水务局、人民防空办公室）	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	是	否

如上表列示，报告期内，发行人存在部分居间商为经销商情形，主要原因如下：

1、随着公司经营规模的不断扩大，合作经销商不断增长，公司业务辐射区域也不断扩大，经销商深耕地区业务，了解当地客户需求，且部分经销商受自身经营规模限制、资金实力不足等因素影响，难以长期垫付大量资金直接购买公司产品，因此会作为居间商为发行人提供居间服务；

2、部分直销客户以招投标形式确定电梯供应商，招投标形式一般对公司规模、生产资质等有一定要求，经销商不满足投标条件，无法直接参与竞标，因此通常作为居间商为公司提供客户对接和催收货款等业务服务；

3、此外，部分直销客户出于后续安装、维保等因素考虑，要求与电梯生产厂商直接合作，经销商通常负责客户维护及后续催收货款等业务服务。

报告期各期，发行人存在少量居间商为自然人情形，均为报告期外订单产生，自然人作为居间商一般分为两种形式：1、自然人作为唯一居间商为发行人提供居间服务；2、公司法人及自然人一并作为居间商。存在公司法人及自然人一并作为居间商的情形，主要系公司不断加强对居间商管理，对后期未开票及支付居间费用的自然人居间商要求修改为与公司法人签订居间合同，报告期内未新增与自然人签订居间合同情形。

（三）补充披露是否存在自然人居间商，如是，补充披露其原因和合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

参见本问题“（二）”的回复。

（四）补充披露报告期各期前五大居间项目的具体情况，包括居间商、客户、项目名称、销售内容、销售数量、销售金额、居间费用等

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

2017 年度，发行人前五大居间项目具体情况如下：

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
1	郑州正商华钻滨园 2 号院（安置区 C7-1）	河南展宇置业有限公司	小机房乘客电梯、载货电梯、自动扶梯、自动人行道	45	1,297.99	河南连美工程设计有限公司、桐乡市勤丰建筑工程劳务有限公司、河南鼎工建筑工程设计有限公司	190.82
2	石梅山庄传奇	海南嘉地置业有限公司	小机房乘客电梯、无机房乘客电梯	74	744.47	海南博尔特实业有限公司	149.91
3	哈尔滨香林名苑小区	哈尔滨大发房地产开发有限公司	小机房乘客电梯	116	2,700.00	内蒙古森赫电梯有限公司	141.51
4	金乡樱花苑社区棚户区改造项目	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	小机房乘客电梯	23	491.62	山东森赫机电设备安装有限公司	116.37
5	济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装	济宁市广巨置业有限公司	小机房乘客电梯	16	382.95	青岛德莱电梯设备有限公司、李斌	115.07

注：部分项目存在多个居间商情形。

2018 年度，发行人前五大居间项目具体情况如下：

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
1	高新区河边镇统建房电梯采购和安装工程	绵阳新兴投资控股有限公司	小机房乘客电梯、无机房乘客电梯	53	1,232.80	四川贤通机电科技有限公司	216.901

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
2	乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司	小机房乘客电梯、载货电梯	26	708.7856	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	206.91
3	蓬莱市万寿儒源	蓬莱华隆房地产开发有限公司	无机房乘客电梯	62	1085.00	烟台森赫电梯设备有限公司，青岛德莱电梯设备	297.69
4	Guadalajara Tren	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	自动扶梯	138	US$431.16	Elevadores Enterprice S.A de C.V.	134.04
5	衡阳市珠晖区双江村安置房电梯采购及服务项目	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	小机房乘客电梯	32	882.80	江苏燈煌建设有限公司	110.466

注：部分项目存在多个居间商情形。

2019 年度，发行人前五大居间项目具体情况如下：

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
1	陈塘庄货场铁路职工定向安置经济适用房电梯采购及安	天津京铁房地产开发有限公司	小机房乘客电梯、无机房乘客电梯	82	2,668.969655	天津森赫机电安装有限公司	738.3
2	中牟县官渡镇党庄社区	河南省顺泰达置业有限公司	小机房乘客电梯	16	410.4080	河南省兄弟电梯安装有限公司	128.09

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
3	金乡县高庄棚户区电梯采购及安装项目	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	小机房乘客电梯	45	1,092.49	济宁利保电梯有限公司	255.49
4	汝州市2017易地扶贫搬迁怯庄安置区	汝州市扶贫开发投资有限公司	小机房乘客电梯	12	300.00	河南省兄弟电梯安装有限公司	77.09
5	金色巴黎四期项目	泸州市正黄置业有限公司	小机房乘客电梯、无机房乘客电梯	21	503.3667	成都卡莎装饰设计有限公司、四川旭安电梯有限公司	93.07

注：部分项目存在多个居间商情形。

2020年1至6月，发行人前五大居间项目具体情况如下：

序号	项目名称	客户	销售内容	合同数量（台）	合同金额（万元）	居间商	合同居间费用（万元）
1	西秀产业园区标准化厂房（四期）项目	安顺市西秀区物资供应有限公司	货梯	34	852.30	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	247.78
2	江泰天宇国际二期	郑州江泰置业有限公司	无机房乘客电梯	26	371.20	河南大工楼宇设备有限	61.15
3	克拉玛依市实验检测研究院试验检测中心工程—电梯专业工程	克拉玛依市城市建设投资发展有限责任公司	货梯、无机房乘客电梯	6	150.60	新疆安达机电设备有限公司	38.50
4	嘉宏太平洋商业广场	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司	小机房乘客电梯、无机房乘客电梯、扶梯	23	387.48	四川九森电梯工程有限公司	37.66
5	中国移动上海公司2020年钦州、秦桥货梯及民生路餐梯一般货物采购合同	中国移动通信集团上海有限公司	货梯、小机房乘客电梯	6	166.7880	湖南石山楼宇机电设备有限公司	37.72

（五）补充披露报告期内主要居间商的具体情况，包括注册地址、注册资本、实际控制人、公司性质、主要服务区域、终端客户或项目、合同金额、居间服务费等，主要居间商报告期内发生变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

2017 年度，发行人前十大居间商具体情况如下：

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
1	新疆安达机电设备有限公司	新疆乌鲁木齐高新区(新市区)通安南路 1999 号阳光恒昌·万象天地 2-11 栋地下室-101 等 4 处	500	张万洪	有限责任公司	新疆	（1）乌苏宏源时代房地产开发有限公司（乌苏新天地•友好啤酒广场 （2）南山新区保障性住房一区 （3）哈密市机关事务管理局（园丁小区（新师小区）高层电梯） （4）春和雅苑公租房一期 （5）哈密市云景苑小区（6）石河子市 61 小区旧城改造异地安置房项目一期 13#~15#楼 （7）石河子衡水实验中学 （8）南山新区保障性住房一区	3,525.56	349.82
2	济宁利保电梯有限公司	曲阜市陵城镇人民政府内东侧二楼	500	张磊	有限责任公司	山东	（1）曲阜市新东方房地产开发有限公司-曲阜市东方御景湾 （2）如意集团生活区既有多层老年住宅加装电梯项目 （3）金乡县高庄棚户区电梯采购及安装项目 （4）曲阜市杏坛中学-杏坛中学综合实验楼电梯设备采购工程 （5）曲阜干部学院建设工程电梯采购 （6）曲阜市特殊教育学校电梯设备采购工程	2,855.58	340.27
3	海南博尔特实业有	海南省海口市美兰区国兴大道 3	150	骆超英	有限责任公司	海南	（1）石梅山庄 传奇 （2）海南嘉时投资控股股份有限公	3,954.38	310.52

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
	限公司	号互联网金融大厦 A 栋 30 层 3001 房					司（嘉园） （3）商丘苏地置业有限公（圣地亚哥 ） （4）三亚荔枝沟农产品综合批发市场二期 H 栋综合楼 （5）乐天城民生配套 （6）海南美好投资有限公司（帝景湾） （7）兴隆太阳谷温泉城（8）朱明法家装电梯		
4	青岛德莱电梯设备有限公司	青岛市市北区连云港路 33 号 2115 户	500	赵庆杰	有限责任公司	山东	（1）济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装 （2）高唐县双海湖风景区开发建设有限公司 （3）高唐县金城建设投资开发有限公司 （4）烟台市聚隆置业有限公司(德馨园） （5）长岛县人民法院审判法庭电梯的供货及安装项目	2,170.12	223.49
5	河南鼎工建筑工程设计有限公司	兰考县爪营乡一村	100	房毛	有限责任公司	河南	（1）郑州正商华钻滨园 2 号院（安置区 C7-1） （2）河南隆基建设有限公司（廿铺社区）	1,451.19	169.76
6	内蒙古森赫电梯有限公司	内蒙古自治区呼和浩特市回民区通道北街云鼎大	200	徐正杰	有限责任公司	内蒙古	（1）哈尔滨香林名苑小区 （2）内蒙古大学起重设备（生命科学大楼建设工程电梯）政府采购项	2,787.20	132.27

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
		厦E座5单元27楼					目		
7	李斌	-	-	-	自然人	山东	（1）济宁保障性住房众和花园小区1#—7#楼电梯采购及安装 （2）金乡县人口和计划生育妇幼保健服务中心综合楼 （3）济宁市建威置业有限公司——金都花园小区	1,576.32	121.23
8	青海松美电梯有限公司	西宁市城中区建材巷1号2号楼222室	500	冯青林	有限责任公司	青海	（1）青海生物产业园开发建设有限公司（食保区） （2）青海生科中小企业创业有限公司（生科）	948.00	119.40
9	山东森赫机电设备安装有限公司	山东省菏泽市单县北城锦绣花园西街62号	500	孟伟	有限责任公司	山东	金乡樱花苑社区棚户区改造项目	491.62	116.37
10	天津森赫机电安装有限公司	天津市宝坻区宝平景苑便民市场8号	300	孙立民	有限责任公司	天津	（1）秦皇岛站货场铁路职工经济适用房项目 （2）宝坻妇幼医院	1,126.94	113.80

2018年度，发行人前十大居间商具体情况如下：

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
1	四川贤通机电科技有限公司	绵阳高新区国际创意联邦跨境电子商务产业园	800	罗亚军	有限责任公司	四川	高新区河边镇统建房电梯采购和安装工程	1,232.80	216.90

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
2	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	新疆乌鲁木齐市水磨沟区龙盛街115号友好花园三期4+5号楼7单元1802室	1,008	刘江育	有限责任公司	新疆	乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备	708.79	206.91
3	贵州国弘电梯工程有限公司	贵州省黔东南苗族侗族自治州凯里市体育路8号1幢2单元12层3号	800	杨秀贤	有限责任公司	贵州	台江县易地扶贫搬迁（扶贫生态移民）二期项目电梯采购及安装工程	645.60	176.00
4	烟台森赫电梯设备有限公司	芝罘区魁玉路富甲小区43-102号	800	张瑜瑜	有限责任公司	山东	（1）蓬莱市万寿儒源 （2）山东龙口松岚苑小区12#楼 （3）龙口宏润花园二期（会所）	1,127.80	124.44
5	Ingenierîa Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	CP 08200, Ciudad de México	US$0.25	JUAN JORGE	可变资本股份公司	墨西哥	Guadalajara Tren	US$431.16	120.15
6	江苏燈煌建设有限公司	溧阳市南渡镇五星大道1号8805室	6,880	张息松	有限责任公司	江苏	衡阳市珠晖区双江村安置房电梯采购及服务项目	882.80	110.47
7	海南博尔特实业有	海南省海口市美兰区国兴大道3	150	骆超英	有限责任公司	海南	（1）商丘苏地置业有限公司(圣地亚哥 ）(2）海南嘉时投资控股	2,629.77	101.83

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
	限公司	号互联网金融大厦 A 栋 30 层 3001 房					股份有限公司（嘉园） (3)兴隆太阳谷温泉城(4)文昌昌瑞铭城商铺(5)文昌昌瑞铭城商铺(6)瑞特广场加装梯 (7)乐天城民生配套		
8	新疆安达机电设备有限公司	新疆乌鲁木齐高新区(新市区)通安南路 1999 号阳光恒昌·万象天地 2-11 栋地下室-101 等 4 处	500	张万洪	有限责任公司	新疆	（1）乌鲁木齐多式联运海关监管中心项目-A 地块二期 （2）石河子南山新区清新佳苑东区 B1-B5 住宅楼、1#商业楼电梯 (3)石河子市 61 小区旧城改造异地安置房项目一期 3#~4#楼 (4)奇台县新建金奇阳光花园小区北区建设项目 (5)乌鲁木齐高铁片区电梯采购及安装工程（一标段） (6)石河子市 61 区旧城改造异地安置房项目一期 12#楼	2,448.77	78.99
9	新疆亚佳逸安电梯销售有限公司	乌鲁木齐市高新技术产业开发区(新市区)市场监督管理局	500	李春亚	有限责任公司	新疆	（1）丁香园东区 3#-8#楼、北区 5#楼电梯 （2）一盛国际写字楼	263.30	69.05
10	石河子市陆通劳务派遣有限公司内蒙古分公司	内蒙古自治区呼和浩特市新城区新华大街 60 号信息大厦 4 层	-	张文钺	有限责任公司分公司	内蒙古	内蒙古金鼎立房地产开发有限责任公司（食府花园）	147.73	64.86

2019 年度，发行人前十大居间商具体情况如下：

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
1	天津森赫机电安装有限公司	天津市宝坻区宝平景苑便民市场 8 号	300	孙立民	有限责任公司	天津	陈塘庄货场铁路职工定向安置经济适用房电梯采购及安装项目	2,668.97	639.26
2	河南省兄弟电梯安装有限公司	河南省郑州市新郑市金城路 33 号（文化路西侧）	300	高铭阳	有限责任公司	河南	（1）中牟县官渡镇党庄社区 （2）汝州市 2017 易地扶贫搬迁怯庄安置区	710.41	207.09
3	济宁利保电梯有限公司	曲阜市陵城镇人民政府内东侧二楼	500	张磊	有限责任公司	山东	（1）金乡县高庄棚户区电梯采购及安装项目 （2）兖州区薛庙社区 1#、2#住宅楼电梯采购及安装项目 (3)济宁医学院任城校区修缮改造工程	1,222.64	127.16
4	四川瑞申电梯有限公司	成都市经华北路双桥大厦宾馆 616 房	500	陈永胜	有限责任公司	四川	（1）中国人民解放军成都军区联勤部成都衣冠庙离职干部休养所 （2）华蓥山矿区煤矿棚户区改造工程扩建广能总医院电梯设备采购及安装工程	420.48	53.61
5	新疆安达机电设备有限公司	新疆乌鲁木齐高新区（新市区）通安南路 1999 号阳光恒昌·万象天地 2-11 栋地下室-101 等 4 处	500	张万洪	有限责任公司	新疆	（1）哈密市云景苑小区 3#4#安置房建设项目 （2）石河子南山新区清新佳苑东区 B6#、B7#、B10#住宅楼 (3)“天富伊城”建设项目-电梯采购及安装工程（第二标段） (4)石河子衡水实验中学	4,128.24	47.44

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
							(5)石河子市第十三中学 (6)木垒卫生和计划生育委员会--木垒县专家楼建设项目 (7)张新兴私宅(8)石河子开发区天富房地产开发有限责任公司		
6	成都卡莎装饰设计有限公司	成都高新区天久北巷 8 号 1 栋 8 层 831 号	1,000	张立昕	有限责任公司	四川	泸州市正黄置业有限公司（金色巴黎四期项目）	503.37	45.23
7	山西莱茵电梯设备股份有限公司	太原市迎泽区并州路 91 号山西金港国际商务中心 C 座 1102-1202 室	666	景晋明	股份有限公司	山西	（1）山西医科大学-山西医科大学新校区学生食堂二期 （2）太矿集团程家村宿舍区棚户区（危旧房）改造项目电梯设备采购 (3)太原市社会福利院 (4)山西省中医药研究院	301.46	44.84
8	河南众鑫电梯有限公司	郑州市金水区东明路北 269 号 3 号楼 10 层西户	600	赵磊	有限责任公司	河南	河南省智杰置业集团有限公司-丽都名邸	599.60	43.96
9	山西奥森达电梯销售有限公司	运城经济开发区机场路以北智雅名苑 2 幢 13 层 1302 号	300	山西莱茵森赫电梯工程股份有限公司	有限责任公司	山西	上海通然贸易中心（黄金水岸西水岸）	249.78	41.06
10	河南永菱电梯有限公司	郑州市金水区经三路 95 号	1,000	王震	有限责任公司	河南	中电投河南电力有限公司平顶山发电分公司烟囱内电梯供货及安装	148.90	35.55

2020 年 1-6 月，发行人前十大居间商具体情况如下：

序号	居间商	注册地址	注册资本（万元）	实际控制人	公司性质	服务区域	项目名称	合同金额（万元）	当期居间费用（万元）
1	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	贵州省贵阳市南明区玉厂路 263 号同欣苑 B 栋（B）1 单元 2 层 2 号[遵义社区]	500	张远伟/李立伍	有限责任公司	贵州	西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购	852.30	116.60
2	河南大工楼宇设备有限公司郑州分公司	郑州市金水区天明路 86 号凯瑞大厦三楼 306 号	-	李永成	有限责任公司	河南	江泰天宇国际二期	371.20	61.15
3	新疆安达机电设备有限公司	新疆乌鲁木齐高新区（新市区）通安南路 1999 号阳光恒昌·万象天地 2-11 栋地下室-101 等 4 处	500	张万洪	有限责任公司	新疆	（1）克拉玛依市实验检测研究院试验检测中心工程—电梯专业工程 （2）石河子南山新区清新佳苑东区 B1-B5 住宅楼、1#商业楼电梯 (3)石河子南山新区清新佳苑东区 B6#、B7#、B10#住宅楼	677.60	41.83
4	石家庄莱茵电梯有限公司	河北省石家庄市长安区丰收路 122 号泽润大厦 1419	1,000	韩涛	有限责任公司	河北	（1）保定市高新区泽鑫华庭西区二期 20-23#，32-35#楼 （2）河北鑫界房地产开发有限责任公司（帝王国际）	662.76	39.07
5	四川九森电梯工程有限公司	达州市达川区翠屏街道通州大道 31 号达川区卫计局家属院二单	500	龚荣菊	有限责任公司	四川	嘉宏太平洋商业广场	387.48	37.66

		元3楼2号（仅限行政办公、通讯联络）							
6	湖南快杰电梯有限公司	长沙市雨花区洞井街道湘府中路80号复地星光商业广场公寓6栋11065、11070、11071房	1,088	袁永华	有限责任公司	湖南	（1）昌宁县温泉镇小桥温泉（三期） （2）鸿申翡翠城10#栋电梯采购及安装工程	318.72	37.44
7	湖南石山楼宇机电设备有限公司	长沙市开福区伍家岭街道芙蓉北路二段151号伍家岭商业中心2、3栋14039房	200	王娟	有限责任公司	湖南	中国移动上海公司2020年钦州、秦桥货梯及民生路餐梯一般货物采购合同	166.788	36.00
8	成都兴世纪电梯有限公司	成都市双流区东升街道星空路898号16栋1层6号	508	黄伟/毛海涛	有限责任公司	四川	中国人民解放军成都军区总医院（成都军区总医院）	994.64	34.13
9	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	新疆乌鲁木齐市水磨沟区龙盛街115号友好花园三期4+5号楼7单元1802室	1,008	刘江育	有限责任公司	新疆	乌鲁木齐市沙依巴克区建设局（交通局、水务局、人民防空办公室）	218.70	24.00
10	湖南鑫诺电梯有限公司	长沙市开福区四方坪街道四方坪双拥路9号长城万富汇大厦16层16013号	310	黄文广	有限责任公司	湖南	（1）昌宁县温泉镇小桥温泉（二期）、 （2）江西省上饶市玉山县张总私人住宅电梯项目	107.48	23.99

如上表列示，发行人各期前十大居间商变化较大，主要原因系：居间费用主要产生于直销合同，直销模式下公司主要以单个房地产开发项目、商业地产项目等为核心与直销客户进行合作，业务持续性不强，导致各期前十大居间商发生变化；此外，部分直销项目建设周期较长，公司根据电梯的验收情况确认销售收入，相关居间商的居间费用也会随直销收入的确认情况产生波动。

综上所述，居间商各期的居间费用与其对应的直销合同相关，其变化具有合理性，符合电梯行业特点。

（六）补充披露居间商与发行人、相关直销客户、及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间等是否存在关联关系或其他利益安排，发行人与居间商之间是否存在其他资金、业务往来等利益输送情形

1、核查过程

（1）取得了报告期各期居间商明细清单及对应的销售合同台账；

（2）对涉及居间费用支出的重要客户以走访及函证形式进行了确认；对重要居间商进行了工商信息网络查询，取得了其实际控制人、股东、主要管理人员等信息，并与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员进行了匹配核查；

（3）对公司实际控制人及董监高进行了访谈，取得实际控制人及董监高关联关系调查表，取得发行人、实际控制人及其控制的其他企业、董监高人员的银行流水，并结合居间商工商信息查询情况，明确了是否与居间商存在关联关系及利益输送。

2、核查结论

报告期内，居间商与发行人、相关直销客户、及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间等不存在关联关系或其他利益安排，发行人与居间商之间不存在其他资金、业务往来等利益输送情形。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

报告期内，居间商与发行人、相关直销客户、及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间等不存在关联关系或其他利益安排，发行人与居间商之间不存在其他资金、业务往来等利益输送情形。

（七）补充披露报告期内居间费用的确认依据以及支付情况，居间费用计提是否充分，居间费用与相关资产负债表科目的勾稽关系，相关的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”之“（1）直销模式”进行了补充披露：

发行人按权责发生制核算居间费用，在确认销售收入的同时，计提相应的居间费用，计入当期销售费用。根据居间合同约定，居间商有义务协助发行人追索主合同下应收客户款项，因此，存在收入确认时点尚未达到支付条件情况。但发行人出于谨慎性考虑，根据权责发生制及相应居间协议规定，按合同规定比例预提相应的居间费用，待满足付款条件后，同时收到居间商开具发票后，支付相应的居间费用。报告期内，发行人严格根据收入确认时点及合同约定计提居间费用，居间费用计提充分。

发行人关于居间费用核算的具体会计处理如下：

A．确认收入同时根据居间合同约定的比例计提代理服务费

借：销售费用——代理服务费

　　贷：其他应付款——预提服务费

B．收到居间商开具的代理服务费发票时，根据发票金额记账

借：其他应付款——预提服务费

　　贷：应付账款——代理服务费

C．主合同应收款收回，达到代理服务费支付条件时

借：应付账款——代理服务费

　　贷：银行存款

部分销售合同尚未确认收入但已收到客户预交的货款，根据相应居间合同约定，已满足代理服务费支付条件，且发行人已收到居间商代理服务费发票，即上述“B+C”会计处理，期末时会形成“其他应付款——预提服务费”借方余额，该借方余额在资产负债表“其他流动资产（待摊费用）”项目列示。

各科目具体核算内容及勾稽关系如下：

项 目	2020 年 1-6 月
销售费用-代理服务费（发生额）	根据当期收入确认及居间合同约定比例计提的代理服务费
其他应付款-预提服务费（贷方发生额）	
其他应付款-预提服务费（借方发生额）	当期实际收到居间商开具代理服务费发票金额
应付账款-代理服务费（贷方发生额）	
应付账款-代理服务费（借方发生额）	根据居间合同约定及销售合同到款情况实际支付的代理服务费
其他应付款-预提服务费（贷方余额）	根据收入及居间合同约定计提的、但尚未达到付款条件、尚未收到居间商发票的代理服务费
应付账款-代理服务费（贷方余额）	根据收入及居间合同约定计提的并已收到居间商发票但尚未支付的代理服务费
其他应付款-预提服务费（借方余额）在资产负债表中列示于“其他流动资产-待摊费用”	根据销售合同到款情况及居间合同约定，已达到付款条件且已收到居间商发票，但尚未确认相应收入的代理服务费

报告期内，发行人代理服务费确认及支付情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售费用-代理服务费	610.56	2,033.77	2,289.03	3,623.25
支付代理服务费金额	1,324.78	2,350.57	3,019.05	3,519.99
差额	714.22	316.80	730.02	-103.26

发行人根据权责发生制原则根据收入确认情况计提代理服务费，根据回款情况支付相应代理服务费，二者差异因收入确认时点与收款时点差异所导致，具体分析如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品提供劳务收到的现金	25,077.21	51,286.29	50,142.45	58,035.76
营业收入	18,345.54	50,485.91	45,600.56	58,302.18
期末应收账款余额	16,281.02	17,796.96	18,094.64	23,987.75
期末预收账款余款	16,985.84	13,401.46	14,668.12	15,484.23

注：为保持数据可比性，2020 年 1-6 月期末应收账款余额、预收账款余额按照执行新收入准则重分类前的金额进行列式。

2017 年，代理服务费计提金额高于实际支付金额 103.26 万元，2018 年，代理服务费计提金额低于实际支付金额 730.02 万元，主要因 2017 年末应收账款于 2018 年收回。2020 年 1-6 月，代理服务费计提金额低于实际支付金额 714.22 万元，主要因当期回收款金额较高。

报告期内，随直销业务收入下降，发行人代理服务费计提与支付金额总体呈下降趋势。另外，为应对国家加强对房地产行业宏观调控的形势，发行人主动加强客户信用资质和回款管理，对于部分坏账风险较高的客户，采取加强预收款项和缩减业务规模的措施，使得公司客户质量提升，应收账款回款质量提升，报告期内代理服务费支付金额整体略高于计提金额。

综上，发行人根据权责发生制核算居间业务产生的费用情况，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，发行人居间费用严格根据收入确认时点及合同约定计提居间费用，居间费用计提充分。发行人居间费用计提与支付情况相匹配。

（八）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）取得了发行人居间服务费台账、其他应付款及应付账款中有关居间费用明细表；

（2）抽查了大额销售合同、居间合同及银行付款单据；

（3）与同行业公司居间模式进行了对比分析；

（4）取得了发行人《销售服务费管理办法》，明确了业务费的审批流程及制度；并进行了穿行测试，确认公司实际业务遵照规定严格执行；

（5）对涉及居间费用支出的重要客户以走访及函证形式进行了确认；对重要居间商进行了工商信息网络查询，取得了其实际控制人、股东、主要管理人员等信息，并与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员进行了匹配核查；

（6）对公司实际控制人及董监高进行了访谈，取得实际控制人及董监高关

联关系调查表，取得发行人、实际控制人及其控制的其他企业、董监高人员的银行流水，并结合居间商工商信息查询情况，明确了是否与居间商存在关联关系及利益输送。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

（1）发行人居间业务的开展符合我国合同法中有关居间合同的相关规定，不存在法律风险，符合行业惯例；

（2）发行人存在既是居间商也是经销商的情形，符合电梯行业特点；

（3）报告期内，发行人不存在自然人居间商签订合同的情形；

（4）报告期各期，发行人主要居间商发生一定变动，符合发行人业务特点；

（5）居间商与发行人、相关直销客户及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间等不存在关联关系或其他利益安排，发行人与居间商之间不存在其他资金、业务往来等利益输送情形；

（6）发行人居间费用相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

问题 2. 关于实际控制人的控制

招股说明书披露，发行人股东为李东流、米高投资、尚得投资、迈森投资和途森投资。控股股东李东流直接持有发行人 60.50%的股份；米高投资、尚得投资分别持有发行人 22.65%、10%的股份；发行人员工持股平台迈森投资、途森投资分别持有发行人 3.62%、3.22%股份，董事钱小燕为迈森投资执行事务合伙人，监事会主席姚芳芳为途森投资执行事务合伙人。李东流及其子李仁分别持有米高投资、尚得投资 90%和 10%股权，二人直接和间接控制发行人 93.15%的股份，为发行人的共同实际控制人。李东流担任发行人董事长、总经理，李仁担任董事会秘书。

请发行人：

（1）补充披露控股股东、实际控制人李东流及其子李仁合计控制发行人股份比例较高是否对发行人公司治理以及内部控制的有效性产生不利影响，如是，补充披露具体影响及应对措施；

（2）结合报告期内发行人关联交易表决情况，补充披露关联股东是否回避表决，是否存在因全体股东均为关联方导致无法实施关联股东回避表决的情形，发行人《公司章程》等内部制度是否进行相关安排以保证关联交易审批程序的公正性以及关联交易的公允性；

（3）针对控股股东、实际控制人合计控制发行人股份比例较高的情况，补充披露发行人上市后在中小股东合法利益保护，公司治理有效性，防止控制不当行为等方面是否采取了针对性的措施，如有，披露具体内容。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 2 的回复

（一）补充披露控股股东、实际控制人李东流及其子李仁合计控制发行人股份比例较高是否对发行人公司治理以及内部控制的有效性产生不利影响 ，如是，补充披露具体影响及应对措施

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）控股股东及实际控制人”之

“1、控股股东及实际控制人的认定”进行了补充披露：

整体变更为股份有限公司后，公司设立了股东大会、董事会和监事会，建立了独立董事制度，并设立了董事会各专门委员会，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等相关制度，依法建立了较为完善的公司治理结构和公司治理制度体系。公司从组织结构和制度上对控股股东、实际控制人的行为进行规范，以保护公司及中小股东的利益。

报告期内，虽然公司控股股东、实际控制人控制公司股份比例较高，但是其能够在法律法规及《公司章程》和公司治理制度规定的范围内行使自身权利，参与公司重大事项的审议决策和经营管理活动，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形，未对公司治理有效性产生不利影响。

（二）结合报告期内发行人关联交易表决情况，补充披露关联股东是否回避表决，是否存在因全体股东均为关联方导致无法实施关联股东回避表决的情形，发行人《公司章程》等内部制度是否进行相关安排以保证关联交易审批程序的公正性以及关联交易的公允性

1、结合报告期内发行人关联交易表决情况，补充披露关联股东是否回避表决，是否存在因全体股东均为关联方导致无法实施关联股东回避表决的情形

以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十一、报告期内关联交易履行的程序及独立董事意见”之“（一）关联交易履行程序情况”中进行了补充披露：

序号	会议届次	会议时间	审议通过的议案	关联股东回避表决情况
1	第二届董事会第五次会议	2017.06.12	《关于公司2017年度预计日常关联交易的议案》	**交易金额较小，无需股东大会审议**
2	第二届董事会第七次会议	2018.06.09	《关于公司2018年度预计日常关联交易的议案》	**交易金额较小，无需股东大会审议**
3	第三届董事会第三次会议	2019.05.30	《关于公司2019年度预计日常关联交易的议案》	**交易金额较小，无需股东大会审议**
4	第三届董事会第七次会议	2020.05.29	《关于对公司2017年度、2018年度及2019年关联交易予以确认的议案》	**交易金额较小，无需股东大会审议**
5	2020年第一次临时股东	2020.06.15	《关于对公司2017年度、2018年度及2019年度关联	**关联股东李东流、米高投资、尚得投资已回避表决；**

序号	会议届次	会议时间	审议通过的议案	关联股东回避表决情况
	大会		交易予以确认的议案》	**非关联股东迈森投资、途森投资进行表决**

报告期内，公司关联交易不存在因全体股东均为关联方导致无法实施关联股东回避表决的情形。

2、发行人《公司章程》等内部制度是否进行相关安排以保证关联交易审批程序的公正性以及关联交易的公允性；

以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“十、规范和减少关联交易的措施”之“（一）规范关联交易的制度安排”中进行了补充披露：

（一）规范关联交易的制度安排

为规范公司与关联方之间存在的关联交易，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，根据国家有关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件的相关规定，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理办法》等规定中对关联交易决策权限、表决程序及回避制度等作出了明确的规定，对关联交易的审批程序和管理进行了更严格的规范，对关联交易实施了更为有效的监督。

1、《公司章程》对关联交易的制度安排

《公司章程》在股东大会、董事会职权方面，原则上规定了股东大会及董事会针对关联交易事项的审批权限，并建立了关联交易回避表决制度。

2、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》的规定

在《公司章程》原则性规定的基础上，公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》在交易金额、表决比例、计票规则等方面对关联交易的审批权限、审批程序进行了细化规定。

3、《独立董事工作制度》的规定

独立董事除应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司《独立董事工作制度》还规定了重大关联交易进行事前认可、事后发表意见等职权，进而充分发挥独立董事客观、独立的专业判断，保证关联交易决策的公平公正。

4、《关联交易管理办法》的规定

《关联交易管理办法》是公司针对关联交易制定的专门性内部制度文件，该办法从关联人及关联关系、关联交易范围及原则、关联交易的管理、关联交易价格的确定、审批程序等方面进行了具体、详实的规定，以保护公司及其他股东的合法利益。

综上所述，公司现有的法人治理制度体系在关联交易价格的确定、关联交易的审批权限、决策程序等多个方面，形成较为周全、科学的制度安排，能够保证关联交易审批程序的公正性以及关联交易的公允性。

（三）针对控股股东、实际控制人合计控制发行人股份比例较高的情况，补充披露发行人上市后在中小股东合法利益保护，公司治理有效性，防止控制不当行为等方面是否采取了针对性的措施，如有，披露具体内容

以下内容已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“七、关于控股股东、实际控制人持股比例较高的公司治理安排”进行了补充披露：

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人李东流、李仁父子合计控制公司 93.15%的股份。为防止实际控制人股权控制比例过高，对公司治理产生不利影响，公司从中小股东合法利益保护、维护公司治理有效性、防止控股股东和实际控制人不当控制等方面，采取了相应的针对性措施。具体情况如下：

（一）中小股东合法利益保护的措施

1、建立健全信息披露相关制度，保护中小股东的知情权。为加强公司信息披露管理工作，保障股东知情权，公司制定了《信息披露管理制度》和《董事会秘书工作细则》。公司上市以后，将严格遵循关于信息披露的各项准则、规定，明确规定信息披露的原则、内容、程序、信息披露的权限与责任划分、记录与保管制度及信息的保密措施，明确规定董事、监事、高级管理人员、董事会秘书等的披露职责和披露事项，并及时根据各类监管要求，规范年报、中报等财务报告和其他重大信息的披露行为，进一步加强与投资者之间的互动与交流，确保披露信息的公平、公正。

2、加强投资者关系管理工作。为规范公司投资者关系，公司制定了上市后适用的《投资者关系管理制度》。上市后，公司将不断加强与投资者和潜在投资

者之间的沟通，促进公司与投资者之间长期、稳定的良好关系，实现公司价值最大化和股东利益最大化。公司将通过定期报告、临时公告、股东大会、公司网站等多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通，并借助互联网等便捷方式提高沟通效率，保障中小投资者的合法权益。

3、建立健全股东投票机制，保护中小股东行使表决权。公司上市后，将通过建立和完善累积投票制度、中小投资者单独计票机制、股东大会网络投票机制、征集投票权等各项制度安排，切实保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

4、积极履行股东分红回报规划。公司上市后适用的《公司章程（草案）》、《森赫电梯股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》对公司利润分配政策作出了制度性安排。此外公司作出了利润分配政策的承诺，保证严格执行公司利润分配政策，切实保障公司股东尤其是中小股东利润分配的权利。

5、强化独立董事在中小投资者合法利益保护方面的作用。《上市公司独立董事履职指引》（2020 年 7 月修订）规定，独立董事除负有《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律法规及其他规范性文件要求董事的一般义务以外，还需要充分关注保护中小投资者的合法权益。因此，公司上市后将严格执行并不断完善《独立董事工作制度》，充分发挥独立董事在保护中小投资者合法利益方面的重要作用。首先，在独立董事的选任方面，公司将严格按照规定，考察独立董事是否满足任职条件，并优先选择经验丰富、专业能力突出的资深人士担任公司独立董事；其次，严格执行《独立董事工作制度》，充分发挥独立董事在关联交易、对外担保、对外投资、利润分配等重要事项上的作用，认真听取独立董事的独立意见，积极配合独立董事履行职责。

（二）针对公司治理有效性的措施

1、不断完善公司内部控制体系。股份公司成立后，公司已根据《公司法》、中国证监会以及深圳证券交易所的相关规定制定了一系列的公司治理制度，建立了法人治理结构，完善了内部控制体系。公司上市后，将加强跟踪监管动态，不断完善包括组织架构、治理结构、管理制度、财务制度等在内的内部控制体系，以确保公司的各项生产、经营活动有章可循。

2、保障三会规范有效运行。公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明晰、运作规范的相互协调和相互制衡机制。上市后，公司将严格执行各项治理制度，保证三会正常规范有效运行，为全体股东、董事、监事、高级管理人员行使权利创造便利条件。

3、强化董监高人员的规范运作意识。公司上市后，将在持续督导券商的指导下，不断加强对控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的培训，提升其诚信和规范意识；加强董监高的勤勉及忠实义务的责任意识，充分发挥其在公司经营管理决策过程中的作用，督促控股股东、实际控制人遵照相关法律法规经营公司，忠实履行职责。

（三）防止控股股东、实际控制人控制不当行为的措施

1、公司建立了较为健全的法人治理结构。公司目前建立健全了三会制度，明确了股东大会、董事会、监事会的职责，制定了三会议事规则。《公司章程》对控股股东的诚信义务、关联股东和关联董事的回避表决制度作出了规定，公司的关联交易、对外担保、重大决策等重大事项须经股东大会审议通过，并制定了防止控股股东及其他关联方占用公司资金的制度，这些制度的建立将对实际控制人进行合理的约束，保证公司决策程序的合法合规。

2、严格遵守公开承诺事项。在本次申请首次公开发行股票并上市过程中，公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》、《规范和减少关联交易的承诺函》、《未履行承诺的约束性措施》等公开承诺事项。本次发行上市后，公司将敦促控股股东、实际控制人严格遵守上述承诺事项。

3、强化公司管理层法人治理意识。敦促控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员加强学习《公司法》、《证券法》以及证监会、深圳证券交易所制定的业务规则等法律法规及规范性文件的要求规范运作，认真执行《公司章程》以及其他治理制度的规定，不断完善法人治理结构，保障公司规范健康运行。

4、充分发挥公司主要人员的作用。除控股股东、实际控制人以外，公司管理层及主要中层人员已通过公司员工持股平台成为公司间接股东，公司经营情

况与股东利益紧密相关。公司将充分发挥此类人员的专业知识及相对客观独立判断，为公司经营管理提供建议、协助改进经营活动，从而提高公司决策水平，降低控股股东、实际控制人控制不当的风险。

（四）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）查阅发行人三会文件，了解公司股东大会、董事会、监事会是否规范正常运行，是否存在控股股东、实际控制人不当行使职权的情形；

（2）查阅公司章程、三会议事规则及关联交易管理办法等，了解发行人针对关联交易的审批权限、审批程序等制度安排，并结合三会文件，核查报告期内发行人关联交易是否按照相关治理制度的规定进行表决；

（3）查阅发行人及实际控制人在本次申请首发上市过程中出具的相关承诺，了解承诺内容及执行情况等；

（4）查阅发行人公司章程及全套治理制度文件并取得发行人说明文件、访谈发行人董事、监事、高级管理人员，核查发行人组织结构以及治理制度的建设及执行情况，核查发行人在实际控制人控制比例较高的情况下，在中小股东合法权益保护、公司治理有效性以及实际控制人不当控制等方面采取的针对性措施。

2、核查结论

保荐机构、发行人律师认为：

（1）报告期内，公司股东大会、董事会及专门委员会、监事会能够按照公司章程及其议事规则的规定，正常规范有效运行，控股股东、实际控制人能够在公司治理制度规定的范围内行使权利，不存在影响公司治理有效性的情形；

（2）报告期内，发行人关联交易金额较小，根据发行人《公司章程》及《关联交易管理办法》等文件关于关联交易审批权限的规定，该等交易无需股东大会审议。发行人 2020 年第一次临时股东大会对报告期内的关联交易进行确认，关联股东已回避表决。报告期内，发行人不存在因全体股东均为关联方导致无法实施关联股东回避表决的情形，发行人《公司章程》等内部制度已经进行相关安排以保证关联交易审批程序的公正性以及关联交易的公允性；

（3）针对控股股东、实际控制人合计控制发行人股份比例较高的情况，发行人上市后在中小股东合法利益保护、公司治理有效性、防止控制不当行为等方面已采取了针对性的措施。

问题 3. 关于关联方和关联交易

招股说明书披露，2019 年 6 月，发行人将持有的安徽岳西湖商村镇银行 5%股权以 315 万元价格出售给控股股东李东流，发行人从中获利 15 万元。发行人全资子公司德国莱茵于 2017 年 9 月 4 日注销，控股子公司申达物资于 2017 年 6 月 30 日注销，实际控制人李东流的配偶李森凤控制的香港莱茵于 2018 年 7 月 6 日注销。除发行人外，控股股东、实际控制人还直接或间接控制了米高投资、尚得投资、森赫农业等 10 家企业。李东流持有湖州米高 10%股份，任湖州米高监事，湖州米高未被认定为发行人关联方。

请发行人补充披露：

（1）出售安徽岳西湖商村镇银行股权给控股股东李东流的背景和原因，定价依据及价格公允性，是否存在利益输送以及损害发行人及其他股东利益的情形；

（2）关联方德国莱茵、申达物资、香港莱茵注销的原因，存续期间是否存在重大违法行为，注销的过程是否合法合规，注销后资产、人员、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（3）上述控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业报告期内与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间是否存在其他资金或业务往来，是否存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用等利益输送情形；

（4）湖州米高未被认定为发行人关联方的原因，发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

问题 3 的回复

（一）出售安徽岳西湖商村镇银行股权给控股股东李东流的背景和原因，定价依据及价格公允性，是否存在利益输送以及损害发行人及其他股东利益的情形；

以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“3、偶发性关联交易”中进行了补充披露：

3、偶发性关联交易

（1）基本情况

2019 年 6 月，本公司将持有的安徽岳西湖商村镇银行 5%股权出售给控股股东李东流先生，出售价格为 315 万元人民币，本公司从中获利 15 万元人民币。

（2）关联交易的背景和原因

公司主要从事电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售，并提供相关安装和调试服务，以及电梯维修保养、配件销售、更新改造等后市场服务。安徽岳西湖商行属于金融行业。鉴于公司已经筹划申请在创业板上市，因此为突出主业，公司将其持有的股份转让给李东流先生。

（3）定价依据及公允性，是否存在利益输送以及损害发行人及其他股东利益的情形

2019 年 4 月 8 日，银信评估出具“银信评报字（2019）沪第 0280 号”《森赫电梯股份有限公司拟转让 300 万股安徽岳西湖商村镇银行股份有限公司股份项目资产评估报告》，截至 2018 年 12 月 31 日，发行人持有安徽岳西湖商银行 300 万股股份价值为 315 万元。

鉴于：①根据大华会计事务所（特殊普通合伙）出具的审计报告，截至 2018 年 12 月 31 日，安徽岳西湖商行经审计的每股净资产为 1.02 元/股；②根据审计报告显示，安徽岳西湖商行 2016-2018 年度净利润分别为-81.31 万元、439.91 万元、301.16 万元，收益水平不高；③安徽岳西湖商行属于非上市非公众公司，无市场公开交易价格。因此，本次交易选择评估价值作为定价依据，其定价方式具备合理性，交易价格公允，不存在利益输送以及损害发行人及其他股东利

益的情形。

（二）关联方德国莱茵、申达物资、香港莱茵注销的原因，存续期间是否存在重大违法行为，注销的过程是否合法合规，注销后资产、人员、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷；

以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“7、报告期内曾经存在的关联方”之“（2）报告期内曾经存在的关联法人”中进行了补充披露：

① 德国莱茵

A.注销原因，存续期间是否存在重大违法行为，注销的过程是否合法合规

德国莱茵设立后一直未实际经营，其计划主营电梯及其零部件的国际贸易业务，公司另一家德国子公司德国森赫主营电梯及配件的生产、销售。由于公司战略布局的调整，同时考虑到两家德国子公司同时运营开支较大，且一直处于亏损状态，因此公司决定对德国莱茵进行注销。德国莱茵存续期间不存在违法违规行为。

根据德国律师出具的法律意见书，德国莱茵已按照当地法律规定履行完毕了公司注销手续，其解散符合德国当地的法律法规。

B.注销后资产、人员、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

根据德国律师出具的法律意见书，德国莱茵清算后的剩余资产 56,837.94 欧元已经于 2017 年 12 月 27 日由公司收回。德国莱茵注销时，总经理、法定代表人由公司副总经理张晓强兼任，除此之外未雇佣其他员工，亦不涉及人员处置。

综上所述，德国莱茵注销程序合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

②申达物资

A.存续期间是否存在重大违法行为，注销的过程是否合法合规

申达物资系联合电梯控股子公司，2003 年成立后一直未实际经营。公司筹划上市过程中，对公司外部组织结构体系进行清理，因此于 2017 年将申达物资注销。申达物资存续期间不存在重大违法行为，其已办理税务及注销手续，注

销过程合法合规。

B.注销后资产、人员、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

申达物资设立后，未实际经营，未雇佣员工，不涉及资产、人员及债权债务的处置。

综上所述，申达物资注销程序合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

③香港莱茵

A.存续期间是否存在重大违法行为，注销的过程是否合法合规

香港莱茵设立的主要目的是持有发行人及上海森赫的股权，香港莱茵退出对前述企业的投资后，已无存续的必要，因此将其注销。

根据香港律师出具的法律意见书，香港莱茵存续期间，不存在根据其有效章程的规定或任何有权机构的决定、命令、裁决而需要终止或解散的情形。在香港法院没有任何针对香港莱茵的诉讼或其他形式的法律行动。

香港莱茵已在香港特区政府公司注册处及香港税务局完成注销手续，其注销过程合法合规。

B.注销后资产、人员、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

香港莱茵注销时，无其他资产；除董事李森凤外，无其他雇员；香港莱茵成立后未实际经营，无其他债权债务。

综上所述，香港莱茵注销程序合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）上述控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业报告期内与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间是否存在其他资金或业务往来，是否存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用等利益输送情形；

以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”中进行了补充披露：

除上述披露的关联交易外，报告期内公司控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业与公司、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及

主要股东不存在其他资金或业务往来，公司不存在关联交易非关联化或者由关联方为公司承担成本费用等利益输送情形。

（四）湖州米高未被认定为发行人关联方的原因，发行人是否严格按照《公司法》《企业会计准则》及中国证监会及本所的有关规定披露关联方和关联交易，是否存在关联交易非关联化的情形。

湖州米高成立于 2020 年 6 月 3 日，发行人本次申报时，湖州米高尚未实际经营，报告期内与发行人无任何交易。此外，实际控制人在湖州米高的持股比例较低，未实际出资，且仅担任监事职务，不参与湖州米高的经营管理，因此发行人将湖州米高作为实际控制人对外兼职及对外投资的企业进行披露，未列示为发行人关联方。

为保证信息披露的全面、完整，本次回复发行人已将湖州米高认定为关联方。以下内容已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“6、其他关联自然人及关联法人”进行了补充披露：

序号	关联方名称	与公司关系
1	上海肩冠企业管理咨询事务所	公司独立董事马涛为投资人
2	途森投资	监事姚芳芳担任执行事务合伙人的企业
3	迈森投资	董事钱小燕担任执行事务合伙人的企业
4	**湖州米高**	**董事长、总经理李东流担任监事的企业**

发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会及深圳证券交易所的有关规定披露了关联方和关联交易，不存在关联交易非关联化的情形。

（五）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）访谈公司实际控制人，了解公司出售安徽岳西湖商村镇银行股份的原因和背景、交易作价等情况；

（2）取得安徽岳西湖商村镇银行的资产评估报告、近三年审计报告以及发行人三会文件，核查本次交易价格是否公允，是否存在利益输送等情形以及是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

（3）取得发行人说明文件、德国律师出具的法律意见书、德国莱茵清算财务报告等文件，核查德国莱茵存续期间是否存在重大违法行为，注销过程是否合法合规；

（4）取得发行人说明文件、申达物资工商档案及注销文件、信用中国网站查询信息等文件，核查申达物资存续期间是否存在重大违法行为，注销过程是否合法合规；

（5）访谈实际控制人、取得香港律师出具的法律意见书、香港莱茵注销的文件，核查香港莱茵存续期间是否存在重大违法行为，注销过程是否合法合规；

（6）针对实际控制人控制的其他企业与相关主体之间是否存在其他资金或业务往来情况：

①查阅发行人报告期内的销售收入及采购台账，取得发行人的主要客户及供应商名单；

②查阅发行人的主要客户访谈记录及主要供应商访谈记录，确认其是否与实际控制人控制的其他企业存在交易、资金往来；

③取得报告期内实际控制人控制的其他企业的财务报表、银行流水；取得发行人董事、监事、高级管理人员及其他主要核心人员银行流水、发行人银行对账单；

④取得发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要核心人员、主要股东出具的说明文件。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

（1）发行人将其持有安徽岳西湖商村镇银行的股份转让给李东流具备合理的商业理由，交易价格公允，不存在利益输送的情形以及损害发行人及其他股东利益的情形；

（2）关联方德国莱茵、申达物资、香港莱茵注销原因具备合理性，其存续期间不存在重大违法行为，其注销过程合法合规。注销后资产、人员、债权债务已依法处置，不存在纠纷或潜在纠纷；

（3）除已经披露的关联交易外，报告期内公司控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业与公司、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东不存在其他资金或业务往来，公司不存在关联交易非关联化或者由关联方为公司承担成本费用等利益输送情形；

（4）发行人已将湖州米高认定关联方，报告期内发行人与湖州米高不存在关联交易。发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会及深圳证券交易所的有关规定披露了关联方和关联交易，发行人不存在关联交易非关联化的情形。

问题 4. 关于销售模式

招股说明书披露，发行人在境内采取直销和经销相结合的销售模式，在国内已设立 15 家分公司和 12 家办事处。发行人在境外采取以经销为主的销售模式，产品销往孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯等 80 多个国家和地区，发行人在欧洲、北美、南美、非洲等国家和地区建立了多个营销网点。境外收入为发行人营业收入的重要组成部分，报告期内，发行人境外收入占主营业务收入的比例分别为 22.79%、26.02%和 19.82%，发行人目前仍在积极开拓国际市场业务。

请发行人：

（1）针对境内、境外分公司、办事处、营销网点数量较多的情况，补充披露是否针对性地建立健全人员、资金、业务管理等方面的内控制度，如是，披露其具体内容和执行情况；

（2）补充披露报告期内发行人在投标过程中是否按照法律法规的规定履行了相关程序，是否存在串通投标等违法情形；

（3）补充披露报告期内，发行人在订单获取过程中是否存在商业贿赂等违法行为；

（4）补充披露境外销售的获客方式，发行人与主要境外经销商合作的背景和历史，境外经销商是否具备相关经营资质，开展电梯销售、安装、维保等业务是否符合当地法律法规的规定；

（5）补充披露发行人目前的境外销售是否直接或间接受到国际贸易摩擦或国际政治经济形势的影响，如是，补充披露受影响的具体产品类别、销量、销售收入及占比等，是否对发行人开拓国际市场业务产生重大不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 4 的回复

（一）针对境内、境外分公司、办事处、营销网点数量较多的情况，补充披露是否针对性地建立健全人员、资金、业务管理等方面的内控制度，如是，披露其具体内容和执行情况

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（3）营销管理制度

长期以来，公司深入布局国内营销网络，已设立 15 家分公司及 12 家办事处，营销服务体系基本覆盖全国重点区域。针对公司分公司、办事处、营销网点数量较多的情况，公司制定了相应的内控管理制度，主要涵盖人员管理、资金管理、业务管理等方面。随着分支机构数量以及营销区域的变化，公司会在各年年初对相关制度进行调整更新，以保证制度的及时性及合理性。相关制度具体情况如下：

A、人员管理

分公司负责人由发行人任命并委派，其全权负责日常运营，承担分公司依法经营的责任和义务；因业务拓展需要，报经发行人批准后，分公司可在当地区域内招聘员工，但所有员工纳入发行人统一管理。

B、资金管理

分公司财务业务实施垂直管理，由发行人财务部进行业务指导和统一管理；分公司财务工作一般由发行人兼办，确因地域原因或业务开展需配备专职会计的，可在当地招聘，经发行人财务部门考核认可任用；分公司实施预算管理，财务部根据经发行人预算管理委员会批准后的各分公司预算额，在规定的时间内分期将营运资金划拨到分公司账户；分公司实施收、支两条线，分公司收到的维保、安装劳务收入等必须在收到款项的第二个工作日结束前通过银行全额划回发行人。

C、业务管理

对分支机构设置业务指标，明确规定了分支机构的主要职责和管辖地区，以单个分支机构或销售团队为单位明确当年的销售目标、发运目标；规定了分支机构的具体价格政策、报价管理、付款政策、审批流程、交货期等销售政策；规定了招投标及各类保证金的管理制度；明确了跨区域销售的职责划分和业绩归属。

随着分支机构数量以及营销区域的变化，公司在各年年初对相关制度进行调整更新，以保证制度的及时性及合理性。

报告期内，分支机构各项管理制度运行良好，能够达到预期管理目标。

（二）补充披露报告期内发行人在投标过程中是否按照法律法规的规定履行了相关程序，是否存在串通投标等违法情形

公司投标主要适用法律法规为《中华人民共和国招标投标法》（以下简称“《招标投标法》”）、《招标投标法实施条例》。其主要规定如下：

《中华人民共和国招标投标法》第三条规定：“在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。”

《招标投标法实施条例》第二条规定：“招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。”

因此，根据《招标投标法》、《招标投标法实施条例》等相关法律法规的规定，对于大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目有关的重要

设备、材料等的采购，政府单位、大型国有企业应主要采取招标方式确定供应商。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（4）获取订单过程的合法合规性

在投标过程中，公司均以自身名义参与招投标，具备招标文件要求的专项工程相应施工资质与条件；公司通过自身的资格条件、技术等综合能力以及具有竞争性的报价获取项目机会，不存在串通投标报价、排挤其他投标人公平竞争的情形，亦不存在以低于成本价投标的情形。报告期内公司不存在向招标人或者评标委员会成员以商业贿赂的手段谋取中标的情形。

报告期内，公司严格遵守《中华人民共和国招标投标法》、《中华人民共和国招标投标法实施条例》和《工程建设项目招标范围和规模标准规定》等相关法律法规规定参与招投标活动，招投标过程合法合规，不存在商业贿赂行为，不存在因违反相关法律法规而被主管行政部门处罚的情形。

综上所述，报告期内公司在投标过程中均按照法律法规的规定履行了相关程序，不存在串通投标等违法情形。

（三）补充披露报告期内，发行人在订单获取过程中是否存在商业贿赂等违法行为

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（4）获取订单过程的合法合规性

报告期内，公司制定了反商业贿赂、反不正当竞争的相关制度且有效执行，公司与其客户之间不存在除开展正常业务所产生的资金往来以外的其他资金往来，公司及其实际控制人、董事、监事和高级管理人员、公司销售人员在订单获取过程中不存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情况，不存在因商业贿赂、不正当竞争等违法违规行为涉及诉讼或遭受行政或刑事处罚的情形，不存在违

法犯罪记录或因涉嫌商业贿赂或不正当竞争而被司法机关立案侦查或被立案调查的情形。

按照湖州市南浔区市场监督管理局机构设置，湖州市南浔区市场监督管理局有权查处市场不正当竞争、商业贿赂、走私贩私、违法直销和传销及其他经济违法案件。根据湖州市南浔区市场监督管理局出具的证明，报告期内，公司在浙江省企业信用综合监管警示系统数据库中没有违法、违规及不良行为申（投）诉记录。

（四）补充披露境外销售的获客方式，发行人与主要境外经销商合作的背景和历史，境外经销商是否具备相关经营资质，开展电梯销售、安装、维保等业务是否符合当地法律法规的规定

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（5）关于境外销售及合法合规性

公司境外销售的获客方式主要包括：

①参加电梯行业具有影响力的大型国际展会，对公司产品及品牌进行宣传推广，寻求潜在业务机会。公司曾参与的展会包括德国国际电梯展、俄罗斯国际电梯展、孟加拉国国际电梯展、土耳其国际电梯展、印度尼西亚国际电梯展等。

②综合利用互联网手段推广公司产品。如利用主流搜索引擎推广品牌和产品；利用社交媒体平台，与新老国外客户取得联系；利用国际电子商务平台寻求商机。

③通过境外长期客户引荐商机。经过长期的积累，公司已在主要境外销售地区建立了良好的市场口碑，与许多境外经销商建立了长期合作关系。利用长期客户在当地的渠道优势和客户资源，公司可以更快、更多地与新客户进行业务合作。

与新客户展开合作前，公司会通过获取经销商开展电梯销售、安装、维保

等业务的资质及咨询当地官方机构及法律人士，充分核查境外经销商在当地开展电梯销售、安装、维保等业务的合法合规性。

报告期内，公司主要境外经销商的基本情况如下：

序号	客户名称	地区	合作起始时间	是否具备相关经营资质
1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国	2008	是
2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特	2008	是
3	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	俄罗斯	2011	是
4	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	阿联酋	2016	是
5	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	墨西哥	2016	是

由上表可见，报告期内公司主要境外经销商多与公司具有长期合作关系，且均具备当地电梯行业经营资质，开展电梯销售、安装、维保等业务符合当地法律法规的规定。

（五）补充披露发行人目前的境外销售是否直接或间接受到国际贸易摩擦或国际政治经济形势的影响，如是，补充披露受影响的具体产品类别、销量、销售收入及占比等，是否对发行人开拓国际市场业务产生重大不利影响

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”之“（5）关于境外销售及合法合规性”进行了补充披露：

根据中国贸易信息救济网，报告期内主要出口国家或地区的进口政策及贸易摩擦情况如下：

国家或地区	是否存在进口限制	是否存在贸易摩擦
孟加拉国	否	否
科威特	否	否
墨西哥	否	否
俄罗斯	否	否

由上表可见，上述地区未对发行人出口、销售的相关产品采取贸易救济调查、加增关税等措施，所以对公司开拓国际市场业务没有重大不利影响。

（六）中介机构核查情况

1、核查过程

保荐人执行了以下核查程序：

（1）查阅了发行人制定的与分公司管控相关的内控管理制度，并与相关业务负责人进行了访谈；

（2）查阅了发行人与招投标相关的管理制度、发行人报告期内合同台账、收入成本明细表、发行人相关工程项目的招投标文件、中标通知书、业务合同等文件，与发行人实际控制人、业务负责人以及负责招投标的相关员工进行了访谈。

（3）查阅了发行人的反商业贿赂内控制度、业务流程说明、重要业务合同及付款凭证等资料，查阅了发行人及其子公司报告期内的营业外支出明细、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员无犯罪记录的证明，湖州市南浔区市场监督管理局出具的证明；

（4）查阅了报告期内发行人及实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员的银行流水，不存在与客户实际控制人、董事、监事、高级管理人员的非正常资金往来；

（5）通过中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网等网站进行了查询，查阅了发行人、实际控制人及董事、监事、高级管理人员出具的不存在商业贿赂声明，与发行人的实际控制人及董事、监事、高级管理人员进行了访谈。

（6）查阅了报告期内发行人签订的境外销售合同、主要境外经销商的相关资信报告等资料，查阅了主要境外经销商出具的说明文件，通过视频方式与发行人主要境外经销商进行了访谈，与发行人的境外销售负责人进行了访谈。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）随着分支机构数量以及营销区域的变化，发行人在每年年初对相关制度进行调整更新，以保证制度的及时性及合理性。报告期内，分支机构各项管理制度运行良好，能够达到预期管理目标；

（2）报告期内，发行人严格遵守《中华人民共和国招标投标法》、《中华人

民共和国招标投标法实施条例》和《工程建设项目招标范围和规模标准规定》等相关法律法规规定参与招投标活动，招投标过程合法合规，不存在商业贿赂行为，不存在因违反相关法律法规而被主管行政部门处罚的情形；

（3）根据湖州市南浔区市场监督管理局出具的证明，报告期内，发行人在浙江省企业信用综合监管警示系统数据库中没有违法、违规及不良行为申（投）诉记录。发行人在获取订单过程中，不存在以谋取交易机会或者竞争优势为目的而采用财物或者其他手段贿赂相关人员的情形（相关人员包括：交易相对方的工作人员、受交易相对方委托办理相关事务的单位或者个人、利用职权或者影响力影响交易的单位或者个人）。在交易活动中，对于发行人通过居间模式开展业务的情形，发行人均与居间商签订居间协议，向居间商支付销售服务费并如实入账。根据《审计报告》，发行人报告期内没有发生罚款支出，不存在因商业贿赂行为受到行政处罚、法院判决、裁定而缴纳罚款、罚金的情形。因此，发行人严格按照客户的采购流程及规范进行销售，不存在违反《中华人民共和国反不正当竞争法》中关于商业贿赂相关规定的情形；

（4）境外销售的获客方式合法合规，发行人主要境外经销商均具备相关经营资质，开展电梯销售、安装、维保等业务符合当地法律法规的规定；

（5）发行人主要外销地区未对发行人出口、销售的相关产品采取贸易救济调查、加征关税等措施，未对发行人生产经营造成重大不利影响。因此，发行人目前的境外销售未受到国际贸易摩擦或国际政治经济形势的影响。

问题 5. 关于安装、维保等后市场服务

申报材料显示，发行人在境内采取直销和经销相结合的销售模式，发行人在境外采取以经销为主的销售模式。直销模式下，发行人在向客户提供电梯设备之外，同时要承担相应的安装及售后服务。一般情况下，发行人会将安装及维保业务授权委托给其他具有资质的第三方实施，由发行人提供技术支持和质量监督。经销模式下，发行人将产品销售给经销商，由经销商提供相应的安装、维保等后续服务，发行人提供必要的技术培训支持及技术监督。募投项目营销维保服务网络建设项目实施后，发行人将建设或升级完成共 30 个营销服务分支机构，扩大业务覆盖范围。

请发行人：

（1）补充披露报告期各期的自维保率和他维保率，主要委托安装、维保单位的基本情况，报告期内收取的安装、维保费用，委托安装、维保单位是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间存在关联关系、委托持股等利益安排；

（2）补充披露直销模式下委托安装、维保单位以及经销商是否均具备《特种设备安装改造维修许可证》等电梯安装、维保资质或许可，是否符合《特种设备安全法》等相关规定；报告期内，安装维保人员是否存在怠于履行安装维保义务、违反安装维保操作规程等情形，发行人是否因此承担或可能承担后市场服务责任；

（3）结合合同条款内容，补充披露发行人与委托安装、维保单位以及经销商在产品质量、后续安装和维保等方面的责任划分情况，发行人是否与最终客户、委托安装、维保单位以及经销商之间存在纠纷或潜在纠纷；

（4）结合发行人已有以及未来将建设或升级的营销维保服务分支机构数量及地区分布等情况，补充披露发行人关于销售、安装、维保业务（包括委托第三方实施）相关内控制度建立健全及其执行情况，相关内控制度能否保证发行人安全保障义务的履行。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 5 的回复：

（一）补充披露报告期各期的自维保率和他维保率，主要委托安装、维保单位的基本情况，报告期内收取的安装、维保费用，委托安装、维保单位是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间存在关联关系、委托持股等利益安排

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（三）委托第三方安装维保情况”进行了补充披露：

（三）委托第三方安装维保情况

1、报告期各期的自维保率和他维保率

公司各期产品销售数量中，以使用自身安装维保资质进行维保的产品数量占产品销售数量的比重作为自维保率；以第三方安装维保单位进行维保的产品数量占产品销售数量的比重作为他维保率。

报告期内，公司自维保率、他维保率情况如下：

单位：台，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自行维保产品数量	39	107	44	175
第三方维保数量	1,701	4,405	3,787	4,076
当期产品销售数量	1,740	4,512	3,831	4,251
自维保率[1]	2.24	2.37	1.15	4.12
他维保率[2]	97.76	97.63	98.85	95.88

注：1、自维保率=当期自行维保产品数量÷当期产品销售数量
2、他维保率=当期第三方维保数量÷当期产品销售数量

由上表可知，报告期内公司自维保率分别为 4.12%、1.15%、2.37%和 2.24%，比例较低。原因系公司提供的自维保服务仅针对附安装义务的直销合同中部分重大企事业单位项目或周边地区项目。其他情况下，一般由具有资质的第三方安装维保单位实施安装维保。

综上所述，公司的自维保率、他维保率与公司安装维保业务模式相匹配。

2、委托安装维保单位的主要情况

在电梯销售业务中，除公司自行提供安装维保服务外，存在以下两种由具

有资质的第三方安装维保单位实施安装维保的情况：

序号	类型	责任划分
1	买断合同	买断合同包括经销商买断合同及直销不附安装义务合同。该类合同下，合同总价款仅包括设备价款，公司不负有安装维保义务。公司向经销商或客户销售电梯产品后，若经销商拥有电梯安装资质，由经销商组织实施安装维保服务，或者由其他有资质的第三方安装单位实施安装维保服务，在此过程中，公司提供必要的技术培训支持及技术监督，并在质量保证期内承担电梯零部件非人为原因损坏的维修、更换义务。 在这种情况下，公司与第三方安装维保单位没有合同关系，无经济往来。
2	附安装义务合同	附安装义务合同仅存在于直销合同中。该类合同下，公司与客户签订电梯销售合同，约定安装维保业务条款，合同总价款包括设备价款及安装维保服务费用。在此基础上，公司与第三方安装维保单位另行签订委托协议，公司将安装维保业务委托给第三方安装维保单位实施。 在这种情况下，公司与第三方安装维保单位有合同关系，需要向第三方安装维保单位支付安装维保费用，且合同当事人为公司和委托安装维保单位，不包括直销客户。

由上表可知，公司与买断合同下第三方安装维保单位没有合同关系，无经济往来。如无特殊说明，本招股说明书中“委托安装维保单位”、“委托的第三方安装维保单位”均特指直销附安装义务模式下的安装维保受托实施单位。

报告期内，公司前五大委托安装维保单位的基本情况如下所示：

单位：万元

年度	序号	单位名称	安装维保委托金额	是否关联
2020 年 1-6 月	1	四川贤通机电科技有限公司	164.87	否
	2	四川九森电梯工程有限公司	114.05	否
	3	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	110.79	否
	4	山西卡利维特电梯工程有限公司	90.24	否
	5	溧阳市耘驰电梯有限公司	82.35	否
	合计		562.29	
2019 年度	1	天津森赫机电安装有限公司	437.01	否
	2	新疆安达机电设备有限公司	355.18	否
	3	惠州市鑫华辉机电有限公司	202.00	否
	4	黔东南州鑫睿洋电梯工程有限公司	198.06	否
	5	安徽恒创机电工程有限公司	174.96	否
	合计		1,367.21	

年度	序号	单位名称	安装维保委托金额	是否关联
2018 年度	1	四川贤通机电科技有限公司	442.27	否
	2	新疆安达机电设备有限公司	439.38	否
	3	江苏燈煌建设有限公司	321.29	否
	4	聊城市万佳宜居节能技术服务有限公司	291.35	否
	5	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	240.00	否
	合计		1,734.28	
2017 年度	1	新疆安达机电设备有限公司	1,304.27	否
	2	内蒙古森赫电梯有限公司	699.80	否
	3	四川莱茵森赫电梯有限公司	612.50	否
	4	济宁利保电梯有限公司	508.31	否
	5	青岛德莱电梯设备有限公司	478.00	否
	合计		3,602.88	

报告期内，公司委托安装维保单位与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间不存在关联关系、委托持股等利益安排。

（二）补充披露直销模式下委托安装、维保单位以及经销商是否均具备《特种设备安装改造维修许可证》等电梯安装、维保资质或许可，是否符合《特种设备安全法》等相关规定；报告期内，是否存在怠于履行安装维保义务、违反安装维保操作规程等情形，发行人是否因此承担或可能承担后市场服务责任

《中华人民共和国特种设备安全法》（以下简称《特种设备安全法》）对电梯企业委托安装维保做出规定如下：

《特种设备安全法》第二十二条规定：“电梯的安装、改造、修理，必须由电梯制造单位或者其委托的依照本法取得相应许可的单位进行。电梯制造单位委托其他单位进行电梯安装、改造、修理的，应当对其安装、改造、修理进行安全指导和监控，并按照安全技术规范的要求进行校验和调试。电梯制造单位对电梯安全性能负责。”

《特种设备安全法》第四十五条规定：“电梯的维护保养应当由电梯制造单位或者依照本法取得许可的安装、改造、修理单位进行。电梯的维护保养单位应当在维护保养中严格执行安全技术规范的要求，保证其维护保养的电梯的安全性

能，并负责落实现场安全防护措施，保证施工安全。电梯的维护保养单位应当对其维护保养的电梯的安全性能负责；接到故障通知后，应当立即赶赴现场，并采取必要的应急救援措施。”

经核查，公司直销模式下委托安装维保单位均已依照《特种设备安全法》取得中华人民共和国特种设备安装改造维修许可证或中华人民共和国特种设备生产许可证等许可证书。报告期内，公司委托的第三方安装维保单位依照法律规定及公司要求实施安装维保工作，不存在怠于履行安装维保义务、违反安装维保操作规程等情形，公司亦不会承担或可能承担后市场服务责任。

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（三）委托第三方安装维保情况”之“3、委托第三方安装维保单位的主要情况”进行了补充披露：

公司委托安装维保单位均已依照《特种设备安全法》取得中华人民共和国特种设备安装改造维修许可证或中华人民共和国特种设备生产许可证证书。

报告期内，公司安装维保人员和委托的第三方安装维保单位依照法律规定及公司相关制度实施安装维保工作，不存在怠于履行安装维保义务、违反安装维保操作规程等情形，公司亦不会承担或可能承担后市场服务责任。

（三）结合合同条款内容，补充披露发行人与委托安装、维保单位以及经销商在产品质量、后续安装和维保等方面的责任划分情况，发行人是否与最终客户、委托安装、维保单位以及经销商之间存在纠纷或潜在纠纷；

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（三）委托第三方安装维保情况”进行了补充披露：

3、与第三方安装维保单位的协议安排和责任划分

（1）买断模式下与经销商或第三方安装维保单位的责任划分

买断模式下，公司向经销商或直接客户销售电梯产品后，若经销商拥有电梯安装资质，由经销商组织实施安装维保服务，或者由其他有资质的第三方单位实施安装维保服务。在此过程中，公司与经销商或第三方安装维保单位无委托协议安排，公司不承担安装维保责任，仅对安装维保工作负有监督责任，并

对电梯的产品质量及安全性能负责。

安装过程中，经销商或客户收货验收后对货物负有完全的保管保护责任，收货之后，客户可以根据自身需求，于土建及工地状况具备安装条件之后，安排电梯安装单位进场开始实施安装工作。公司提供必要的技术培训支持及技术监督，安排经销商或其他第三方安装单位的技术人员至厂区进行技术培训，主要内容包括电梯产品基本原理与结构、具体电梯型号产品说明书讲解、电梯安全施工要点及应急预案、电梯安装质量控制等内容。必要时，公司选派技术人员至项目现场协助安装单位解决安装技术问题。此外，电梯产品申请有关部门验收前，公司对经销商或其他第三方安装单位提供的《电梯监督检验自检报告》进行检查及确认。

针对电梯的后续维保，公司与客户签订的设备销售合同一般会规定 1-2 年的产品质量保证期限。在质保期内，公司仅承担电梯零部件非人为原因损坏的维修、更换义务。质保期满后，由经销商或第三方维保单位、电梯使用单位共同承担电梯的维保责任，公司继续对电梯的安全性能负责。

（2）直销附安装义务模式下与委托安装维保单位的协议安排和责任划分

直销附安装义务模式下，公司一方面需要向客户提供电梯设备，另一方面也需要为客户提供电梯的安装维保服务。直销附安装义务合同中明确约定有电梯的设备价款及安装价款，同时负有在质保期内免费提供维保服务的责任。一般情况下，公司会将电梯的安装维保业务委托给具有资质的第三方单位进行，公司对其提供技术支持及监控。

公司与委托安装维保单位签订有《委托安装维保合同》，根据合同约定，公司与委托安装维保单位的具体责任划分如下：

①委托安装的责任界限（甲方为公司，乙方为委托安装单位）

A、委托安装单位的责任

负责办理所安装产品的“开工告知”、组织竣工验收申报工作；按照国家标准和甲方安装质量标准要求组织施工，按施工期限完成安装调试；及时向甲方反馈安装实施过程中发现的问题并限期整改；配合甲方现场检查并提供安装过程记录、自检报告和竣工验收报告等必要资料；将用户有关的签收凭证原件、

安装开工报告和验收检验合格报告的原件移交甲方。

B、公司责任：

确保货物按时发运到工地现场，并积极解决乙方在施工过程中的各种需求；提供安装过程中的技术支持服务（包括技术咨询和技术支援）；按合同约定的时间向乙方支付安装工程款；提供安装施工图纸及资料,维保工作用规范记录单；负责出厂产品的制造质量与发货质量。

②委托维保的责任界限（甲方为公司，乙方为授权维保单位）

A、委托维保单位责任：

乙方严格按甲方的《售后服务规范》对产品进行定期检查和维护；现场指导督促客户单位严格按“用户手册”正确使用电梯；按照国家质量技术监督局电梯监察条例规定每月两次有记录保养、月度保养（每月至少两次，间隔天数不大于 15 天）及季度保养、年度大保养；及时发现问题、预防故障产生，确保产品长期处于安全正常的最佳运行状态。

B、公司责任

负责按照政府主管部门对电梯设备日常管理的法规、规定和要求进行全面管理，对乙方的服务项目、服务内容和服务质量进行考核、确认；对乙方所反馈的信息（包括乙方遇到的技术问题）及时处理并给予答复；若乙方在现场实施维保工作不及时、或不按甲方规定的程序操作导致多次投诉时，或乙方的保养服务未按合同约定的进行，甲方有权终止本维修保养合同。

综上所述，买断模式下由经销商或第三方安装维保单位负责电梯的安装维保，公司对其提供必要的技术培训支持及技术监督；直销附安装义务模式下，公司负责电梯的安装维保，并与委托安装维保单位具有明确的协议安排及责任划分。在上述两种模式下，公司均对电梯的产品质量及安全性能负责。

报告期内，公司与最终客户、委托安装、维保单位以及经销商之间不存在安装维保服务纠纷或潜在纠纷。

（四）结合发行人已有以及未来将建设或升级的营销维保服务分支机构数量及地区分布等情况，补充披露发行人关于销售、安装、维保业务（包括委托第三方实施）相关内控制度建立健全及其执行情况，相关内控制度能否保证发行人安全保障义务的履行

长期以来，公司深入布局国内营销网络，已设立15家分公司及12家办事处，营销服务体系基本覆盖全国重点区域。但随着公司规模的不断扩大，产品种类的不断丰富，现有的营销网络将难以支持公司未来的市场布局。公司迫切需要在重点销售区域设立分公司，完善营销服务网络，建设形成覆盖范围广、执行能力强、运行效率高、服务质量好、营销业绩增长快的营销网络支撑体系。另一方面，我国电梯保有量持续增加，电梯保有量的逐年上升为电梯安装、维修保养服务市场带来了新的市场机遇，公司同样需要建立更完善的营销服务网络以提升自安装维保、他安装维保的服务质量。针对上述事项，公司拟实施募投项目“营销维保服务网络建设项目”，对现有营销网络进行改造升级。

公司未来将建设或升级的营销维保服务分支机构数量及地区分布情况如下：

名称	年份	序号	分公司建设地点	服务区域	扩建/新建
营销维保服务网络	T+1	1	河南分公司	河南省	扩建
		2	安徽分公司	安徽省	扩建
		3	陕西分公司	陕西省、西藏自治区	扩建
		4	广东分公司	广东省	扩建
		5	浙江分公司	浙江省	扩建
		6	济南分公司	鲁西地区	新建
		7	青岛分公司	鲁东地区	新建
		8	云南分公司	云南省	新建
		9	湖南分公司	湖南省	新建
		10	福建分公司	福建省	新建
	T+2	11	江苏分公司	江苏省	扩建
		12	河北分公司	河北省	扩建
		13	四川分公司	四川省	扩建
		14	湖北分公司	湖北省	扩建
		15	广西分公司	广西壮族自治区	扩建
		16	贵州分公司	贵州省	扩建

名称	年份	序号	分公司建设地点	服务区域	扩建/新建
		17	山西分公司	山西省	扩建
		18	黑龙江分公司	黑龙江省	扩建
		19	江西分公司	江西省	新建
		20	新疆分公司	新疆维吾尔族自治区	新建
	T+3	21	辽宁分公司	辽宁省	扩建
		22	北京分公司	北京市	扩建
		23	吉林分公司	吉林省	新建
		24	重庆分公司	重庆市	新建
		25	天津分公司	天津市	新建
		26	海南分公司	海南省	新建
		27	内蒙古分公司	内蒙古自治区	新建
		28	甘肃分公司	甘肃省	新建
		29	青海分公司	青海省	新建
		30	上海分公司	上海市	新建

注：T 指募投项目实施当年

由上表可见，公司计划在募投项目开始三年内新建分公司 15 家、扩建分公司 15 家。公司在销售、安装、维保业务等方面针对性的制定了内部控制制度，具体包括：

1、销售内控制度

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

参见本问询函“问题 4”之“（一）”的回复。

2、安装维保业务内控制度

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（三）委托第三方安装维保情况”进行了补充披露：

4、对委托安装维保业务的内部控制措施

公司已建立了完善的安装和售后服务体系，设立了安装部、服务部，负责对委托的具有资质的第三方安装维保单位进行技术支持和日常管理。

（1）对委托安装单位的内部控制

公司对于委托安装单位的监控指导措施主要有：①制定电梯安装供方单位的资质评审标准，建立完整的安装供方单位档案；②制定电梯供方合同的评定流程，由安装部对供方单位进行资料审核、质量监督、颁发安装资质证书；③提供安装技术指导，对合作单位的安装施工方案及安全技术保护措施进行评审，指派工程技术人员现场或通过远程监督的方式对安装工程进行技术指导；④加强安装供方班组的监督检查力度，定期派技术人员对施工现场进行巡查，检查开工告知内容是否与现场相符，有无非法转包、分包和无证上岗行为等。

对于新开发地区，发行人对合作的委托安装单位的选择主要标准为：安装企业已在当地注册登记，取得营业执照、专业资质证书、安全许可证等从业证书；安装企业有一定的电（扶）梯安装管理经验，安装过同种类型的电梯和自动扶梯、自动人行道；安装企业经理（负责人）和技术质量负责人应具有从事电（扶）梯安装管理工作 3 年以上的资历，有较丰富的电（扶）梯安装管理经验。应不少于电（扶）梯安装人员 6 名，并且持有国家主管部门颁发的《特种作业操作证书》；安装工应与安装企业签订劳动合同；安装企业应建立并实施各种电（扶）梯安装管理制度。

（2）对委托维保单位的质量控制

发行人对委托维保单位的质量控制的具体措施如下：①制定电梯维保服务供方单位的资质评审标准，建立完整的维保服务供方单位档案；②制定电梯安全运行管理制度，建立电梯安全运行数据库；③由工程部和各分支机构对电梯使用及维保情况定期回访，以评价维保服务供方单位的工作质量，对不符合复审要求的供方单位，取消其维保服务资质。④对于维保中出现的技术问题，提供必要的技术指导，并定期对维保单位的相关人员进行培训。

综上，公司已建立健全的销售、安装、维保业务（包括委托第三方实施）相关内控制度，相关制度执行情况良好，能够保证公司安全保障义务的履行。

（五）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）查阅了发行人与主要委托安装维保单位签署的合作协议，与主要委托

安装维保单位的经办人员进行了访谈，通过国家企业信用信息公示系统网站查询了发行人主要安装、维保单位的工商公示信息，与发行人的实际控制人、董事、高级管理人员、相关核心人员进行了访谈；

（2）查阅了报告期内发行人及实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员的银行流水，其中不存在与主要委托安装维保单位实际控制人、董事、监事、高级管理人员的非正常资金往来；

（3）访谈公司相关负责人，了解公司安装维保业务相关情况；查阅了报告期内发行人签署的相关委托安装、维保协议，查阅了该等安装、维保单位和经销商的安装、维保资质或许可；

（4）查询中国裁判文书网、全国法院失信被执行人名单 、国家企业信用信息公示系统等网站的有关信息，核实发行人是否存在因违反安装维保操作规程而被起诉或处罚的情形；

（5）获取发行人销售、安装维保等业务相关内控制度等相关文件

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）主要安装维保单位与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间不存在关联关系、委托持股等利益安排；

（2）发行人委托安装维保单位均具备《特种设备安装改造维修许可证》等电梯安装、维保资质或许可，符合《特种设备安全法》等法律法规的规定，安装维保人员不存在怠于履行安装维保义务、违反安装维保操作规程等情形，发行人不存在因前述情形承担或可能承担后市场服务责任的情况；

（3）发行人与安装维保单位及经销商在产品质量、后续安装和维保等方面责任划分明确，报告期内，发行人与最终客户、安装维保单位以及经销商之间不存在纠纷或潜在纠纷；

（4）发行人在销售、安装、维保业务等方面已制定相关内部控制制度，均得到有效执行，可保证发行人安全保障义务的履行。

问题 6. 关于业务与行业

招股说明书中披露，电梯整机制造业的下游主要为房地产和建筑业，房地产市场的发展情况直接影响电梯行业的发展。受政策调控等影响，我国房地产市场增速趋缓，影响了电梯行业的发展。我国现有近 700 家电梯制造企业，发行人面临国外知名电梯企业和国内众多电梯企业的竞争压力。公司产品已在国内外电梯市场中得到广泛认可，但与国际知名电梯公司相比，尚存在一定技术差距。发行人在招股说明书中披露了截至 2019 年 12 月 31 日公司的主要代表性项目。

请发行人：

（1）结合同行业竞争对手情况，量化分析并补充披露发行人产品的市场份额以及发行人在“电梯整机制造”细分行业中的市场地位；

（2）结合国内及国际知名电梯公司在技术、市场、资金、规模等方面情况，针对性地补充披露发行人存在的竞争劣势；

（3）结合报告期内房地产开发商客户销售占比以及相关客户所在地的房地产调控政策等，分析并补充披露房地产调控政策对发行人经营业绩和持续经营能力的影响；

（4）补充披露发行人在招股说明书中披露的主要代表性项目的实施状态、获得项目的时间和方式，发行人在各项目中销售产品的类别、数量和金额。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 6 的回复

（一）结合同行业竞争对手情况，量化分析并补充披露发行人产品的市场份额以及发行人在“电梯整机制造”细分行业中的市场地位

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（六）公司的市场地位及与同行业可比公司比较情况”进行了补充披露：

公司自创建以来一直专注于“电梯整机制造”细分市场。截至 2020 年 6 月末，公司拥有 4,500 台电梯、500 台自动扶梯和自动人行道的生产能力，整体规

模在本土电梯企业中居于前列。

电梯行业属于高竞争性行业，市场份额较为分散，主要参与者分为外资电梯企业和本土电梯企业。根据《中国电梯行业商务年鉴 2019-2020》，外资电梯企业主要包括奥的斯、上海三菱、广州日立、迅达、通力、蒂森克虏伯等，共同占据了国内约 65%的市场份额；以康力电梯、快意电梯、梅轮电梯、远大智能、通用电梯、森赫电梯等优秀民族企业为代表的本土电梯企业占据约 35%的市场份额，与外资品牌相比具有较大差距。近年来，随着制造能力、产品质量及服务水平的持续进步，本土电梯企业的市场占有率及市场认可度逐渐提高，形成了较强的市场竞争力。考虑可比性因素，公司主要竞争对手为本土电梯企业。

电梯属于高度定制化的特种设备，企业根据订单生产，所以可根据各企业的当年生产量估算市场份额。电梯行业协会的统计，2017 年至 2019 年全国全年电梯总生产量为 283.3 万台。根据公司电梯产品产量占国内电梯总产量的比例来测算，公司 2017 年至 2019 年电梯产品占国内电梯总产量的比例约为 0.44%，其市场份额在本土电梯企业中相对居前。

报告期内，发行人产品的市场份额以及同行业可比公司对比情况如下：

单位：台，%

公司名称	2017 年至 2019 年总产量	市场份额[1]
康力电梯	72,490	2.56
梅轮电梯	22,344	0.79
远大智能	16,601	0.59
快意电梯	15,945	0.56
通用电梯	9,262	0.33
发行人	12,482	0.44

数据来源：公开信息披露；

注：1、市场份额=企业总生产量÷全国总生产量。

（二）结合国内及国际知名电梯公司在技术、市场、资金、规模等方面情况，针对性地补充披露发行人存在的竞争劣势

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（八）公司的竞争劣势”进行了补充披露：

1、总体规模有待扩大

虽然在国内电梯品牌中，公司已具备一定的实力与市场占有率。**根据电梯行业协会的全国电梯产量数据测算，2017 年至 2019 年公司电梯产品市场份额约为 0.44%。**但与外资和国内一些知名品牌相比，公司的资产和业务规模偏小，研发能力和资金实力较弱，因而企业规模及生产能力还有待进一步提升，以形成规模效应和降低成本，在市场上更具竞争力，抓住发展机遇。

2、融资渠道单一

公司正处于快速发展阶段，面对国内外日益激烈的竞争，公司需要投入大量的资金，用于生产设备的升级、新产品研究开发、营销网络建设、后市场服务体系的完善等。公司现有的资金来源主要为自有资金，投融资渠道单一，难以充分满足公司快速发展需求。

3、后市场服务能力有待提升

随着在电梯行业中后市场服务的重要性逐渐凸显，公司现有的维保网络有待进一步完善，**相比于国内外其他知名电梯公司，公司自维保率较低，市场服务水平仍有提升空间。公司需要**加快建设后市场服务队伍，加速向服务型制造企业转型升级。

4、前沿电梯技术研发水平有待提升

针对面向未来的电梯行业前沿技术，公司已在 10m/s 以内超高速电梯技术形成了较为成熟的技术体系，在智慧型智能电梯方案方面具备一定的技术基础（实现部分产品的外接式智能应用）。但在兼容型智能物联电梯监控技术、复合悬挂系统曳引技术、速度大于 10m/s 的超高速电梯技术等领域仍与知名外资品牌存在一定差距。

5、现有先进产能不足

随着公司的品牌知名度和业务规模不断上升，客户对产品品质及产品先进性的要求愈发严格，公司生产线进一步改造升级的需求日益迫切。公司始终重视提升生产设备的自动化和智能化，但受限于公司规模和融资能力，目前的生产设备存在成新率较低、先进性不足等情况，无法完全满足高端客户对产品的高品质要求和公司生产管理降本增效的需求，这在一定程度上限制了公司的发展空间。

（三）结合报告期内房地产开发商客户销售占比以及相关客户所在地的房地产调控政策等，分析并补充披露房地产调控政策对发行人经营业绩和持续经营能力的影响

1、关于房地产商客户销售占比

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（一）主要产品产销情况”进行了补充披露：

5、对房地产商客户的销售情况

住宅小区为公司电梯产品最主要的房地产应用领域。按客户类别划分，公司住宅小区类业务分为公司直销房地产客户直接应用于住宅小区类项目以及经销商买断后间接应用于住宅小区类项目。

报告期内，按终端使用场景及不同客户类型划分，其对应的销售收入及占国内主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元，%

销售类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	对应收入	占比	对应收入	占比	对应收入	占比	对应收入	占比
国内住宅小区类业务	8,592.44	62.84	28,687.39	71.95	24,749.26	74.08	35,468.40	79.14
其中：经销客户	5,192.21	37.97	14,667.97	36.79	11,510.08	34.45	11,224.66	25.04
直销房地产客户	3,400.23	24.87	14,019.42	35.16	13,239.19	39.63	24,243.75	54.09
非住宅小区类业务	5,081.71	37.16	11,182.82	28.05	8,658.23	25.92	9,350.80	20.86
国内主营业务收入	13,674.15	100.00	39,870.21	100.00	33,407.49	100.00	44,819.20	100.00

报告期内，按终端使用地区划分，公司住宅小区类业务对应主营业务收入及占比情况如下：

单位：万元，%

销售地区	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	对应收入	占比	对应收入	占比	对应收入	占比	对应收入	占比
华东地区	1,160.13	13.50	6,789.61	23.67	5,204.98	21.03	8,957.36	25.25
华中地区	2,716.22	31.61	5,375.65	18.74	3,723.89	15.05	6,558.40	18.49
西南地区	1,468.98	17.10	4,544.19	15.84	5,825.48	23.54	6,287.39	17.73

西北地区	1,292.30	15.04	3,514.29	12.25	3,390.57	13.70	6,757.71	19.05
华北地区	1,591.07	18.52	5,901.70	20.57	3,755.44	15.17	2,836.33	8.00
华南地区	319.46	3.72	1,615.82	5.63	1,805.27	7.29	1,797.22	5.07
东北地区	44.29	0.52	946.13	3.30	1,043.64	4.22	2,273.99	6.41
国内住宅小区类业务	8,592.44	100.00	28,687.39	100.00	24,749.26	100.00	35,468.40	100.00

2、关于相关客户所在地房地产调控政策

电梯行业发展与房地产行业发展存在较大的相关性，房地产行业的波动将会影响电梯市场短期需求。2016 年 12 月中旬，中央经济工作会议首次提出，要坚持“房子是用来住的、不是用来炒的”的定位；自 2017 年以来，各地对房地产行业进行因城施策、分类调控，加强房地产市场供需双向调节，目的是为了加强对房地产市场的调控和正确引导；《2019 年国务院政府工作报告》提出，“要更好解决群众住房问题，落实城市主体责任，改革完善住房市场体系和保障体系，促进房地产市场平稳健康发展”。2019 年 7 月，中共中央政治局召开会议，再次明确“房住不炒”的定位，落实房地产长效管理机制，并提出不将房地产作为短效刺激经济手段。伴随着 2019 年以来部分热点城市房地产出现过热征兆，房地产行业政策趋严。2019 年 6 月后，部分经济发达城市房地产调控再度升级。短期来看，在政策趋紧，融资趋严的背景下，房地产市场将面临短期市场环境波动带来的负面影响，但值得说明的是，这些政策的推出与实施，根本目的是为了抑制房地产市场的投机购房行为，保持房地产市场的健康发展，不会改变整个行业向前发展的总体趋势，而且从长期来看有助于控制房地产泡沫化，促进房地产行业平稳和可持续发展。

另一方面，随着我国工业化、城镇化进程不断加快，国内新增多层、高层的住宅、学校、医院、工业园区、商业综合体等建筑的增长需求较大，我国电梯市场拥有良好的发展机遇和增长前景。同时，为了应对老龄化趋势，积极响应我国高龄及残障人群的前瞻性、公益性和经济性的社会服务需求，旧楼加装电梯将成为我国电梯市场发展的重要增长和推动力之一。此外，随着电梯保有量的增加，我国将逐步进入电梯更新的高峰期，原有电梯的维修及更换也为我国电梯市场发展提供了保障。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及

主要客户情况”之“（三）行业特点及发展趋势”之“5、电梯行业市场需求”进行了补充披露：

综上所述，电梯行业发展与房地产行业发展存在较大的相关性，房地产行业的波动将会影响电梯市场短期需求。在政策趋紧，融资趋严的背景下，房地产市场的环境变化将影响公司的电梯业务发展。但长期来看，宏观调控政策的本质是要抑制房地产市场的投机行为，保持房地产市场的健康发展；我国工业化、城镇化进程不断加快、旧楼改造升级需求的不断上升、存量电梯的维保升级等因素也将为我国电梯市场发展提供有力保障。

因此，电梯产业作为房地产上游行业，市场需求仍将稳定增长，政策调整带来短期波动不会对公司经营业绩和持续经营能力造成重大负面影响。

（四）补充披露发行人在招股说明书中披露的主要代表性项目的实施状态、获得项目的时间和方式，发行人在各项目中销售产品的类别、数量和金额；

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（一）主营业务”中补充披露如下：

上述代表性项目具体情况如下：

项目类型	项目名称	项目地区	项目实施阶段	获得时间	获得方式	产品	合同金额（万元）
境内项目	河南林州天平山悬崖全景观光电梯	河南	已交付	2013 年	非招标	垂直电梯 1 台	25.93
	山西大同新荣区唐山沟矿井	山西	已交付	2010 年	非招标	自动人行道 2 台	187.00
	山东曲阜如意嘉园小区既有建筑加装电梯	山东	已交付	2017 年	非招标	垂直电梯 71 台	812.00
	中国人民解放军成都军区总医院	四川	已交付	2017 年	招标	垂直电梯 17 台、自动扶梯 24 台	994.64
	新疆首个大型城市轨道交通枢纽——乌鲁木齐高铁站	新疆	已交付 3 台，已发货 26 台	2017 年	招标	垂直电梯 13 台、自动扶梯 16 台	1,373.39
	新疆乌鲁木齐白鸟湖新景中心双子楼	新疆	已交付 2 台，已发货 23 台	2017 年	招标	垂直电梯 23 台、自动扶梯 2 台	1,088.80
	兰州中川国际机场	甘肃	已交付	2017 年	非招标	自动扶梯 1 台	13.20
	湖南郴州华泰城	湖南	已交付	2015 年	非招标	垂直电梯 33 台、自动扶梯 12 台	753.92
	黑龙江佳木斯市政府	黑龙江	已交付	2011 年	非招标	垂直电梯 16 台	250.40

项目类型	项目名称	项目地区	项目实施阶段	获得时间	获得方式	产品	合同金额（万元）
	山东青岛城市社区文化产业发展服务中心	山东	已交付	2018 年	非招标	垂直电梯 9 台	79.52
境外项目	东方大厦	阿联酋	已交付	2014 年	非招标	垂直电梯 26 台	493.19
	菲律宾马尼拉机场	菲律宾	已交付	2018 年	非招标	垂直电梯 1 台	10.24
	2017 年哈萨克斯坦阿斯塔纳世博会土耳其馆	哈萨克斯坦	已交付	2017 年	非招标	自动扶梯 1 台	8.38
	科威特农业事务与渔业资源部	科威特	已交付	2017 年	非招标	自动人行道 4 台	126.48
	肯尼亚乔莫肯雅塔国际机场	肯尼亚	已交付	2017 年	非招标	自动扶梯 4 台	80.19
	缅甸曼德勒议会大厦	缅甸	已交付	2017 年	非招标	垂直电梯 3 台	32.49
	瓜达拉哈拉城铁 3 号线	墨西哥	已交付	2017 年	非招标	自动扶梯 139 台	2,886.58
	印度甘地讷格尔火车站	印度	已交付	2018 年	非招标	自动扶梯 2 台	50.63

注：境外项目合同金额以签署当日汇率折算。

（五）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）查询权威行业研究报告、市场统计数据及各地出台的房地产调控政策，了解电梯行业总体情况、发行人的市场份额及市场地位等情况；

（2）访谈公司相关负责人，了解公司技术、市场、资金、规模等方面的情况；

（3）获取发行人销售收入明细，分析发行人客户中房地产客户销售占比情况；

（4）查阅各项国家产业政策、行业研究报告和各地出台的房地产调控政策等；

（5）获取发行人主要代表性项目的销售合同及验收单据

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）发行人市场份额与同行业上市公司存在一定差异，主要系同行业上市公司具有更强的资金优势和营销网络优势，在未上市电梯企业中，发行人市场份

额居前；发行人已补充披露发行人市场份额及市场地位情况；

（2）与国外知名品牌及国内上市电梯企业相比，发行人受限于公司规模和融资能力，现有先进产能不足，在一定程度上限制了公司的发展空间；发行人已针对性的补充披露了存在的竞争劣势；

（3）电梯产业作为房地产上游行业，市场需求仍将稳定增长，政策调整带来短期波动不会对公司经营业绩和持续经营能力造成重大负面影响；

（4）发行人已补充披露主要代表性项目的实施状态、获得项目的时间、方式、产品类别、数量和金额。

问题 7. 关于专利、技术

招股说明书披露，发行人已获得 166 项国内专利（其中发明专利 17 项）、3 项德国专利，其中 3 项国内专利的权利人为发行人和湖州师范学院。发行人核心技术包括电梯控制驱动技术、高速电梯减振与降噪技术、旧楼加装技术、节能技术及面向未来发展趋势的电梯安全特性智能反馈调节与故障预测技术。发行人已与清华大学、浙江大学、英国利物浦大学、马来西亚普特拉大学等多家科研院校进行合作研发，部分技术处于国际先进和国内先进水平。发行人核心技术人员为牛有权、茹晓英、费权钱，近两年未发生重大变化。高管焦杰历任多家电梯公司高管，2017 年 4 月任发行人副总经理。

请发行人：

（1）补充披露主要专利和核心技术的来源，研发能力是否对相关科研院校存在依赖；

（2）补充披露发行人境内外销售是否存在侵犯国际、国内其他电梯制造企业的专利或技术秘密等情形，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（3）补充披露与湖州师范学院共有的 3 项专利是否为发行人核心专利，发行人对前述专利是否存在依赖，双方在使用、许可、改进、收益分配等方面的约定和安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（4）补充披露牛有权等核心技术人员是否拥有与发行人主营业务相关的知识产权或技术成果，发行人是否实际使用，是否属于核心技术人员原任职单位的职务成果；高管焦杰是否存在竞业禁止或保密协议，是否存在违反上述协议情形；

（5）结合同行业竞争对手的研发情况、技术水平，补充披露发行人核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术与同行业竞争对手相比所具有的优势和劣势，是否存在被其他技术替代的风险，发行人的“部分技术处于国际先进和国内先进水平”的依据是否充分；

（6）针对专利、商标、核心技术等知识产权数量较多的情况，补充披露发行人是否建立健全相关知识产权保护的内控措施及其执行情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 7 的回复

（一）补充披露主要专利和核心技术的来源，研发能力是否对相关科研院校存在依赖

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术与研发情况”之“（一）主要产品的核心技术”进行了补充披露：

经过多年的生产实践和不断的自主创新，公司在电梯制造领域掌握了多项关键的产品技术，为公司产品线的丰富以及产品的安全性、高效性、舒适性、节能环保性提供了技术支撑。公司产品所包含的核心技术主要源于自主研发，包括电梯控制驱动技术、高速电梯减振与降噪技术、旧楼加装技术、节能技术等。相关技术已取得了专利和软件著作权。**这些核心技术是在以市场需求为导向的新产品研发和实施客户定制需求项目中，经自主研发，通过以下方法获得：①原始创新：系公司根据市场的需求和对工艺技术的深入理解，自主立项投入研发，自我迭代形成并取得相关专利及软件著作权的核心技术；②集成创新：将行业及公司已有单项技术进行系统集成整合，形成新的产品技术，在攻克技术难题的同时形成的核心技术，包括高速电梯控制技术、节能技术等，相关技术已取得了专利和能效证书；③吸收再创新：系公司在深入了解行业技术发展方向的基础上，将业内与公司已有技术进行优化后适当提升，在重要安全保护环节形成的核心技术，相关技术已取得了专利。除上述三类来源之外，公司与科研院校等合作方长期开展合作研发项目，其主要目的是运用外部科研院校的专业理论知识、对前沿技术的理解和研究能力，针对公司现有产品的技术方案进行评估、测试与改进。相关合作项目可以对公司未来的技术发展方向提供参考和指导，主要提供辅助职能，对公司目前的核心技术和主要产品不产生决定性影响。故公司研发能力对科研院校及相关合作研发项目并不存在依赖性。**

（二）补充披露发行人境内外销售是否存在侵犯国际、国内其他电梯制造企业的专利或技术秘密等情形，是否存在纠纷或潜在纠纷

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术与研发情况”之“（一）主要产品的核心技术”进行了补充披露：

公司在境内外销售的主要产品中应用的核心技术均来自于自主研发，发行人的核心专利均为自身核心技术平台所涉及的相关专利，且均为自主申请获得，不存在侵犯国际、国内其他电梯企业的专利或技术秘密等情形。截至本招股说明书签署日，相关核心技术和专利未受到任何第三方关于专利侵权的主张，不存在与发明人、申请人或其他第三方存在纠纷或潜在纠纷的情形。

（三）补充披露与湖州师范学院共有的 3 项专利是否为发行人核心专利，发行人对前述专利是否存在依赖，双方在使用、许可、改进、收益分配等方面的约定和安排，是否存在纠纷或潜在纠纷

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术与研发情况”之“（五）产学研合作情况”进行了补充披露：

发行人与湖州师范学院共同持有的 3 项专利如下：

序号	专利号	专利名称	专利类型	应用产品	应用产品部件
1	ZL201610644707.5	一种扶梯扶手带装置	发明专利	GRE、GRM 系列自动扶梯和自动人行道	扶手带装置
2	ZL201721796038.X	片状式旧楼加装电梯的主机承重结构	实用新型	GRPN36、GRON36 系列既有建筑加装电梯	主机承重结构
3	ZL201721795920.2	片状式旧楼加装电梯钢结构井架的门框组件	实用新型	GRPN36、GRON36 系列既有建筑加装电梯	钢结构井架的门框组件

以上三项公司与湖州师范学院共有专利均为电梯、自动扶梯产品部件性质的专利，主要涉及电梯产品的非核心部件。因此以上三项专利尽管为公司较为重要专利，但不是公司核心专利，公司对上述专利并无依赖性。

截至本招股说明书签署日，公司未与湖州师范学院就上述专利产生任何纠纷。根据公司（甲方）已与湖州师范学院（乙方）签署的《校企合作协议书》之第四部分第 2-4 条，双方就相关专利的使用、许可、改进、收益分配等方面做出如下约定：①产品研发成功后，产品的所有权益均归甲方所有；②未经甲方书面同意，乙方不得转让共有专利权、乙方不得以任何方式许可他人实施共有专利；③乙方转让共有专利的，同等条件下，甲方拥有优先受让权；④在上述共有专利基础上进一步研发的技术成果，由研发方单独享有，另一方可免费实施该技术成果。

综上所述，公司与湖州师范学院共有的专利非核心专利，对前述专利不存

在依赖，公司在共有专利的使用、许可、改进、收益分配方面与湖州师范学院已有明确约定，双方就共有专利不存在纠纷或潜在纠纷。

（四）补充披露牛有权等核心技术人员是否拥有与发行人主营业务相关的知识产权或技术成果，发行人是否实际使用，是否属于核心技术人员原任职单位的职务成果；高管焦杰是否存在竞业禁止或保密协议，是否存在违反上述协议情形

1、关于牛有权等核心技术人员

以下内容已在招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简要情况”进行了补充披露：

（三）高级管理人员简介

5、牛有权先生，1975 年 1 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级工程师。1997 年 7 月至 2005 年 5 月历任浙江巨人电梯有限公司技术部工程师、技术部副经理；2005 年 5 月至 2012 年 2 月历任巨人通力电梯有限公司安全质量与产品管理部部长、技术部部长、研发中心电梯机械部部长；2012 年 2 月至 2012 年 12 月任莱茵有限技术总监、副总经理；2012 年 12 月至今任森赫电梯技术总监、副总经理。**牛有权先生在公司就职期间主导研发的“一种大开门整体式电梯轿厢结构”、“一种无机房电梯”等专利技术，以及“8m/s 超高速小机房乘客电梯”、“重载型曳引式高速消防专用电梯的关键技术应用”等项目产品技术成果，这些知识产权和技术成果均是与公司主营业务相关的技术成果，在相关产品上有实际使用；这些知识产权和技术均是利用公司提供的资源进行的职务性成果，所有权利均归属公司，其与原单位无关。牛有权从原单位办理了正常辞职手续，与原单位没有签定任何禁止和限制性协议。**

（四）其他核心人员简介

2、茹晓英女士，1981 年 5 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级工程师。2003 年 9 月至 2010 年 1 月，历任联合电梯车间主任、技术部科长、技术部副经理；2010 年 1 月至 2012 年 12 月莱茵有限技术部副经理；2013 年 1 月至今任森赫电梯研发中心经理。**茹晓英女士在公司就职期间主导研发的“智能自检测曳引机制动器”、“一种双向开门电梯”、“预制电缆智能检测装置”**

等 30 余项专利技术，以及“8m/s 超高速小机房乘客电梯”、“GRPN20 经济节能型无机房乘客电梯”等多项产品技术成果，这些知识产权和技术成果均是与公司主营业务相关的技术成果，在相关产品上有实际使用，这些知识产权和技术均是利用公司提供的资源进行的职务性成果，所有权利均归属公司。

3、费权钱先生，1984 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级工程师。2007 年 7 月至 2011 年 7 月任巨人通力电梯有限公司技术部技术员；2011 年 7 月至 2012 年 12 月任莱茵有限技术部技术员；2013 年 1 月至今任森赫电梯研发中心副经理。**费权钱先生在公司就职期间主导研发的“新型的无机房电梯承重结构”、“紧凑型无机房电梯”等 20 余项专利技术，以及“GRPN 经济节能型无机房乘客电梯”，“GRFN10-4：1 无机房大吨位载货电梯”、“3m/s 小机房高速消防员电梯”等多项产品技术成果，这些知识产权和技术成果均是与公司主营业务相关的技术成果，在相关产品上有实际使用；这些知识产权和技术均是利用公司提供的资源进行的职务性成果，所有权利均归属公司，其与原单位无关。费权钱从原单位办理了正常辞职手续，与原单位没有签定任何禁止和限制性协议。**

2、关于高管焦杰

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“七、董事、监事、高级管人员与其他核心人员简介”之“（三）高级管理人员简介”中补充披露如下：

焦杰先生，1967 年 6 月生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1989 年 3 月至 2002 年 9 月历任中国天津奥的斯电梯有限公司职员、大连分公司总经理;2002 年 10 月至 2007 年 9 月历任中国迅达电梯有限公司天津分公司总经理、重要客户部经理；2007 年 10 月至 2008 年 3 月任西班牙 LEVENTINA 集团华北、华东区域总监；2008 年 4 月至 2011 年 3 月任巨人通力电梯有限公司北方区域总经理;2011 年 3 月至 2014 年 6 月任快意电梯股份有限公司副总经理、营销总监；2014 年 6 月至 2015 年 10 月任天津奥瑞克电梯有限公司总裁；2015 年 10 月至 2017 年 4 月任广东奥斯玛电梯有限公司总裁；2017 年 4 月至今任森赫电梯副总经理。**截至本招股说明书签署日，焦杰先生不存在与前述公司签署竞业禁止或保密协议的情形。**

（五）结合同行业竞争对手的研发情况、技术水平，补充披露发行人核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术与同行业竞争对手相比所具有的优势和劣势，是否存在被其他技术替代的风险，发行人的“部分技术处于国际先进和国内先进水平”的依据是否充分

1、结合同行业竞争对手的研发情况、技术水平，补充披露发行人核心技术为行业通用技术还是独创技术，核心技术与同行业竞争对手相比所具有的优势和劣势，是否存在被其他技术替代的风险

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术与研发情况”之“（一）主要产品的核心技术”进行了补充披露：

公司拥有的核心技术均为行业通用技术，与同行业其他公司相比，公司在产品的设计与工艺等方面具有一定的见解和创新，并通过专利、计算机软件著作、论文等形式对核心技术进行自主知识产权保护，不存在被其他技术替代的风险。

2、发行人的“部分技术处于国际先进和国内先进水平”的依据是否充分

关于发行人技术及产品的先进性，有如下事实予以佐证：

①公司已拥有一系列自主研发形成的专利技术，具备较强的技术创新能力

公司专注于电梯技术研发和创新，形成了一系列电梯领域的核心技术及发明专利。截至本询证函回复签署日，公司已获得 167 项国内专利（其中发明专利 17 项）、3 项德国专利和 7 项计算机软件著作权，涵盖电梯设计、制造、检测等多个环节。

②公司部分电梯产品已获得专业机构的先进性认证，达到国内同类产品的领先水平

根据浙江省电机动力学会对公司部分核心产品出具的科学技术成果鉴定证书，公司自主研发的无机房乘客电梯 GRPN20 系列、无机房货梯 GRFN10 系列、曳引式客梯 GRPS20 系列、无机房曳引家用电梯等产品“…其技术达到国内同类产品的领先水平。”或“…其技术处于国内同类产品的先进水平”。根据浙江省技术经济人协会对公司与浙江大学合作开发的高性能高可靠与高舒适电梯产品出具的

科学技术成果鉴定证书，其产品“…，整体技术达到了国际先进水平。”

③公司核心技术具有丰富的创新性应用场景，荣获多项国内外知名电梯领域奖项

基于用户的特殊需求，以客户需求为创意思路导向，以持续的创新技术手段，专用的工艺工装和新型材料运用，创造出为用户提供系统解决方案的电梯产品，完成多项具有较高技术水平的电梯项目，例如山西大同新荣区唐山沟矿井，安装使用的超长自动人行道取得了 123.84 米的型式试验认证；河南省林州市天平山景区悬崖全户外观光电梯项目，从安装基础、钢结构井道及山体悬崖稳固附着、电梯安装和运行控制等安全解决方案，实现了创造性的突破，荣获美国电梯世界期刊评选的世界电梯工程奖。

凭借较高水准的技术研发能力及项目执行能力，公司多年来获得较多国内外知名电梯领域奖项，具体如下：

序号	奖项名称	获奖产品或项目	发证单位	获奖日期
1	国家火炬计划产业化示范项目证书	无机房节能系列电梯关键技术研究与产业化	科学技术部火炬高技术产业开发中心	2014.10
2	国家火炬计划产业化示范项目证书	大吨位节能型载货电梯关键技术研究及产业化	科学技术部火炬高技术产业开发中心	2015.12
3	浙江省科学技术进步奖一等奖	高性能高可靠与高舒适电梯自主设计制造关键技术及产业化	浙江省人民政府	2018
4	上海市科学技术奖二等奖	高速重载曳引式电梯关键技术及运用	上海市人民政府	2016.11.25
5	中国机械工业科学技术奖三等奖	曳引式电梯智能化关键技术及产业化应用	中国机械工业联合会、中国机械工程协会	2016.10.23
6	湖州市科技成果转化奖二等	GRPN20 经济节能型无机房乘客电梯	湖州市人民政府	2014.11
7	湖州市科学技术进步奖三等	GRPS20 节能舒适型曳引式客梯	湖州市人民政府	2016.02
8	中国专利优秀奖	一种自动人行道架体型面连接装置	国家知识产权局	2018.12

序号	奖项名称	获奖产品或项目	发证单位	获奖日期
9	SALON INTERNATIONAL DES INVENTIONS GENÈVE MÉDAILLE D'OR 日内瓦国际发明展金奖	Méthode d'optimisation intégrée du système de technologie intelligente et de la sécurité des ascenseurs 电梯安全智能技术系统与运行综合优化方法	SALON INTERNATIONAL DES INVENTIONS GENÈVE 日内瓦国际发明展	2019.04.12
10	Special Award for Innovation 特别创新奖	Integrated Optimization Method of Elevator Safety Intelligent Technology System and Operation 电梯安全智能技术系统集成优化方法及运行	King Abdulaziz University 阿卜杜勒阿齐兹国王大学	2019.04
11	“发明创业奖·项目奖”金奖	一种船用电梯的随行电缆导向方法及装置	中国发明协会	2016.11
12	全球电梯经典工程 TOP10	墨西哥交通项目	新电梯网	2019.04.20
13	大世界基尼斯之最	最长的自动人行道	上海大世界基尼斯总部	2011.05
14	ELEVATOR WORLD PROJECT 3RD PLACE 世界电梯工程三等奖	Mount TianPing Cliff Elevator 天平山悬崖电梯	Elevator World 电梯世界杂志	2016
15	2016-2018 年度经典电梯工程项目（既有建筑加装类）	济宁如意嘉园小区加装电梯项目	中国电梯杂志社	2019.11.15
16	2015 年度浙江省优秀工业新产品新技术三等奖	GRPS20 节能舒适型曳引式客梯	浙江省经济和信息化委员会、浙江省财政厅	2015.04
17	2018 年浙江省电梯工业科学技术奖一等奖	8m/s 超高速小机房乘客电梯	浙江省电梯行业协会	2019.08.08
18	2018 年浙江省电梯工业科学技术奖三等奖	3m/s 小机房高速消防员电梯	浙江省电梯行业协会	2019.08.08
19	2018 年浙江省电梯工业科学技术奖三等奖	SRH-GRPN36 用于旧楼加装的模块化乘客电梯	浙江省电梯行业协会	2019.08.08
20	中国科协第二届全国企业创新方法大赛浙江分赛三等奖	高速消防电梯	浙江省科学技术协会	2017.11

综上所述，公司关于“部分技术处于国际先进和国内先进水平”等描述具有充分的客观依据，但基于谨慎性原则，公司对招股说明书全文中涉及核心技术处于“国内先进水平”、“国外先进水平”等相关表述予以删除或修改为“具备一定技术优势”、“具有较强技术竞争力”等表述。

（六）针对专利、商标、核心技术等知识产权数量较多的情况，补充披露发行人是否建立健全相关知识产权保护的内控措施及其执行情况

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、发行人及其子公司主要固定资产、无形资产情况”之“（二）主要无形资产”中进行了补充披露：

7、知识产权保护措施

公司专利、商标、核心技术等知识产权数量较多。对此，公司在专利、商标、软件著作权等方面建立了完善的知识产权保护的控制措施。发行人的知识产权管理制度如下：

序号	名称	主要内容
1	知识产权管理总则	规定了知识产权管理的任务，明确了知识产权管理机构及其职责，以及列明了知识产权保护的一般规定，包含知识产权的成果表现形式、权属、奖惩等方面。
2	专利管理制度	规定了专利管理机构职能及职责、管理工作规范，以及专利信息的管理和利用。
3	商标管理制度	规定了商标的注册、印制、使用、使用许可和受让使用、保护和管理的具体内容。
4	软件著作权管理制度	明确了计算机软件管理的机构设置与管理职责，以及计算机软件著作权登记、实施许可转让的流程。
5	知识产权奖惩制度	明确了知识产权奖励的对象、类别及具体奖励措施，以及发生不利于公司知识产权管理时的惩罚规定。
6	软件正版化管理办法	规定了公司合法购置、使用正版软件及日常管理，明确了责任部门及责任人。
7	知识产权预算管理制度	依据公司年度知识产权目标，财务部负责编制知识产权年度预算，用于知识产权获取、维护、保护和运用及知识产权激励、体系运行等经常性经费。

公司重视知识产权内部控制与管理工作，并根据上述知识产权管理制度，采取了有效的内控措施，具体包括：（1）发行人总经理直接负责知识产权管理工作，并由相关部门具体负责知识产权的申请/注册、档案管理、评估以及监督检查。（2）制定信息发布控制流程，对公司涉及知识产权的信息发布进行控制，保证公司发布的信息符合公司保密性的要求；（3）制定明确的分工机制与权限范围，对公司知识产权申请、检索、获取等整个过程实施有效控制；（4）设置知识产权工作专岗，负责知识产权有关的日常监督管理工作；（5）根据公司实际需要对专利、商标等知识产权实施评估，由相关部门定期组织相关部门对公司知识产权进行有效性评审评估；（6）与涉密人员签署保密协议，对其保密范

围、保密义务以及保密责任等做出明确约定；（7）制定明确奖惩制度，推动公司知识产权体系的良性发展。具体包括提供具有竞争力的薪酬、对与知识产权相关人员进行奖金激励、对泄露公司技术秘密等侵害公司权益行为严格处罚并追责。

上述制度全面规定了公司专利、商标、软件著作权、核心技术和商业秘密的使用、保护和管理等多方面内容，该等制度和措施的有效执行能够及规范管理公司的知识产权。截至本招股说明书签署日，公司目前不存在与知识产权相关的争议或纠纷。

（七）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取发行人校企合作清单及相关协议；

（2）访谈发行人技术部门主要负责人，了解公司技术研发相关情况；

（3）获取知识产权保护相关的内控制度；

（4）查询中国裁判文书网、全国法院失信被执行人名单、国家企业信用信息公示系统等网站的有关信息，核实发行人是否存在侵犯国际、国内其他电梯制造企业的专利或秘密技术而被起诉或处罚的情形；

（5）访谈发行人核心技术人员及高管焦杰，了解其是否存在竞业禁止或保密协议；

（6）获取发行人核心技术专利证书、产品评价文件及各类奖项证书等证明发行人先进性的外部材料

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）发行人核心技术通过原始创新、集成创新、吸收再创新等方法，经自主研发后取得，相关技术已取得了专利和软件著作权；

（2）发行人与科研院校等合作方的合作研发项目主要为发行人的技术发展方向提供参考和指导，起到辅助性作用，公司的研发能力对科研院校及相关合作开

发项目不存在依赖性；

（3）报告期内，发行人相关核心技术和专利未受到任何第三方关于专利侵权的主张，不存在与发明人、申请人或其他第三方存在纠纷或潜在纠纷的情形；

（4）发行人与湖州师范学院共有的专利非核心专利，对前述专利不存在依赖，发行人在共有专利的使用、许可、改进、收益分配方面与湖州师范学院已有明确约定，双方就共有专利不存在纠纷或潜在纠纷；

（5）发行人核心技术人员取得的知识产权和技术成果，均是利用发行人提供的资源取得的职务性成果，所有权利均归属发行人。核心技术人员牛有权和费权钱从原单位办理了正常辞职手续，与原单位没有签订任何禁止和限制性协议；

（6）报告期内，发行人高级管理人员焦杰不存在竞业禁止或保密协议，不存在违反相关协议的情形；

（7）发行人拥有的核心技术均为行业通用技术，与同行业公司相比在技术的设计与工艺等方面具有一定的见解和创新，不存在被其他技术替代的风险；

（8）发行人的“部分技术处于国际先进和国内先进水平”的依据充分，但出于谨慎性考虑，发行人已对招股说明书全文中涉及“国内先进水平”、“国际先进水平”等相关表述予以删除或修改为“具备一定技术优势”、“具有较强技术竞争力”等表述；

（9）发行人在专利、商标、软件著作权等方面建立了完善的对知识产权保护的内控措施，并执行有效，报告期内，发行人不存在与知识产权相关的争议或纠纷。

问题 8.关于境外子公司

申报材料显示，德国森赫为发行人全资子公司，成立于 2013 年 10 月，系设立于德国的私人有限公司，主要从事电梯及其配件的生产、销售。土库曼斯坦森赫为发行人 2020 年 1 月新设立的参股公司，尚未实际经营，发行人持有土库曼斯坦森赫 49%股权，ARKADAGLY WATAN 持有 26%股权，KASKAD 持有 25%股权。

请发行人：

（1）补充披露对境外子公司德国森赫、境外参股公司土库曼斯坦森赫的投资是否符合我国相关对外投资法律法规的规定；

（2）根据《律师工作报告》，德国森赫系由发行人收购而来，补充披露德国森赫的历史沿革，发行人收购德国森赫的原因和过程，收购的价格、定价依据和价格公允性，交易对手方及其关联方是否与发行人及其关联方之间存在关联关系或其他利益安排，收购是否履行了必要的审批程序，是否存在纠纷或潜在纠纷，股权转让、资金划转等过程是否符合相关法律法规的规定；

（3）补充披露德国森赫的生产经营是否合法合规，是否符合当地环境、土地、税收等要求，是否存在他人对其提起刑事或民事诉讼的情况，德国森赫 2019 年末净资产为负数的原因；

（4）补充披露土库曼斯坦森赫的设立背景和目的，未来经营方向和主营业务，发行人能否对其实施控制或施加重大影响，未来是否增加与发行人之间的关联交易，土库曼斯坦森赫的其他股东 ARKADAGLY WATAN 和 KASKAD 是否与发行人及其关联方之间存在关联关系、委托持股等利益安排。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

问题 8 的回复

（一）对境外子公司德国森赫、境外参股公司土库曼斯坦森赫的投资是否符合我国相关对外投资法律法规的规定；

关于对德国森赫境外投资，公司已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之 “（一）控股子公司”之“5、德国森赫”之“（3）发行人收购德国森赫的相关情况”进行了补充

披露，具体情况，参见本问题回复“（二）”的内容。

关于对土库曼斯坦森赫的境外投资，以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之 “（三）参股公司”进行了补充披露：

（三）参股公司

截至本招股说明书签署日，公司有 1 家参股公司，其情况如下：

名称	Turkmenistan Sicher
住所	土库曼斯坦阿什哈巴德市巴格特亚尔雷克区塔克马梅特·苏罕古雷耶夫路 41 号
股本金额	200,000 马纳特
成立日期	2020 年 1 月 22 日
注册地和主要生产经营地	巴格特亚尔雷克区塔克马梅特·苏罕古雷耶夫路 41 号
股东构成	森赫电梯持股 49%; ARKADAGLY WATAN 公司持股 26%; KASKAD 公司持股 25%。
主营业务	尚未实际经营

……

（5）对土库曼斯坦森赫的投资是否符合相关对外投资法律法规的规定

公司就投资土库曼斯坦森赫取得浙江省商务厅于 2019 年 6 月 18 日核发的境外投资证第 N3300201900330 号《企业境外投资证书》；针对公司向土库曼斯坦森赫以货币资金形式出资事宜，公司取得了国家外汇管理局湖州中心分局出具的《业务登记凭证》，境外主体代码为 FC2019130410，业务类型为 ODI 中方股东对外义务出资。公司未就本次境外投资向发改部门办理境外投资项目备案手续。

经与湖州市南浔区发展改革和经济信息化局相关负责人沟通确认，公司上述未履行境外投资项目发改部门备案的行为不属于我国有关境外投资法律法规规定的重大违法违规行为，主管部门不会对该等行为进行处罚。

同时，公司实际控制人就此问题出具承诺：如由于公司未履行境外投资项目核准或备案程序，被相关主管部门予以处罚，或因此造成公司任何损失，均由公司实际控制人无条件足额补偿公司所受损失，且不因此向公司主张任何权

利。

综上所述，公司在土库曼斯坦进行境外投资事项已经履行了相关商务、外汇核准或备案程序，符合我国相关对外投资法律法规的规定；公司在土库曼斯坦进行境外投资未履行发改备案程序的行为，不属于重大违法违规行为，不会对公司境外投资行为产生实质性不利影响，亦不会对本次发行上市构成法律障碍。

（二）德国森赫的历史沿革，发行人收购德国森赫的原因和过程，收购的价格、定价依据和价格公允性，交易对手方及其关联方是否与发行人及其关联方之间存在关联关系或其他利益安排，收购是否履行了必要的审批程序，是否存在纠纷或潜在纠纷，股权转让、资金划转等过程是否符合相关法律法规的规定；

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之“（一）控股子公司”之“5、德国森赫”进行了补充披露：

（2）历史沿革

德国森赫设立后，除公司对其进行收购外，未发生其他股权转让及股本变动的情形。

（3）发行人收购德国森赫的相关情况

①本次收购的基本情况

2013 年 11 月 20 日，公司与钱娟鹃签订《股权转让协议》，公司向钱娟鹃收购其持有的德国森赫 100%股权，收购价格为 50,000 欧元，本次收购价格系根据原出资金额确定。股权转让完成后，德国森赫成为公司的全资子公司。

②本次收购的原因和背景

为了便于办理登记注册手续，德国森赫设立时，公司委托其员工钱娟鹃办理德国森赫的设立手续，并以钱娟鹃的名义设立德国森赫。德国森赫设立后，公司即通过股权受让的方式收购钱娟鹃持有的德国森赫全部股权。

③本次收购的价格、定价依据和价格公允性

公司受让德国森赫的股权价格为 50,000 欧元，本次收购价格以德国森赫设立时的注册资本金额为定价依据。因公司在德国森赫设立后即实施本次股权收购，德国森赫尚未开展任何经营活动，因此以德国森赫的注册资本金额作为本次股权收购对价。

④交易对手方及其关联方是否与发行人及其关联方之间存在关联关系或其他利益安排

本次交易对手方钱娟鹃自 2013 年至 2016 年期间曾系公司职工，在德国森赫任总经理一职。除此情形外，交易对手方钱娟鹃及其关联方与发行人及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排。

⑤收购是否履行了必要的审批程序，是否存在纠纷或潜在纠纷

公司于 2013 年 11 月 11 日召开董事会，就本次境外收购德国森赫股权事项作出决议通过。德国森赫本次股权转让经德国森赫股东会决议同意，并于不来梅地区法院办理了变更登记手续。

公司已就并购德国森赫事宜取得商务部核发的“商境外投资证第 3300201300448 号”《企业境外投资证书》；针对公司以货币资金形式并购德国森赫事宜，公司取得了国家外汇管理局湖州中心分局出具的《业务登记凭证》，境外主体代码为 FC2013015719，业务类型为 ODI 中方股东对外义务出资。公司未就本次境外投资向发改部门办理境外投资项目备案手续。

经与湖州市南浔区发展改革和经济信息化局相关负责人沟通确认，公司上述未履行境外投资项目发改部门备案的行为不属于我国有关境外投资法律法规规定的重大违法违规行为，主管部门不会对该等行为进行处罚。

同时，公司实际控制人就此问题出具承诺：如由于公司未履行境外投资项目核准或备案程序，被相关主管部门予以处罚，或因此造成公司任何损失，均由公司实际控制人无条件足额补偿公司所受损失，且不因此向公司主张任何权利。

综上所述，公司在德国进行境外投资事项已经履行了相关商务、外汇核准或备案程序，符合我国相关对外投资法律法规的规定；公司在德国进行境外投资未履行发改部门相关程序，不属于重大违法违规行为，不会对公司境外投资

行为产生实质性不利影响，亦不会对本次发行上市构成法律障碍。

公司本次收购不存在纠纷或潜在纠纷。

⑥股权转让、资金划转等过程是否符合相关法律法规的规定

公司本次支付收购价款事宜已取得了国家外汇管理局湖州中心分局出具的《业务登记凭证》，并于不来梅地区法院办理了股权变更登记手续。

综上所述，公司收购德国森赫的定价依据合理、价格公允，交易对手方及其关联方与公司及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排；本次收购不存在纠纷或潜在纠纷；收购过程中涉及外汇收支的，已按照当时有效的外汇管理制度办理了外汇登记手续；股权转让、资金划转等过程符合相关法律法规的规定。

（三）德国森赫的生产经营是否合法合规，是否符合当地环境、土地、税收等要求，是否存在他人对其提起刑事或民事诉讼的情况，德国森赫 2019 年末净资产为负数的原因；

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之“（一）控股子公司”之“5、德国森赫”进行了补充披露：

（4）德国森赫的生产经营是否合法合规

根据德国律师出具的法律意见书，德国森赫“依法成立，并按照规定开展业务，没有涉及任何待定或持续的法律诉讼程序”，德国森赫的生产经营合法合规，符合当地环境、土地、税收等要求，不存在他人对其提起刑事或民事诉讼的情况。

（5）德国森赫 2019 年末净资产为负数的原因

德国森赫系公司为拓展海外业务而设立的子公司。2019 年德国森赫业务规模较小，但由于其运营前期投入较大，费用支出较多，营业成本较高，因此 2019 年末净资产为负数。

（四）土库曼斯坦森赫的设立背景和目的，未来经营方向和主营业务，发行人能否对其实施控制或施加重大影响，未来是否增加与发行人之间的关联交易，土库曼斯坦森赫的其他股东 ARKADAGLY WATAN 和 KASKAD 是否与发行人及其关联方之间存在关联关系、委托持股等利益安排。

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之“（三）参股公司”进行了补充披露：

（2）设立背景和目的，未来经营方向和主营业务

因土库曼斯坦位于中亚地区中心，地理位置佳，国内政治稳定，社会秩序良好，为顺应新常态下经济发展环境的变化，积极响应“一带一路”倡议，同时，也为了充分利用目的国成本和区域优势，更快地实现海外市场的布局和发展，进一步辐射周边市场，提升品牌影响力，公司经土库曼斯坦森赫所在的当地政府和企业组织协调接洽，与当地的两家比较有影响力的公司 ARKADAGLY WATAN 公司、KASKAD 公司达成合意，共同组建土库曼斯坦森赫，开展电梯生产及销售相关业务。

土库曼斯坦森赫未来经营方向为电梯、扶梯及相关产业，业务涵盖电梯、扶梯产品及配件的制造、销售、安装、维修和改造。

（3）发行人能否对其实施控制或施加重大影响，未来是否增加与发行人之间的关联交易

根据土库曼斯坦森赫的公司章程，公司所有事项须经不少于三分之二投票权的现有创始股东的多数通过。公司持有土库曼斯坦森赫 49%的股权，不能对其经营事项进行单独决策，未对其构成控制。但由于公司向土库曼斯坦森赫委派一名副经理，负责执行股东会所有决议，对土库曼斯坦森赫日常经营和财产进行监督管理。因此，公司可以对土库曼斯坦森赫施加重大影响。

基于土库曼斯坦目前电梯产业发展较为落后的现状，新设立的土库曼斯坦森赫今后为完成订单，在可预见的将来都需要向公司采购部件或整梯，预计未来会增加与公司之间的关联交易。

（4）土库曼斯坦森赫的其他股东 ARKADAGLY WATAN 和 KASKAD 是否与发行人及其关联方之间存在关联关系、委托持股等利益安排

土库曼斯坦森赫的其他股东 ARKADAGLY WATAN 公司、KASKAD 公司系土库曼斯坦森赫当地的公司，该等 2 家公司的主营业务均为基建产品、配件贸易及玻璃制造。

ARKADAGLY WATAN 公司成立于 2013 年 1 月，其股权结构为：Mr Sadikov, Kakamurad Tirkeshovich 持股 90%、Mr Kurbanov, Dzhuma Kakabaevich 持股 10%，唯一董事为 Mr Sadikov, Kakamurad Tirkeshovich。

KASKAD 公司成立于 1994 年，其股权结构为：Arzumanov Andrey Vladimirovich 持股 75%、Mr Arzumanov Vladimir Vladimirovich 持股 25%。主要人员包括主任（Arzumanov Andrey Vladimirovich 担任）、总会计师（Sharipova Galina 担任）。

ARKADAGLY WATAN 公司、KASKAD 公司与公司及其关联方之间不存在关联关系、委托持股等利益安排。

（五）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）查阅发行人投资德国森赫、土库曼斯坦森赫取得的《企业境外投资证书》《外汇业务登记凭证》，核查发行人对德国森赫、土库曼斯坦森赫的投资是否办理外汇及商务手续；

（2）访谈发行人发改主管部门、取得发行人守法证明文件；查询信用中国、浙江省政务服务网行政处罚信息公开平台等网站信息；取得实际控制人出具的承诺，核查发行人对德国森赫、土库曼斯坦森赫未办理发改委备案手续是否存在行政处罚情况以及是否构成本次申请首发上市的法律障碍；

（3）查阅德国森赫的工商登记资料；查阅收购德国森赫有关的会议文件、转让协议及支付凭证；取得发行人就收购德国森赫事项办理的《企业境外投资证书》、《外汇业务登记凭证》；取得德国律师就德国森赫设立及合规运营情况出具的法律意见书；访谈德国森赫原股东钱娟鹃，核查德国森赫的历史沿革、收购审批及价款支付情况、是否合规运营等相关情况；

（4）访谈公司国际贸易业务负责人，了解土库曼斯坦森赫设立背景、目的、

业务规划等情况；

（5）查阅土库曼斯坦森赫的《国家登记证书》、股东协议、公司章程等资料，核查土库曼斯坦森赫内部决策安排、股权结构及管理人员构成；

（6）取得中国出口信用保险公司关于土库曼斯坦森赫其他股东 ARKADAGLY WATAN 公司、KASKAD 公司的《资信调查报告》；访谈公司相关负责人；查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关联关系调查表，核查土库曼斯坦森赫其他股东的股权结构及主要管理人员，核查其与发行人及其关联方是否存在关联关系或者其他利益安排。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

（1）发行人在德国、土库曼斯坦进行境外投资事项已经履行了相关商务、外汇核准或备案程序；发行人在德国、土库曼斯坦进行境外投资未履行发改核准或备案程序的行为，不属于重大违法违规行为，不会对发行人境外投资行为产生实质性不利影响，亦不会对本次发行上市构成法律障碍；

（2）发行人收购德国森赫的定价依据合理、价格公允，交易对手方及其关联方与发行人及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排，本次交易不存在纠纷或潜在纠纷；收购过程中涉及外汇收支的，已按照当时有效的外汇管理制度办理了外汇登记手续；股权转让、资金划转等过程符合相关法律法规的规定；

（3）报告期内，德国森赫的生产经营合法合规，符合当地环境、土地、税收等要求，不存在他人对其提起刑事或民事诉讼的情况；

（4）土库曼斯坦森赫的设立具备合理的商业背景和目的，未来经营方向符合发行人整体业务规划，主营业务合法合规；发行人对土库曼斯坦森赫不构成控制，但存在重大影响，预计未来会增加与发行人之间的关联交易；土库曼斯坦森赫的其他股东 ARKADAGLY WATAN 公司、KASKAD 公司与发行人及其关联方之间不存在关联关系、委托持股等利益安排。

问题 9. 关于员工持股平台

申报材料显示，迈森投资、途森投资系发行人员工持股平台，分别持有发行人 3.62%、3.22%股份。2015 年 12 月，迈森投资、途森投资以 2 元/股的价格受让米高投资所持有的发行人股份而成为发行人股东。2019 年 10 月 23 日，途森投资的普通合伙人由李东流变更为监事会主席姚芳芳。2020 年 3 月 20 日，迈森投资的普通合伙人由李东流变更为董事钱小燕。

请发行人补充披露：

（1）2019 年、2020 年途森投资、迈森投资执行事务合伙人变更的原因；

（2）发行人是否已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对员工持股计划相关内容进行披露，如否，请按《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关要求进行披露。

请保荐人、发行人律师补充披露对发行人员工持股计划的核查结论。

问题 9 的回复

（一）2019 年、2020 年途森投资、迈森投资执行事务合伙人变更的原因；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十六、发行人正在执行的股权激励及相关安排”中进行了补充披露：

途森投资、迈森投资设立时执行事务合伙人由李东流担任，2019 年、2020 年其执行事务合伙人分别变更为姚芳芳、钱小燕。

变更前，李东流、李仁父子合计控制公司 100%的股份。为了完善公司治理结构，适度降低公司实际控制人对公司股份的控制比例，由员工自行管理持股平台，途森投资、迈森投资对其执行事务合伙人进行变更，李东流不再担任。

（二）发行人是否已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对员工持股计划相关内容进行披露，如否，请按《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关要求进行披露。

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十六、发行人正在执行的股权激励及相关安排”中进行了补充披露：

本次申报前，公司设立迈森投资、途森投资作为公司员工持股平台，由公司员工通过持股平台间接持有公司股份，具体情况如下：

1、员工持股计划的设立背景、具体人员构成、价格公允性

（1）设立背景及过程

为充分调动员工的积极性和创造性，同时肯定员工对公司做出的贡献，与员工分享公司的经营成果，提升团队凝聚力，公司通过迈森投资、途森投资作为持股平台，实施员工持股计划。迈森投资、途森投资各合伙人均为公司员工。

2015 年 12 月，公司召开 2015 年第三次临时股东大会，同意迈森投资、途森投资按每股 2 元的价格受让米高投资持有的公司股份。参与本次员工持股计划的员工均以货币出资，并已按合伙协议的约定向迈森投资、途森投资及时足额缴纳出资，迈森投资、途森投资将出资款用于向米高投资支付股份转让价款。

公司本次员工持股计划的入股价格为 2 元/股。根据立信会计师出具的审计报告，截至 2015 年 12 月 31 日，公司每股净资产为 1.48 元/股，本次员工持股的入股价格公允。

（2）具体人员构成

①迈森投资

截至本招股说明书签署日，迈森投资的具体人员构成情况如下：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例	出资方式	任职
1	王婉君	120	16.55%	货币出资	公司副总经理、财务总监
2	李东流	85	11.72%	货币出资	公司董事长、总经理
3	张晓强	60	8.28%	货币出资	公司副总经理
4	朱红梅	60	8.28%	货币出资	公司监事、行政人事总监
5	沈明明	60	8.28%	货币出资	公司监事、生产总监
6	钱小燕	60	8.28%	货币出资	公司董事、合同管理部经理
7	董立晴	60	8.28%	货币出资	联合电梯销售经理
8	焦杰	60	8.28%	货币出资	公司副总经理
9	孟柏妹	30	4.14%	货币出资	公司财务部经理
10	顾云峰	20	2.76%	货币出资	公司国际贸易部经理

11	周鸿辉	20	2.76%	货币出资	公司销售技术支持
12	王庆明	20	2.76%	货币出资	公司营销中心区域经理
13	费权钱	10	1.38%	货币出资	公司研发中心副经理
14	莫春浩	10	1.38%	货币出资	公司安装部经理
15	孙辉	10	1.38%	货币出资	公司信控管理部经理
16	李红强	5	0.69%	货币出资	公司销售技术支持
17	金春江	5	0.69%	货币出资	公司销售技术支持
18	马骥	5	0.69%	货币出资	联合电梯制造部副经理
19	张志魁	5	0.69%	货币出资	河南分公司总经理
20	赵佳妮	5	0.69%	货币出资	上海森赫销售经理
21	杨守明	5	0.69%	货币出资	公司销售技术支持
22	凡天强	5	0.69%	货币出资	森赫进出口 外贸销售部主管
23	叶晓波	5	0.69%	货币出资	森赫进出口 外贸销售部主管

（2）途森投资

截至本招股说明书签署日，途森投资的具体人员构成情况如下：

单位：万元

序号	合伙人	出资额	出资比例	出资方式	任职
1	李东流	105	16.28%	货币出资	公司董事长、总经理
2	沈晓阅	60	9.30%	货币出资	公司董事、营销总监
3	牛有权	60	9.30%	货币出资	公司副总经理、技术总监
4	李振浩	60	9.30%	货币出资	联合电梯总经理
5	姚芳芳	60	9.30%	货币出资	公司监事、工会主席、行政管理部经理
6	施蔚	60	9.30%	货币出资	森赫进出口办公室主任
7	茹晓英	30	4.65%	货币出资	公司研发中心经理
8	邹菊英	30	4.65%	货币出资	联合电梯 合同管理部经理
9	王香杰	30	4.65%	货币出资	公司证券事务代表
10	方明亮	20	3.10%	货币出资	公司国际贸易部副经理
11	陆利英	20	3.10%	货币出资	公司采购部副经理
12	潘玉娟	15	2.33%	货币出资	联合进出口职员
13	沈瑜群	15	2.33%	货币出资	联合进出口出纳
14	孙燕	10	1.55%	货币出资	技术支持部经理

15	施小芳	10	1.55%	货币出资	联合电梯 综合管理部副经理
16	沈建学	5	0.78%	货币出资	联合电梯研发人员
17	屠颖剑	5	0.78%	货币出资	联合电梯制造部副经理
18	余利平	5	0.78%	货币出资	公司销售技术支持
19	王敏茂	5	0.78%	货币出资	已退休
20	丁燕	5	0.78%	货币出资	公司国际贸易部副经理
21	凌建松	5	0.78%	货币出资	公司销售经理
22	陆斌	5	0.78%	货币出资	联合电梯工程部经理
23	杨枫	5	0.78%	货币出资	公司生产部副经理
24	吴福康	5	0.78%	货币出资	联合电梯研发人员
25	沈海英	5	0.78%	货币出资	公司内部审计部副经理
26	嵇晓燕	5	0.78%	货币出资	公司财务部副经理
27	王琪冰	5	0.78%	货币出资	联合电梯研发人员

（3）员工持股平台的人员变动情况

①迈森投资

截至本招股说明书签署日，途森投资共发生 5 次财产份额转让，具体情况如下：

单位：万元

转让时间	转让方	受让方	转让 财产份额	转让 价格	转让背景
2016 年 2 月	黄源丰	李东流	5	10	员工离职
2016 年 6 月	吴郁李	李东流	10	20	员工离职
2016 年 12 月	朱丹红	李东流	5	10	员工离职
2017 年 8 月	李东流	王婉君	20	40	员工受让财产份额
	李东流	焦杰	60	120	
	李东流	孙辉	10	20	
	张书一	李东流	30	60	员工离职
2019 年 3 月	范永明	李东流	5	10	员工离职

②途森投资

截至本招股说明书签署日，途森投资共发生 6 次财产份额转让，具体情况如下：

单位：万元

转让时间	转让方	受让方	出资份额	转让价格	转让背景
2016 年 12 月	李东流	丁凯	30	60	员工受让财产份额
2017 年 5 月	费鸿浩	李东流	5	10	员工离职
2017 年 12 月	施水娥	李东流	5	10	员工离职
2018 年 5 月	张轩君	李东流	5	10	员工离职
2019 年 12 月	丁凯	李东流	30	60	员工离职
2020 年 2 月	沈康	李东流	10	20	员工离职

③股份支付情况

针对上述迈森投资、途森投资合伙人变动情况，公司已根据企业会计准则的相关规定，确认股份支付金额共计 81 万元。

（二）员工持股计划股份锁定期

迈森投资、途森投资作出如下股份锁定承诺：

“（1）自发行人股票在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或委托他人管理本企业所持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份；

（2）发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行的发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整），或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行的发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整），本企业持有的发行人股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期；

（3）本企业所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于首次公开发行的发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整）。”

（三）离职后股份处理

迈森投资、途森投资《合伙协议》中关于合伙份额的处置，约定如下：

“第二十九条 普通合伙人有下列情形之一的，当然退伙：

（一）作为合伙人的自然人死亡或者被依法宣告死亡；（二）个人丧失偿债能力；（三）作为合伙人的法人或者其他组织依法被吊销营业执照、责令关闭、撤销，或者被宣告破产；（四）法律规定或者合伙协议约定合伙人必须具有相关资格而丧失该资格；（五）合伙人在合伙企业中的全部财产份额被人民法院强制执行。

有限合伙人有下列情形之一的，视为当然退伙：

（一）符合上述（一）、（三）、（四）、（五）项所列情形之一的；（二）自森赫电梯股份有限公司或其子公司离职的；（三）违反合伙人与森赫电梯股份有限公司签署的《森赫电梯股份有限公司股权协议书》的。”

（四）关于员工持股计划的协议约定情况

迈森投资、途森投资的合伙人作为员工持股对象，均分别与公司、公司实际控制人李东流、迈森投资/途森投资签订《森赫电梯股份有限公司股权协议书》（以下简称“《股权协议书》”）以及《森赫电梯股份有限公司股权协议书之补充协议》（以下简称“《补充协议》”），对员工持股对象持有迈森投资/途森投资财产份额的权利义务作出约定，主要内容为：

1、服务期约定

员工持股对象至少为公司服务至公司 IPO 完成之日后 12 个月届满为止。

2、违约责任

如果员工持股对象违反《股权协议书》约定情形的，其应当将持有迈森投资/途森投资的财产份额按照取得时原始价格全部予以转让。

《股权协议书》生效后至员工持股对象发生违约行为期间内，如公司实施资本公积金转增股本、送股、红利分派、发行新股等事项，或发生股份回购注销，则员工持股对象应转让的迈森投资/途森投资财产份额作相应调整。

3、份额回购

若公司非因政策原因无法完成 IPO，或公司 IPO 被中国证监会或证券交易所否决，则员工持股对象应当将持有的迈森投资/途森投资财产份额按照其取得时的成本价加算持股期间银行同期贷款基准利息（月利率）全部予以转让。

4、投资收益分配

公司完成 IPO 后，自首个限售期满之日起，员工持股对象不存在违反《股权协议书》约定的情况下，持股对象可以按《股权协议书》的约定申请减持迈森投资/途森投资财产份额，由迈森投资/途森投资转让所持公司的相应股份，同时退还员工持股对象在迈森投资/途森投资相应的财产份额，迈森投资/途森投资将转让公司相应股份所得收益通过定向分配的方式支付给员工持股对象。

若员工持股对象在《股权协议书》约定的服务期届满后至公司 IPO 完成后的首个限售期届满期间离职的，其应当将持有的迈森投资/途森投资财产份额按照其取得时的成本价加算持股期间银行同期贷款基准利息（月利率）将其所持有迈森投资/途森投资的全部财产份额全部予以转让。

（五）员工持股计划的规范运行情况及备案情况

迈森投资、途森投资的全体合伙人已按约定向迈森投资/途森投资及时足额缴纳出资，迈森投资、途森投资已退出的有限合伙人均按照约定将其所持财产份额予以转让，并及时办理了工商变更登记。迈森投资、途森投资自设立以来仅作为员工持股平台，未开展其他业务；自设立以来严格按照法律、法规及其他规范性文件的规定运行，不存在因违法、违规行为受到主管部门处罚的情形。

迈森投资、途森投资的合伙人投资资金直接来自于合伙人出资，不存在定向募集资金的情形；迈森投资、途森投资未将投资相关事宜委托于基金管理人且未向任何基金管理人支付过任何管理费用，也未进行任何受托资产管理或对任何基金收取任何管理费用，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律、法规规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，无需履行私募投资基金的备案手续或私募基金管理人登记程序。

综上所述，公司通过迈森投资、途森投资实施员工持股计划符合法律规定，不存在损害公司利益的情形。

（六）中介机构意见

保荐机构、发行人律师认为，发行人员工持股计划实施符合法律法规及《审核问答》的规定，不存在损害发行人利益的情形；发行人已按照《审核问答》的相关要求进行了披露。

（三）中介机构的核查情况

1、核查过程

（1）查阅发行人公司章程、迈森投资、途森投资的合伙协议、工商登记档案；访谈实际控制人，核查迈森投资、途森投资变更执行事务合伙人的原因；

（2）访谈发行人实际控制人；查阅发行人员工花名册；查阅迈森投资、途森投资的《营业执照》、工商登记档案、主营业务说明、发行人报告期《审计报告》等资料，核查员工持股平台设立的背景、人员构成、合伙人变动及股份支付情况；

（3）访谈员工持股平台合伙人；查阅迈森投资、途森投资入股发行人的相关股东大会决议及各合伙人出资凭证；查阅发行人设立持股平台时的《审计报告》，核查发行人员工出资情况、入股价格及公允性、发行人实施员工持股计划是否按规定履行决策程序，是否遵循自愿参与原则；

（4）查阅员工持股平台的《合伙协议》，员工持股对象与发行人、发行人实际控制人李东流、迈森投资/途森投资签订《森赫电梯股份有限公司股权协议书》以及《森赫电梯股份有限公司股权协议书之补充协议》等文件，核查员工持股平台的协议约定情况；

（5）取得迈森投资、途森投资出具的《股份锁定承诺函》，核查员工持股平台股份锁定情况；

（6）查询信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站公示信息及员工持股平台出具的说明文件，核查迈森投资、途森投资是否合规运行。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）2019 年、2020 年途森投资、迈森投资执行事务合伙人变更的原因具备合理性；

（2）发行人通过迈森投资、途森投资实施员工持股计划符合法律法规及《审核问答》的规定，不存在损害发行人利益的情形，发行人已按《审核问答》的要求对相关内容进行了披露。

问题 10. 关于历史沿革

申报材料显示，发行人前身莱茵有限由联合电梯、德国莱茵克拉于 2007 年 12 月共同出资设立，法定代表人为李振浩（李东流姐姐之子），设立时为中外合资企业。德国莱茵克拉系在德国注册成立的公司，业务范围为“机器设备贸易，特别是电梯设备和运输工具，以及与此有关的配件和材料”，林玉平时任经理（享有公司单独代表权），于 2014 年 9 月注销。联合电梯时为李东流和李振浩持股的公司。2009 年 6 月及 2011 年 5 月，德国莱茵克拉分两次将持有的出资全部转让给李东流配偶控制的香港莱茵，德国莱茵克拉与李东流之间的股权代持解除。2011 年 11 月及 2012 年 9 月，香港莱茵将持有的出资分别转让给米高投资和李东流。2012 年 9 月，联合电梯将持有的出资转让给李东流和尚得投资，发行人变更为内资企业。2018 年 12 月，李振浩不再担任发行人董事。

请发行人：

（1）补充披露历史上由中外合资企业变更为内资企业的原因，作为中外合资企业实际经营期不满 10 年，是否按当时的法律法规的规定补缴已免征、减征的企业所得税税款；

（2）《律师工作报告》显示，德国莱茵克拉出资以及增资实为代李东流出资，补充披露代持的原因，代持的解除情况，是否存在返程投资行为，是否违反我国外汇管理等相关法律法规，是否存在被主管机关处罚的风险，是否存在其他未披露的股权代持情形；

（3）补充披露德国莱茵克拉实际控制人林玉平与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间是否存在亲属关系、关联关系以及其他资金、业务往来等，股权代持是否存在纠纷或潜在纠纷；

（4）结合德国莱茵克拉的主营业务及其对外投资情况，补充披露发行人的核心技术、商标、专利等知识产权是否来源于德国莱茵克拉，发行人是否利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，是否对客户、供应商和最终消费者造成混淆，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（5）补充披露发行人实际控制人李东流历次出资、增资的资金来源及其合法性；

（6）补充披露李振浩不再担任发行人及其前身法定代表人的时间和原因，2018 年 12 月起不再担任发行人董事的原因。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 10 的回复

（一）中外合资企业变更为内资企业的原因，作为中外合资企业实际经营期不满 10 年，是否按当时的法律法规的规定补缴已免征、减征的企业所得税税款；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“2、有限公司设立”中进行了补充披露：

（2）中外合资企业变更为内资企业的原因

有限公司成立以后，公司根据自身业务经营的实际情况，对未来发展战略进行调整，开始筹划在国内证券交易所上市，因而对股权架构进行了调整。2012 年 9 月，莱茵有限企业性质由中外合资企业变更为内资企业。

（3）作为中外合资企业实际经营期不满 10 年，是否按当时的法律法规的规定补缴已免征、减征的企业所得税税款

2007 年 12 月，莱茵有限成立时，有关外商投资企业的税收优惠政策已取消，公司不存在享受外资企业税收优惠的情况。具体如下：

2007 年 3 月，全国人大审议通过《中华人民共和国企业所得税法》。该法统一了内外资企业所得税制度，并规定自 2008 年 1 月 1 日施行时，《外资企业所得税法》废止，有关外商投资企业的税收优惠被取消。

2019 年 10 月 21 日，公司主管税务机关国家税务总局湖州市南浔区税务局出具《证明》：“森赫电梯自其设立之日起，未曾享受过外商投资企业相关的税收优惠政策”。

综上所述，公司未享受外商投资企业相关的税收优惠政策，不存在应当补缴已免征、减征的企业所得税税款情形。

（二）《律师工作报告》显示，德国莱茵克拉出资以及增资实为代李东流出资，补充披露代持的原因，代持的解除情况，是否存在返程投资行为，是否违反我国外汇管理等相关法律法规，是否存在被主管机关处罚的风险，是否存在其他未披露的股权代持情形；

1、补充披露代持的原因，代持的解除情况；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

3、有限公司股权代持情况

（1）李东流委托德国莱茵克拉代持股权情况及原因

德国莱茵克拉出资以及增资实为代李东流出资，代持的原因为，林玉平与李东流系朋友关系。2007 年李东流拟在湖州新设莱茵有限从事电梯制造和销售业务，由于当地招商引资鼓励引入外资，李东流遂与林玉平协商，由李东流委托林玉平控制的德国莱茵克拉持有莱茵有限股权。

（2）李东流与德国莱茵克拉股权代持的解除情况

①代持情况

莱茵有限于 2007 年 12 月 7 日设立时，莱茵有限注册资本为 400 万美元，其中德国莱茵克拉认缴出资 100 万美元；2008 年 10 月 1 日，莱茵有限注册资本由 400 万美元增加至 1,000 万美元，新增注册资本 600 万美元中，德国莱茵克拉认缴新增注册资本 150 万美元。

根据德国莱茵克拉与李东流签署的《股权确认协议书》，双方约定：“（1）德国莱茵克拉向莱茵有限的出资由李东流先生全额投入，相关责任权利和义务由李东流先生承担，和德国莱茵克拉无关，今后德国莱茵克拉也无须向莱茵有限承担相关责任；（2）德国莱茵克拉作为莱茵有限的股东，在莱茵有限享有的股权和股东权益全额由李东流先生享有及承担。德国莱茵克拉不参与经营管理和利润分配。”

经访谈德国莱茵克拉实际控制人林玉平，其本人对上述股权代持情况进行

了确认。

②解除情况

2009 年 5 月，德国莱茵克拉与香港莱茵签订《股权转让协议》，德国莱茵克拉将其持有莱茵有限 250 万美元的出资中，尚未实缴的 119.0065 万美元出资转让给香港莱茵。

2011 年 6 月，德国莱茵克拉与香港莱茵签订股权转让协议及补充协议，德国莱茵克拉将其持有的莱茵有限 5.9%股权（注册资本出资额 130.9935 万美元）作价 130.9935 万美元转让给香港莱茵。

上述股权转让完成后，德国莱茵克拉不再持有莱茵有限的股权。至此，股权代持解除。

经林玉平确认，其本人、德国莱茵克拉与发行人、李东流、香港莱茵及其他任何相关第三方不存在股权纠纷、债权债务纠纷或其他任何纠纷、潜在纠纷。

③主管机关证明

2020 年 2 月，湖州市南浔区商务局出具《关于森赫电梯股份有限公司所涉商务相关情况的证明》，因莱茵有限历史沿革中的股权代持行为已予以规范，湖州市南浔区商务局不会对此进行处罚。

综上所述，德国莱茵克拉与李东流之间的股权代持已依法解除，不存在纠纷及潜在纠纷，公司的股权清晰。

2、是否存在返程投资行为

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（3）是否存在返程投资

德国莱茵克拉设立于 2002 年 12 月 23 日，注册资本为 25,000 欧元。2011 年 5 月，德国莱茵克拉将莱茵有限股权转让给香港莱茵后，不再持有莱茵有限股权。德国莱茵克拉于 2013 年 4 月进入清算程序并于 2014 年 9 月注销。

《国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75号，2005年10月21日生效、2014年7月4日失效，以下简称“75号文”）规定：“特殊目的公司”，是指境内居民法人或境内居民自然人以其持有的境内企业资产或权益在境外进行股权融资（包括可转换债融资）为目的而直接设立或间接控制的境外企业。

根据德国莱茵克拉的工商登记信息及林玉平的访谈，其主营业务为从事机械设备和电梯部件的贸易业务，非以股权融资目的而设立，不属于75号文规定的“特殊目的公司”，因此德国莱茵克拉持有莱茵有限权益不属于75号文规定的返程投资。

3、是否违反我国外汇管理等相关法律法规，是否存在被主管机关处罚的风险；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（4）是否违反我国外汇管理等相关法律法规，是否存在被主管机关处罚的风险

德国莱茵克拉历次对发行人的出资行为，均已按规定办理了外汇登记手续，具体情况如下：

出资事项	实缴出资	验资报告	外资外汇登记编号
2007年12月设立时，德国莱茵克拉认缴注册资本100万美元	首期实缴出资74.9960万美元	“湖国瑞会验字[2007]第143号”《验资报告》	33050007074301
	第四期实缴出资25.0040万美元	“湖国瑞会验字[2009]第043号”《验资报告》	3305002008000464001
2008年10月，公司第一次增资至1,000万美元，德国莱茵克拉认缴150万美元	首期实缴出资30.9935万美元	“湖国瑞会验字[2009]第043号”《验资报告》	3305002008000464001

注：2008年10月，公司第一次增资至1,000万美元，其中德国莱茵克拉认缴150万美元，首期实缴30.9935万美元。2009年6月，德国莱茵克拉将剩余尚未实缴的119.0065万美元出资转让给香港莱茵。香港莱茵已于2009年12月履行了该部分出资义务。

德国莱茵克拉历次出资均已办理外资外汇登记，并完成验资程序，不存在

违反外汇管理制度的情形，不存在被外汇管理部门处罚的风险。

4、是否存在其他未披露的股权代持情形；

除招股说明书披露的情形外，公司历史沿革中不存在其他股权代持的情形。

（三）补充披露德国莱茵克拉实际控制人林玉平与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间是否存在亲属关系、关联关系以及其他资金、业务往来等，股权代持是否存在纠纷或潜在纠纷；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（5）德国莱茵克拉实际控制人林玉平基本情况及与发行人的关系

林玉平，男，中国国籍，1955 年 5 月出生，常住地为北京东燕郊，公民身份号码为 110104195505****，目前从事氢离子抗菌技术的研发、生产和经营业务。**

德国莱茵克拉实际控制人林玉平与公司及实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间均不存在亲属关系、关联关系以及其他资金、业务往来等，林玉平及其控制的企业与发行人的实际控制人之间不存在与股权代持相关的纠纷或潜在纠纷。

（四）结合德国莱茵克拉的主营业务及其对外投资情况，补充披露发行人的核心技术、商标、专利等知识产权是否来源于德国莱茵克拉，发行人是否利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，是否对客户、供应商和最终消费者造成混淆，是否存在纠纷或潜在纠纷；

1、核心技术、商标、专利等知识产权是否来源于德国莱茵克拉

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（6）核心技术、商标、专利等知识产权是否来源于德国莱茵克拉

德国莱茵克拉在存续期间，其主营业务为从事机械设备和电梯部件的贸易

业务。除曾经对莱茵有限的投资持股情形外，不存在其他对外投资情况。

公司主要核心技术与已取得专利、软件著作产品具备一定的对应关系，具体参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术与研发情况”之“（一）主要产品的核心技术”。

公司的核心技术、商标、专利、软件著作权均系发行人及其子公司自行申请取得，相关技术的发明人均为发行人自有研发人员，不存在知识产权技术来源于德国莱茵克拉的情形。

2、是否利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，从而对客户、供应商和最终消费者造成混淆

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（7）是否利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，从而对客户、供应商和最终消费者造成混淆

自有限公司设立以来，在德国莱茵克拉存续期间，公司与其不存在任何业务合作。德国莱茵克拉属于贸易公司，存续期间实际从事机械设备和电梯部件的贸易业务；公司从事电梯整机的制造和销售，德国莱茵克拉的产品与发行人存在一定差异，系上下游关系。公司在实际经营中未曾利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，未对公司客户、供应商及最终消费者造成混淆。

（五）补充披露发行人实际控制人李东流历次出资、增资的资金来源及其合法性；

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“3、有限公司股权代持情况”中进行了补充披露：

（8）发行人实际控制人李东流历次出资、增资的资金来源及其合法性

公司实际控制人李东流历次出资、增资的资金来源如下：

序号	事项	出资情况	资金来源

1	2007 年 12 月有限公司设立	德国莱茵克拉出资 100 万美元	境外借款
2	2008 年 12 月有限公司第一次增资	德国莱茵克拉认缴出资 150 万美元（其中：实缴出资 30.9975 万美元，剩余未实缴的 119.0065 万美元出资转让给香港莱茵）	自有资金及境外借款
3	2009 年 6 月有限公司第二次增资	李东流通过香港莱茵出资 640.0065 万美元（其中包括：德国莱茵克拉尚未实缴的 119.0065 万美元出资及香港莱茵本次认缴的 521 万美元新增注册资本）	境外借款
4	2010 年 5 月有限公司第三次增资	李东流通过香港莱茵出资 500 万美元	境外借款

①资金来源

李东流通过德国莱茵克拉、香港莱茵的出资资金来源主要为自有资金以及向境外借款。

2011 年 11 月、2012 年 7 月，香港莱茵将其持有公司的全部股权转让后，将股权转让款用于偿还上述借款，其中涉及的资金汇出已根据外汇管理规定办理了购汇手续，不存在其他任何纠纷或潜在纠纷。

②出资过程中相关行为的合规性

上表序号 2，德国莱茵克拉认缴 150 万美元新增注册资本，实缴 30.9975 万美元，其中有 24.9975 万美元注册资本系李东流以自有资金私自购买外汇进行出资，李东流先生该私自购汇行为违反了我国外汇管理的相关规定。

2009 年 11 月 17 日，国家外汇管理局湖州中心支局出具《行政处罚决定书》（湖外管罚字[2009]12 号），对李东流上述私自购买外汇的行为，处以警告并处罚款 28 万元人民币。

2020 年 4 月 21 日，国家外汇管理局湖州中心支局出具《政府信息公开告知书》（2020 年第 1 号），根据其记载，“因你（指代李东流）存在私自购买外汇的行为，我中心支局于 2009 年 11 月 17 日对你给予了警告，处 28 万元的罚款的行政处罚，该处罚不属于法律规定的‘情节严重’的情形。无其他行政处罚信息。”

除上述情况外，其他历次外资出资均为境外自筹，并已按照国家外汇管理的相关规定办理外汇登记手续，履行验资程序，不存在违法违规的情形。

③结论

综上所述，公司实际控制人李东流对莱茵有限的出资系自有资金及境外借款，出资涉及的境外借款均已偿还完毕，涉及的资金汇出已依法办理了购汇手续，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

在出资过程中，李东流先生存在一笔私自购买外汇的行为。除该违法行为外，莱茵有限涉及的外方股东出资均已按照国家法律法规的规定履行了外汇登记或购汇手续，不存在违法违规的情形。

上述违法行为属于出资过程的法律瑕疵，不影响公司股权的真实性。此外，该行为发生在报告期外，且主管机关认定不属于情节严重的情形，不属于重大违法违规。

因此，上述处罚不会对本次发行上市构成实质障碍。

（六）补充披露李振浩不再担任发行人及其前身法定代表人的时间和原因，2018 年 12 月起不再担任发行人董事的原因。

1、李振浩不再担任发行人及其前身法定代表人的时间和原因

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（二）发行人设立情况”之“2、有限公司设立”中进行了补充披露：

（4）李振浩不再担任发行人前身法定代表人的时间和原因

李东流先生作为公司上市体系的实际控制人，出于加强企业管理、便于对外拓展业务以及个人精力分配等多个方面的综合考虑，针对业务发展较为成熟的下属企业，一般由李东流先生自己担任法定代表人，对于处于初建阶段或者业务规模较小的下属企业，一般选派他人担任法定代表人。

2002 年 1 月，联合电梯设立。在莱茵有限成立前，联合电梯是上市体系的业务重心，李东流先生担任其法定代表人。

2007 年 12 月，莱茵有限设立，鉴于莱茵有限处于筹建阶段以及李东流先生个人精力有限，且有意将发行人与联合电梯作为两个电梯品牌进行区分，因此最初设立时由李振浩担任法定代表人。

发行人成立后，不断加大资源投入，业务规模不断扩大。经过几年的发展，上市体系的业务重心由联合电梯转向发行人。因此，2010 年 7 月，发行人法定代表人变更为李东流。同月，联合电梯法定代表人变更为李振浩，由其负责联合电梯的经营管理。

2、李振浩不再担任发行人董事的原因

以下内容在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十二、近两年公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变动情况”之“（一）董事变动情况”中进行了补充披露：

（一）董事变动情况

期间	成员	职位	董事人数	变动原因
2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 7 日	李东流	董事长	7	-
	沈晓阅、钱小燕、李振浩	董事		
	徐逸星、马　涛、恩　旺	独立董事		
2018 年 12 月 8 日至今	李东流	董事长	7	任期已满，换届选举。
	沈晓阅、钱小燕、李　仁	董事		
	徐逸星、马　涛、恩旺	独立董事		

李振浩系李东流先生姐姐之子，李仁系李东流先生之子。李仁于 2016 年完成学业后进入公司参加工作，历任公司总经理助理、董事会秘书职务。为了进一步培养李仁业务能力，参与公司经营管理决策，同时避免董事会中实际控制人家族成员占比过高，进而保证公司治理有效性。因此在换届选举中，董事会提名李仁担任新一届董事会董事，李振浩不再担任董事职务。李振浩现任公司采购部经理、联合电梯总经理职务。

（七）中介机构意见

1、核查过程

（1）访谈实际控制人，了解莱茵有限由中外合资企业变更为内资企业的原因及中外合资企业存续期间是否享受外商投资企业税收优惠；查阅当时有效的法律法规及其他规范性文件，核查发行人中外合资企业存续期间，国家关于外商投资企业税收优惠政策的具体规定；取得发行人主管税务部门关于发行人自有限公司

成立以来，是否享受外商投资企业税收优惠政策的专项证明；

（2）访谈德国莱茵克拉实际控制人林玉平、发行人实际控制人李东流；查阅发行人设立以来的工商档案资料；查阅德国莱茵克拉与联合电梯及李东流签订的《浙江莱茵电梯有限公司股权确认协议书》；查阅德国莱茵克拉的相关商业登记文件、注销文件，核查发行人历史上股权代持形成及解除情况；

（3）访谈德国莱茵克拉实际控制人林玉平、发行人实际控制人李东流，查询中国裁判文书网信息，核查德国莱茵克拉基本情况、股权代持形成的原因及解除情况，是否存在纠纷；

（4）取得主管商务部门出具的合规证明，核查股权代持是否受到相关行政处罚；

（6）查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的关联关系调查表；通过全国企业信用信息公示系统、企查查等网站，核查林玉平对外投资及任职的企业及其主要管理人员；查阅报告期内发行人及实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员的银行流水；访谈实际控制人、取得董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的声明，核查上述人员与德国莱茵克拉股东林玉平是否存在亲属关系、关联关系或其他资金、业务往来等；

（7）访谈德国莱茵克拉实际控制人林玉平，查阅德国莱茵克拉的相关商业登记文件，查阅当时有效的外汇管理规定，核查德国莱茵克拉投资发行人是否涉及返程投资；

（8）查阅德国莱茵克拉的工商登记资料；发行人的核心技术、商标、专利等知识产权的证明文件；访谈林玉平及李东流；通过百度等网站检索是否存在发行人利用德国莱茵克拉进行业务宣传的信息，核查德国莱茵克拉经营情况及对外投资情况、发行人知识产权取得情况，是否来源于德国莱茵克拉，是否对客户、供应商及消费者造成混淆；

（9）查阅发行人历次增资的工商档案、验资报告、主管部门审批等文件；针对相关出资涉及的境外借款，对贷款人进行访谈并取得相应的借款协议以及还款确认文件；取得历次外资增资的打款凭证、涉外收入申报单等文件；取得国家外汇管理局湖州中心支局出具《行政处罚决定书》及《政府信息公开告知书》；访

谈实际控制人李东流，核查历次出资的资金来源，是否合法合规；

（10）查询发行人工商登记信息及三会会议文件，访谈实际控制人及李振浩，核查李振浩不再担任发行人法定代表人及董事职务的时间。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）发行人前身莱茵有限由中外合资企业变更为内资企业，系公司根据自身业务发展作出的战略调整，具备合理的商业逻辑；中外合资企业存续期间，外商投资企业的税收优惠政策已经取消，公司未享受外商投资企业税收优惠，不存在应当补缴已免征、减征的企业所得税税款情形。

（2）德国莱茵克拉与李东流之间的股权代持已依法解除，不存在纠纷及潜在纠纷，发行人的股权清晰；德国莱茵克拉作为发行人外资股东期间，不存在返程投资行为；其对发行人的历次出资行为均已按规定办理了外汇登记手续，不存在违反我国外汇管理等相关法律法规的情形，不存在被主管机关处罚的风险；不存在其他未披露的股权代持情形。

（3）德国莱茵克拉实际控制人林玉平与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间均不存在亲属关系、关联关系以及其他资金、业务往来等，股权代持不存在纠纷或潜在纠纷。

（4）发行人的核心技术、商标、专利、软件著作权均系发行人及其子公司自行申请取得，不存在来源于德国莱茵克拉的情形；德国莱茵克拉存续期间，发行人未曾利用德国莱茵克拉宣传自身产品和业务，不存在对客户、供应商和最终消费者造成混淆的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

（5）公司实际控制人李东流对莱茵有限的出资系自有资金及境外借款，出资涉及的境外借款均已偿还完毕，涉及的资金汇出已依法办理了购汇手续，不存在任何纠纷或潜在纠纷；

2009 年 11 月，李东流先生因私自购买外汇被国家外汇管理局进行行政处罚，该违法行为属于出资过程的法律瑕疵，不影响发行人股权的真实性，且该处罚行为发生在报告期外，主管机关认定不属于情节严重的情形，不属于重大违法违规，

因此不会对本次发行上市构成实质障碍；

除上述处罚外，莱茵有限涉及的外方股东出资均已按照国家法律法规的规定履行了外汇登记或购汇手续，不存在违法违规的情形。

（6）李振浩不再担任法定代表人及董事职务，具有合理的商业原因，并且履行了会议决策程序并办理了相应的工商备案登记手续。

问题 11.关于历史上的主要资产重组

申报材料显示，2012 年 10 月，李东流、李仁将合计持有的联合电梯 100%股权转让给莱茵有限，转让价格为 56,049,706.31 元，转让完成后，联合电梯成为发行人的全资子公司。2012 年 7 月，联合电梯将其持有的上海森赫 75%股权（出资额 150 万美元）作价 127.959489 万美元转让给莱茵有限，香港莱茵将其持有的上海森赫 25%股权（出资额 50 万美元）作价 42.653163 万美元转让给莱茵有限。转让完成后，上海森赫成为发行人的全资子公司。2010 年 3 月 13 日，莱茵有限向湖州福马木业有限公司（以下简称“福马木业”） 以 2,000 万元价格收购其全资子公司福马装饰 100%股权。本次交易完成后，福马装饰成为发行人全资子公司，发行人对其进行了吸收合并，并对相关土地使用权办理了过户登记手续。根据媒体报道，发行人于 2013 年收购 Rhein Aufzug GmbH（德国莱茵电梯有限公司），成为中国电梯行业首家并购境外电梯的企业。

请发行人补充披露：

（1）联合电梯的历次股权变动情况，是否存在股权代持情形，李东流和李仁转让联合电梯股权的原因、定价依据及价格公允性，是否依法缴纳个人所得税，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

（2）联合电梯和香港莱茵转让所持有的上海森赫股权的原因，以低于出资额的价格转让的原因和合理性；

（3）发行人收购福马装饰的原因，收购价格的定价依据和价格公允性，是否存在损害发行人和其他股东利益的情形，发行人吸收合并福马装饰是否履行法律规定的必要程序，福马装饰的人员、资产、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷，福马木业与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间是否存在关联关系、委托持股等利益安排；

（4）发行人 2013 年收购 Rhein Aufzug GmbH（德国莱茵电梯有限公司）的相关情况，包括但不限于德国莱茵电梯有限公司基本情况，收购的原因和背景，收购的价格及资金来源，收购的过程和结果，收购后的业务整合情况等，境外收购是否符合外汇管理、境外投资、税收等相关规定，是否履行必要的程序，

是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 11 的回复

（一）联合电梯的历次股权变动情况，是否存在股权代持情形，李东流和李仁转让联合电梯股权的原因、定价依据及价格公允性，是否依法缴纳个人所得税，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

1、联合电梯的历次股权变动情况，是否存在股权代持情形；

以下内容在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、控股子公司、参股公司、分公司的情况”之“（一）控股子公司”之“1、联合电梯”中进行了补充披露：

（2）历次股权变动情况

联合电梯成立至今，共发生四次股权转让情形，具体情况如下：

① 第一次股权转让

2003 年 8 月 5 日，沈万昌、许林荣、沈爱民、沈阳 4 人分别与李东流、姚逸峰签订了《股权转让协议》，沈万昌将其持有的联合电梯 13.20%股权（出资额 39.60 万元）、12%股权（出资额 36 万元）按照出资额作价分别转让给李东流、姚逸峰；许林荣将其持有的联合电梯 22.50%股权（出资额 67.50 万元）按照出资额作价转让给李东流；沈爱民、沈阳将其持有的联合电梯合计 10%股权（合计出资额 30 万元）按照出资额作价转让给姚逸峰。本次股权转让经联合电梯股东会同意，并经湖州市工商行政管理局备案登记。

本次股权转让完成后，联合电梯股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李东流	180	60.00%
2	姚逸峰	120	40.00%
合计		300	100.00%

② 第二次股权转让

2005 年 2 月 4 日，姚逸峰分别与李东流、李振浩签订《股权转让协议》，姚

逸峰将其持有的联合电梯30%股权（出资额300万元）、10%股权（出资额100万元）按照出资额作价分别转让给李东流、李振浩。本次股权转让经联合电梯股东会同意，并经湖州市工商行政管理局备案登记。

本次股权转让完成后，联合电梯股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李东流	900	90.00%
2	李振浩	100	10.00%
合计		1,000	100.00%

③ 第三次股权转让

2011年3月25日，李振浩与李仁签订《股权转让协议》，李振浩将其持有的联合电梯10%股权（出资额500万元）按照出资额作价转让给李仁。本次股权转让经联合电梯股东会同意，并经湖州市工商行政管理局备案登记。

本次股权转让完成后，联合电梯股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李东流	4,500	90.00%
2	李　仁	500	10.00%
合计		5,000	100.00%

④ 第四次股权转让

A.基本情况

2012年10月30日，李东流、李仁与莱茵有限签订《股权转让协议》，李东流将其持有的联合电梯90%股权（出资额4,500万元）作价50,444,735.68元转让给莱茵有限，李仁将其持有的联合电梯 10%的股权（出资额 500 万元）作价5,604,970.63 元转让给莱茵有限。本次股权转让经联合电梯股东会同意，并经湖州市工商行政管理局备案登记。

本次股权转让完成后，联合电梯的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	莱茵有限	5,000	100.00%
合计		5,000	100.00%

（3）是否存在股权代持情形

联合电梯历次股权变动中，股权转让双方均已签署股权转让协议，相关股权价款已支付，历次股权变动已经股东会审议同意，并办理了工商变更登记手续，不存在股权代持情况。

2、李东流和李仁转让联合电梯股权的原因、定价依据及价格公允性，是否依法缴纳个人所得税，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

以下内容在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司、分公司的情况”之“（一）控股子公司”之“1、联合电梯” 中进行了补充披露：

B.李东流和李仁转让联合电梯股权的原因，定价依据及价格公允性，是否依法缴纳个人所得税，是否存在损害公司发行人及其他股东利益的情形

因联合电梯主要从事“电梯、扶梯、自动人行道及其配件的研发、制造、销售、安装和维保业务，货物及技术进出口”，与公司从事的电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售系属同类业务。为符合首次公开发行股票并上市的要求，避免同业竞争，李东流、李仁将其持有的联合电梯股权转让给公司，将联合电梯纳入公司上市体系。

2012 年 8 月 31 日，国瑞评估师出具了“湖辰瑞评报字（2012）第 162 号”《资产评估报告书》，截至评估基准日 2012 年 7 月 31 日，联合电梯经评估的股东全部权益价值为 56,049,706.31 元，本次股权转让价格系根据前述评估价值确定，交易价格公允。

本次股权转让中，李东流、李仁原始出资 5,000 万元，交易价格为 5,604.97 万元，转让溢价为 604.97 万元。二人已足额缴纳本次股权转让涉及的个人所得税共计 1,204,336.29 元。

联合电梯就上述股权变更在湖州市工商行政管理局南浔分局进行了备案登记。

综上所述，本次股权转让原因具备合理性，交易价格公允，股权转让方已足额缴纳个人所得税，本次股权转让已经履行了必要的决策程序并办理了工商

备案登记手续，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（二）联合电梯和香港莱茵转让所持有的上海森赫股权的原因，以低于出资额的价格转让的原因和合理性；

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（三）发行人报告期内重大资产重组情况”之“2、收购上海森赫”中进行了补充披露：

2、收购上海森赫

2012 年 5 月 21 日，公司与联合电梯、香港莱茵签订《股权转让协议》，联合电梯将其持有的上海森赫 75%股权（出资额 150 万美元）作价 127.96 万美元转让给森赫电梯，香港莱茵将其持有的上海森赫 25%股权（出资额 50 万美元）作价 42.65 万美元转让给森赫电梯。

（1）联合电梯和香港莱茵转让所持有的上海森赫股权的原因

本次收购前，上海森赫系实际控制人控制的企业，主要从事“电梯、扶梯、自动人行道及其配件的销售”，为符合首次公开发行股票并上市的要求，避免同业竞争，并且使公司的业务具备完整性，联合电梯和香港莱茵将其持有的上海森赫的股权转让给公司，将上海森赫纳入公司上市体系。

（2）联合电梯和香港莱茵转让所持有的上海森赫股权，以低于出资额的价格转让的原因和合理性

本次股权转让系根据上海森赫截至 2012 年 6 月 30 日经评估的股权价值确定。2012 年 7 月 3 日，国瑞评估师出具“湖辰瑞评报字（2012）第 122 号”《资产评估报告书》，截至 2012 年 6 月 30 日，上海森赫的净资产为人民币 10,769,241.17 元，按当时的汇率换算约为 1,706,126.52 美元。因本次股权转让时，上海森赫尚处于亏损状态，因此其经评估的股权价值低于注册资本。

（三）发行人收购福马装饰的原因，收购价格的定价依据和价格公允性，是否存在损害发行人和其他股东利益的情形，发行人吸收合并福马装饰是否履行法律规定的必要程序，福马装饰的人员、资产、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷，福马木业与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监

事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间是否存在关联关系、委托持股等利益安排；

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（三）发行人报告期内重大资产重组情况”之“3、收购福马装饰”中进行了补充披露：

（1）公司收购福马装饰的原因

2010 年 3 月 13 日，莱茵有限与福马木业签订《股权和土地转让协议书》，约定莱茵有限向福马木业收购其全资子公司福马装饰 100%股权，股权转让价格为 2,000 万元，本次收购完成后，福马装饰变更为莱茵有限的全资子公司。

公司系通过收购福马装饰股权的方式获得福马装饰拥有的坐落于湖州市练市镇莲墩村南环路北侧、新华路西侧，土地面积共 66,051 平方米的土地使用权。

（2）本次收购的定价依据和价格公允性

2010 年 2 月 4 日，湖州恒生资产评估有限公司出具“湖恒评报字[2010]第 005 号”《资产评估报告书》，截至 2010 年 1 月 31 日，福马装饰的总资产评估值为 15,844,748.00 元、负债评估值为 3,664,813.15 元、净资产评估值为 12,179,934.85 元。

本次收购的目的为获得福马装饰拥有的土地使用权，公司收购福马装饰的价格系交易双方根据湖恒评报字[2010]第 005 号《资产评估报告书》确定的评估价值，并结合土地增值、同期土地市场价格等因素，经双方协商确定，交易价格具备公允性。

（3）公司收购福马装饰是否存在损害公司和其他股东利益的情形

2010 年 2 月 15 日，莱茵有限董事会决议同意莱茵有限向福马木业收购其在福马装饰的全部股权。

2010 年 3 月 15 日，福马装饰股东会决议同意福马木业向莱茵有限转让其在福马装饰的全部股权，同日，福马木业与莱茵有限签订了《股权转让协议》。同月，福马装饰就上述股权变更在湖州市工商行政管理局南浔分局进行了备案登记。

本次收购已经履行相应的决策程序，不存在损害公司和其他股东利益的情形。

（4）公司吸收合并福马装饰是否履行法律规定的必要程序

2010 年 3 月 25 日，莱茵有限与全资子公司福马装饰签订《合并协议》，双方约定采用吸收合并方式进行合并，合并后福马装饰注销，莱茵有限继续存续，注册资本不变。莱茵有限与福马装饰于 2010 年 3 月 31 日起共同在《浙江日报》上刊登了合并公告。

本次吸收合并经莱茵有限董事会和福马装饰股东决定同意，并经湖州市南浔区对外贸易经济合作局出具的《湖州市南浔区对外贸易经济合作局关于同意莱茵电梯（中国）有限公司吸收合并湖州福马装饰新材有限公司的批复》（浔外经贸发[2010]18 号）批准。

2010 年 4 月 26 日，福马装饰经湖州市国家税务局南浔分局同意注销税务登记。2010 年 9 月 3 日，福马装饰在湖州市工商行政管理局练市分局完成工商注销手续。

综上所述，公司吸收合并福马装饰履行了法律规定的必要程序。

（5）本次吸收合并过程中福马装饰的人员、资产、债权债务的处置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

①福马装饰执行董事兼经理为李振浩，董立晴任监事，均为公司向福马装饰委派的人员，除此之外，福马装饰无其他员工；

②福马装饰的主要资产为坐落于湖州市练市镇莲墩村南环路北侧和新华路西侧，土地面积共 66,051 平方米的土地使用权，在公司吸收合并福马装饰过程中，土地相关权证权利人变更至公司名下；

③福马木业向公司转让其持有福马装饰的全部股权时，相关债权债务均已结清。根据《合并协议》的约定，福马装饰被公司吸收合并后，债权债务由公司承继，因此，公司在吸收合并福马装饰时，不存在需要处置的债权债务。

（6）福马木业与公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间是否存在关联关系、委托持股等利益安排

公司向福马木业收购福马装饰的股权时，福马木业的股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张　勇	454.40	40.00
2	张锦芳	681.60	60.00
合计		1,136.00	100.00

福马木业股东张勇时任福马木业的执行董事兼经理，张锦芳时任福马木业的监事。

福马木业及其股东、董事、监事、高管均与公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间不存在关联关系，也不存在委托持股等利益安排。

（四）发行人 2013 年收购 Rhein Aufzug GmbH（德国莱茵电梯有限公司）的相关情况，包括但不限于德国莱茵电梯有限公司基本情况，收购的原因和背景，收购的价格及资金来源，收购的过程和结果，收购后的业务整合情况等，境外收购是否符合外汇管理、境外投资、税收等相关规定，是否履行必要的程序，是否存在纠纷或潜在纠纷。

以下内容已在招股说明书“第五节 基本情况”之“二、发行人设立及重大资产重组情况”之“（三）发行人报告期内重大资产重组情况”之“4、收购德国莱茵”中进行了补充披露：

（1）基本情况

德国莱茵设立于 2011 年 8 月 19 日，公司注册号为 HRB 27532 HB，注册地址为不来梅市施拉赫特大街 12-13 号（后变更为“不来梅市康苏尔斯密特大街 92 号”），设立时的注册资本为 25,000 欧元，德国莱茵的业务范围为“电梯、停车设备和停车楼装备、横纵向运输系统及产品的附件进行研发，销售，生产，设计，安装及维护；并在上述技术领域提供服务；还有就环保设备，可再生能源设备，机器设备，电器产品，电梯及附件进行国际贸易”。2017 年，德国莱茵完成注销手续。

（2）公司收购德国莱茵的原因及背景

公司为拓展海外市场，计划在德国设立一家从事电梯及零部件的贸易公司，

为便于在德国办理登记注册手续，2011 年 8 月，公司以员工张晓强的个人名义在德国注册设立德国莱茵。德国莱茵设立后，公司即向张晓强收购了德国莱茵 100%股权。

（3）公司收购德国莱茵的过程、收购价格及资金来源

2012 年 1 月 30 日，莱茵有限董事会决议同意莱茵有限以注册资本价 25,000 欧元收购德国莱茵 100%股权。同日，德国莱茵股东会决议同意公司以注册资本定价收购德国莱茵 100%股权。

2012 年 4 月，莱茵有限与张晓强签订《股权转让协议》，约定莱茵有限向张晓强收购其持有的德国莱茵 100%股权，收购价格根据德国莱茵的注册资本金额确定为 25,000 欧元。

本次收购已在德国不来梅地方法院办理登记手续，收购完成后，德国莱茵成为公司全资子公司。

本次收购价款已支付完毕，资金来源为公司自有资金。

（4）本次收购后的业务整合情况

德国莱茵实际系经公司委托，由公司时任员工张晓强在德国设立。德国莱茵设立后，一直未实际经营，因此不涉及业务整合的情况。

（5）公司境外收购是否符合外汇管理、境外投资、税收等相关规定

2012 年 3 月 29 日，莱茵有限就本次境外投资事宜取得商务部核发的 3300201200115 号《企业境外投资证书》，并在国家外汇管理局湖州市中心支局办理了外汇核准登记。

因公司在德国莱茵设立后即实施本次股权收购，德国莱茵尚未开展任何经营活动，以德国莱茵的注册资本金额作为本次股权收购对价，因此本次股权转让事项无须缴纳相关税费。

（五）中介机构意见

1、核查过程

（1）查阅联合电梯历次股权转让的工商档案、股东会议文件、股权转让协议、

股权转让价款支付凭证等文件；访谈发行人实际控制人李东流，核查联合电梯历次股权转让情况、是否存在股权代持；

（2）查询中国裁判文书网信息、取得发行人及联合电梯诉讼台账和说明文件，核查发行人及实际控制人、联合电梯是否存在股权纠纷情况；

（3）查阅发行人与李东流、李仁签署的股权转让协议、资产评估报告、价款支付凭证、个人所得税完税凭证；查阅发行人及联合电梯内部决策文件；访谈发行人实际控制人，核查李东流及李仁转让联合电梯股权的原因、作价依据及个人所得税缴纳情况，是否存在损害发行人及其他股东利益的情形；

（4）访谈实际控制人李东流；取得上海森赫工商档案及收购时的《资产评估报告书》、股权转让协议及支付凭证，核查发行人收购上海森赫的原因，交易价格的确定依据及其合理性；

（5）访谈公司实际控制人李东流，查阅公司和福马装饰的工商登记档案；查阅公司收购福马装饰有关的转让协议、款项支付凭证、《资产评估报告书》等文件；查询湖州市自然资源和规划局网站（http://huzgt.huzhou.gov.cn），了解收购福马装饰时同地段的土地价格；查阅福马装饰及发行人决策文件，核查发行人收购福马装饰的原因、定价依据及公允性，是否履行决策程序；

（6）查阅福马装饰的工商登记档案；查阅福马装饰注销的工商及税务文件；查阅吸收合并时福马装饰的财务报表；取得发行人与福马装饰签署的《合并协议》以及合并公告文件；查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站信息，核查发行人吸收合并福马装饰是否依法履行相关程序，人员、资产、债权债务处置情况，是否存在纠纷情形；

（7）登陆国家企业信用信息公示系统，查询福马木业的股东及主要管理人员情况；取得发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员关联关系调查表，核查福马木业股东及主要关联人员是否与发行人及董监高、核心人员存在关联关系；

（8）访谈发行人副总经理、德国莱茵原股东张晓强；查阅发行人收购德国莱茵的会议文件及政府相关部门审批文件；查阅德国莱茵的工商登记档案及法律意见书等文件，核查德国莱茵基本情况、发行人收购德国莱茵的背景及原因、收购

过程、定价依据及价款支付，是否存在纠纷等情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）联合电梯的历次股权变动真实有效，不存在股权代持情形；李东流和李仁转让联合电梯股权原因具备合理性、转让价格具备公允性，本次股权转让当事人已依法缴纳个人所得税，且本次股权转让均已履行联合电梯及发行人内部决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

（2）联合电梯和香港莱茵转让所持有的上海森赫股权具备合理的商业原因；股权转让的价格系上海森赫资产评估价值确定，价格公允、合理；

（3）发行人收购福马装饰的原因具备商业合理性；收购价格的定价依据合理，价格公允；发行人、福马装饰均在本次收购事项履行了内部决策程序，不存在损害发行人及其他股东利益的情形；发行人吸收合并福马装饰履行了法律规定的必要程序；本次吸收合并过程中福马装饰的人员、资产、债权债务的处置行为均符合法律、法规和规范性文件的规定，不存在纠纷或潜在纠纷；福马木业与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间不存在关联关系、委托持股等利益安排；

（4）发行人 2012 年收购德国莱茵的原因具备商业合理性，收购价格公允，资金来源合法，收购过程合法合规，收购后的业务整合情况符合企业实际经营情况，境外收购符合外汇管理、境外投资、税收等相关规定，不存在纠纷或潜在纠纷。

问题 12. 关于能源消耗和产量

招股说明书披露，报告期内，发行人电费金额分别为 164.23 万元、162.97 万元、160.15 万元；水费金额分别为 27.89 万元、15.73 万元、16.91 万元。报告期内，发行人垂直电梯产量分别为 3,656 台、3,471 台、4,268 台；自动扶梯和自动人行道产量分别为 382 台、381 台、324 台。

请发行人：

（1）结合发行人主要产品的生产技术、生产工艺、生产过程等，补充披露报告期各期能源消耗与产量是否匹配；

（2）补充披露报告期内电费逐年下降以及 2018 年水费金额相较于 2017 年大幅下降的原因和合理性；

（3）补充披露 2019 年电费金额的同比变动趋势与营业收入的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。

问题 12 的回复

（一）结合发行人主要产品的生产技术、生产工艺、生产过程等，补充披露报告期各期能源消耗与产量是否匹配

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“3、主要能源供应情况”进行了补充披露：

报告期内，公司主要能源消耗为生产及研发用水电、日常办公生活用水电。电梯生产过程中各个工序均会产生电耗，主要集中在喷涂线、电焊环节。公司耗水较少，主要为日常办公生活用水。公司生产过程的水、电耗用量主要与当年产品产量、产品类型、生产设备安装调试以及生产线调整变动情况相关，尤其是不同型号电梯产品适用的不同生产工艺会导致单位电耗的差异。公司能源消耗数量及金额与产量匹配关系如下：

类别	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

		数量	数量	同比（%）	数量	同比（%）	数量
水	水量（万 m^3）	1.95	4.07	7.77	3.78	-47.39	7.18
	水费（万元）	7.51	16.91	7.50	15.73	-43.60	27.89
	水单价（元/m^3）	3.85	4.15	-0.25	4.16	7.20	3.88
电	电量（万 KWh）	77.64	200.61	-3.57	208.04	0.65	206.70
	电费（万元）	63.06	160.15	-1.73	162.97	-0.77	164.23
	电单价（元/KWh）	0.81	0.80	1.91	0.78	-1.41	0.79
产量	直梯产量（台）	2,018	4,268	22.96	3,471	-5.06	3,656
	扶梯及自动人行道产量（台）	61	324	-14.96	381	-0.26	382
	合计（台）	2,079	4,592	19.21	3,852	-4.61	4,038

2018 年度，公司产量、水、电消耗量较上期分别下降 4.61%、下降 47.39%、上升 0.65%。耗水量相较于产量下降较快，系 2017 年森赫电梯厂区内地下自来水总管发生水管泄露，而地表无明显痕迹，造成当年度水费异常增加导致。后经专业公司勘察后找到泄露点并修复，2018 年度恢复正常水平；当年电梯产量下降 186 台而电耗略上升，主要是由于当年公司生产了更多需要采用二氧化碳激光切割机进行整梯部件加工的电梯产品，相比于同类工序的剪板机、冲床等设备，该设备能耗更高，导致当年耗电量略增加。

2019 年度，公司产量、水、电消耗量较上期分别上升 19.21%、上升 7.77%、降低 3.57%。产量增长相比耗水量上涨较快，主要是因为电梯产品生产流程中，对水的消耗少，工作办公、生活用水的变动为主要影响因素；当年电梯产量上升 740 台而电费降低的原因是：①2019 年公司外贸订单由原来的联合电梯工厂生产陆续转移到森赫电梯工厂生产，减少了联合电梯厂房及大型设备的使用，导致公司固定电耗减少，产品的边际耗电量降低，故总体耗电量明显降低；②2019 年公司将生产过程中能耗较高的二氧化碳激光切割工艺升级为光纤激光切割工艺，有效提高生产效率的同时也降低了电能的消耗；③公司 2019 年起提倡节能降本，在内部管理上采取相应措施，例如停用内部接待中心、优化办公楼中央空调的变温区间、使用节能型太阳能路灯替代厂区内部分老旧室外路灯，以上非生产因素也导致当年耗电量降低。

综上所述，报告期内公司能源消耗受生产性因素和非生产性因素共同影响，其变动均具有合理原因。

（二）补充披露报告期内电费逐年下降以及 2018 年水费金额相较于 2017 年大幅下降的原因和合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“3、主要能源供应情况”中补充披露如下：

参见本问询函“问题 12”之“（一）”的回复。

（三）补充披露 2019 年电费金额的同比变动趋势与营业收入的变动趋势不一致的原因及合理性

报告期内，公司电费金额变动与营业收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	同比（%）	金额	同比（%）	金额
营业收入	50,485.91	10.71	45,600.56	-21.79	58,302.18
电　　费	160.15	-1.73	162.97	-0.77	164.23

从上表可见，2019 年度公司营业收入同比上升，但电费同比下降。主要原因有：①2019 年公司外贸订单由原来的联合电梯工厂生产陆续转移到森赫工厂生产，减少了联合电梯厂房及大型设备的使用，导致公司固定电耗减少，产品的边际耗电量降低，故总体耗电量明显降低；②2019 年公司将生产过程中能耗较高的二氧化碳激光切割工艺升级为光纤激光切割工艺，有效提高生产效率的同时也降低了电能的消耗；③公司 2019 年起提倡节能降本，在内部管理上采取相应措施，例如停用内部接待中心、优化办公楼中央空调的变温区间、使用节能型太阳能路灯替代厂区内部分老旧室外路灯，以上非生产因素也导致当年耗电量降低。

综上所述，公司 2019 年电费金额的同比变动趋势与营业收入的变动趋势不一致具有合理原因，与公司的业务活动变化相一致。

由于电梯产品销售系公司主要营业收入来源，故产量变化与能耗的比较分析可适用于营业收入变化与能耗的比较分析。相关变化原因及合理性已在本问询函问题 12 关于能源消耗和产量之“一、结合发行人主要产品的生产技术、生产工艺、生产过程等，补充披露报告期各期能源消耗与产量是否匹配”的回复中对招

股说明书相关段落予以补充披露。

（四）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）访谈发行人销售部门、生产部门负责人，了解产品结构变化和水、电耗用量及费用、能源消耗波动分别受生产因素、非生产因素的影响程度；

（2）获取并检查发行人森赫电梯厂区、联合电梯厂区缴纳电费明细、电费发票、产量数据等；

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人的水、电的使用量受生产性因素和非生产性因素共同影响，其变动均具有合理性，与公司实际经营生产活动变化相一致；

（2）受生产线转换影响，发行人 2019 年固定电力成本降低，导致当年电费变动趋势与营业收入变动趋势不一致。

问题 13. 关于以房抵债

申报资料显示，发行人的部分客户在履行价款支付义务时发生困难，部分客户与发行人达成以房抵债协议，由该等客户以其拥有的不动产抵偿其对发行人的债务。其中，部分房产正在办理房屋产权证，部分房产因开发商原因，未达到房屋产权证的办理条件。发行人将相关房产计入投资性房地产，采用成本计量模式。报告期各期末，发行人投资性房地产账面价值分别为 1,158.73 万元、2,786.64 万元和 2,577.65 万元。

请发行人：

（1）结合原始交易合同、商品房买卖合同的主要条款等，补充披露客户以房抵债的商业合理性，是否存在法律风险；

（2）补充披露上述以房抵债房产房屋产权证书办理的最新进展，上述房产未来预计用途；

（3）补充披露上述以房抵债涉及的债权债务情况，发行人履行的内部决策程序，是否涉及与关联方的资金、业务往来或其他利益安排，以房抵债房产作价是否公允，是否存在利益输送等情形；

（4）补充披露部分以房抵债的房屋未达到房屋产权证办理条件的具体原因，是否存在权属纠纷或潜在纠纷，是否影响发行人出售等，如是，是否存在导致发行人以房抵债目的不能实现的风险；

（5）补充披露以房抵债的主要客户情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务等；

（6）补充披露以房抵债相关的会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

问题 13 的回复

（一）结合原始交易合同、商品房买卖合同的主要条款等，补充披露客户以房抵债的商业合理性，是否存在法律风险；

本公司与兰州华夏房地产有限公司、兰州海鸿房地产有限公司、湖州汇德置业有限公司签订的原始电梯设备交易合同中，约定了合同部分款项抵顶等价房产，具体位置、面积、价格并另行签订购房协议；该等条款有利于达成交易、减少应收账款坏账风险，具有商业合理性，不存在法律风险。

2017 年以来，国家对于房地产宏观调控政策力度加强，部分房地产开发公司出现资金紧张的情形。除上述三个公司外，剩余以房抵债项目，均为本公司了解到对方公司存在资金紧张、支付剩余货款有困难的情况下，经与对方协商，补充签订以房抵债的协议书和商品房买卖合同，通过以房抵债的方式，抵顶偿还对方所欠的剩余合同款项。本公司的以房抵债情形有利于减少应收账款坏账风险，具有商业合理性；相关商品房买卖协议均为双方真实意思表示，除大同市清远西街宏洋美第 12 号楼 8 号商铺外，其他以房抵债房产均经房地产管理部门办理了网签备案手续，协议签订后双方不存在相关纠纷和诉讼情形，不存在法律风险。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（2）投资性房地产”中进行了补充披露：

公司与部分以房抵债客户签订的原始电梯设备交易合同中，约定了合同部分款项抵顶等价房产，具体位置、面积、价格并另行签订购房协议；该等条款有利于达成交易、减少应收账款坏账风险，具有商业合理性，不存在法律风险。

（二）补充披露上述以房抵债房产房屋产权证书办理的最新进展，上述房产未来预计用途；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（3）投资性房地产”中进行了补充披露：

截至本问询函回复之日，公司共收到 41 处抵债房产，其中 7 处已出售，剩余 34 抵债房产中，3 处已与买家签订房地产买卖合同或收取购房定金，1 处尚

未办理网签备案手续，其余已办理网签备案手续。公司正在积极办理产权证书及网签备案手续，预计未来用途均为出售，以增加企业现金流。

（三）补充披露上述以房抵债涉及的债权债务情况，发行人履行的内部决策程序，是否涉及与关联方的资金、业务往来或其他利益安排，以房抵债房产作价是否公允，是否存在利益输送等情形；

关于上述以房抵债涉及的债权债务情况如下:

①兰州华夏房地产有限公司,本公司于 2012 年 10 月与其签订《电（扶）梯设备买卖合同》，销售小机房乘客电梯 42 台，合同总价 1,074.725 万元。

抵债房产坐落于甘肃省武威市凉州区，建筑面积 140.98 ㎡，抵款金额 73.97 万元，单价 5,247 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2012-2016 年期间，抵债行为发生时间为 2017 年 6 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 8,522 元/㎡，房屋价值未跌价。

②兰州海鸿房地产有限公司，本公司于 2015 年 2 月与其签订《“海鸿·刘家滩 14#点”工程电梯采购合同》,销售小机房乘客电梯 26 台，合同总价 672.8 万元。

抵债房产坐落于甘肃省兰州市城关区，建筑面积 465.09 ㎡，抵款金额 582.29 万元，单价 12,520 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2017-2018 年期间，抵债行为发生时间为 2018 年 12 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 15,618 元/㎡，房屋价值未跌价。

③湖州汇德置业有限公司，本公司于 2015 年 11 月与其签订《电（扶）梯设备买卖合同》，销售自动扶梯、乘客电梯、自动人行道等 28 台，合同总价为 550.62 万元。

签订原始交易合同时，双方即约定以房产抵付部分设备款，入账时间为 2017 年 6 月，销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2017-2019 年期间。抵债房产坐落于浙江省湖州市织里镇，建筑面积 368.80 ㎡，抵款金额 496.52 万元，单价 13,463 元/㎡，经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 14,139 元/㎡，房屋价值未跌价。

④新疆缔森地产开发有限公司，本公司于 2016 年 6 月与其签订《君悦海棠-

海棠公馆供货合同》，销售乘客电梯 49 台，合同总价为 729.65 万元。

抵债房产坐落于新疆省昌吉回族自治州昌吉市，建筑面积 1,491.19 ㎡，抵款金额 567.31 万元，单价 3,804 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间确认在 2016 年期间，抵债行为发生时间为 2018 年 12 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 6,011 元/㎡，房屋价值未跌价。

⑤北京九方基业机电工程有限公司，本公司于 2009 年至 2013 年期间与其签订多个《电梯采购合同》，共计销售乘客电梯 129 台，合同总价 2,028.73 万元。

抵债房产坐落于内蒙古呼和浩特市赛罕区，建筑面积 633.45 ㎡，抵款金额 418.07 万元，单价 6,600 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2009-2015 年期间，抵债行为发生时间为 2017 年 7 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 10,384 元/㎡，房屋价值未跌价。

⑥山西森赫电梯销售有限公司，本公司于 2013 年至 2016 间与其签订 4 个《电梯采购合同》，合计销售乘客电梯 136 台，合同总价 1,091.36 万元。

抵债房产坐落于山西省运城市空港经济开发区，建筑面积 1,020.60 ㎡，抵款金额 370.36 万元，单价 3,628 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2013-2018 年期间，抵债行为发生时间为 2018 年 12 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 5,700 元/㎡，房屋价值未跌价。

⑦西安黄海房地产开发有限公司，本公司于 2009 年至 2011 年期间与其签订 2 个《电梯设备销售合同》，合计销售乘客电梯 151 台，合同总价 3,052.95 万元。

抵债房产坐落于陕西省西安市灞桥区，建筑面积 198.72 ㎡，抵款金额 130.55 万元，单价 6,569 元/㎡，原始交易合同销售收入按验收报告取得时间分别确认在 2012-2017 年期间，抵债行为发生时间为 2018 年 7 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 12,000 元/㎡，房屋价值未跌价。

⑧鄂尔多斯市华研房地产开发有限责任公司于 2011 年和 2016 年与发行人共签订了 2 份《电梯采购合同》，销售乘客电梯、自动扶梯、货梯共 34 台，合同总价 520.41 万元。

抵债房产坐落于内蒙古鄂尔多斯市东胜区，建筑面积 242.02 ㎡，抵款金额

473.43 万元，抵款单价 19,561 元/㎡；经审核，该应收款在房产抵债入账时存在减值迹象，本公司以减值后金额 118.98 万元入账，入账单价为 4,916 元/㎡。原始交易合同销售收入按验收报告取得时间,确认在 2011 年，抵债行为发生时间为 2016 年 12 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 7,400 元/㎡，房屋价值未跌价。

⑨大同市森赫电梯有限公司，本公司于 2013 年间与大同市森赫电梯有限公司签订《电梯设备销售合同》，向其销售乘客电梯 51 台，合同总价 739.02 万元。同时，大同森赫法定代表人李涛对前述九方基业的债务承担连带责任保证，因此李涛将大同市宏洋房地产开发有限公司开发的商铺作为抵债房产抵顶欠款，发行人与该开发商没有业务合作关系，只与其签订了抵债房产的商品房买卖合同。

抵债房产坐落于山西省大同市清远西街，建筑面积 254.31 ㎡，抵款金额 330.60 万元，单价 13,000 元/㎡，原始交易合同销售收入确认在 2013 年期间，抵债行为发生时间为 2017 年 7 月。经安居客网查询，该区域目前房屋均价为 15,000 元/㎡，房屋价值未跌价。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（3）投资性房地产”中进行了补充披露：

公司以房抵债涉及的债权债务情况真实，公司已履行相关内部决策程序，以房抵债行为不涉及与关联方的资金、业务往来或其他利益安排。同时，抵债房产作价公允，与当地房地产交易价格不存在重大差异，不存在利益输送等情形。

（四）补充披露部分以房抵债的房屋未达到房屋产权证办理条件的具体原因，是否存在权属纠纷或潜在纠纷，是否影响发行人出售等，如是，是否存在导致发行人以房抵债目的不能实现的风险；

截至本问询函回复之日，本公司现有抵债房产中，大同市清远西街宏洋美第 12 号楼 8 号商铺已开发封顶完毕，双方已签订房地产买卖合同，但尚有销售证照处于办理过程中，尚未办理网签备案，本公司将其计入其他非流动资产核算；其余抵债房产均已办理产权证书或网签备案手续。

本公司抵债房产均已签署房地产买卖合同，对价交付完毕；除一处房产外，其余抵债房产已取得权属证书或办理网签备案。本公司抵债房产不存在权属纠纷或潜在纠纷，不影响以房抵债目的的实现，不影响本公司出售。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（8）其他非流动资产”中进行了补充披露：

大同市清远西街宏洋美第 12 号楼 8 号商铺已开发封顶完毕 ，双方已签订房地产买卖合同，但尚有销售证照处于办理过程中，尚未办理网签备案，公司将其计入其他非流动资产核算。

（五）补充披露以房抵债的主要客户情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务等；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（3）投资性房地产”中进行了补充披露：

根据国家企业信用信息公示系统查询，以房抵债客户的基本情况如下：

名称	成立时间	注册资本（万元）	股权结构	主营业务
兰州华夏房地产有限公司	2009-12-18	40,000	甘肃陇原实业集团股份有限公司 92.5% 崔小琴 7.5%	房地产开发
兰州海鸿房地产有限公司	2000-08-25	4,500	段鸿奇 44.44% 兰州荣华商厦有限公司 33.33% 段鸿伟 22.22%	房地产开发
湖州汇德置业有限公司	2009-12-09	8,280	李阿四 51% 李建根 32% 黄建平 10% 沈海生 7%	房地产开发
新疆绵森地产开发有限公司	2000-11-01	8,000	新疆西域实业集团有限公司 100%	房地产开发
北京九方基业机电工程有限公司	2005-05-27	1,080	张建华 50% 朱方伍 45.37% 张生玘 4.63&	电梯、空调及零配件的销售
大同市宏洋房地产开发有限公司	2004-04-27	9,901	中国农发重点建设基金有限公司 79.54% 李锦洪 19.94% 李向辉 0.53%	房地产开发

名称	成立时间	注册资本（万元）	股权结构	主营业务
山西森赫电梯销售有限公司	2012-05-29	200	王桂芳 80% 樊安国 20%	电梯及零配件的销售
西安黄海房地产开发有限公司	2005-12-14	5,100	刘磊平 54.1% 武秋琴 45.9%	房地产开发
鄂尔多斯市华研房地产开发有限责任公司	2004-07-23	10,000	鄂尔多斯市华研投资集团有限责任公司 100%	房地产开发

公司与上述以房抵债客户均没有关联关系，双方合作情况如下：

①兰州华夏房地产有限公司，2012 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作，为体现公司合作诚意，所以在第一个合同中同意甲方的抵房条款。

②兰州海鸿房地产有限公司，2010 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作。

③湖州汇德置业有限公司，2015 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作，合作项目为湖州市吴兴区织里镇一项主要商业大楼。

④新疆缔森地产开发有限公司，2013 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作。

⑤北京九方基业机电工程有限公司，2008 年与公司开始首次合作。

⑥大同市宏洋房地产开发有限公司，本公司与该房地产开发公司无业务合作，大同市森赫电梯有限公司是公司的欠款方，也是本公司的电梯销售代理商，公司授权其名称可以使用“森赫”字样，与公司没有关联关系，其约定将该公司开发的一套商铺作为抵债房产抵顶欠款，公司与该公司签订了房地产买卖合同。

⑦山西森赫电梯销售有限公司，是本公司的电梯销售代理商，公司授权其名称可以使用“森赫”字样，与公司没有关联关系；2009 年山西森赫股东通过山西三源电梯销售有限公司与公司开始首次合作。

⑧西安黄海房地产开发有限公司，2011 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作。

⑨鄂尔多斯市华研房地产开发有限责任公司，2011 年公司通过代理商介绍，与该房地产开发公司首次合作。

（六）补充披露以房抵债相关的会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（2）投资性房地产”中进行了补充披露：

本公司依据《企业会计准则第 3 号-投资性房地产》定义，投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产；投资性房地产应当能够单独计量和出售。公司取得的抵债房产以对外出售，增加企业现金流为目的，没有自用行为，报告期内持续存在抵债房产的对外出售情形，本公司将抵债房产划分为投资性房地产符合持有目的和定义。

该等投资性房地产的入账时点为抵债欠款方签署以房抵债协议的时点，符合会计原则上的权责发生制。

公司在与客户签订《债务和解协议书》及《商品房买卖合同》后，判断商品房买卖合同价款是否公允，对于价格公允的商品房买卖合同，以签订的商品房买卖合同价款作为放弃债权的公允价值，作为投资性房地产的入账价值；对于签订的房屋买卖合同价款明显有失公允的情况，以该处房产的公允价值作为放弃债权的公允价值，作为投资性房地产的入账价值，放弃债权的公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。公司相关处理符合《企业会计准则第 12 号-债务重组》和《企业会计准则第 3 号-投资性房地产》的相关规定。

依据《企业会计准则第 3 号-投资性房地产》第九条和第十条，企业应当在资产负债表日采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，但有确凿证据表明投资性房地产的公允价值能够持续可靠取得的，可以对投资性房地产采用公允价值模式进行后续计量。由于公司对该等投资性房地产的公允价值持续可靠取得存在难度，故公司采用成本法进行后续计量。

依据《企业会计准则第 3 号-投资性房地产》第九条，采用成本模式计量的建筑物的后续计量，适用《企业会计准则第 4 号——固定资产》。故公司依据本

公司对房屋建筑物固定资产的折旧方式（直线法）以及折旧年限 50 年（600 月）对该等投资性房地产进行后续计量。

综上，公司对该等投资性房地产的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（七）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）查阅发行人以房抵债项目的原始交易合同和房地产买卖合同，判断以房抵债的商业合理性；

（2）访谈发行人相关业务人员，了解以房抵债项目的产生原因、房屋产权证书的办理情况和预计用途、发行人与以房抵债客户的合作关系等信息；

（3）查阅相关抵债房产的产权证书；

（4）查阅公司相关会议记录及决议，了解发行人履行的内部决策程序；

（5）通过二手房交易平台查询公司各抵债房产所在区域的房屋平均售价，判断抵债房产价值是否公允，是否存在跌价迹象；

（6）查询中国裁判文书网、全国法院失信被执行人名单、国家企业信用信息公示系统等网站的有关信息，核实发行人是否存在与以房抵债相关的权属纠纷；

（7）通过国家企业信用信息公示系统查询以房抵债的主要客户情况、成立时间、注册资本、股权结构等；

（8）了解发行人以房抵债相关的会计处理，判断其是否符合《企业会计准则》的规定。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

（1）发行人的以房抵债情形有利于减少应收账款坏账风险，具有商业合理性，相关商品房买卖协议均为双方真实意思表示，除大同市清远西街宏洋美第 12 号楼 8 号商铺外，其他以房抵债房产均在房地产管理部门办理了网签备案手续，协议签订后双方不存在相关纠纷和诉讼情形，不存在法律风险；

（2）发行人以房抵债事项均按公司内部决策程序实施，具备原始电梯设备交

易合同、以房抵债协议及房地产买卖协议，不涉及与关联方的资金、业务往来或其他利益安排，以房抵债作价公允，不存在利益输送等情形；

（3）发行人抵债房产不存在权属纠纷或潜在纠纷，不存在导致发行人以房抵债目的不能实现的风险；

（4）以房抵债客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属之间不存在关联关系；

（5）发行人对抵债房产的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

问题 14. 关于所得税优惠

发行人于 2017 年 11 月 13 日有效期为 3 年的《高新技术企业证书》，发行人在报告期内享受企业所得税按 15%的税率征收的优惠政策。

请发行人补充披露：

（1）发行人是否按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第七十三条的规定，披露报告期内每期税收优惠占税前利润的比例、并对发行人是否对税收优惠存在严重依赖、未来税收优惠的可持续性等进行分析，如否，请按上述准则的要求进行补充披露；

（2）《高新技术企业证书》即将到期，是否已经办理续期，是否存在不能续期风险，如果不能续期对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 14 的回复

（一）发行人是否按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》第七十三条的规定，披露报告期内每期税收优惠占税前利润的比例、并对发行人是否对税收优惠存在严重依赖、未来税收优惠的可持续性等进行分析，如否，请按上述准则的要求进行补充披露；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、税项”之“（二）报告期税收优惠政策及批文”中进行了补充披露：

公司报告期内的税收优惠情况如下：

单位：万元，%

年度	税收优惠金额	税前利润（利润总额）	占税前利润的比例
2020 年 1-6 月	264.85	2,610.84	10.14
2019 年度	625.30	6,264.00	9.98
2018 年度	408.00	5,544.61	7.36
2017 年度	619.37	7,227.96	8.57

注：税收优惠金额取自公司所得税纳税申报表

公司所得税优惠主要系高新技术企业所得税优惠、研发费用加计扣除及子公司自 2019 年起作为小微企业享受的普惠性税收减免政策影响，报告期内享受的税收优惠分别为 619.37 万元、408.00 万元、625.30 万元和 264.85 万元，占各期税前利润的比例分别为 8.57%、7.36%、9.98%和 10.14%，公司对税收优惠不存在严重依赖。

高新技术企业所得税系国家对高新技术企业的鼓励政策，未来若发行人及子公司不符合高新技术企业的条件，将不能再享受该政策。

（二）《高新技术企业证书》即将到期，是否已经办理续期，是否存在不能续期风险，如果不能续期对发行人经营业绩的影响。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、税项”之“（二）报告期税收优惠政策及批文”中进行了补充披露：

根据《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，公司高新技术企业资质将于 2020 年 11 月到期，公司已于 2020 年 7 月提交高新技术企业复审材料。发行人有关高新技术企业认定标准的符合情况如下：

序号	高新技术企业认定条件	符合认定条件情况
1	企业申请认定时须注册成立一年以上	符合，森赫电梯成立于 2012 年 7 月，存续期已达一年以上。
2	企业通过自主研发、受让受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	符合，森赫电梯拥有多项商标、专利、软件著作权等知识产权，能够对主要服务在技术上发挥核心支持作用。
3	对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	符合，森赫电梯主要技术领域为先进制造与自动化，属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围。
4	企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	符合，截至 2019 年末，森赫电梯从事研发和相关技术创新活动的研发人员占企业职工总数的比例为不低于 10%。

5	企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：1.最近一年销售收入小于5,000万元（含）的企业，比例不低于5%；2.最近一年销售收入在5,000万元至2亿元（含）的企业，比例不低于4%；3.最近一年销售收入在2亿元以上的企业，比例不低于3%。其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于60%	符合，根据审计报告，森赫电梯近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例不低于3%。；企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于60%。
6	近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于60%	符合，最近一年（2019年）高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于60%。
7	企业创新能力评价应达到相应要求	符合，森赫电梯具有自主创新能力，在知识产权、科技成果转化能力、研究开发与技术创新组织管理水平、管理与科技人员等方面均能够达到企业创新能力评价应达到的要求。
8	企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	符合，森赫电梯设立以来未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为。

综上，公司符合高新技术企业认定条件，高新技术企业证书续期不存在实质障碍，不能续期风险较小。若公司不能通过高新技术企业复审，或者国家实行新的税收政策，或者高新技术企业的优惠税收政策发生变化，将会对公司净利润产生一定的影响。

经核查，保荐机构认为：发行人获得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》规定，报告期内因此享受的优惠政策符合规定，税收优惠占净利润的比例较小，发行人不存在对该项税收优惠严重依赖。发行人相关优惠政策适用符合相关法律、法规的规定。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内的税收优惠主要系高新技术企业所得税优惠，发行人对该优惠不存在严重依赖；发行人已于2020年7月提交高新技术企业复审材料，根据高新技术企业认定要求，未见影响发行人获得高新技术企业认定的情况。

问题 15. 关于尚未了结或执行完毕的诉讼

发行人在招股说明书中披露了 5 起发行人及其子公司案件标的在 100 万元以上尚未了结或执行完毕的诉讼案件情况。

请发行人补充披露上述尚未了结或执行完毕的诉讼案件的最新进展情况，发行人及子公司是否涉及新的重大诉讼、仲裁案件。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

问题 15 的回复

（一）请发行人补充披露上述尚未了结或执行完毕的诉讼案件的最新进展情况，发行人及子公司是否涉及新的重大诉讼、仲裁案件

针对招股说明书中披露的“发行人与山东如意毛纺集团有限责任公司承揽合同纠纷案”，2020 年 9 月 18 日，发行人收到执行款 4,513,802 元（含 2019 鲁 0811 民初 9154 号调解书诉讼费 21,504 元），该案已执行完毕。

针对新增重大诉讼案件，以下内容已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼及仲裁事项”之“（一）公司诉讼或仲裁事项”进行了补充披露：

4、发行人就与吉林省山河房地产开发有限责任公司等承揽合同纠纷案

2020 年 5 月 21 日，发行人就其与吉林省山河房地产开发有限责任公司（以下简称“山河房地产”）、抚松县天池圣景房地产开发有限公司（以下简称“天池圣景”）、吉林省粟峰电梯有限公司（以下简称“粟峰电梯”）、牟忠岩承揽合同纠纷事宜，向南浔法院提起诉讼，请求判令上述各方支付电梯货款 1,354,900 元及逾期滞纳金 38,211 元，并请求天池圣景、粟峰电梯、牟忠岩承担连带清偿责任。

2020 年 6 月 1 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 1662 号《受理案件通知书》。

2020 年 7 月 20 日，经南浔法院主持调解，双方达成调解协议，约定山河房地产需支付所欠公司货款及逾期滞纳金合计 1,354,900 元，分四期履行：第一期于 2020 年 7 月 27 日前支付 300,000 元；第二期于 2020 年 9 月 30 日前支付

300,000 元；第三期于 2020 年 10 月 30 日前支付 377,450 元；第四期于 2020 年 11 月 30 日前支付 377,450 元。若山河房地产未按约定履行任何一笔给付义务，山河房地产需另行支付公司违约金 50,000 元，天池圣景、粟峰电梯对山河房地产的付款义务承担连带清偿责任。南浔法院就前述解调协议予以确认，并出具了（2020）浙 0503 民初 1662 号《民事调解书》。

截至本招股说明书签署日，公司已收到天池圣景支付的第一至三期款项。

5、发行人与沪州市正黄置业有限公司承揽合同纠纷案

2020 年 9 月 11 日，发行人就与沪州市正黄置业有限公司（以下简称“正黄置业”）承揽合同纠纷事宜，向南浔法院提起诉讼，请求判令正黄置业支付电梯货款 1,371,566.7 元、逾期违约金 59,022 元、退还履约保证金 5 万元及利息。目前该案尚在审理过程中。

6、发行人与台江县扶贫开发投资集团有限责任公司承揽合同纠纷案

2020 年 9 月 21 日，发行人就与台江县扶贫开发投资集团有限责任公司（以下简称“台江投资集团”）承揽合同纠纷事宜，向南浔区人民法院提起诉讼，请求判令台江投资集团支付合同价款 5,633,200 元、逾期利息 135,549 元。

2020 年 9 月 23 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 3143 号《受理案件通知书》。目前该案尚在审理过程中。

7、发行人与南部县房地产管理局承揽合同纠纷案

2020 年 9 月 30 日，发行人就与南部县房地产管理局（以下简称“南部县房管局”）承揽合同纠纷事宜，向南浔区人民法院提起诉讼，请求判令南部县房管局支付电梯合同款 1,811,400 元，并支付逾期付款违约金 463,487 元。

2020 年 10 月 16 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 3384 号《受理案件通知书》。目前该案尚在审理过程中。

除上述回复及补充披露的内容外，公司及子公司目前其他尚未了结或执行完毕且标的金额在 100 万元以上的诉讼、仲裁案件无变化，未涉及其他新的重大诉讼、仲裁案件。

（二）中介机构的核查情况

1、核查过程

查阅发行人及其子公司报告期内的诉讼台账、营业外支出明细、相关裁判文书、起诉状等文件；取得相关案件款项的打款凭证；查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站信息；访谈发行人法务部经理，核查发行人重大诉讼的进展情况以及是否存在新增重大诉讼或仲裁案件。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

除上述回复及招股说明书补充披露的内容外，发行人及其子公司目前其他尚未了结或执行完毕且标的金额在 100 万元以上的诉讼、仲裁案件无变化，也未涉及新的重大诉讼、仲裁案件。

问题 16. 关于客户

招股说明书披露，报告期内，发行人前五大客户销售收入占比分别为 16.63%、15.32%、14.17%，外销收入占比分别为 22.79%、26.02%、19.82%。

请发行人：

（1）按照直销和经销、内销和外销分别披露报告期各期前五大客户的情况，包括名称、成立时间、注册资本、实际控制人、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务、主要经营和财务状况，以及销售内容、销售金额及占发行人当期营业收入比重、销售金额占该客户当期营业收入比重（单独列表汇总报告期内该比例超过 20%以上的情形并分析占比较高的原因）、是否与客户业务规模及经营和财务状况相匹配、前五大客户各期变动的合理性，若存在新增客户，补充披露具体原因；

（2）披露上述客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形，如是，补充披露原因及合理性；

（3）补充披露对主要客户的具体定价方法和依据，并结合市场价格及其波动趋势，披露报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允、同类产品向不同客户销售价格的差异以及原因；

（4）补充披露报告期内主要客户的毛利率情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性；

（5）补充披露报告期各期外销收入的国家分布情况，外销客户的开拓方式，产品类别、定价政策、结算方式、信用期限与国内客户是否存在差异；

（6）补充披露报告期内客户与供应商重叠的具体情形，相关客户或供应商基本情况，发行人对其采购、销售产品的类型、金额和占比，合作模式和定价依据、是否公允，发行人向其同时销售和采购的必要性和合理性，是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 16 的回复：

（一）按照直销和经销、内销和外销分别披露报告期各期前五大客户的情况，包括名称、成立时间、注册资本、实际控制人、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务、主要经营和财务状况，以及销售内容、销售金额及占发行人当期营业收入比重、销售金额占该客户当期营业收入比重（单独列表汇总报告期内该比例超过 20%以上的情形并分析占比较高的原因）、是否与客户业务规模及经营和财务状况相匹配、前五大客户各期变动的合理性，若存在新增客户，补充披露具体原因

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”进行了补充披露：

2、发行人经销前五大客户情况

报告期内，发行人经销前五大客户及其营业收入占比情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售额	占比
2020年1-6月	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,043.40	5.69
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	727.35	3.96
	3	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	503.47	2.74
	4	000"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	329.86	1.80
	5	河南隆之腾实业有限公司	321.00	1.75
	合计		2,925.07	15.94
2019年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,671.84	3.31
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,494.69	2.96
	3	000"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	956.83	1.90
	4	云南富佳电梯有限公司	751.59	1.49
	5	安徽森赫电梯设备有限公司	708.19	1.40
	合计		5,583.14	11.06
2018年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	2,572.00	5.64
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	864.03	1.89
	3	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	595.10	1.31

年度	序号	客户名称	销售额	占比
	4	呼和浩特市康尼电梯有限公司	560.89	1.23
	5	山西莱茵电梯设备有限公司	509.24	1.12
	合计		5,101.26	11.19
2017年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	3,806.80	6.53
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,548.80	2.66
	3	上海华申进出口有限公司	770.26	1.32
	4	河北森赫电梯有限公司	759.40	1.30
	5	山西森赫电梯销售有限公司	738.85	1.27
	合计		7,624.10	13.08

3、发行人直销前五大客户情况

报告期内，发行人直销前五大客户及其营业收入占比情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售额	占比
2020年1-6月	1	中国人民解放军成都军区总医院	703.65	3.84
	2	商丘交运集团安运置业有限公司	697.40	3.80
	3	中国五冶集团有限公司	407.86	2.22
	4	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司	353.10	1.92
	5	安顺市西秀区物资供应有限公司	338.98	1.85
	合计		2,500.99	13.63
2019年度	1	天津京铁房地产开发有限公司	2,277.39	4.51
	2	徐州安泰顺房地产开发有限公司	550.57	1.09
	3	河南省智杰置业集团有限公司	533.79	1.06
	4	周口星河置业有限公司	494.00	0.98
	5	新疆天宁金一房地产开发有限公司	397.06	0.79
	合计		4,252.82	8.42
2018年度	1	Ingenierｉa Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	1,632.83	3.58
	2	绵阳新兴投资控股有限公司	1,099.70	2.41
	3	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	794.24	1.74
	4	中建四局第三建筑工程有限公司	653.52	1.43
	5	聊城经开置业有限公司	626.64	1.37

	合计		4,806.92	10.54
2017年度	1	哈尔滨大发房地产开发有限公司	2,034.68	3.49
	2	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	1,194.49	2.05
	3	河南展宇置业有限公司	1,108.49	1.90
	4	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	1,029.46	1.77
	5	蒙城县龙佳置业有限公司	1,009.34	1.73
	合计		6,376.46	10.94

4、发行人内销前五大客户情况

报告期内，发行人内销前五大客户及其营业收入占比情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售额	占比
2020年1-6月	1	中国人民解放军成都军区总医院	703.65	3.84
	2	商丘交运集团安运置业有限公司	697.40	3.80
	3	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	503.47	2.74
	4	中国五冶集团有限公司	407.86	2.22
	5	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司	353.10	1.92
	合计		2,665.48	14.53
2019年度	1	天津京铁房地产开发有限公司	2,277.39	4.51
	2	云南富佳电梯有限公司	751.59	1.49
	3	安徽森赫电梯设备有限公司	708.19	1.40
	4	太原市联诺电梯有限公司	622.00	1.23
	5	新疆鑫德曼电梯有限公司	580.89	1.15
	合计		4,940.07	9.79
2018年度	1	绵阳新兴投资控股有限公司	1,099.70	2.41
	2	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	794.24	1.74
	3	中建四局第三建筑工程有限公司	653.52	1.43
	4	聊城经开置业有限公司	626.64	1.37
	5	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司	614.91	1.35
	合计		3,789.00	8.31
2017年度	1	哈尔滨大发房地产开发有限公司	2,034.68	3.49
	2	河南展宇置业有限公司	1,108.49	1.90

	3	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	1,029.46	1.77
	4	蒙城县龙佳置业有限公司	1,009.34	1.73
	5	石河子市泰安建筑工程有限公司	873.12	1.50
	合计		6,055.08	10.39

5、发行人外销前五大客户情况

报告期内，发行人外销前五大客户及其营业收入占比情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售额	占比
2020年1-6月	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1043.40	5.69
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	727.35	3.96
	3	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	329.86	1.80
	4	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	197.86	1.08
	5	Qaiwan Group（伊拉克柴湾集团）	166.86	0.91
	合计		2,465.33	13.44
2019年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,671.84	3.31
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,494.69	2.96
	3	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	956.83	1.90
	4	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	441.81	0.88
	5	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	348.98	0.69
	合计		4,914.15	9.73
2018年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	2,572.00	5.64
	2	Ingenierｉa Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	1,632.83	3.58
	3	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	864.03	1.89
	4	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	595.10	1.31
	5	LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）	550.96	1.21
	合计		6,214.91	13.63
2017年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	3,806.80	6.53
	2	National Engineering For Elevators &	1,548.80	2.66

		Escalators（科威特奈新电梯公司）		
	3	Ingenier｛a Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	1,194.49	2.05
	4	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	714.97	1.23
	5	000"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	396.89	0.68
	合计		7,661.94	13.14

6、发行人主要客户基本信息

报告期内，发行人直销、经销、内销、外销前五大客户基本信息、合作历史等情况如下：

序号	客户名称	客户性质	成立年份	注册资本	股权结构	主要经营范围	合作起始年份	占该客户当期营业收入比重
1	周口星河置业有限公司	直销	2007 年	800 万元	周口市城乡开发投资有限公司持股 100%	房地产开发与经营	2018 年	无公开数据
2	中建四局第三建筑工程有限公司	直销	1989 年	100,000 万元	中国建筑第四工程局有限公司持股比例 100%	大型建筑工程施工总承包	2018 年	无公开数据
3	中国五冶集团有限公司	直销	1980 年	300,417.82 万元	中国冶金科工股份有限公司持股 98.58%、上海富锦工业发展公司持股 0.47%、上海泛邦家事通投资有限公司持股 0.95%	大型建筑工程施工总承包	2019 年	不足 0.10%
4	中国人民解放军成都军区总医院	直销	-	-	-	医院	2017 年	无公开数据
5	云南富佳电梯有限公司	经销	2007 年	1,000 万元	蒋金其持股比例 100%	电梯及配件的销售与安装维保	2013 年	无公开数据
6	徐州安泰顺房地产开发有限公司	直销	2007 年	6,000 万元	褚萍持股比例 49.1667%、刘军持股比例 20%、张冬华持股比例 17.50%、房雪峻持股比例 10.8333%、杨军持股比例 2.50%	房地产开发与经营	2017 年	无公开数据
7	新疆鑫德曼电梯有限公司	经销	2015 年	500 万元	王重贺持股比例 55.50%、石振磊持股比例 19.50%、高磊持股比例 12.50%	电梯及配件的销售与安装维保	2019 年	无公开数据
8	新疆天宁金一房地产开发有限公司	直销	2013 年	1,000 万元	石河子市天富智盛股权投资有限公司持股比例 100%	房地产开发与经营	2018 年	无公开数据
9	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司	直销	2001 年	21,600 万元	新疆生产建设兵团建设工程（集团）有限责任公司持股比例 100%	大型建筑工程施工总承包	2012 年	无公开数据

序号	客户名称	客户性质	成立年份	注册资本	股权结构	主要经营范围	合作起始年份	占该客户当期营业收入比重
10	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司	直销	2015 年	5,000 万元	徐杨持股 40%、胡强持股 30%、李再近持股 30%	房地产开发与经营	2016 年	无公开数据
11	天津京铁房地产开发有限公司	直销	1992 年	18,565 万元	中国铁路北京局集团有限公司持股比例 100%	房地产开发与经营	2014 年	无公开数据
12	太原市联诺电梯有限公司	经销	2006 年	1,000 万元	王介忠持股 90%、王涛持股 10%	电梯及配件的销售与安装维保	2009 年	无公开数据
13	石河子市泰安建筑工程有限公司	直销	1997 年	6,090 万元	石河子城市建设投资集团有限公司持股 100%	大型建筑工程施工总承包	2014 年	无公开数据
14	上海华申进出口有限公司	经销	1999 年	13,800 万元	上海纺织（集团）有限公司持股 100%	进出口贸易	2015 年	不足 1%
15	商丘交运集团安运置业有限公司	直销	2017 年	2,000 万元	商丘市中安置业有限公司持股 75%、商丘交通运输集团有限公司持股 25%	房地产开发与经营	2019 年	无公开数据
16	山西森赫电梯销售有限公司	经销	2012 年	200 万元	王桂芳持股比例 80%、樊安国持股比例 20%	电梯及配件的销售	2012 年	70%-80%
17	山西莱茵电梯设备有限公司	经销	1998 年	666 万元	景晋明持股比例 100%	电梯及配件的销售	2008 年	60%-70%
18	绵阳新兴投资控股有限公司	直销	2010 年	19,167 万元	绵阳高新区管委会持股占比 100%	高新技术产业、工业投资	2017 年	无公开数据
19	蒙城县龙佳置业有限公司	直销	2014 年	5,000 万元	孙书华持股比例 75%、李凯持股比例 25%	房地产开发与经营	2016 年	无公开数据
20	聊城经开置业有限公司	直销	2008 年	20,620 万元	聊城市兴业经济开发有限公司持股比例 100%	房地产开发与经营	2018 年	无公开数据
21	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	直销	2013 年	51,300 万元	金乡城建投资运营集团有限公司持股比例 87.7193%、国开发展基金有限公司持股比例	新农村（小城镇）住房建设改造等	2016 年	无公开数据

序号	客户名称	客户性质	成立年份	注册资本	股权结构	主要经营范围	合作起始年份	占该客户当期营业收入比重
					12.2807%			
22	呼和浩特市康尼电梯有限公司	经销	2013 年	1,000 万元	赵利强持股比例 70%、班连连持股比例 30%	电梯及配件的销售与安装维保	2016 年	30%-35%
23	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	直销	2005 年	35,000 万元	珠晖区财政局持股比例 67.1429%、中国农发重点建设基金有限公司 32.8571%	经营政府授权的国有资产，履行投资主体职能	2017 年	无公开数据
24	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	经销	2009 年	2,041 万元	东益建设集团有限公司持股 53.45%、杨涛持股 46.55%	电梯及配件的销售与安装维保	2017 年	无公开数据
25	河南展宇置业有限公司	直销	2012 年	20,000 万元	河南正商置业有限公司持股比例 70%、河南上林置业有限公司持股比例 30%	房地产开发与经营	2015 年	无公开数据
26	河南省智杰置业集团有限公司	直销	2006 年	20,000 万元	于俊义持股比例 90.2525%、孟海霞持股比例 9.7475%	房地产开发与经营	2017 年	无公开数据
27	河南隆之腾实业有限公司	经销	2016 年	1,600 万元	刘晓刚持股 25%、陈世栋持股 25%、韩双彦持股 25%、尚红勇持股 25%	机电设备销售及安装工程施工	2017 年	无公开数据
28	河北森赫电梯有限公司	经销	2010 年	300 万元	李晓东持股比例 70%、李建卫持股比例 30%	电梯及配件的销售与安装维保	2010 年	25%-30%
29	哈尔滨大发房地产开发有限公司	直销	2012 年	5,000 万元	林忠福持股比例 98.20%、王文英持股比例 1.80%	房地产开发与经营	2014 年	无公开数据
30	安顺市西秀区物资供应有限公司	直销	2016 年	10,000 万元	安顺市西秀区工业投资（集团）有限公司持股 100%	钢材、水泥、混凝土、砂石、木材等销售	2018 年	无公开数据
31	安徽森赫电梯设备有限公司	经销	2012 年	1,008 万元	陈晓燕持股比例 60%、汪汇东持股比例 40%	电梯及配件的销售与安装维保	2012 年	20%-30%
32	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普	经销	2015 年	80 万迪拉姆	SANTHOSH KUMAR 持股 30%，DIVYA RAJESH K M BALAN 持股 10%，	电梯及配件的销售与安装维保	2016 年	无公开数据

序号	客户名称	客户性质	成立年份	注册资本	股权结构	主要经营范围	合作起始年份	占该客户当期营业收入比重
	电梯公司）				PRAVEEN DSOUZA HENRY DSOUZA 持股 9%，ABUBAKAR AHMEDMOHAMED HASSAN ABDALLA 持股 51%			
33	Qaiwan Group（伊拉克柴湾集团）	经销	2001 年	250 万美元	Towfek Tayeb Hasan 持股 40%，Saad Tayeb Hasan 持股 30%，Fakhir Tayeb Hasan 持股 30%	建筑工程、教育、医疗以及一般贸易	2019 年	无公开数据
34	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	经销	1983 年	1,007.50 万塔卡	Maj. Gen. Amjad Khan Chowdhury 持股 58.06%、Ahsan Khan Chowdhury 持股 30.27%	电梯及配件的销售与安装维保	2008 年	约 15%
35	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	经销	2005 年	1 万卢布	Nikolaev Sergey 持股 50%、Aleksandra Nikolaev 持股 50%	电梯及配件的销售与安装维保	2011 年	约 45%
36	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	经销	2000 年	20 万科威特第纳尔	Al Jeri Heritage 持股 90%、Maher Hamad 持股 10%	电梯及配件的销售与安装维保	2008 年	25%-30%
37	LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）	直销	2018 年	-	-	主要承接乌兹别克斯坦政府建筑项目	2018 年	无公开数据
38	Ingenierｆa Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	直销	2007 年	5 万墨西哥比索	-	主要从事非住宅建筑的总承包	2017 年	无公开数据
39	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	经销	2004 年	2,500 美元	Juan 持股 60%，Fernando 持股 40%	电梯及配件的销售与安装维保	2016 年	无公开数据
40	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	经销	2007 年	500 万马来西亚林吉特	Khoo Kim Soon 持股 30%、Lim Kek Pong 持股 30%、Ooi Chee Yang 持股 30%、Leong Jit Yuen 持股 10%	电梯及配件的销售与安装维保	2018 年	无公开数据

注：财务数据来自客户访谈或公开信息披露。

报告期内，发行人主要境外客户的注册地如下：

序号	客户名称	注册地
1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国达卡市 1212 区中巴达普罗格尼萨拉尼 105 号普朗中心
2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特科威特市哈瓦里市突尼斯街图肯街一楼 1-4 号
3	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	俄罗斯新西伯利亚区西伯利亚市尼科娃街 202/48
4	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	阿联酋迪拜德拉库雅思工业区 4 号 705 室
5	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	墨西哥城库奥特莫克里约密西西比街 49 号 6-7 楼
6	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	墨西哥城维尔韦迪杜克皮埃达圣安妮塔 144 号
7	LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）	乌兹别克斯坦塔什干奇龙佐区首尔街 16 号
8	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	马来西亚雪兰莪蕉赖达拉然嘉兰 C180/1，F-3A-13A
9	Qaiwan Group（伊拉克柴湾集团公司）	伊拉克库尔德斯坦苏莱曼尼亚萨利姆街苏莱曼尼亚购物中心大楼 3 楼

7、发行人前五大客户各期变动的合理性分析

报告期内，公司各期国内外经销前五大客户保持稳定，且均为长期合作经销商。受当年下游客户订单影响，前五大客户的排名产生波动，符合电梯行业实际情况。公司国内外经销前五大客户变动合理，不存在新增经销客户。

报告期内，公司各期国内外直销前五大客户差异较大。主要原因为：公司直销客户通常为房地产开发企业、工程单位及企事业单位，公司主要以单个房地产开发项目、商业地产项目等为核心与客户进行业务合作，业务持续性不强，故各期国内外直销前五大客户变动较大。

8、报告期内销售金额占该客户当期营业收入比重超过 20%以上的情形

报告期内，存在部分客户销售金额占该客户当期营业收入比重超过 20%的情形，具体情况如下：

客户名称	客户性质	地区	占比
National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	经销	境外	25%-30%
OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	经销	境外	约 45%

安徽森赫电梯设备有限公司	经销	境内	20%-30%
呼和浩特市康尼电梯有限公司	经销	境内	30%-35%
山西莱茵电梯设备有限公司	经销	境内	60%-70%
河北森赫电梯有限公司	经销	境内	25%-30%
山西森赫电梯销售有限公司	经销	境内	70%-80%

如上表所示，报告期内单个客户销售金额占该客户当期营业收入比重超过20%的情形主要来自于公司经销商客户。其主要原因为：电梯经销商经过对产品品质、品牌知名度、客户需求的综合评估后，一般会选取 2-3 个电梯品牌作为其主要代理品牌，单个品牌采购额占其营业收入比例较高具有商业合理性，符合电梯行业惯例。

（二）披露上述客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形，如是，补充披露原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”进行了补充披露：

9、成立当年或次年即成为发行人客户的情形

报告期内，公司客户 LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）成立当年即成为公司客户的原因如下：

该客户为乌兹别克斯坦地区直销客户，设立于 2018 年，为乌兹别克斯坦政府指定的居民保障性住宅项目建筑承包供应商 AKFA group 下设的一家专门负责居民保障住房项目的子公司。2018 年，公司与 AKFA group 协商后，与其子公司签订当地 JILOY KOMMPLEKS SERGELI 保障性住宅电梯项目。

综上，公司客户 LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）成立当年即成为公司客户具有合理的商业理由。除 LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）之外，在报告期内不存在成立当年或次年即成为公司客户的情形。

（三）补充披露对主要客户的具体定价方法和依据，并结合市场价格及其波动趋势，披露报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允、同类产品向不同客户销售价格的差异以及原因

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”进行了补充披露：

10、对主要客户的定价和毛利率情况

公司的产品销售主要是采用市场导向定价政策，在与主要客户签订销售合同时，公司对项目所在区域和销售型号进行市场调研，了解市场价格变化和竞争情况，并综合考虑客户的合作关系、购买数量、信用资质、经营规模和付款能力等信息，与相关客户进行充分协商确定最终产品价格。

报告期内，公司各期经销、直销、国内、国外前五大客户销售台数、单台电梯平均销售收入、毛利率情况如下：

单位：台，万元，%

2020年1-6月						
序号	客户	销售地区	客户性质	销售台数	销售单价[1]	毛利率
1	Qaiwan Group（伊拉克柴湾集团公司）	伊拉克	经销	11	15.17	56.61
2	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国	经销	75	13.91	52.05
3	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	马来西亚	经销	15	13.19	41.19
4	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	俄罗斯	经销	24	13.74	39.20
5	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特	经销	91	7.99	28.72
国外平均				43.20	12.80	43.55
6	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	黑龙江	经销	38	13.25	36.26
7	河南隆之腾实业有限公司	河南	经销	36	8.92	30.12
8	中国人民解放军成都军区总医院	四川	直销	33	15.65	45.45
9	安顺市西秀区物资供应有限公司	贵州	直销	16	14.31	39.17
10	铜仁市嘉宏房地产开发有限公司	贵州	直销	23	10.34	23.61
11	商丘交运集团安运置业有限公司	河南	直销	68	10.26	30.11
12	中国五冶集团有限公司	四川	直销	30	13.60	22.34
国内平均				34.86	12.33	32.44
2019年						
序号	客户	销售地区	客户性质	销售台数	销售单价[1]	毛利率
1	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	墨西哥	经销	36	9.69	35.76

2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特	经销	181	8.26	35.86
3	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	俄罗斯	经销	71	13.48	40.70
4	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国	经销	136	12.29	47.26
5	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	阿联酋	经销	43	10.27	31.82
国外平均				93.40	10.80	38.28
6	安徽森赫电梯设备有限公司	安徽	经销	78	9.08	27.80
7	太原市联诺电梯有限公司	山西	经销	78	7.97	26.76
8	新疆鑫德曼电梯有限公司	新疆	经销	63	9.22	28.09
9	云南富佳电梯有限公司	云南	经销	104	7.23	23.48
10	河南省智杰置业集团有限公司	河南	直销	21	18.24	38.54
11	天津京铁房地产开发有限公司	天津	直销	71	25.10	48.19
12	新疆天宁金一房地产开发有限公司	新疆	直销	19	14.71	24.84
13	徐州安泰顺房地产开发有限公司	江苏	直销	40	9.30	23.76
14	周口星河置业有限公司	河南	直销	22	12.34	30.41
国内平均				55.11	12.58	30.21
2018 年						
序号	客户	销售地区	客户性质	销售台数	销售单价[1]	毛利率
1	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特	经销	77	11.22	46.12
2	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国	经销	190	13.54	51.99
3	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	阿联酋	经销	53	11.23	35.60

4	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	墨西哥	直销	93	17.56	33.22
5	LLC" WHITECITY CONSTRUCTION "（乌兹别克斯坦白城建设公司）	乌兹别克斯坦	直销	72	7.65	33.30
国外平均				97.00	12.24	40.05
6	呼和浩特市康尼电梯有限公司	内蒙古	经销	60	9.35	35.86
7	山西莱茵电梯设备有限公司	山西	经销	44	11.57	31.10
8	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	湖南	直销	32	14.45	33.75
9	聊城经开置业有限公司	山东	直销	32	11.53	20.53
10	绵阳新兴投资控股有限公司	四川	直销	53	13.49	30.87
11	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司	新疆	直销	26	17.60	45.30
12	中建四局第三建筑工程有限公司	贵州	直销	38	13.31	27.73
国内平均				40.71	13.04	32.16
2017 年						
序号	客户	销售地区	客户性质	销售台数	销售单价[1]	毛利率
1	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	科威特	经销	130	11.91	36.56
2	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	俄罗斯	经销	39	10.18	40.80
3	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	孟加拉国	经销	278	13.69	51.17
4	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	阿联酋	经销	61	11.72	51.31
5	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	墨西哥	直销	50	23.89	42.87
国外平均				111.60	14.28	44.54
6	河北森赫电梯有限公司	河北	经销	72	10.55	29.73

7	山西森赫电梯销售有限公司	山西	经销	112	6.60	26.94
8	上海华申进出口有限公司	伊朗	经销	43	17.91	28.23
9	哈尔滨大发房地产开发有限公司	黑龙江	直销	100	15.37	34.60
10	河南展宇置业有限公司	河南	直销	44	20.35	40.01
11	金乡鑫诺新农村建设投资有限公司	山东	直销	52	16.17	33.96
12	蒙城县龙佳置业有限公司	安徽	直销	59	13.40	41.54
13	石河子市泰安建筑工程有限公司	新疆	直销	31	20.20	30.30
国内平均				64.13	15.07	33.16

注：1、销售单价=客户当期设备销售总收入÷当期销售台数

（1）电梯产品平均销售单价逐年下降，符合市场价格变动趋势

从上表可知，报告期内公司向主要客户出售电梯产品平均单价逐年下降，主要因为近年来电梯行业的下游市场受国家房地产宏观调控政策影响较大，房地产市场增速趋缓，加上市场竞争等因素影响，行业总体电梯销售价格有所下降。报告期内，公司主要客户单台电梯平均销售价格、毛利率整体呈下降趋势，与行业变化趋势相符。

（2）不同客户销售单价、毛利率差异的合理性

电梯属于非标准化定制产品，梯种、型号、载重、层站数、速度及部件配置等级等差异导致向不同客户销售电梯的价格差异较大。

①从客户类型角度分析

公司与主要经销商客户保持长期合作关系，主要经销商具有采购多、采购量大、合同周期短的特点，对电梯行业的价格走势、成本变动等反应较为迅速，因此平均销售单价、毛利率较低。如公司经销商客户云南富佳电梯有限公司地处中国边境省份云南，交通较为不便且经销成本较高。为开拓当地市场，公司与该经销商签订年度合作协议并给予适当的销售折扣，因此该客户平均销售单价及毛利率均较低。

而公司与主要直销客户多以单个地产项目为基础进行合作，直销客户具有订单获取成本高、定制化程度高、合同周期长的特点，因此定价及毛利通常高于经销商客户。如公司直销客户中国人民解放军成都军区总医院对电梯安全性、装潢配置具有较高要求。根据合同约定，公司需在现场长期派驻技术人员及时提供技术支持和售后服务，因此该客户平均销售单价及毛利率均较高。

②从销售地区角度分析

公司主要外销地区为孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯（西伯利亚）等非充分竞争市场。公司通过多年的市场开发，目前以“森赫电梯”品牌在上述地区建立了良好的品牌形象、销售渠道和一定的市场定价权；此外，针对上述市场工业基础薄弱，人员技术水平有限的情况，公司通过厂区内设的交流中心等接待国外客户的业务人员，并对其进行免费的技术培训。同时，公司采取增

加外销产品配套备件、建设技术远程交流系统和选派人员出国指导等一系列方式，满足国外客户的个性化需求，提升品牌的溢价能力。相应发生的食宿费、培训费、差旅费等支出均由公司承担。上述原因导致公司国外销售平均销售单价及毛利率通常高于国内销售。

（3）同一客户不同报告期之间销售单价、毛利率差异的合理性

公司同一客户不同报告期之间销售单价、毛利率总体保持平稳。但受不同期间市场价格变动、验收产品规格型号差异等因素影响，同一客户不同年份的销售单价及毛利率会产生差异。

如公司国外客户 Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）报告期内平均销售单价分别为 13.69 万元/台、13.54 万元/台、12.29 万元/台和 13.91 万元/台，毛利率分别为 51.17%、51.99%、47.26&和 52.05%，不存在明显差异；公司国外客户 National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）报告期内平均销售单价分别为 11.91 万元/台、11.22 万元/台、8.26 万元/台和 7.99 万元/台，毛利率分别为 36.56%、46.12%、35.68%和 28.72%，单价及毛利率差异原因为：该客户是公司在科威特地区主要合作经销商，各期内签约合同数量较多，近年来科威特电梯市场竞争逐渐激烈，为持续开拓当地业务，公司给与该经销商一定的价格优惠。此外，受 2019 年、2020 年新签 98 台单价较低的 GRPS30III 低层站超级经济型电梯订单影响，该客户近两期销售单价及毛利率均有所下降。

综上所述，公司采取市场化定价原则，单价变动趋势与行业整体情况相符，定价具有公允性。此外，电梯定价影响因素的复杂性导致公司不同客户、不同年份的电梯单价、毛利率变化较大，与行业经营特点相符合。

（四）补充披露报告期内主要客户的毛利率情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”进行了补充披露：

参见本问题之“（三）”的回复。

（五）补充披露报告期各期外销收入的国家分布情况，外销客户的开拓方式，产品类别、定价政策、结算方式、信用期限与国内客户是否存在差异

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（一）主要产品产销情况”进行了补充披露：

6、境外销售模式及国家分布情况

（1）外销收入的国家分布情况

报告期内，公司国外主要销售地区销售金额及占总体外销金额比例情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	销售地区	销售金额	占比
2020 年 1-6 月	1	孟加拉国	1,043.40	23.58
	2	科威特	727.35	16.44
	3	乌兹别克斯坦	460.55	10.41
	4	俄罗斯	399.36	9.03
	5	肯尼亚	310.57	7.02
	合计		2,941.23	66.48
2019 年度	1	孟加拉国	1,775.08	18.01
	2	俄罗斯	1,694.92	17.20
	3	科威特	1,504.07	15.26
	4	乌兹别克斯坦	998.06	10.13
	5	阿联酋	527.65	5.35
	合计		6,499.77	65.95
2018 年度	1	孟加拉国	2,677.62	22.79
	2	墨西哥	1,957.62	16.66
	3	乌兹别克斯坦	1,313.92	11.18
	4	俄罗斯	978.71	8.33
	5	科威特	870.14	7.40
	合计		7,798.01	66.36
2017 年度	1	孟加拉国	3,906.85	29.53
	2	科威特	1,559.40	11.79
	3	墨西哥	1,465.55	11.08

年度	序号	销售地区	销售金额	占比
	4	俄罗斯	1,088.10	8.22
	5	乌兹别克斯坦	885.75	6.69
	合计		8,905.65	67.31

外销客户的开拓渠道主要包括展会、搜索引擎、社交媒体、他人引荐等。相关内容已在本问询函“问题 4”之“四”的回复中予以披露。

（2）产品类别、定价政策、结算方式、信用期限与国内客户是否存在差异

报告期内，公司外销以经销模式为主。公司对境内、境外经销商在产品类别、定价政策、结算方式、信用期限的对比如下：

经销商制度	境内客户	境外客户
产品类别	直梯、自动扶梯和自动人行道	直梯、自动扶梯和自动人行道
定价政策	公司参考当地市场价格和产品成本，制定相应的产品销售价格	公司参考当地市场价格和产品成本，制定相应的产品销售价格
结算方式	以银行转账方式及部分银行承兑方式结算。一般情况下，经销合同签订后7个工作日内支付20%~30%，发货前 30 天支付剩余的 70%~80%货款。	采用电汇和信用证两种结算方式。 ① 电汇：合同签订后收取 20%~30%预付款，发货前收取 70%~80%的尾款，全款结清后再发货。 ② 信用证：要求客户通过信誉良好的开证银行开具以公司为受益人的即期信用证，信用证相应条款须经公司认可后开立正本。该结算方式在开证银行收到符合信用证条款的汇票和单据后，立即履行付款义务。
信用期限	一般情况下，经销合同发货前即收取 90%货款。对长期合作且信用良好的经销商，公司会适当给予该经销商一定的信用期限	一般情况下，发货前即收取全额货款。对长期合作且信用良好的经销商，公司会适当给予该经销商一定比例的不超过 3 个月的信用期限，并通过中国出口信用保险公司承保来控制收汇风险。

综上，公司境外销售与境内销售在产品类别、定价政策方面不存在明显差异；结算方式方面，境外销售采用电汇和信用证两种方式结算，而境内销售采用银行转账和银行承兑汇票两种方式结算；信用期限方面，境外销售一般在发货前即收取全额货款。

（六）补充披露报告期内客户与供应商重叠的具体情形，相关客户或供应商基本情况，发行人对其采购、销售产品的类型、金额和占比，合作模式和定价依据、是否公允，发行人向其同时销售和采购的必要性和合理性，是否符合行业惯例。

报告期内，客户与供应商重叠的情形主要来自于经销商与第三方安装维保服务商的重叠，即部分经销商客户除向公司购买电梯整机产品之外，也会接受公司的委托为其他客户提供电梯的安装维保服务。

公司的安装维保业务主要来源于部分直销合同。该类合同中，公司除销售整机产品外，同时附有安装维保义务。一般情况下，公司会将电梯的安装维保业务委托给具有资质的第三方安装维保公司进行，公司对委托第三方安装维保业务具有严格的控制制度，第三方安装维保公司不仅需要拥有相关部门认定的资质，而且要通过公司对其进行资格审核认证并取得公司颁发的第三方服务认证证书。同时，公司对该安装过程提供技术支持及监控，确保安装维保工作的完成质量符合客户要求及验收标准。如果该地区的经销商具有安装维保资质，公司会将安装维保业务委托给该经销商进行，因此会产生客户与供应商重叠的情形。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”进行了补充披露：

11、客户与供应商重叠情形

（1）公司向经销商委托安装维保业务的基本情况

报告期内，公司存在向具有安装维保资质的经销商客户委托安装维保业务的情形，具体情况如下：

单位：万元，%

2020年1-6月					
序号	单位名称	安装维保委托金额	占安装维保成本比例	销售金额	占营业收入比例
1	四川贤通机电科技有限公司	164.87	16.00	108.19	0.59
2	溧阳市耘驰电梯有限公司	82.35	7.99	5.84	0.03
3	河南大工楼宇设备有限公司	77.21	7.49	19.38	0.11
4	新疆安达机电设备有限公司	65.45	6.35	15.13	0.08

5	新疆亚佳逸安电梯销售有限公司	60.00	5.82	260.30	1.42
6	山西莱茵电梯股份有限公司	27.29	2.65	64.88	0.35
7	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	16.73	1.62	123.73	0.67
8	南宁广安电梯工程有限公司	14.22	1.38	47.94	0.26
9	天津森赫机电安装有限公司	9.50	0.92	6.19	0.03
10	湖南客尚电梯服务有限公司	7.23	0.70	5.77	0.03
11	石家庄力通电梯有限公司	5.24	0.51	28.96	0.16
12	兰州中粹电梯有限公司	4.70	0.46	55.23	0.30
合计		534.79	51.89	741.54	4.04
2019 年					
序号	单位名称	安装维保委托金额	占安装维保成本比例	销售金额	占营业收入比例
1	新疆安达机电设备有限公司	355.18	8.24	6.02	0.01
2	惠州市鑫华辉机电有限公司	202.00	4.69	37.27	0.07
3	黔东南州鑫睿洋电梯工程有限公司	198.06	4.60	177.59	0.35
4	青岛德莱电梯设备有限公司	135.31	3.14	7.38	0.01
5	河南海坤电梯有限公司	111.49	2.59	48.11	0.10
6	湖南客尚电梯服务有限公司	109.92	2.55	25.37	0.05
7	河南上迅机电设备有限公司	105.47	2.45	330.35	0.65
8	大庆市富士电梯安装维修有限公司	87.60	2.03	6.65	0.01
9	云南富佳电梯有限公司	84.75	1.97	751.59	1.49
10	河南大工楼宇设备有限公司	57.11	1.33	33.14	0.07
11	安徽森赫电梯设备有限公司	53.34	1.24	708.19	1.40
12	南宁广安电梯工程有限公司	51.99	1.21	21.44	0.04
13	济宁利保电梯有限公司	45.17	1.05	252.34	0.50
14	山西莱茵电梯股份有限公司	41.32	0.96	198.02	0.39
15	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	23.65	0.55	45.78	0.09
16	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	13.45	0.31	114.67	0.23
17	河北顺悦达电梯有限公司	9.90	0.23	470.05	0.93
18	黑龙江壹仕德机械设备安装有限公司	7.10	0.16	9.05	0.02
19	信阳森赫电梯有限公司	4.86	0.11	158.10	0.31
20	苏州森赫电梯有限公司	4.14	0.10	94.74	0.19
21	泰安市弘德机电设备有限公司	3.26	0.08	105.30	0.21
合计		1,705.08	39.56	3,601.17	7.13

2018 年					
序号	单位名称	安装维保委托金额	占安装维保成本比例	销售金额	占营业收入比例
1	四川贤通机电科技有限公司	442.27	9.67	11.95	0.03
2	新疆安达机电设备有限公司	439.38	9.61	137.67	0.30
3	聊城市万佳宜居节能技术服务有限公司	291.35	6.37	6.90	0.02
4	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	240.00	5.25	72.95	0.16
5	惠州市鑫华辉机电有限公司	213.31	4.67	14.47	0.03
6	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	168.94	3.69	167.93	0.37
7	内蒙古森赫电梯有限公司	146.04	3.19	65.99	0.14
8	甘肃森赫电梯工程有限责任公司	133.63	2.92	34.41	0.08
9	黔东南州鑫睿洋电梯工程有限公司	117.64	2.57	79.87	0.18
10	广西展通机电设备有限公司	97.42	2.13	6.21	0.01
11	安徽森赫电梯设备有限公司	91.39	2.00	420.12	0.92
12	宜宾市亿能机电设备有限公司	38.07	0.83	119.53	0.26
13	呼和浩特市巨为电梯销售有限责任公司	31.29	0.68	80.69	0.18
14	乌鲁木齐鸿运祥和机电设备有限公司	28.80	0.63	95.69	0.21
15	四川升之达电梯工程服务有限公司	27.05	0.59	20.34	0.04
16	黑龙江明彤电气工程有限公司	17.06	0.37	6.67	0.01
17	济宁利保电梯有限公司	14.96	0.33	66.42	0.15
18	烟台安达电梯有限公司	8.46	0.19	23.69	0.05
19	新疆亚佳逸安电梯销售有限公司	7.33	0.16	178.12	0.39
20	湖南众大电梯有限公司	4.98	0.11	6.15	0.01
21	北京天视中宏科技发展有限公司	4.77	0.10	13.95	0.03
22	萍乡市高升电梯销售有限公司	2.60	0.06	153.14	0.34
23	四川新菱通电梯有限公司	1.00	0.02	34.15	0.07
合计		2,567.72	56.16	1,816.99	3.98
2017 年					
序号	单位名称	安装维保委托金额	占安装维保成本比例	销售金额	占营业收入比例
1	新疆安达机电设备有限公司	1,304.27	17.19	173.72	0.30
2	内蒙古森赫电梯有限公司	699.80	9.22	103.15	0.18
3	济宁利保电梯有限公司	508.31	6.70	185.18	0.32
4	青岛德莱电梯设备有限公司	478.00	6.30	98.46	0.17

5	河南建硕机电设备有限公司	321.85	4.24	5.60	0.01
6	湖南莱茵森赫电梯有限公司	278.90	3.68	575.16	0.99
7	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	226.72	2.99	438.62	0.75
8	信阳森赫电梯有限公司	213.78	2.82	17.23	0.03
9	河南日浦电梯有限公司	174.10	2.29	518.52	0.89
10	天津森赫机电安装有限公司	144.51	1.90	11.94	0.02
11	乌鲁木齐银鑫伟业机电设备有限公司	116.40	1.53	7.01	0.01
12	安徽森赫电梯设备有限公司	58.02	0.76	211.31	0.36
13	海南博尔特实业有限公司	53.20	0.70	6.28	0.01
14	河南大工楼宇设备有限公司	49.23	0.65	142.55	0.24
15	江阴蓝菱电梯工程有限公司	22.12	0.29	32.05	0.05
16	贵阳爱默生电梯有限公司	22.12	0.29	51.56	0.09
17	四川九森电梯工程有限公司	21.20	0.28	10.32	0.02
18	四川升之达电梯工程服务有限公司	20.29	0.27	257.78	0.44
19	浙江高嘉机电工程有限公司	3.40	0.04	256.26	0.44
合计		4,716.20	62.16	3,102.72	5.32

（2）合作模式及定价依据的公允性

直销附安装义务模式下，部分经销商以居间方式帮助公司对接客户，完成电梯销售工作，相关经销商通常具有安装维保资质。为扩大销售规模，保持市场地位，维持与经销商的良好业务合作关系，在充分满足客户个性化安装维保需求的情况下，公司会委托相关经销商完成居间业务对应的安装维保工作。定价方面，公司与经销商签订安装维保委托协议时，为了体现对经销商引荐商机的回报，公司适当向提供安装维保服务的经销商让渡部分安装维保利润。

（3）向经销商同时销售和采购的合理性和必要性

公司选择经销商作为安装维保服务供应商的合理性和必要性在于：

① 经销商拥有较强的本地化服务能力

公司经销商在直接购买公司电梯产品之外，也会给公司介绍当地的直销项目。经销商充分了解公司的产品特性及客户需求，具有较强的本地化服务能力（尤其是公司营销网络无法充分覆盖的三四线城市及县级区域）。选取具有安装维保资质的经销商作为委托安装维保单位，可以缩短公司对委托安装维保服务

供应商的审核周期，为客户提供更加快速便捷的安装维保服务。另一方面，优先选择介绍直销业务的经销商作为该项目的委托安装维保供应商，有助于加强与该经销商的合作关系，有利于公司在当地的业务拓展。

② 经销商同时提供安装维保服务属于电梯行业惯例

同行业可比公司普遍存在经销商与委托的第三方安装维保单位重叠的情形，其相关表述如下：

公司名称	关于经销商与第三方安装维保商重叠的情形
梅轮电梯	一般情况下，公司会将电梯的安装业务委托给具有资质的第三方安装维保公司进行，公司对该安装过程提供技术支持及监控，并支付相应的安装成本。该第三方安装维保公司不仅要具有相关部门认定的资质，而且也要通过公司对其的审核认证。为保证电梯安装的质量，如果该地区经销商具有安装资质，公司一般会将安装业务委托给该经销商进行。
康力电梯	在直销项目中，公司与客户直接签订安装与维保合同后，一般情况下，将电梯的安装与维保业务委托给具有资质的第三方安装维保公司进行。该第三方安装维保公司不仅要具有国家认定的资质，而且也要通过公司对其的考核认证。为保证电梯安装与维保的质量，如果该地区代理商具有安装维保资质，公司一般会将安装维保业务委托给该代理商进行。
通用电梯	在直销大包模式下，公司负有安装义务，因公司仅有少量的安装人员，公司需对外采购安装劳务，公司主要经销商对当地市场及客户比较了解且具有安装维保资质，故报告期内公司存在向部分经销商采购安装劳务的情形。

资料来源：公开信息披露

由上表可知，同行业可比公司梅轮电梯、通用电梯均存在直销模式下向公司经销商外包安装维保业务的情形，与公司的外包安装维保模式类似。虽然相同情况下，康力电梯的安装维保义务被委托方是代理商，但康力电梯所采用的的代理商模式与公司的经销模式并无本质差异。故向经销商采购安装维保服务的模式是电梯行业的行业惯例。

综上所述，公司采用同时向经销商销售产品并采购安装维保服务的模式具有合理性和必要性，该模式是电梯行业的行业惯例。

（七）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取发行人按经销、直销、境内、境外分类的收入成本明细；

（2）访谈发行人相关负责人，了解公司与主要客户的相关情况及产品的价格情况；

（3）实地走访、视频访谈或电话访谈主要客户，了解企业经营状况及财务信息；

（4）通过“国家企业信用信息公示系统”、“天眼查”等公示信息查询报告期内公司主要客户企业的相关信息；

（5）查阅同行业可比公司公开披露信息，了解同行业可比公司中供应商与客户重叠的模式；

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人已按经销、直销、内销和外销分别补充披露报告期各期前五大客户的基本情况；对销售金额占该客户当期营业收入比重超过 20%的客户，主要系以发行人品牌作为主要代理品牌的经销商，具有商业合理性；

（2）发行人报告期各期前五大客户的变动、新增与公司经营活动一致，均具备合理商业理由；

（3）发行人主要客户中存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形具有商业合理性；

（4）发行人主要采用市场法对主要客户定价，与市场价格波动趋势相符，定价具有公允性；同类产品向不同客户销售价格受产品规格型号、客户特殊采购需求、销售当地市场价格等多方面因素影响产生差异，符合电梯行业特点，具有商业合理性；

（5）发行人不同客户、不同年份的毛利率受产品规格型号、客户特殊采购需求、销售当地市场价格等多方面因素影响产生差异，符合电梯行业特点，具有商业合理性；

（6）报告期内，发行人存在客户与供应商重叠情形，主要系发行人经销商同时向发行人提供安装维保服务，其合作模式及定价依据具有合理性和公允性；经对比同行业可比公司销售模式，同时向经销商采购委托安装维保服务属于电梯行业惯例；发行人已补充披露了报告期各期向主要经销商采购安装维保服务的情况。

问题 17. 关于直销和经销

招股说明书披露，发行人销售采用直销和经销相结合的模式。报告期内，经销收入占比分别为 49.21%、54.12%、61.54%。

请发行人：

（1）补充披露报告期内各产品直销和经销收入金额及占比，其中直销收入区分为直销附安装义务收入和直销不附安装义务收入；

（2）补充披露报告期内通过招投标获得订单的收入金额及占比，招投标方式的毛利率与非招投标方式的毛利率差异的原因及合理性；

（3）结合产品性质、经销商作用、同行业可比公司销售模式等，补充披露采用经销模式的原因及合理性；

（4）补充披露同行业可比公司采用经销模式的情况，发行人通过经销模式实现的销售比例与同行业可比公司存在差异的原因及合理性；

（5）补充披露与经销商之间的合作模式（买断式销售、委托代销等）、结算模式及其协议的主要条款，配送方式、运费等分担方式，对经销商销售管理控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、经销品牌排他性控制等；

（6）补充披露签约代理商和非签约代理商的差异，签约的主要内容，签约代理商和非签约代理商的数量、销售金额及占比；

（7）补充披露报告期内经销商进入、退出及存续情况，以表格形式披露报告期各期经销商总体、新增、减少及持续往来数量、销售金额、占当期经销收入比例、平均单家销售金额，披露经销商数量的增减变动、经销收入的增减变动原因及合理性；报告期经销商合作期限到期后的安排，是否存在不续约的情况；

（8）按适当的标准对经销商进行分层，列示不同层级的经销商数量、销售金额及占比、销售覆盖范围等；

（9）补充披露经销商的各类销售渠道，报告期内各销售渠道销售收入金额及占比，经销商期末库存与其销售规模是否相符，是否存在经销商渠道压货情

形，各渠道是否实现最终销售及判断依据；

（10）补充披露报告期各期前十大经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、主要股东及关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排；

（11）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，对经销商模式的相关情况进行充分披露。

请保荐人、发行人律师和申报会计师逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对经销业务发表明确意见，说明核查过程。

问题 17 的回复

（一）补充披露报告期内各产品直销和经销收入金额及占比，其中直销收入区分为直销附安装义务收入和直销不附安装义务收入

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（一）报告期内主营业务收入构成情况”进行了补充披露：

报告期内，公司主营业务收入构成如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
直梯	15,770.20	87.14	41,329.35	83.12
其中：经销	10,786.37	59.60	26,765.02	53.83
直销附安装	2,082.35	11.51	10,499.36	21.11
直销不附安装	2,901.47	16.03	4,064.97	8.17
扶梯、自动人行道	1,207.65	6.67	3,637.28	7.31
其中：经销	561.80	3.10	2,818.85	5.67
直销附安装	577.67	3.19	472.33	0.95
直销不附安装	68.17	0.38	346.10	0.70
安装维保及备件	1,120.63	6.19	4,758.68	9.57
合计	18,098.48	100.00	49,725.31	100.00

项目	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
直梯	36,278.12	80.33	46,320.32	79.79
其中：经销	21,978.50	48.67	23,559.43	40.58
直销附安装	9,823.07	21.75	17,263.87	29.74
直销不附安装	4,476.56	9.91	5,497.02	9.47
扶梯、自动人行道	4,711.89	10.43	5,230.49	9.01
其中：经销	2,557.41	5.66	2,770.82	4.77
直销附安装	389.26	0.86	580.77	1.00
直销不附安装	1,765.22	3.91	1,878.90	3.24
安装维保及备件	4,168.79	9.23	6,500.10	11.20
合计	45,158.81	100.00	58,050.91	100.00

（二）补充披露报告期内通过招投标获得订单的收入金额及占比，招投标方式的毛利率与非招投标方式的毛利率差异的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（一）主要产品产销情况”之“4、不同销售模式下的销售情况”进行了补充披露：

报告期内，公司招投标方式毛利率与非招投标方式销售收入、占主营业务收入比例及毛利率情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
招投标	1,419.54	7.84	28.97	4,080.48	8.21	29.50
非招投标	16,678.94	92.16	37.00	45,644.83	91.79	35.37
其中：国内	12,254.61	67.71	34.45	35,789.72	71.97	33.43
经销模式	7,341.30	40.56	29.87	20,745.60	41.72	29.05
直销模式	4,913.31	27.15	41.29	15,044.12	30.25	39.47
国外	4,424.32	24.45	44.06	9,855.10	19.82	42.42
项目	2018 年度			2017 年度		
	销售收入	占比	毛利率	销售收入	占比	毛利率
招投标	6,779.65	15.01	33.56	15,181.08	26.15	33.25

非招投标	38,379.16	84.99	35.46	42,869.83	73.85	39.65
其中：国内	26,627.84	58.96	31.68	29,638.13	51.06	36.57
经销模式	16,310.58	36.12	29.03	15,335.02	26.42	33.35
直销模式	10,317.26	22.84	35.87	14,303.11	24.64	40.02
国外	11,751.32	26.02	44.02	13,231.71	22.79	46.55

由上表可见，非招投标方式毛利率高于招投标方式毛利率。主要原因为：①报告期内公司境外销售均通过非招投标方式取得订单，而境外销售毛利率普遍较高（具体原因参见“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“5、同行业可比公司主营业务毛利率分析”），导致公司非招投标毛利率明显高于招投标毛利率；②国内招投标项目多为大型房地产开发项目、政府及事业单位项目等，市场竞争激烈，客户议价能力较强。公司会根据项目竞争情况适当调低报价以保证中标率，导致国内招投标项目的毛利率略低于国内非招投标项目。

其中，2018 年度国内非招投标毛利率略低于招投标毛利率，主要原因为：①2018 年度非招投标国内业务中，毛利率相对较低的经销模式销售收入相比 2017 年度上升占比上升 9.7%，导致当年非招投标国内业务整体毛利率下降；②2018 年起，为了提升客户质量，加强信用管理，公司对销售政策进行持续调整。在销售一线方面，公司引进了新的销售团队并对现有销售人员结构进行了合理优化；在后台管理方面，公司加强了信用风险控制，对坏账风险较高的直销客户采取更为审慎的销售政策。上述调整有效改善了客户的回款情况，但直销模式销售收入大幅下降。同时，由于政策调整仍处于初始阶段，销售及管理团队均处于磨合期，销售扩张与风险管理之间的平衡关系仍有待完善。以上因素导致公司 2018 年度的非招投标国内直销业务毛利率有所下降，但仍高于招投标业务。随着公司销售团队的持续业务拓展以及风险管理能力的逐步提高，2019 年度及 2020 年上半年非招投标国内直销业务的毛利率相较于 2018 年度已有所提升。

综上所述，报告期内公司招投标毛利率低于非招投标毛利率，主要由国内外销售差异及招投标项目的竞争因素导致。其差异具有合理原因，符合电梯行业特点。

（三）结合产品性质、经销商作用、同行业可比公司销售模式等，补充披露采用经销模式的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

（2）经销模式

经销模式下，经销商与其客户签订合同后，再向公司采购电梯。公司仅向经销商销售电梯设备，并提供必要的技术培训支持及技术监督，由经销商组织实施安装、维保等服务。电梯生产完成后经销商通常自行提货，也可以选择由公司负责运输。

①公司采用经销模式的原因及合理性

电梯产品属于依照客户订单参数需求进行设计、生产的定制化产品，投产前需要针对建筑类型、周边环境、客户使用场景需求等多方面与最终客户进行反复沟通已进行产品设计。经销商的主要作用在于：a、公司销售区域覆盖全国绝大多数省份，兼有一定数量的境外业务。因此，以公司现有的营销网络无法做到对所有销售区域（尤其是国内二三线城市及县级区域）的全面支持，经销商可以为公司提供有效的商业信息，促进产品销售的实现；b、经销商具有较强的本地化销售能力，能够通过其长期积累的销售渠道将公司产品推广至终端客户，有助于公司品牌建设，提高市场占有率；c、公司经销商多为具有丰富电梯经销经验的专业公司，深入了解本地客户需求，可配套提供电梯的安装维保等后市场服务，为客户带来更好、更便捷的产品使用体验。

②采用经销模式销售属于行业惯例

公司与同行业可比公司的销售模式对比如下：

公司名称	销售模式
康力电梯	电梯产品销售包括内销和出口两个部分，内销部分主要采取直销和代理销售相结合的方式，出口部分全部采取代理商销售
快意电梯	内销方面，公司采用直销与经销相结合的营销模式；外销方面，以经销为主，并通过设立海外子公司发展直销模式
梅轮电梯	电梯产品销售包括内销和外销两个部分，主要以内销为主，内销采取直销与经销相结合的模式，外销采用以经销为主的模式

通用电梯	境内、境外的电梯产品经营模式分为直销模式和经销模式
发行人	公司在境内采取直销和经销相结合的销售模式，在境外通常采取以经销为主的销售模式

资料来源：公开信息披露

综上，同行业可比公司电梯销售均存在经销模式，公司采用经销商销售模式具有必要性，符合行业特征。

（四）补充披露同行业可比公司采用经销模式的情况，发行人通过经销模式实现的销售比例与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露：

③通过经销模式实现的销售比例及同行业可比公司对比情况

报告期内，公司通过经销商模式实现的销售收入和占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元，%

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直销收入	6,750.30	37.30	20,141.43	40.51	20,622.90	45.67	31,720.66	54.64
经销收入	11,348.18	62.70	29,583.88	59.49	24,535.90	54.33	26,330.25	45.36
合计	18,098.48	100.00	49,725.31	100.00	45,158.81	100.00	58,050.91	100.00

同行业可比公司中，快意电梯、远大智能等上市公司并未披露近三年的经销收入及占比情况，故无法直接对比。可比公司通用电梯经销模式实现的收入和占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元，%

模式	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销收入	2,544.07	82.09	20,970.90	46.03	17,285.26	36.12	15,347.30	39.38
直销收入	555.15	17.91	24,586.99	53.97	30,565.29	63.88	23,621.27	60.62
合计	3,099.22	100.00	45,557.89	100.00	47,850.55	100.00	38,968.57	100.00

数据来源：公开信息披露

如上表可见，报告期内公司通过经销模式实现的销售比例略高于通用电梯，主要原因系公司的海外销售占比较高，且主要采用经销模式，故经销模式占比相对较高。

综上，公司通过经销模式实现的销售比例与公司实际经营情况相符，具有合理性，与同行业可比公司对比不存在显著差异。

（五）补充披露与经销商之间的合作模式（买断式销售、委托代销等）、结算模式及其协议的主要条款，配送方式、运费等分担方式，对经销商销售管理控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、经销品牌排他性控制等

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露：

④经销商合作模式及管理控制情况

A、与经销商的合作模式

公司采取买断式销售的经销模式。经销商一般在与其客户签订合同后，再向公司采购电梯整机设备。公司向经销商销售的电梯产品均是定制化的产品，其规格、型号均不相同，由经销商根据下游最终用户的使用环境和要求来确定，公司根据定制要求进行具体生产后销售，属于以销定产。该模式下由经销商自己负责向客户提供安装，公司对经销商在销售、安装、维修与保养各环节提供技术支持及质量监控。

B、结算模式及其协议的主要条款

公司与经销商签订的销售协议对电梯型号参数、价格、交货时间、交货方式、付款方式、买卖双方责任划分等方面做出明确规定，其主要条款规定如下：a、经销商与公司签订合同后 7 个工作日内支付 20%~30%，发货前 30 天支付剩余的 70%~80%货款。付款方式为银行直接转账或承兑汇票。

C、配送方式、运费等分担方式

通常情况下，公司将产品运送至约定的就近提货点，由经销商自行提货；某些情况下，经销商也会选择由公司负责运输，运费由公司承担。

D、对经销商销售管理

根据《年度销售管理政策》，公司自身业务发展目标、当地市场情况、经销商商业信誉、财务状况、对公司企业文化和理念的认可程度、经营资质、电梯行业销售经验及渠道覆盖情况等因素甄选经销商，经公司内部审批通过后与其签订销售合同。依据项目的重要性、购买产品数量以及经销商的不同级别，公司会给与经销商差异化的销售折扣。

F、对经销商终端零售价的控制

经销商只有在获得了终端客户订单的情况下才会与公司签订销售合同，终端零售价格系经销商与终端客户提前确认，故公司对经销商终端零售价无特别控制规定。

G、经销商品牌排他性控制

在经销商品牌排他性控制方面，公司根据市场实际情况采取较为开放式的经销商管理，一般不限制经销商同时代理其他电梯品牌。

（六）补充披露签约代理商和非签约代理商的差异，签约的主要内容，签约代理商和非签约代理商的数量、销售金额及占比

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”4、营销及管理模式”中进行了补充披露：

⑤关于签约经销商和非签约经销商

根据是否与经销商签订年度合作框架经销协议，公司的经销商可分为签约经销商和非签约经销商。对于采购频次较低、采购金额较小或合作周期较短的经销商，公司仅与其签订销售合同；对于采购频次高、采购金额较大或长期合作的经销商，经过公司每年年初对其进行综合评估合格后，公司会与其协商签订经销商年度合作框架协议。签约经销商的主要评估标准包括：经销商上年度采购电梯数量及金额、所覆盖区域的市场规模、经销商的专业业务资质、经销商预计当年终端客户订单数量、经销商市场开拓能力以及对公司品牌认同程度等。

报告期内，公司对签约经销商及非签约经销商管理模式的具体区别如下：

项目	签约经销商	非签约经销商
签署合同	框架协议、销售订单	销售订单
销售价格	有一定折扣	无折扣
年度销售任务	一般会约定年度销售任务	无年度销售任务
信用政策	给与差异化的账期递延	无账期递延
销售区域限制	约定销售区域	不限制销售区域
经销商转换	当经销商存在业绩完成度较低或推广能力较差等情况时，公司将不与其续签框架协议	公司会于年初对上年度经销商的合作情况进行综合评估，对于满足公司准入条件的非签约经销商，公司会协商与其签订年度销售协议

报告期内，签约经销商和非签约经销商的数量、销售金额及占比情况如下：

单位：万元，家数

客户类型	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
签约经销商	29	3,441.30	30.32	45	7,821.99	26.44
非签约经销商	171	7,906.88	69.68	367	21,761.89	73.56
合计	200	11,348.18	100.00	412	29,583.88	100.00
客户类型	2018 年度			2017 年度		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
签约经销商	104	8,251.45	33.63	34	7,105.21	26.98
非签约经销商	269	16,284.45	66.37	276	19,225.04	73.02
合计	373	24,535.90	100.00	310	26,330.25	100.00

年度框架经销协议仅作为一种营销政策，以经销商当年预计下游订单为基础签订，对经销商的日常管理及市场行为均不进行过多约束。协议到期后，经销商可根据其自身经营需求自由选择是否与公司续签。故报告期内，年度框架协议的续约情况不影响公司与主要经销商的长期合作，签约经销商的数量波动具有商业合理性。

（七）补充披露报告期内经销商进入、退出及存续情况，以表格形式披露报告期各期经销商总体、新增、减少及持续往来数量、销售金额、占当期经销收入比例、平均单家销售金额，披露经销商数量的增减变动、经销收入的增减变动原因及合理性；报告期经销商合作期限到期后的安排，是否存在不续约的情况；

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露。

具体内容参见本问题“（七）”和“（八）”的回复

（八）按适当的标准对经销商进行分层，列示不同层级的经销商数量、销售金额及占比、销售覆盖范围等；

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”进行了补充披露：

⑥分层披露经销商客户的具体情况

报告期内，公司对所有经销商均执行积极开拓和维护的政策，但为了提高销售资源利用效率，2017 年起，公司销售部门和财务部门完善销售资源的绩效考核，由营销中心遵循“二八原则”，对经销商进行内部资源调配和分层管理，重点关注大额经销商的需求。公司按照年度内是否能够实现收入规模大于人民币 100 万元为基础，划分为“大额经销商”与“小额经销商”。对于大额经销商，销售部门倾斜资源进行重点管理，通过日常维护、加强对接、加快审核、强化技术支持等手段，快速响应和维护客户需求。

经销商一旦划分为大额经销商，除该经销商明确不再与公司进行业务合作外，均对其进行重点管理；小额经销商达到大额经销商的划分标准后，即行升级为大额经销商。

营销中心对大额经销商进行重点管理，积极跟踪维护经销商需求，统计经销商业务变动情形，积极主动寻求业务合作机会。营销中心对小额经销商的资

源投入稍弱，不统计其业务变动情形；小额经销商与公司进行业务联系时，公司综合考虑该经销商的效益贡献和付款风险后，与其进行业务合作。

报告期内，公司销售部门按照上述内部划分标准，对大额经销商的业务变动进行跟踪统计，情形如下：

项目	2020 年 6 月底	2019 年末	2018 年末	2017 年末
总家数	149	141	96	59
新增家数[1]	8	45	40	-
未再产生收入家数[2]	-	-	25	9
当期产生收入家数	63	105	82	59
收入转化比[3]（%）	42.28	74.47	85.42	100.00

注：1、新增家数是指以前期间均不属于大额经销商，在本期新增的数量。

2、未再产生家数是指在该报告期末，属于大额经销商且当期产生收入的，但是在未来期间均没有再产生收入的家数；2019 年末的下一期时间较短，与前期数据缺乏可比性，不进行统计对比；2020 年 6 月底不进行统计对比。

3、收入转化比为当期产生收入的大额经销商占全部家数的比例。

如上所示，随着公司业务开展，大额经销商数量不断增加。未来的业务开展中，大额经销商产生收入的概率较大，因此 2017 年末的未再产生收入的经销商家数，小于 2018 年末的未再产生收入的经销商的数量。电梯行业有其经营特殊性，属于项目型销售导向，收入确认需要经历工程项目需求、客户下单、根据工程进度组织生产、安装调试等阶段，公司与个别经销商虽然在某一期间没有收入确认，但仍可能存在业务洽谈、合同签订、预收货款、安装调试、期后回款等业务往来情形，为未来期间的经营效益进行积极储备，上表中所示的未再产生收入的经销商，仅是报告期内未实现收入，并非不再与公司进行业务联系和合作。

报告期内，销售部门积极跟踪维护大额经销商，主动寻求业务合作机会；大额经销商的年度收入转化比较高，多数会与公司产生持续性业务往来，为公司提供主要收入来源。

报告期内，分层经销商收入统计情况如下：

单位：家，万元，%

2020 年 1-6 月				
经销商类型	数量	销售金额	占比	销售覆盖范围

大额经销商	63	8,397.28	74.00	国内及俄罗斯、马来西亚、孟加拉国、科威特、肯尼亚等境外区域
小额经销商	137	2,950.89	26.00	国内大部分省份及肯尼亚、哈萨克斯坦等境外区域
合计	200	11,348.18	100.00	
2019 年度				
经销商类型	数量	销售金额	占比	销售覆盖范围
大额经销商	105	21,693.39	73.33	国内及俄罗斯、孟加拉国、阿联酋、墨西哥等境外区域
小额经销商	307	7,890.49	26.67	国内大部分省份及俄罗斯、孟加拉国等境外区域
合计	412	29,583.88	100	
2018 年度				
经销商类型	数量	销售金额	占比	销售覆盖范围
大额经销商	82	18,947.48	77.22	国内及孟加拉国、科威特、阿联酋、俄罗斯、马来西亚等境外区域
小额经销商	291	5,588.43	22.78	国内大部分省份及印度尼西亚、肯尼亚等境外区域
合计	373	24,535.90	100.00	
2017 年度				
经销商类型	数量	销售金额	占比	销售覆盖范围
大额经销商	59	19,532.10	74.18	国内及孟加拉国、科威特、阿联酋、伊朗、俄罗斯等境外区域
小额经销商	251	6,798.15	25.82	国内大部分省份及乌兹别克斯坦、俄罗斯等境外区域
合计	310	26,330.25	100.00	

注：上表中统计各期的大额经销商的当期实现收入的情形，是指当期属于大额经销商清单且当期实现收入的情形。

如上表所示，各期实现收入的经销商家数中，大额经销商占全部经销商的比例较低，但是贡献了绝大部分的经销收入。公司对该类经销商进行重点管理，积极加强业务联系，合作关系较为稳固，报告期内家数不断增加，收入转化比较高，为公司提供主要收入来源，属于公司的重要销售资源。

报告期内，公司各分层经销商的平均经销收入实现情况如下：

单位：万元

经销商类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
大额经销商	133.29	206.60	231.07	331.05
小额经销商	21.54	25.70	19.20	27.08
合计	56.74	71.81	65.78	84.94

如上表所示，报告期内，公司大额经销商的平均收入确认金额，显著高于小额经销商的平均收入确认金额，公司销售部门对大额经销商实行重点主动管理，有其商业合理性。

（九）补充披露经销商的各类销售渠道，报告期内各销售渠道销售收入金额及占比，经销商期末库存与其销售规模是否相符，是否存在经销商渠道压货情形，各渠道是否实现最终销售及判断依据

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（四）主要经营模式/4、营销及管理模式”进行了补充披露：

⑦经销商的终端销售及存货情况

电梯产品属于定制化产品，经销商只有在获得终端客订单后，才会与公司签订销售合同。公司根据终端客户的公司根据下游客户的产品技术规格及土建参数进行设计生产，故经销商无法再将该产品转卖给其他下游客户或其他方。

生产完毕的电梯产品由经销商或公司直接运输至终端客户施工现场或出口码头，由经销商确认其完整性后签收。此外，根据公司的收款政策，对于境内终端客户的经销合同，公司在收到 70%以上的货款后才会安排发货；对于境外终端客户的经销合同，公司一般在收到 100%货款后才会安排发货。故经销商在收到电梯产品后，会在 1 至 3 个月内尽快开展安装，经销商的存货主要为尚未安装完毕的电梯产品和少量配件。

综上所述，公司在发货前已收到大部分货款的情况下，将经销商采购的电梯产品直接发往终端客户施工现场或出口码头。经销商根据实际情况及时开展安装，形成的存货主要为尚未安装完毕的电梯产品和配件。故不存在经销商渠道压货的情形。

（十）补充披露报告期各期前十大经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、主要股东及关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（四）主要经营模式/4、营销及管理模式”进行了补充披

露：

⑧报告期各期前十大经销商的基本情况

报告期内，各期前十大经销商的收入金额及占营业收入比重如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售收入	占比
2020年1-6月	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,043.40	5.69
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	727.35	3.96
	3	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	503.47	2.74
	4	000"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	329.86	1.80
	5	河南隆之腾实业有限公司	321.00	1.75
	6	霍尔果斯宏和源国际贸易有限公司	296.55	1.62
	7	新疆亚佳逸安电梯销售有限公司	260.30	1.42
	8	云南富佳电梯有限公司	215.93	1.18
	9	乌鲁木齐市蓝芝电梯有限公司	205.65	1.12
	10	保定市盛普商贸有限公司	202.71	1.10
	合计		4,106.21	22.38
2019年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,671.84	3.31
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,494.69	2.96
	3	000"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	956.83	1.90
	4	云南富佳电梯有限公司	751.59	1.49
	5	安徽森赫电梯设备有限公司	708.19	1.40
	6	太原市联诺电梯有限公司	622.00	1.23
	7	新疆鑫德曼电梯有限公司	580.89	1.15
	8	河南隆之腾实业有限公司	578.33	1.15
	9	河北顺悦达电梯有限公司	470.05	0.93
	10	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	441.81	0.88
	合计		8,276.22	16.39
2018年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	2,572.00	5.64
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	864.03	1.89
	3	Total Scope Lifts & Escalators Contracting	595.10	1.31

		LLC（阿联酋斯考普电梯公司）		
	4	呼和浩特市康尼电梯有限公司	560.89	1.23
	5	山西莱茵电梯设备有限公司	509.24	1.12
	6	安徽森赫电梯设备有限公司	420.12	0.92
	7	山西奥森达电梯销售有限公司	406.52	0.89
	8	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	383.81	0.84
	9	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	383.60	0.84
	10	浙江高嘉机电工程有限公司	371.57	0.81
	合计		7,066.88	15.50
2017年度	1	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	3,806.80	6.53
	2	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,548.80	2.66
	3	上海华申进出口有限公司	770.26	1.32
	4	河北森赫电梯有限公司	759.40	1.30
	5	山西森赫电梯销售有限公司	738.85	1.27
	6	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	714.97	1.23
	7	湖南莱茵森赫电梯有限公司	575.16	0.99
	8	嘉兴正邦机电设备有限公司	558.32	0.96
	9	河南日浦电梯有限公司	518.52	0.89
	10	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	438.62	0.75
	合计		10,429.70	17.89

报告期内，公司前十大经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、主要股东及关联方之间不存在关联关系或其他利益安排。

（十一）按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，对经销商模式的相关情况进行充分披露

1、《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关要求

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》要求，发行人采取经销商销售模式的，中介机构应重点关注其收入实现的真实性，详细核查经销商具体业务模式及采取经销商模式的必要性，经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运

输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理等。

发行人应就经销商模式的相关情况进行充分披露，主要包括：经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系；发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况；发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司；经销商是否专门销售发行人产品；经销商的终端销售及期末存货情况；报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况；经销商是否存在大量个人等非法人实体；经销商回款是否存在大量现金和第三方回款。

出现下述情况时，发行人应充分披露相关情况：发行人通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异较大；给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款显著增大；海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大。

保荐人、发行人律师和申报会计师应对经销商业务进行充分核查，并说明发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业上市公司是否存在显著差异及原因，对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等应足以支持核查结论。

保荐人、发行人律师及申报会计师应当综合利用电话访谈、合同调查、实地走访、发询证函等多种核查方法，核查发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及给经销商的补贴或返利情况、经销商的主体资格及资信能力，核查关联关系，结合经销商模式检查与发行人的交易记录及银行流水记录、经销商存货进销存情况、经销商退换货情况。保荐人、发行人律师和申报会计师应对经销商模式下收入的真实性发表明确意见。

2、发行人是否按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，对经销商模式的相关情况进行充分披露

（1）经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中

进行了补充披露。

具体参见本问询函问题 17（十）的回复。

（2）发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露。

具体参见本问询函问题 17（三）、（四）的回复。

（3）发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

报告期内，公司同行业上市公司均未披露经销销售比例及毛利情况，故无法比较。

（4）经销商是否专门销售发行人产品

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露。

具体参见本问询函问题 17（五）的回复。

（5）经销商的终端销售及期末存货情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露。

具体参见本问询函问题 17（九）的回复。

（6）报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露。

具体参见本问询函问题 17（七）的回复。

（7）经销商是否存在大量个人等非法人实体

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露：

⑨个人等非法人实体情况

报告期内，公司向个人等非法人实体销售收入分别为 18.85 万元、79.25 万元、7.48 万元和 37.06 万元，占各期经销收入比例较小，分别为 0.17%、0.27%、0.03%和 0.14%。因此，报告期内公司经销商不存在大量个人等非法人实体的情形。

（8）经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“（四）主要经营模式”之“4、营销及管理模式”中进行了补充披露：

⑩现金和第三方回款

报告期内，公司经销模式销售收入中仅 2017 年发生 7.58 万元的现金回款，占当年经销收入比例为 0.03%，占比较小。因此，公司不存在大量现金回款的情形。

报告期内，公司经销销售模式下存在第三方回款的情形，具体如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经销商客户第三方回款金额	175.95	849.67	1,257.92	5,129.54
经销收入金额	11,348.18	29,583.88	24,535.90	26,330.25
占比	1.55	2.87	5.13	19.48

如上表所示，公司经销业务中第三方回款规模整体处于较低水平，其中 2017 年第三方回款规模较大，随着公司逐步加强对第三方回款的规范管理，发行人第三方回款总体呈下降趋势。公司经销收入存在第三方回款主要原因包括：①客户母子公司代为付款（存在部分客户通过其所属集团或指定相关公司代为付款情形）；②法人代表及员工代付款（客户通过其法人代表、近亲属或公司员工

代为付款情形）；③外销客户委托清关公司代付；④产品的最终使用用户代付款⑤伊朗等国家因国际制裁委托代理公司代付等情形。因此，部分经销商存在的第三方回款情况均具有合理的商业原因。

（十二）中介机构核查情况

1、核查过程

按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，保荐机构、发行人律师和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）为核查发行人经销商销售模式、占比等情况与同行业上市公司是否存在显著差异及原因，保荐机构、发行人律师和申报会计师执行了以下核查程序：

①访谈发行人销售部门负责人；

②获取发行人与经销商签署的销售合同，查看销售合同具体条款；

③查阅行业资料以及同行业可比公司招股说明书， 查看同行业可比公司的销售模式；

（2）为核查发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则、费用承担原则及给经销商的补贴或返利情况，保荐机构、发行人律师和申报会计师执行了以下核查程序：

①获取发行人电梯销售的相关合同，查阅主要合同条款，并结合同行业相关收入确认政策，分析发行人收入确认政策的合理性；

②访谈发行人销售部门负责人、财务负责人，查阅发行人电梯销售的相关合同，了解发行人与经销商的费用承担原则及是否存在给经销商补贴或返利情形；

③对报告期内主要经销商进行实地走访，了解并询问发行人与经销商的费用承担原则及是否存在给经销商补贴或返利情形；

④查阅同行业可比公司公开披露的信息，核查同行业可比公司的经销模式下收入确认时点；

（3）为核查发行人报告期内经销商的主体资格及资信能力，关联关系，保荐机构、发行人律师和申报会计师执行了以下核查程序：

①查阅发行人主要经销商的《营业执照》等资料，核查经销商的主体资格及资信能力；

②通过公开信息查询主要经销商工商资料；实地访谈或电话访谈主要经销商负责人；

③查阅发行人董事、监事及高级管理人员调查问卷；

（4）为核查发行人经销商模式下的交易记录及银行流水记录、经销商存货进销存情况、经销商退换货情况，保荐机构、申报会计师及发行人律师执行了以下核查程序：

①获取报告期内发行人经销商清单，对比报告期内主要经销商变动情况，通过公开信息查询主要经销商的工商信息等，调查经销商真实存在情况以及是否与发行人存在关联关系；

②获取发行人的经销商销售清单，获取报告期内发行人应收账款明细账、银行账户流水、票据备查簿，采取抽样方法核对经销商回款单位与银行回单实际收款单位是否一致，将票据出票人/前手与客户名称核对，以核查交易单位与回款单位是否一致；

③取得发行人收入明细表，查看产品最终使用项目明细；实地走访发行人产品最终使用单位，了解其电梯使用状况，并实地查看电梯运行情况；

④查阅发行人与其主要经销商的销售合同条款，了解发行人的退换货政策；向销售部门、质量管理部门相关负责人员了解发行人是否存在退换货情况；对主要客户进行实地走访，对是否有退换货情况进行访谈确认。

（5）为核查经销商模式下终端销售情况，保荐机构、发行人律师及申报会计师执行了以下核查程序：

①查阅公司内部控制相关制度，访谈公司主要高管人员，了解发行人的业务流程及产品特点；

②核查公司经销商模式下收入确认依据，与同行业可比公司进行对比分析，执行收入截止性测试、细节测试，查阅销售合同、物流单据、签收单等资料；

④对公司主要经销商进行函证、实地走访、访谈；对主要经销商的主要合同

进行实地走访，查看电梯状态。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

（1）发行人经销商模式具有必要性，符合公司实际情况和行业特征，与同行业上市公司对比不存在显著差异；

（2）发行人报告期内经销商模式下的收入确认原则符合行业及公司业务特征，符合《企业会计准则》的规定；报告期内运费主要由经销商自行承担，除根据合同约定部分经销商项目由发行人承担运费外，发行人不存在其他需承担费用的情形；

（3）报告期内发行人主要经销商具有独立的主体资格和较好的资信能力，与发行人不存在关联关系；

（4）保荐机构、发行人律师及申报会计师已采取多种核查方法对发行人经销商业务进行了充分核查，核查方式、核查标准、核查比例、核查证据足以支持核查结论，报告期内发行人经销商模式下收入确认是真实、准确、完整的。

问题 18. 关于收入确认

招股说明书披露，发行人主营业务主要为直梯、自动扶梯及自动人行道的销售和相关安装维保服务。

请发行人补充披露以下事项：

（1）报告期内维保服务的收入确认方法；

（2）执行新收入准则对发行人收入确认的影响；

（3）电梯销售、安装、维保的流程（包括发票开具时点和报税时点等），结合销售合同主要条款、风险报酬转移约定、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等，披露收入确认政策的合理性，是否符合《企业会计准则》规定；

（4）不同销售模式（直销附安装义务、直销不附安装义务、经销、外销）下从签订合同到收入确认的时间周期；报告期内各类型电梯产品订单数量、期末在产品/库存商品/发出商品数量、生产周期、验收周期、维保期与销售量的匹配性；

（5）合同中与主要客户约定的关于换货、退货和索赔的相关条款的具体内容，报告期内退货、换货、索赔的具体情况，包括涉及的客户、产品、金额、单价、数量、原因、发出及退换时间等，具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定；

（6）招股说明书披露，直销模式下，公司将安装及维保业务授权委托给其他具有资质的第三方实施，由销售部、安装部和服务部提供技术支持和质量监督；经销模式下，公司向经销商销售电梯设备，并提供必要的技术培训支持及技术监督，由经销商组织实施安装、维保等服务。请发行人结合相关合同条款披露直销和经销模式下发行人提供技术支持和监督等义务是否对收入确认时点构成影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 18 的回复

（一）报告期内维保服务的收入确认方法

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”进行了补充披露：

④维保收入

本公司于维保服务提供完毕时，确认维保服务收入。

（二）执行新收入准则对发行人收入确认的影响

公司执行新收入准则具体如下：

公司主营业务为电梯的生产及销售，公司与客户之间提供电梯销售合同主要包括销售电梯且为客户提供安装模式及设备买断模式（客户自行安装电梯或委托第三方安装电梯），公司将其作为在某一时间点履行的履约义务，于公司履行了履约义务时确认收入。具体如下：

1、销售电梯且为客户提供安装模式

公司销售电梯同时需要为客户提供电梯安装及调试服务，本公司于电梯安装调试完毕取得验收合格证书时确认销售收入。

2、设备买断模式（客户自行安装电梯或委托第三方安装电梯）

公司不负责为客户安装、调试电梯，根据客户提货方式的不同可分为客户自提和客户非自提：在客户自提的情况下，客户一般会委托第三方物流公司提货，公司获得客户委托第三方物流公司提货说明并与客户确认委托无误后将电梯交付给第三方物流公司并获得第三方物流公司的签收单时确认销售收入。

在客户非自提的情况下，客户一般会在合同中要求公司将电梯运至指定的地点（多数为安装现场），本公司于货物送达客户后，确认销售收入。

出口国外客户时，公司于电梯办妥出口报关手续并装运上运输工具时确认销售收入。

上述具体方法与公司原收入准则下确认收入的具体方法及收入确认时点保持一致，执行新收入准则对发行人收入确认无影响。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”之“1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策”之“（2）履约义务的说明”进行了补充披露：

上述具体方法与公司原收入准则下确认收入的具体方法及收入确认时点保持一致，执行新收入准则对公司收入确认无影响。

（三）电梯销售、安装、维保的流程（包括发票开具时点和报税时点等），结合销售合同主要条款、风险报酬转移约定、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等，披露收入确认政策的合理性，是否符合《企业会计准则》规定

1、公司电梯设备销售流程

（1）国内直销模式不附安装义务收入

公司电梯设备销售合同中约定，客户选择自提产品时，应清点产品数量并对产品状态进行确认并验收，如客户未提出异议，产品离开公司即视为客户对公司提供的产品查验无误；客户选择由公司代办运输时，客户收到产品当日，应对产品数量进行清点，并会同承运人对包装箱的完好状态进行确认，若由于客户原因不能按时清点货物或查验缺损情况，则以电梯设备到货之日起第三天视为清点无误日。客户收货后应妥善保管，并对产品负有完全的保管保护责任。因此，产品送达客户或公司取得第三方物流公司的签收单后即表明客户已取得产品的控制权，满足收入确认条件。

公司根据合同约定的开票进度向客户开具发票，对于已经开票的销售收入，按月申报增值税等相关税费，对于尚未开具发票但已经满足纳税义务条件的销售收入，按月申报相关收入对应的增值税等相关税费。

（2）国内直销模式附安装义务收入

该模式下的电梯设备销售合同中的收货验收条款与国内直销模式不附安装义务的收货验收基本一致。同时，电梯设备安装合同中约定，在安装期间，由公司负责保管尚未安装的设备及部件，公司需要按照相关的电梯安装规范和质量标准完成设备的安装及调试工作，并需要配合买方或买方指定的监督管理部门进行

验收。因此，电梯产品安装调试完成并取得验收合格证时客户取得产品和相关服务的控制权，满足收入确认条件。

公司根据合同约定的开票进度向客户开具发票，对于已经开票的销售收入，按月申报增值税等相关税费，对于尚未开具发票但已经满足纳税义务条件的销售收入，按月申报相关收入对应的增值税等相关税费。

（3）国内经销收入

该模式下的电梯设备销售合同中的收货验收条款与国内直销模式不附安装义务的收货验收基本一致。因此，产品送达客户或公司取得第三方物流公司的签收单后即表明客户已取得产品的控制权，满足收入确认条件。

公司根据合同约定的开票进度向客户开具发票，对于已经开票的销售收入，按月申报增值税等相关税费，对于尚未开具发票但已经满足纳税义务条件的销售收入，按月申报相关收入对应的增值税等相关税费。

（4）外销收入

在外销情况下，公司与客户在合同中约定报价方式，主要采用 FOB、EXW、CIF、C&F 等方式对风险转移时点进行约定。

《国际贸易术语解释通则》中相关术语的定义为：

FOB（Free On Board）：船上交货，该术语规定卖方必须在合同规定的装运期内在指定的装运港将货物交至买方指定的船上，并承担货物越过船舷以前为止的一切费用和货物灭失或损坏的风险；

EXW（EX Works）：工厂交货，该术语规定当卖方在其所在地或其他指定地点（如工厂、车间或仓库等）将货物交由买方处置时，即完成交货，该术语代表卖方最低义务，买方必须承担在卖方所在地领受货物的全部费用和风险；

CIF（Cost Insurance and Freight）:成本、保险费加运费，是指卖方必须在合同规定的装运期内在装运港将货物交至运往指定目的港的船上，承担货物越过船舷以前为止的一切费用和货物灭失或损坏的风险并办理货运保险，支付保险费，以及负责租船订舱，支付从装运港到目的港的正常运费。但对货物灭失或损坏的风险以及装船和启运后发生意外所产生的额外费用，卖方不承担责任。

C&F（Cost and Freight）：成本加运费，是指当货物在指定装运港越过船舷时，卖方即完成交货，卖方支付将货物运至目的港所必需的海运费，交货后的灭失和损坏风险自交货时已转移至买方。

在 EXW 模式下，公司依据谨慎性原则，在产品办妥报关手续并装运上运输工具时确认收入，无提前确认收入的情形；在 FOB 模式下，产品装运上运输工具，完成报关手续后，满足收入确认条件；在 CIF 和 C&F 模式下，当产品在装运港越过船舷时，公司即完成交货，产品自装运港到目的港的运费、保险费等一般由公司支付，但产品装船后发生的损坏及灭失风险由客户承担，故当产品装运上运输工具，完成报关手续后，满足收入确认条件。

公司在产品办妥报关手续并装运上运输工具后向客户开具发票，对于已经开票的销售收入，按月申报增值税等相关税费。

（5）质保期间

报告期内，公司质保期间如下：

收入类型		质保期间
内销收入	直销模式	验收合格之日起 12 个月
	经销模式	验收合格之日起 12 个月且不超过合同约定发货日期起 18 个月
外销收入		发运之日起 18 个月

对于部分重要客户，根据商务谈判的结果，公司会适当延长质保期间。

公司产品附有的质量保证条款旨在为客户保证所销售产品符合既定标准，不构成单项履约义务，因此不影响公司销售收入的确认时点和确认条件。

2、公司电梯安装业务流程

（1）安装部土建勘察员接到销售部《工作联系单》后进行现场土建勘察；

（2）安装部综合考虑项目交付期、质量和价格等因素，选择有资质的第三方安装单位，签订《电梯安装承包协议》，并据其开具《电梯安装维保委托书》；

（3）第三方安装单位进场后，进行现场开箱清点，确认电梯部件的完好状态，安装部与第三方安装单位完成施工前的技术与安全说明；

（4）安装过程中，安装部对第三方安装单位使用的施工机具进行进场验收

和使用过程的安全检查，确保安全有效的使用；

（5）安装单位安装完成并自检合格后，安装部安排项目进行厂检，对未通过厂检的项目督促整改完成并复检；对通过厂检的项目出具检验报告并向项目所在地的监督检验部门申请验收。安装单位需配合公司完成项目验收、整改（如有）及注册，取得《电梯监督检验报告》。

因此，电梯产品安装调试完成并取得验收合格证时客户取得产品和相关服务的控制权，方能满足收入确认条件。

在满足合同约定的开票条件时，公司首先取得第三方安装单位开具的发票，然后向所在地税务机关申请开具《外出经营活动税收管理证明》，向营业地税务机关报验登记，在营业地预缴税款，最后向客户开具发票，并在纳税申报时凭营业地税务机关出具的完税凭证抵扣已预缴税款。

3、公司电梯维保业务流程

公司收到维保信息后，登记台账，并根据客户具体情况选择由企业自行维保或授权维保单位进行维保。确定维保服务单位后，服务流程如下：

①维保人员到现场指导、督促客户单位严格按《用户手册》正确使用电梯；

②严格按公司的《售后服务规范》对产品进行定期检查和维护并配合设备达到当地政府部门的各项年检标准；

③按照相关要求，进行保养服务；保养期间，维保人员对维保服务进行记录，并经客户代表签字认可。当维保过程中涉及零件更换及维修问题时，公司对于质保期内的合同，提供免费更换及维修服务；对于质保期外的合同，公司提出报价，待客户同意后付费完成维保服务。

公司与客户的维保合同期限多为 1 年，维保服务提供完毕时，满足收入确认条件。

对于质保期外的合同，公司根据合同约定的开票进度向客户开具发票，按月申报增值税等相关税费。

4、公司信用政策

公司按照不同销售模式对不同客户分别制定了信用政策如下：

销售模式	款项类型	付款方式	信用政策
国内直销	设备款	分阶段付款	1、设备款的 20%于合同签订后 7 天内付清； 2、设备款的 70%于电梯设备发货前 20 天付清； 3、设备款的 10%于电梯验收合格后 7 天内付清。
	安装款	分阶段付款	1、安装款的 50%于电梯进场前 7 天付清； 2、安装款的 50%于电梯验收合格后 7 天内付清。
国内经销	设备款	分阶段付款	A 类： 1、设备款的 20%于合同签订后 7 天内付清； 2、设备款的 80%于电梯设备发货前 30 天付清。
			B 类： 1、设备款的 20%于合同签订后 7 天内付清； 2、设备款的 60%于电梯设备发货前 30 天付清； 3、设备款的 20%于提货之日起 30 天内付清。
国外	设备款	信用证	设备款的 100%于合同签订确认土建后，开立不可撤销即期信用证或不可撤销远期信用证（最长期限不超过 60 天）
		电汇	设备款的 30%于合同签订确认土建后付清；设备款的 70%于发货前付清。

注：A 类适用范围：1、非签约代理商；2、有历史欠款的代理商。

B 类适用范围：1、签约且无历史欠款的代理商；2、特殊重大项目；3、代理商提供公司及法人（或实际控制人）的房产等有效财产作为抵押物并提供担保资料。

上述为一般性合同条款，公司在与客户签订合同时会具体约定付款方式及比例，对于政府单位等信用资质较好的客户，公司可适当放宽条件。

根据信用政策，国内直销模式附安装义务情况下，公司在产品验收合格时享有主要现时收款权利，其他情况下，公司在产品发货时享有主要现时收款权利，因此公司收入确认时点符合企业会计准则的规定。

综上，公司收入确认方法符合企业会计准则的规定，总结如下：

收入类型			收入确认方法
设备销售收入	内销收入	直销模式附安装义务	电梯安装调试完成及取得验收合格证书
		直销模式不附安装义务	第三方物流公司的签收单或货物送达客户
		经销模式	第三方物流公司的签收单或货物送达客户
	外销收入		办妥报关手续并装运上运输工具
设备安装收入			电梯安装调试完成及取得验收合格证书
配件销售收入			配件交付客户
维保收入			维保服务提供完毕

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、

主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”进行了补充披露：

公司将收入分为带安装以及不带安装的销售，在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。符合企业会计准则规定。

（四）不同销售模式（直销附安装义务、直销不附安装义务、经销、外销）下从签订合同到收入确认的时间周期；报告期内各类型电梯产品订单数量、期末在产品/库存商品/发出商品数量、生产周期、验收周期、维保期与销售量的匹配性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“3、业务模式分析”进行了补充披露：

（1）不同销售模式下从签订合同到收入确认的时间周期

报告期内，不同销售销售模式下从签订合同到收入确认的时间周期如下：

销售模式[1]	生产周期[2]	安装周期[3]	验收周期[4]	收入确认周期
直销附安装义务	14 天	60 天	25 天	电梯安装调试完成及取得验收合格证书
直销不附安装义务	14 天	不适用	不适用	生产完成，根据客户需求，由客户自提或委托第三方物流公司代为运输并取得签收单
经销	14 天	不适用	不适用	生产完成，根据客户需求，由客户自提或委托第三方物流公司代为运输并取得签收单
外销	14 天	不适用	不适用	生产完成，办妥报关手续并装运上运输工具

注：1、电梯产品为定制化生产，其型号、层数等规格不同，相应生产、安装和验收周期存在一定的差异，

2、生产周期：公司收到客户排产款并下达采购和生产指令后至产品完工入库的期间。

3、安装周期：电梯运至施工现场，安装单位开始施工至安装完成并取得公司内部厂检报告的期间。

4、验收周期：电梯报送验收至取得验收合格证的期间。

在直销不附安装义务、经销和外销模式下，公司根据客户付款进度以及客户实际需求安排生产、发货，产品由客户自提或委托第三方物流公司代为运输，经客户签收后即确认收入；对于直销附安装义务的销售模式，公司根据客户付款进度以及客户实际需求安排生产、发货，并委托第三方安装单位根据客户项目进度进行安装，安装完成后提交相关部门验收，由于安装工程受客户项目进

度影响，实际验收周期存在一定的不确定性。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“1、收入构成分析”进行了补充披露：

（5）电梯产品订单数量、生产数量、发出商品数量与销售量的匹配性

各类型电梯订单数量、生产数量、发货数量、发出商品数量与销售量的匹配性如下：

单位：台

期间	电梯类型	订单数量	生产数量	发货数量	销售数量	发出商品数量
2020 年 1-6 月	直梯	2,037	2,018	2,032	1,649	1,022
	扶梯、自动人行道	125	61	65	91	43
2019 年度	直梯	5,850	4,268	4,308	4,175	639
	扶梯、自动人行道	304	324	320	337	69
2018 年度	直梯	5,396	3,471	3,390	3,459	506
	扶梯、自动人行道	317	381	380	372	86
2017 年度	直梯	4,580	3,656	3,656	3,900	575
	扶梯、自动人行道	635	382	382	351	78

电梯为定制化产品，公司根据订单安排生产，生产数量、发货数量以及销售数量基本匹配，当期销售数量受本期发货数量以及上期发出商品数量影响。

公司发出商品主要包括直销附安装义务模式下尚未取得验收合格证书的电梯产品和对应的公司支付给第三方安装维保单位的安装费用。该部分发出商品与销售量无关，与安装进度相关。

（五）合同中与主要客户约定的关于换货、退货和索赔的相关条款的具体内容，报告期内退货、换货、索赔的具体情况，包括涉及的客户、产品、金额、单价、数量、原因、发出及退换时间等，具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定

由于电梯产品属量身定制的专用设备，受层高、载重、井道尺寸等条件限制，不具有通用性，因此根据行业惯例，一般情况下不会有退货情况发生。报告期内，

公司电梯产品未出现退换货情况。

（六）招股说明书披露，直销模式下，公司将安装及维保业务授权委托给其他具有资质的第三方实施，由销售部、安装部和服务部提供技术支持和质量监督；经销模式下，公司向经销商销售电梯设备，并提供必要的技术培训支持及技术监督，由经销商组织实施安装、维保等服务。请发行人结合相关合同条款披露直销和经销模式下发行人提供技术支持和监督等义务是否对收入确认时点构成影响

1、国内直销模式附安装义务

公司电梯产品销售及安装合同中对于安装工作责任条款进行了约定，公司需要在合同约定安装时间前，派出工作人员前往安装现场进行土建勘测，确认工地安装条件，向客户提供咨询服务和提出整改要求，与客户约定具体开工日期；在正常安装期间，公司负责保管尚未安装的设备及部件，负责按照国家电梯安装规范和质量标准完成设备的安装和调试工作；安装完成后，公司向当地特种设备安全监督管理机构提交验收申请，并承担相关费用。

在此模式下，尽管公司将安装业务授权委托给其他具有资质的第三方安装公司实施，但根据合同约定仍需要为安装工作的质量及安全承担责任，公司于电梯安装完毕并取得验收报告时确认收入符合企业会计准则的规定。

2、国内直销模式不附安装义务或经销模式

公司向经销商或客户销售电梯产品后，若经销商拥有电梯安装资质，由经销商组织实施安装维保服务，或者由其他有资质的第三方安装单位实施安装维保服务，在此过程中，公司提供必要的技术培训支持及技术监督。公司安排经销商及其他第三方安装单位的技术人员至厂区进行技术培训，主要内容包括电梯产品基本原理与结构、具体电梯型号产品说明书讲解、电梯安全施工要点及应急预案、电梯安装质量控制等内容。必要时，公司选派技术人员至项目现场协助安装单位解决安装技术问题。此外，电梯产品申请有关部门验收前，公司对经销商或其他第三方安装单位提供的《电梯监督检验自检报告》进行检查及确认。

根据《企业会计准则第 14 号-收入》规定，企业应当在履行了合同中的履约义务即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主

导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益也包括有能力阻止其他方主导该商品的使用并从中获得经济利益。企业在判断商品的控制权是否发生转移时应当从客户的角度进行分析即客户是否取得了相关商品的控制权以及何时取得该控制权。

在设备买断销售模式下，经销商或客户收货验收后对货物负有完全的保管保护责任，收货之后，客户可以根据自身需求，于土建及工地状况具备安装条件之后，安排电梯安装单位进场开始实施安装工作，据此可见经销商或客户收货验收后即可主导电梯的使用，并从中获得经济利益，即客户已经获取了电梯设备的控制权，公司可以确认销售收入。由此可见，在设备买断销售模式下，电梯安装过程中，公司提供必要的技术培训支持及技术监督，不影响收入确认时点。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“3、业务模式分析”进行了补充披露：

（2）直销和经销模式下公司提供技术支持和监督等义务对收入确认时点的影响

直销模式下，尽管发行人将安装业务授权委托给其他具有资质的第三方实施，发行人根据合同约定需要为安装工作的质量及安全承担责任，发行人于电梯安装完毕并取得验收报告时确认收入符合企业会计准则的规定。

在设备买断销售模式下，经销商或客户收货验收后即可主导电梯的使用，并从中获得经济利益，即客户已经获取了电梯设备的控制权，电梯安装过程中公司提供必要的技术培训支持及技术监督，不影响收入确认时点。

（七）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）了解、评价发行人维保服务服务内容以及收入确认方法；

（2）了解、评价发行人执行新收入准则时使用的具体收入确认方法；

（3）获取发行人报告期主要合同，了解具体合同条款，包括合同金额、合同台数、付款条件、质保期等；

（4）了解发行人报告期是否存在退货情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人收入确认方法符合会计准则规定。

（2）发行人报告期收入确认具体时点未变更，执行新收入准则对发行人收入确认不存在影响。

（3）直销模式下，公司将安装及维保业务授权委托给其他具有资质的第三方实施，由销售部、安装部和服务部提供技术支持和质量监督。经销模式下，公司向经销商销售电梯设备，并提供必要的技术培训支持及技术监督，由经销商组织实施安装、维保等服务，该业务模式不会对公司收入确认时点构成影响。

问题 19. 关于营业收入

招股说明书披露，报告期内发行人主营业务收入分别为 58,050.91 万元、45,158.81 万元、49,725.31 万元。

请发行人：

（1）将直梯、自动扶梯及自动人行道产品按照适当型号分类，补充披露各细分类别产品的销量、价格、收入及占比；

（2）补充披露报告期内直梯、自动扶梯及自动人行道产品不同销售模式下销量变动原因及合理性；

（3）结合产品结构变动、产品成本变动、销售定价政策等，补充披露直梯、自动扶梯及自动人行道产品销售单价持续下降的原因及合理性；

（4）按直梯、自动扶梯及自动人行道产品的应用领域分类，补充披露报告期内发行人产品在各应用领域的收入及占比情况；结合相关应用领域的发展与需求状况、公司订单情况等，量化分析并补充披露报告期内各应用领域收入变动的原因及合理性；

（5）分别列示安装收入、维保收入和备件销售收入，结合销量、价格的变动情况，量化分析并补充披露报告期内相关收入变动的原因及合理性；

（6）补充披露境外销售主要地区出口产品相关的贸易政策，以及报告期内各地区销售收入变动的原因及合理性；海关报关金额、增值税退税金额的计算过程以及与发行人外销收入的匹配性；

（7）补充披露报告期各期主营业务收入按季度划分的金额及占比，各季度收入占比波动的原因，第四季度收入对应客户构成情况及期后回款情况，结合同行业可比公司情况，披露收入的季节性波动是否符合行业惯例；

（8）申报材料显示，报告期内发行人销售存在第三方回款的情形。请发行人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，补充披露第三方回款相关情况及中介机构的核查意见。

请保荐人、申报会计师逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发

行上市审核问答》的要求，对第三方回款发表明确意见，说明核查过程。

请保荐人、申报会计师详细说明对经销收入、境外收入等各类销售收入核查的方法及核查的过程，核查金额及占比，说明所选取核查方法的可执行性、所选取样本量是否充分的依据；说明核查结果是否存在异常情形；对发行人报告期各期实现收入的真实性、准确性、是否存在跨期确认收入情形发表明确意见。

问题 19 的回复

（一）将直梯、自动扶梯及自动人行道产品按照适当型号分类，补充披露各细分类别产品的销量、价格、收入及占比

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”之“1、收入构成分析”中进行了补充披露：

（3）各细分类别电梯整机产品的销量、价格、收入及占比情况

公司电梯整机产品分为直梯产品和扶梯及自动人行道产品，直梯产品的销售规格主要包括载重、层站数、速度和配置等，扶梯及自动人行道产品的销售规格主要包括宽度、角度、提升高度和应用领域等。其中，层站数为影响直梯产品售价的主要因素，提升高度为影响扶梯及自动人行道产品售价的主要因素。

报告期内，公司直梯产品按层站数分类的销量、价格、收入及占比情况如下：

年度	层站数	销量（台）	单价（万元/台）	收入（万元）	占直梯收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	10 层及以下	1,034	9.06	9,372.19	59.43
	11 层至 19 层	355	9.60	3,408.21	21.61
	20 层及以上	260	11.50	2,989.80	18.96
	合计	1,649	9.56	15,770.20	100.00
2019 年度	10 层及以下	2,408	8.42	20,280.47	49.07
	11 层至 19 层	1,067	10.04	10,717.22	25.93
	20 层及以上	700	14.76	10,331.66	25.00
	合计	4,175	9.90	41,329.35	100.00

年度	层站数	销量（台）	单价（万元/台）	收入（万元）	占直梯收入的比例（%）
2018 年度	10 层及以下	1,937	9.27	17,949.21	49.48
	11 层至 19 层	956	11.00	10,519.63	29.00
	20 层及以上	566	13.80	7,809.28	21.53
	合计	3,459	10.49	36,278.12	100.00
2017 年度	10 层及以下	1,864	9.83	18,330.08	39.57
	11 层至 19 层	1,107	12.65	13,998.54	30.22
	20 层及以上	929	15.06	13,991.70	30.21
	合计	3,900	11.88	46,320.32	100.00

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按提升高度分类的销量、价格、收入及占比情况如下：

年度	提升高度	销量（台）	单价（万元/台）	收入（万元）	占扶梯及自动人行道收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	4 米及以下	14	12.89	180.41	14.94
	4 米至 6 米	76	13.32	1,012.22	83.82
	6 米及以上	1	15.03	15.03	1.24
	合计	91	13.27	1,207.65	100.00
2019 年度	4 米及以下	43	9.68	416.19	11.44
	4 米至 6 米	258	10.78	2,781.95	76.48
	6 米及以上	36	12.20	439.14	12.07
	合计	337	10.79	3,637.28	100.00
2018 年度	4 米及以下	44	11.01	484.56	10.28
	4 米至 6 米	265	12.27	3,251.33	69.00
	6 米及以上	63	15.49	976.00	20.71
	合计	372	12.67	4,711.89	100.00
2017 年度	4 米及以下	73	11.59	846.30	16.18
	4 米至 6 米	208	14.14	2,941.88	56.24
	6 米及以上	70	20.60	1,442.31	27.57
	合计	351	14.90	5,230.49	100.00

（二）补充披露报告期内直梯、自动扶梯及自动人行道产品不同销售模式下销量变动原因及合理性

1、直梯业务

报告期内，直梯产品在直销和经销模式下的销量变动情况如下：

单位：台，%

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	销量	变动	销量	变动	销量	变动	销量
直销	441	-	1,138	0.89	1,128	-30.80	1,630
经销	1,208	-	3,037	30.29	2,331	2.69	2,270
合计	**1,649**	**-**	**4,175**	**20.70**	**3,459**	**-11.31**	**3,900**

报告期内，直梯产品的直销销量呈逐年下降趋势，经销销量总体呈上升趋势。2018 年，公司直梯产品的直销销量降幅较大，主要原因为 2018 年以来，针对国家房地产宏观调控政策，公司加强客户信用管理，对于坏账风险较高的客户，采取审慎的销售政策，导致直销业务规模有所降低。此外，直销模式下，公司根据客户付款进度以及客户实际需求安排生产、发货，受客户项目进度影响，产品销量存在一定波动性。同时，公司加强经销商渠道建设，经销业务规模于 2019 年明显回升。

2、扶梯及自动人行道业务

报告期内，扶梯及自动人行道产品在直销和经销模式下的销量变动情况如下：

单位：台，%

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销量	变动	销量	变动	销量	变动	销量
直销	46	-	75	-44.85	136	-0.73	137
经销	45	-	262	11.02	236	10.28	214
合计	**91**	**-**	**337**	**-9.41**	**372**	**5.98**	**351**

公司扶梯及自动人行道产品销售规模较小，因此直销和经销销量均受到大型项目交付的影响。2019 年，扶梯及自动人行道产品的直销销量减少 49.29%，主要原因为公司于 2017 年和 2018 年逐渐完成墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目 138 台产品的交付工作。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”之“1、收入构成分析”中进行了补充披露：

（1）直梯业务

直梯产品销售是公司最主要的收入和利润来源。2017年、2018年和2019年，公司直梯收入分别为46,320.32万元、36,278.13万元和41,329.35万元，占主营业务收入的比例分别为79.79%、80.33%和83.12%。

直梯收入2018年较2017年下降10,042.20万元，降幅为21.68%；2019年较2018年增长5,051.23万元，增幅为13.92%。收入变动的具体原因分析如下：

项目	**2020年1-6月**	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（万元）	**15,770.20**	41,329.35	36,278.13	46,320.32
销量（台）	**1,649.00**	4,175.00	3,459.00	3,900.00
单价（万元/台）	**9.56**	9.90	10.49	11.88
销量变动对收入的影响	-	20.70%	-11.31%	-
单价变动对收入的影响	-	-6.78%	-10.37%	-

注：销量变动对收入的影响=（本年度销售数量-上年度销售数量）×上年度销售单价÷上年度销售收入

单价变动对收入的影响=（本年度销售单价-上年度销售单价）×本年度销售数量÷上年度销售收入

2018年直梯销量较2017年减少441台，减少销售收入5,237.76万元，降幅为11.31%；销售单价较2017年下降1.39万元/台，减少销售收入4,804.44万元，降幅为10.37%。受销量和销售单价变化的综合影响，2018年直梯销售收入较2017年减少10,042.20万元，降幅为21.68%。

2019年直梯销量较2018年增加716台，增加销售收入7,509.44万元，增幅为20.70%；销售单价较2018年下降0.59万元/台，减少销售收入2,458.21万元，降幅为6.78%。受销量和销售单价变化的综合影响，2019年直梯销售收入较2018年增长5,051.23万元，增幅13.92%。

报告期内，公司直梯产品销量略有波动，总体呈上升趋势。2017年下半年起，公司针对房地产宏观调控政策，主动调整销售策略，加强客户回款管理和应

收账款管理，防范坏账损失风险，房地产调控宏观形势和公司销售策略调整，共同导致2018年直梯销量下降。2018年度，公司加强渠道建设，销售服务网络扩大；同时公司加强研发投入，直梯产品种类不断丰富，目前已拥有乘客电梯、载货电梯、汽车电梯、加装电梯、观光电梯和病床电梯等11个系列22种型号产品，广泛应用于商品房、保障安置房、写字楼、酒店和购物中心等建筑物和特定场所，致力于满足客户多样化的需求。上述举措使得公司直梯销量在2019年得到提升，销量较2018年增加20.70%。

报告期内，直梯产品在直销和经销模式下的销量变动情况如下：

单位：台，%

销售模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	销量	变动	销量	变动	销量	变动	销量
直销	441	-	1,138	0.89	1,128	-30.80	1,630
经销	1,208	-	3,037	30.29	2,331	2.69	2,270
合计	1,649	-	4,175	20.70	3,459	-11.31	3,900

报告期内，直梯产品的直销销量呈逐年下降趋势，经销销量总体呈上升趋势。2018年，公司直梯产品的直销销量降幅较大，主要原因为2018年以来，针对国家房地产宏观调控政策，公司加强客户信用管理，对于坏账风险较高的客户，采取审慎的销售政策，导致直销业务规模有所降低。此外，直销模式下，公司根据客户付款进度以及客户实际需求安排生产、发货，受客户项目进度影响，产品销量存在一定波动性。同时，公司加强经销商渠道建设，经销业务规模于2019年明显回升。

公司直梯产品销售单价下降，主要原因为：其一，为应对市场竞争环境变化，在行业产品价格普遍下调的形势下，公司调减产品价格以保持市场竞争力；其二，由于单位售价较高的直销模式收入占比有所下降，导致了电梯平均销售单价降低；其三，层站数为10层及以下的直梯收入占比由2017年的39.57%上升至2019年的49.07%，低层直梯单位成本和售价较低，导致了电梯平均售价降低。

报告期内，公司电梯平均销售单价下降对公司盈利能力带来不利影响，公司于2017年下半年起通过调整销售策略，扩充销售团队并在核心销售区域增设分

支机构，加强渠道建设等措施，可以及时获取商业信息，快速响应客户需求以提升满意度，增强客户黏性，达到提升产品销量并增强品牌影响力的目的。

报告期内，同行业可比公司直梯销售平均单价为：

单位：万元/台

公司[1]	2019 年	2018 年	2017 年
康力电梯	10.23	10.25	10.52
快意电梯[2]	11.58	12.48	13.13
梅轮电梯	8.37	8.70	9.69
通用电梯	12.13	12.62	13.76
平均值	10.58	11.01	11.78
本公司	9.90	10.49	11.88

注：1、以上数据来源于同行业可比公司公开披露信息，**同行业可比公司未披露 2020 年 1-6 月直梯销售平均售价数据**。

2、报告期内，快意电梯未单独披露直梯收入、销量和销售均价；据其年报统计，其大部分电梯收入来自于直梯销售收入，上表中以其电梯整机均价替代直梯销售均价进行对比分析。

报告期内，公司直梯销售平均单价变动趋势与同行业可比公司保持一致，平均单价略低于同行业可比公司平均水平。影响直梯售价的主要因素为载重、层站数、速度、用料等，型号、规格等参数不同的电梯，制造成本、销售价格存在差异。此外，电梯售价还受到营销力度、品牌溢价、装潢配置、客户关系等因素影响。

由于在品牌影响力、营销实力等方面与同行业上市公司存在一定差距，公司以二三线城市为重要目标市场，客户多为中小型房地产开发企业和企事业单位，因此公司主打低总价、高性价比电梯产品，平均单价略低于同行业可比公司。

（2）扶梯、自动人行道业务

2017 年、2018 年和 2019 年，公司扶梯、自动人行道收入分别为 5,230.49 万元、4,711.89 万元和 3,637.28 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.01%、10.43%和 7.31%。

2018 年扶梯、自动人行道收入较 2017 年减少 518.61 万元，降幅为 9.92%，2019 年扶梯、自动人行道收入较 2018 年减少 1,074.61 万元，降幅为 22.81%。收入变动的具体原因分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售收入（万元）	**1,207.65**	3,637.28	4,711.89	5,230.49
销量（台）	**91.00**	337.00	372.00	351.00
单价（万元/台）	**13.27**	10.79	12.67	14.90
销量变动对收入的影响[1]	-	-9.41%	5.98%	-
单价变动对收入的影响[2]	-	-13.40%	-15.90%	-

注：1、销量变动对收入的影响=（本年度销售数量-上年度销售数量）×上年度销售单价÷上年度销售收入

2、单价变动对收入的影响=（本年度销售单价-上年度销售单价）×本年度销售数量÷上年度销售收入

报告期内公司扶梯及自动人行道产品销量有所波动，销售单价逐年下降，公司扶梯及自动人行道销售收入变动主要受销售单价的影响。

2018 年扶梯及自动人行道销量较 2017 年增加 21 台，增加销售收入 312.94 万元，增幅为 5.98%；销售单价较 2017 年减少 2.24 万元/台，减少销售收入 831.54 万元，降幅为 15.90%。受销量和销售单价变化的综合影响，2018 年扶梯及自动人行道收入较 2017 年减少 518.61 万元，降幅为 9.92%。

2019 年扶梯及自动人行道销量较 2018 年减少 35 台，减少销售收入 443.32 万元，降幅为 9.41%；销售单价较 2018 年减少 1.87 万元/台，减少销售收入 631.28 万元，降幅为 13.40%。综合影响下，2019 年扶梯及自动人行道收入较 2018 年减少 1,074.61 万元，降幅为 22.81%。

报告期内，扶梯及自动人行道产品在直销和经销模式下的销量变动情况如下：

单位：台，%

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销量	变动	销量	变动	销量	变动	销量
直销	46	-	75	-44.85	136	-0.73	137
经销	45	-	262	11.02	236	10.28	214
合计	91	-	337	-9.41	372	5.98	351

公司扶梯及自动人行道产品销售规模较小，因此直销和经销销量均受到大型项目交付的影响。2019 年，扶梯及自动人行道产品的直销销量减少 49.29%，主要原因为公司于 2017 年和 2018 年逐渐完成墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项

目 138 台产品的交付工作。

2017 年-2019 年，公司扶梯及自动人行道单价呈下降趋势，主要原因为：其一，根据国内外市场情况变化，为保持产品竞争力，公司相应降低价格以应对市场变化；其二，公司于 2017 年和 2018 年逐渐完成了对墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目的 138 台产品交付，该项目销售的产品单位售价较高，提升了公司 2017 年和 2018 年扶梯及自动人行道产品单价；其三，报告期内，提升高度为 6 米及以上的产品的收入占比由 27.57%下降至 12.07%，降低了扶梯及自动人行道产品的平均售价。2020 年 1-6 月，扶梯及自动人行道产品单价略有上升，主要系成都军区总医院项目影响，该项目对扶梯产品的装潢配置和售后服务等要求较高，公司在现场长期派驻技术人员为客户进行服务，因此单价水平较高。售价下降对公司盈利能力带来不利影响，公司积极参与国内城市轨道交通、机场、展览会馆、办公楼宇等“新基建”基础设施建设项目的招投标，并持续开拓“一带一路”沿线国家电梯市场，开拓更为广阔的产品市场。

（三）结合产品结构变动、产品成本变动、销售定价政策等，补充披露直梯、自动扶梯及自动人行道产品销售单价持续下降的原因及合理性

1、产品结构变动

公司电梯整机产品分为直梯产品和扶梯及自动人行道产品，直梯产品的销售规格主要包括载重、层站数、速度和配置等，扶梯及自动人行道产品的销售规格主要包括宽度、角度、提升高度和应用领域等。其中，层站数为影响直梯产品售价的主要因素，提升高度为影响扶梯及自动人行道产品售价的主要因素。

报告期内，公司直梯产品按层站数分类的结构情况如下：

单位：万元，%

年度	层站数	单价（万元/台）	收入（万元）	占直梯收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	10 层及以下	9.06	9,372.19	59.43
	11 层至 19 层	9.60	3,408.21	21.61
	20 层及以上	11.50	2,989.80	18.96
	合计	9.56	15,770.20	100.00
2019 年度	10 层及以下	8.42	20,280.47	49.07
	11 层至 19 层	10.04	10,717.22	25.93

年度	层站数	单价（万元/台）	收入（万元）	占直梯收入的比例（%）
	20 层及以上	14.76	10,331.66	25.00
	合计	9.90	41,329.35	100.00
2018 年度	10 层及以下	9.27	17,949.21	49.48
	11 层至 19 层	11.00	10,519.63	29.00
	20 层及以上	13.80	7,809.28	21.53
	合计	10.49	36,278.12	100.00
2017 年度	10 层及以下	9.83	18,330.08	39.57
	11 层至 19 层	12.65	13,998.54	30.22
	20 层及以上	15.06	13,991.70	30.21
	合计	11.88	46,320.32	100.00

报告期内，公司销售直梯产品的层站数以 10 层及以下为主，其占直梯销售收入的比例分别为 39.57%、49.48%、49.07%和 59.43%，整体呈上升趋势。层站数直接影响直梯产品的钢材、层门装置、井道件、导轨和电缆等零部件配置数量，进而影响直梯的单位成本及单价。在其他销售规格不变的情况下，直梯产品的层站数越高，其单位成本及单价越高。随着层站数 10 层及以下直梯产品占比的上升，公司直梯产品的平均单价随之下降。

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按提升高度分类的结构情况如下：

单位：万元，%

年度	提升高度	单价（万元/台）	收入（万元）	占扶梯及自动人行道收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	4 米及以下	12.89	180.41	14.94
	4 米至 6 米	13.32	1,012.22	83.82
	6 米及以上	15.03	15.03	1.24
	合计	13.27	1,207.65	100.00
2019 年度	4 米及以下	9.68	416.19	11.44
	4 米至 6 米	10.78	2,781.95	76.48
	6 米及以上	12.20	439.14	12.07
	合计	10.79	3,637.28	100.00
2018 年度	4 米及以下	11.01	484.56	10.28
	4 米至 6 米	12.27	3,251.33	69.00

年度	提升高度	单价（万元/台）	收入（万元）	占扶梯及自动人行道收入的比例（%）
	6 米及以上	15.49	976.00	20.71
	合计	12.67	4,711.89	100.00
2017 年度	4 米及以下	11.59	846.30	16.18
	4 米至 6 米	14.14	2,941.88	56.24
	6 米及以上	20.60	1,442.31	27.57
	合计	14.90	5,230.49	100.00

报告期内，公司销售扶梯及自动人行道产品的提升高度以 4 米至 6 米为主，其占扶梯及自动人行道销售收入的比例分别为56.24%、69.00%、76.48%和83.82%，整体呈上升趋势。提升高度直接影响扶梯及自动人行道产品的钢材、梯级链、梯级和主机等零部件配置数量，进而影响扶梯及自动人行道的单位成本和单价。在其他销售规格不变的情况下，扶梯及自动人行道产品的提升高度越高，其单位成本和单价越高。随着提升高度 6 米及以上扶梯及自动人行道产品占比的下降，公司扶梯及自动人行道产品的平均单价随之下降。

2、产品成本变动

报告期内，公司分产品的主营业务成本构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直梯	9,618.15	83.52	25,057.37	77.39	21,064.91	71.95	24,469.99	67.96
扶梯、自动人行道	816.74	7.09	2,876.12	8.88	3,511.91	12.00	3,724.21	10.34
电梯产品小计	**10,434.89**	**90.61**	**27,933.49**	**86.27**	**24,576.82**	**83.95**	**28,194.21**	**78.31**
安装维保及备件	1,081.26	9.39	4,443.91	13.73	4,699.46	16.05	7,810.74	21.69
合计	**11,516.15**	**100.00**	**32,377.41**	**100.00**	**29,276.28**	**100.00**	**36,004.94**	**100.00**

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司主营业务成本分别为 36,004.94 万元、29,276.28 万元、32,377.41 万元和 11,516.15 万元，变化趋势与主营业务收入的变化基本一致。

报告期内，公司电梯整机产品主营业务成本结构如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	9,537.81	91.40	25,992.59	93.05	22,774.39	92.67	26,116.84	92.63
直接人工	263.84	2.53	739.94	2.65	785.19	3.19	935.31	3.32
制造费用	633.24	6.07	1,200.96	4.30	1,017.23	4.14	1,142.05	4.05
合计	**10,434.89**	**100.00**	**27,933.49**	**100.00**	**24,576.82**	**100.00**	**28,194.21**	**100.00**

报告期内，公司电梯整机产品主营业务成本构成稳定，由直接材料、直接人工和制造费用构成，其中直接材料占比为 92%左右，是营业成本的主要构成部分，直接材料主要包括外购零部件和原材料两大类。

报告期内，公司电梯整机产品平均单位成本变动情况如下：

单位：万元/台、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本
直梯	5.83	-2.82	6.00	-1.45	6.09	-2.94	6.27
扶梯、自动人行道	8.98	5.16	8.53	-9.60	9.44	-11.02	10.61

报告期内，公司电梯整机产品的层站数及提升高度下降，导致产品的平均单位成本和单位售价随之下降。

3、销售定价政策

公司的产品销售主要是采用市场导向定价政策，公司以电梯行业领先公司价格为基础，适当调整价格，采用次高价格参与市场竞争。在签订销售合同时，公司对项目所在区域和销售型号进行市场调研，了解市场价格变化和竞争情况，并综合考虑客户的合作关系、购买数量、信用资质、经营规模和付款能力等信息，与相关客户进行充分协商确定最终产品价格。公司内部对产品定价权限采取分级管理，不同定价区间分别由部门负责人、分管销售副总经理和总经理审批。报告期内，为应对市场竞争环境变化，在行业产品普遍下调的形势下，调减产品价格以保持市场竞争力。

同时，公司在不同销售模式下的产品定价存在一定差异：直销模式下，公司与产品的最终使用方签订销售合同，公司承担产品成本和各项销售费用，部分合

同售价包含居间费用，平均售价水平通常较高。经销模式下，经销商需留存合理利润空间，同时，经销商的应收账款回款周期较短且坏账风险较低，因此，经销模式下的产品定价较低。报告期内，公司销售单价较低的经销模式收入占比增加，销售单价较高的直销模式收入占比下降，导致公司产品的销售单价下降。

4、综合分析

层站数和提升高度为影响公司电梯产品售价和单位成本的主要因素，在其他销售规格不变的情况下，电梯产品的层站数和提升高度越高，其单位成本及单价越高。报告期内，随着层站数 10 层及以下直梯占比的上升和提升高度 6 米及以上扶梯及自动人行道产品占比的下降，公司电梯产品的平均单价和单位成本随之下降。

公司采用销售折扣定价政策，在行业产品价格普遍下调的形势下，及时调整产品价格以保持市场竞争力。同时，公司销售单价较低的经销模式收入占比增加，销售单价较高的直销模式收入占比下降，也是公司产品的销售单价下降的原因之一。

基于以上原因，报告期内，公司直梯、扶梯及自动人行道产品销售单价持续下降，具有合理性。

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“十一、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”之“1、收入构成分析”中补充披露，具体内容参见本题回复“二、补充披露报告期内直梯、自动扶梯及自动人行道产品不同销售模式下销量变动原因及合理性”。

（四）按直梯、自动扶梯及自动人行道产品的应用领域分类，补充披露报告期内发行人产品在各应用领域的收入及占比情况；结合相关应用领域的发展与需求状况、公司订单情况等，量化分析并补充披露报告期内各应用领域收入变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”之“1、收入构成分析”中进行了补充披露：

（4）各应用领域电梯整机产品的收入及占比情况

报告期内，公司直梯产品按应用领域分类的收入及占比情况如下

单位：万元，%

应用领域	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
住宅小区	11,194.75	70.99	31,571.83	76.39	27,048.98	74.56	35,970.10	77.66
写字楼及厂房	2,027.49	12.86	4,400.86	10.65	4,491.56	12.38	4,479.29	9.67
事业单位	1,301.15	8.25	2,444.63	5.91	2,660.09	7.33	2,331.69	5.03
购物中心及酒店	943.77	5.98	2,027.61	4.91	1,592.95	4.39	1,872.02	4.04
政府单位	264.38	1.68	818.61	1.98	368.61	1.02	972.30	2.10
交通设施	-	0.00	39.57	0.10	74.70	0.21	35.57	0.08
其他	38.65	0.25	26.24	0.06	41.24	0.11	659.35	1.42
合计	15,770.20	100.00	41,329.35	100.00	36,278.12	100.00	46,320.32	100.00

报告期内，住宅小区为公司直梯产品最主要的应用领域，其对应销售收入分别为 35,970.10 万元、27,048.98 万元、31,571.83 万元和 11,194.75 万元，占直梯产品收入的比例分别为 77.66%、74.56%、76.39%和 70.99%。近年，我国城镇化水平不断提高，城镇化进程仍蕴含较大经济增长动力。城市住宅建设、公共基础设施建设、城市群及系列配套改革是城镇化发展的核心，相关领域的发展将会继续推动电梯需求增长。同时，国家对新兴城镇化建设、旧楼加装电梯和老旧小区改造的相关规划为电梯行业的发展提供了良好的政策支持，创造了良好的市场环境。公司将在政策支持下把握机遇，积极参与相关建设项目的招投标工作，提升公司品牌影响力。

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按应用领域分类的收入及占比情况如下：

单位：万元，%

应用领域	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
购物中心及酒店	666.88	55.22	2,229.23	61.29	1,998.92	42.42	2,527.84	48.33
交通设施	-	-	-	-	1,773.95	37.65	1,177.78	22.52
住宅小区	36.75	3.04	960.50	26.41	792.51	16.82	1,266.54	24.21

写字楼及厂房	31.22	2.59	403.62	11.10	36.85	0.78	123.08	2.35
事业单位	472.80	39.15	43.93	1.21	68.19	1.45	42.79	0.82
政府单位	-	-	-	-	41.47	0.88	92.46	1.77
合计	1,207.65	100.00	3,637.28	100.00	4,711.89	100.00	5,230.49	100.00

报告期内，购物中心及酒店为公司扶梯及自动人行道产品的主要应用领域，其对应销售收入分别为 2,527.84 万元、1,998.92 万元、2,229.23 万元和 666.88 万元，占扶梯及自动人行道收入的比例分别为 48.33%、42.42%、61.29%和 55.22%。经济发展和城镇化率的提高促进了商业发展需求，城市办公楼、酒店、购物中心、体育馆、影院等商业建筑的持续建设将带来大量的电梯需求。2017 年和 2018 年，公司交通设施领域的扶梯及自动人行道产品收入分别为 1,177.78 万元和 1,773.95 万元，占比较高，主要原因为公司于 2017 年和 2018 年承接并完成了规模较大的墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目。

（五）分别列示安装收入、维保收入和备件销售收入，结合销量、价格的变动情况，量化分析并补充披露报告期内相关收入变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”之“1、收入构成分析”之“（6）安装维保及备件业务”中进行了补充披露：

报告期内，公司安装维保及备件收入变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
安装维保收入	916.09	-	4,382.34	13.05%	3,876.44	-34.49	5,917.66
备件及其他收入	204.54	-	376.34	28.73	292.35	-49.81	582.44
合计	1,120.63	-	4,758.68	14.15	4,168.79	-35.87	6,500.10

报告期内，安装维保收入分别为 5,917.66 万元、3,876.44 万元、4,382.34 万元和916.09 万元，2018 年较 2017 年下降 34.49%，2019 年较 2018 年上升 13.05%。收入变动的具体原因分析如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

销售收入（万元）	916.09	4,382.34	3,876.44	5,917.66
安装维保量（台）	222.00	753.00	714.00	1,209.00
单价（万元/台）	4.13	5.82	5.43	4.89
销量变动对收入的影响[1]	-	5.46%	-40.94%	-
单价变动对收入的影响[2]	-	7.59%	6.45%	-

注：1、销量变动对收入的影响=（本年度销售数量-上年度安装维保数量）×上年度销售单价÷上年度销售收入

2、单价变动对收入的影响=（本年度销售单价-上年度销售单价）×本年度安装维保数量÷上年度销售收入

2018 年安装维保量较 2017 年减少 495 台，减少安装维保收入 2,422.86 万元，降幅为 40.94%；安装维保单价较 2017 年上升 0.53 万元/台，增加安装维保收入 381.65 万元，增幅为 6.45%。受安装维保量和安装维保单价变化的综合影响，2018 年安装维保收入较 2017 年减少 2,041.22 万元，降幅为 34.49%。

2019 年安装维保量较 2018 年增加 39 台，增加安装维保收入 211.74 万元，增幅为 5.46%；安装维保单价较 2018 年上升 0.39 万元/台，增加安装维保收入 294.16 万元，增幅为 7.59%。受安装维保量和安装维保单价变化的综合影响，2019 年安装维保收入较 2018 年增加 505.90 万元，增幅为 13.05%。

报告期内，公司安装维保量略有波动，总体呈下降趋势。报告期内，针对国家房地产宏观调控政策，公司加强客户信用管理，对于坏账风险较高的客户，采取审慎的销售策略，直销业务规模有所降低，公司主要为直销的电梯产品提供安装维保服务，因此公司安装维保量也随之降低。

报告期内，公司安装维保单价呈逐年上升趋势。公司根据客户的个性化维保需求、经销商或第三方安装维保公司的资质与业务质量等因素综合确定安装维保业务价格。在保证电梯产品销售利润的基础上，公司不以在安装维保环节盈利为目的，以较低的价格为客户提供高质量的安装维保服务，以更好地服务客户，提高客户认可度。

报告期内，公司备件收入波动较为明显，主要原因为公司根据经销商或电梯维保单位的备件更换需求向其销售备件，该项业务的需求情况因客户而异，与公司业务规模变动无明显的相关性。报告期内，备件收入占主营业务的比例分别为 1.00%、0.65%、0.76%和 1.11%，占比较小。

（六）补充披露境外销售主要地区出口产品相关的贸易政策，以及报告期内各地区销售收入变动的原因及合理性；海关报关金额、增值税退税金额的计算过程以及与发行人外销收入的匹配性

1、补充披露境外销售主要地区出口产品相关的贸易政策，以及报告期内各地区销售收入变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”之“2、销售区域分析”之“（2）国外市场销售情况”中进行了补充披露：

报告期内，公司国外主要销售地区情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	销售地区	销售金额	占比
2020 年 1-6 月	1	孟加拉国	1,043.40	23.58
	2	科威特	727.35	16.44
	3	乌兹别克斯坦	460.55	10.41
	4	俄罗斯	399.36	9.03
	5	肯尼亚	310.57	7.02
	合计		2,941.23	66.48
2019 年度	1	孟加拉国	1,775.08	18.01
	2	俄罗斯	1,694.92	17.20
	3	科威特	1,504.07	15.26
	4	乌兹别克斯坦	998.06	10.13
	5	阿联酋	527.65	5.35
	合计		6,499.77	65.95
2018 年度	1	孟加拉国	2,677.62	22.79
	2	墨西哥	1,957.62	16.66
	3	乌兹别克斯坦	1,313.92	11.18
	4	俄罗斯	978.71	8.33
	5	科威特	870.14	7.40
	合计		7,798.01	66.36
2017 年度	1	孟加拉国	3,906.85	29.53
	2	科威特	1,559.40	11.79

年度	序号	销售地区	销售金额	占比
	3	墨西哥	1,465.55	11.08
	4	俄罗斯	1,088.10	8.22
	5	乌兹别克斯坦	885.75	6.69
	合计		8,905.65	67.31

报告期内，公司海外客户主要集中于孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯（西伯利亚）等国家，其中孟加拉国、科威特和墨西哥为公司最主要的国外销售地区。**2019 年，墨西哥未进入公司国外主要销售地区，主要原因为公司于 2017 年获得了墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线的项目订单，提供的产品为公共交通型自动扶梯，该项目于 2017 年和 2018 年已陆续完成交付。**

目前，公司海外主要销售地区对于电梯产品的进出口并未在贸易政策上采取配额或其他进出口限制，无反倾销、反补贴等贸易摩擦和关税壁垒。部分国家对电梯产品进口设置一定的技术标准，如俄罗斯要求进口电梯产品符合 EAC 标准并取得 CUTR（俄罗斯、白俄罗斯、哈萨克斯坦）三国海关联盟认证，墨西哥要求进口电梯产品符合 CE 标准。报告期内，公司境外主要销售地区的相关贸易政策未发生明显不利变化。

2、海关报关金额、增值税退税金额的计算过程以及与发行人外销收入的匹配性

（1）外销收入与海关证明数据对比情况

报告期内，公司外销收入与海关证明数据对比情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入	4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71
海关证明数据	4,224.53	10,208.16	11,847.24	13,362.55
差异	199.79	-353.06	-95.92	-130.84
差异率	4.52	-3.58	-0.82	-0.99

报告期内，公司外销收入与海关证明数据存在一定差异，整体差异较小。差异主要为海关统计数据录入时点与公司收入确认时点差异和汇率差异。

（2）外销收入与出口退税金额对比情况

报告期内，公司外销收入金额与出口退税金额对比情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入	4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71
申报表免抵退出口销售额	4,310.09	10,152.27	11,950.34	13,275.91
差异	114.23	-297.17	-199.02	-44.20
差异率	2.58	-3.02	-1.69	-0.33

报告期内，公司外销收入与申报表免抵退出口销售额存在一定差异，差异整体较小。差异主要为出口退税申报时点与收入确认时点差异和汇率差异。

（七）补充披露报告期各期主营业务收入按季度划分的金额及占比，各季度收入占比波动的原因，第四季度收入对应客户构成情况及期后回款情况，结合同行业可比公司情况，披露收入的季节性波动是否符合行业惯例

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（二） 营业收入分析”中进行了补充披露：

4. 主营业务收入季节性分析

报告期内，公司主营业务收入按季度划分的金额及占比情况如下：

单位：万元，%

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	6,361.96	12.79	7,328.15	16.23	9,713.15	16.73
第二季度	14,771.57	29.71	11,282.91	24.98	13,339.10	22.98
第三季度	12,853.11	25.85	10,544.18	23.35	16,933.39	29.17
第四季度	15,738.67	31.65	16,003.56	35.44	18,065.28	31.12
合计	49,725.31	100.00	45,158.81	100.00	58,050.91	100.00

报告期内，公司各季度的主营业务收入比例未发生明显变化。电梯行业具有较为明显的季节性特点，受中国的传统节日、冬季低温影响建筑项目施工等多重因素影响，第一季度通常为电梯整机制造企业销售淡季。

报告期内，公司第四季度收入对应客户构成情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	客户名称	销售金额	占比
2019年度第四季度	1	天津京铁房地产开发有限公司	2,277.39	14.47
	2	National Engineering For Elevators & Escalators	576.52	3.66
	3	新疆天宁金一房地产开发有限公司	397.06	2.52
	4	惠东县卫生和计划生育局	334.64	2.13
	5	Property Development Ltd.	292.57	1.86
	合计		3,878.19	24.64
2018年度第四季度	1	绵阳新兴投资控股有限公司	1,099.70	6.87
	2	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	794.24	4.96
	3	中建四局第三建筑工程有限公司	653.52	4.08
	4	聊城经开置业有限公司	626.64	3.92
	5	Property Development Ltd.	513.12	3.21
	合计		3,687.21	23.04
2017年度第四季度	1	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.	1,194.49	6.61
	2	Property Development Ltd.	1,150.85	6.37
	3	河南展宇置业有限公司	1,108.49	6.14
	4	蒙城县龙佳置业有限公司	996.71	5.52
	5	成都市温江区建设局	780.24	4.32
	合计		5,230.78	28.95

报告期内，公司销售客户较为分散，不存在对单一客户重大依赖的情况。

报告期内，公司与上述客户之间不存在关联关系，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东，在上述客户中未占有任何权益。

截至 2020 年 6 月 30 日,公司报告期各期第四季度收入期后回款情况如下：

项目	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入（万元）	15,738.67	16,003.56	18,065.28
回款金额（万元）	12,836.75	14,928.89	17,251.70
回款比例（%）	81.56%	93.28%	95.50%

公司应对房地产宏观调控形势，加强客户信用管理、预收款管理和应收款回款管理，采取日常催收、诉讼追讨、以房抵债、坏账核销等形式，提升回款情况。

报告期内，同行业可比公司按季度划分的营业收入情况如下：

单位：万元，%

同行业可比公司	季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
康力电梯	第一季度	74,277.57	20.28	71,150.82	23.01	72,650.30	22.15
	第二季度	96,073.37	26.23	73,779.70	23.86	83,992.98	25.61
	第三季度	101,899.72	27.82	82,301.46	26.62	87,567.92	26.70
	第四季度	94,062.37	25.68	81,951.60	26.51	83,782.31	25.54
快意电梯	第一季度	9,222.69	11.23	15,042.00	17.16	16,652.47	22.23
	第二季度	21,044.25	25.61	19,406.85	22.14	18,754.19	25.04
	第三季度	21,169.89	25.77	18,678.32	21.30	17,976.13	24.00
	第四季度	30,721.27	37.39	34,544.26	39.40	21,519.77	28.73
梅轮电梯	第一季度	11,163.44	15.15	10,786.31	14.62	9,511.62	13.00
	第二季度	20,888.59	28.34	23,910.66	32.42	28,574.30	39.04
	第三季度	18,125.20	24.59	16,119.35	21.85	17,375.50	23.74
	第四季度	23,518.43	31.91	22,945.57	31.11	17,728.64	24.22

注：同行业可比公司中，通用电梯未披露按季度划分的营业收入数据。

报告期内，公司与同行业可比公司分季度的收入结构基本保持一致，第一季度为销售淡季，符合电梯行业规律。

（八）申报材料显示，报告期内发行人销售存在第三方回款的情形。请发行人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，补充披露第三方回款相关情况及中介机构的核查意见。请保荐人、申报会计师逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，对第三方回款发表明确意见，说明核查过程。

1、请发行人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，补充披露第三方回款相关情况及中介机构的核查意见。

以下内容在《招股说明书》之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之““十一、盈利能力分析”之“（二）营业收入分析”中进行了补充披露：

6、第三方回款情况

报告期内，公司境内及境外业务均存在第三方回款，且呈下降趋势，公司

存在第三方回款主要系：政府平台代付款（医院、学校、事业单位等客户存在由政府平台代付款情形）、客户母子公司代为付款（存在部分客户通过其所属集团或指定相关公司代为付款情形）、法人代表及员工代付款（客户通过其法人代表、近亲属或公司员工代为付款情形）、法院执行（因客户长期未付款产生诉讼，裁决后最终由法院案款专户代付款情形）、外销客户委托清关公司代付、产品的最终使用用户代付款、伊朗等国家因国际制裁委托代理公司代付等情形。

报告期内，公司第三方回款构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
第三方回款	境内	境外	境内	境外	境内	境外	境内	境外
	1,441.94	382.13	3,044.13	598.82	1,851.51	1,108.74	6,799.93	3,464.63
合计	1,824.07		3,642.94		2,960.26		10,264.55	
营业收入	18,345.54		50,485.91		45,600.56		58,302.18	
占比	9.94		7.22		6.49		17.61	

如上表列示，报告期内，公司内销及外销业务均存在第三方回款情形，其中，2017 年第三方回款规模较大，占营业收入的比重为 17.61%，随着公司逐步加强对第三方回款的规范管理，发行人第三方回款总体呈下降趋势。

2、请保荐人、申报会计师逐项对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求，对第三方回款发表明确意见，说明核查过程。

1、核查过程

（1）第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形；

保荐机构、申报会计师抽取了部分第三方回款涉及的销售合同、发货记录、验收报告、报关单及提单；取得了第三方回款涉及银行回单、代付协议等。

经核查，公司第三方回款所涉业务真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形。

（2）第三方回款形成收入占营业收入的比例；

该回复参见本问题回复（一）。

（3）第三方回款的原因、必要性及商业合理性；

报告期各期，发行人内、外销业务均存在第三方回款。

发行人内销业务第三方回款具体原因构成如下：

单位：万元，%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府平台代付	金额	1,158.88	1,674.80	941.30	2,684.86
	内销三方回款占比	80.37	55.02	50.84	39.48
	内销收入占比	8.47	4.20	2.82	5.99
母子公司代付	金额	155.81	694.16	431.06	1,212.85
	内销三方回款占比	10.81	22.80	23.28	17.84
	内销收入占比	1.14	1.74	1.29	2.71
法人代表及员工代付款	金额	60.58	126.83	308.21	2,431.46
	内销三方回款占比	4.20	4.17	16.65	35.76
	内销收入占比	0.44	0.32	0.92	5.43
终端用户代付	金额	66.67	133.97	138.00	341.87
	内销三方回款占比	4.62	4.40	7.45	5.03
	内销收入占比	0.49	0.34	0.41	0.76
法院代付等其他原因	金额	-	414.38	32.94	128.89
	内销三方回款占比	-	13.61	1.78	1.90
	内销收入占比	-	1.04	0.10	0.29
合 计		1,441.94	3,044.13	1,851.51	6,799.93
内销收入		13,674.15	39,870.21	33,407.49	44,819.20
占比		10.55	7.64	5.54	15.17

如上列示，发行人内销业务第三方回款的主要系政府平台代付款、母子公司代付款及法人代表及员工代付款产生，上述情况报告期内第三方回款分别为 6,329.17 万元、1,680.57 万元、2,495.79 万元和 1,375.28 万元，占当期第三方回款的比重分别为 93.08%、90.77%、81.99%和 95.38%，占当期内销收入的比重分别为 14.12%、5.03%、6.26%和 10.06%。终端用户代付、法院代付等原因占内销第三方回款的比重较小。公司内销业务第三方回款主要系因客户性质、结算便利、法律诉讼等原因发生，符合发行人所在的行业特点和经营模式，具有一定的必要性及商业合理性。

发行人外销业务第三方回款具体原因构成如下：

单位：万元，%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
母子公司代付	金额	26.57	50.30	369.78	1,126.85
	外销三方回款占比	6.95	8.40	33.35	32.52
	外销收入占比	0.60	0.51	3.15	8.52
法人代表及员工代付款	金额	-	-	-	2.35
	外销三方回款占比	-	-	-	0.07
	外销收入占比	-	-	-	0.02
终端用户代付	金额	-	41.10	305.81	413.71
	外销三方回款占比	-	6.86	27.58	11.94
	外销收入占比	-	0.42	2.60	3.13
清关公司代付	金额	310.88	493.36	433.15	1,921.72
	外销三方回款占比	81.35	82.39	39.07	55.47
	外销收入占比	7.03	5.01	3.69	14.52
国际制裁代付	金额	44.68	14.06	-	-
	外销三方回款占比	11.69	2.35	-	-
	外销收入占比	1.01	0.14	-	-
合 计		382.13	598.82	1,108.74	3,464.63
外销收入		4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71
占比		8.64	6.08	9.44	26.18

如上表所示，报告期内，发行人外销业务第三方回款原因主要系母子公司代付款、清关公司代付款产生，上述情况报告期内第三方回款分别为 3,048.57 万元、802.93 万元、543.66 万元和 337.45 万元，占当期第三方回款的比重分别为 87.99 %、72.42%、90.79%和 88.31%，占当期外销收入的比重分别为 23.04%、6.83%、5.52%和 7.63%。此外，外销业务其他第三方回款主要系法人代表及员工代付款、终端用户代付款及国际制裁代付款产生，占比较小，对第三方回款总体影响较小。

（4）发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排；

保荐机构、申报会计师取得了发行人及实际控制人、董监高关联方清单，发行人银行对账单及实际控制人、董监高银行流水，并对部分客户进行了走访确认，就上述获取信息与第三方回款支付方进行了匹配核查。

经核查，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

（5）境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性；

该问题回复参见本问题回复（二）。

（6）报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

保荐机构、申报会计师查询了公司涉诉信息、抽查了涉及第三方回款的代付书，就代付协议信息进行了核对。

经核查，发行人报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

（7）如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的，请说明该交易安排是否具有合理原因；

通过与相关业务人员沟通、抽查涉及第三方回款的销售合同等核查方式，未发现发行人签订合同时就已明确约定由其他第三方代购买方付款的情形。

（8）资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致。

保荐机构、申报会计师抽查了发行人涉及第三方回款业务的相关销售合同、发货记录、报关单及提单等，确认了货物流与合同约定的一致性；抽查了第三方回款涉及银行回单及代付协议，就代付协议内容进行了核对，确认了资金流与合同约定的一致性。经核查，发行人第三方回款涉及资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人第三方回款均系真实销售业务产生，公司相关销售收入与第三方回款可以一一匹配，具有可验证性，公司相应内部控制有效执行；公司第三方回款主要系客户所在地区、客户性质及客户规模等原因产生，第三方回款具有必要性和商业合理性；公司对第三方回款情形履行

了内控程序，对每笔第三方回款取得了代付协议及银行回单；发行人报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；发行人第三方回款涉及资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

经核查，申报会计师认为：发行人第三方回款相应内部控制有效，存在一定的商业合理性、必要性，对报告期内第三方回款实施了相关审计程序，未见虚拟交易或调解账龄的情况，未见第三方回款的支付方与发行人存在关联关系或其他利益安排，未见第三方回款涉诉及纠纷，发行人第三方回款涉及资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

（九）中介机构意见

1、核查过程

（1）了解公司各销售模式下收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的有效性；

（2）对公司主要经营管理人员进行访谈，了解公司主要产品的销售模式、定价策略和结算方式；

（3）对报告期的销售收入及毛利率按产品、销售模式、地区等实施分析程序，与历史同期、同行业可比公司进行对比，分析毛利率变动情况，复核收入变动的合理性；

（4）对收入实施细节测试，检查与收入确认相关的合同、订单、销售发票、发货单、运输单据、回款单据等。对带安装的电梯销售收入，获取全部监督检验报告，检查是否存在未收到验收报告确认收入的情况；对出口收入，获取全部销售合同、出口报关单、提单；同时采用抽样的方法查验报告期内收入对应的销售合同、发货单、验收报告、发票以及收款凭证；

（5）对销售收入、应收账款、预收款项向主要客户独立发送函证，对未回函部分执行替代测试程序。

报告期内，保荐机构、申报会计师对发行人主营业务收入的函证汇总情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入	18,098.48	49,725.31	45,158.81	58,050.91
回函及替代确认收入金额	10,338.92	31,790.31	21,023.73	34,701.43
回函及替代确认收入占比	57.13	63.93	46.56	59.78
细节测试金额	13,265.29	35,316.30	34,019.65	45,343.63
细节测试占比	73.30	71.02	75.33	78.11
核查比例	77.24	81.06	77.45	82.51

（6）通过视频访谈或实地走访的形式对主要客户进行了访谈，了解发行人产品的使用情况，确认发行人产品的最终销售情况

报告期内，保荐机构、申报会计师对发行人主要客户的走访核查汇总情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入	18,098.48	49,725.31	45,158.81	58,050.91
走访主要客户收入	9,639.34	23,602.97	19,291.07	31,703.87
走访比例	53.26	47.47	42.72	54.61

（7）走访过程中与主要客户确认基本工商信息，重点核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股权结构等情况；

（8）获取发行人海关出口数据，并与发行人的外销收入进行对比。

报告期内，发行人外销收入与海关证明数据对比情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入	4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71
海关证明数据	4,224.53	10,208.16	11,847.24	13,362.55
差异	199.79	-353.06	-95.92	-130.84
差异率	4.52	-3.58	-0.82	-0.99

报告期内，公司外销收入与海关证明数据存在一定差异，整体差异较小。差异主要为海关统计数据录入时点与公司收入确认时点差异和汇率差异。

（9）获取发行人出口退税数据，与发行人外销收入进行对比。

报告期内，发行人外销收入金额与出口退税金额对比情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
外销收入	4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71
申报表免抵退出口销售额	4,310.09	10,152.27	11,950.34	13,275.91
差异	114.23	-297.17	-199.02	-44.20
差异率	2.58	-3.02	-1.69	-0.33

报告期内，发行人外销收入与申报表免抵退出口销售额存在一定差异，差异整体较小。差异主要为出口退税申报时点与收入确认时点差异和汇率差异。

（10）对各报告期资产负债表日前后确认的销售收入实施截止测试，评价销售收入是否在恰当期间确认。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内，发行人收入真实、准确、完整，不存在跨期确认收入的情形。

问题 20. 关于电梯产品价格下降

招股说明书披露，发行人产品销售单价下降主要为应对市场竞争环境变化，在行业产品价格普遍下调的形势下，公司调减产品价格以保持市场竞争力。

请发行人：

（1）结合所处行业的市场空间、市场需求、产品价格变动趋势，发行人的行业地位、核心技术、存货、产能，以及与同行业可比公司相比发行人的竞争优势和劣势等情况，补充披露发行人所处的行业是否面临产能过剩、技术水平趋同、恶性竞争等风险，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响；

（2）补充披露报告期内发行人电梯产品价格下降的趋势，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响；

（3）补充披露对于相关风险提示的披露是否充分，发行人的应对措施及有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 20 的回复：

（一）结合所处行业的市场空间、市场需求、产品价格变动趋势，发行人的行业地位、核心技术、存货、产能，以及与同行业可比公司相比发行人的竞争优势和劣势等情况，补充披露发行人所处的行业是否面临产能过剩、技术水平趋同、恶性竞争等风险，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响

1、本公司行业地位、核心技术、存货、产能概况

公司专业从事电梯、自动扶梯和自动人行道的研发、制造和销售，并提供相关安装和调试服务，以及电梯维修保养、配件销售、更新改造等后市场服务，所属行业为通用设备制造业中的“电梯、自动扶梯及升降机制造（C3435）”。

在国内电梯品牌中，公司已具备一定的实力与市场占有率。根据电梯行业协会的全国电梯产量数据测算，2017 年至 2019 年公司电梯产品市场份额约为 0.44%。

公司经过多年发展，综合实力逐步增强，产品市场占有率稳步提高，获得了各级政府、行业、合作伙伴、用户的广泛认可，品牌知名度和美誉度不断提高，

具有较强的行业地位和品牌竞争力。

公司成为“中央国家机关 2019-2020 年电梯及安装项目集中采购供应商”，连续五年获评“全国政府采购电梯十佳供应商”，现担任浙江省电梯行业协会会长单位、中国电梯协会理事单位、中国机电一体化技术应用协会理事单位、全国电梯技术标准化委员会委员单位、浙江省机械工业联合会副会长单位。

公司产品被认定为“中国机械工业名牌产品”、“浙江名牌产品”、“浙江出口名牌”；经典工程荣获“世界电梯工程奖”、“大世界基尼斯之最”、“全球电梯经典工程奖”；公司被授予“全国机械工业先进集体”、“国家‘守合同重信用’企业”、“中国工业行业履行社会责任五星级企业”、“中国产学研合作创新示范企业”、“全国企业文化优秀成果奖”、“国家级两化融合贯标体系试点企业”、“浙江省信用管理示范企业”、“浙江省绿色企业”、“浙江省工业旅游示范基地”、“湖州市政府质量奖”等多项荣誉。

经过多年的生产实践和不断的自主创新，公司在电梯制造领域掌握了多项关键的产品技术，为公司产品线的丰富以及产品的安全性、高效性、舒适性、节能环保性提供了技术支撑。公司产品所包含的核心技术主要源于自主研发，包括电梯控制驱动技术、高速电梯减振与降噪技术、旧楼加装技术、节能技术等。相关技术已取得了专利和软件著作权。

报告期内，公司的存货主要为发出商品，由于公司电梯产品需要经过安装、调试、验收后使用，存货构成与公司较高的产能利用率和产销率状况相匹配。

公司电梯产品采用“订单式生产”的经营模式，报告期内的订单状况、产能利用率和产销率情况良好，具体情形如下：

单位：台，%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
垂直电梯	产能	2,250.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
	产量	2,018.00	4,268.00	3,471.00	3,656.00
	销量	1,649.00	4,175.00	3,459.00	3,900.00
	产能利用率	89.69	94.84	77.13	81.24
	产销率	81.71	97.82	99.65	106.67
自动扶梯	产能	250.00	500.00	500.00	500.00

和自动人行道	产量	61.00	324.00	381.00	382.00
	销量	91.00	337.00	372.00	351.00
	产能利用率	24.40	64.80	76.20	76.40
	产销率	149.18	104.01	97.64	91.88

2、公司竞争优势和劣势概况

（1）公司竞争优势概况

公司具有较强的行业地位和品牌竞争力，获得了各级政府、行业、合作伙伴、用户的广泛认可，品牌知名度和美誉度不断提高，取得多项国家级、省级、行业级荣誉称号，具有良好的品牌形象与质量优势。

公司多年来不断加大研发投入，通过与多家科研院校进行合作研发，使公司在产品设计理念有了很大转变和提升，在高性能高可靠与高舒适电梯技术、智能安全型高速消防员电梯关键技术、旧楼加装电梯技术等方面，部分技术已处于国际先进和国内先进水平，具有较强的核心技术优势。

公司坚持以市场为导向、以服务为核心的营销理念，采取属地化合作和自建分支机构等方式，全面布局国内市场并积极开拓国际市场,具有营销管理优势。公司已在国内设立 15 家分公司及 12 家办事处，营销服务体系基本覆盖全国重点区域；同时，产品远销孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯等 80 多个国家和地区，赢得了国际客户的信赖。

公司在系统集成方面建立 PLM 产品生命周期管理系统，将产品配置、图纸进行系统集成管理，最大限度存储了公司技术知识产权；同步导入 ERP 企业资源管理系统，依托 ERP 建立 SCM 供应链管理系统；整合 OA 系统、邮件通讯服务系统、远程视频会议系统等，使企业内部实现实时信息共享、高效协同，具有高效的智能信息化系统管理优势。

针对旧楼加装电梯这一细分市场，公司进行了深入而全面的研究和实践，拥有丰富的加装经验，形成了业界前沿的研究成果和经典案例，具有加装电梯领域定制化服务优势。

公司所在的浙江省湖州市南浔区被誉为“中国电梯之乡”，有 40 多年的发展历史，已形成以电梯整机制造为主，曳引机、门机、导轨、钢丝绳等配套件生产

为辅，安装维保相结合的完整产业链，公司区域位置具有便利的产业集群优势。

（2）公司竞争劣势概况

①总体规模有待扩大

虽然在国内电梯品牌中，公司已具备一定的实力与市场占有率。根据电梯行业协会的全国电梯产量数据测算，2017 年至 2019 年公司电梯产品市场份额约为 0.44%。但与外资和国内一些知名品牌相比，公司的资产和业务规模偏小，研发能力和资金实力较弱，因而企业规模及生产能力还有待进一步提升，以形成规模效应和降低成本，在市场上更具竞争力，抓住发展机遇。

②融资渠道单一

公司正处于快速发展阶段，面对国内外日益激烈的竞争，公司需要投入大量的资金，用于生产设备的升级、新产品研究开发、营销网络建设、后市场服务体系的完善等。公司现有的资金来源主要为自有资金，投融资渠道单一，难以充分满足公司快速发展需求。

③后市场服务能力有待提升

随着在电梯行业中后市场服务的重要性逐渐凸显，公司现有的维保网络有待进一步完善，相比于国内外其他知名电梯公司，公司自维保率较低，市场服务水平仍有提升空间。公司需要加快建设后市场服务队伍，加速向服务型制造企业转型升级。

④前沿电梯技术研发水平有待提升

针对面向未来的电梯行业前沿技术，公司已在 10m/s 以内超高速电梯技术形成了较为成熟的技术体系，在智慧型智能电梯方案方面具备一定的技术基础（实现部分产品的外接式智能应用）。但在兼容型智能物联电梯监控技术、复合悬挂系统曳引技术、速度大于 10m/s 的超高速电梯技术等领域仍与知名外资品牌存在一定差距。

⑤现有先进产能不足

随着公司的品牌知名度和业务规模不断上升，客户对产品品质及产品先进性的要求愈发严格，公司生产线进一步改造升级的需求日益迫切。公司始终重视提

升生产设备的自动化和智能化，但受限于公司规模和融资能力，目前的生产设备存在成新率较低、先进性不足等情况，无法完全满足高端客户对产品的高品质要求和公司生产管理降本增效的需求，这在一定程度上限制了公司的发展空间。

3、行业市场空间、市场需求趋势概况

从市场需求角度分析，国际电梯市场呈现发达国家和地区需求稳步增长、新兴市场需求快速增长的特征。发达国家如英、美、日、德、法、意等市场现代化建设起步较早，电梯的主要下游端如房地产、建筑业及轨道交通等产业已经趋近饱和，电梯保有量水平较高，每年更新电梯需求量持续增长。另一方面，发展中国家经济快速增长，基础设施建设大幅增长，电梯数量需求快速增加，电梯维保需求持续增长，行业发展前景良好，其中中国市场增长趋势最为迅速。

截至 2019 年末，中国电梯保有量已达到 709.75 万台，居世界首位，且多年新增电梯设备台数占全球三分之二以上，中国市场已经成为最具潜力的电梯消费市场。尽管我国电梯保有量较大，但人均保有量仍处于较低水平；随着我国城镇化水平不断提高，城市住宅建设、公共基础设施建设、城市群及系列配套改革等领域的发展将会继续推动电梯需求增长。

我国旧楼加装电梯的市场潜力巨大，2018 年中国电梯协会工作报告预计，全国约有 250 万台加装电梯潜在需求。根据住建部数据，2018 年全国老旧小区加装电梯已经完成了 1 万台，在施工的有 4,000 多台，正在办理前期手续的有 7,000 多台。随着政府对民生工程的重视程度不断加深，医疗、卫生、文化等各领域项目陆续启动，加装电梯是提高旧楼居住舒适度最直接的方式，也是当前政府倡导和鼓励的民生工程。

2018 年，政府工作报告中首次提到旧楼加装电梯，明确指出“有序推进‘城中村’、老旧小区改造，完善配套设施，鼓励有条件的加装电梯”；2019 年，旧楼加装电梯工程再次被写入政府工作报告，从“鼓励加装电梯”到进一步明确“支持加装电梯”。2019 年 7 月，住建部会同发改委、财政部联合印发了《关于做好 2019 年老旧小区改造工作的通知》，全面推进城镇老旧小区改造，明确自 2019 年起将老旧小区改造纳入城镇保障性安居工程，给予中央补助资金支持，对老旧小区改造政策支持力度持续加大。2020 年政府工作报告进一步明确目标，落地

实施加装电梯推进工作，提出“新开工改造城镇老旧小区 3.9 万个，支持管网改造、加装电梯等，发展居家养老、用餐、保洁等多样社区服务”。

我国的电梯保有量居世界首位，并在持续大量增加，随着在用电梯使用年限的增加，与电梯安全密切相关的配件更换、旧梯改造、智能化升级、后市场维修保养业务正成为新的市场“蓝海”，市场空间和发展潜力巨大。

2015 年我国提出了“新丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的合作倡议，旨在建立和加强中国与沿线各国互联互通伙伴关系，实现资源高效配置和市场深度融合，推动沿线各国经济政策协调发展。“一带一路”沿线国家人口密度较大、城镇化率较低、经济增速较快，有巨大的需求增长潜力。这些国家普遍处于经济发展的快速上升期，基础设施投资需求潜力巨大，互利合作的前景广阔。

综上所述，基于我国城镇化水平持续提高、公共交通及基础设施建设促进电梯配套需求、旧楼加装电梯市场政策鼓励且潜力巨大、电梯智能化升级需求潜力巨大、既有电梯维修保养等后市场服务需求提升、“一带一路”引领国际市场新增长等因素；我国电梯行业空间和市场需求具有增量发展空间大、民生改善保障强、存量服务需求可持续、智能化升级改造潜力巨大、国际化发展空间广阔等特点。我国民族电梯企业也在行业发展中，不断加强自主创新、突破技术瓶颈，未来我国仍将是全球电梯设备和相关服务需求最为迫切、生产力最为旺盛的市场。因此，发行人所处的行业没有面临产能过剩、技术水平趋同、恶性竞争等重大风险，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及竞争情况”之“（十二）发行人面临的机遇和挑战”进行了补充披露：

综上，发行人所处的行业不存在面临产能过剩、技术水平趋同及恶性竞争的风险，公司所处行业仍有广阔的发展空间和市场需求，行业发展对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

（二）补充披露报告期内发行人电梯产品价格下降的趋势，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响；

近年来，电梯行业的下游市场受国家房地产宏观调控政策影响较大，房地产市场增速趋缓，加上市场竞争等因素影响，行业电梯销售价格总体有所下降。报告期内，公司营业收入和利润主要来源于直梯销售，公司与同行业可比公司直梯产品销售单价变化变动情况如下：

单位：万元/台，%

公司	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
康力电梯	10.23	-0.20	10.25	-2.57	10.52
快意电梯	11.58	-7.21	12.48	-4.95	13.13
梅轮电梯	8.37	-3.79	8.70	-10.22	9.69
通用电梯	12.13	-3.88	12.62	-8.28	13.76
平均值	10.58	-3.91	11.01	-6.54	11.78
本公司	9.90	-5.62	10.49	-11.70	11.88

数据来源：公开信息披露

2、报告期内，快意电梯未单独披露直梯收入、销量和销售均价；据其年报统计，大部分电梯收入来自于直梯销售，上表中以其电梯整机均价替代直梯销售均价进行对比分析。

报告期内，公司直梯销售平均单价变动趋势与同行业可比公司保持一致，平均单价有所下降，略低于同行业可比公司平均水平。电梯产品一般属于非标准化定制产品，影响直梯售价的主要因素包括载重、层站数、速度、用料等，型号、规格等参数不同的电梯，制造成本、销售价格存在差异。此外，电梯售价还受到区域差异、品牌溢价、安装维保、售后服务等因素影响。

由于在品牌影响力、营销网络等方面与同行业上市公司存在一定差距，公司以二三线城市为重要目标市场，客户多为中小型房地产开发企业和企事业单位，因此公司主打低总价、高性价比电梯产品，平均单价略低于同行业可比公司。

报告期内，发行人产品平均销售单价变动原因合理，变动趋势符合公司的实际经营情况和行业情况。公司所处行业仍有广阔的发展空间和市场需求，报告期内发行人产能利用率和产销率保持较高水平，电梯产品平均价格的下降对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（一）主要产品产销情况”之“2、主要产品平均销售价格变动分析”进行了补充披露：

电梯产品一般属于非标准化定制产品，影响直梯售价的主要因素包括载重、层站数、速度、用料等，型号、规格等参数不同的电梯，制造成本、销售价格存在差异。此外，电梯售价还受到区域差异、品牌溢价、安装维保、售后服务等因素影响。报告期内，发行人产品平均销售单价变动原因合理，变动趋势符合公司的实际经营情况和行业情况。公司所处行业仍有广阔的发展空间和市场需求，报告期内发行人产能利用率和产销率保持较高水平，电梯产品平均价格的下降对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

（三）补充披露对于相关风险提示的披露是否充分，发行人的应对措施及有效性。

以下内容已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”进行了补充披露：

（七）产品价格下降的风险

近年来，电梯行业下游房地产行业受行业发展周期、国家宏观调控政策影响，出现房地产市场增速放缓、开发企业现金流紧张、市场竞争加剧等情况，公司为应对市场竞争，除开拓营销网络、提升服务质量、加强内部管理等措施外，适当降低产品销售价格以保持和提升市场份额。发行人 2018 年主要直梯产品平均售价较2017年下降11.70%,2019年主要直梯产品平均售价较2018年下降5.62%,2020 年上半年主要直梯产品平均售价较 2019 年下降 3.43%。若未来行业竞争进一步加剧或下游行业发展不及预期，可能导致主要产品销售单价继续下降，从而对发行人的经营业绩构成一定程度的不利影响。

（四）中介机构核查情况

1、核查过程

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

（1）查阅同行业公司公开披露文件、权威机构发布的行业数据等资料，了

解发行人所处行业的市场空间、市场需求、产品价格变动趋势和同行业可比公司的竞争优势和劣势等相关情况；

（2）访谈发行人主要管理人员，了解发行人行业地位、核心技术、存货、产能和发行人对于相关风险的应对措施等情况；

（3）取得发行人在手订单、产能、产量、销量等数据，计算并分析发行人产能利用率及产销量情况；

（4）计算并分析发行人电梯产品价格及其变动情况，与同行业上市公司进行对比分析。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人所处行业没有面临产能过剩、技术水平趋同、恶性竞争等重大风险，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响；

（2）报告期内，发行人产品平均销售单价变动原因合理，变动趋势符合公司的实际经营情况和行业情况，发行人产能利用率和产销率保持较高水平，毛利率相对稳定，电梯产品平均价格的下降对发行人持续经营能力不存在重大不利影响；

（3）针对市场竞争情况，发行人采取开拓营销网络、提升服务质量、加强内部管理、适当降低产品销售价格等应对措施，若未来行业竞争进一步加剧或下游行业发展不及预期，将对发行人经营业绩构成一定程度的不利影响。

问题 21. 关于采购和供应商

招股说明书披露，公司外购件主要包括曳引机、导轨、层门装置、电缆、变频器等；公司自制件的主要原材料为冷轧板、热轧板、不锈钢板、锌铁板、槽钢、H 型钢等。报告期内，前五大供应商采购占比分别为 30.63%、33.48%、35.87%。

请发行人：

（1）以图表的方式补充披露直梯、自动扶梯和自动人行道产品的主要构成以及发行人自制件的主要类别；

（2）补充披露除招股说明书披露的外购件之外，其他外购件的主要类别及采购金额占比；

（3）补充披露报告期内主要外购件和主要原材料采购占比波动的原因，是否与当期生产及销售的波动一致；

（4）补充披露主要外购件和主要原材料采购单价变动的原因，与市场价格变动趋势是否一致；同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性；

（5）补充披露主要供应商的基本情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、实际控制人、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的原因、是否符合发行人的业务发展情况；

（6）披露是否存在贸易型供应商，若是，补充披露原因及合理性，是否符合行业惯例，相关原材料的最终来源；

（7）补充披露主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形；

（8）补充披露报告期内外协采购的具体情况，外协加工的金额、占采购金额的比例、成本归集情况；外协加工的合作模式、必要性、主要外协加工企业的基本情况，外协加工企业是否主要为发行人提供服务，外协加工企业与发行人的合作历史以及与发行人及其关联方是否存在关联关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 21 的回复：

（一）以图表的方式补充披露直梯、自动扶梯和自动人行道产品的主要构成以及发行人自制件的主要类别

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“1、主要材料采购情况”进行了补充披露：

公司产品由多部件组装而成，各部件主要来源于外购件和自制件。公司外购件主要包括曳引机、导轨、层门装置、电缆、变频器等；公司自制件主要**为轿厢、门板、机架体、控制柜体等，其使用的**的主要原材料为冷轧板、热轧板、不锈钢板、锌铁板、槽钢、H 型钢等。

报告期内，公司直梯、自动扶梯和自动人行道产品的主要构成如下：

产品类别	主要构成
垂直电梯	曳引机、门机、层门装置、导轨、安全钳、限速器、缓冲器、直梁、对重架、对重块、钢丝绳、预制电缆线、轿厢、门板、机架体、控制柜体
自动扶梯	曳引机、桁架、上下部总成、梯路导轨、梯级链、梯级、扶手带、玻璃、电缆线、控制柜体
自动人行道	曳引机、桁架、上下部总成、梯路导轨、踏板链、踏板、扶手带、玻璃、电缆线、控制柜体

（二）补充披露除招股说明书披露的外购件之外，其他外购件的主要类别及采购金额占比

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“1、主要材料采购情况”进行了补充披露：

（1）主要材料采购情况

报告期内，公司主要产品的外购件和原材料采购情况如下：

单位：万元，%

外购件								
名称	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

外购件								
名称	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
曳引机	1,417.87	12.63	3,390.06	12.39	2,923.64	11.89	3,286.61	12.71
导轨	1,033.67	9.21	2,589.47	9.47	2,330.01	9.47	2,399.61	9.28
层门装置	714.15	6.36	1,576.27	5.76	1,330.80	5.41	1,493.50	5.77
电缆	482.64	4.30	1,183.17	4.33	1,037.52	4.22	1,071.16	4.14
变频器	405.58	3.61	862.32	3.15	796.04	3.24	930.37	3.60
钢丝绳	409.01	3.64	910.55	3.33	724.25	2.94	702.51	2.72
操纵箱及召唤盒	304.35	2.71	601.99	2.20	459.32	1.87	505.17	1.95
梯级	95.19	0.85	403.19	1.47	603.61	2.45	503.18	1.95
门机	348.72	3.11	853.55	3.12	491.75	2.00	452.54	1.75
其他	4,215.91	37.55	10,767.19	39.36	10,354.31	42.09	10,788.21	41.71
其中：机械部件	2,996.85	26.69	7,354.33	26.88	7,376.62	29.99	7,475.09	28.90
电气部件	717.83	6.39	2,125.31	7.77	1,804.61	7.34	2,130.76	8.24
耗材辅料	186.98	1.67	616.92	2.26	494.85	2.01	369.22	1.43
装潢部件	256.85	2.29	613.98	2.24	582.09	2.37	667.43	2.58
标准件	57.40	0.51	56.65	0.21	96.13	0.39	145.72	0.56
小计	9,427.11	83.95	23,137.76	84.58	21,051.25	85.58	22,132.86	85.56
原材料								
名称	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
不锈钢板	632.14	5.63	1,493.93	5.46	1,167.45	4.75	1,167.63	4.51
冷轧板	370.81	3.30	853.99	3.12	860.36	3.50	969.81	3.75
蚀刻不锈钢板	202.96	1.81	559.14	2.04	391.21	1.59	275.42	1.06
热轧板	117.68	1.05	315.22	1.15	130.57	0.53	197.54	0.76
槽钢	135.95	1.21	273.04	1.00	232.96	0.95	306.74	1.19
H 型钢	75.78	0.67	158.32	0.58	147.88	0.60	127.56	0.49
锌铁板	105.18	0.94	234.81	0.86	335.48	1.36	262.56	1.02
角钢	8.41	0.07	31.15	0.11	57.84	0.24	132.32	0.51
其他	152.82	1.36	297.86	1.09	223.05	0.91	295.13	1.14
小计	1,801.73	16.05	4,217.46	15.42	3,546.80	14.42	3,734.71	14.44
合计	11,228.83	100.00	27,355.22	100.00	24,598.05	100.00	25,867.57	100.00

如上表所示，公司采购材料主要为曳引机、导轨等外购件，占各期采购量比例约 85%，其余约 15%采购材料主要为不锈钢、钢板等原材料。**其中，其他外购件中，机械部件主要包括支架箱、直梁箱、对重块、桁架子系统等；电气部件主要包括平层装置、显示板、变压器、远程监控模块等；耗材辅料主要包括木箱、黑胶、减震橡胶等；装潢部件主要包括吊顶、轿厢组件、地板等；标准件主要包括螺栓、螺母等。**

（三）补充披露报告期内主要外购件和主要原材料采购占比波动的原因，是否与当期生产及销售的波动一致

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“1、主要材料采购情况”进行了补充披露：

（2）报告期内采购占比波动的原因及与公司产品生产和销售的匹配性分析

①主要产品结构对采购占比的影响

公司产品直梯、自动扶梯和自动人行道使用的主要外购件及原材料种类相似，故产品结构的变化对当期采购占比无较大影响。报告期内，公司采购各类外购件、原材料的金额占比保持稳定，无较大波动。

②产品产销量波动与采购金额波动的匹配情况

报告期内，产品产销量与主要外购件、原材料采购金额匹配情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
产量（台，%）						
直梯	2,018	4,268	22.96	3,471	-5.06	3,656
自动扶梯和自动人行道	61	324	-14.96	381	-0.26	382
合计	2,079	4,592	19.21	3,852	-4.61	4,038
销量（台，%）						
直梯	1,649	4,175	20.70	3,459	-11.31	3,900
自动扶梯和自动人行道	91	337	-9.41	372	5.98	351

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
合计	1,740	4,512	17.78	3,831	-9.88	4,251
主要原材料和外购件采购额（万元，%）						
曳引机	1,417.87	3,390.06	15.95	2,923.64	-11.04	3,286.61
导轨	1,033.67	2,589.47	11.14	2,330.01	-2.90	2,399.61
层门装置	714.15	1,576.27	18.45	1,330.80	-10.89	1,493.50
电缆	482.64	1,183.17	14.04	1,037.52	-3.14	1,071.16
不锈钢板	632.14	1,493.93	27.97	1,167.45	-0.02	1,167.63
冷轧板	370.81	853.99	-0.74	860.36	-11.29	969.81
蚀刻不锈钢板	202.96	559.14	42.93	391.21	42.04	275.42

注：上表以 2019 年为标准，选取采购总额大于 1,000 万元的主要外购件及采购总额大于 500 万元的主要原材料作为比较

报告期内，公司根据订单采购原材料、投入生产与收入确认时点具有一定间隔期，导致各期的生产量与销售量具有小幅差异。

A、2018 年度与 2017 年度比较情况

2018 年度，公司电梯产品总产量相比 2017 年度下降 4.61%，主要外购件曳引机、导轨、层门装置和电缆的采购金额分别下降 11.04%、2.90%、10.89%和 3.14%。其中导轨和电缆的变动幅度与产量相匹配，曳引机和层门装置采购金额下降幅度大于产量下降幅度。主要原因是由于市场价格变动，公司 2018 年采购曳引机和层门装置的单价有所降低，导致当期采购金额下降较产量下降幅度更大。

主要原材料中，不锈钢板和冷轧板分别下降 0.02%和 11.29%，蚀刻不锈钢板上升 42.04%，均与产量波动有较大差异。主要原因为：a、公司采购不锈钢板和冷轧板主要用于制造轿厢和厅门，根据电梯型号和种类的不同，选用的原材料也存在差异，故不锈钢板和冷轧板具有一定的互相替代性。通过分析不锈钢板和冷轧板的合计采购金额可知，2018 年度其合计采购金额较 2017 年度下降 5.13%，与产量下降幅度具有匹配性；b、蚀刻不锈钢板占总采购金额比重较小，且主要用于商务型电梯如高档住宅电梯、酒店电梯等，采购金额变化受当期订单产品类型变动影响较大。当期蚀刻不锈钢板采购金额较大幅度上升，主要由

于 2018 年公司商务型电梯生产量增加。

B、2019 年度与 2018 年度比较情况

2019 年度，公司电梯产品总产量相比 2018 年年度上升 19.21%。主要外购件曳引机、导轨、层门装置和电缆的采购金额分别上升 15.95%、11.14%、18.45%和 14.04%，其变动幅度与产量的变动幅度相匹配。

主要原材料中，不锈钢板和冷轧板的合计采购金额上升 15.79%，与产量的变动幅度相匹配；蚀刻不锈钢板上升幅度大于产量上升幅度，系公司当年商务型电梯的产量继续上升所致。

（四）补充披露主要外购件和主要原材料采购单价变动的原因，与市场价格变动趋势是否一致；同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性

1、补充披露主要外购件和主要原材料采购单价变动的原因，与市场价格变动趋势是否一致

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“2、主要材料价格变动趋势”进行了补充披露：

（1）主要外购件价格变动趋势

报告期内，公司主要外购件价格变动情况如下所示：

单位：元，%

外购件	单位	规格	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
			平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
曳引机	台	载重 1000kg,速度 1.75m/s	6,209.00	-0.10	6,215.25	-3.81	6,461.59	-6.72	6,927.04
导轨	米	T82-3/B 实心导轨	44.17	-7.24	47.62	-4.17	49.69	12.62	44.12
层门装置	套	JJ=900 含层门地坎组件	260.57	-4.78	273.64	1.16	270.51	-2.31	276.92
电缆	台	11 层 11 站 11 门预制电缆	2,488.52	2.27	2,433.28	-6.76	2,609.57	10.04	2,371.37
变频器	台	15KW，33A 一体化控制器	2,010.24	-4.62	2,107.59	-3.70	2,188.63	-4.18	2,284.16

外购件	单位	规格	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
			平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
钢丝绳	米	8*19S+NF-φ10	3.51	2.63	3.42	7.89	3.17	14.86	2.76
操纵箱及召唤盒	套	嵌入式操纵箱	604.10	-4.07	629.75	3.11	610.77	0.80	605.90
梯级	节	宽 1000 室内型不锈钢梯级	212.57	0.17	212.21	-0.58	213.44	0.85	211.65
门机	套	JJ=900 中分永磁变频门机	1,383.30	-8.94	1,519.13	-5.26	1,603.50	-3.40	1,660.00

注：不同规格型号的外购价价格差异较大，为增加可比性，体现外购件价格变动趋势，此处仅选取各类外购件中部分代表性型号的单价作为对比。

电梯整机产品为定制化产品，公司根据销售合同的约定，对外购件的规格型号进行定制化设计和采购，以满足电梯使用客户的不同需求。

报告期内，公司主要外购件采购价格存在变动，原因主要为**近年来电梯外购市场价格整体下降。**

同行业可比公司中，仅通用电梯披露了近三年的主要外购价平均采购单价，公司与通用电梯的对比情况如下：

单位：万元、%

通用电梯						
外购件	单位	2019 年		2018 年		2017 年
		平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
主机	台	8,172.53	-2.61	8,391.94	0.81	8,324.29
导轨	米	35.90	-4.29	37.51	1.51	36.95
层门装置	套	315.42	0.89	312.64	-3.76	324.87
变频器	台	2,600.09	-15.71	3,084.66	4.12	2,962.56
钢丝绳	米	3.85	10.70	3.48	19.87	2.90
门机	台	1,884.12	0.54	1,874.07	-4.21	1,956.34
发行人						
外购件	单位	2019 年		2018 年		2017 年
		平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
曳引机	台	7,307.52	-0.84	7,369.16	-6.60	7,889.56
导轨	米	35.57	-5.65	37.70	8.68	34.69
层门装置	套	316.32	-1.54	321.25	1.98	315.02
变频器	台	2,044.70	-4.24	2,135.18	-8.51	2,333.67

钢丝绳	米	3.38	1.55	3.33	16.58	2.86
门机	套	1,981.77	-7.63	2,145.49	1.79	2,107.74

注：1、为增加可比性，上表中发行人外购价采购单价数据采取整体平均口径，故各外购件采购单价与按代表性型号采购单价数据有所差异；

2、由于通用电梯披露的主要外购件种类与公司有所差异，此处仅选取曳引机、导轨、层门装置、变频器、钢丝绳及门机六种重叠外购件的采购单价作为对比；

3、通用电梯并未披露 2020 年 1-6 月采购单价数据，故此处仅对比期间为 2017 年至 2019 年。

从上表可见，导轨、层门装置、钢丝绳等相对标准化部件各年度平均采购单价波动较小，且与通用电梯的平均采购单价无明显差异。

曳引机、变频器、门机属于非标准化电梯部件，受电梯载重量、层站数、运行速度等因素影响，各电梯生产商的采购价格会有较大差异。由于同行业可比上市公司并未披露近三年的外购件采购价格，无法与公司进行直接对比。

根据快意电梯、梅轮电梯的公开披露信息，2014 年至 2016 年两公司的曳引机、变频器、门机平均采购单价对比情况如下：

单位：万元、%

快意电梯						
外购件	单位	2016 年		2015 年		2014 年
		平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
曳引机	台	9,643.29	-5.83	10,239.77	-14.38	11,959.07
变频器	台	2,843.91	1.40	2,804.56	-7.81	3,042.09
门机	台	2,492.65	2.53	2,431.18	-2.45	2,492.18
梅轮电梯						
外购件	单位	2016 年		2015 年		2014 年
		平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
主机	台	7,917.18	-3.47	8,201.71	-11.85	9,304.62
变频器	台	2,190.07	-0.05	2,191.16	-3.70	2,275.27
开门机	套	1,858.67	-8.63	2,034.20	-14.62	2,382.54

数据来源：上市公司公开披露信息。

从上表可见，2014 年至 2016 年快意电梯与梅轮电梯的曳引机、变频器、门机的平均采购单价同样存在较大差异。其中，自 2014 年起，曳引机的市场价格呈逐年下降趋势，公司 2017 年平均采购单价与梅轮电梯 2016 年平均采购单价具有匹配性；变频器及门机的市场价格无较大变化，公司与梅轮电梯的平均采

购单价整体相符。

综上所述，报告期内，公司主要外购件的平均采购单价变动均具有合理原因，符合市场实际情况；主要外购件中导轨、层门装置、钢丝绳等相对标准化部件平均采购单价与通用电梯无明显差异，曳引机、变频器、门机等相对非标准化部件平均采购单价受电梯载重量、层站数、运行速度等因素影响与通用电梯具有一定差异，但该类差异具有合理原因，符合电梯行业特点。公司按公允价格采购外购件，不存在采购价格明显偏离市场价格的情形。

（2）主要原材料价格变动趋势

报告期内，公司主要原材料价格变动情况如下所示：

单位：元/吨，%

原材料	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
	平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格	变动幅度	平均价格
SUS304 不锈钢板	13,731.98	-6.48	14,682.99	-1.32	14,879.09	2.64	14,495.70
TTS443 不锈钢板	11,805.19	-4.47	12,357.93	-2.66	12,695.70	-1.49	12,888.03
镜面白条蚀刻不锈钢	22,988.97	1.49	22,651.10	-2.54	23,241.82	11.61	20,823.65
镜面不锈钢	15,896.05	-4.39	16,625.14	-0.68	16,739.68	-1.80	17,046.56
镜面蚀刻不锈钢	24,841.97	-5.01	26,151.33	-5.46	27,662.53	6.04	26,087.09
冷轧板	3,910.89	-5.14	4,122.71	-5.73	4,373.25	13.80	3,843.06
热轧板	3,549.11	-5.17	3,742.58	-4.92	3,936.26	8.10	3,641.38
锌铁板	4,205.66	-5.16	4,434.57	-4.87	4,661.81	8.18	4,309.48
槽钢	3,298.64	-5.01	3,472.60	-4.04	3,618.89	12.59	3,214.34
H 型钢	3,450.25	-5.05	3,633.70	-5.00	3,824.76	13.31	3,375.46

根据钢铁业协会统计数据，报告期内钢材综合价格指数走势情况如下：



数据来源：钢铁业协会、Wind

报告期内，公司主要原材料**包括冷轧板、热轧板、锌铁板、槽钢、H 型钢的**采购价格呈 2018 年上涨、2019 **年、2020** 年持续下降趋势，与钢材综合价格指数走势相符。

根据阿里巴巴冶金价格库统计数据，报告期内 304、443 不锈钢价格走势情况如下：



数据来源：阿里巴巴冶金价格库、Wind

报告期内，公司采购不锈钢类材料的价格变动趋势与市场价格变动相符。其中 SUS304 不锈钢呈 2018 年上涨，2019 年、2020 年持续下降趋势；TTS443 不锈钢报告期内采购价格持续下降。蚀刻不锈钢板按照“基材价格+加工费”模式定价，需要经过蚀刻、抛光、着色等不同工艺加工，加工费较高且差异较大，因此采购价格存在波动。

2、同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”之“2、主要材料价格变动趋势”中进行了补充披露：

（3）不同供应商采购价格情况

报告期内，按原材料类别分类的主要供应商的采购数量、价格情况如下：

A、不锈钢板

单位：吨，万元，万元/吨

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	海门市森达装饰材料有限公司	194.60	249.04	1.28
2	江苏大明金属制品有限公司	183.76	237.86	1.29
3	上海佰顿新材料科技有限公司	135.21	145.25	1.07
合计		513.56	632.14	1.23
2019 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	江苏大明金属制品有限公司	435.72	601.31	1.38
2	海门市森达装饰材料有限公司	446.20	575.08	1.29
3	上海佰顿新材料科技有限公司	226.04	243.16	1.08
合计		1,107.96	1,419.54	1.28
2018 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	海门市森达装饰材料有限公司	365.88	499.09	1.36
2	江苏大明金属制品有限公司	348.86	476.26	1.37
3	上海佰顿新材料科技有限公司	130.88	137.36	1.05

合计		845.62	1,112.71	1.32
2017 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	海门市森达装饰材料有限公司	435.42	604.22	1.39
2	江苏大明金属制品有限公司	315.82	448.61	1.42
3	上海佰顿新材料科技有限公司	41.08	42.92	1.04
合计		792.32	1,095.75	1.38

B、冷轧板

单位：吨，万元，万元/吨

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江物产金属集团有限公司	505.74	197.34	0.39
2	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	442.39	173.47	0.39
合计		948.13	370.81	0.39
2019 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	1,033.00	432.84	0.42
2	浙江物产金属集团有限公司	959.48	388.59	0.41
合计		1,992.48	821.43	0.41
2018 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江物产金属集团有限公司	991.29	428.74	0.43
2	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	964.51	427.67	0.44
合计		1,955.79	856.41	0.44
2017 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	1,024.08	383.31	0.37
2	浙江物产金属集团有限公司	950.22	377.55	0.40
合计		1,974.30	760.86	0.39

C、锌铁板

单位：吨，万元，万元/吨

2020 年 1-6 月

序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	220.96	93.00	0.42
2	浙江物产金属集团有限公司	29.14	12.18	0.42
合计		250.10	105.18	0.42
2019 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	296.58	132.22	0.45
2	浙江物产金属集团有限公司	118.55	51.08	0.43
合计		415.13	183.30	0.44
2018 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	511.97	238.74	0.47
2	浙江物产金属集团有限公司	187.26	85.09	0.45
合计		699.24	323.83	0.46
2017 年度				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	湖州南浔电梯配件配送中心有限公司	435.43	187.98	0.43
2	浙江物产金属集团有限公司	75.85	32.70	0.43
合计		511.29	220.68	0.43

由上表可见，公司主要钢材类原材料供应商较为集中，各期不同供应商采购单价不存在明显差异，其中公司向上海佰顿新材料科技有限公司采购不锈钢材单价较低，主要原因为，公司仅向该供应商采购复合型不锈钢，该型号材料市场价格低于其他型号不锈钢材料。

D、曳引机

单位：台，万元，万元/台

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江西子富沃德电机有限公司	957.00	665.66	0.70
2	上海蒙特纳利驱动设备有限公司	537.00	334.00	0.62
3	苏州蒙特纳利驱动设备有限公司	169.00	99.26	0.59
4	苏州西艾杰电机有限公司	118.00	88.30	0.75
5	常熟市佳能电梯配件有限公司	50.00	77.20	1.54

合计		1,831.00	1,264.42	0.69
2019 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江西子富沃德电机有限公司	3,318.00	2,362.84	0.71
2	苏州西艾杰电机有限公司	255.00	198.97	0.78
3	常熟市佳能电梯配件有限公司	147.00	195.36	1.33
4	天津市佳利电梯电机有限公司	315.00	187.83	0.60
5	上海蒙特纳利驱动设备有限公司	248.00	143.46	0.58
	合计	4,283.00	3,088.46	0.72
2018 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江西子富沃德电机有限公司	2,171.00	1,653.98	0.76
2	浙江玛拓驱动设备有限公司	787.00	456.89	0.58
3	天津市佳利电梯电机有限公司	350.00	235.84	0.67
4	常熟市佳能电梯配件有限公司	130.00	173.49	1.33
5	苏州通润驱动设备股份有限公司	114.00	77.69	0.68
合计		3,552.00	2,597.89	0.73
2017 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江西子富沃德电机有限公司	2,542.00	2,067.27	0.81
2	天津市佳利电梯电机有限公司	430.00	353.86	0.82
3	苏州通润驱动设备股份有限公司	394.00	290.61	0.74
4	浙江玛拓驱动设备有限公司	386.00	221.86	0.57
5	常熟市佳能电梯配件有限公司	106.00	123.23	1.16
合计		3,858.00	3,056.83	0.79

由上表可见，公司各期不同供应商曳引机采购单价总体保持在同一水平。除西子富沃德电机有限公司外，公司向其他曳引机供应商采购量较小，且多数为特殊类型曳引机，因此采购单价与浙江西子富沃德电机有限公司略有差异。其中，公司向常熟市佳能电梯配件有限公司采购的曳引机设备主要用于货梯产品，因此采购单价相对较高。

E、导轨

单位：千米，万元，元/米

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江保利电梯导轨制造有限公司	177.49	556.14	31.33
2	蒙特费罗（湖州）电梯部件有限公司	80.96	254.32	31.41
3	湖州欧利亚机电科技有限公司	66.81	205.83	30.81
合计		325.26	1,016.29	31.25
2019 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江保利电梯导轨制造有限公司	419.51	1,505.65	35.89
2	湖州欧利亚机电科技有限公司	218.25	757.32	34.70
3	蒙特费罗（湖州）电梯部件有限公司	91.35	326.04	35.69
合计		729.11	2,589.01	35.51
2018 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江保利电梯导轨制造有限公司	448.14	1,720.22	38.39
2	湖州欧利亚机电科技有限公司	137.49	499.27	36.31
3	蒙特费罗（湖州）电梯部件有限公司	12.10	46.99	38.84
合计		597.73	2,266.48	37.92
2017 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	浙江保利电梯导轨制造有限公司	474.58	1,651.46	34.80
2	蒙特费罗（湖州）电梯部件有限公司	112.17	383.74	34.21
3	湖州欧利亚机电科技有限公司	15.12	56.33	37.26
合计		601.87	2,091.53	34.75

由上表可见，公司各期不同供应商导轨采购单价无明显差异。

F、层门装置

单位：套，万元，元/套

2020 年 1-6 月				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	宁波欧菱电梯配件有限公司	17,909.00	529.30	295.55
2	浙江奥力迅电梯部件有限公司	2,838.00	77.55	273.25
3	宁波阿德可门业科技有限公司	1,316.00	60.95	463.16

合计		22,063.00	667.80	302.68
2019 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	宁波欧菱电梯配件有限公司	38,709.00	1,216.18	314.18
2	浙江奥力迅电梯部件有限公司	7,172.00	196.77	274.35
3	宁波阿德可门业科技有限公司	1,942.00	106.28	547.13
合计		47,823.00	1,519.22	317.68
2018 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	宁波欧菱电梯配件有限公司	33,476.00	1,039.82	310.61
2	苏州顺朗机电科技有限公司	3,208.00	91.77	286.01
3	宁波阿德可门业科技有限公司	1,266.00	86.30	681.36
合计		37,950.00	1,217.90	320.92
2017 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价
1	宁波欧菱电梯配件有限公司	19,633.00	663.96	338.18
2	苏州顺朗机电科技有限公司	20,676.00	597.96	289.20
3	宁波申菱机电科技股份有限公司	366.00	14.64	399.07
合计		40,675.00	1,276.55	313.84

由上表可见，公司各期向不同供应商采购层门装置的平均单价存在部分差异，主要原因为不同供应商的层门装置产品在技术工艺、结构复杂程度、产品用料等方面均存在差异，公司需根据电梯产品实际需求进行选择性采购，导致不同供应商的平均采购价格存在差异。其中公司向宁波阿德可门业科技有限公司采购的层门装置主要应用于外销电梯产品。该供应商是国际知名层门装置供应商，其防火层门产品具有较高的耐火极限，能满足不同国家的防火层门标准要求并且能提供相应的防火层门的证书,比如俄罗斯要求 CUTR 的防火层门证书，欧洲国家或其他一些国家要求 CE 的防火层门证书，因此平均采购单价较高。

G、电缆

单位：台，万元，元/台

2020 年 1-6 月

序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单台单价
1	上海长顺电梯电缆有限公司	1,237.00	317.47	2,566.43
2	上海贝恩科电缆有限公司	628.00	145.18	2,311.74
合计		1,865.00	462.64	2,480.67
2019 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单台单价
1	上海长顺电梯电缆有限公司	3,206.00	831.47	2,593.49
2	上海贝恩科电缆有限公司	1,378.00	351.71	2,552.30
合计		4,584.00	1,183.18	2,581.11
2018 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单台单价
1	上海长顺电梯电缆有限公司	2,390.00	600.08	2,510.82
2	上海贝恩科电缆有限公司	1,447.00	437.44	3,023.08
合计		3,837.00	1,037.53	2,704.00
2017 年				
序号	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单台单价
1	上海长顺电梯电缆有限公司	2,226.00	663.18	2,979.26
2	上海贝恩科电缆有限公司	1,369.00	407.98	2,980.12
合计		3,595.00	1,071.16	2,979.59

由上表可见，公司向两家主要电缆供应商采购电缆，各期采购单价略有差异，主要原因为电缆价格与电梯楼层数正相关，公司直梯产品适用楼层数差异较大，由于要求供应商提供的电缆的电梯楼层数存在差异，故单台电缆的价格不具备可比性，不同供应商的采购单价存在差异具有合理原因。

报告期内，公司向不同供应商采购钢材类原材料、导轨的价格不存在明显差异；公司向不同供应商采购曳引机、层门装置、电缆的价格略有差异但具有合理原因。

（五）补充披露主要供应商的基本情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、实际控制人、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的原因、是否符合发行人的业务发展情况

1、主要供应商的基本情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、

实际控制人、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（二）主要供应商情况”之“2、主要供应商基本情况”中进行了补充披露：

2、主要供应商基本情况

报告期内，公司主要供应商的基本情况如下：

①浙江西子富沃德电机有限公司

公司名称	浙江西子富沃德电机有限公司
成立时间	2004 年 5 月 31 日
注册资本	2,000 万人民币
股权结构	上海西子联合投资有限公司 80%；西子联合控股有限公司 20%
实际控制人	陈桂花
实际经营业务	公司主营业务为载重量 320kg---2500kg,速度 0.3m/s---10m/s 的无齿轮电梯曳引机
开始合作时间	2005 年
发行人采购的具体内容	曳引机
发行人采购占其总销售额的比例	2%左右

注：财务数据来自供应商访谈

②湖州南浔振翔电梯配件厂

公司名称	湖州南浔振翔电梯配件厂
成立时间	2012 年 1 月 5 日（其公司前身南浔双林金凯诚塑料制品厂成立于 2010 年，现股东沈荣妹持有 100%股份）
注册资本	50 万
股权结构	沈荣妹 100%
实际控制人	沈荣妹
实际经营业务	公司主要从事电梯配件组装加工；塑料制品加工、销售
开始合作时间	2012 年
发行人采购的具体内容	井道部件
发行人采购占其总销售额的比例	80%左右

注：财务数据来自供应商访谈

③宁波欧菱电梯配件有限公司

公司名称	宁波欧菱电梯配件有限公司
成立时间	2007 年 3 月 8 日
注册资本	2,000 万元人民币
股权结构	郑素珍 50%；潘伦康 50%
实际控制人	郑素珍、潘伦康
实际经营业务	公司主要生产电梯轿厢、门机、层门装置、门扇、门套、安全部件、各类客货梯地坎组件等系列产品以及其他电梯配件产品
开始合作时间	2007 年
发行人采购的具体内容	门机、层门装置
发行人采购占其总销售额的比例	约 2.70%

注：财务数据取自供应商公司官方网站

④江苏和亿智能科技有限公司

公司名称	江苏和亿智能科技有限公司
成立时间	2008 年 3 月 21 日
注册资本	2,000 万人民币
股权结构	郭永贵 86.44%；吴新伟 4.52%；崔飞鹏 4.52%；宋德才 4.52%
实际控制人	郭永贵
实际经营业务	公司主要提供电梯电气系统集成配套、电梯电气系统改造、电液控制系统、先进自动化控制产品销售等业务
开始合作时间	2008 年
发行人采购的具体内容	控制系统、主板
发行人采购占其总销售额的比例	13%左右

注：财务数据来自供应商访谈

⑤浙江保利电梯导轨制造有限公司

公司名称	浙江保利电梯导轨制造有限公司
成立时间	2011 年 3 月 17 日
注册资本	11,800 万人民币
股权结构	杭州保利电梯导轨制造有限公司 32.2%；沈萍华 67.8%
实际控制人	沈萍华
实际经营业务	公司主要生产全系列电梯导轨、空心导轨、冷拔导轨及其连接组件等。
开始合作时间	2011 年

发行人采购的具体内容	**导轨**
发行人采购占其总销售额的比例	**2%左右**

注：财务数据来自供应商访谈

2、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的原因、是否符合发行人的业务发展情况

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（二）主要供应商情况”进行了补充披露：

1、主要供应商的采购金额及变动情况分析

（1）主要供应商的采购金额

报告期内，公司向前五名供应商采购原料的情况如下：

单位：万元，%

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占材料采购总额比例
2020年1-6月	**1**	**湖州南浔振翔电梯配件厂**	**外购件**	**938.36**	**8.36**
	2	**宁波欧菱电梯配件有限公司**	**外购件**	**814.65**	**7.26**
	3	**浙江西子富沃德电机有限公司**	**外购件**	**666.56**	**5.94**
	4	**江苏和亿智能科技有限公司**	**外购件**	**601.65**	**5.36**
	5	**浙江保利电梯导轨制造有限公司**	**外购件**	**556.28**	**4.95**
	合计			**3,577.49**	**31.86**
2019年度	1	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	2,338.94	8.55
	2	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	2,336.15	8.54
	3	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	2,003.42	7.32
	4	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,637.22	5.99
	5	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,496.53	5.47
	合计			9,812.26	35.87
2018年度	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	1,736.96	7.06
	2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,726.16	7.02
	3	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	1,705.42	6.93
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	1,659.45	6.75
	5	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,408.38	5.73
	合计			8,236.37	33.48

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占材料采购总额比例
2017年度	1	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	2,021.88	7.82
	2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,632.98	6.31
	3	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,559.38	6.03
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	1,404.31	5.43
	5	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	1,304.30	5.04
	合计			7,922.85	30.63

公司所在的浙江省湖州市南浔区是我国重要的电梯生产基地，本地及邻近省市拥有成熟的电梯产业集群，原材料及外购件供应充足，报告期内公司向前五大供应商采购商品主要为各类外购件。

报告期内，公司前五大供应商中无新增供应商。2017年、2018年、2019年**和2020年1-6月**，公司向前五大供应商的采购额占当期采购总额的比例分别为30.63%、33.48%、35.87%**和 31.86%**，公司不存在向单一供应商采购比例超过采购总额的50%或严重依赖于少数供应商的情形。

（2）主要供应商采购金额占比变动分析

报告期内，公司主要供应商采购金额占比变动原因如下：

①2018年度

序号	公司名称	采购金额变动原因
1	浙江西子富沃德电机有限公司	2018年浙江玛拓驱动设备有限公司的曳引机订单量增加，西子富沃德的采购占比稍微降低
2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	2018年公司向浙江保利电梯导轨制造有限公司采购金额占比无明显变化
3	江苏和亿智能科技有限公司	2018年公司向江苏和亿智能科技有限公司采购金额占比无明显变化
4	宁波欧菱电梯配件有限公司	2018年公司另一家层门装置主要供应商苏州顺朗机电科技有限公司经营出现风险，公司减少了与其的合作，故宁波欧菱电梯配件有限公司的采购占比有所上升
5	湖州南浔振翔电梯配件厂	公司为井道部件主要供应商，井道部件采购占比受电梯楼层影响较大，2018年高层电梯占比较大，故采购井道部件占比相对升高

②2019年度

序号	公司名称	采购金额变动原因
1	湖州南浔振翔电梯配件厂	2019 年公司减少了与另一家井道部件主要供应商湖州南浔奋达电梯配件有限公司的合作，导致湖州南浔振翔电梯配件厂采购占比有所升高
2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	2019 年浙江保利电梯导轨制造有限公司提供的导轨产品报价较其他供应商较高，故公司减少了对其导轨产品的采购
3	浙江西子富沃德电机有限公司	2019 年浙江玛拓驱动设备有限公司的曳引机订单量大幅减少，西子富沃德的采购金额占比较大上升
4	宁波欧菱电梯配件有限公司	2019 年，公司终止了与苏州顺朗机电科技有限公司的合作，故宁波欧菱电梯配件有限公司的采购占比稍微上升
5	江苏和亿智能科技有限公司	2018 年公司向江苏和亿智能科技有限公司采购占比无明显变化

综上，报告期内公司对主要供应商的采购占比变动具有合理原因，符合发行人的业务发展情况。

（六）披露是否存在贸易型供应商，若是，补充披露原因及合理性，是否符合行业惯例，相关原材料的最终来源

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（二）主要供应商情况”进行了补充披露：

3、关于贸易型供应商

报告期内，公司存在部分贸易型供应商，主要提供钢材类和电气部件类原材料产品。主要贸易型供应商的基本情况如下：

采购类型	供应商名称	采购内容	上游生产厂家	采购原因
钢材类	浙江高阳物资有限公司	槽钢、角钢、H 型钢、热轧板	日照钢铁控股集团有限公司、江苏沙钢集团有限公司	通用类大宗商品
	上海恒蔓实业有限公司	槽钢、角钢、H 型钢、热轧板	日照钢铁控股集团有限公司、江苏沙钢集团有限公司	通用类大宗商品
电气部件	江苏和亿智能科技有限公司	驱动一体机	苏州默纳克控制技术有限公司	品牌代理商
	苏州天宇机电有限公司	接触器	施耐德电气(中国)有限公司	品牌代理商
	杭州华峰电气有限公司	APT 按钮、接线端子	苏州西门子电器有限公司、魏德米勒电联接(苏州)有限公司	品牌代理商

采购类型	供应商名称	采购内容	上游生产厂家	采购原因
	湖州市南浔沪浔电器有限公司	筒灯、风机	佛山电器照明股份有限公司、苏州恒达电子科技有限公司	品牌代理商
	湖州蓝鼎五金机电有限公司	焊材、安普插件、断路器	天津市金桥焊材集团股份有限公司、泰科电子（上海）有限公司、中国德力西控股集团	品牌代理商

公司通过贸易商采购的钢材类原材料如槽钢、角钢、H 型钢、热轧板等属于通用类大宗商品，由大型钢铁企业生产。钢铁企业一般仅通过大额订单向钢贸企业出货，公司就近选择钢贸企业购买多品种小批量的钢材具有合理性，属于行业惯例。

公司通过贸易商采购的电气类部件主要为驱动一体机、接触器、按钮等采购占比较小的电气类部件，非电梯产品的主要外购件，公司会选择向相应品牌的代理商或非代理商但有一定备货的贸易商购买该类产品，可获得更短的交货期。故公司向贸易商购买电气部件具有商业合理性，属于行业惯例。

（七）补充披露主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及主要供应商情况”之“（二）主要供应商情况”之“2、主要供应商基本情况”中进行了补充披露：

报告期内，公司主要供应商均为长期合作供应商，各期前五大供应商保持稳定，不存在短期内新成立且采购金额较大的情形。公司所在江浙地区拥有完整的电梯产业链集群，各类零部件、原材料价格透明，公司按市场价格向主要供应商采购，不存在利益输送的情形。

（八）补充披露报告期内外协采购的具体情况，外协加工的金额、占采购金额的比例、成本归集情况；外协加工的合作模式、必要性、主要外协加工企业的基本情况，外协加工企业是否主要为发行人提供服务，外协加工企业与发行人的合作历史以及与发行人及其关联方是否存在关联关系

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购及

主要供应商情况”之“（一）主要产品的原材料和能源及其供应情况”中进行了补充披露：

4、关于外协采购

（1）外协加工的金额、占采购金额的比例

报告期内，公司采购外协加工的金额及采购占比的情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
喷涂外协加工金额	44.12	35.12	23.97	10.07
采购金额	11,228.83	27,355.22	24,598.05	25,867.57
外协加工占采购金额比重	0.39	0.13	0.09	0.04

（2）外协加工的成本归集

公司外协成本作为原材料采购成本按照直接材料的归集方法进行成本归集。

（3）外协加工的合作模式、必要性及主要外协加工企业的基本情况

由于公司现有喷涂生产线仅能满足电梯产品标准颜色的加工，对客户要求的电梯门板、轿壁等非标颜色，需要进行少量的外协加工。外协加工模式中，公司自行完成钣金加工后，发货到外协厂家进行表面喷涂加工。

报告期内，公司仅向湖州南浔梦缘电子元器件有限公司采购喷涂外协加工，该企业基本情况如下：

公司名称	湖州南浔梦缘电子元器件有限公司
成立时间	2009 年 1 月 8 日
注册资本	50 万元
股权结构	沈国琴 60%；朱夕林 40%
实际控制人	沈国琴
实际经营业务	电子元器件、电器配件、电梯配件制造、加工、销售，货物进出口、技术进出口
开始合作时间	2009 年

公司与湖州南浔梦缘电子元器件有限公司自 2009 年起开始合作，为喷涂外协加工的主要供应商，报告期内采购金额分别为 10.07 万元、23.97 万元、35.12 万元和 44.12 万元，采购金额较小。该供应商除了向公司提供外协加工，同时

经营电子元器件、电器配件、电梯配件制造、加工、销售等业务，不存在主要为公司提供服务的情形，发行人及其关联方不存在关联关系。

（九）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取发行人报告期各期原料采购明细表；

（2）获取发行人报告期内主要外购件和主要原材料的月度单价表；

（3）通过“国家企业信用信息公示系统”、“天眼查”等公示信息查询报告期内公司主要供应商及外协加工企业的相关信息；

（4）访谈相关业务负责人，了解公司采购的相关情况；

（5）现场走访重要供应商，获取其与公司业务合作相关的说明、无关联关系声明；

（6）查询主要原材料对应钢材的市场价格、行业研究报告、同行业可比公司公开披露信息，了解发行人主要采购原料市场价格信息。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人已充分补充披露直梯、自动扶梯和自动人行道产品的主要构成以及发行人自制件的主要类别；

（2）发行人其他外购件主要包括钢材部件、电梯部件、耗材辅料、装潢部件以及标准件，其采购金额和占比已在招股说明书中充分补充披露；

（3）发行人报告期内主要外购件和主要原材料单价变动与市场价格变动趋势相符；公司向不同供应商采购同类材料的单价不存在明显差异；

（4）发行人已补充披露报告期各期前五大供应商的的基本情况；报告期内，发行人前五大供应商保持稳定，且对其采购金额变动具有合理性，符合发行人业务发展情况；

（5）发行人报告期内前五大供应商均为合作时间五年以上的长期合作单位，不存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形；

（6）报告期内，发行人存在贸易型供应商，主要为钢贸型企业及电气部件品牌代理商，公司向其采购商品具有商业合理性，符合行业惯例；

（7）发行人报告期内前五大供应商与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，且各年度采购商品价格遵循市场价格，不存在利益输送的情形；

（8）报告期内，公司向湖州南浔梦缘电子元器件有限公司采购喷涂外协加工，且各期采购金额较小；该供应商除了向公司提供外协加工劳务，同时经营电子元器件、电器配件、电梯配件制造、加工、销售等业务，不存在主要为公司提供服务的情形，发行人及其关联方不存在关联关系；发行人已充分披露该供应商相关信息。

问题 22. 关于营业成本

招股书披露，报告期内发行人主营业务成本分别为 36,004.94 万元、29,276.28 万元和 32,377.41 万元。

请发行人：

（1）补充披露直梯、自动扶梯和自动人行道产品的直接材料、直接人工和制造费用金额，结合单位料、工、费变化情况，披露报告期各产品成本及占主营业务成本比重变动的原因及合理性；

（2）结合生产模式和业务流程，披露产品成本的主要核算方法和核算过程，成本是否按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量的完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认是否匹配；

（3）分别列示安装成本、维保成本和备件成本，补充披露报告期内相关成本变动的原因及合理性；

（4）结合主要外购件和主要原材料的采购数量、价格变动情况、主要产品的产销量和库存情况等，补充披露直接材料变动的合理性；

（5）补充披露报告期内生产人员的平均工资以及与当地和同行业平均工资水平的比较情况，结合报告期内生产人员人数、平均工资的变动，披露直接人工变动合理性；

（6）补充披露制造费用的明细及各部分变动原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 22 的回复

（一）补充披露直梯、自动扶梯和自动人行道产品的直接材料、直接人工和制造费用金额，结合单位料、工、费变化情况，披露报告期各产品成本及占主营业务成本比重变动的原因及合理性

1、报告期各产品成本占主营业务成本的比重情况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”之“3、电梯整机产品的主营业务成本

情况”进行了补充披露：

报告期内，公司电梯整机产品主营业务成本结构如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	9,537.81	91.40	25,992.59	93.05	22,774.39	92.67	26,116.84	92.63
直接人工	263.84	2.53	739.94	2.65	785.19	3.19	935.31	3.32
制造费用	633.24	6.07	1,200.96	4.30	1,017.23	4.14	1,142.05	4.05
合计	10,434.89	100.00	27,933.49	100.00	24,576.82	100.00	28,194.21	100.00

报告期内，公司电梯整机产品主营业务成本构成稳定，由直接材料、直接人工和制造费用构成，其中直接材料占比为92%左右，是营业成本的主要构成部分，直接材料主要包括外购零部件和原材料两大类。

报告期内，公司直梯产品的成本结构如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	8,773.61	91.22	23,285.45	92.93	19,440.29	92.29	22,606.64	92.39
直接人工	240.45	2.50	653.80	2.61	697.65	3.31	840.43	3.43
制造费用	604.08	6.28	1,118.12	4.46	926.96	4.40	1,022.92	4.18
合计	9,618.15	100.00	25,057.37	100.00	21,064.91	100.00	24,469.99	100.00

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品的成本结构如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	764.20	93.57	2,707.14	94.12	3,334.10	94.94	3,510.19	94.25
直接人工	23.38	2.86	86.14	2.99	87.54	2.49	94.89	2.55
制造费用	29.16	3.57	82.84	2.88	90.27	2.57	119.13	3.20
合计	816.74	100.00	2,876.12	100.00	3,511.91	100.00	3,724.21	100.00

公司产品成本主要由直接材料成本构成，直接材料成本主要包含外购零部件及钢材等原材料，且外购零部件占比较高，公司产品成本构成符合行业特点。扶梯及自动人行道产品直接材料成本高于直梯产品，主要原因为其外购零部件

成本占比高于直梯产品。

（二）结合生产模式和业务流程，披露产品成本的主要核算方法和核算过程，成本是否按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量的完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认是否匹配；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”进行了补充披露：

8、成本核算方法及核算过程

发行人采用“订单式生产”的生产模式，从事定制化的电梯产品生产与销售。

发行人与客户签署合同接到客户订单并收取定金和排产款后，对拟生产的相关电梯进行技术处理和预排产，在收到提货款后，着手原材料采购及生产排产；在生产过程中，车间和仓库会存在一定的在制品和自制半成品，生产全部完工后，形成电梯产成品，在库存商品中核算。发行人根据销售计划和合同约定，对无需安装的设备完工入库并经出厂检验合格后，发货给客户或由客户到公司自提，由客户签字完成货物权转移后即确认实现收入。由于部分电梯由发行人负责安装的，电梯发出后需要一定时间进行安装、并经验收合格后方可确认收入。在安装完成且相关部门验收合格前，由库存商品转至发出商品科目核算。

报告期内，发行人已全面实施了 ERP 系统管理，将销售、生产、采购、财务等主要经营环节均纳入 ERP 管理。公司在与客户签订销售合同后，根据订单进行技术处理生成物料清单（BOM 表），按销售计划排产并生成采购订单及自制件计划。公司根据与客户签订的合同设定若干生产编号，一个生产编号对应一台电梯，成本发生时，根据各个生产编号所耗用的原材料及应分摊的人工、制造费用进行归集；结转成本时，按照各生产编号归集的成本进行结转。

公司每月末成本结转操作流程包括：（1）根据当月原材料领用数量，用途，采用月度加权平均法归集至相应电梯。（2）归集制造费用和直接人工，将直接人工、制造费用等转入生产成本，根据各生产车间的生产工时计算本期的工时费用率，根据工时费用率和每台电梯或零部件应耗工时将人工和制造费用分摊

至每台电梯或零部件。（3）产品完工时，将完工产品的生产成本转入库存商品。（4）根据销售性质和发运情况，将买断销售的电梯成本由库存商品转至营业成本，将需安装的已发出的库存商品自库存商品转入发出商品。（5）根据收入确认情况，将验收合格已达到收入确认条件的发出商品结转至营业成本。

发行人成本计算采用逐步结转顺序法、平行结转法，计算出完工产品总成本。各车间、仓库成本传递的步骤及成本计算传递程序具体如下：

（1）钣金车间生产的产品完工入零部件库，计算出入库的轿厢、门板、护栏、控制柜等完工产品成本；

（2）钣焊车间生产的产品加工完毕入零部件库，计算出入库的上、下梁、机架、对重架、井道部件、导向轮等完工产品成本；

（3）电控车间在零部件库领用控制柜，安装完电气元件，入零部件库，计算出入库的电气控制箱完全成本；

（4）发运车间根据生产部计划和装箱清单，开具领料单，到零部件、配套件仓库领取部件和组合件，装箱、包装后入半成品库；

（5）扶梯车间加工完毕产品，包装后入半成品库，计算出扶梯产品成本；

（6）发运车间根据经销售、生产、财务等相关部门确认的发货通知单，按产品的规格、型号，以台套为单位，到半成品库领料，配比装箱为台套产品后，办理完产成品入库手续；根据销售提货单和发运单，办理产成品出库和发货手续。

每月末，ERP 系统在各车间成本核算归纳、汇总的基础上，计算出半成品、零部件和各台电梯和扶梯的实际完工入库产品成本。财务部根据 ERP 系统提供的各类产品实际完工入库成本等情况和《材料、半成品（零部件）、在制品收、发、存明细表》核对无误后，编制相关成本结转凭证，完成当月成本计算、结转工作。

综上所述，公司采用生产编号对不同产品成本进行归集，生产费用与期间费用划分清晰，各成本费用的归集完整、结转正确，不同产品清晰归类，产品成本严格按照收入确认原则，对相应成本进行结转，并与收入确认配比一致，

产品成本的确认和计量完整，符合企业会计准则的规定。

（三）分别列示安装成本、维保成本和备件成本，补充披露报告期内相关成本变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”进行了补充披露：

7、安装维保及备件成本分析

报告期公司安装维保及备件成本情况如下：

单位：万元，台

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安装维保成本	1,030.62	4,309.96	4,572.42	7,587.63
备件成本	50.64	133.96	127.04	223.11
小计	1,081.26	4,443.92	4,699.46	7,810.74

报告期内，公司安装维保及备件成本占主营业务成本的比例分别为 21.69%、16.05%、13.73%、9.39%，占比较小，其中主要为安装维保成本，安装维保成本逐年下降主要因安装维保数量下降导致。

（1）安装维保成本

公司现阶段对安装维保服务网点的建设投入相对不足，在大多数情况下，公司委托有资质的第三方安装维保公司为直销客户提供安装维保服务。报告期内，公司安装维保成本变动分析如下：

单位：万元，台

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安装维保成本	1,030.62	4,309.96	4,572.42	7,587.63
安装维保台数	222	753	714	1,209
平均单梯安装维保成本	4.64	5.72	6.40	6.28

安装维保成本变动主要受安装维保数量及平均安装维保成本影响，主要受安装维保数量下降影响，安装维保成本呈下降趋势。另外，电梯产品为非标产品，受层站数、载重量、装潢内饰、建筑物安装条件等因素影响，报告期内各期平均单梯安装维保成本有所波动。

（2）备件成本

报告期内，公司备件成本分别为 223.11 万元、127.04 万元、133.96 万元、50.64 万元，占主营业务成本的比重较小。公司主要以整梯销售为主，根据客户需求，零星销售配件，各期的配件成本较小。

（四）结合主要外购件和主要原材料的采购数量、价格变动情况、主要产品的产销量和库存情况等，补充披露直接材料变动的合理性；

电梯为深度定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，按计划进行生产发运。鉴于客户对产品配置方面的不同需求，且不同订单中电梯层站数、载重、速度、装潢配置均存在较大差异，因此单台电梯成本会出现一定的差异。同时，报告期内发行人主要外购件及主要原材料的采购价格略有波动，也会导致单台电梯成本出现差异，其主要外购件和主要原材料的采购价格波动情况参见本问询函“问题 21”之“（四）补充披露主要外购件和主要原材料采购单价变动的原因，与市场价格变动趋势是否一致；同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性”的回复。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”进行了补充披露：

4、直接材料成本分析

电梯为深度定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，按计划进行生产发运。鉴于客户对产品配置方面的不同需求，且不同订单中电梯层站数、载重、速度、装潢配置均存在较大差异，因此单台电梯成本会出现一定的差异。

营业成本的主要产品直接材料成本情况如下：

单位：万元，台，%

类别	项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直梯	销售台数	1,649	4,175	3,459	3,900
	直接材料	8,774	23,285	19,440	22,607
	总成本	9,618	25,057	21,065	24,470
	直接材料占比	91.22	92.93	92.29	92.39

类别	项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	单梯直接材料成本	5.32	5.58	5.62	5.80
扶梯及人行道	销售台数	91	337	372	351
	直接材料	764	2,707	3,334	3,510
	总成本	817	2,876	3,512	3,724
	直接材料占比	93.57	94.12	94.94	94.25
	单梯直接材料成本	8.40	8.03	8.96	10.00
合计	直接材料	9,538	25,993	22,774	26,117
	总成本	10,435	27,933	24,577	28,194
	占比	91.40	93.05	92.67	92.63

（1）直梯产品直接材料变动分析

报告期内，公司单台直梯平均成本中直接材料成本占比较为稳定。单梯直接材料成本分别为 5.80 万元、5.62 万元、5.58 万元、5.32 万元，呈小幅下降趋势，主要受 10 层以下直梯产品销售占比上升以及钢材等原材料价格略有下降影响。

报告期内，公司直梯产品按层站数分类的销量、单位直接材料及收入占比情况如下：

年度	层站数	销量（台）	单位直接材料成本（万元/台）	占直梯收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	10 层及以下	1,034	4.79	59.43
	11 层至 19 层	355	5.43	21.61
	20 层及以上	260	7.27	18.96
	合计	1,649	5.32	100.00
2019 年度	10 层及以下	2,408	4.72	49.07
	11 层至 19 层	1,067	5.79	25.93
	20 层及以上	700	8.19	25.00
	合计	4,175	5.58	100.00
2018 年度	10 层及以下	1,937	4.81	49.48
	11 层至 19 层	956	5.95	29.00
	20 层及以上	566	7.82	21.53
	合计	3,459	5.62	100.00
2017 年度	10 层及以下	1,864	4.89	39.57

年度	层站数	销量（台）	单位直接材料成本（万元/台）	占直梯收入的比例（%）
	11 层至 19 层	1,107	5.84	30.22
	20 层及以上	929	7.57	30.21
	合计	3,900	5.80	100.00

直梯的直接材料成本与电梯的层站数相关，一般情况下层站数越高，相应的材料成本越高。报告期内公司销售的直梯中，低层站数的销售收入占比呈上升趋势，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月层站数 10 层及以下的直梯销售收入占比分别为 39.57%、49.48%、49.07%和 59.43%，导致直梯的平均直接材料成本有所下降。

（2）扶梯及自动人行道产品直接材料变动分析

报告期内,公司每台扶梯及人行道成本中直接材料成本分别为 10.00 万元、8.96 万元、8.03 万元、8.40 万元,各期差异较大，主要系电梯为非标准化产品，各期确认收入并结转成本的电梯型号、配置不同导致单台电梯中的直接材料成本出现较大差异。受客户对产品的需求影响，每台的扶梯、人行道的型号、提升高度、宽度等不尽相同，公司在生产采购时选用的材料也不同，导致每台电梯的直接材料成本存在一定差异。

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按提升高度分类的销量、单位直接材料成本及收入占比情况如下：

年度	提升高度	销量（台）	单位直接材料成本（万元/台）	占扶梯及自动人行道收入的比例（%）
2020 年 1-6 月	4 米及以下	14	7.59	14.94
	4 米至 6 米	76	8.56	83.82
	6 米及以上	1	7.29	1.24
	合计	91	8.40	100.00
2019 年度	4 米及以下	43	6.83	11.44
	4 米至 6 米	258	8.08	76.48
	6 米及以上	36	9.14	12.07
	合计	337	8.03	100.00
2018 年度	4 米及以下	44	7.77	10.28

年度	提升高度	销量（台）	单位直接材料成本（万元/台）	占扶梯及自动人行道收入的比例（%）
	4 米至 6 米	265	8.30	69.00
	6 米及以上	63	12.58	20.71
	合计	372	8.96	100.00
2017 年度	4 米及以下	73	7.21	16.18
	4 米至 6 米	208	9.86	56.24
	6 米及以上	70	13.31	27.57
	合计	351	10.00	100.00

报告期内，公司销售的扶梯及人行道主要以提升高度为 6 米以下的电梯为主，各期提升高度为 6 米以下的销售收入占比分别为 72.42%、79.28%、87.92%和 98.76%。提升高度直接影响扶梯及自动人行道产品的钢材、电缆线、玻璃、扶手带、梯级链、梯级和主机等零部件配置数量，进而影响扶梯及自动人行道的单位材料成本。随着提升高度 6 米及以上扶梯及自动人行道产品销售占比的下降，公司扶梯及自动人行道产品的单位直接材料成本随之下降。

（五）补充披露报告期内生产人员的平均工资以及与当地和同行业平均工资水平的比较情况，结合报告期内生产人员人数、平均工资的变动，披露直接人工变动合理性；

同行业可比公司未公开披露生产人员的工资情况，考虑到数据的可比性，以主营业成本中电梯整机产品的直接人工成本作为生产人员的工资进行比较分析。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”进行了补充披露：

5、直接人工成本分析

（1）生产人员的平均工资情况

报告期，公司电梯整机产品的直接人工情况如下：

单位：万元，人

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员工资	263.84	739.94	785.20	935.31

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平均人数	112	116	139	149
平均工资	2.37	6.41	5.67	6.28

注：生产人员平均人数系公司期初、期末生产人员的平均数。

公司按照基础工资加计件的方式计算生产人员的工资，生产人员各期的工资与公司生产的电梯产品数量相关。

2017-2019 年度，公司营业成本中生产人员的工资总额略有下降，其中平均人数呈下降趋势，平均工资呈波动上升趋势。公司生产人员平均人数下降的主要原因为公司加大了生产线智能化和自动化的建设，增加了机器人操作，减少了一线生产人员；生产人员平均工资呈波动上升趋势，2018 年生产人员平均工资略低，主要系公司 2018 年生产电梯产品 3,852 台，低于 2017 年的 4,038 台以及 2019 年的 4,592 台。

受新冠疫情影响，公司 2020 年上半年生产人员的平均工资略有下降，主要系公司上半年电梯产品的生产数量略有下降以及阶段性减免企业基本养老保险、失业保险、工伤保险单位缴费金额 53.99 万元所致。

（2）公司生产人员人均薪酬与当地平均水平的比较

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平均工资	2.37	6.41	5.67	6.28
当地全社会单位就业人员	-	6.82	6.03	5.51

注：当地全社会单位就业人员的平均工资数据来源于湖州市统计局网站。

公司处于湖州市南浔区练市镇，2017-2019 年度公司生产人员的人均薪酬呈波动上涨趋势，与湖州市全社会单位就业人员的平均工资相接近。

（3）公司生产人员人均薪酬与同行业可比公司的比较

单位：万元

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	6.16	5.56	5.42
快意电梯	5.73	5.79	4.78

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
梅轮电梯	10.64	10.54	7.64
通用电梯	6.94	-	-
行业平均水平	7.37	7.29	5.95
发行人	6.41	5.67	6.28

注：梅轮电梯未披露 2016 年末的生产人员数量，2017 年生产人员平均人数系 2017 年末人数；通用电梯未披露 2018 年末的生产人员数量，2019 年生产人员平均人数系 2019 年末人数；同行业可比公司未披露 2020 年 6 月 30 日的生产人员数量，2020 年数据不作比较分析。

2017-2019 年度，公司生产人员人均薪酬与行业平均水平相接近，总体情况下高于康力电梯（位于江苏省苏州市）和快意电梯（位于广东省东莞市）。

（4）直接人工变动合理性分析

报告期内，公司生产人员平均工资水平与当地社会平均水平、同行业可比上市公司平均工资水平较为接近。公司各期平均工资水平变动与产量变动趋势相一致，呈波动上升趋势。因生产线智能化和自动化的建设，公司增加了机器人操作，一线生产人员数量下降，公司直接人工成本呈小幅下降趋势。

综上所述，公司电梯整机产品主营业务成本中的直接人工变动合理，符合公司业务情况。

（六）补充披露制造费用的明细及各部分变动原因

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（三）营业成本分析”进行了补充披露：

6、制造费用分析

单位：万元，台

项目	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
低值易耗品	149.48	23.61	323.57	26.94	246.09	24.19	152.87	13.39
折旧费	139.83	22.08	287.50	23.94	294.58	28.96	396.02	34.68
安全生产费	109.24	17.25	182.14	15.17	206.08	20.26	190.00	16.64
职工薪酬	96.15	15.18	110.72	9.22	98.07	9.64	105.11	9.20
燃料动力	28.29	4.47	113.71	9.47	78.90	7.76	90.26	7.90
加工费	38.05	6.01	93.34	7.77	39.96	3.93	79.30	6.94

项目	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
维修费	11.66	1.84	32.33	2.69	23.33	2.29	43.17	3.78
机物料消耗	9.74	1.54	16.51	1.37	23.92	2.35	33.10	2.90
废品损失	49.10	7.75	36.01	3.00	3.10	0.30	42.55	3.73
其他	1.70	0.27	5.21	0.43	3.28	0.32	9.67	0.85
合计	633.24	100.00	1,200.96	100.00	1,017.23	100.00	1,142.05	100.00
电梯销量	1,740		4,512		3,831		4,251	
单梯制造费用	0.3639		0.2662		0.2655		0.2687	

报告期内，公司制造费用主要为折旧费、职工薪酬、低值易耗品、安全生产费等，各项明细构成占比总体保持稳定、略有波动。

公司主营业务成本中电梯整机产品的制造费用略有波动，主要系各期电梯销售的数量不同所导致。报告期内，公司各期的每台电梯制造费用分别为 2,687 元、2,655 元、2,662 元、3,639 元。2017-2019 年度单台制造费用基本保持稳定，2020 年上半年增长较为明显，主要系公司 2020 年更新生产设备后，公司不再外购电梯部件上、下梁等，改为自制，从而增加了人工费用，同时由于受客户对产品门板、轿厢材质要求和非标产品增加的影响，导致当期废品损失增加。

（七）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取发行人销售成本明细，分析报告期各产品成本占主营业务成本比重的变动原因及合理性；

（2）获取发行人成本核算方法，了解公司生产模式及业务流程，核查产品成本确认与计量的完整性及合规性，以及产品销售发出与相应成本结转、收入确认的匹配情况；

（3）获取发行人安装维保及备件成本明细，并分析相关成本变动的原因及合理性；

（4）获取发行人销售成本明细，分析公司主营业务成本中直梯、扶梯及人行道的直接材料变动的合理性；

（5）获取发行人各期末生产人员人数情况，结合生产人员人数、平均工资的

变动分析直接人工变动的合理性，并与当地及同行业平均工资水平进行比较；

（6）获取发行人主营业务成本-制造费用明细以及报告期内制造费用实际发生明细，分析制造费用各项明细的变动原因。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人主营业务成本中各类产品的构成比例保持稳定，主要系电梯整机产品成本；发行人电梯整机产品的主营业务成本中，主要为直接材料成本，与公司业务情况相符，具有合理性；

（2）报告期内，发行人成本能够按照不同产品分类，产品成本确认与计量符合《企业会计准则》的规定，产品销售发出的成本结转与收入确认相匹配；

（3）报告期内，发行人安装维保及备件成本主要系安装成本，相关成本变动符合公司的实际情况，具有合理性；

（4）报告期内，发行人电梯整机产品的成本主要为直接材料，占比较为稳定；公司各期直接材料的波动，与公司的业务情况相符；

（5）2017-2019 年度，发行人主营业成本中生产人员的工资总额略有下降，平均人数呈下降趋势，人均工资呈波动上涨趋势；公司生产人员的人均薪酬与湖州市全社会单位就业人员的平均工资、行业平均水平相接近；

（6）报告期内，发行人制造费用各项明细变动具有合理性，与公司业务情况相符，发行人报告期内成本核算规范、合理。

问题 23. 关于毛利率

招股说明书披露，报告期内发行人主营业务毛利分别为 37.98%、35.17%、34.89%，高于同行业可比公司。

请发行人补充披露以下事项：

（1）主要产品不同销售模式下的毛利率，并结合产品结构、平均售价、平均单位成本的变化情况，量化分析并补充披露报告期内主要产品不同销售模式下的毛利率变动的原因及合理性；

（2）结合商业惯例给予经销商的合理利润空间幅度、代理服务费、运输服务费、维保费等销售费用占直销产品金额的比例等，补充披露报告期内直销毛利率与经销毛利率差异的原因及合理性；

（3）招股说明书披露，报告期内发行人安装维保及备件毛利率分别为-20.16%、-12.73%、6.61%。请发行人分别列示安装、维保和备件业务的毛利率，补充披露报告期内相关业务毛利率变动的原因及合理性；

（4）招股说明书披露，安装维保业务是公司为客户提供自身产品的半附赠性质的配套服务，不以盈利为目的。请发行人结合销售合同的条款，补充披露安装维保业务的定价方式，半附赠性质的具体含义，以及是否符合行业惯例；

（5）分别将直梯、自动扶梯和自动人行道销售与对应的安装维保业务合并计算毛利率，补充披露毛利率变动的原因、合理性以及与同行业可比公司的对比情况；

（6）将主要产品不同销售模式、不同销售地区（国内、国外）的毛利率与同行业可比公司同类产品同类模式（地区）的毛利率进行比较，补充披露毛利率差异的原因及合理性；

（7）招股说明书“业务与技术”部分的同行业可比公司与“毛利及毛利率分析”部分同行业可比公司不完全一致的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师对发行人毛利率变动的合理性以及毛利率高于同行业可比公司的合理性进行分析，核查毛利率计算的准确性，并发表明确意见。

问题 23 的回复

（一）主要产品不同销售模式下的毛利率，并结合产品结构、平均售价、平均单位成本的变化情况，量化分析并补充披露报告期内主要产品不同销售模式下的毛利率变动的原因及合理性

1、直梯产品

报告期内，公司直梯产品按销售模式分类的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
直销毛利率	46.54	-2.46	49.00	-1.81	50.81	-2.75	53.55
经销毛利率	35.53	1.40	34.13	-2.03	36.16	-4.85	41.01
直梯毛利率	39.01	-0.36	39.37	-2.56	41.93	-5.24	47.17

报告期内，公司直梯产品的直销毛利率和经销毛利率均呈下降趋势。

（1）直销模式分析

①产品结构变动情况

报告期内，公司直销模式下直梯产品的产品收入结构如下：

单位：万元、%

项目	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
10 层及以下	3,212.24	64.45	5,322.95	36.55	6,117.58	42.78	6,335.10	27.83
11 层至 19 层	511.09	10.26	3,955.28	27.16	4,029.68	28.18	8,012.92	35.20
20 层及以上	1,260.49	25.29	5,286.09	36.29	4,152.37	29.04	8,412.88	36.96
合计	**4,983.82**	**100.00**	**14,564.33**	**100.00**	**14,299.63**	**100.00**	**22,760.89**	**100.00**

报告期内，公司直销模式下直梯产品的层站数总体呈下降趋势，平均售价及单位成本均随之呈下降趋势。

②产品平均售价及单位成本变动情况

报告期内，公司直销模式下直梯产品的平均售价及成本变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均售价	11.30	-11.70	12.80	0.96	12.68	-9.22	13.96
单位成本	6.04	-7.43	6.53	4.67	6.24	-3.85	6.49

报告期内，公司直销模式下直梯产品的平均售价及单位成本均呈下降趋势，而平均售价的下降幅度高于单位成本的下降幅度，导致公司直销模式下直梯产品毛利率下降。平均售价下降主要系市场竞争环境变化，在行业产品价格普遍下调的形势下，公司调整产品价格以保持市场竞争力；单位成本主要受产品配置影响，不同订单中直梯产品层站数、载重、速度、配置装潢均存在一定差异，同时，报告期内钢材等原材料价格略有下降，导致产品单位成本总体呈下降趋势。

（2）经销模式分析

①产品结构变动情况

报告期内，公司经销模式下直梯产品的产品收入结构如下：

单位：万元、%

项目	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
10 层及以下	6,159.95	57.11	14,957.52	55.88	11,831.63	53.83	11,994.99	50.91
11 层至 19 层	2,897.11	26.86	6,761.94	25.26	6,489.95	29.53	5,985.62	25.41
20 层及以上	1,729.31	16.03	5,045.57	18.85	3,656.91	16.64	5,578.82	23.68
合计	**10,786.37**	**100.00**	**26,765.02**	**100.00**	**21,978.50**	**100.00**	**23,559.43**	**100.00**

报告期内，公司经销模式下直梯产品的层站数总体呈下降趋势，平均售价及单位成本均随之呈下降趋势。

②产品平均售价及单位成本变动情况

报告期内，公司经销模式下直梯产品的产品平均售价及单位成本变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均售价	8.93	1.32	8.81	-6.53	9.43	-9.15	10.38

单位成本	5.76	-0.84	5.80	-3.56	6.02	-1.69	6.12

报告期内，公司经销模式下直梯产品的平均售价及单位成本均呈总体下降趋势，而平均售价的下降幅度高于单位成本的下降幅度，导致公司经销模式下直梯产品毛利率下降。平均售价下降主要系市场竞争环境变化，在行业产品价格普遍下调的形势下，公司调整产品价格以保持市场竞争力；单位成本主要受产品配置影响，不同订单中直梯产品层站数、载重、速度、配置装潢均存在一定差异，同时，报告期内钢材等原材料价格略有下降，导致产品单位成本总体呈下降趋势。

2、扶梯及自动人行道产品

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按销售模式分类的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
直销毛利率	32.47	9.39	23.07	-9.30	32.38	-2.90	35.27
经销毛利率	32.26	11.95	20.30	0.66	19.65	-3.40	23.05
扶梯及自动人行道毛利率	32.37	11.44	20.93	-4.54	25.47	-3.33	28.80

（1）直销模式分析

①产品结构变动情况

报告期内，公司直销模式下扶梯及自动人行道产品的产品收入结构如下：

单位：万元、%

项目	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
4 米及以下	41.99	9.63	30.80	4.89	6.96	0.48	67.79	4.26
4 米至 6 米	394.17	90.37	446.56	70.93	972.64	66.76	876.64	55.06
6 米及以上	-	-	152.22	24.18	477.30	32.76	647.62	40.68
合计	436.16	100.00	629.59	100.00	1,456.91	100.00	1,592.05	100.00

报告期内，公司直销模式下扶梯及自动人行道产品的提升高度总体呈下降趋势，平均售价及单位成本均随之呈下降趋势。

②产品平均售价及单位成本变动情况

报告期内，公司直销模式下扶梯及自动人行道产品的产品平均售价及单位成本变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均售价	14.04	28.66	10.91	-31.12	15.84	-11.76	17.95
单位成本	9.48	12.95	8.39	-21.64	10.71	-7.82	11.62

2017 年-2019 年，公司直销模式下扶梯及自动人行道的产品平均售价及单位成本均呈下降趋势，而平均售价的下降幅度超过单位成本的下降幅度，导致直销模式下扶梯及自动人行道产品的毛利率呈下降趋势。公司扶梯及自动人行道产品销售规模较小，因此平均售价及单位成本均受大型项目进度影响而波动。2019 年，产品平均售价和单位成本下降幅度较大，主要原因为公司于 2017 年和 2018 年完成了墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目，该项目销售的产品主要为公共交通型扶梯，平均售价及单位成本均较高。2020 年 1-6 月，产品平均售价和单位成本均有所上升，主要原因为公司完成中国人民解放军成都军区总医院项目的交付工作，该客户对扶梯产品的装潢配置和售后服务等要求较高，公司在现场长期派驻技术人员为客户进行服务，产品平均售价及单位成本均较高。

（2）经销模式分析

①产品结构变动情况

报告期内，公司经销模式下扶梯及自动人行道产品的产品收入结构如下：

单位：万元、%

项目	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
4 米及以下	113.77	20.25	378.54	13.43	473.19	18.50	705.70	25.47
4 米至 6 米	433.00	77.07	2,211.20	78.44	1,671.24	65.35	1,710.39	61.73
6 米及以上	15.03	2.67	229.12	8.13	412.97	16.15	354.73	12.80
合计	561.80	100.00	2,818.85	100.00	2,557.41	100.00	2,770.82	100.00

报告期内，公司经销模式下扶梯及自动人行道产品的提升高度总体呈下降趋势，平均售价及单位成本均随之呈下降趋势。

②产品平均售价及单位成本变动情况

报告期内，公司经销模式下扶梯及自动人行道产品的产品平均售价及单位成本变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
平均售价	12.48	16.04	10.76	-0.72	10.84	-16.31	12.95
单位成本	8.46	-1.37	8.57	-1.53	8.71	-12.60	9.96

2017 年-2019 年，公司直销模式下扶梯及自动人行道的产品平均售价及单位成本整体呈下降趋势，而平均售价的下降幅度超过单位成本的下降幅度，导致直销模式下扶梯及自动人行道产品的毛利率整体呈下降趋势。2020 年 1-6 月，产品平均售价有所上升，主要系销往国外的产品较多所致。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四） 毛利及毛利率分析”之“3、分模式毛利率分析”中进行了补充披露：

报告期内，公司直梯产品按销售模式分类的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
直销毛利率	46.54	-2.46	49.00	-1.81	50.81	-2.75	53.55
经销毛利率	35.53	1.40	34.13	-2.03	36.16	-4.85	41.01
直梯毛利率	39.01	-0.36	39.37	-2.56	41.93	-5.24	47.17

报告期内，公司直梯产品的直销毛利率和经销毛利率均呈下降趋势，主要系为应对市场竞争环境变化，在行业产品价格普遍下调的形势下，公司调减产品价格以保持市场竞争力，导致毛利率下降。

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品按销售模式分类的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率

直销毛利率	32.47	9.39	23.07	-9.30	32.38	-2.90	35.27
经销毛利率	32.26	11.95	20.30	0.66	19.65	-3.40	23.05
扶梯及自动人行道毛利率	32.37	11.44	20.93	-4.54	25.47	-3.33	28.80

报告期内，公司扶梯及自动人行道产品的直销毛利率和经销毛利率总体呈下降趋势，原因主要为根据国内外市场情况变化，为保持产品竞争力，公司相应降低价格以应对市场变化，导致毛利率下降。2019 年，公司扶梯及自动人行道产品的直销毛利率下降幅度较大，原因主要为公司于 2017 年和 2018 年完成了墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目，该项目销售的产品主要为公共交通型扶梯，毛利率水平较高。2020 年 1-6 月，公司扶梯及自动人行道产品的直销毛利率和经销毛利率均有所提高，主要原因为公司完成中国人民解放军成都军区总医院项目的交付工作，该客户对扶梯产品的装潢配置和售后服务等要求较高，公司在现场长期派驻技术人员为客户进行服务，产品毛利率水平较高；同时，销往国外的产品较多，提升了毛利率水平。

（二）结合商业惯例给予经销商的合理利润空间幅度、代理服务费、运输服务费、维保费等销售费用占直销产品金额的比例等，补充披露报告期内直销毛利率与经销毛利率差异的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四） 毛利及毛利率分析”之“3、分模式毛利率分析”中进行了补充披露：

报告期内，公司国内直销毛利率和经销毛利率的差异情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
国内直销毛利率	38.53	37.34	34.94	36.53
国内经销毛利率	29.87	29.05	29.03	33.35
毛利率差异	8.65	8.29	5.91	3.18
代理服务费占直销收入的比例	9.04	10.05	11.10	11.46

报告期内，公司国内直销毛利率高于经销毛利率。直销模式下，公司与产品的最终使用方签订销售合同，公司承担产品成本和各项销售费用，部分合同售价包含居间费用，平均售价水平通常较高，账面毛利率水平较高。经销模式

下，经销商需留存合理利润空间，同时，经销商的应收账款回款周期较短且坏账风险较低，因此，经销模式下的产品定价和毛利率水平较低。

报告期内，在房地产宏观调控的背景下，公司为保持盈利能力，加强了成本与费用管理措施，直销模式下的安装维保成本及代理服务费均有所降低。安装维保成本的下降导致公司国内直销毛利率水平略有上升，一定程度上扩大了国内直销与经销的毛利率差异。同时，报告期内，公司代理服务费占直销收入的比例有所下降。2019 年，考虑代理服务费的影响后，公司国内直销与经销毛利率水平不存在重大差异。

（三）招股说明书披露，报告期内发行人安装维保及备件毛利率分别为-20.16%、-12.73%、6.61%。请发行人分别列示安装、维保和备件业务的毛利率，补充披露报告期内相关业务毛利率变动的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四） 毛利及毛利率分析”之“2、分产品毛利率分析”中进行了补充披露：

报告期内，公司按产品分类的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
直梯	**39.01**	**-0.36**	39.37	-2.56	41.93	-5.24	47.17
扶梯及自动人行道	**32.37**	**11.44**	20.93	-4.54	25.47	-3.33	28.80
安装维保业务	**-12.50**	**-14.15**	**1.65**	**19.61**	**-17.95**	**10.27**	**-28.22**
备件业务	**75.24**	**10.84**	**64.41**	**7.86**	**56.55**	**-5.15**	**61.69**
主营业务毛利率	**36.37**	**1.48**	**34.89**	**-0.28**	**35.17**	**-2.81**	**37.98**

报告期内，安装维保业务的毛利率为负或较低，主要原因为：

其一，公司现阶段对安装维保服务网点的建设投入不足，在大多数情况下，公司委托有资质的第三方安装维保公司为直销客户提供安装维保服务。报告期内，公司产品的自维保率分别为 4.12%、1.15%、2.37%和 2.24%，比例较低。在上述情况下，安装维保环节的利润主要由第三方安装维保公司获取，导致公司安装维保毛利率较低。

其二，直销模式下，部分经销商以居间方式帮助公司对接客户，完成电梯销售工作，相关经销商通常具有安装维保资质。为扩大销售规模，保持市场地位，维持与经销商的良好业务合作关系，在充分满足客户个性化安装维保需求的情况下，公司会委托相关经销商完成居间业务对应的安装维保工作。同时，根据市场竞争的需求，公司适当向第三方安装维保公司让渡部分安装维保利润。

其三，安装维保业务具有一定的半附赠性质。具体是指，客户在签订电梯销售合同时，往往会对电梯装潢、井道改造等方面提出具体要求，这部分价格已包含在设备价格中，公司已在电梯产品销售环节取得合理的利润，因此以不盈利或略亏损的安装维保业务保证公司具有较好的整体盈利水平。在保证电梯产品销售利润的基础上，公司充分满足客户的个性化安装维保需求，保证安装维保业务的及时性与可靠性，以较低的价格为客户提供高质量的安装维保服务，以更好地服务客户，提高客户认可度。同时，报告期内，公司只为自身产品提供安装维保服务，不为其他公司的电梯产品提供安装维保服务。在自有安装维保能力较为有限的情况下，公司上述行为符合行业惯例。因此，公司存在直梯业务毛利率较高而安装维保业务毛利率较低的情形。

报告期内，在房地产宏观调控的背景下，公司为保持盈利能力，加强了成本与费用管理措施，在对外委托安装维保业务时，向多家有资质的安装维保公司进行询价，提高了公司的议价能力，有效控制了安装成本，导致安装维保毛利率呈逐年上升趋势。

（四）招股说明书披露，安装维保业务是公司为客户提供自身产品的半附赠性质的配套服务，不以盈利为目的。请发行人结合销售合同的条款，补充披露安装维保业务的定价方式，半附赠性质的具体含义，以及是否符合行业惯例

1、安装维保业务的定价方式

直销附安装义务模式下，公司与客户分别签订电梯销售合同和电梯安装维保合同。在签订安装维保合同时，公司对项目所在区域和电梯类型进行市场调研，了解市场价格变化和竞争情况，并综合考虑客户的个性化维保需求、经销商或第三方安装维保公司的资质与业务质量等因素，与相关客户进行充分协商确定最终安装维保价格。在保证电梯产品销售利润的基础上，公司不以在安装维保环节盈

利为目的，以较低的价格为客户提供高质量的安装维保服务，以更好地服务客户，提高客户认可度。

2、半附赠性质的具体含义

安装维保业务具有一定的半附赠性质。客户在签订电梯销售合同时，往往会对电梯装潢、井道改造等方面提出具体要求，这部分价格已包含在设备价格中，公司已在电梯产品销售环节取得合理的利润，因此以不盈利或略亏损的安装维保业务保证公司具有较好的整体盈利水平。在保证电梯产品销售利润的基础上，公司充分满足客户的个性化安装维保需求，保证安装维保业务的及时性与可靠性，以较低的价格为客户提供高质量的安装维保服务，以更好地服务客户，提高客户认可度。同时，报告期内，公司只为自身产品提供安装维保服务，不为其他公司的电梯产品提供安装维保服务。在自有服务网点不足的情况下，公司上述行为符合行业惯例。

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“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“2、分产品毛利率分析”中进行了补充披露。

（五）分别将直梯、自动扶梯和自动人行道销售与对应的安装维保业务合并计算毛利率，补充披露毛利率变动的原因、合理性以及与同行业可比公司的对比情况

以下内容已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“2、分产品毛利率分析”中进行了补充披露：

报告期内，包含安装维保业务的电梯整机产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
直梯（包含安装维保业务）	36.20	0.43	35.78	-0.54	36.32	-2.38	38.69
扶梯及自动人行道（包含安装维保业务）	32.71	11.51	21.19	-3.10	24.29	-4.20	28.50
电梯整机（包含安装维保业务）	35.93	1.26	34.66	-0.37	35.03	-2.71	37.74

报告期内，与安装维保业务合并计算的电梯整机产品毛利率均呈下降趋势，主要原因为市场竞争激烈，公司依据市场行情，适当降低产品价格以适应市场竞争，导致毛利率下降。2020 年 1-6 月，公司毛利率水平略有上升，主要系公司毛利率较高的外销业务占比上升所致。

公司与同行业可比公司的包含安装维保业务的电梯整机产品毛利率对比如下：

单位：%

电梯整机产品毛利率[1]	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	32.47	30.86	26.88	31.37
快意电梯[2]	26.56	26.86	31.94	35.11
梅轮电梯[3]	-	24.70	23.26	29.29
通用电梯[3]	-	30.99	31.57	32.38
平均值	29.52	28.35	28.41	32.04
本公司	35.93	34.66	35.03	37.74

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息；

2、快意电梯未单独披露其 2017 至 2019 年度的扶梯产品数据，此处为其与安装维保业务合并计算的直梯产品毛利率；

3、梅轮电梯及通用电梯均未披露 2020 年 1-6 月的分产品收入成本数据。

报告期内，公司包含安装维保业务的电梯整机产品毛利率略高于同行业可比平均水平，变动趋势与同行业公司基本一致。

（六）将主要产品不同销售模式、不同销售地区（国内、国外）的毛利率与同行业可比公司同类产品同类模式（地区）的毛利率进行比较，补充披露毛利率差异的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“5、同行业可比公司主营业务毛利率分析”中进行了补充披露：

（2）按销售模式分类的毛利率对比情况

报告期内，同行业可比公司中通用电梯披露了其按销售模式分类的毛利率情况，通用电梯外销收入规模较小，其直销和经销数据与公司国内直销和经销毛利率有较高的可比性，对比如下：

单位：%

同行业可比公司毛利率[1]	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
通用电梯[2]	直销	-	34.19	35.22	33.95
	经销	-	27.25	25.42	30.00
本公司	国内直销	38.53	37.34	34.94	36.53
	国内经销	29.87	29.05	29.03	33.35

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息；
2、通用电梯未披露其 2020 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司直销和经销毛利率水平略高于通用电梯。

（3）按产品分类的毛利率对比情况

报告期内，同行业可比公司未分产品分销售模式（地区）披露其毛利率情况，公司与同行业可比公司的分产品毛利率对比如下：

单位：%

主体[1]	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	直梯	32.49	31.10	27.50	33.71
	扶梯及自动人行道	33.07	29.24	24.12	27.44
快意电梯[2]	直梯	26.30	26.02	31.50	36.91
	扶梯及自动人行道	19.91	-	-	-
梅轮电梯[3]	直梯	-	26.03	24.52	33.11
	扶梯及自动人行道	-	22.30	19.35	26.17
通用电梯[4]	直梯	-	31.88	32.54	33.45
	扶梯及自动人行道	-	19.38	24.15	21.04
平均值	直梯	29.40	28.76	29.02	34.29
	扶梯及自动人行道	26.49	23.64	22.54	24.88
本公司	直梯	39.01	39.37	41.93	47.17
	扶梯及自动人行道	32.37	20.93	25.47	28.80

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息；
2、快意电梯未披露其 2017-2019 年度的扶梯及自动人行道毛利率数据；
3、梅轮电梯未披露 2020 年 1-6 月的分产品毛利率数据；
4、通用电梯分产品毛利率已包含安装业务，其未披露 2020 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司直梯产品毛利率水平高于同行业平均水平。除 2020 年 1-6

月外，扶梯及自动人行道产品毛利率与同行业平均水平不存在重大差异。

报告期内，公司与同行业可比公司的分地区毛利率对比如下：

单位：%

主体[1]	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	国内	30.96	29.79	26.21	31.13
	国外	33.56	28.01	20.27	24.35
快意电梯	国内	25.73	25.33	30.63	32.87
	国外	30.58	30.63	31.47	36.47
梅轮电梯[2]	国内	-	24.55	21.76	29.20
	国外	-	29.28	42.32	30.39
通用电梯	国内	-	31.00	31.68	32.40
	国外	-	-	-	-
平均值	国内	28.35	27.67	27.57	31.40
	国外	32.07	29.31	31.35	30.40
本公司	国内	33.88	33.03	32.06	35.45
	国外	44.06	42.42	44.02	46.55

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息；

2、梅轮电梯未披露其 2020 年 1-6 月分地区毛利率数据；

3、通用电梯未披露其分地区毛利率数据，其外销收入规模较小，以主营业务毛利率数据代表其国内毛利率，其未披露 2020 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司国内和国外毛利率水平均高于同行业平均水平。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“5、同行业可比公司主营业务毛利率分析”中进行了补充披露：

报告期内，公司主营业务毛利率高于行业平均值，主要原因为：

①国际市场策略差异

其一，公司长期关注并积极开拓国外非充分竞争市场，经过多年沉淀，得以与当地有实力的经销商深度合作，依托其成熟的销售渠道，成功开拓进入主流电梯制造厂商尚未开发或涉足较少的多个国家或地区，如孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯（西伯利亚）等。公司通过持续建设渠道资源良好、经验丰富、技术完备的国外销售团队，依托个性化、定制化的售前服务和技术支持体系，在上述

国家及地区已形成一定市场优势。公司中标并完成了一批当地重要工程项目，获得了良好的品牌形象、销售渠道和一定的市场定价权，具备当地品牌竞争力和市场地位，因此外销毛利率较高。但是随着其他厂商的逐步进入，公司主要外销市场面临竞争加剧的局面，毛利率逐步降低。

其二，因上述市场现有开发程度较低，公司既有产品主要适用于国内二三线城市，具有低总价和高性价比的特点，对上述外销市场适用性强。公司不需要针对上述市场再单独研发新产品和建设外销产品生产线，可以直接使用既有产品类型覆盖上述市场，因此可以做到售价稍高且成本可控。

其三，公司进入上述市场后，主打自主品牌，品牌溢价和自主议价能力较强。

其四，针对上述市场工业基础薄弱，人员技术水平有限的情况，公司通过厂区内设的交流中心等接待国外客户的业务人员，并对其进行免费的技术培训。同时，公司采取增加外销产品配套备件、建设技术远程交流系统和选派人员出国指导等一系列方式，满足国外客户的个性化需求，提升品牌的溢价能力。

报告期内，公司外销业务毛利率与同行业可比公司对比分析如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
本公司国外销售毛利率（A）	**44.06**	42.42	44.02	46.55
同行业可比公司平均主营业务毛利率（B）[1]	**27.00**	27.97	27.90	31.55
毛利率差额（C=A-B）	**17.06**	14.45	16.12	15.00
本公司外销占主营业务收入比例（D）	**24.45**	19.82	26.02	22.79
本公司主营业务毛利率影响（E=C*D/100）	**4.17**	2.86	4.19	3.42

注：1、同行业可比公司中，部分公司外销业务毛利率与主营业务毛利率差异较小或外销业务占比较小，此处选取平均主营业务毛利率进行模拟计算和对比分析。

如上所示，公司外销毛利率高于同行业可比公司平均主营业务毛利率水平，且公司外销业务是主营业务的重要组成部分，相应提升本公司的综合毛利率水平。经过模拟计算，2017 年、2018 年、2019 年 **2020 年 1-6 月**，相比同行业可比公司，公司外销业务会提升公司主营业务毛利率 3.42%、4.19%、2.86%**和 4.17%**。

②销售策略差异

其一，根据行业情况，公司向居间商支付居间费用（代理服务费），居间费用包含在合同售价中，因此账面毛利率较高；居间商通常会为公司提供对接客户资源及催收货款等居间服务。公司为扩大销售规模，通常与居间商约定，将本公司自留合理利润之外的超额毛利，在公司收款后，作为居间服务报酬支付给居间商。报告期内，公司居间费用支付比例高于同行业可比公司水平，因此销售合同毛利率也较高。

其二，公司 2017 年下半年起扩充销售团队，紧密对接各地经销商和优质直销客户。为维护良好业务关系，提升前端销售价格和毛利，公司在各地的销售人员，也会为经销商和各地客户提供技术支持协助，所涉人工服务一般不另行收费，相应发生的销售人员薪酬和差旅费等支出，公司计入销售费用核算。报告期内，公司增强客户服务力度，销售人员薪酬占主营业务收入的比例高于同行业可比公司水平，间接提升了公司主营业务毛利率水平。

报告期内，公司居间费用和销售人员薪酬占主营业务收入的比例，与同行业可比公司对比分析如下：

单位：万元，%

项目[1]	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比	金额	收入占比
康力电梯	14,482.14	8.26	31,059.83	8.57	27,782.24	9.07	27,219.39	8.40
快意电梯	3,827.64	10.30	7,398.19	9.00	7,818.78	8.94	6,091.92	8.18
梅轮电梯	2,445.26	7.87	4,520.65	6.17	3,601.85	4.90	4,635.37	6.35
通用电梯[2]	-	-	1,947.46	4.27	2,678.65	5.60	983.45	2.52
平均值	6,918.34	8.81	11,231.53	7.00	10,470.38	7.13	9,732.53	6.36
本公司	1,486.97	8.22	4,453.19	8.96	4,855.51	10.75	5,590.13	9.63
差异		-0.59		1.96		3.62		3.27

注：1、收入占比=（销售人员薪酬+居间费用）/主营业务收入；

2、通用电梯未披露其 2020 年 1-6 月财务数据。

除 2020 年 1-6 月外，公司支付的居间费用和销售人员薪酬占主营业务收入的比例，均高于同行业可比公司平均水平。

③固定成本差异

其一，直梯产品收入占公司主营业务收入的 80%左右，其毛利率水平对主营

业务毛利率影响明显。2017 年、2018 年、2019 年**和 2020 年 1-6 月**，公司直梯产品的销量分别为 3,900 台、3,459 台、4,175 台**和 1,740 台**，产能利用率分别为 81.24%、77.13%、94.84%**和 89.69%**。2019 年，公司直梯产品的产能利用率及销量较以前年度有明显提升，因此分摊到单位产品的人工成本和制造费用等固定开支相对减少，有利于提升公司主营业务毛利率水平。

其二，公司的部分厂房及土地等资产在 2003 年购置、建设及达到预定可使用状态，固定资产及无形资产获取时的原始价值较低。此外，公司部分生产车间及大多数机器设备的折旧年限为 10 年，截至 2019 年末其对应的折旧已计提完毕但仍在使用。因此，公司面临的折旧摊销压力较小，产品成本中分摊的折旧摊销等制造费用较低，提升了公司主营业务毛利率水平。未来随着公司生产车间及机器设备的更新改造计划和募集资金投资项目建设的开展，公司面临较高的折旧摊销压力，单位产品成本中的折旧摊销费用将会提升，主营业务毛利率水平或将随之降低。

其三，报告期内，公司将除生产厂房及机器设备外的固定资产折旧主要计入管理费用核算，因此管理费用中的折旧与摊销支出占主营业务收入的比例高于同行业可比公司，间接提高了公司毛利率水平，具体如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
康力电梯	1,631.75	0.92	2,972.09	0.81	3,627.83	1.17	3,124.88	0.95
快意电梯	262.82	0.71	376.08	0.46	375.57	0.43	402.73	0.54
梅轮电梯	693.90	2.22	1,150.77	1.56	1,027.71	1.39	536.30	0.73
通用电梯	-	-	205.69	0.45	228.53	0.48	206.26	0.53
平均值	862.82	1.06	1,176.16	0.83	1,314.91	1.01	1,067.54	0.83
本公司	463.37	2.53	979.04	1.94	1,002.41	2.20	985.12	1.69

（七）招股说明书“业务与技术”部分的同行业可比公司与“毛利及毛利率分析”部分同行业可比公司不完全一致的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及其竞争情况”之“（五）行业竞争格局及行业内主要企业情况”之

“2、行业内主要企业”中进行了补充披露：

主要国内品牌	
康力电梯	康力电梯成立于 1997 年，位于江苏苏州，是集设计、制造、销售、安装和维保于一体的现代化专业电梯企业。2010 年 3 月成功在深交所上市。
远大智能	原名沈阳博林特电梯股份有限公司，成立于 2001 年，位于辽宁沈阳，旗下的博林特电梯为中国电梯自主品牌。致力于为客户提供安全、舒适、节能、环保的产品以及优质、快速的服务，构建起电梯领域完整的产业链及销售服务网络。2012 年 7 月成功在深交所上市。2015 年 12 月，更名为沈阳远大智能工业集团股份有限公司。
快意电梯	快意电梯成立于 1998 年，位于广东东莞，集研发、设计、生产、安装和售后服务为一体的大型专业电梯企业。2017 年 3 月成功在深交所上市。
梅轮电梯	梅轮电梯成立于 2000 年，位于浙江绍兴，主要从事电梯、自动扶梯、自动人行道及相关配套产品的研发设计、制造、销售、安装、改造和维保服务。2017 年 9 月成功在上交所上市。
通用电梯	**通用电梯成立于 2003 年，位于江苏苏州，主要从事电梯、自动扶梯、自动人行道的产品研发、设计、制造、销售、安装、改造及维保业务，为各类建筑的电梯配置提供系统性的解决方案及全面的更新改造方案，是一家集电梯研发、制造、销售、安装及服务为一体的科技型生产企业。**

公司在招股说明书“财务会计信息与管理层分析”部分未选取远大智能作为同行业可比公司的主要原因为：公司主营业务均为电梯相关产品或服务，同行业可比公司中康力电梯、快意电梯、梅轮电梯及通用电梯主营业务均为电梯相关产品或服务，与公司业务结构较为一致，远大智能除电梯相关产品及收入外，主营业务还包含智能机器人、风力发电业务收入，为保持同行业公司数据的一致性与可比性，公司未将其纳入同行业可比公司范围。

（八）中介机构的核查情况

1、同行业可比公司主营业务毛利率分析

保荐机构、申报会计师对发行人毛利率变动的合理性以及毛利率高于同行业可比公司的合理性的分析参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“5、同行业可比公司主营业务毛利率分析”。

2、毛利率核查方法及过程

报告期内，保荐人及申报会计师针对发行人毛利率的核查方法及过程如下：

（1）了解发行人各产品的收入确认方法、成本核算流程及成本归集与分配的标准和方法；

（2）结合对营业收入、营业成本、存货等项目执行的主要程序如下：

①抽查发行人销售、采购相关的合同、订单、电梯验收报告、发货单、销售发票、报关单、回款单据和采购入库单等原始单据；

②对主要客户、供应商进行函证和走访；

③对各报告期资产负债表日前后确认的销售收入实施截止测试，评价销售收入是否在恰当期间确认；

（3）获取并审阅发行人各类产品的收入成本明细表，对报告期内发行人主要产品的销售价格、单位成本的波动情况进行分析，结合产品的销售数量、定价政策、原材料采购价格、产品结构以及行业发展情况等因素，分析毛利率变动的原因及合理性；

（4）查询同行业可比公司毛利率情况，与发行人毛利率数据进行对比，分析发行人与同行业可比公司的毛利率变动趋势是否保持一致，从销售市场、销售模式、成本结构等方面分析发行人与同行业可比公司的毛利率差异的具体原因。

3、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内，发行人毛利率变动趋势具有合理性；发行人毛利率高于同行业可比公司主要系国际市场策略差异、销售策略差异和固定成本差异等原因导致，具有合理性；发行人各类产品的收入确认及成本归集的方法和计算过程准确，毛利率计算准确。

问题 24. 关于期间费用

招股书披露，报告期内，发行人期间费用总额分别为 15,482.27 万元、12,084.63 万元和 11,930.59 万元，占当期营业收入的比重分别为 26.56%、26.50%和 23.63%。

请发行人补充披露以下事项：

（1）销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动说明职工薪酬变动的合理性；

（2）结合销售人员人数、平均工资、人均销售收入的对比情况，补充披露发行人销售人员薪酬支出占主营业务收入的比例高于同行业可比公司的原因及合理性；

（3）结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，披露运输费用占营业收入的比例波动的原因及合理性；

（4）代理服务费占直销业务收入及居间业务收入的比例，并与同行业可比公司进行比较，披露差异的原因及合理性；

（5）销售费用中其他的性质及变动的原因；

（6）结合主要管理费用构成占营业收入比例与同行业可比公司的对比情况，补充披露发行人管理费用率低于同行业可比公司的原因及合理性；

（7）招股说明书披露，2017 年发行人确认股份支付费用 81 万元。请发行人补充披露股份支付费用的确认依据和计算过程、股份支付费用分摊的依据以及股份支付事项的会计处理，披露相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

（8）研发费用中直接投入的构成、主要用途，相关直接材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况；

（9）汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发

行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性，发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 24 的回复

（一）销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动说明职工薪酬变动的合理性；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”中进行了补充披露：

5、期间费用中职工薪酬分析

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与所在区域员工年均工资对比情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司销售、管理、研发人员年均工资	6.23	14.01	13.62	13.68
公司所有员工年均工资	6.65	12.19	11.24	10.60
湖州年平均工资	-	6.82	6.03	5.51
浙江省年平均工资	-	7.15	6.59	6.07

注 1：“当地年平均工资”源自湖州市统计局之 2019 年、2018 年及 2017 年湖州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报；

注 2：浙江省年平均工资源自浙江省统计局之 2019 年、2018 年及 2017 年浙江省全社会单位就业人员年平均工资统计公报。

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均工资以及所有员工年均工资均呈上升趋势，且均高于湖州及浙江省平均工资水平。

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与同行业员工年均工资对比情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	-	11.02	10.12	9.15

快意电梯	-	10.00	9.02	8.00
梅轮电梯	-	9.31	9.31	10.05
通用电梯	-	8.86	8.23	-
本公司销售、管理、研发人员年均工资	6.23	14.01	13.62	13.68
公司所有员工年均工资	6.65	12.19	11.24	10.60

注 1：数据来源与同行业可比公司公开披露资料。

注 2：同行业可比公司披露数据无法区分管理人员及研发人员，无法与本公司销售人员、管理人员及研发人员的平均工资进行对比，因此取同行业可比公司总员工平均工资。

注 3：同行业可比公司未披露半年度员工人数，因此未计算平均工资。

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均工资以及所有员工年均工资均高于同行业可比公司员工年均工资水平。

销售人员平均工资与同行业可比公司销售人员平均工资比较见本题回复（二）。

管理人员平均工资与同行业可比公司管理人员平均工资比较见本题回复（六）。

报告期内，销售人员、管理人员、研发人员薪酬变动分析如下：

单位：万元，人

期　间	项　目	销售人员	管理人员	研发人员
2020 年 1-6 月	年均人数	144	84	62
	薪资总额	876.41	660.67	268.53
	人均薪资	6.09	7.87	4.33
2019 年度	年均人数	174	102	62
	薪资总额	2,419.42	1,709.68	607.83
	人均薪资	13.90	16.76	9.80
2018 年度	年均人数	190	114	62
	薪资总额	2,566.48	1,841.66	577.33
	人均薪资	13.51	16.15	9.31
2017 年度	年均人数	176	126	60
	薪资总额	1,966.88	2,408.96	576.90
	人均薪资	11.18	19.12	9.62

注 1：报告期各期人数采用年均人数=（期初人数+期末人数）/2；

报告期内，公司销售人员平均工资呈上升趋势，管理人员及研发人员平均

工资略有波动。

针对国家房地产宏观调控政策，2017 年下半年起，公司引进新的销售团队，提升薪酬水平，加强渠道建设，与优质经销商和客户深入对接，快速响应客户需求并增强客户黏性，销售人员数量及人均薪酬增加导致 2018 年薪酬支出增加。

报告期内，公司加强销售人员管理，对长期无法完成合理销售任务的销售人员实施岗位调整、薪酬调整等措施，以建设更加专业化、合理化的营销队伍，加强公司的持续业务拓展能力，公司销售人员平均工资、人均销售收入随销售人员人数变化而波动。

2018 年管理人员薪酬有所下降，主要受管理人员人数及平均薪资下降影响，随着公司办公信息化水平的逐步提高，工作效率逐步提升，公司对员工进行岗位优化；因 2018 年公司收入及利润较 2017 年有所下降，管理人员人均薪酬有所下降。

综上所述，公司不存在其他主体为员工支付费用的情形。

（二）结合销售人员人数、平均工资、人均销售收入的对比情况，补充披露发行人销售人员薪酬支出占主营业务收入的比例高于同行业可比公司的原因及合理性；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行了补充披露：

报告期内，同行业上市公司销售人员薪酬总额、主营业务收入情况如下：

单位：万元，人，万元/年

公司名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	薪酬总额	8,939.50	20,562.76	17,673.45	17,537.01
	销售收入	176,489.76	366,313.03	309,183.58	327,993.50
	平均人数	1,797	1,626	1,643	1,775
	平均工资	4.97	12.65	10.76	9.88
	人均销售收入	98.21	225.28	188.18	184.79
梅轮电梯	薪酬总额	699.21	1,606.08	1,448.49	1,569.34
	销售收入	31,224.40	73,695.66	73,761.88	73,190.06

	平均人数	105	98	102	——
	平均工资	6.66	16.39	14.20	——
	人均销售收入	297.38	752.00	723.16	——
发行人	薪酬总额	876.41	2,419.42	2,566.48	1,966.88
	销售收入	18,345.54	50,485.91	45,600.56	58,302.18
	平均人数	144	174	190	176
	平均薪酬	6.09	13.90	13.51	11.18
	人均销售收入	127.40	290.15	240.00	331.26

注：1、平均薪酬=薪酬总额/平均人数；

2、同行业上市公司平均人数=（期初人数+期末人数）/2；

发行人平均人数=（期初人数+期末人数）/2；

发行人平均薪酬=发行人销售人员薪酬总额/平均人数；

3、同行业上市公司中，快意电梯因各年度报告中所披露的人员划分口径发生调整，数据波动较大，通用电梯销售人员人数未披露；

公司销售人员平均薪酬及人均销售收入与康力电梯总体处于同一水平，但略高于康力电梯。主要原因为康力电梯销售人员人数远高于公司，导致其人均薪酬相对较低；此外，相比于康力电梯，公司销售规模较小，为了保持公司业绩的持续增长，公司用较为积极的销售奖励政策激励销售人员获取订单，公司销售人员的人均创收能力略高于康力电梯。

报告期内，公司加强销售人员管理，对长期无法完成合理销售任务的销售人员实施岗位调整、薪酬调整等措施，以建设更加专业化、合理化的营销队伍，加强公司的持续业务拓展能力，公司销售人员平均工资、人均销售收入随销售人员人数变化而波动，其变化情况与同行业可比公司相符，与公司销售管理模式相符。

（三）结合报告期各期运输量、单位运输费用、收入的区域分布、运输距离的变化等情况，披露运输费用占营业收入的比例波动的原因及合理性；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行了补充披露：

报告期各期，公司运输费用占营业收入的比重如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运费	279.75	608.98	642.86	597.75
营业收入	18,345.54	50,485.91	45,600.56	58,302.18
占比	1.52	1.21	1.41	1.03

报告期内，公司运输费用及占营业收入的比重略有波动，其中 2018 年度波动较大，主要系 2018 年境外运输费用较高。

公司境内、境外客户运费情况如下：

单位：万元，%

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境内客户	运费	134.26	328.30	224.17	396.33
	运输台数	388	770	473	965
	单梯平均运输费	0.35	0.43	0.47	0.41
境外客户	运费	145.49	280.68	418.69	201.42
	运输台数	267	581	563	684
	单梯平均运输费	0.54	0.48	0.74	0.29

公司境内客户运费变动情况分析如下：

单位：台，%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	运输台数	占比	运输台数	占比	运输台数	占比	运输台数	占比
华东地区	90	23.20	279	36.23	114	24.10%	401	41.55
华中地区	163	42.01	156	20.26	78	16.49%	212	21.97
华北地区	38	9.79	175	22.73	82	17.34%	51	5.28
西南地区	76	19.59	75	9.74	122	25.79%	86	8.91
西北地区	14	3.61	42	5.45	40	8.46%	82	8.50
华南地区	3	0.77	21	2.73	11	2.33%	23	2.38
东北地区	4	1.03	22	2.86	26	5.50%	110	11.40
合 计	388	100.00	770	100.00	473	100.00	965	100.00

报告期内，公司境内客户运费变动情况与运输台数变动趋势一致，2017 年及 2019 年因公司负责运输电梯台量上升导致当年运费增幅相对较大。以单位运输费用角度分析，2018 年发行人单位运输费用相对较高，主要由于当年西南地区运输台量较大；2020 年上半年，受油价、疫情期间高速过路免费及与物流公

司长期合同等因素影响，运输公司的运费折扣较大，因此2020年单位运输费用相对较低；此外，同一地区各期间单梯运费存在变动的情况，主要系运输电梯种类、电梯层高等因素影响。

公司境外客户运费变动情况分析如下：

报告期内，境外客户单梯运费总体呈上升趋势，主要系2018年以来，大部分外运货物船只由上海外高桥港区等近港逐步转移至洋山港停靠，直接增加了产品国内段的运输里程费用，随着运输里程和人工成本的增加，货运代理公司和船运公司上调了相应运输服务费，公司承担运输费也随之提高。

2018年度，公司境外运输台量相对较小，单梯平均运费较高，导致国内段运费较高，主要系：（1）2018年公司当年销往乌兹别克斯坦产品运费较高，总运费100.36万元，单梯平均运输费为2.14万元，上述产品运输采用铁路方式且距离较远，与海运方式相比，运输成本较高；（2）公司向肯尼亚及阿联酋发出较多扶梯产品，运费由公司承担，由于扶梯产品较直梯产品占用运输面积较大，因此单梯平均运费相对较高；（3）公司当年向孟加拉国发出30台直梯产品，占用运输面积大于一般直梯产品，总运费35.15万元，单梯平均运费较高。

（四）代理服务费占直销业务收入及居间业务收入的比例，并与同行业可比公司进行比较，披露差异的原因及合理性；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行了补充披露：

报告期内，代理服务费支出占直销业务收入及居间业务收入的比例构成如下：

单位：万元，%

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
代理服务费	610.56	2,033.77	2,289.03	3,623.25
占直销业务收入比例	9.04	10.10	11.10	11.42
占居间业务收入比例	12.47	11.78	12.38	11.27

报告期内，销售费用中的代理服务费支出占相应居间业务收入的比例与同

行业可比公司对比分析如下：

单位： %

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
通用电梯	-	4.48	6.10	1.62
本公司	12.47	11.78	12.38	11.27

注：1、报告期同期，除通用电梯外，同行业可比公司未披露居间业务收入

2、根据公开披露信息，通用电梯居间业务收入为直销业务收入

报告期内，销售费用中的代理服务费支出占主营业务收入的比例与同行业可比公司对比分析如下：

单位： %

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	3.16	2.90	3.30	2.99
快意电梯	6.69	5.39	6.14	5.49
梅轮电梯	8.16	3.98	2.93	4.20
通用电梯	1.24	2.42	3.90	0.98
平均值	4.81	3.67	4.07	3.41
本公司	3.37	4.09	5.07	6.24

注：以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息。

报告期内，公司业务代理费占居间收入比重基本保持稳定，因直销业务收入占比下降，业务代理费占营业收入比重呈下降趋势。公司业务代理费占收入比重略高于行业平均水平，主要原因为：与同行业上市公司相比，公司在品牌知名度、营销渠道建设等方面存在一定差异，公司通过对居间商采取差异化的激励措施积极获取订单，扩大销售规模。

（五）销售费用中其他的性质及变动的原因；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行了补充披露：

报告期内，发行人销售费用中其他的主要构成如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

折旧费	54.30	94.58	122.20	122.35
修理费	9.74	5.67	11.30	20.45
租赁费	41.61	114.18	125.88	154.52
物业管理费	14.71	18.06	16.04	20.95
机物料消耗	3.27	15.30	15.44	24.60
车辆费用	15.81	67.12	105.76	65.26
销售奖励	10.62	0.00	0.25	209.43
中介服务费	17.11	8.39	14.28	13.71
市场开发费	33.46	67.03	35.32	44.75
办公费	15.07	50.52	53.99	60.81
会务费	8.89	51.25	-50.02	91.59
电费	16.22	45.58	49.28	54.00
分公司费用	-	-	-	55.87
其他零星支出	8.19	24.48	17.54	89.23
合计	248.98	562.15	517.26	1027.54

2018 年，销售费用中的其他费用降幅较为明显，对其影响较大的费用为租赁费、促销奖励、会务费和分公司费用。2018 年，公司分支机构购买办公用房，导致租赁费逐年下降；公司改变销售激励政策，2018 年开始不再支付销售奖励，2020 年对以前年度尚未结清的销售奖励予以结清；2018 年度会务费为-50.02 万元，主要系根据 2017 年度营销恳谈会预算明细汇总，2017 年计提恳谈会相关费用 107 万元，2018 年将实际发生的费用确认在差旅费、福利费、业务招待费等科目中，冲回原计提在会务费中的恳谈会相关费用；2018 年开始公司将分公司费用根据性质内容在销售费用相关具体项目中核算。

（六）结合主要管理费用构成占营业收入比例与同行业可比公司的对比情况，补充披露发行人管理费用率高于同行业可比公司的原因及合理性；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、管理费用”中进行了补充披露：

报告期内，公司主要的管理费用项目及占营业收入比例如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	660.67	3.60	1,709.68	3.39	1,841.66	4.04	2,408.96	4.13
折旧费与摊销	463.37	2.53	979.04	1.94	1,002.41	2.20	985.12	1.69
办公费	31.20	0.17	108.80	0.22	126.03	0.28	163.68	0.28
中介机构费用	44.19	0.24	194.48	0.39	145.26	0.32	132.06	0.23
合计	1,199.44	6.54	2,992.00	5.93	3,115.36	6.83	3,689.82	6.33

报告期内，公司管理费用主要由职工薪酬、折旧费、摊销费、办公费及中介机构费用构成，公司的职工薪酬、折旧及摊销占营业收入的比例高于行业同期水平。

管理费用中的职工薪酬支出与营业收入的比例和同行业可比公司对比分析如下：

单位：万元，%

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
康力电梯	3,621.03	2.05	6,968.49	1.90	6,511.46	2.11	6,171.50	1.88
快意电梯	995.06	2.67	2,181.08	2.65	1,925.79	2.20	1,688.76	2.25
梅轮电梯	762.97	2.44	1,616.83	2.19	1,705.02	2.31	1,704.96	2.33
通用电梯	-	-	696.82	1.53	642.62	1.34	633.74	1.63
平均值	1,793.02	2.39	2,865.81	2.02	2,696.22	2.08	2,549.74	1.98
本公司	660.67	3.60	1,709.68	3.39	1,841.66	4.04	2,408.96	4.13

对比同行业，公司管理费用中职工薪酬占营业收入的比例较高，主要由于管理人员人均薪酬较高，具体如下：

单位：万元，%

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	人数	人均工资	人数	人均工资	人数	人均工资
康力电梯	622	11.21	629	10.36	699	8.83
梅轮电梯	98	16.58	102	16.80	119	14.33
本公司	102	16.76	114	16.15	126	19.12

注：1、平均薪酬=薪酬总额/平均人数；
2、同行业上市公司平均人数=（期初人数+期末人数）/2；
发行人平均人数=（期初人数+期末人数）/2；
发行人平均薪酬=发行人管理人员薪酬总额/平均人数；

3、同行业上市公司中，快意电梯因各年度报告中所披露的人员划分口径发生调整，数据波动较大，通用电梯管理人员人数未披露，康力电梯及梅轮电梯 2020 年半年度数据未披露；

报告期内，公司将除生产厂房及机器设备外的固定资产折旧主要计入管理费用核算，因此管理费用中的折旧与摊销支出占主营业务收入的比例高于同行业可比公司，具体如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
康力电梯	1,631.75	0.92	2,972.09	0.81	3,627.83	1.17	3,124.88	0.95
快意电梯	262.82	0.71	376.08	0.46	375.57	0.43	402.73	0.54
梅轮电梯	693.90	2.22	1,150.77	1.56	1,027.71	1.39	536.30	0.73
通用电梯	-	-	205.69	0.45	228.53	0.48	206.26	0.53
平均值	862.82	1.06	1,176.16	0.83	1,314.91	1.01	1,067.54	0.83
本公司	463.37	2.53	979.04	1.94	1,002.41	2.20	985.12	1.69

（七）招股说明书披露，2017 年发行人确认股份支付费用 81 万元。请发行人补充披露股份支付费用的确认依据和计算过程、股份支付费用分摊的依据以及股份支付事项的会计处理，披露相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“1、管理费用”中进行了补充披露：

2017 年 8 月，发行人的员工持股平台迈森投资发生内部股权份额转让，由发行人实际控制人李东流将其持股平台出资份额 90 万元转让给王婉君、焦杰、孙辉三名发行人员工（持股平台每单位出资额对应发行人股份 1 股）。公司确认的股份支付金额为 81.00 万元，具体情形如下：

序号	受让方	转让金额（万元）	转让数量（万股）	转让单价（元/股）	公允价值（元/股）	转让差价（元/股）	股份支付金额（万元）
1	焦杰	120	60	2	2.90	0.90	54.00
2	王婉君	40	20	2	2.90	0.90	18.00

序号	受让方	转让金额（万元）	转让数量（万股）	转让单价（元/股）	公允价值（元/股）	转让差价（元/股）	股份支付金额（万元）
3	孙辉	20	10	2	2.90	0.90	9.00
合计							81.00

报告期内，发行人以权益结算的股份支付情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
授予日权益工具公允价值的确定方法	无此情况	无此情况	市场乘数法
对可行权权益工具数量的最佳估计的确定方法	无此情况	无此情况	按职工受让股数
本期估计与上期估计有重大差异的原因	无此情况	无此情况	无此情况
以权益结算的股份支付计入资本公积的累计金额	无此情况	无此情况	81 万元
本期以权益结算的股份支付确认的费用总额	无此情况	无此情况	81 万元

公司在报告期内的股份支付行为，具有相对明确的上市预期，且公司没有引入外部投资者，因此不采用净资产估值法、外部投资者估值法和现金流折现法等估值方法，拟采用同行业可比公司二级市场股票价格的相对估值方法，计算确定相关权益工具的公允价值。

公司招股说明书中引用的同行业可比公司为康力电梯、快意电梯、梅轮电梯和通用电梯。公司股份支付行为发生时点为 2017 年 8 月，其时通用电梯和梅轮电梯未上市，快意电梯于 2017 年 3 月上市，次新股股价波动较大，缺乏参考性。因此选取同行业可比公司康力电梯、江南嘉捷和上海机电的 2017 年 6 月份的股价市净率作为估值基础，计算平均市净率为 2.31 倍。

同行业可比公司	股票交易总额（元）	股票交易总量（股）	股票交易均价（元）	每股净资产（元/股）	市净率（倍）
康力电梯	988,392,365.96	86,317,480	11.45	4.37	2.62
江南嘉捷	137,520,710.00	16,087,935	8.55	4.26	2.01
上海机电	1,755,403,357.00	85,121,675	20.62	9.01	2.29
平均市净率					2.31

注：360 借壳江南嘉捷，此处取其 2017 年 6 月 9 日停牌价。

公司未上市,按75%的流动性折扣计算得到公司的估值市净率约为1.73倍，以公司 2016 年末每股净资产 1.6739 元，计算出公司每股公允价值为 2.90 元/股，股份支付授予价格为 2 元/股，股份支付差价为 0.90 元/股，确认股份支

付的费用为81.00万元。

可比公司平均市净率（A）	2.31倍
流动性折扣（B）	75%
森赫电梯市净率（C=A*B）	1.73倍
2016年末每股净资产（D）	1.6739元/股
每股公允价值（E=C*D）	2.90元/股
股份转让价格（F）	2.00元/股
股份支付价格（G=F-E）	0.90元/股
转让股权数量（H）	90万股
确认股份支付费用（I=G*H）	81.00万元

公司将确认的81万元股权支付费用于2017年计入管理费用和资本公积，无后续分摊。该股份支付属于授予后即可行权换取职工服务，以权益结算的股份支付按公允价值计入相关费用和增加资本公积，符合《企业会计准则》的规定。

（八）研发费用中直接投入的构成、主要用途，相关直接材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况；

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“3、研发费用”中进行了补充披露：

公司研发费用中直接投入的构成主要为钢材、配套件、辅助材料和电子元件等，主要用途为样品/样机试制。其中直接投入的材料2017年、2018年、2019年和2020年1-6月金额分别为960.28万元、875.62万元、767.41万元和192.54万元。

单位：万元

材料种类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
钢材	156.19	549.20	328.19	246.87
配套件	23.37	26.36	40.45	144.19
辅助材料	7.67	65.24	71.54	101.50
电气元件	5.00	86.40	186.68	229.61
其他	0.31	40.20	248.77	238.10

合计	192.54	767.41	875.62	960.28

（1）研发项目情况

报告期内公司立项 62 个研发项目，项目取得成果如下：

单位：万元

研发项目	研发费用	直接投入材料	项目开展时间	项目成果
2016-RD01 曳引式钢带驱动悬挂式无机房乘客电梯的研发	70.81	20.96	2016.01-2017.06	检测报告 SCL-17042001
2016-RD03SRH-8m/s 高速电梯的研发	275.33	117.22	2016.01-2017.12	型式试验报告 ETC173110039
2016-RD04 森赫电梯物联网系统的研发	119.12	50.96	2016.01-2017.12	检测报告 SCL-17121201
2017-RD01 森赫防火电梯层门的研制	108.39	47.28	2017.01-2017.12	委托报告/检测报告 WT NET 19-277/SCL-17121301
2017-RD023000kg 无机房载货电梯的研发	144.32	51.55	2017.01-2018.06	型式试验报告 2018AF1144
2017-RD032000kg4m/s 单绕高速乘客电梯的研发	331.92	165.73	2017.01-2018.12	检测报告 SCL-18122104
2017-RD04 分体式无机房电梯控制柜的研制	66.28	32.51	2017.01-2017.12	检测报告 SCL-17090503
2017-RD05 用于旧楼加装的模块化乘客电梯的研发	154.86	84.05	2017.02-2017.12	型式试验报告 2018AF0385
2017-RD06 紧凑型无对重家用电梯的研发	153.66	69.48	2017.02-2018.06	检测报告 SCL-17122606
2017-RD07 伴随自动扶梯的手推车通道的研发	193.77	99.98	2017.03-2018.06	检测报告 SCL-1805015
2017-RD083m/s 小机房高速消防员电梯的研发	145.15	67.42	2017.01-2017.12	检测报告 SCL-17111501
2018-RD01 基于物联网云技术智能电梯远程监控系统的研发与应用	355.26	97.99	2018.01-2020.12	进展中
2018-RD021.5m/s 大吨位无机房货梯的研发	183.57	76.38	2018.01-2018.12	检测报告 SCL-18122205
2018-RD03 浅底坑安全智能型高速电梯的研发	287.91	127.91	2018.01-2019.12	检测报告 SCL-19091803

研发项目	研发费用	直接投入材料	项目开展时间	项目成果
2018-RD04 舒适型浅底坑家用电梯的研发	171.97	80.09	2018.01-2018.12	检测报告 SCL-18122003
2018-RD05 重载安全型病床电梯的研发	302.42	112.78	2018.02-2019.12	型式试验报告+证书 2019AF0255+TSX 311003820190020
2018-RD06 具有二次保护的电梯门系统的研制	124.86	50.25	2018.02-2018.12	检测报告 SCL-18111701
2018-RD07SRH 内转子曳引机的研发	139.87	71.08	2018.02-2018.12	检测报告 SCL-18111501
2018-RD08 片状式安装结构的电梯钢结构井架	108.22	59.56	2018.02-2018.12	检测报告 SCL-18121802
2019-RD016000kg 曳引式载货电梯的研发	257.27	125.62	2019.01-2021.12	进展中
2019-RD02 舒适型浅底坑曳引钢带驱动家用电梯的研发	227.38	98.66	2019.01-2020.12	进展中
2019-RD03 高速全户外大提升景观电梯的研发	240.99	112.40	2019.01-2020.12	进展中
2019-RD04 智能楼宇控制三开门曳引式乘客电梯的研发	269.33	124.77	2019.01-2020.12	进展中
2019-RD05 高适应性电梯限速张紧装置的研制	72.96	31.61	2019.01-2019.12	检测报告 SCL-19101202
2019-RD06 高强度便捷安装电梯轿顶护栏的研制	66.09	24.65	2019.01-2019.12	检测报告 SCL-19101603
2019-RD07 电梯重型轿厢结构的研制	63.94	26.05	2019.01-2019.12	检测报告 SCL-19111605
2019-RD08 一体化电梯门板结构的研制	64.86	29.39	2019.01-2019.12	型式试验报告 ETC19B330132
2019-RD09 家装风格家用电梯控制柜的研制	53.82	19.42	2019.01-2019.12	检测报告 SCL-19122003
2020-RD01 平层自适应双轿厢的超高速乘客电梯的研发	57.64	25.82	2020.02~2022.12	进展中
2020-RD02 一种替代限速器速度监测的电梯控制装置的研制	34.12	6.02	2020.02-2022.12	进展中
2020-RD03GRFS10B,5T 永磁同步曳引式载货电梯的研发	56.68	21.54	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD04500 万次可靠制停系统的研制	39.59	6.88	2020.01-2020.12	进展中

研发项目	研发费用	直接投入材料	项目开展时间	项目成果
2020-RD05 一种无接触式的电梯人机交互系统的研制	33.54	4.98	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD06 一种环保材料的防水包装箱的研制	27.67	6.44	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD07 一种可定制化的无边框匀光吊顶的研制	30.94	5.20	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD08 一种可在轿内安装的轿壁联接方式的研制	22.98	4.85	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD09 一种新型轿壁连接结构的研制	20.75	5.85	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD10 森赫门保护装置（光幕）的研制	17.10	3.05	2020.01-2020.12	进展中
2020-RD11 基于后市场服务的智慧电梯的研发和产业化	9.17	3.73	2020.06-2022.12	进展中
2020-RD1210m/s 智能安全型超高速电梯关键技术的研究开发	9.26	1.92	2020.06-2022.12	进展中
2020-RD13 自动扶梯与自动人行道驱动与检测技术研究	8.66	1.83	2020.06-2022.12	进展中
2016RD06(LH-01 通用型小机房乘客电梯的研制)	78.84	31.53	2016.09-2017.07	一种小机房乘客电梯，专利 ZL201410647458.6
2017RD01（LH-02 高集成曳引式节能型小机房乘客电梯）	180.63	73.80	2017.01-2018.07	合格证书编号：TSX3110038201710 83
2017RD02(电梯专用视频传输系统的研制)	47.75	20.42	2017.03-2017.12	电梯专用视频传输装置，专利 ZL201721870376.3
2017RD03(电梯远程调试系统的研制)	46.77	19.61	2017.03-2017.12	电梯远程调试系统，专利 ZL201721871048.5
2017RD04(带横显示装置的电梯大门套的研制)	34.11	13.90	2017.03-2017.12	带横显示装置的电梯大门套，专利 ZL201721674848.8
2017RD05(电梯补偿链导向装置的研制)	35.57	15.12	2017.03-2017.12	电梯补偿链导向装置，专利 ZL201721674943.8
2017RD06(电梯贯通轿厢托架的研制)	30.53	12.25	2017.03-2017.11	电梯轿厢贯通托架，专利 ZL201721674743.2
2018RD01(高稳定性低成本 4:1-3000kg 载货	164.96	30.31	2018.01-2019.06	平稳运行的 4 比 1 无机房货梯,专利

研发项目	研发费用	直接投入材料	项目开展时间	项目成果
电梯的研发）				ZL201821664612.0
2018RD02（电梯钢丝绳头防松动检测系统及装置的研制）	31.62	10.07	2018.01-2018.12	电梯钢丝绳防松装置，专利 ZL201821664816.4
2018RD03（电梯消防备选逃生系统及装置的研制）	21.90	4.15	2018.03-2018.12	公司内部验收证书编号：联合电梯验字（2018）03 号
2018RD04（折叠式电梯安全窗的研制）	25.58	3.49	2018.03-2018.12	电梯轿顶折叠式安全窗口，专利 ZL201821664636.6
2018RD05（新颖无机房电梯双轿顶轮的研制）	31.36	3.76	2018.03-2018.12	无机房电梯双轿顶轮装置，专利 ZL201821664819.8
2018RD06（防止电梯轿厢意外移动的机构的研制）	28.21	3.10	2018.03-2018.12	防止电梯轿厢意外移动的机构，专利 ZL201821664611.6
2019RD01（直角贯通曳引乘客电梯的研发）	129.42	34.18	2019.01-2020.12	直角贯通型曳引电梯，专利 ZL201921772272.8
2019RD02（超薄型一体式电梯轿顶的研制）	44.34	13.57	2019.01-2019.12	超薄型一体式电梯轿顶，专利 ZL201921664096.6
2019RD03（折叠式电梯轿顶护栏的研制）	37.95	8.24	2019.01-2019.12	一种伸缩式电梯轿顶护栏，专利 L201921663627.X
2019RD04（新型万向电梯轿顶轮的研制）	48.42	10.84	2019.01-2019.12	新型万向电梯轿顶轮，专利 ZL201921773518.3
2019RD05（新型电梯底坑护栏的研制）	27.46	8.02	2019.01-2019.12	新型电梯底坑防护栏，专利 ZL201921664025.6
2020RD01（3200KG 曳引式小机房 4 比 1 载货电梯）	26.05	7.37	2020.01-2020.12	进展中
2020RD02（一体式轿架的研发）	13.57	3.62	2020.01-2020.12	进展中
2020RD03（一种新型钢丝绳防松装置的研发）	10.22	2.17	2020.01-2020.12	进展中

（2）研发产出情况、损耗及废料处理情况

发行人研发试制后对有使用价值的材料及配件半成品办理退库手续，同时冲减研发支出领用，待生产车间按生产所需领用计入生产成本，对无使用价值的材料及配件半成品由仓库按残值予以出售。

发行人研发材料退库情况如下：

单位：万元

材料种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
钢材	42.71	98.20	114.39	54.09
包装物	2.88	1.57	2.21	0.58
零部件	8.21	2.87	20.94	8.99
电气元件	1.20	2.90	1.88	4.34
辅助材料	3.89	12.42	4.80	3.70
扶梯部件	2.96	0.06	0.74	0.23
自制半成品	0.38	-	0.10	-
配套件	0.27	5.31	0.86	0.01
低值易耗品	0.58	0.16	-	0.10
合 计	63.09	123.49	145.93	72.04

（九）汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性，发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性。

以下内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、盈利能力分析”之“（六）期间费用分析”之“4、财务费用”之“（2）汇兑损益”中进行了补充披露：

A.汇兑损益的计算过程

报告期内，公司的汇兑损益包括：外币交易过程中结汇产生的已实现汇兑损益，报告期末持有以外币计价的资产负债因汇率变动产生的未实现汇兑损益。发生外币计价交易时，按照月初汇率记账；报告期末将所有的外币账户的期末原记账本位币金额按当日公布的市场汇率中间价计算的金额作为该外币账户的记账本位币余额，该余额与外币账户原记账本位币之间的差额作为汇兑损益。

B.相关货币对人民币汇率变动趋势与公司外销收入、汇兑损益之间的匹配性

公司报告期内外销收入及汇兑损益情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
汇兑损益	126.29	143.63	540.66	-10.60
外销收入	4,424.32	9,855.10	11,751.32	13,231.71

占比	2.85	1.46	4.60	-0.08

报告期内，公司外销收入较高，取得了较多的外汇资产，其中以美元资产为主。公司汇兑损益受到外销收入金额、发生时点、收款账期、结汇时点和汇率变动等多种因素的影响，相关货币对人民币汇率变动趋势与公司外销收入、汇兑损益之间无严格的匹配关系。

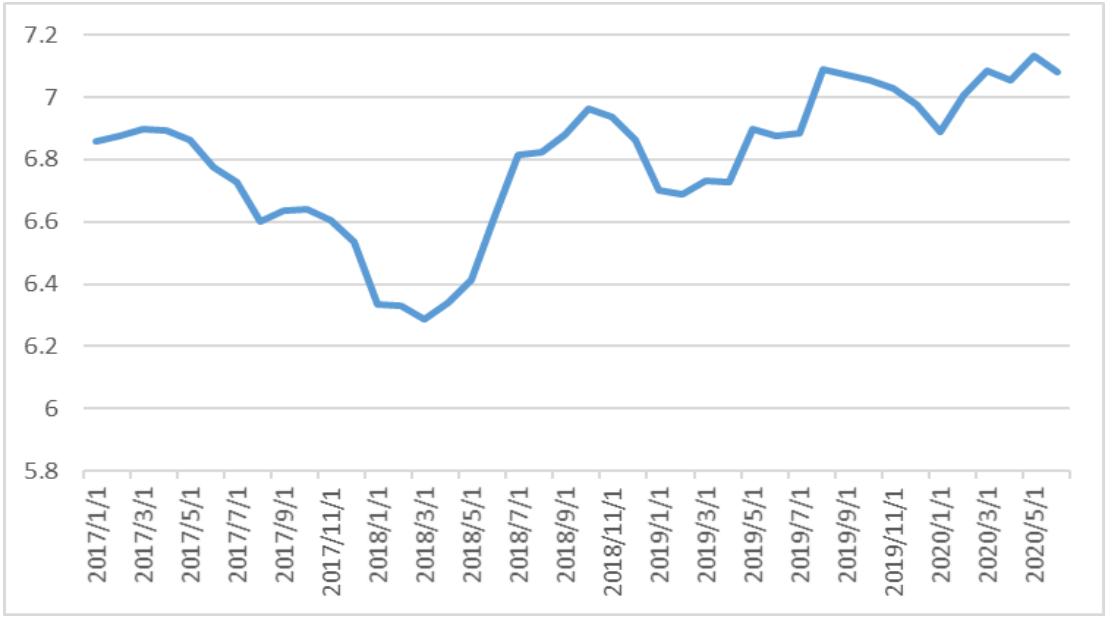
汇兑损益波动主要受外币货币性项目结存情况、人民币对美元、欧元汇率变化影响。2018 年以来，人民币对美元汇率整体呈上升趋势，因此公司 2018 年度至 2020 年 1-6 月，均取得了一定的汇兑收益。

报告期内，公司外币货币性项目结存如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
货币资金：				
美元原币金额	385.00	530.32	707.95	547.45
欧元原币金额	131.83	133.32	159.76	42.72
应收账款：				
美元原币金额	56.51	85.65	126.64	118.95
欧元原币金额	2.77	-	-	-

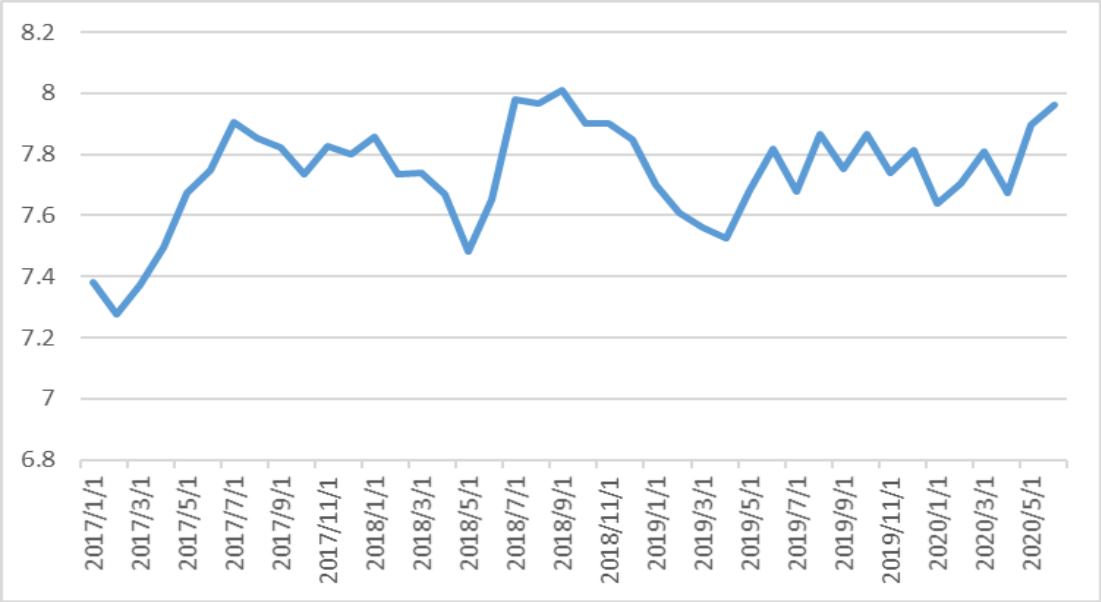
报告期内，人民币对美元汇率情况如下：



报告期内人民币对美元汇率整体呈上升趋势，其中 2018 年度增幅较大，2019

年度、2020 年上半年呈波动上升趋势。

报告期内，人民币对欧元汇率情况如下：



报告期内人民币对欧元汇率总体相对稳定，其中 2017 年上半年上升较快，且增幅较大。

2017 年度，公司汇总损益为-10.60 万元，原因主要系 2017 年度人民币对美元汇率下降较快且幅度较大，公司采取实时结汇策略，避免出现过多的汇兑损失。

2018 年度，公司汇兑收益占当期外销收入比例较高，且较上年度增长 551.26 万元，增幅为 5,200.57%，原因主要系 2018 年度人民币对美元汇率上升较快且幅度较大，公司采取延时结汇策略，进而获得了较多的汇兑收益。

2019 年度，公司汇兑收益较上年度减少 397.03 万元，降幅为 73.43%，原因主要系人民币对美元汇率趋稳，平均汇率上升幅度低于 2018 年度。

2020 年上半年，特别是 4 月份以来，由于人民币对美元汇率保持波动上升的状态，公司视汇率变化情况及时予以结汇，因此实现了 126.29 万元汇兑收益。

C. 外汇波动风险的具体措施及有效性

公司相关人员积极关注外汇市场变动情况以及贸易政策和外汇政策的影响，根据公司境外业务规模，适度调整外币资产规模；并采取适当控制结汇时间、

规模等灵活的应对措施，积极应对汇率波动风险。除 2017 年下半年，受人民币对美元汇率下降影响，导致汇兑损失外，报告期其他年度均产生了一定的汇兑收益，公司应对汇率波动风险措施有效。

（十）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）访谈发行人财务部门负责人、销售部门负责人以及人事部门负责人，了解发行人销售模式、销售区域、销售政策、业务员薪酬政策、销售部门的主要职责、公司境内外客户分布情况等。

（2）了解与销售费用、资金支付相关的内部控制流程，评价内部控制设计是否合理，测试与销售费用相关内部控制的运行有效性；访谈销售、财务等相关部门负责人，了解报告期内公司销售费用主要项目的变动情况。

（3）获取销售费用明细构成，分析各明细项目变动趋势、是否存在异常或变动幅度较大的情况，分析其合理性。

（4）获取销售费用明细表、检查相关凭证，核对相关发票、合同等原始凭证，并在各期末对销售费用实施截止测试程序，测试销售费用的发生、准确性和完整性，对销售费用各明细项目进行年度对比分析。

（5）针对运输费用，取得报告期内发行人主要运输公司的运输合同、运费结算清单、运输费用统计表、产品发货数量统计数据、海关出口数据等，对比分析运费与发货量是否匹配。

（6）获取管理费用的明细表、检查相关凭证，核对相关发票和合同，并在各期末管理费用实施截止测试程序，测试管理费用的完整性；分析公司管理费用构成，检查是否存在异常或变动幅度较大情况，分析其合理性。

（7）获取研发费用的明细表、检查原始凭证，核对领料记录、相关发票和采购合同，确认研发费用的真实准确，并在各期末针对费用科目实施截止测试程序，测试费用的完整性。

（8）查阅同行业可比上市公司年度报告，比较可比公司销售费用、管理费用构成等，了解其变动原因，分析发行人销售费用、管理费用变动情况是否与同

行业上市公司的变动趋势相符；

（9）取得并查阅发行人的工商档案、公司章程等历史沿革相关资料，以及历次增资、股权转让等相关资料并重新计算股份支付费用；

（10）获取报告期各月外管局汇率中间价，判断汇率波动趋势是否与记账汇兑损益趋势相符。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人平均销售人员、管理人员、研发人员薪酬均略高于同行业平均水平，呈现逐年上升的情况；

（2）发行人各期运输费金额占收入比重较小，运输费占比变动主要受销售合同是否约定由公司承担运输费用以及运输距离的影响；

（3）发行人按权责发生制于收入确认时计提服务费，服务费占主营业务收入比重处于同行业中间水平；

（4）销售费用-其他费用波动情况合理；

（5）发行人管理费用中工资、折旧构成占营业收入比高于同行业平均水平，费用分类合理；

（6）发行人股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，发行人报告期内股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》等相关规定；

（7）发行人研发领料会计处理正确，未见明显异常；

（8）发行人报告期内汇兑损益情况与汇率波动趋势基本相符，汇兑损益计算过程准确。

问题 25.关于应收账款

招股说明书披露，报告期各期末，发行人应收账款余额分别为 23,987.75 万元、18,094.64 万元和 17,796.96 万元，占当期营业收入的比例分别为 41.14%、39.68%和 35.25%。

请发行人补充披露以下事项：

（1）按照直销和经销、内销和外销分类，分别披露报告期各期末应收账款前五名客户的情况；

（2）结合收入的结构变动和信用政策等，补充披露报告期内发行人应收账款余额占营业收入的比例逐年下降的原因及合理性；

（3）报告期各期末应收账款账面余额占当期第四季度主营业务收入比例情况；

（4）招股说明书披露，报告期各期末发行人 1 年以内的应收账款占比分别为 51.63%、47.56%、52.26%。请发行人补充披露 1 年以内的应收账款占比较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；补充披露 2018 年末 1 年以内应收账款占比同比下降的原因及合理性；

（5）报告期内核销坏账的情况，核销的应收账款对象、金额、账龄以及核销的原因和合理性；

（6）报告期各期末应收账款的期后回款情况，与同行业可比公司是否一致。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等。

问题 25 的回复

（一）按照直销和经销、内销和外销分类，分别披露报告期各期末应收账款前五名客户的情况；报告期各期末应收账款前五名客户情况：

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行

了补充披露：

a、按直销分类，各期末应收账款余额前五名客户分别为：

单位：万元

年份	名称	金额
2020 年 6 月末	蒙城县龙佳置业有限公司	618.12
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	583.32
	中国人民解放军成都军区总医院	465.30
	山东如意毛纺集团有限责任公司	412.00
	惠东县卫生健康局	391.50
	合计	2,470.24
2019 年末	天津京铁房地产开发有限公司	1,032.17
	蒙城县龙佳置业有限公司	618.12
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	613.32
	山东如意毛纺集团有限责任公司	412.00
	河南省顺泰达置业有限公司	410.41
	合计	3,086.02
2018 年末	蒙城县龙佳置业有限公司	649.24
	山东如意毛纺集团有限责任公司	612.00
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	492.12
	聊城经开置业有限公司	468.90
	绵阳新兴投资控股有限公司	369.95
	合计	2,592.21
2017 年末	新疆绅森地产开发有限公司	846.77
	邓州市住房制度改革委员会办公室	725.40
	蒙城县龙佳置业有限公司	649.24
	山东如意毛纺集团有限责任公司	612.00
	兰州海鸿房地产有限公司	551.99
	合计	3,385.40

注：为保持数据可比性，2020 年 1-6 月前五名客户根据应收账款和合同资产合并计算。

b、按经销分类，各期末应收账款余额前五名客户分别为：

单位：万元

年份	名称	金额
2020 年 6 月	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75

末	呼和浩特市德莱电梯设备有限责任公司	408.35
	黑龙江省嘉呈机电设备安装工程有限公司	398.24
	安徽森赫电梯设备有限公司	311.48
	河北森赫电梯有限公司	289.75
	合计	1,946.57
2019 年末	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75
	呼和浩特市德莱电梯设备有限责任公司	408.35
	河北森赫电梯有限公司	389.75
	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	381.37
	安徽森赫电梯设备有限公司	311.96
	合计	2,030.18
2018 年末	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75
	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	483.72
	呼和浩特市德莱电梯设备有限责任公司	409.95
	河北森赫电梯有限公司	383.21
	安徽森赫电梯设备有限公司	235.46
	合计	2,051.09
2017 年末	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	776.83
	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	577.46
	呼和浩特市德莱电梯设备有限责任公司	570.75
	湖南莱茵森赫电梯有限公司	551.61
	安徽森赫电梯设备有限公司	517.06
	合计	2,993.71

注：为保持数据可比性，2020 年 1-6 月前五名客户根据应收账款和合同资产合并计算。

c、按内销分类，各期末应收账款余额前五名客户分别为：

单位：万元

年份	名称	金额
2020 年 6 月末	蒙城县龙佳置业有限公司	618.12
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	583.32
	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75
	中国人民解放军成都军区总医院	465.30
	山东如意毛纺集团有限责任公司	412.00
	合计	2617.49

2019 年末	天津京铁房地产开发有限公司	1,032.17
	蒙城县龙佳置业有限公司	618.12
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	613.32
	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75
	山东如意毛纺集团有限责任公司	412.00
	合计	3,214.36
2018 年末	蒙城县龙佳置业有限公司	649.24
	山东如意毛纺集团有限责任公司	612.00
	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75
	台江县扶贫开发投资有限责任公司	492.12
	聊城经开置业有限公司	468.90
	合计	2,761.01
2017 年末	新疆绅森地产开发有限公司	846.77
	邓州市住房制度改革委员会办公室	725.40
	蒙城县龙佳置业有限公司	649.24
	山东如意毛纺集团有限责任公司	612.00
	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	577.46
	合计	3,410.87

注:为保持数据可比性,2020 年 1-6 月前五名客户根据应收账款和合同资产合并计算。

d、按外销分类，各期末应收账款余额前五名客户分别为：

单位：万元

年份	名称	金额（万元）
2020 年 6 月末	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	264.09
	Ingenierία Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	196.52
	Main Development Azar. Tor. Shir.（阿塞拜疆美恩开发公司）	56.73
	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	30.37
	IP “Metron Astana Zhanabekov M.M.”（哈萨克斯坦阿斯塔纳美呈公司）	26.61
	合计	574.32
2019 年末	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	381.37
	Ingenierία Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	152.38
	MEKURIA NIGUSSIE（埃塞俄比亚马库里奥公司）	65.16

	Main Development Azar. Tor. Shir.（阿塞拜疆美恩开发公司）	55.97
	NEVA PHOENIX LLC（俄罗斯尼瓦凤凰公司）	32.62
	合计	687.50
2018 年末	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	483.72
	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V.（墨西哥埃蒂姆工程公司）	152.38
	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	125.48
	Elevadores Enterprise S.A. de C.V. （墨西哥恩特普锐斯公司）	109.98
	BEHRAN ASANBAR CO（伊朗贝兰阿桑巴公司）	27.14
	合计	898.70
2017 年末	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	776.83
	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	113.63
	BEHRAN ASANBAR CO（伊朗贝兰阿桑巴公司）	32.70
	Easy Tech Lifts & Engineering Ltd.（孟加拉国易科电梯公司）	24.64
	ASIAN LIFT BANGLADESH（孟加拉国亚洲电梯公司）	22.87
	合计	970.67

注:为保持数据可比性,2020 年 1-6 月前五名客户根据应收账款和合同资产合并计算。

（二）结合收入的结构变动和信用政策等，补充披露报告期内发行人应收账款余额占营业收入的比例逐年下降的原因及合理性；

2017 年、2018 年和 2019 年，发行人应收账款余额占当年营业收入的比例分别为 41.14%、39.68%和 35.25%，有所下降，原因主要为经销收入占比上升，经销业务相比直销业务回款情况较好，导致该比例有所降低。

报告期内，发行人经销业务和直销业务构成情况如下：

单位：万元，%

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直销收入	6,750.30	37.30	20,141.43	40.51	20,622.90	45.67	31,720.66	54.64
经销收入	11,348.18	62.70	29,583.88	59.49	24,535.90	54.33	26,330.25	45.36
合计	**18,098.48**	**100.00**	**49,725.31**	**100.00**	**45,158.81**	**100.00**	**58,050.91**	**100.00**

此外，对于回款困难，债务人不合作的应收账款，公司采取了法律诉讼的手

段，及时通过法律途径，催讨相应的应收账款，促进应收账款回收。对于部分欠款时间长、无力偿还的债务，公司与欠款人协商后，采用以房抵债的方式，消化回收了部分应收账款。对于部分预期无法回收的应收账款，发行人进行了坏账核销处理，导致应收账款余额降低。

报告期内，公司信用政策没有变化，为应对国家加强对房地产行业宏观调控的形势，公司主动加强客户信用资质和回款管理，对于部分坏账风险较高的客户，采取加强预收款项和缩减业务规模的措施，使得公司客户质量提升，应收账款回款质量提升。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行了补充披露：

2017 年、2018 年和 2019 年，发行人应收账款余额占当年营业收入的比例有所下降，原因主要为经销收入占比上升，经销业务相比直销业务回款情况较好，导致该比例有所降低。

此外，对于回款困难，债务人不合作的应收账款，公司采取了法律诉讼的手段，及时通过法律途径催讨，促进应收账款回收。对于部分欠款时间长、无力偿还的债务，公司与欠款人协商后，采用以房抵债的方式，消化回收了部分应收账款。对于部分预期无法回收的应收账款，发行人进行了坏账核销处理，导致应收账款余额降低。

报告期内，发行人信用政策没有变化，为应对国家加强对房地产行业宏观调控的形势，公司主动加强客户信用资质和回款管理，对于部分坏账风险较高的客户，采取加强预收款项和缩减业务规模的措施，使得公司客户质量提升，应收账款回款质量提升。

（三）报告期各期末应收账款账面余额占当期第四季度主营业务收入比例情况；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行了补充披露：

G、应收账款账面余额占当期第四季度主营业务收入比例情况

报告期内，各期末应收账款账面余额占当期第四季度主营业务收入比例情况如下：

单位：万元，%

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款余额	17,796.96	18,094.64	23,987.75
当期第四季度营业收入	15,738.67	16,003.56	18,065.28
占比	113.08	113.07	132.78

如上所示，发行人期末应收账款余额逐年降低，占四季度主营业务收入的比例整体呈下降趋势，不存在通过放松信用政策，导致第四季度营业收入和期末应收账款余额大量增加的异常情况。

（四）招股说明书披露，报告期各期末发行人 1 年以内的应收账款占比分别为 51.63%、47.56%、52.26%。请发行人补充披露 1 年以内的应收账款占比较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；补充披露 2018 年末 1 年以内应收账款占比同比下降的原因及合理性；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行了补充披露：

公司与同行业可比公司的 1 年以内的应收账款占比构成情况如下：

单位：万元，%

公司	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
康力电梯	57,076.36	55.25	58,380.12	60.50	63,670.82	67.53
快意电梯	14,816.62	61.13	20,174.93	78.08	11,923.88	70.76
梅轮电梯	10,955.62	41.98	14,353.86	44.70	19,013.98	62.74
通用电梯	15,466.93	60.94	15,506.62	67.92	11,753.13	64.87
平均值	-	54.82	-	62.80	-	66.48
本公司	8,977.55	52.26	8,251.35	47.56	11,894.19	51.63

注：上表为按账龄组合的应收账款账龄占比，不包含单项计提坏账准备组合的应收账款。

与同行业可比公司相比，公司 1 年以内的应收账款占比低于同行业平均水平，但差距逐步缩小；原因主要为发行人在品牌影响力、营销网络等方面与同行业上市公司存在一定差距，公司以二三线城市为重要目标市场，客户多为中小型房地产开发企业和企事业单位，受房地产宏观调控政策影响，部分客户出现资金链紧张情形，导致部分应收账款回款较慢、账龄较长。

报告期内，公司加强客户信用和预收款管理，并采取日常催收、诉讼追讨、以房抵债、坏账核销等方式，提升回款情况和应收账款质量。2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，短账龄（2 年以内）应收账款占比分别为 66.06%、70.10%、73.90%和 63.76%。

2018 年，针对房地产行业宏观调控政策，公司主动调整销售策略，加强客户信用和回款管理，对于部分坏账风险较高客户，采取加强预收款或减少业务规模的措施。公司当年营业收入有所下降，但现金流回款质量提升，年末应收账款余额和当年新增 1 年以内应收账款规模均明显降低，导致 1 年以内的应收账款占比下降。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，公司“销售商品、提供劳务收到的现金”的金额分别为 58,035.76 万元、50,142.45 万元、51,286.29 万元和 25,077.21 万元，占营业收入的比重分别为 99.54%、109.96%、101.59%和 136.69%，公司各期收款状况良好。

（五）报告期内核销坏账的情况，核销的应收账款对象、金额、账龄以及核销的原因和合理性；

1、坏账核销总体概况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行了补充披露：

H、应收账款坏账核销情况

2020 年上半年，公司没有进行坏账核销。2017 年、2018 年和 2019 年，公司核销坏账总计 1,264.52 万元，原因主要为：①经法院判决但无财产可供执行，

形成事实坏账损失；②长账龄款项（通常 5 年以上）多次催讨无果，收回可能性小。公司各期坏账核销的金额和核销对象数量如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度		合计
	金额	数量	金额	数量	金额	数量	
无执行财产	228.46	4	365.25	5	78.34	6	672.05
长账龄款项	276.83	24	217.57	28	98.07	20	592.47
合计	505.29	28	582.82	33	176.41	26	1,264.52

2、坏账核销具体情况

（1）经法院判决但无财产可供执行而核销的坏账

①2017 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
繁昌县嘉年华房地产有限公司	5 年以上	50.36
延边金星房地产开发有限公司	5 年以上	15.96
嘉兴欧蒙服饰有限公司	5 年以上	1.37
无锡市金桥联华包装彩印厂	5 年以上	3.60
陕西兴盛房产开发有限公司	5 年以上	4.60
浙江博杰实业有限公司	5 年以上	1.45
柳州富石科贸有限公司	5 年以上	1.00
小计	-	**78.34**

②2018 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
桐乡市鑫睿装饰材料有限公司	5 年以上	6.60
安徽博澳企业投资发展有限公司	5 年以上	239.85
山西中电明秀发电有限公司	5 年以上	7.20
鄂尔多斯市佳佳乐房地产开发有限责任公司	5 年以上	106.40
南京翔之鑫装饰工程有限公司	5 年以上	5.20
小计	-	**365.25**

③2019 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
太原锦胜博雅房地产开发公司	5 年以上	44.78
山西恒实平阳房地产有限公司	5 年以上	107.64
宝鸡市三诚机电设备有限公司	5 年以上	26.21
河南正轩城市配套有限公司	5 年以上	49.84
小计	-	**228.46**

（2）长账龄多次催讨无果而核销的坏账

2017 年、2018 年、2019 年，因账龄较长催款无果而核销的应收账款中，基本均为账龄 5 年以上的款项，占比分别为 96.38%、99.13%和 100%，具体情形如下。

①2017 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
中钢集团山东富全矿业有限公司	5 年以上	51.24
宜兴市诚天大酒店	5 年以上	11.04
大连凯飞精细化工有限公司	5 年以上	8.96
浙江荣生塑胶有限公司	5 年以上	3.60
金陵药业南京彩塑包装有限公司	5 年以上	3.40
南通瑞东置业有限公司	5 年以上	2.96
温州市瓯海区娄桥街道古岸头村村民委员会	5 年以上	2.70
京温实业有限公司	5 年以上	2.00
其他[1]	5 年以上	8.62
江阴东恒新材料科技有限公司	4-5 年	2.70
苏州市风光园林花卉有限责任公司	2-3 年	0.85
小计	-	**98.07**

注：为简化列示，将金额低于 2 万元的坏账核销合并为“其他”科目列示。

②2018 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
江苏莱茵电梯有限公司（江苏莱茵工程设备）	5 年以上	95.00
阳泉市益昌房地产开发有限公司	5 年以上	27.17

巴中市祥程机电设备有限公司	5 年以上	24.40
海南嘉地置业有限公司	5 年以上	22.35
襄樊冠通实业集团有限公司社旗分公司	5 年以上	7.00
陕西宝星实业发展有限公司	5 年以上	5.38
江苏泛亚电缆集团有限公司	5 年以上	5.00
霸州市鼎信爱丽家家居广场有限公司	5 年以上	4.41
龙岩市安菱电梯服务有限公司（家润福超市）	5 年以上	3.78
宜兴大唐机械设备有限公司	5 年以上	3.30
昆山市利玛太空飞船娱乐有限公司	5 年以上	3.16
榆林市绿源房地产开发有限公司	5 年以上	2.70
果品批发市场（钱永康）	5 年以上	2.60
其他	5 年以上	9.42
江苏漪湖度假村有限公司	4-5 年	1.90
小计	**-**	**217.57**

注：为简化列示，将金额低于 2 万元的坏账核销合并为“其他”科目列示。

③2019 年核销的坏账情况如下：

单位：万元

单位名称	账龄	坏账金额
沭阳通达电梯有限公司	5 年以上	95.00
大同市森赫电梯有限公司	5 年以上	59.71
江苏新远程电缆有限公司	5 年以上	15.60
山西三源电梯销售有限公司	5 年以上	14.40
东营华泰置业有限公司	5 年以上	14.08
天津市永濠科技发展有限公司	5 年以上	13.39
陕西未来能源化工有限公司	5 年以上	11.00
陕西未来能源化工有限公司	5 年以上	9.84
日照港房地产开发有限公司	5 年以上	8.79
苏州久信仓储有限公司	5 年以上	6.83
上海长伟鞋业有限公司	5 年以上	4.30
上海东奥电梯有限公司	5 年以上	3.90
仙桃市汉江人才市场	5 年以上	3.86
刘兴财	5 年以上	3.44
长沙德茵电梯有限公司(孙长福)	5 年以上	3.00

湖南国大置业有限公司	5 年以上	2.38
霍尔果斯金阳房地产开发有限公司	5 年以上	2.02
其他	5 年以上	5.29
小计	**-**	**276.83**

注：为简化列示，将金额低于 2 万元的坏账核销合并为“其他”科目列示。

（3）坏账核销后收回的情况

报告期内，公司坏账核销后回款情况如下：

单位：万元

年度	客户	核销金额	收回方式	收回金额	小计
2017 年	陕西瑞龙房地产开发有限公司	4.98	法院执行	4.98	4.98
2018 年	延边金星房地产开发有限公司	15.96	法院执行	15.96	24.69
	无锡市金桥联华包装彩印厂	3.60	法院执行	3.60	
	郓城县郓州百货大楼有限公司	5.13	法院执行	5.13	
2019 年	南阳市仁华房地产开发有限公司	35.08	企业催讨	35.08	56.98
	郓城县郓州百货大楼有限公司	16.20	法院执行	16.20	
	南京富建装饰工程有限公司	5.20	法院执行	5.20	
	宜兴市森赫机电设备有限公司	0.50	企业催讨	0.50	
2020 年 1-6 月	北京中铁鑫业投资有限公司	15.34	法院执行	15.34	15.34
合计		101.99		101.99	101.99

注：以上坏账核销后的回款，均来自于报告期以前年度核销的坏账，报告期内，不存在公司核销的坏账又回款的情形。

报告期内，公司存在坏账核销后收回的情形。公司根据谨慎性原则进行坏账核销后，仍然具有催款和收款权利，公司积极执行相关权利，通过法院执行和企业催讨的方式，报告期内收回核销坏账 101.99 万元，占已核销坏账的比例为 8.07%，减少了公司损失。扣除收回的核销坏账，报告期内，公司实际核销的坏账净额为 1,162.53 万元。

（六）报告期各期末应收账款的期后回款情况，与同行业可比公司是否一致。

1、期后回款情况统计

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行了补充披露：

1、应收账款期后回款情况

应收账款的质量受日常收款管理和期后回款管理的综合影响，本公司采取日常收款加强管理、期后积极催收回款的现金流管理政策，报告期各期末的应收账款余额呈下降趋势，各年末的长账龄（3 年及以上）应收账款占比降低，坏账风险总体下降。

同行业可比公司中，通用电梯详细披露了期后回款情况，本公司与通用电梯的期后回款情况进行对比分析。本公司期后回款情况如下：

单位：万元，%

日期	应收账款余额	2018 年度		2019 年度		2020 年 1-9 月		合计	
		回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例
2017 年末	23,987.75	12,423.34	51.79	3,898.81	16.25	1,144.99	4.77	17,467.14	72.82
2018 年末	18,094.64	-	-	7,884.55	43.57	2,378.26	13.14	10,262.81	56.72
2019 年末	17,796.96	-	-	-	-	7,363.37	41.37	7,363.37	41.37
2020 年 6 月底	19,732.74	-	-	-	-	5,469.48	27.72	5,469.48	27.72

注：为保证数据可比性，上表中 2020 年 6 月底的应收账款余额为应收账款与合同资产的合计金额。

通用电梯期后回款情况如下：

单位：万元，%

日期	应收账款余额	2018 年		2019 年		2020 年 1-6 月		合计	
		回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例
2017 年末	18,116.73	10,793.68	59.58	4,702.02	25.95	1,416.21	7.82	16,911.91	93.35
2018 年末	22,829.67	-	-	12,916.47	56.58	3,166.96	13.87	16,083.43	70.45
2019 年末	25,380.13	-	-	-	-	8,173.42	32.20	8,173.42	32.20
2020 年 3 月底	24,773.12	-	-	-	-	6,880.24	27.77	6,880.24	27.77

公司 2017 年末、2018 年末的应收账款期后回款比例低于通用电梯，主要原因为：公司 2017 年及以前年度，为了扩大营业规模及市场份额，公司采取销售为先的经营思路，信用管理政策较为宽松，导致长账龄及难以收回的应收账款较多。2017 年末和 2018 年末，公司 3 年以上应收账款余额占比分别为 24.31%和 24.27%，坏账准备占应收账款余额的比例分别为 27.51%和 28.15%，均高于通用电梯。同时，公司应收账款坏账准备计提充分，截至 2020 年 9 月 30 日，公司 2017 年末应收账款回款比例与坏账准备占比之和为 100.33%，2018 年末应收账款回款比例与坏账准备占比之和为 84.87%，与通用电梯数据不存在重大差异。

针对以前年度应收账款质量较低的问题，公司自 2018 年开始加强客户信用管理、预收款管理和应收款回款管理，采取日常催收、诉讼追讨、以房抵债、坏账核销等形式，以提升现金流回款水平、降低期后回款压力，降低坏账风险。公司 2019 年末和 2020 年 6 月末的应收账款期后回款情况逐步好转，与通用电梯回款水平大致相同。

2、日常收款管理情况

报告期内，日常经营性收款占营业收入的比例，本公司与同行业可比公司对比分析如下：

单位：%

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
康力电梯	106.73	113.29	116.74	108.86
快意电梯	107.25	121.18	92.71	102.53
梅轮电梯	97.34	124.62	102.41	95.33
通用电梯	163.35	88.65	77.69	104.34
平均值	**118.67**	**111.93**	**97.39**	**102.76**
本公司	136.69	101.59	109.96	99.54

注：通用电梯未披露 2020 年 1-6 月财务数据，上表中为其 2020 年 1-3 月财务数据，受疫情影响，通用电梯第一季度营业收入较小，经营性回款占营业收入的比例数据较高。

如上所示，2018 年和 2019 年，本公司的年度日常经营性收款占营业收入的比例高于通用电梯，日常收款情况较好。本公司与同行业可比公司相比，2017 年该比例基本一致；2018 年该比例上升，主要原因为公司应对房地产宏观调控，加强日常收款和回款催收力度；2019 年度该比例有所降低，仍处于较好水平；2020 年上半年，该比例高于同行业可比公司。

总体来说，本公司日常收款管理情况良好，与同行业可比公司相比没有重大异常，各期末的应收账款余额呈下降趋势，各年末的长账龄（3 年及以上）应收账款占比降低。公司日常收款管理水平提升，有利于提升当期现金流回款水平、降低期后回款压力，降低坏账风险。

3、应收账款期后回款与同行业可比上市公司对比情况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“②应收账款”中进行

了补充披露：

同行业可比公司未直接披露期后回款情况，为便于比较，以2017年度至2019年度同行业可比公司账龄风险组合中应收账款原值的账龄各年迁徙率变动为基础测算2017年末、2018年末应收账款截至2019年末的回款情况，结果如下：

单位：%

公司名称	2017年末账龄组合中应收账款原值截至2019年末回款比例	2018年末账龄组合中应收账款原值截至2019年末回款比例
康力电梯	75.29	52.09
快意电梯	79.41	63.54
梅轮电梯	68.11	52.84
通用电梯	85.53	56.58
平均值	77.09	56.26
本公司	80.54	52.73

数据来源：根据各家公司披露的年度报告计算所得，2017年末账龄组合应收账款原值截至2019年末回款比例=（2017年末账龄组合应收账款金额-2019年末账龄在两年以上之和）/2017年末账龄组合应收账款金额；2018年末账龄组合应收账款原值截至2019年末回款比例=（2018年末账龄组合应收账款金额-2019年末账龄在一年以上之和）/2018年末账龄组合应收账款金额。

如上表所示，2017年末、2018年末公司应收账款截至2019年末的回款情况与同行业可比公司平均水平相比差异较小，没有重大异常，符合行业特征。

综上所述，报告期内，发行人信用政策未发生变化，日常收款和期后回款状况符合公司实际经营情况和同行业基本特征，没有重大异常。本公司采取日常收款加强管理、期后回款积极催收的现金流管理政策，日常经营性收款占营业收入的比例较好，期后回款情况良好，应收账款期末余额呈下降趋势，坏账准备计提充分，各年末的长账龄（3年及以上）应收账款占比降低，坏账风险总体下降。

（七）中介机构的核查情况

1、核查过程

（1）取得发行人报告期内的应收账款明细情况，按照直销和经销、内销和外销分类，核对各期末应收账款前五名客户情况，分析发行人坏账核销情况；

（2）取得发行人报告期内的销售制度文件，关注发行人信用政策变动情况；

（3）询问发行人财务主要负责人员，了解发行人应收账款余额下降的原因，应收账款账龄的变动原因及坏账核销的原因等情况；

（4）通过公开渠道，查询同行业可比公司应收账款数据，与发行人的相关情况进行对比分析；

（5）2017-2019 年对单个合同应收账款结存大于等于 80 万元、当期发货台数大于等于 8 台、当期发出商品大于等于 8 台、单个客户应收大于等于 100 万元的客户实施函证程序；2020 年 6 月末对单个合同应收账款结存大于等于 60 万元、当期发货台数大于等于 10 台、单个客户应收大于等于 100 万元的客户实施函证程序，报告期内发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例具体如下：

单位：万元

内容	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收账款余额	13,786.81	17,796.96	18,094.64	23,987.75
剔除： ①5 年以上长账龄应收款，报告期内无发货，无验收，已全额计提坏账	1,183.91	662.25	1,046.60	1,483.81
②因为倒闭、注销、诉讼等原因无法发函单独进行替代测试	229.55	290.47	791.29	1,164.53
发函金额	8,754.36	13,578.49	11,492.29	15,472.08
发函金额	70.75%	80.61%	70.69%	72.50%
回函金额	5,322.95	11,050.32	10,568.92	14,952.12
回函比例	60.80%	81.38%	91.97%	96.64%

对报告期内未回函的函证，全部执行替代测试，经测试，未发现异常情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人应收账款余额占营业收入的比例逐年下降，原因主要为回款情况较好的经销业务收入占比上升。同时，发行人采取法律诉讼、以房抵债等方式回收应收账款并核销预期无法收回的应收账款，具有合理性；

（2）报告期内，发行人信用政策没有变化，不存在通过放松信用政策，导致第四季度营业收入和期末应收账款余额大量增加的情况；

（3）发行人 1 年以内的应收账款占比低于同行业平均水平，原因主要为发行人客户多为中小型房地产开发企业和企事业单位，受房地产宏观调控政策影响，部分客户出现资金链紧张情形，导致部分应收账款回款较慢、账龄较长，具有合理性；

（4）2018 年末，发行人 1 年以内应收账款占比同比下降，原因主要为主动调整销售策略，加强客户信用和回款管理，对于部分坏账风险较高客户，采取加强预收款或减少业务规模的措施，具有合理性；

（5）2017 年、2018 年和 2019 年，公司核销坏账总计 1,264.52 万元，原因主要为：经法院判决但无财产可供执行，形成事实坏账损失；长账龄款项（通常 5 年以上）多次催讨无果，收回可能性小，具有合理性；

（6）与同行业上市公司相比，发行人报告期各期末应收账款的期后回款情况总体没有重大异常。

问题 26. 关于存货

招股说明书披露，报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 8,634.14 万元、9,074.74 万元和 9,294.21 万元。

请发行人：

（1）补充披露生产核算流程的主要环节，各主要原材料采购周期，各环节生产周期，原材料、在产品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定；

（2）结合采购、生产和销售的业务流程，披露存货各项构成比例是否合理，存货结构的变动是否合理，各项存货报告期各期波动原因及合理性，与同行业公司相比是否存在较大差异；

（3）补充披露各项存货的库龄情况、库龄超过 1 年的原因，存货跌价准备计提的具体过程和测算结果，报告期各期转回的跌价准备的依据和计算过程，并结合库龄情况说明存货的减值准备计提是否充分；

（4）补充披露报告期各期末库存商品、在产品是否均有合同（订单）支持、客户构成、期后发出、结算及实现收入的情况；

（5）补充披露报告期各期末发出商品余额变动的原因及合理性，对发出商品控制措施及有效性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，说明对报告期发出商品等存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形。

问题 26 的回复

（一）补充披露生产核算流程的主要环节，各主要原材料采购周期，各环节生产周期，原材料、在产品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定

1、公司生产核算流程的主要环节

具体内容参见本回复问题 22 的回复（二）。

2、各主要原材料采购周期

公司主要原材料采购从下达采购订单至材料办理完入库手续的周期一般为5-7个工作日。

3、各环节生产周期

公司与客户签署合同后，根据客户对工程项目建设进度要求安排生产计划。公司从生产部门下达生产排产计划到产品完工入库的生产周期一般为 7 个工作日。

4、原材料、在产品、库存商品的核算时点

由于电梯为深度定制化产品，不同订单的电梯层站数、载重、速度、装潢配置均存在较大差异，因此公司采用“订单式生产”的生产模式。公司与客户签署合同后，根据客户对工程项目建设进度要求安排生产计划，并进行原材料采购。

在生产过程中，各生产车间形成一定的自制在产品；电梯各零部件生产完工或采购入库后，在半成品科目核算；公司在产品交付或发运前，将组成完整产品的各个零部件运送至发运中心进行统一归集并装箱待运，在库存商品科目核算；公司产品从发货后到满足收入确认条件之前，在发出商品科目核算。

公司存货各项目的确认、计量与结转符合《企业会计准则》的规定。

（二）结合采购、生产和销售的业务流程，披露存货各项构成比例是否合理，存货结构的变动是否合理，各项存货报告期各期波动原因及合理性，与同行业公司相比是否存在较大差异；

报告期各期末，公司存货情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
原材料	1,438.08	12.34	1,878.76	20.21	1,786.39	19.69	1,384.01	16.03
在产品	35.73	0.31	41.86	0.45	109.17	1.20	212.40	2.46
半成品	605.71	5.20	743.93	8.00	782.75	8.63	527.04	6.10
库存商品	101.00	0.87	217.69	2.34	430.16	4.74	1.46	0.02
发出商品	9,473.77	81.29	6,411.98	68.99	5,966.27	65.75	6,509.23	75.39

项目	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
合计	**11,654.30**	**100.00**	**9,294.21**	**100.00**	**9,074.74**	**100.00**	**8,634.14**	**100.00**

报告期内，发行人各期末存货主要为发出商品和原材料等。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之 “1、流动资产”之“（5）存货”进行了补充披露：

2020 年 6 月末，公司发出商品余额占期末存货的比重较高，主要系受新冠肺炎疫情影响，客户项目进展缓慢，公司发出商品中的电梯安装、调试、验收进程受到一定的影响，尚未取得电梯验收报告，未满足公司收入确认的条件，导致期末发出商品较大。

⑦同行业可比公司存货结构分析

报告期内，公司与同行业可比公司的存货构成比例对比如下：

单位：%

公司名称[1]	存货分类	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
康力电梯	原材料	19.96	19.05	21.11	19.22
	在产品	4.96	5.30	7.24	12.04
	库存商品	10.98	7.00	9.78	6.74
	周转材料	0.01	0.02	0.07	0.06
	发出商品	64.09	68.63	61.80	61.94
快意电梯[2]	原材料	13.62	11.86	16.89	13.43
	在产品	10.32	9.58	9.09	12.15
	库存商品	5.27	5.39	6.84	6.07
	发出商品	68.38	70.55	62.65	66.02
	自制半成品	2.41	2.62	4.53	2.34
梅轮电梯	原材料	10.19	13.25	15.06	9.26
	周转材料	0.74	0.31	0.67	0.37
	委托加工物资	0.11	0.09	0.14	0.09
	在产品	0.55	10.50	13.32	12.43
	库存商品	60.71	1.74	2.39	1.13

公司名称[1]	存货分类	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
	发出商品	27.70	74.11	68.42	76.71
通用电梯	原材料	-	26.18	20.24	10.83
	半成品	-	8.77	4.56	3.17
	库存商品	-	14.29	9.17	4.16
	发出商品	-	50.76	66.03	81.84
平均值	原材料	14.59	17.59	18.33	13.19
	在产品	5.56	8.60	10.18	12.38
	半成品	2.41	5.70	4.55	2.76
	库存商品	25.65	7.11	7.05	4.53
	发出商品	53.39	66.01	64.73	71.63
森赫电梯	原材料	12.34	20.21	19.69	16.03
	在产品	0.31	0.45	1.20	2.46
	半成品	5.20	8.00	8.63	6.10
	库存商品	0.87	2.34	4.74	0.02
	发出商品	81.29	68.99	65.75	75.39

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息。

2、已剔除快意电梯存货中包含的土地开发成本，重新计算存货构成比例。

同行业可比公司的存货主要为发出商品和原材料等，与公司的情况基本一致，不存在较大差异。

（三）补充披露各项存货的库龄情况、库龄超过 1 年的原因，存货跌价准备计提的具体过程和测算结果，报告期各期转回的跌价准备的依据和计算过程，并结合库龄情况说明存货的减值准备计提是否充分；

各期末，公司组织对存货进行全面盘点清查并编制盘点表。在盘点过程中公司对存货进行库龄分析，并进行存货跌价测试。

1、存货库龄情况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（5）存货”进行了补充披露：

⑤存货库龄分析

2020 年 6 月 30 日末，公司存货的库龄情况如下：

单位：万元，%

库龄	发出商品		库存存货		存货合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	6,958.47	73.45	1,877.10	86.08	8,835.57	75.81
1-2 年	1,709.82	18.05	265.25	12.16	1,975.08	16.95
2-3 年	284.24	3.00	38.17	1.75	322.41	2.77
3 年以上	521.24	5.50	-	-	521.24	4.47
合计	9,473.77	100.00	2,180.52	100.00	11,654.30	100.00
库龄一年以上的存货	2,515.30	26.55	303.42	13.92	2,818.72	24.19

2020 年 6 月 30 日末，公司存货库龄主要为 1 年以内，占期末存货账面余额的 75.81%；库龄 1 年以上的存货总金额为 2,818.72 万元，其中发出商品金额 2,515.30 万元。 根据公司的收入确认政策，直销附安装义务的电梯销售合同，需安装调试完成及取得验收报告后方可确认电梯销售收入。电梯安装调试成功后，项目现场同时满足以下条件，方可向电梯质检单位提交电梯验收申请：①客户项目现场已接通正式电源；②电梯门套已封堵；③五方对讲已接通，包括与客户消防控制中心的对讲机已接通；④电梯底坑无积水，不漏水；⑤电梯机房已装配门窗，部分地区还要求电梯机房加装空调。以上验收申请条件，受客户项目进度影响，不受公司控制，因此公司发出商品库龄时间较长。

2、存货跌价准备测算及计提情况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（5）存货”进行了补充披露：

⑥存货跌价准备测算及计提情况

A、发出商品跌价情况

单位：万元

时间节点	发出商品成本	对应的销售合同金额（含税）	对应的预收款
2020 年 6 月 30 日	9,473.77	19,793.39	10,794.47
2019 年 12 月 31 日	6,411.98	13,730.21	7,814.10

时间节点	发出商品成本	对应的销售合同金额（含税）	对应的预收款
2018 年 12 月 31 日	5,966.27	12,890.47	7,858.32
2017 年 12 月 31 日	6,509.23	14,102.80	9,184.17

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，发行人发出商品成本分别为 6,509.23 万元、5,966.27 万元、6,411.98 万元和 9,473.77 万元。

各期末，公司统计期末发出商品的成本、对应的销售合同金额及对应的预收款情况，分析发出商品的跌价风险。公司各期末发出商品所对应的销售合同金额大于发出商品成本，且各期末发出商品的预收款已覆盖发出商品成本。

B、库存存货跌价情况

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，发行人各期末库存存货余额分别为 2,124.91 万元、3,108.47 万元、2,882.23 万元和 2,180.52 万元，主要为原材料、半成品、库存商品等。

各期末，公司对当期未发生出库、入库的呆滞库存存货分析其跌价风险。公司库存存货中的半成品、库存商品系公司按照客户订单进行生产的半成品及产成品，可对应具体的销售合同订单。库存商品主要是已收到大部分合同货款，但是受外贸报关或运输船期影响，应发货尚未发货的外贸产品或配件。公司期末原材料主要为钢材以及通用零部件，系公司在“订单式生产”的模式下，以满足正常生产经营的需要而进行原材料备货。

经公司对各期末库存存货的跌价分析，各期末库存存货跌价风险较小，不予计提存货跌价准备。

（四）补充披露报告期各期末库存商品、在产品是否均有合同（订单）支持、客户构成、期后发出、结算及实现收入的情况；

报告期各期末，库存商品和在产品情况如下：

单位：万元，

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
库存商品	101.00	217.69	430.16	1.46
在产品	35.73	41.86	109.17	212.40
合计	**136.73**	**259.55**	**539.33**	**213.86**

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
期末存货账面余额	11,654.30	9,294.21	9,074.74	8,634.14
占期末存货的比重	1.17%	2.79%	5.94%	2.48%

1、库存商品

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，发行人各期末库存商品分别为 1.46 万元、430.16 万元、217.69 万元、101.00 万元，主要系已完工、尚未发给客户的产成品。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（5）存货”进行了补充披露：

公司电梯产品根据客户的订单进行生产，期末库存商品均已与客户签订销售合同。截至本问询函回复日，除合同 RM180629-2FF 的 8 台电梯受国外客户项目进度影响，尚未发货并实现销售以外，其余库存商品均已实现期后销售。

2020 年 6 月 30 日，公司库存商品情况如下：

单位：万元

序号	合同号	客户名称	台数	库存商品金额	期后销售台数
1	RM180629-2FF	LLC"WHITECITY CONSTRUCTION"（乌兹别克斯坦白城建设公司）	20	101.00	12
合计			20	101.00	12

注：截止 2018 年 12 月 31 日，森赫进出口合同 RM180629-2FF 库存电梯 72 台；2019 年实现电梯发货及销售 30 台，因客户项目变动减少 12 台；2020 年 1-6 月发货及销售 10 台；截止 2020 年 6 月 30 日，该合同库存商品-电梯 20 台。

2019 年 12 月 31 日，公司库存商品情况如下：

单位：万元

序号	合同号	客户名称	台数	库存商品金额	期后销售台数
1	RH20190809	济宁利保电梯有限公司	1	3.89	1
2	RHCI2019143-VD	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	1	5.50	1
3	RHCI2019161-VD	Property Development Ltd.（孟加拉国产业发展公司）	7	56.81	7
4	RM180629-2FF	LLC"WHITECITY	30	151.50	22

序号	合同号	客户名称	台数	库存商品金额	期后销售台数
		CONSTRUCTION"（乌兹别克斯坦白城建设公司）			
合计			39	217.69	31

2018 年 12 月 31 日，公司库存商品情况如下：

单位：万元

序号	合同号	客户名称	台数	库存商品金额	期后销售台数
1	RM180629-2FF	LLC"WHITECITY CONSTRUCTION"（乌兹别克斯坦白城建设公司）	72	363.59	52
2	RM180605EW	LLC "Center Elite Elevator Service"（俄罗斯精英电梯公司）	2	12.79	2
3	UEIE2018291-VD	Ame Technical Engineering Limited（尼日利亚艾美技术公司）	1	3.78	1
4	UEIE2018188-EF	Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	1	8.21	1
5	RHC2018214-VD	Property Development Ltd.(孟加拉国产业发展公司)	4	41.78	4
合计			80	430.16	60

2017 年 12 月 31 日，公司库存商品余额为 1.46 万元，系零星配件，该部分库存商品已实现期后销售。

2、在产品

2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，发行人各期末在产品分别为 212.41 万元、109.17 万元、41.86 万元、35.73 万元。公司电梯产品根据客户需求进行定制化生产，属于“订单式生产”模式，在产品为根据生产计划安排，月末正处于生产过程尚未加工完成滞留在各车间的各项零部件，报告期内公司在产品占各期末存货的比例较低。

（五）补充披露报告期各期末发出商品余额变动的原因及合理性，对发出商品控制措施及有效性。

1、报告期各期末发出商品余额变动的原因及合理性

报告期内，发行人发出商品包括整梯、安装费及配件。公司期末发出商品主要系尚未调试完毕并取得验收报告的电梯以及安装服务尚未全部完成而根据安装进度收取的安装费发票。

公司形成发出商品的原因：1、在直销附安装义务模式下，公司将出库发运后尚未取得验收报告的电梯，作为发出商品核算；2、在直销不附安装义务和经销模式下，公司将产品发运后至取得物流公司的签收单或客户、经销商的收货签收手续并确认销售收入前的电梯，作为发出商品核算；3、在直销附安装义务模式下，第三方安装维保公司已向公司开具发票，但相应电梯产品尚未确认销售收入的安装和配合费用，作为发出商品核算；4、在外销业务中，公司将产品发运后至办妥报关手续并装上运输工具前的电梯及配件，作为发出商品核算。

发行人各期末发出商品明细情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
安装及配合费	2,697.86	28.48	1,722.47	26.86	1,665.22	27.91	2,114.61	32.49
电梯整机产品	6,740.36	71.15	4,661.42	72.70	4,275.94	71.67	4,394.62	67.51
配件	35.56	0.38	28.09	0.44	25.12	0.42	-	-
发出商品小计	**9,473.77**	**100.00**	**6,411.98**	**100.00**	**5,966.27**	**100.00**	**6,509.23**	**100.0**
期末存货余额	11,654.30	-	9,294.21	-	9,074.74	-	8,634.14	-
占比	81.29	-	68.99	-	65.75	-	75.39	-

2、对发出商品控制措施

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（5）存货”进行了补充披露：

公司安装部负责电梯安装、改造和维修项目的总调度，跟踪电梯的安装、项目的验收申请、验收整改和合格交付情况。

公司根据企业实际情况，定期与客户进行对账，主要核对公司发出商品数量、已开票数量、欠款数量等。销售人员和安装部工程人员定期或不定期到项目现场盘点、检查，了解、掌握发出商品安装和验收进度，以确保发出商品及

安装过程处于受控状态。

（六）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取发行人成本核算方法，了解公司主要原材料的采购周期、各环节的生产周期，以及原材料、在产品、库存商品的核算时点，并复核存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定；

（2）了解发行人采购、生产和销售的业务流程，分析各期末各项存货构成比例的合理性、存货波动的原因及合理性，并比较分析与同行业公司的差异情况；

（3）获取发行人存货库龄情况，了解库龄超过 1 年以上的原因，了解公司存货跌价分析的过程，并复核各期末存货跌价的测算结果、存货减值准备计提的充分性；

（4）获取发行人各期末库存商品、在产品明细，了解对应的合同情况、客户构成、期后销售等情况；

（5）获取发行人各期末发出商品明细，分析各期末发出商品余额变动的原因及合理性，并了解公司对发出商品的相关控制措施；

（6）申报会计师对发行人各期末的库存存货实施监盘，保荐机构对发行人 2019 年末和 2020 年 6 月末的库存存货实施监盘，2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末库存存货监盘比例分别为 64.18%、65.95%、66.36%和 72.41%；对发行人发出商品实施函证等替代程序，2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末发出商品函证等替代确认的金额比例分别为 54.73%、70.51%、80.73%和 80.57%。具体如下：

①库存存货的监盘程序

各报告期末，对公司的库存存货主要实施以下的监盘程序：

A. 了解公司存货管理情况

了解与获取公司的存货管理制度；了解公司存货管理制度执行情况；

B. 监盘前准备工作

了解期末存货的存放情况，包括存货的存放地、各仓库存放的存货情况等；询问仓库人员、生产人员等，了解有关存货存放地点的情况；查验盘点日前最后的与盘点日后最前的 5 张入库单，确定存货采购入库截止是否正确；

C.获取、讨论公司存货盘点计划

获取公司存货盘点计划，并与公司管理层进行讨论；与管理层讨论以前年度存货监盘发现的问题以及目前存货的状况；查阅以前年度的存货监盘工作底稿；

D.制定存货监盘计划

在制定存货监盘计划前，关注存货可能存在舞弊的重大错报迹象及监盘过程中应考虑的应对措施；制定存货监盘计划，包括确定监盘的存货名称、存放场所、监盘时间、监盘人员安排等；

E.实施存货监盘

根据不同仓库存货的重要性以及重大错报风险的评估结果，选择适当的仓库进行监盘；在公司盘点存货前，观察盘点现场，存货是否整理排列、存货是否具有盘点标识等；观察公司盘点人员是否遵守盘点计划，是否正确记录盘点结果等；关注所有应盘点的存货是否均已盘点；

F.执行抽盘程序

从存货盘点记录中选取存货项目追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性；获取公司存货盘点记录的复印件；对检查发现的盘点差异，查明差异原因并处理；

G.整理存货监盘记录

在公司存货盘点结束前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点；取得并复核公司盘点记录，整理形成存货监盘记录；对账面记录与存货盘点结果之间的差异，查明差异原因并检查公司是否及时进行账务处理；

②发出商品的替代确认程序

对期末主要的发出商品进行函证，函证内容包括但不限于各期电梯发货数量、各期电梯验收的数量等；对未回函部分进行替代测试，查验并获取销售合同、电

梯发运记录等；

③各期末各类存货监盘统计情况

库存存货监盘情况-2020 年 6 月 30 日

单位：万元

类别	2020 年 6 月 30 日		
	账面余额	监盘金额	监盘比例
原材料	1,438.08	939.81	65.35%
半成品	605.71	538.03	88.83%
库存商品	101.00	101.00	100.00%
在产品	35.73	-	-
合计	**2,180.52**	**1,578.84**	**72.41%**

发出商品-函证等替代确认情况-2020 年 6 月 30 日

单位：万元

类别	2020 年 6 月 30 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例
发出商品	9,473.77	7,633.07	80.57%
合计	**9,473.77**	**7,633.07**	**80.57%**

库存存货监盘情况-2019 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	监盘金额	监盘比例
原材料	1,878.76	1,098.17	58.45%
半成品	743.93	649.59	87.32%
库存商品	217.69	151.50	69.59%
在产品	41.86	13.44	32.11%
合计	**2,882.23**	**1,912.69**	**66.36%**

发出商品-函证等替代确认情况-2019 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例
发出商品	6,411.98	5,176.39	80.73%

类别	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例
合计	**6,411.98**	**5,176.39**	**80.73%**

库存存货监盘情况-2018 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2018 年 12 月 31 日		
	账面余额	监盘金额	监盘比例
原材料	1,786.39	938.69	52.55%
半成品	782.75	655.82	83.78%
库存商品	430.16	388.37	90.29%
在产品	109.17	67.23	61.59%
合计	**3,108.47**	**2,050.12**	**65.95%**

发出商品-函证等替代确认情况-2018 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2018 年 12 月 31 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例
发出商品	5,966.27	4,206.92	70.51%
合计	**5,966.27**	**4,206.92**	**70.51%**

库存存货监盘情况-2017 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	监盘金额	监盘比例
原材料	1,384.01	803.57	58.06%
半成品	527.04	426.79	80.98%
库存商品	1.46	-	-
在产品	212.40	133.31	62.76%
合计	2,124.91	1,363.67	64.18%

发出商品-函证等替代确认情况-2017 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例

类别	2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	函证等替代确认金额	替代确认比例
发出商品	6,509.23	3,562.66	54.73%
合计	**6,509.23**	**3,562.66**	**54.73%**

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人存货各项目的确认、计量与结转符合《企业会计准则》的规定；

（2）报告期内，发行人各期末存货主要为发出商品、原材料等，各项构成比例合理；2017-2019 年末存货结构比例基本保持稳定，未发生较大变动；2020 年 6 月末发出商品占比较大，主要系受新冠疫情影响，客户项目进展缓慢，电梯安装、调试、验收受到影响，期末发出商品余额较大具有合理性；同行业可比公司期末存货主要为发出商品、原材料等，与发行人的情况基本一致，不存在较大差异；

（3）发行人 2020 年 6 月末库龄 1 年以上的存货主要为发出商品，主要系公司带安装服务的电梯安装调试、验收受项目现场进度情况影响，导致公司库龄 1 年以上的存货金额较大，与公司的业务情况相符；基于公司各期末存货跌价分析情况，公司存货跌价风险较小，不予计提存货跌价准备，具有合理性；

（4）报告期内，发行人各期末库存商品均有对应的订单支持；除合同 RM180629-2FF 的 8 台电梯外，截止本问询函回复日，公司各期末的其他库存商品已实现期后销售；公司的在产品为根据客户销售订单安排生产，月末正处于生产过程尚未加工完成滞留在各车间的各项零部件，占各期末存货余额的比例较低；

（5）报告期内，发行人各期末发出商品占期末存货的比例基本保持稳定；2020 年 6 月末发出商品占比较大，主要系受新冠疫情影响，客户项目进展缓慢，电梯安装、调试、验收受到影响，期末发出商品余额较大具有合理性；发行人对发出商品实施了有效的控制措施；

（6）对发行人各期末的库存存货实施监盘，并对期末发出商品实施函证等替代程序进行确认；各期末库存存货监盘比例分别为 64.18%、65.95%、66.36%和 72.41%；各期末发出商品通过函证等程序替代确认金额的比例分别为 54.73%、

70.51%、80.73%和 80.57%；库存存货监盘、发出商品函证等过程中未发现重大需审计调整的异常情形。

问题 27. 关于其他应收款

招股说明书披露，报告期各期末，发行人其他应收款余额分别为 2,274.93 万元、2,185.32 万元、1,617.07 万元，坏账准备分别为 703.91 万元、579.55 万元、313.38 万元。

请发行人结合其他应收账款的构成、账龄、坏账计提方法，补充披露报告期各期末其他应收款坏账准备的计提过程以及金额变动的原因和合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 27 的回复

（一）请发行人结合其他应收账款的构成、账龄、坏账计提方法，补充披露报告期各期末其他应收款坏账准备的计提过程以及金额变动的原因和合理性

1、报告期各期末，发行人其他应收款具体情况

单位：万元，%

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
其他应收款余额	1,443.27	1,617.07	2,185.32	2,274.93
坏账准备	377.91	313.38	579.55	703.91
其他应收款净额	**1,065.36**	**1,303.70**	**1,605.78**	**1,571.03**

2、报告期内，公司主要采用账龄分析法计提坏账准备，公司其他应收款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司的比较

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（4）其他应收款”进行了补充披露：

②坏账准备计提比例分析

报告期内，公司主要采用账龄分析法计提坏账准备，公司其他应收款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司的比较如下：

公司名称[1]	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
康力电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
快意电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%

梅轮电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
通用电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
公司	5%	10%	30%	50%	80%	100%

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息。

公司按账龄分析法计提坏账准备的方法符合企业会计准则和公司会计制度的要求，坏账准备计提比例与同行业上市公司一致，具有一致性和合理性。

3、报告期各期末，发行人其他应收款的构成情况

单位：万元，%

款项性质	2020 年 1-6 月		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
保证金及押金	1,194.01	82.73	1,251.52	77.39	1,856.34	84.95	1,588.26	69.82
出口退税款	191.08	13.24	291.01	18.00	235.94	10.80	414.02	18.20
其他	58.17	4.03	74.54	4.61	93.04	4.26	272.65	11.98
合计	**1,443.27**	**100.00**	**1,617.07**	**100.00**	**2,185.32**	**100.00**	**2,274.93**	**100.00**

公司其他应收款主要为履约保证金、质量保证金、投标保证金以及出口退税款，随着公司加强对投标业务的管理，投标业务所占用的保证金逐年减少。

4、报告期各期末，公司其他应收款账龄

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（4）其他应收款”进行了补充披露：

①其他应收款账龄分析

报告期各期末，公司其他应收款按账龄披露如下：

单位：万元，%

账龄	2020 年 6 月末		2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	634.19	43.94	787.04	48.67	1,219.17	55.79	1,273.65	55.99
1-2 年	214.40	14.86	339.51	21.00	367.74	16.83	260.42	11.45
2-3 年	160.02	11.09	290.41	17.96	110.91	5.08	168.43	7.40
3-4 年	279.12	19.34	50.74	3.14	55.37	2.53	224.85	9.88
4-5 年	38.57	2.67	36.19	2.24	116.75	5.34	105.74	4.65

5年以上	116.96	8.10	113.17	7.00	315.39	14.43	241.84	10.63
原值	1,443.27	100.00	1,617.07	100.00	2,185.32	100.00	2,274.93	100.00
坏账准备	377.91		313.38		579.55		703.91	
账面价值	1,065.36		1,303.70		1,605.78		1,571.03	

2017年末、2018年末、2019年末及2020年6月末，公司其他应收款净额分别为1,571万元、1,606万元、1,304万元和1,065万元，占流动资产的比例分别为2.54%、2.97%、2.56%和1.86%，占比较低且变动幅度较小。报告期内公司加强对其他应收款的回收管理，对部分长账龄的其他应收款进行催收等处理，2017年、2018年和2019年末,3年以上的其他应收款占比分别为25.16%、22.31%和12.37%，三年以上的其他应收款占比呈现下降趋势。

2020年6月30日，公司3年以上款项比重增加主要由于2笔履约保证金：

公司于2017年3月8日支付新疆朗坤房地产开发有限公司履约保证金109万元，截止2020年6月30日，尚有23台电梯产品已发货未验收，项目仍在进行中，故履约保证金尚未退回，账龄3-4年；

公司于2017年6月22日支付中国人民解放军成都军区总医院履约保证金103万元，对应合同中有33台电梯产品为2020年3-5月间验收，截止2020年6月30日，对方尚未退回履约保证金。根据销售合同，履约保证金自验收日起质保期24个月后退回，因此该履约保证金账龄合理，账龄3-4年。

公司其他应收款的发生均符合公司实际业务需求，总体金额及占比均较小，账龄合理。

（二）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）获取报告期各期发行人其他应收款明细账，了解报告期各期发行人其他应收款内容及性质,进行类别分析及复核；

（2）获取报告期各期发行人其他应收款账龄分析表，并就账龄异常变动情况及原因等进行分析复核；

（3）将发行人报告期内的其他应收款坏账准备计提比例与同行业可比上市

公司进行比较，分析公司坏账政策是否与同行业具有一致性；

（4）获取报告期各期发行人其他应收款坏账准备计提表，复核坏账计提的准确性。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人报告期各期末其他应收款坏账准备计提充分，各期末余额变动合理、符合发行人实际情况。

问题 28. 关于待摊费用

招股说明书披露，报告期各期末，发行人其他流动资产中待摊费用分别为 832.66 万元、598.75 万元、594.55 万元，主要是发行人支付的代理服务费。

请发行人结合收入确认的周期、待摊费用的挂账时间等，披露将支付的代理服务费计入其他流动资产的合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 28 的回复

（一）请发行人结合收入确认的周期、待摊费用的挂账时间等，披露将支付的代理服务费计入其他流动资产的合理性，是否符合《企业会计准则》的规定

发行人根据销售确认时点和收款进度按权责发生制计提和支付居间费用。按协议约定，当收到客户预付货款达一定比例时，发行人应按照居间服务协议规定，在取得居间商服务费发票时，与其结算部分居间费用。而该合同销售尚未实现，无法计提相应服务费用。发行人将这部分待摊的服务费计入其他流动资产。上述做法符合《企业会计准则》的规定。详细分析参见本问询函问题 1（七）的回复。

报告期内，发行人待摊费用-服务费具体构成情况如下：

单位：万元，%

账龄	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	403.16	61.54	358.28	62.00	334.47	56.45	689.04	83.53
1-2 年	180.90	27.61	143.42	24.82	204.77	34.56	91.09	11.04
2-3 年	47.17	7.20	76.14	13.18	48.73	8.22	40.20	4.87
3 年以上	23.92	3.65	-	-	4.54	0.77	4.54	0.55
合计	**655.15**	**100.00**	**577.83**	**100.00**	**592.51**	**100.00**	**824.86**	**100.00**

报告期内发行人待摊费用-服务费账龄主要集中在两年以内，占比约为 90%，造成发行人存在少量账龄较长待摊服务费的原因是，发行人代理服务费主要存在于直销模式下，直销模式下的项目一般附电梯安装义务，而项目往往会受工程进度等因素影响，不能按期完成安装、验收并取得验收报告，未达到收入确认条件。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“1、流动资产”之“（7）其他流动资产”进行了补充披露：

公司关于代理服务费的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（二）中介机构核查情况

1、核查过程

了解并测试发行人关于待摊费用及销售费用-服务费的会计处理方式，判断发行人会计处理方式是否符合企业会计准则的规定。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

公司关于代理服务费的相关会计处理符合权责发生制原则，符合《企业会计准则》的规定。

问题 29. 关于其他非流动资产

招股说明书披露，2019 年 7 月，公司在华夏银行存入 5,000 万元大额定期存单，存期为三年且合同约定不允许提前支取，在其他非流动资产的定期存单科目核算。

请发行人结合现金流、重大资本性支出计划和资金需求量、长短期债务配置期限等，补充披露上述事项对发行人生产经营和财务状况的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 29 的回复

（一）公司的现金流量概况

报告期内，发行人现金流量概况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,552.25	6,164.36	732.21	7,770.96
投资活动产生的现金流量净额	-53.58	-5,925.16	21,485.67	-569.99
筹资活动产生的现金流量净额	-623.10	-34.82	-6,320.49	-5,716.50
汇率变动对现金及现金等价物的影响	23.44	248.17	558.69	-116.44
现金及现金等价物净增加额	1,899.00	452.55	16,456.09	1,368.02
期末现金及现金等价物余额	24,971.60	23,072.60	22,620.05	6,163.97

报告期内，发行人没有银行贷款等短期借款，账面货币资金主要用于日常生产经营需要。

（二）公司的重大资本性支出计划和资金需求量

基于中国城镇化水平持续提高、公共交通及基础设施建设促进电梯配套需求、旧楼加装电梯市场政策推动、既有电梯维修保养等后市场服务需求提升、“一带一路”引领国际市场新增长等因素，发行人在自有货币资金难以满足企业发展升级、适应市场需求的情况下，拟申请通过首次公开发行股票的方式募集资金投资如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金	建设期
1	电梯智能制造生产线建设项目	16,954.73	16,954.73	12 个月
2	企业技术中心升级建设项目	7,232.28	7,232.28	18 个月
3	营销维保服务网络建设项目	9,810.37	9,810.37	36 个月
总　计		**33,997.38**	**33,997.38**	-

除上述募集资金投资项目外，发行人短期内没有其他的重大资本性支出计划。

（三）公司的长短期债务配置期限

报告期内，公司无短期借款，主要使用自有资金满足日常生产经营活动需要；同时，公司会定向存储部分资金，以便在需要支出大量现金时，通过抵押、质押大额存单的方式筹集资金，保障现金流健康平稳。

此外，在招投标过程中，部分客户对参与竞标企业的有资金实力要求，发行人出示大额定期存单，有利于增强客户对发行人的信任程度，提升中标率。

（四）上述事项对发行人生产经营和财务状况的影响

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（8）其他非流动资产”中进行了补充披露：

公司该大额定期存单事项有利于保障现金流健康平稳，满足部分客户对于项目竞标的资金实力要求。发行人该大额定期存单利率相比普通活期存款利率较高，有利于增加公司的利息收入。该事项属于正常生产经营事项，具有合理商业实质。

（五）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）检查发行人大额定期存单原件，了解其存款期限及其他合同条款；

（2）查阅国外招投标客户的招标文件，了解其对于投标单位的资金要求；

（3）针对大额定期存单事项向华夏银行湖州分行独立发送函证，核查资金的真实性和准确性。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人该大额定期存单事项有利于保障现金流健康平稳，满足部分客户对于项目竞标的资金实力要求。发行人该大额定期存单利率相比普通活期存款利率较高，有利于增加公司的利息收入。该事项属于正常生产经营事项，具有合理商业实质。

问题 30. 关于应付账款

招股说明书披露，报告期各期末，发行人应付账款余额分别为 16,065.42 万元、14,509.01 万元和 13,772.11 万元。公司应付账款主要包括货款、预提安装费、配合费和应付代理商款项。

请发行人：

（1）结合对外采购的主要内容、交易对象、付款政策、行业惯例等，补充披露应付货款余额波动的原因，与发行人的采购和生产、营业成本和存货等科目的变动是否匹配；

（2）补充披露应付货款的主要欠款对象与主要供应商是否存在差异；

（3）分别列示应付代理服务费和应付安装费，补充披露报告期各期末余额波动的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 30 的回复

（一）结合对外采购的主要内容、交易对象、付款政策、行业惯例等，补充披露应付货款余额波动的原因，与发行人的采购和生产、营业成本和存货等科目的变动是否匹配

1、对外采购的主要内容

公司采购材料主要为曳引机、导轨等外购件，占各期采购量比例约 85%，其余约 15%采购材料主要为不锈钢、钢板等原材料。其中，其他外购件中，机械部件主要包括支架箱、直梁箱、对重块、桁架子系统等；电气部件主要包括平层装置、显示板、变压器、远程监控模块等；耗材辅料主要包括木箱、黑胶、夹胶玻璃、减震橡胶等；装潢部件主要包括吊顶、轿厢组件、地板等；标准件主要包括螺栓、螺母等。

2、对外采购的主要交易对象

报告期内，公司对外采购的主要交易对象如下：

单位：万元，%

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占材料采购总额比例
2020年1-6月	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	938.36	8.36
	2	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	814.65	7.26
	3	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	666.56	5.94
	4	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	601.65	5.36
	5	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	556.28	4.95
	合计			**3,577.49**	**31.86**
2019年度	1	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	2,338.94	8.55
	2	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	2,336.15	8.54
	3	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	2,003.42	7.32
	4	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,637.22	5.99
	5	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,496.53	5.47
	合计			**9,812.26**	**35.87**
2018年度	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	1,736.96	7.06
	2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,726.16	7.02
	3	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	1,705.42	6.93
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	1,659.45	6.75
	5	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,408.38	5.73
	合计			**8,236.37**	**33.48**
2017年度	1	浙江西子富沃德电机有限公司	外购件	2,021.88	7.82
	2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	外购件	1,632.98	6.31
	3	江苏和亿智能科技有限公司	外购件	1,559.38	6.03
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	外购件	1,404.31	5.43
	5	湖州南浔振翔电梯配件厂	外购件	1,304.30	5.04
	合计			**7,922.85**	**30.63**

公司所在的浙江省湖州市南浔区是我国重要的电梯生产基地，本地及邻近省市拥有成熟的电梯产业集群，原材料及外购件供应充足，报告期内公司向主要供应商采购商品主要为各类外购件。

3、对外采购的付款政策及行业惯例

通常情况下，公司的付款政策为原材料及外购件验收入库并收到供应商开具的发票后的 3 个月内付清款项，公司所处的电梯产业集群均采取相同的付款政策，符合行业惯例。

以下内容在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（二）负债”之“1、流动负债”之“（2）应付账款”进行了补充披露：

报告期内，公司应付货款余额与采购金额、主营业务成本和存货余额的匹配关系如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应付货款	7,560.99	6,964.35	7,385.94	7,496.05
采购金额	11,228.83	27,355.22	24,598.05	25,867.57
主营业务成本	11,516.15	32,377.41	29,276.28	36,004.94
存货余额	11,654.30	9,294.21	9,074.74	8,634.14

报告期内，以上财务科目的匹配关系良好，变动情况不存在重大差异。其中，应付货款占采购金额的比例分别为 28.98%、30.03%、25.46%和 67.33%，占比情况符合公司采购付款政策。

（二）补充披露应付货款的主要欠款对象与主要供应商是否存在差异

以下内容在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（二）负债”之“1、流动负债”之“（2）应付账款”部分进行了补充披露：

报告期各期末，公司应付货款的主要欠款对象情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	应付货款余额
2020 年 6 月末	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	807.91
	2	宁波欧菱电梯配件有限公司	558.14
	3	浙江西子富沃德电机有限公司	486.81
	4	上海贝思特电气有限公司	447.54
	5	浙江保利电梯导轨制造有限公司	382.90
2019 年末	1	浙江西子富沃德电机有限公司	745.98
	2	湖州南浔振翔电梯配件厂	743.48
	3	浙江保利电梯导轨制造有限公司	406.87
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	381.42

年度	序号	供应商名称	应付货款余额
	5	上海贝思特电气有限公司	306.36
2018 年末	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	783.58
	2	浙江西子富沃德电机有限公司	729.86
	3	宁波欧菱电梯配件有限公司	460.33
	4	吴江市苏奥电梯配件有限公司	383.09
	5	上海贝思特电气有限公司	333.44
2017 年末	1	湖州南浔振翔电梯配件厂	543.17
	2	浙江保利电梯导轨制造有限公司	540.33
	3	吴江市苏奥电梯配件有限公司	493.16
	4	宁波欧菱电梯配件有限公司	339.25
	5	上海长顺电梯电缆有限公司	278.97

报告期内，公司应付货款的主要欠款对象与主要供应商不存在重大差异。

（三）分别列示应付代理服务费和应付安装费，补充披露报告期各期末余额波动的原因及合理性

报告期内各期末，发行人应付安装费、配合费及代理服务费情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 6 月 30 日	2019 年末	2018 年末	2017 年末
预提安装费、配合费	**2,162.88**	**2,239.65**	**2,354.36**	**2,866.78**
应付安装费、配合费	2,428.93	2,770.86	2,254.77	3,030.99
应付代理服务费	1,112.14	1,287.80	1,556.30	1,786.88
应付代理商款项小计	**3,541.07**	**4,058.66**	**3,811.07**	**4,817.87**

有关应付代理服务费分析具体情况参见本问询函问题 31（二）的回复。

发行人现阶段对安装维保服务网点的建设投入相对不足，在大多数情况下，公司委托有资质的第三方安装维保公司为直销客户提供安装维保服务，安装成本包含安装费及设施配合费，其中主要为安装费，设施配合费是为客户提供轿厢二次装潢、监控布线、门厅装修、井道改造等个性化服务的费用。

发行人关于安装费、配合费核算的具体会计处理如下：

A．确认安装收入同时根据安装合同预提安装费、配合费

借：主营业务成本——安装成本

贷：应付账款——预提安装费、配合费

B．收到安装商开具的安装费、配合费费发票时，根据发票金额记账

借：应付账款——预提安装费、配合费

贷：应付账款——安装商

C．达到安装合同安装费支付条件，支付款项时

借：应付账款——安装商

贷：银行存款

部分销售合同的产品处于安装过程中，尚未达到收入确认条件，但已收到安装商发票时，即上述 B 会计处理，期末时会形成“应付账款——预提安装费、配合费”借方余额，期末该借方余额在资产负债表“存货（发出商品）”项目列示。

期末应付账款——预提安装费、配合费贷方余额：根据已实现的安装收入及相应《电梯安装承包协议》预提的尚未收到安装商发票的安装费、配合费；

期末应付账款——预提安装费、配合费借方余额（期末列示于“发出商品”报表项目）：尚未确认安装收入但已收到安装商发票的安装费、配合费；

期末应付账款——安装商余额：已收到安装商发票，未支付的安装费、配合费。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（二）负债”之“1、流动负债”之“（2）应付账款”进行了补充披露：

报告期各期末，公司应付（包含预提）安装费、配合费与安装成本、发出商品（安装费、配合费）匹配情况如下：

单位：万元，%

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
期末预提安装费、配合费	2,162.88	2,239.65	2,354.36	2,866.78
期末应付安装费、配合费	2,428.93	2,770.86	2,254.77	3,030.99
合计	4,591.81	5,010.51	4,609.13	5,897.77

当期安装成本	1,030.62	4,237.48	4,553.36	7,578.23
期末发出商品中安装费、配合费	2,697.86	1,722.47	1,665.22	2,114.61
当期安装成本与期末发出商品中安装费、配合费合计	3,728.48	5,959.95	6,218.58	9,692.84

报告期内公司直销业务收入呈下降趋势，受此影响，报告期各期末，应付（含预提）安装费、配合费总体呈下降趋势，与安装成本、发出商品（安装费、配合费）变动趋势一致。公司应付（含预提）安装费、配合费保持相对较高水平，主要原因为在大多数情况下，公司委托有资质的第三方安装公司为直销客户提供安装服务，根据《电梯安装承包协议》约定，公司根据客户回款进度支付相应安装款。公司应付（含预提）安装费、配合费变动情况及余额水平，与应收账款变动及余额水平相匹配，公司应收账款主要由应收直销客户款项构成，报告期内整体呈下降趋势，但仍保持相对较高水平。报告期内，公司应付（含预提）安装费、配合费变动符合公司业务实际情况。

（四）中介机构核查情况

1、核查过程

保荐人和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）取得发行人报告期内的采购明细情况，了解发行人对外采购的主要内容和主要交易对象，分析发行人采购和生产、营业成本和存货等科目的匹配关系；

（2）取得发行人采购部门相关管理规定，了解相关公司采购业务的标准要求、控制程序、物料验收入库程序、付款流程等；

（3）取得发行人应付账款明细情况，分析公司应付货款的主要欠款对象和应付代理商款项的变动情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）应付货款余额波动与发行人的采购和生产、营业成本和存货等科目的变动匹配一致；

（2）应付货款的主要欠款对象与主要供应商基本一致；

（3）应付代理服务费和应付安装费各期末余额波动合理，符合发行人实际情况。

问题 31. 关于其他应付款

招股说明书披露，报告期各期末，发行人其他应付款中预提代理服务费分别为 5,657.25 万元、4,682.65 万元、4,409.03 万元。

请发行人：

（1）结合居间业务的流程，补充披露预提代理服务费和应付代理服务费的确认时点，与销售费用中代理服务费的匹配性；

（2）合并计算预提代理服务费和应付代理服务费，结合主要交易对象、付款政策等，补充披露预提代理服务费和应付代理服务费的规模与发行人居间业务收入是否匹配，是否符合行业惯例，是否存在居间商为发行人代垫成本、费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 31 的回复

（一）结合居间业务的流程，补充披露预提代理服务费和应付代理服务费的确认时点，与销售费用中代理服务费的匹配性；

参见本问询函回复之“问题 1（七）”的回复。

（二）合并计算预提代理服务费和应付代理服务费，结合主要交易对象、付款政策等，补充披露预提代理服务费和应付代理服务费的规模与发行人居间业务收入是否匹配，是否符合行业惯例，是否存在居间商为发行人代垫成本、费用的情形。

有关预提代理服务费和应付代理服务费具体核算情况参见本问询函问题 1（七）的回复。

以下内容已在《招股说明书》之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（二）负债”之“1、流动负债”之“（7）其他应付款”中进行了补充披露：

报告期各期，发行人居间业务收入与居间费用计提情况如下：

单位：万元，%

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期末预提代理服务费	3,843.65	4,409.03	4,682.65	5,657.25
期末应付代理服务费	1,112.14	1,287.80	1,556.30	1,786.88
合计	4,955.79	5,696.83	6,238.95	7,444.13
当期代理服务费	610.56	2,033.77	2,289.03	3,623.25
当期居间业务收入	4,895.34	17,264.78	18,495.45	32,158.36
占比	12.47	11.78	12.38	11.27

报告期各期，发行人居间费用占各期居间业务收入比重较为稳定，与居间业务收入相匹配，符合公司实际经营情况。发行人预提代理服务费和应付代理服务费余额较大，主要因销售主合同约定的部分货款尚未收回，因此尚未达到居间合同约定的付款条件，导致以往年度留存至今的尚未达到付款条件的代理服务费。发行人以往年度留存的尚未达到付款条件的代理服务费较高与应收账款账龄结构相匹配。报告期内，发行人加强应收账款回款管理，应付业务代理费金额呈下降趋势。居间模式符合电梯行业惯例，报告期内，不存在居间商为发行人代垫成本、费用的情形。

（三）中介机构核查情况

1、核查过程

保荐机构和申报会计师对报告期内主要客户、报告期各期末应付账款其他应付账款进行函证；查阅了发行人收入明细账及对应的居间费用台账；取得了对应各居间合同的应付账款及其他应付款明细台账，并对大额应付账款及其他应付款进行了核查；对部分居间商进行了函证和走访确认。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：居间模式符合电梯行业惯例，发行人应付代理服务费及其他应付款中预提代理服务费与实际产生的居间费用具有一致性，应付代理服务费及其他应付款中预提代理服务费与发行人居间业务收入相匹配，不存在居间商为发行人代垫成本、费用的情形。

问题 32. 关于机器设备

招股说明书披露，报告期各期末，发行人机器设备账面价值分别为 2,322.53 万元、1,989.89 万元、1,607.07 万元。

请发行人结合生产模式、流程、核心生产环节等，补充披露机器设备规模与产能、业务规模的匹配性，与同行业可比公司是否存在差异，差异的原因及合理性，并结合生产设备的成新率补充披露是否存在对现有主要设备进行更换或升级的需要。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 32 的回复

（一）请发行人结合生产模式、流程、核心生产环节等，补充披露机器设备规模与产能、业务规模的匹配性，与同行业可比公司是否存在差异，差异的原因及合理性，并结合生产设备的成新率补充披露是否存在对现有主要设备进行更换或升级的需要

1、机器设备规模与产能、业务规模的匹配性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、发行人及其子公司主要固定资产、无形资产情况”之“（一）主要固定资产情况”之“4、主要生产设备”进行了补充披露：

（2）机器设备规模与产能、业务规模的匹配性

公司直梯电梯产品主要由自制件和外购件组成，在施工现场完成安装，故公司的核心生产环节在于轿厢、门板、机架体、控制柜体等自制件的加工流程。生产自制件的原材料为各类不锈钢材、冷轧板、热轧板、角钢、槽钢等钢材原材原料，故公司的电梯产能主要取决于各类钢材加工设备的工作效率。报告期内，公司电梯产品的产能为直梯 4,500 台，扶梯和自动人行道 500 台；直梯产品产能利用率分别为 81.24%、77.13%、94.84%和 89.69%。

公司主要自制件生产工艺及对应的生产设备情况如下：

生产工艺	适用自制件	主要设备	数量

薄板剪板	门板、轿壁、轿顶轿底	剪板机	5
薄板冲孔	门板、轿壁、轿顶轿底	多工位冲床	3
薄板折弯	门板、轿壁、轿顶轿底	折弯机	17
薄板焊接	门板、轿壁、轿顶轿底	电焊机、点焊机	24
厚板加工	上下梁、直梁等	激光切割机	3
型材切割	机架体、搁机梁	锯床	5
型材打孔	机架体、搁机梁	钻床、机械冲床	23
型材焊接	机架体、搁机梁	电焊机	11
喷涂	门板、轿壁、轿顶轿底、上下梁等	瓦格纳生产线	1

由上表可见，公司主要生产设备规模尚能够满足公司目前日常生产需求，与公司实际生产情况相匹配。

以2019年为例，公司与业务类型及规模相似的同行业可比公司机器设备规模及生产规模比较情况如下：

单位：万元，台

公司名称[1]	期初机器设备原值	期末机器设备原值	平均	生产量[2]	单梯占用机器设备原值
梅轮电梯	9,468.56	10,757.25	10,112.90	8,383.00	1.21
快意电梯	4,090.87	4,540.50	4,315.69	6,512.00	0.66
通用电梯	2,037.46	2,271.47	2,154.47	3,434.00	0.63
同行业平均	5,198.96	5,856.41	5,527.68	6,109.67	0.83
发行人	4,559.29	4,534.18	4,546.74	4,592.00	0.99

数据来源：公开信息披露

注：1、由于康力电梯年生产量远高于发行人及同行业其他可比公司，不具有可比性，故此处不予对比

2、生产量为当年直梯、扶梯和自动人行道生产总量

如上表可见，2019 年度公司实际生产电梯台数与机器设备原值与同行业可比公司相匹配。

2、对现有主要设备进行更换或升级的必要性

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、发行人及其子公司主要固定资产、无形资产情况”之“（一）主要固定资产情况”之“4、主要生产设备”进行了补充披露：

（1）主要生产设备情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要生产设备情况如下：

单位：万元，%

设备	数量	取得方式	原值	净值	成新率	是否抵押
意大利萨瓦尼尼生产线	1	购入	1,558.04	597.15	38.33	否
层门板搬运及电焊机器人工作站	1	购入	64.10	25.53	39.83	否
数控剪板机	4	购入	72.14	6.09	8.44	否
数控转塔冲床	3	购入	209.77	16.7	7.96	否
数控折弯机	13	购入	282.61	62.74	22.20	否
数控激光切割机	1	购入	175.57	33.42	19.04	否
瓦格纳尔自动静电粉末喷涂生产线	1	购入	304.81	49.59	16.27	否
开式可倾压力机	13	购入	50.81	11.12	21.89	否
电控柜生产流水线	1	购入	34.99	10.89	31.12	否
门机装配流水线	1	购入	31.62	17.1	54.08	否
电动单梁起重机	34	购入	209.32	19.09	9.12	否
叉车	7	购入	46.63	16.06	34.44	否
生产检测设备	15	购入	120.70	80.63	66.80	否
光纤激光切机生产线	1	购入	454.78	447.58	98.42	否
电梯控制柜自动生产线	1	购入	60.18	59.22	98.40	否
电梯门板自动化生产线及加强筋成型机	1	购入	486.90	479.19	98.42	否
萨瓦尼尼轿壁生产线后段及喷涂线自动上下件覆膜装箱线	1	购入	513.27	505.14	98.42	否
数控折弯机	5	购入	111.00	109.24	98.41	否

注：1、上表中成新率=净值/原值；2、上表所示生产设备为发行人原值金额较大（30 万元以上）机器设备

如上表可见，公司主要生产设备的成新率较低。尽管公司在 2020 年上半年对部分生产线进行了升级改造，但由于公司现有部分生产设备购买年份较早、生产效率较低，生产流程及生产布局已相对落后，一定程度上制约了公司向智能化、节能化生产转型的战略发展目标。此外，2019 年度公司直梯产能利用率已高达 94.84%，现有产能已无法完全满足公司业务规模扩展的需要。故公司有必要增加对生产设备的投入，建立一个智能化的制造体系，在规划场地进行统一的厂区建设、工艺流程设计和物流系统安排，采购目前先进的生产设备，实现生产线的改造升级。

公司主要机器设备均为发行人购买取得并自用，购买价格为设备原值，不存在抵押情形。

（二）中介机构核查情况

1、核查程序

（1）访谈发行人相关负责人，了解发行人生产模式、生产流程及核心生产环节；

（2）查阅同行业可比公司公开披露信息，了解同行业可比公司固定资产原值与生产量的匹配性；

（3）获取发行人固定资产明细表，测算并检查固定资产成新率；

（4）检查公司产能计算表，对产能利用率进行测算。

2、核查意见

（1）发行人机器设备规模与产能、业务规模相匹配；与同行业可比公司不存在明显差异；

（2）公司部分生产设备的成新率较低，产能利用率较高，现有产能已无法完全满足公司业务规模扩展的需要，故公司有必要增加对生产设备的投入。

问题 33. 关于现金流

招股说明书披露，报告期内，经营活动产生的现金流量净额分别为 7,770.96 万元、732.21 万元、6,164.36 万元，占同期净利润的比例分别为 123.97%、15.00%、113.76%。收回投资收到的现金分别为 199,517.91 万元、31,654.09 万元、1,495 万元， 投资支付的现金分别为 200,474.81 万元、9,743.09 万元、5,000 万元。

请发行人补充披露：

（1）2018 年经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大的原因及合理性；

（2）报告期各期收到和支付的其他与经营活动有关的现金的具体构成；

（3）收回投资的现金和投资支付的现金报告期内金额变动较大的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 33 的回复

（一）2018 年经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大的原因及合理性

报告期内，将净利润调节为经营活动现金流量的计算过程如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	**2,234.43**	**5,418.57**	**4,882.29**	**6,268.40**
加：信用减值损失	103.53	-385.55	-	-
资产减值准备	0.00	0.00	-967.15	460.50
固定资产折旧	802.58	1,521.50	1,598.70	1,652.18
投资性房地产折旧	25.14	51.63	23.05	0.00
无形资产摊销	61.32	134.39	133.60	130.65
长期待摊费用摊销	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“一”号填列）	-17.56	0.88	-15.94	-12.25
投资损失（收益以“一”号填列）	-	-37.70	-387.20	-1,014.72

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
递延所得税资产减少（增加以“一”号填列）	-24.29	148.45	204.17	-11.79
存货的减少（增加以“一”号填列）	-2,360.08	-219.47	-440.60	3,211.05
经营性应收项目的减少（增加以“一”号填列）	11.11	704.12	2,427.18	783.70
经营性应付项目的增加（减少以“一”号填列）	1,816.39	-1,190.52	-6,781.66	-2,304.64
其他	-100.31	18.06	55.77	-1,392.12
经营活动产生的现金流量净额	**2,552.25**	**6,164.36**	**732.21**	**7,770.96**

2017 年,公司多以银行承兑汇票方式结算供应商货款，2017 年末应付银行承兑汇票余额为 7,326.18 万元。2018 年末，公司应付银行承兑票据余额为 3,578.37 万元，较 2017 末减少 3,747.81 万元。2017 年度开立的银行承兑汇票到期后于 2018 年度承兑导致公司 2018 年经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、现金流量分析”之“（一）经营活动现金流量”进行了补充披露：

2017 年,公司多以开立银行承兑汇票方式结算供应商货款，2017 年末应付银行承兑汇票余额为 7,326.18 万元。2018 年末，公司应付银行承兑票据余额为 3,578.37 万元，较 2017 末减少 3,747.81 万元。2017 年度开立的银行承兑汇票到期后于 2018 年度承兑，同时公司未增加银行承兑汇票的开立，导致公司 2018 年经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大。

（二）报告期各期收到和支付的其他与经营活动有关的现金的具体构成

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、现金流量分析”之“（一）经营活动现金流量”进行了补充披露：

报告期内收到的其他与经营活动有关的现金构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	213.49	341.76	612.67	483.24
利息收入	408.41	649.62	407.02	48.49
收到的保证金及押金	440.96	949.62	1,221.68	825.20
收回的保函保证金	485.82	1,241.70	2,163.30	410.32

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他	20.02	2.89	1.15	17.94
合计	1,568.70	3,185.59	4,405.83	1,785.20

报告期内支付的其他与经营活动有关的现金构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
运输费	279.75	608.98	642.86	597.75
服务费	1,324.78	2,350.57	3,019.05	3,519.99
售后服务费	119.07	609.76	640.07	841.69
广告费	50.13	221.09	131.72	279.53
办公费	46.27	159.32	180.02	224.5
差旅费	82.27	477.04	415.62	545.32
租赁费	78.07	186.72	235.14	267.81
中介机构费用	44.19	194.48	145.26	132.06
保函保证金	572.9	918.43	1,476.54	1,901.86
保证金及押金	451.39	861.39	1,059.46	762.8
销售奖励	10.62	-	0.25	209.43
其他	362.70	636.72	288.79	1,034.23
合计	3,422.14	7,224.50	8,234.78	10,316.97

（三）收回投资的现金和投资支付的现金报告期内金额变动较大的原因及合理性

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、现金流量分析”之“（二）投资活动现金流量”进行了补充披露：

报告期内收回投资的现金具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回理财产品	-	1,180.00	31,654.09	199,517.91
出售安徽岳西湖商村镇银行股份有限公司股权	-	315.00	-	-
理财产品收益	-	22.70	387.20	1,014.72
处置固定资产等收回的现金净额	41.10	219.83	35.57	18.66
合计	41.10	1,737.53	32,076.86	200,551.29

报告期内投资支付的现金具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购建固定资产等支付的现金	75.91	2,662.69	848.11	646.48
购买理财产品	-	-	9,743.09	200,474.81
存入 36 个月期限定期存单	-	5,000.00	-	-
联营企业投资	18.78	-	-	-
合计	94.69	7,662.69	10,591.19	201,121.29

2017 年及以前年度，公司使用闲置资金投资非保本浮动收益型理财产品，产品均可根据公司的需求随时赎回，无其他限制。2018 年，公司逐步减少理财产品的购买，2019 年收回到期理财产品后，不再购买理财产品，闲置资金主要以定期存款形式存放于银行。2017 年理财产品购买与赎回现金流量较大主要由于理财产品无固定期限，公司根据闲置资金结存情况反复购买、赎回所致，涉及购买的主要产品为中国工商银行对公客户无固定期限人民币理财产品-0701CDQB 以及“e 灵通”净值型法人无固定期限人民币理财产品。

报告期内，公司购买理财产品情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买理财产品	-	-	9,743.09	200,474.81
收回理财产品	-	1,180.00	31,654.09	199,517.91
累计购买次数	-	-	13	215
累计赎回次数	-	2	45	195
平均购买金额	-	-	749.47	932.44
平均赎回金额	-	590.00	703.42	1,023.17

2019 年，公司购建固定资产等支付的现金发生额较大，主要原因为 2019 年四川分公司购置办公用房，支付 230.00 万元，子公司森赫进出口购置办公用房，支付 829.45 万元，此外，2019 年公司为设备更新预付的设备货款较多。

（四）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）复核发行人现金流量表编制过程；

（2）分析发行人现金流量表主要项目变动的原因。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人现金流量表编制在所有重大方面符合企业会计准则的规定，各项目变动原因合理；

（2）发行人收回投资的现金和投资支付的现金报告期内金额变动较大的原因系发行人 2017 年度使用闲置资金大量投资理财产品，2018 年起发行人逐步减少理财产品投资，闲置资金主要通过定期存款的形式进行保值增值。

问题 34. 关于产能

招股说明书披露，报告期内，发行人自动扶梯和自动人行道产品产能利用率分别为 76.40%、76.20%、64.80%。

请发行人补充披露自动扶梯和自动人行道产能利用率持续下降的原因，是否存在闲置的厂房、设备等，相关固定资产是否存在减值迹象。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

问题 34 的回复

（一）请发行人补充披露自动扶梯和自动人行道产能利用率持续下降的原因，是否存在闲置的厂房、设备等，相关固定资产是否存在减值迹象

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人自动扶梯和自动人行道生产线主要固定资产情况如下：

单位：万元，台

类别	资产名称	原值	累计折旧	净值	数量
房屋及建筑物	2#生产车间	607.16	176.24	430.91	
	公用车间	51.36	12.06	39.30	
房屋及建筑物小计		**658.51**	**188.30**	**470.21**	
生产机器及设备	磁座钻	0.21	0.19	0.02	1
	电动平台	1.20	0.44	0.76	1
	工业节能风扇	3.75	0.53	3.22	3
	多功能辊边机	3.81	0.18	3.62	1
	金属切割带锯床	2.82	2.59	0.23	1
	电动葫芦桥式起重机	26.67	22.38	4.29	4
	电动单梁起重机	15.03	13.45	1.58	3
生产机器及设备小计		**53.48**	**39.76**	**13.72**	**14**
合计		**711.99**	**228.06**	**483.93**	

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人自动扶梯和自动人行道生产线固定资产净值为 483.93 万元，整体金额较低，其中房屋及建筑物净值 470.21 万元，生产机器及设备净值 13.72 万元。

报告期内，公司自动扶梯和自动人行道的产能、产量及销售量如下：

单位：台

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
自动扶梯和自动人行道	产能	250	500	500	500
	产量	61	324	381	382
	销量	91	337	372	351
	产能利用率	24.40%	64.8%	76.2%	76.4%
	产销率	149.18%	104.01%	97.64%	91.88%

2019 年度，公司自动扶梯和自动人行道产品产能利用率下降原因主要是公司于 2017 年和 2018 年已完成规模较大的墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线项目的生产和交付工作，该项目主要产品为公共交通型自动扶梯。

报告期内，自动扶梯和自动人行道产品毛利金额分别为 1,506.28 万元、1,199.98 万元、761.16 万元和 390.91 万元，报告期内均保持盈利。报告期内公司固定资产市场价格未发生大幅度下跌、所处经济、技术环境未发生重大变化、资产未发生陈旧过时、损坏或闲置的情形、生产线报告期内未出现减值迹象，无需计提固定资产减值准备。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、财务状况分析”之“（一）资产”之“2、非流动资产”之“（4）固定资产”进行了补充披露：

报告期内，公司固定资产市场价格未发生大幅度下跌、所处经济、技术环境未发生重大变化、资产未发生陈旧过时、损坏或闲置的情形、生产线报告期内未出现减值迹象，无需计提固定资产减值准备。

（二）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）了解自动扶梯和自动人行道生产线固定资产构成情况并观察固定资产状况；

（2）了解自动扶梯和自动人行道报告期内产能、产量、产能利用率、销量、销售金额、销售毛利情况；

（3）判断自动扶梯和自动人行道生产线是否存在减值迹象。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人自动扶梯和自动人行道生产线固定资产整体价值较低，报告期内自动扶梯和自动人行道业务盈利情况较好，未发现存在固定资产减值迹象。

问题 35. 关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师说明对发行人相关银行账户资金流水的核查情况，是否符合《首发业务若干问题解答》的要求。

问题 35 的回复

（一）发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

发行人资金管理相关内部控制不存在重大缺陷，会计师出具的信会师报字[2020]第 ZA15556 号《内部控制鉴证报告》发表意见表示，公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求（以下简称“企业内部控制规范体系”）于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

发行人已开立银行账户中显示的银行账户均已全面反映在发行人财务核算中，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

（三）发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

发行人大额资金往来均为正常的经营业务、投资活动、筹资活动，不存在重大异常。

（四）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

发行人报告期内不存在与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的大额资金往来

（五）发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

（六）发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问；

发行人报告期内不存在大额购买无实物形态资产的情形；存在支付给居间商代理服务费的行为，居间商主要为公司提供客户对接和催收货款等服务，该行为符合商业逻辑，同行业公司均有支付代理服务费的情况。

（七）发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

发行人实际控制人个人账户大额资金往来均有合理解释，无频繁出现大额存现、取现情形。

（八）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

报告期内发行人控股股东、实际控制人李东流先生获得的大额现金分红款如下：

单位：万元

途径	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
通过发行人获得	-	1,210.00	3,025.00	4,235.00
通过发行人持股平台	94.96	-	-	-
合计	94.96	1,210.00	3,025.00	4,235.00

2020 年 1-6 月，发行人董事、监事、高管、关键岗位人员通过持股平台获得的现金分红情况如下：

单位：万元

姓名	分红金额

姓名	分红金额
王婉君	59.97
张晓强	29.99
朱红梅	29.99
沈明明	29.99
钱小燕	29.99
焦杰	29.99
沈晓阅	29.99
牛有权	29.99
李振浩	29.99
姚芳芳	29.99
沈瑜群	7.50
合计	**337.35**

发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司和持股平台处获得的现金分红款，主要资金流向或用途不存在重大异常。

报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人处获得薪酬如下：

单位：元

2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
140.86	468.67	453.34	419.09

（九）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

报告期内发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

（十）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

报告期内不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（十一）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）了解发行人相关内部控制流程，评估相关内部控制有效性；

（2）获取发行人银行开立户清单，核查是否存在未在财务核算中全面反映的银行账户；

（3）检查发行人报告期内大额的银行收支情况；

（4）对发行人的实际控制人、董事、监事、高管等相关人员大额的个人银行流水进行查验；

（5）核查发行人报告期内的分红情况以及获取董事、监事、高管等薪酬明细。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人资金管理相关内部控制符合内部控制监管要求，在所有重大方面控制有效。

（2）发行人银行账户显示完整，不存在无法解释的大额异常交易。

（3）发行人实际控制人、董事、监事、高管等相关人员个人银行流水正常，不存在异常无法解释的资金往来、不存在与关联方、客户以及供应商的异常资金往来。

问题 36. 关于疫情影响

请发行人结合截至 2020 年 6 月底在手订单延期、取消等情况，新增订单与去年的对比变化情况，以及停工、开工、复工程度等因素，补充披露：

（1）新冠疫情对发行人 2020 年上半年生产经营及财务状况的具体影响，以及发行人所处的外部生产经营环境是否发生重大不利变化；

（2）新冠疫情是否对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响，相关风险是否充分披露；

（3）发行人采取的应对措施及其有效性。

问题 36 的回复

（一）新冠疫情对发行人 2020 年上半年生产经营及财务状况的具体影响，以及发行人所处的外部生产经营环境是否发生重大不利变化；

以下内容已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（六）新型冠状病毒肺炎导致的经营业绩下滑的风险”进行了补充披露：

1、主要影响

2020 年初，我国和全球爆发新型冠状病毒肺炎疫情，导致我国和全球的经济发展和国际贸易受到严重影响，发行人的国内采购、生产和销售等环节在短期内也受到了一定程度的影响。

①在手订单延期、取消情况

A. 国内在手订单

此次新冠疫情最初对国内工程项目的开工和电梯合同的执行产生了一定影响。在疫情较为严重和疫情反复的地区，如湖北、河南、河北、北京、黑龙江、吉林、辽宁等地区，其影响更为明显。随着 4 月份以来全国疫情防控局面逐步好转，国内绝大部分地区开始加快恢复生产，特别是一些重点工程，加快项目进度。2020 年上半年，因疫情影响而导致订单延期发货的电梯台量为 21 台，但不存在因疫情导致订单取消的情形。

B. 国外在手订单

2020 年上半年，由于海外疫情不断蔓延，部分客户所在国或地区采取了宵禁、隔离等管控措施，工地推迟竣工、港口临时关闭，导致了一部分发货订单延迟，受新冠疫情影响而导致订单发货延迟的电梯台量大约为 50 台。此外，因新冠疫情影响，部分在疫情前签约的订单，客户推迟了下单时间，影响推迟的电梯台量大约为 20 台，但不存在因疫情导致订单取消的情况。

②2020 年上半年新增订单与同期对比情况

单位：台，万元

项目		2019 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	同比增长
有效订单台量	国内	1,539	1,700	10.46%
	国外	439	393	-10.48%
有效订单金额	国内	14,855.00	18,845.00	26.86%
	国外	5,137.00	4,671.00	-9.07%

2020 年上半年度，公司国内新增订单台量同比增加 160 余台，新增订单金额同比增加约 3,990 万元。因此，本轮疫情对公司上半年国内业务未产生重大不利影响。

2020 年上半年度，公司国外新增订单台量及金额与同期相比均有所下降，本轮疫情对公司国外业务产生了一定不利影响。

③生产及财务影响

公司生产方面。2020 年 2 月至 3 月，因国内各地疫情管控措施，电梯生产的原材料、零部件采购及部分外地员工的返程复工受到较大影响，公司第一季度生产经营趋于半停产状态，同比 2019 年电梯产量减少 203 台，占 31.13%。4 月恢复正常生产后，上一季度因疫情影响积压的订单在二季度陆续投产，订单投产量持续上涨。

公司财务状况方面。公司存货中的发出商品较年初增加 3,061.79 万元，预收账款增加 7,036.10 万元。本次疫情对公司的现金流未产生不利影响，但对公司收入和利润的确认构成滞后影响。

综上所述，新冠疫情的爆发初期对公司境内外业务产生了一定影响，但是随着国内疫情得到有效控制，公司境内业务已正常恢复，境外业务也在逐步恢

复中。因此发行人所处的外部生产经营环境未发生重大不利变化。

（二）新冠疫情是否对发行人持续经营能力、全年经营业绩产生重大不利影响，相关风险是否充分披露；

截至目前，国内疫情得到了有效控制，国内经济运行总体复苏态势持续向好，公司境内业务已经恢复正常。由于海外疫情尚未得到完全遏制，预计 2020 年下半年公司境外出口业务会产生一定影响。但基于公司长期良好的现金流、较为充裕的货币资金以及大量的在手订单和境内业务的正常开展，本次新冠疫情对公司持续经营能力及全年经营业绩不会产生重大不利影响。

新冠疫情相关风险提示参见招股说明书之“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（六）新型冠状病毒肺炎导致的经营业绩下滑的风险”。

（三）发行人采取的应对措施及其有效性。

以下内容已在招股说明书“第四节 风险因素”之“（六）新型冠状病毒肺炎导致的经营业绩下滑的风险”进行了补充披露：

2、发行人的应对措施及有效性

境内业务方面，公司为应对此次新冠疫情的影响，在当地政府的大力支持和统一部署下，于 2 月 13 日开始逐步复工复产：（1）公司复产后，对外与供应商主动联络，做好零部件供应准备；对内提前对已签约的项目合同进行技术处理，为交货高峰期做好充分的生产准备；（2）为应对疫情对新签合同可能带来的影响，公司迅速开通了远程无人机客户考察系统，同时上线自主出图系统，提高了工作效率，取得了良好的效果。截至目前，因疫情导致延期的订单均已发货，不存在因疫情导致订单取消的情形。

境外业务方面。公司为降低疫情对境外业务的影响，采取了以下主要措施：（1）公司开发了远程客户实时考察系统，实现客户足不出户、远程实时了解公司整体情况与智能制造车间生产场景，节约经费、提高工作效率，降低了因新冠疫情客户无法现场考察的影响；（2）远程为客户提供售前咨询和售后技术支持；（3）公司积极向客户提供口罩、测温计等防疫物资，并通过视频、电话等方式与客户加强紧密联系，增进双方合作互信，共同应对新冠疫情带来的不利

影响。通过上述措施，公司与境外客户建立了良好的沟通渠道。截至目前，因疫情导致延期的订单均已发货，不存在因疫情导致订单取消的情形。

公司生产方面。新冠疫情发生后，公司积极响应政府的号召，第一时间在企业内部公共平台发布了《关于切实加强新型冠状肺炎疫情防控工作的通知》，公司成立疫情防控工作小组，加强企业内部疫情防控，每日对企业的疫情防控工作进行监督检查，组织制定《开复工疫情防控方案》和《开复工疫情应急预案》，有序完成复工复产工作。

通过上述措施，公司因第一季度疫情影响积压的订单在第二季度陆续投产，订单投产量持续上涨。公司生产部组织车间员工适度加班，保质保量完成生产任务并实现交货。公司 2020 年 4 月至 6 月与 2019 年同期相比，电梯产量增加 233 台，半年度产量与上年度相比，增加产量 30 台。

（以下无正文）

（本页无正文，为《森赫电梯股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之盖章页）

森赫电梯股份有限公司

2020年 10月 30日

发行人董事长声明

本人已认真阅读森赫电梯股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，确认审核问询函回复报告的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人董事长：

李东流

森赫电梯股份有限公司

2020年 12 月 30 日

（本页无正文，为《东吴证券股份有限公司关于森赫电梯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问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

冯　颂　　王刑天

法定代表人、董事长、总经理：

范　力

东吴证券股份有限公司

2020年10月30日

保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读森赫电梯股份有限公司本次审核问询函的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，审核问询函的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。

董事长、总经理：

范　力

东吴证券股份有限公司

2020年 10月 30日