

关于广东金源照明科技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第三轮审核问询函的回复

广会专字[2020]G17013440553 号

深圳证券交易所：

贵所出具的《关于广东金源照明科技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第三轮审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为广东金源照明科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“金源照明”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，对贵所审核问询函中提出的问题进行认真落实，补充实施若干检查程序，现将审核问询函的落实情况书面回复如下。

本回复中任何表格中若出现总计数与所列数值总和不符，均为四舍五入所致。本回复中简称与《招股说明书》（申报稿）中的简称具有相同含义。

目录

问题 1.....	3
问题 2.....	14
问题 3.....	26
问题 4.....	34
问题 5.....	45
问题 6.....	52
问题 7.....	56
问题 8.....	62
问题 9.....	66
问题 10.....	74
问题 11.....	76

问题 1.关于核心竞争力和发展战略

申报材料显示，发行人主要产品为 LED 移动照明产品、LED 固定照明产品、LED 封装产品及光伏电池组件产品等。发行人所处的 LED 照明行业企业众多，竞争激烈。报告期内，移动照明产品的销售收入占比逐年下降，LED 封装产品及光伏电池组件产品等销售收入占比逐年上升。2020 年上半年，发行人新增了口罩业务。

请发行人：

（1）结合各子行业的行业竞争情况、产品销售区域、相关产品的技术性能与先进性等，真实、准确、客观披露相较于市场上同质产品和同行业竞争对手，发行人核心竞争力的具体体现，以及所处的市场地位；

（2）结合各子行业同行业竞争对手在技术、渠道、价格等方面的情况，针对性地披露发行人与竞争对手相比存在的差距和短板，发行人的产品和渠道是否面临被替代的风险；

（3）披露近年来公司主要产品和业务模块变化较快、变动较大的原因及合理性、是否需要技术储备和技术积累，补充披露未来的发展规划、发展方向以及定位，是否聚焦于现有业务，是否存在继续业务转型的计划。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

问题 1-1：结合各子行业的行业竞争情况、产品销售区域、相关产品的技术性能与先进性等，真实、准确、客观披露相较于市场上同质产品和同行业竞争对手，发行人核心竞争力的具体体现，以及所处的市场地位；问题 1-2：结合各子行业同行业竞争对手在技术、渠道、价格等方面的情况，针对性地披露发行人与竞争对手相比存在的差距和短板，发行人的产品和渠道是否面临被替代的风险；

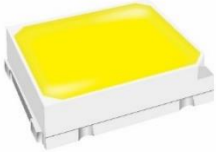
一、发行人业务的说明

发行人主营产品是 LED 照明产品和光伏电池组件产品，两类产品所处行业均属于国家鼓励和支持的“电气机械和器材制造业”（C38）；2020 年上半年因疫情原因，发行人响应政府号召新增了口罩业务。

根据 LED 产业链分类，公司照明产品可分为 LED 封装产品（也可称“LED 灯珠”）和 LED 照明应用产品；LED 封装属于 LED 产业链中游，是 LED 下游

（LED 照明应用产品）的核心发光元件。其中 LED 照明应用产品根据应用场景的不同，分为移动照明产品和固定照明产品；移动照明产品是指可便捷携带的照明器具，包括干电手电筒、充电手电筒和太阳能手电筒等；不可便捷携带的照明器具，称之为固定照明产品，可以进一步分为光源和灯具，其中光源包括球泡灯、灯管等，灯具包括路灯、工矿灯、投光灯等。

公司 LED 照明应用产品和光伏电池组件产品的主要产品矩阵图如下：

LED 封装—LED 中游产品		LED 照明应用产品——LED 下游产品	
	移动照明	干电手电筒	太阳能手电筒
			
光伏电池组件 小功率 大功率  	固定照明	球泡灯	灯管
		 路灯	 工矿灯 

发行人各类产品收入规模及占比如下：

单位：万元

产品类别	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
移动照明	8,634.58	34.69%	29,729.09	51.93%	29,629.80	65.61%	31,063.95	69.82%
固定照明	3,700.73	14.87%	7,709.24	13.47%	5,790.40	12.82%	7,768.54	17.46%
LED 封装	4,402.50	17.69%	10,502.15	18.35%	7,556.94	16.73%	4,733.80	10.64%
光伏电池组件	4,055.97	16.30%	9,303.90	16.25%	2,186.17	4.84%	924.52	2.08%
口罩	4,093.37	16.45%	-	-	-	-	-	-
合计	24,887.15	100.00%	57,244.38	100.00%	45,163.32	100.00%	44,490.81	100.00%

为便于分析，发行人将上述产品按 LED 封装、LED 照明应用、光伏电池组件和口罩分别选取相应的同行业公司进行对比分析。

二、发行人披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/（三）公司主营业务的行业竞争地位/1、竞争情况”中补充披露如下：

（一）LED 封装产品

全球 LED 封装产业主要集中于中国大陆、日本、中国台湾、美国、欧洲、韩国等国家和地区。据高工产业研究院（GGII）统计，以产品产地计算，2017 年中国 LED 封装市场产值规模达 133.85 亿美元，折合 870 亿元人民币，占全球 LED 封装市场规模的 61%。

LED 封装企业数量较多，根据高工产业研究院及国信证券研究所数据，预计 2020 年中国大陆 LED 封装行业企业数量为 500 家左右。主要的封装企业如下：

序号	名称	主营产品	2019 年经营情况	销售区域	行业地位
1	木林森 002745	LED 封装和 LED 应用	总资产 347.99 亿元； 收入 189.73 亿元； 净利润 5.02 亿元	境外占比 67.97%；境内占比 22.03%	中国市场 LED 封装排名第一
2	瑞丰光电 300241	照明 LED 和中大尺寸背光源 LED	总资产 21.27 亿元； 收入 13.72 亿元； 净利润-1.23 亿元	境内占比 85.75%；境外占比 14.25%	中国 LED 封装领先企业
3	聚飞光电 300303	背光 LED 器件和照明 LED 器件	总资产 41.26 亿元；收入 25.97 亿元；净利润 3.06 亿元	境内占比 78.55%；境外占比 21.45%	小尺寸 LED 背光市场龙头企业
4	国星光电 002449	LED 器件类产品、LED 外延片及芯片、照明应用类产品	总资产 66.32 亿元；收入 40.69 亿元；净利润 3.93 亿元	境内占比 78.75%；境外占比 21.25%	中国 LED 封装领先企业
5	鸿利智汇 300219	LED 封装和 LED 汽车照明应用	总资产 36.02 亿元；收入 35.94 亿元；净利润-9.39 亿元	境内占比 71.03%；境外占比 28.97%	中国 LED 封装领先企业
6	穗晶光电 （在审）	背光 LED 封装	总资产 4.65 亿元；收入 4.72 亿元；净利润 0.50 亿元；	境内占比 98.13%；境外占比 1.87%	2018 年中国小尺寸 LED 背光市场排名第三
7	汇大光电 836051	LED 封装	总资产 0.46 亿元；收入 0.51 亿元；净利润 0.05 亿元	境内占比 100%	-

若按收入规模将 LED 封装企业分层，大致可以分为三层：（1）大型企业，数十亿收入，如木林森、瑞丰光电等；（2）中型企业，数亿收入，如穗晶光电；（3）小型企业，亿元以下，如汇大光电。发行人 2017-2019 年封装收入为 4,733.80 万元、7,556.94 万元、10,502.15 万元，属于中小型企业。

相比于同行业大中型公司，发行人主要劣势有：

(1) 发行人经营经验不及同行业大中型公司，同行业大中型公司均有十年以上丰富经验，如聚飞光电在 2008 年前就从事 LED 封装业务，而发行人在 2014 年从原有的下游 LED 照明应用业务向上延伸进入中游的 LED 封装业务，经营经验不及大中型厂商丰富，先入者有先机优势，后进者市场开拓难度大；

(2) 发行人产值规模小，同行业大中型公司封装业务收入数倍甚至数十倍于发行人的封装业务收入，发行人 LED 封装业务收入规模、资金实力不如大中型企业；

(3) 发行人技术储备相对不足，在 LED 封装方面的技术专利有 17 项（其中发明专利 1 项，实用新型 16 项），而同行业大中型企业技术储备较丰富，如穗晶光电拥有 76 项 LED 封装相关专利（其中发明专利 1 项、实用新型 75 项），聚飞光电拥有 140 余项 LED 封装相关专利（其中发明专利 40 余项、实用新型 100 余项）；

(4) 发行人 LED 封装客户规模不及同行业大中型公司，LED 封装下游客户大多是中小型照明应用企业，而同行业大中型公司下游客户有知名大型企业，如聚飞光电的客户有 TCL、海信电器、华为等。

因下游应用领域广泛，相应的 LED 封装产品规格不一，品种多样。发行人在实际生产中，针对不同规格的产品，需要针对性地调整设备参数和配备相应的原材料（如不同的发光芯片、不同的色粉等）：

项目	常规标准	非常规指标	特殊工艺
尺寸大小	2835	4223/5252/4010/5630/4014 等	选取不同尺寸的芯片
色温	2800-6500K	小于 2800K,大于 6500K	调配色粉
电压	3V	6V、9V、18V、36V	多个芯片组合
光效	150-200LM/W	200-230LM/W	选取芯片、荧光粉配比等
显指	一般：60-80	高显指：80 以上	选取高规格芯片

结合 LED 封装产品需求的多样性和厂商的规模不一，LED 封装生产端大致分为承接规模化订单的大中型生产厂商和承接定制化小订单的中小型生产厂商。大中型厂商，从生产经济性考虑，一般不承接小订单，如木林森 2018 年对前五大客户的销售额均在 7 亿元以上、国星光电 2019 年对前五大客户的销售额均在 1 亿元以上。金源照明属于后者，为承接定制化小订单的中小型生产厂商，前五

大 LED 封装客户的销售额在 100 万元至 600 万元之间；汇大光电也属于定制化生产的生产厂商，2019 年对前五大客户的销售额在 100 万元-500 万元之间。

因存在入行晚、规模小的劣势，公司结合自身条件合理寻找市场机遇，重点开发和深耕定制化市场，尽量避免与规模化大中型生产厂商构成直接的竞争。同时，在小订单定制化市场开发方面，公司采取两方面的策略加强核心竞争力：

（1）持续开拓新客户和深挖老客户，不断丰富和提升的公司销售经验，加深公司对小订单定制化市场的理解。LED 封装业务销售团队有 13 人，均有 3 年以上从业经验，一半以上拥有 5 年从业经验，核心骨干拥有 10 年以上从业经验。2017 年-2019 年，LED 封装业务的客户数量分别为 205 个、213 个、242 个，单客平均收入为 23 万元、35 万元和 43 万元。

（2）持续投入新设备，优化生产流程，提升产线的先进性和灵活性，提高生产效率及产品质量。2017 年-2020 年上半年新购 LED 封装设备金额为 1,085.61 万元、377.51 万元、2,010.05 万元、715.88 万元，产能不断增加，可以满足客户更多的需求。

因此在小订单定制化市场，公司逐步形成了产品质量高、产线灵活、销售能力较强的核心竞争力。随着该业务的不断良性发展，公司竞争优势将越来越显著，产品和渠道被替代的风险将进一步降低。

（二）LED 照明应用产品

我国照明应用行业虽然起步较晚，但经过多年持续、稳定、快速的发展，其规模已逐步发展壮大。目前，我国 LED 照明应用行业的市场占有率在世界上已占有绝对的优势，全国照明行业企业已超过两万家。其中，部分企业加大产品研发、生产投入，注重品牌的宣传与推广，已在国内外国际市场建立起颇具声誉的自主品牌。除部分企业具有一定规模外，更多的企业规模较小。照明应用的公司数量众多，从行业地位和与公司业务相似度的角度，选择了以下参考公司：

序号	名称	主营产品	2019 年经营规模	市场地位
1	欧普照明 603515	照明应用产品	总资产 81.07 亿元；收入 83.55 亿元；净利润 8.91 亿元	中国知名照明品牌商
2	三雄极光 300625	LED 照明产品	总资产 30.67 亿元；收入 25.04 亿元；净利润 2.45 亿元	中国知名照明品牌商
3	佛山照明 000541	LED 照明产品和传统照明产品	总资产 61.75 亿元；收入 33.37 亿元；净利润 3.03 亿元	中国知名照明品牌商

序号	名称	主营产品	2019 年经营规模	市场地位
4	阳光照明 600261	LED 照明灯	总资产 63.40 亿元；收入 53.16 亿元；净利润 5.00 亿元	中国知名照明品牌商
5	光莆股份 300632	LED 照明、柔性电路板	总资产 12.84 亿元；收入 9.83 亿元；净利润 1.77 亿元	境外业务占比高
6	爱克莱特 300889	景观照明	总资产 10.25 亿元；收入 11.29 亿元；净利润 1.4 亿元	专业的景观照明
7	华体科技 603679	景观照明	总资产 12.36 亿元；收入 7.12 亿元；净利润 0.94 亿元	专业的景观照明
8	民爆光电 (在审)	商业照明和工业照明	总资产 9.43 亿元；收入 10.82 亿元；净利润 2.10 亿元	专业的商业和工业照明
9	乐的美 (在审)	LED 灯条	总资产 2.20 亿元；收入 2.08 亿元；净利润 0.44 亿元	专业 LED 灯条生产商，出口为主
10	长方集团 300301	贴片 LED 和移动照明设备	总资产 32.59 亿元；收入 16.17 亿元；净利润-4.29 亿元	专业移动照明厂商
11	金莱特 002723	可充电交直流两用风扇和可充电备用照明灯具	总资产 12.36 亿元；收入 10.01 亿元；净利润 0.39 亿元	专业移动照明厂商
12	久量股份 300808	移动照明和家居照明	总资产 14.61 亿元；收入 8.80 亿元；净利润 0.79 亿元	专业移动照明厂商

1、移动照明产品

移动照明产业集中度较低，中小生产厂商数量较多，规模较大的生产厂商有四家，为长方集团、金莱特、久量股份和发行人，前三家均为上市公司，具体如下：

序号	名称	移动照明产品	2019 年移动照明业务收入	销售渠道
1	长方集团	充电手电筒、电蚊拍等	8.09 亿元	境内、东南亚、印度等
2	金莱特	充电手电筒、电蚊拍等	5.36 亿元	境内、东南亚、印度等
3	久量股份	充电手电筒、应急灯、探照灯等	5.27 亿元	境内、东南亚、印度、巴基斯坦等
4	金源照明	干电手电筒、充电手电筒、太阳能手电筒等	2.97 亿元	非洲、东南亚、印度、南美洲等

发行人从事移动照明业务 16 余年，经验丰富，渠道成熟。相比同行业上市公司，发行人的规模较小，但与上述三家上市公司有较大的差异：1）产品结构不同，干电手电筒是发行人第一大移动照明产品，报告期内占移动照明产品的平均比例为 65%，其他三家上市公司无该类产品；2）销售市场不同，发行人主要销售市场在非洲，而其他三家上市公司主要销售市场在我国境内及亚洲地区。因此，在干电手电筒产品和非洲市场方面，发行人与其他三家上市公司没有直接的

正面竞争；在重叠的市场区域如印度和东南亚，因移动照明产品的多样性，发行人与其他三家上市公司的正面竞争程度较弱。

移动照明行业竞争格局较稳定，各厂家在特定的销售渠道耕耘。公司移动照明业务经验丰富，渠道成熟，公司移动照明产品和渠道被替代的风险较小。

2、固定照明产品

发行人固定照明业务是移动照明业务的横向拓展和补充，收入规模较小，2019 年固定照明业务收入为 7,709.24 万元。

欧普照明、三雄极光、佛山照明和阳光照明，均为中国品牌照明企业和龙头企业，在居家等常规产品上竞争较激烈；在细分市场上，如光莆股份，主要向境外客户提供 ODM 业务，爱克莱特和华体科技从事景观照明，具有较强的地域属性和专业性，民爆光电主要从事专业性较强的商业照明和工业照明业务，乐的美专业从事 LED 灯条业务。

相比上述公司，发行人的竞争劣势有：

（1）发行人固定照明收入规模小，同行业上市公司或在审公司的规模数十倍甚至百倍于发行人；

（2）发行人经营经验不够丰富，品牌知名度低，公司 2015 年介入固定照明业务，而同行业公司经验丰富，如欧普照明 2008 年开始从事该业务，经验丰富，品牌知名度高；

（3）发行人销售渠道不够丰富，客户数量较少，而同行业公司渠道多样，如三雄极光拥有专卖店、五金渠道终端、家居销售终端及网上销售渠道等；

（4）发行人固定照明生产线自动化程度较低，生产效率不及同行业大中型公司；

（5）发行人技术创新不及同行业上市公司，如欧普照明在教育、办公、工业等领域推出智能灯光及控制解决方案，其产品智能化程度高于发行人。

因此，为扬长避短，公司着力开拓特定的渠道及市场来推广业务。首先，公司产品取得中国 3C 认证、欧盟 CE 认证、澳大利亚 SAA 认证、美国 UL 认证，产品质量稳定可靠。其次，从特定渠道来看，公司着力开拓境外销售渠道，如澳大利亚市场，公司根据该市场需求定制专业的照明产品，如工矿灯、射灯等；同时，在特定市场，如潮州当地，公司有独有的地理优势，熟悉当地的亮化政策，

重点开发市政工程相关照明产品，如路灯、投光灯等。因此，在特定的渠道和市场方面，公司与市场龙头公司不构成直接的竞争局面，公司产品和渠道被替代的风险较小。

（三）光伏电池组件产品

光伏电池组件生产厂商众多，但集中度较高，2019 年全球光伏电池组件产量为 102GW，前十大组件厂商出货量合计为 70.6GW，前二十大组件厂商出货量合计为 89.26GW。排名第一为中国企业晶科能源，出货量为 14GW，排名第二为中国企业爱康科技，出货量为 0.97GW。而发行人 2019 年出货量仅为 0.05GW，规模较小。

金源照明 2016 年涉足光伏电池组件，从手工生产小功率非标准电池组件做起，随着业务逐步成熟，发行人加大对该业务的投入，2018 年下半年投资 1,500 万元引入大功率光伏电池组件国产自动化生产线，2019 年初引入成熟的经营团队，并取得了中国 CQC 和德国 TÜV 等第三方专业机构的认证，产品符合中国及欧美等地区的质量要求。随着光伏行业近几年的迅猛发展，发行人抓住契机进入该行业。相比同行业公司，发行人的竞争劣势有：

（1）发行人规模小，产能与同行业大型公司差距大；

（2）发行人光伏业务产业链单一，仅涉及光伏产业链的组件环节，而同行业公司如隆基股份、晶澳科技覆盖硅片、电池片、组件及电站等环节；

（3）组件市场竞争充分，寡头格局较稳定，而发行人在经营和渠道方面与大型公司差距较大，品牌知名度较低；

（4）发行人资金实力不足，光伏电池组件扩产速度慢，而同行业上市公司资金实力雄厚、融资渠道丰富，可以迅速扩大产能，如晶澳科技于 2019 年回归 A 股后开展了一系列融资活动，2020 年 9 月公告投入 104 亿元扩大硅片、电池、组件三个环节的产能；

（5）发行人组件规格不够全面，如发行人可生产 5 主栅（主栅用于收集载流子，数量越多收集效果越好）的组件，而同行业龙头企业可生产多主栅（9、12 主栅）的组件，发行人无法生产转换效率更高的叠瓦组件，而部分同行业公司

可生产叠瓦组件；

（6）发行人因规模小，对上游厂商议价能力较弱，上游厂商给予发行人的账期较短，甚至部分原材料需要支付一定的预付款。

公司的竞争优势主要体现在以下两方面：

（1）一定的后发优势。组件生产设备近几年发展速度快，更新换代进程快，根据中国光伏协会的研究显示：

时间	发展阶段	150MW 组件生产线		
		员工人数	合格率	设备投资/万元
2005-2009	手工为主	306	99.5%	850
2009-2013	进口为主	92	99.6%	3,500
2013-2015	中外合作开发	76	99.8%	1,850

注：上表摘自无锡奥特维科技股份有限公司招股说明书

因此，新上线的组件设备更加先进，生产效率更高，投资成本更低。中国光伏协会的《中国光伏产业发展路线图》（2017、2018、2019）表明，近三年组件设备已经全部国产化，单位投资成本为近十年最低水平。

（2）地域优势，华南地区光伏组件近几年需求增加，据国家能源局数据，华南地区 2015 年光伏新增装机容量为 19 万千瓦，占全国新增装机容量的比例为 1.26%，而 2019 年为 472 万千瓦，占比 15.68%。但国内光伏组件产能主要分布在华北和华东地区，华南地区产能较小，同时，因光伏电池组件体积、重量较大，运输距离是客户的重要考虑因素，因此发行人在华南地区具有一定的竞争优势。

光伏电池组件的价格公开透明，且技术成熟，随着同行业厂商的设备更新以及华南市场的开拓，发行人产品和渠道存在一定的被替代风险。公司将进一步加大光伏组件的投资，继续保持后发优势，增加产能以巩固华南市场的地位。

（四）口罩

受新冠肺炎疫情影响，口罩成为重要且紧缺的防疫物资。公司积极响应政府号召，履行企业社会责任，成立全资子公司广东金源生物科技有限公司，开展口罩生产业务，并取得了医疗器械生产许可证、一次性使用医用口罩和医用外科口罩注册证，进入了商务部下属单位中国医药保健品进出口商会公布的取得国外标

准认证或注册的非医用口罩生产企业清单。此外，公司被列为广东省疫情防控重点保障物资生产企业，并于 2020 年 8 月份获得 2020 年应急物资保障体系建设补助资金（中央直达资金）1,631 万元。

在疫情爆发前，口罩为非必需防护用品，在已知的公众公司中没有专门从事口罩生产的公司，口罩业务规模不大。在疫情爆发后，原来有口罩业务的公司加大投入，没有口罩业务的公司响应国家号召新增口罩业务，如比亚迪。目前，口罩厂家众多，品牌众多。

相比新进入口罩业务的其他厂商，金源照明拥有成熟的境外销售渠道，可以借助其推广口罩产品。

因此，公司着重挖掘原有业务的境外销售渠道开拓口罩业务。随着国外疫情的持续恶化，口罩需求增长，公司口罩产品和渠道在短期内被替代的风险较小。

三、核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅发行人产品相关行业的研究报告；
- 2、查阅发行人相关竞争对手的年报及公告；
- 3、访谈发行人各业务的负责人，了解产品渠道情况和产品特点；
- 4、访谈发行人客户，了解发行人的竞争优势。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人核心产品是移动照明产品，在移动照明领域属于一线厂商，在非洲市场有一定的竞争优势，产品和渠道被替代的风险较小。发行人的 LED 封装业务、固定照明业务相比同行业上市公司，在规模和品牌等方面差距较大，发行人采取的策略是专注于细分市场和特定渠道，尽量避免与大型公司的正面竞争，产品和渠道被替代的风险较小。发行人光伏电池组件业务的产能和资金实力较同行业上市公司差距大，且组件技术与相关设备更新较快，若发行人不能及时投入新设备扩大产能，产品和渠道存在被替代的风险。

口罩为新增业务，发行人的经验和渠道不足，但随着疫情扩散，口罩需求增

加，发行人该业务被替代的风险较小。

发行人已在招股说明书就发行人与同行业竞争对手的核心竞争力、市场地位的比较进行了披露，并就发行人各子行业与同行业竞争对手存在的差距和短板、发行人的产品和渠道是否面临被替代的风险进行了针对性披露，披露的内容真实、准确、客观。

问题 1-3：披露近年来公司主要产品和业务模块变化较快、变动较大的原因及合理性、是否需要技术储备和技术积累，补充披露未来的发展规划、发展方向以及定位，是否聚焦于现有业务，是否存在继续业务转型的计划。

一、发行人披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/一、发行人主营业务情况/(三)公司设立以来主营业务、主要产品和主要经营模式的演变情况/2、主要产品的演变情况”中补充披露如下：

发行人成立于 2004 年，以移动照明业务起家，2014 年进入 LED 封装业务，2015 年介入固定照明业务，2016 年探索光伏电池组件业务并逐步发展，2020 年因新冠疫情响应政府号召从事口罩业务。

移动照明和固定照明均属于照明应用领域，只是应用场景不同，固定照明业务作为移动照明业务的补充和扩展，公司拥有一定的技术储备和积累。LED 封装与移动照明、固定照明同属于照明行业，是照明应用的上游产业，是公司照明业务产业链的纵向延伸，是制造业发展的合理需求。

公司主要业务是移动照明，销售区域主要是世界缺电地区。为帮助客户解决电力难题，公司探索离网电能供给，光伏电池组件是最佳选择。2016 年，光伏行业的技术已经非常成熟，公司抓住契机探索小功率光伏电池组件，作为移动照明产品的电能补充，增加公司产品竞争力，并创造新的利润点。因此，公司从事光伏电池组件业务，是原有照明业务的横向扩展和创新。随着光伏电池组件技术的积累，2018 年引入大功率组件自动化生产线，公司抓住清洁能源发展的契机，在光伏业务持续深入，巩固和发展新利润点。

因此，公司除口罩之外的新增业务均是围绕原有业务的横向扩展和纵向延伸，是符合制造业的发展逻辑和创新方向的。而口罩业务，是因突发的公共事件，响应政府号召而新增的业务。

为坚持公司的发展战略，公司依然着重发展照明行业和光伏行业，加大对 LED 封装、照明应用、光伏电池组件业务的投入，加深对上述业务的渠道开拓，加强核心竞争力。在 LED 封装方面，公司将继续深耕定制化市场，持续购置更先进的设备，加强销售团队和渠道的建设。在照明应用方面，公司将提高生产设备的自动化程度，在巩固境外市场的同时，加强境内市场的开拓。在光伏电池组件方面，公司将购置更先进的组件生产线，扩大产能，生产更大功率的组件。在口罩方面，发行人未来无新增口罩设备计划，重点加强境外市场开拓，深挖原有业务渠道的口罩需求，积极开拓新渠道，特别加大境内渠道的开拓，打造口罩防护品牌。

因此，公司依然聚焦于现有业务，不存在业务转型的计划。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、访谈发行人董事长，了解公司发展规划；
- 2、访谈发行人技术总监，了解产品技术情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人深耕照明行业，并持续聚焦主业，以移动照明业务起家，开拓固定照明是横向拓展，发展 LED 封装业务是纵向延伸；光伏电池组件业务是移动照明业务的补充和创新，有助于提升原有产品的竞争力，并创造新的利润点。发行人将持续聚焦照明业务和光伏业务，不存在业务转型的计划。

口罩业务是响应政府号召而新增的业务，是发行人履行社会责任的体现，并非主观的业务转型。

问题 2.关于 LED 封装业务收入

申报材料显示，LED 封装企业木林森、鸿利智汇、瑞丰光电 2019 年、2020 年 1-6 月收入持续大幅下滑，2020 年 1-6 月国星光电、汇大光电也出现大幅下滑，而发行人 2019 年、2020 年 1-6 月该业务收入上升。发行人解释为该行业集中度低，发行人规模较小且在细分领域有优势，受行业结构和产能过剩影响较小，针对中小客户群体，产线灵活可以承接小批量订单。2020 年 1-6 月 LED 封装行业受新冠肺炎疫情影响，同行业可比公司营业收入有所下滑。发行人 LED 封装

业务受疫情影响也延迟复工,但复工复产后,发行人积极排产,充分发挥定制化、小单化的竞争优势,使得发行人的 LED 封装业务实现小幅增长。申报材料显示,报告期内,发行人 LED 封装毛利率高于同行业可比公司。

请发行人补充披露:

(1) LED 封装市场细分领域优势的具体体现,主要产品与行业其他规模企业产品技术优劣势,获客渠道与信息来源,发行人受行业结构和产能过剩影响较小的合理性;

(2) 针对小批量市场为主的市场其生产规模化生产的优劣势、因小批量订单调整生产线的成本,能拥有高于同行业的产品毛利率的合理性;

(3) 下游相关客户规模较小,在 LED 封装市场竞争加剧下其回款的周期及其合理性;

(4) 该业务的前十大客户情况(地区、名称、金额、占比、合作期限、成立时间)、客户分层情况和各期变动情况及其合理性等;

(5) 该业务人均产能与同行业的差异情况及其合理性,2018 年人均产能大幅上升且之后持续上升的原因及其合理性;

(6) 2020 年发行人恢复排产能够优于同行业规模企业的合理性,在疫情影响下多数中小客户受市场、资金等的影响较大,发行人下游客户规模较小但能迅速克服疫情影响并向发行人下单的合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见,结合国内 LED 封装竞争情况及对应的市场情况,说明对发行人上述业务的发展及其合理性、真实性是否予以必要的关注和核查,相关核查是否足以支持该业务收入和成本真实性、完整性和准确性的判断。

【回复】

问题 2-1: LED 封装市场细分领域优势的具体体现,主要产品与行业其他规模企业产品技术优劣势,获客渠道与信息来源,发行人受行业结构和产能过剩影响较小的合理性。

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/(三)公司主营业务的行业竞争地位/1、竞争情况”中补充披露如下:

发行人 LED 封装业务由子公司晶锐光电负责，生产基地位于深圳，具有多年的 LED 封装生产和销售经验，技术成熟，发行人主要通过客户介绍、专业展会、行业信息来拓展客户并获取订单。

金源照明的 LED 封装属于照明应用领域，生产技术发展较为成熟，发行人产品生产技术与行业内其他企业不存在重大差异。照明应用产品根据尺寸大小、色温、电压、光效等指标，规格不一，品种多样，同一规格产品有较高的同质化。在实际生产中，针对不同规格的产品，需要针对性地调整设备参数和配备相应的原材料（如不同的发光芯片、不同的色粉等），规模较大的生产企业如木林森、瑞丰光电等，在承接订单方面一般不考虑小规模订单。因需求的多样性和生产规模的特定，LED 封装生产端大致分为承接规模化订单的大型生产厂商和承接定制化小订单的中小型生产厂商，发行人属于后者。在该细分领域，公司的竞争优势为：1）持续投入新设备，生产效率显著提高，良品率不断提升；2）产线灵活调整，不仅可以承接小批量订单（公司最小订单为千元级别，一般订单为万元级别），还可以根据客户对光效、色温、尺寸等方面的需求定制产品，并及时交付，在中小客户群体具有一定的竞争优势：

项目	常规标准	非常规指标	特殊工艺
尺寸大小	2835	4223/5252/4010/5630/4014	选取不同尺寸的芯片
色温	2800-6500K	小于 2800K,大于 6500K	调配色粉
电压	3V	6V、9V、18V、36V	多个芯片组合
光效	150-200LM/W	200-230LM/W	选取芯片、荧光粉配比等

相对于标准化产品，定制化产品可以按照客户的需求,为其设计和生产个性化的产品,显著提高产品差异化程度,提高顾客的满意度和忠诚度，定制化相对于标准化产品更受客户青睐。报告期内发行人重点开发定制化市场，受行业结构性产能过剩影响较小，原因合理。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取行业研究报告了解 LED 封装行业情况；
- 2、访谈发行人营销总监，了解发行人 LED 封装产品技术水平、业务开拓模式、竞争优劣势等情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人在 LED 封装市场具有一定的竞争优势，行业技术水平较为成熟，主要通过客户介绍、专业展会、行业信息来拓展客户并获取订单，公司受行业结构和产能过剩影响较小的原因真实合理。

问题 2-2：针对小批量市场为主的市场其生产规模化生产的优劣势、因小批量订单调整生产线的成本，能拥有高于同行业的产品毛利率的合理性；

一、发行人补充披露

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/十、经营成果分析/（三）毛利及毛利率分析/7、同行业可比上市公司主营业务毛利率比较”中补充披露如下：

LED 封装市场一般分为大订单规模化市场和小订单定制化市场，规模大的生产厂商出于产线的考虑，一般不承接定制小订单，此外，大厂商为扩大市场，以数量优先，“薄利多销”。然而，照明企业众多，产品规格多样，小订单和定制化产品存在一定的市场需求，且 LED 灯珠价格低，在照明器具产品中的成本占比不高，相比于价格，定制化小订单对定制规格、交货时间有更高的要求。例如：

广东欧曼科技股份有限公司从发行人采购的产品主要为 2835/5050 规格（2835 为常规尺寸规格，5050 为非常规尺寸规格），用于生产高端灯带出口欧美。该灯带用于工程项目，对产品质量和出光的一致性和延续性有较高的要求，要求灯珠的颜色特定和高显指（显指>90，常规产品显指在 70 左右）。

深圳市兴连鑫光源有限公司和深圳市丽馨光电科技有限公司从发行人采购的产品用于广告发光字和广告背光源，客户为确保发光字（光源）出光色的一致性和延续性，保证同一地区相同品牌使用的广告灯牌显示效果一致，会定制特定的颜色、显指、色温等。

东莞明凌电子科技有限公司从发行人采购的产品主要为 4223 规格，是发行人根据客户要求特制的规格型号。客户采购该产品主要用于圣诞节氛围灯，为能适用多变的户外环境，客户要求产品采用抗硫化、抗氧化性能更强的 99.99%的金线封装，而非常规合金线封装。

金源照明在小订单定制化市场中有较强的竞争优势，通过持续投入设备保证

产线先进性和灵活调整产线来保证产品质量和及时交货,以满足定制化小订单市场的要求,产品销售能获得一定的溢价,因此能获得略高于同行业的毛利率,符合商业逻辑,真实合理。

二、核查情况

(一) 核查程序

1、访谈发行人销售总监,了解发行人 LED 封装产品技术水平、竞争劣势等情况;

2、查阅同行业可比公司年报等公开资料,对比分析发行人该产品的毛利率水平;

3、访谈客户了解公司的产品价格情况和竞争优势。

(二) 核查意见

经核查,申报会计师认为,发行人 LED 封装业务在定制化小订单市场具有设备先进、产线灵活的竞争优势,产品价格有一定的溢价,其产品毛利率略高于同行业符合商业逻辑,是真实合理的。

问题 2-3: 下游相关客户规模较小,在 LED 封装市场竞争加剧下其回款的周期及其合理性

一、发行人补充披露

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/十一、资产质量分析/(二)资产周转能力分析”中补充披露如下:

LED 封装下游客户为 LED 照明应用企业,若按收入规模将 LED 照明应用企业分层,大致可以分为三层:(1)大型企业,数十亿收入,如欧普照明、佛山照明等;(2)中型企业,数亿收入,如久量股份;(3)小型企业,亿元以下,数量众多。发行人下游客户为中小型企业,报告期内各期前十大客户中部分客户 2019 年收入约 3 亿元,半数客户销售收入近亿元。根据行业惯例,发行人根据客户经营情况给予一定的账期,报告期内发行人 LED 封装业务周转率分别为 6.61、4.62、3.37 和 1.24,受行业竞争影响,应收账款周转率逐步回落至行业平均水平,并与行业趋势基本一致。具体情况如下:

单位：次

证券代码	证券简称	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
002745.SZ	木林森	6.03	6.52	4.67	1.76
002449.SZ	国星光电	5.71	5.92	6.07	2.12
300219.SZ	鸿利智汇	5.38	4.14	3.55	1.47
300241.SZ	瑞丰光电	3.41	3.12	2.89	1.20
300303.SZ	聚飞光电	2.92	2.83	2.86	1.18
在审	穗晶光电	2.90	3.61	3.75	1.56
836051.OC	汇大光电	2.75	2.22	2.63	0.80
平均值		4.16	4.05	3.77	1.44
金源照明 LED 封装业务		6.61	4.62	3.37	1.24

发行人客户回款情况与同行业其他企业不存在重大差异，回款周期合理。

二、核查情况

（一）核查程序

获取发行人财务报表，计算分析发行人 LED 封装产品应收账款周转率，并与同行业可比公司年报披露的周转率情况进行对比分析，访谈发行人主要客户了解其经营规模情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人 LED 封装产品回款周期是真实合理的。

问题 2-4：该业务的前十大客户情况（地区、名称、金额、占比、合作期限、成立时间）、客户分层情况和各期变动情况及其合理性等；

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/（二）前十大客户销售产品情况”中补充披露如下：

发行人 LED 封装产品前十大客户情况如下：

单位：万元

年度	序号	地区	客户名称	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2020 年 1-6 月	1	中国境内	深圳市兴连鑫光源有限公司	296.23	6.73%	2019 年至今	2008/8/13
	2	中国境内	东莞市明凌电子科技有限公司	279.91	6.36%	2018 年至今	2007/10/31

年度	序号	地区	客户名称	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	3	中国境内	深圳市丽馨光电科技有限公司	233.47	5.30%	2016年至今	2011/9/9
	4	中国境内	广东欧曼科技股份有限公司	222.64	5.06%	2016年至今	2009/6/22
	5	中国境内	深圳市翔一光电有限公司	179.51	4.08%	2017年至今	2017/3/1
	6	中国境内	浙江佐朗光电科技有限公司	171.54	3.90%	2015年至今	2015/4/15
	7	中国境内	东莞市立德达光电科技有限公司	154.47	3.51%	2019年至今	2015/3/9
	8	中国境内	晨辉光宝科技股份有限公司	135.26	3.07%	2018年至今	2015/9/10
	9	中国境内	浙江嘉尔光电科技有限公司	124.97	2.84%	2018年至今	2015/6/1
	10	中国境内	深圳市鑫盛凯光电有限公司	115.65	2.63%	2016年至今	2004/4/20
	合计			1,913.66	43.47%	-	-
2019年度	1	中国境内	广东欧曼科技股份有限公司	585.12	5.57%	2016年至今	2009/6/22
	2	中国境内	深圳市兴连鑫光源有限公司	578.74	5.51%	2019年至今	2008/8/13
	3	中国境内	浙江佐朗光电科技有限公司	519.04	4.94%	2015年至今	2015/4/15
	4	中国境内	深圳市翔一光电有限公司	449.71	4.28%	2017年至今	2017/3/1
	5	中国境内	东莞市明凌电子科技有限公司	412.46	3.93%	2018年至今	2007/10/31
	6	中国境内	浙江嘉尔光电科技有限公司	404.11	3.85%	2018年至今	2015/6/1
	7	中国境内	深圳市好易佳科技有限公司	352.93	3.36%	2019年至今	2008/7/9
	8	中国境内	深圳市皓璟照明科技有限公司	331.33	3.15%	2016年至今	2010/9/6
	9	中国境内	深圳市鑫盛凯光电有限公司	315.60	3.01%	2016年至今	2004/4/20
	10	中国境内	晨辉光宝科技股份有限公司	303.22	2.89%	2018年至今	2015/9/10
	合计			4,252.27	40.49%	-	-
2018年度	1	中国境内	广东欧曼科技股份有限公司	536.25	7.10%	2016年至今	2009/6/22
	2	中国境内	深圳市世达威光电有限公司	415.36	5.50%	2016年至今	2011/6/10
	3	中国境内	深圳市翔一光电有限公司	309.77	4.10%	2017年至今	2017/3/1

年度	序号	地区	客户名称	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	4	中国境内	深圳市鑫盛凯光电有限公司	300.57	3.98%	2016年至今	2004/4/20
	5	中国境内	宁波市品诚照明科技有限公司	295.94	3.92%	2016年至今	2011/12/19
	6	中国境内	深圳市必拓电子股份有限公司	230.33	3.05%	2014年至今	2003/7/11
	7	中国境内	宁波朗格照明电器有限公司	227.07	3.00%	2014年至今	2009/12/22
	8	中国境内	深圳市亿量光电科技有限公司	199.96	2.65%	2015年至今	2010/1/28
	9	中国境内	深圳日上光电有限公司	181.01	2.40%	2017-2019年	2007/3/30
	10	中国境内	深圳新生派科技有限公司	173.97	2.30%	2017年至今	2014/9/18
	合计			2,870.24	37.98%	-	-
2017年度	1	中国境内	深圳市世达威光电有限公司	326.99	6.91%	2016年至今	2011/6/10
	2	中国境内	深圳市鑫盛凯光电有限公司	278.98	5.89%	2016年至今	2004/4/20
	3	中国境内	宁波东隆光电科技有限公司	258.74	5.47%	2015年至今	2006/10/9
	4	中国境内	深圳市皓璟照明科技有限公司	258.65	5.46%	2016年至今	2010/9/6
	5	中国境内	宁波朗格照明电器有限公司	195.67	4.13%	2014年至今	2009/12/22
	6	中国境内	广东欧曼科技股份有限公司	193.60	4.09%	2016年至今	2009/6/22
	7	中国境内	深圳市必拓电子股份有限公司	157.29	3.32%	2014年至今	2003/7/11
	8	中国境内	深圳市丽馨光电科技有限公司	131.83	2.78%	2016年至今	2011/9/9
	9	中国境内	深圳新生派科技有限公司	119.82	2.53%	2017年至今	2014/9/18
	10	中国境内	深圳市飞鹤电子有限公司	114.53	2.42%	2015年至今	2006/7/24
	合计			2,036.10	43.01%	-	-

发行人 LED 封装产品客户分层情况如下：

单位：万元、个

收入区间	主要指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总销售收入		4,402.50	10,502.15	7,556.94	4,733.80

收入区间	主要指标	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总客户数量		172	242	213	205
200 万元 以上	客户数量	4	12	7	4
	合计销售金额	1,032.25	4,779.26	2,315.30	1,123.36
	客户数量占比	2.33%	4.96%	3.29%	1.95%
	销售金额占比	23.45%	45.51%	30.64%	23.73%
50-200 万元	客户数量	19	40	30	21
	合计销售金额	1,968.31	4,114.52	3,210.01	2,042.39
	客户数量占比	11.05%	16.53%	14.08%	10.24%
	销售金额占比	44.71%	39.18%	42.48%	43.14%
10-50 万元	客户数量	45	60	67	56
	合计销售金额	1,163.43	1,320.11	1,696.14	1,289.19
	客户数量占比	26.16%	24.79%	31.46%	27.32%
	销售金额占比	26.43%	12.57%	22.44%	27.23%
10 万元 以下	客户数量	104	130	109	124
	合计销售金额	238.51	288.27	335.49	278.86
	客户数量占比	60.47%	53.72%	51.17%	60.49%
	销售金额占比	5.42%	2.74%	4.44%	5.89%

2017-2019 年，随着收入规模的增长，公司产品在行业内形成了良好的品牌声誉，产品质量和客户服务获得认可，200 万元以上的客户数量和对其的销售收入占比稳步增加；50-200 万元的销售金额占比稳定在 40%左右；因较大客户销售金额占比逐步提升，10-50 万元以及 10 万元以下的销售金额占比逐步下降；公司立足定制化小订单市场，单个客户销售金额小，10 万元以下的客户是本公司主要的客户群体，数量占比在 50-60%区间。2020 年 1-6 月为半年度数据不具有可比性。

上述变动符合公司经营情况，真实合理。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人收入明细表；
- 2、获取发行人主要客户的工商登记资料，查询工商登记信息；
- 3、对发行人主要客户进行走访、函证，对主要销售内容、金额等进行核实

确认；

4、与营销总监访谈了解和主要客户的合作相关情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人 LED 封装业务各期前十大客户情况披露真实、准确，客户分层及其变动情况真实合理。

问题 2-5：该业务人均产能与同行业的差异情况及其合理性，2018 年人均产能大幅上升且之后持续持续上升的原因及其合理性。

一、发行人补充披露

经查询，同行业公众公司的年报和在审企业的招股说明书等公开资料未披露同行业公司 LED 封装人均产量数据，也未披露 LED 封装业务对应的生产人员数量，因此无法直接获取同行业 LED 封装人均产量情况，亦无法间接推算出人均产量情况，未能对比分析。

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/（三）公司主营业务的行业竞争地位/1、竞争情况”中补充披露如下：

2017 年至今，发行人持续购置新设备，不断扩大产能，人均产量大幅提升且持续提升的原因有：（1）随着工业制造技术的提升，新购设备更加先进，生产效率更高；（2）LED 封装生产已经实现全流程自动化，随着设备数量的提升，人均管理设备数量也随着提升，人均效率进一步提高。

二、核查情况

（一）核查程序

1、获取发行人员工花名册和 LED 封装产量数据，计算 LED 封装人均产量情况；

2、查阅了可比公司招股书和年报等公开资料，经核查可比公司未披露 LED 封装人均产量情况；

3、访谈发行人生产负责人，了解公司人均产量变动原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，可比公司未披露 LED 封装人均产量情况，无法与发行人人均产量情况进行对比分析；发行人 2018 年人均产量大幅上升且之后

续持续上升的原因是发行人持续新增设备，人均产量提高，原因真实合理。

问题 2-6：2020 年发行人恢复排产能够优于同行业规模企业的合理性，在疫情影响下多数中小客户受市场、资金等的影响较大，发行人下游客户规模较小但能迅速克服疫情影响并向发行人下单的合理性。

一、发行人补充披露

经查询，同行业公众公司的公告和在审企业的招股说明书等公开资料未披露同行业公司恢复排产情况。

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/十、经营成果分析/（一）营业收入构成及变动分析/2、主营业务收入按产品类别划分”中补充披露如下：

发行人下游客户规模较小但能迅速克服疫情影响并向发行人下单的原因如下：

1、发行人 LED 封装客户基本在国内，2020 年 1 月，国内爆发新冠肺炎疫情，但到 2 月底基本已经控制，各类企业逐步复工复产，新冠肺炎疫情对内销为主的企业影响较小；

2、发行人重点开发定制化市场，产品用途广，客户分散，风险较小，2020 年 1-6 月公司 LED 封装客户数量为 172 个，单个客户平均销售金额为 25 万元，新冠肺炎疫情的爆发对个别客户造成影响并不足以影响公司整体的销售规模，同时公司也不断拓展新的客户，2020 年 1-6 月新增客户数量为 48 家，新增客户的销售额为 212.42 万元。

二、核查情况

（一）核查程序

1、核查发行人 LED 封装业务收入明细表，对比分析发行人客户数量增长变化情况；

2、访谈营销总监了解发行人下游客户规模较小但能迅速克服疫情影响并向发行人下单的合理性；

3、查阅同行业公众公司的公告和在审企业的招股说明书等公开资料，经核查，均未披露疫情后恢复排产情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人客户主要在国内，客户数量较多，客户平均采购金额较低，公司也在不断开发新的客户，国内疫情控制情况较好，因此疫情对下游客户影响有限，原因真实合理。

问题 2-7：保荐机构和申报会计师对发行人 LED 封装业务的发展及其合理性、真实性的核查程序和核查意见。

一、核查程序

1、获取发行人财务报表和销售收入明细表，了解发行人 LED 封装销售收入变动情况；

经核查，发行人 2017 年、2018 年和 2019 年 LED 封装收入分别为 4,733.80 万元、7,556.94 万元和 10,502.15 万元，逐年增加，主要原因是公司根据市场拓展情况积极增设生产线，公司 LED 封装业务产能、产量、销量逐年增加。2020 年上半年，封装业务收入 4,402.50 万元，同比增长 3.92%；

2、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、裁判文书网、百度等网站，查询报告期内发行人 LED 封装主要客户工商信息，了解其成立时间、注册资本和主营业务情况，与发行人业务合作过程中的诉讼纠纷情况等，分析客户的真实性和经营情况；

3、对发行人 LED 封装主要客户进行单据核查，抽取其主要客户的销售记录，并逐笔追查至订货单（合同）、出库单、销售发票等资料，核对其信息的一致性。经核查，报告期内发行人上述各项单据信息匹配一致。2017 至 2020 年 1-6 月单据核查的 LED 封装客户在报告期内的销售占比分别为 61.18%、55.83%、57.97% 和 64.04%；

4、对发行人 LED 封装主要客户进行函证，了解其与发行人在报告期内的交易情况。2017 至 2020 年 1-6 月函证回函的 LED 封装客户在报告期内的销售占比分别为 76.89%、70.98%、60.49% 和 83.54%。2019 年 LED 封装客户回函率较低，主要原因系 2020 年 1-3 月正值国内疫情处于大爆发期间，部分客户延期复工，未能回函，针对未回函的客户中介机构实施了替代测试程序，检查销售合同

或协议、销售出库单、发票、签收单等原始凭据，核查发行人与客户的往来对账情况以及客户期后回款情况。发行人 LED 封装主要客户不存在异常情况；

5、对发行人 LED 封装主要客户进行访谈，了解其主营业务、经营规模、业务模式等基本情况，询问其与公司的业务合作历史及报告期内的交易金额、业务合作细节、与发行人的关联关系等。访谈的 LED 封装客户在报告期内的销售占比分别为 38.79%、31.89%、36.04%和 37.53%。发行人 LED 封装主要客户不存在异常情况；

6、访谈发行人采购部门及生产部门负责人，了解报告期内 LED 封装主要原材料采购价格、生产工艺以及产量变化情况，了解主要生产设备的投入使用情况；

7、检查报告期成本计算表、入库单、领料单、出库单、工资表、水电费耗用表、采购合同、发票、付款单据及银行流水记录等原始资料，与各期明细账、记账凭证相核对，印证成本费用的发生及结转具有真实的原始证据支撑，确认产品成本归集及结转的真实性及相关会计核算的合规性；

8、编制存货成本倒轧表，以确认其成本核算的合规性及准确性；

9、对存货的出入库情况执行截止性测试，核实产品成本费用核算是否存在跨期的情况，核实存货的真实性、完整性；

10、对报告期内发行人的主要存货执行存货计价测试，以核实存货计量与结转的准确性；

11、查阅同行业上市公司的毛利率，并与发行人的毛利率情况对比分析。

二、核查意见

申报会计师会同保荐机构对发行人 LED 封装业务的发展及其合理性、真实性予以了必要的关注和核查，相关核查手段充分，发行人该业务收入和成本真实、完整和准确。

问题 3.关于光伏电池组件收入

申报材料显示，发行人光伏电池组件由 2017 年的 924 万元增长至 2019 年的 9,303 万元，2020 年上半年为 4,055 万元，其中大功率组件收入分别为 140.36 万元、898.63 万元和 7,198.83 万元。2019 年发行人大功率光伏电池组件前十大客户销售金额为 5,464.61 万元，单个客户平均销售金额为 546.46 万元，其中九

家为新增客户。

请发行人补充披露：

(1) 光伏电池组件各期前十大客户情况（地区、名称、渠道、金额、占比、合作期限、成立时间）；

(2) 该产品的主要运用领域，发行人与同行业公司的收入变化的差异情况及其合理性，2019 年收入大幅增加且集中于新客户且单客户金额大幅上升的原因及其合理性；

(3) 该业务主要客户与发行人其他业务的主要客户是否重叠及原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

问题 3-1 光伏电池组件各期前十大客户情况（地区、名称、渠道、金额、占比、合作期限、成立时间）；

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/(二)前十大客户销售产品情况”中补充披露如下：

发行人光伏电池组件各期前十大客户情况如下：

单位：万元

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2020 年 1-6 月	1	中国境内	正信光电科技股份有限公司	直销	993.92	24.51%	2020 年至今	2006/7/26
	2	中国境内	上海沐宸新能源有限公司	直销	587.87	14.49%	2020 年至今	2015/9/28
	3	中国境内	广东博通新能源科技有限公司	直销	418.59	10.32%	2020 年至今	2017/10/16
	4	泰国	环球之光有限公司	经销	264.09	6.51%	2015 年至今	2015/12/1
	5	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	144.09	3.55%	2010 年至今	1986/9/24

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	6	摩洛哥	圣亚汽车配件实业有限公司	经销	129.16	3.18%	2019 年至今	2010/11/30
	7	泰国	通阳技术有限公司	经销	122.17	3.01%	2020 年至今	2015/4/20
	8	中国境内	汕头市金硅新能源科技有限公司	直销	113.69	2.80%	2018 年至今	2017/5/31
	9	中国境内	深圳市艾达新能源有限公司	直销	92.38	2.28%	2020 年至今	2014/9/4
	10	尼日利亚	七芝国际贸易公司	经销	91.47	2.26%	2017 年至今	2001/7/11
	合计				2,957.42	72.92%	-	-
2019 年度	1	中国境内	协鑫集成科技股份有限公司	直销	1,344.41	14.45%	2019 年至今	2003/6/26
	2	中国境内	宜兴市杰诺瑞新能源科技有限公司	经销	948.27	10.19%	2019 年度	2017/1/24
	3	中国境内	深圳超太新能源科技有限公司	经销	841.92	9.05%	2019 年至今	2019/7/4
	4	中国境内	深圳英利新能源有限公司	直销	822.49	8.84%	2019 年至今	2013/3/28
	5	中国境内	广东尚恒能源发展有限公司	直销	533.81	5.74%	2019 年至今	2014/7/11
	6	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	498.23	5.36%	2007 年至今	2006/12/1
	7	中国境内	汕头市中光新能源科技有限公司	直销	395.10	4.25%	2019 年至今	2018/2/14
	8	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	302.15	3.25%	2015 年至今	2010/1/8
	9	尼日利亚	狮王贸易公司	经销	295.79	3.18%	2016 年至今	2011/7/12
	10	中国境内	汕头市金硅新能源科技有限公司	直销	254.88	2.74%	2018 年至今	2017/5/31
	合计				6,237.04	67.04%	-	-

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2018 年度	1	中国境内	汕头市金硅新能源科技有限公司	直销	499.29	22.84%	2018 年至今	2017/5/31
	2	澳大利亚	欧史米有限公司	经销	322.62	14.76%	2014 年至今	2014/10/27
	3	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	179.31	8.20%	2015 年至今	2010/1/8
	4	尼日利亚	七芝国际贸易公司	经销	173.58	7.94%	2017 年至今	2001/7/11
	5	中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	经销	150.67	6.89%	2012 年至今	2010/9/20
		中国香港	萨罗达国际（香港）有限公司	经销	0.80	0.04%	2018 年至今	2017/11/17
		小计			151.48	6.93%		
	6	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	114.73	5.25%	2010 年至今	1986/9/24
	7	印度尼西亚	印尼江记贸易公司	经销	107.44	4.91%	2015 年至今	2005/1/4
	8	尼日利亚	狮王贸易公司	经销	105.17	4.81%	2016 年至今	2011/7/12
	9	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	105.03	4.80%	2014 年至今	2014/3/3
	10	尼日利亚	速利国际贸易公司	经销	84.02	3.84%	2017-2018 年度	2013/2/21
	合计				1,842.67	84.29%	-	-
2017 年度	1	中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	经销	216.25	23.39%	2012 年至今	2010/9/20
	2	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	144.41	15.62%	2015 年至今	2010/1/8
	3	印度尼西亚	印尼江记贸易公司	经销	127.18	13.76%	2015 年至今	2005/1/4
	4	尼日利亚	狮王贸易公司	经销	108.81	11.77%	2016 年至今	2011/7/12

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	5	尼日利亚	七芝国际贸易公司	经销	90.58	9.80%	2017 年至今	2001/7/1
	6	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	61.94	6.70%	2007 年至今	2006/12/1
	7	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	39.85	4.31%	2014 年至今	2014/3/3
	8	尼日利亚	速利国际贸易公司	经销	38.90	4.21%	2017-2018 年度	2013/2/21
	9	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	32.21	3.48%	2014 年至今	2014/2/5
	10	中国香港	香港信佳电子科技有限公司	经销	22.46	2.43%	2017-2018 年	2012/5/10
	合计				882.60	95.47%	-	-

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人收入明细表；
- 2、获取发行人主要客户的工商登记资料，查询工商登记信息；
- 3、对发行人主要客户进行走访、函证，对主要销售内容、金额等进行核实确认；
- 4、与营销总监访谈了解和主要客户的合作相关情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人光伏电池组件各期前十大客户情况披露真实、准确。

问题 3-2 该产品的主要运用领域，发行人与同行业公司收入变化的差异情况及其合理性，2019 年收入大幅增加且集中于新客户且单客户金额大幅上升的原因及其合理性

一、发行人补充披露

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/十、经营成果分析/（一）营业收入构成及变动分析/2、主营业务收入按产品类别划分”中补充披露如下：

根据光伏电池组件功率大小不同，发行人小功率光伏电池组件主要作为移动照明产品的配套能源使用，大功率光伏电池组件主要应用于光伏发电。

全球光伏电池组件 2019 年前十出货量厂商依次为：晶科能源、晶澳科技、天合光能、隆基股份、阿特斯、韩华 Q-Cells、东方日升、尚德、正泰、苏州腾晖。除韩华 Q-Cells 外，其他厂商均为中国企业。韩华 Q-Cells、尚德为非上市公司，晶科能源、阿特斯在美国上市，年报未具体披露组件业务，其他厂商均已在 A 股上市，因此选取其他公司的组件业务收入作为参考。具体如下：

单位：亿元

公司	2020 年 1-6 月	同比	2019 年	同比	2018 年	同比	2017 年
晶澳科技	97.41	21.35%	194.34	8.49%	179.14	-2.82%	184.33
天合光能	90.39	31.15%	163.95	14.28%	143.46	-33.82%	216.77
隆基股份	124.14	49.16%	145.7	11.30%	130.91	42.68%	91.75
东方日升	61.26	27.58%	114.9	61.81%	71.01	-1.39%	72.01
正泰电器	-	-	56.2	-10.02%	62.46	18.56%	52.68
中利集团	10.58	-34.10%	31.43	-23.10%	40.87	-12.89%	46.92
金源照明	0.41	55.54%	0.93	325.58%	0.22	136.47%	0.09

注：正泰电器 2020 年中报未披露组件业务；苏州腾晖是中利集团的子公司。

相比上述公司，发行人收入规模小。报告期内，发行人光伏电池组件收入规模增长较快的原因是，公司 2018 年引进大组件自动化生产线，生产能力得到较大提高，收入大幅增加；2019 年引入经验丰富的光伏电池组件生产和销售人员，进一步提升了该生产线的运行效率和拓展了销售渠道，收入进一步增加：新增 3 名骨干人员，光伏行业从业年限超过 10 年，曾在江西赛维 LDK 太阳能高科技有限公司或无锡尚德太阳能电力有限公司重要岗位任职，具有丰富的行业经验；同时，新增生产人员 32 人；组建专业销售团队，在 2019 年之前主要由 LED 照明应用业务销售人员兼顾，2019 年组建专职人员 7 人，大部分为本科以上学历，具有三年以上相关工作经验。

2020 年上半年，光伏平价时代来临，全球光伏组件销量大增，发行人满负荷生产光伏组件，而 2019 年上半年大功率组件生产线产能属于爬坡状态，因此 2020 年组件收入增幅较大。

2019 年发行人光伏电池组件收入及单个客户销售金额增长变化情况如下：

单位:万元

项目	2019 年度	增幅	2018 年度
光伏电池组件销售收入	9,303.90	325.58%	2,186.17
其中：大功率光伏电池组件销售收入	7,198.83	701.09%	898.63
小功率光伏电池组件销售收入	2,105.07	63.50%	1,287.54
大功率光伏电池组件客户数量（个）	50	354.55%	11
小功率光伏电池组件客户数量（个）	41	41.38%	29
大功率光伏电池组件客户平均销售金额	143.98	76.24%	81.69
小功率光伏电池组件客户平均销售金额	51.34	15.64%	44.40

2019 年小功率组件客户平均销售金额增幅为 15.64%，是因为产品推广效果好，客户认可度高，增加订单。

2019 年大功率组件客户平均销售金额增幅较大，为 76.24%，主要原因是 2019 年引进经验丰富的生产和销售团队，开发了新客户且订单较大。

2019 年新增客户销售额为 7,019.11 万元，其中大功率组件新增客户销售额为 6,686.58 万元，大功率组件的新增客户平均销售金额为 151.97 万元，大功率组件新增客户是导致发行人 2019 年收入集中于新客户且单个客户金额大幅上升的主要原因。2019 年发行人大功率光伏电池组件生产能力大幅提升，销售人员逐步优化，发行人重点拓展国内光伏发电市场，单个客户需求量较大，导致新增客户增长较多且采购金额较大。

二、核查情况

（一）核查程序

1、获取并分析发行人收入明细表，分析发行人报告期内光伏电池组件收入变动原因；

2、访谈发行人营销负责人，了解发行人光伏电池组件的运用领域和收入增长变动原因；

3、获取发行人员工花名册，了解光伏电池组件员工变化情况；

4、查阅可比公司公开资料，对比分析其与发行人光伏电池组件收入增长变动差异情况；

5、获取与确认光伏电池组件收入相关的合同、发票、出库单、报关单、货运提单、提货确认单等资料，核查光伏电池组件业务收入的真实性；

6、函证光伏电池组件客户，函证收入的比例为 79.75%、79.30%、81.42% 和 83.36%；

7、走访光伏电池组件客户，走访涉及的收入比例为 70.75%、73.13%、61.20% 和 59.38%。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人的光伏电池组件的主要运用领域信息披露真实；发行人与同行业公司的收入变动差异原因真实合理；2019 年收入大幅增加且集中于新客户且单个客户金额大幅上升的原因真实合理。

问题 3-3 该业务主要客户与发行人其他业务的主要客户是否重叠及原因。

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/(二) 前十大客户销售产品情况”中补充披露如下：

报告期内，发行人光伏电池组件主要客户与其他业务的主要客户存在重叠情况，具体如下：

单位：万元

时间	序号	地区	客户名称	产品类别	销售金额
2020 年 1-6 月	1	泰国	环球之光有限公司	光伏组件	264.09
				照明应用	588.92
	2	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	光伏组件	144.09
				照明应用	340.43
2019 年度	1	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	光伏组件	498.23
				照明应用	1,316.68
2018 年度	1	中国境内	汕头市金硅新能源科技有限公司	光伏组件	499.29
				照明应用	53.88
	2	澳大利亚	欧史米有限公司	光伏组件	322.62
				照明应用	2,275.12
	3	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	光伏组件	144.41
				照明应用	829.57
	4	中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	光伏组件	150.67
				照明应用	864.98

时间	序号	地区	客户名称	产品类别	销售金额
	5	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	光伏组件	114.73
				照明应用	1,853.93
	6	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	光伏组件	105.03
				照明应用	3,672.82
2017 年度	1	中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	光伏组件	216.25
				照明应用	1,731.80
	2	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	光伏组件	144.41
				照明应用	1,055.74
	3	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	光伏组件	61.94
				照明应用	1,985.33
	4	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	光伏组件	39.85
				照明应用	3,186.85
	5	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	光伏组件	32.21
				照明应用	1,012.40

光伏电池组件业务的客户与照明应用业务的客户存在重叠情况，具体为：（1）澳大利亚政府对 LED 照明和光伏电池组件均有节能补贴，澳大利亚客户欧史米有限公司向发行人采购照明应用产品和光伏电池组件；（2）其他重叠客户采购光伏电池组件，作为照明产品的配套，为缺电地区提供离网电力补充。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取并分析发行人收入明细表，了解发行人报告期内各产品主要客户情况；
- 2、走访上述客户了解其与公司的业务合作情况；
- 3、访谈发行人营销总监了解部分客户重叠的原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人光伏电池组件主要客户与发行人其他业务的主要客户存在部分重叠的情形，重叠原因真实合理。

问题 4.关于部分外销收入

申报材料显示，印度地区业务由 2018 年的 1,205.87 万元增加到 3,847.67 万

元，同比增加 2,641.80 万元。其中，存量客户金碧有限公司、赛腾有限公司和印度明利贸易公司加大了采购，2019 年销售收入分别增加 1,594.58 万元、482.74 万元、406.46 万元，此外发行人拓展了香港阿波罗出口有限公司和印度维拉斯有限公司两个新客户，新增收入 196.00 万元。同时，西非法郎处于贬值通道，对该地区的商品进口产生一定的不利影响。

请发行人补充披露：

(1) 报告期主要外销客户是否主要代理销售发行人产品，印度市场主要客户的基本情况、回款情况，是否与发行人同行业公司合作；

(2) 西非国家各期不同业务外销收入及其变动差异的原因；

(3) 移动照明、固定照明和口罩业务各期前十大客户情况（地区、名称、渠道、金额、占比、合作期限、成立时间），是否存在异常情形。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

问题 4-1 报告期主要外销客户是否主要代理销售发行人产品，印度市场主要客户的基本情况、回款情况，是否与发行人同行业公司合作；

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/(一)主要产品的规模和销售情况/3、主营业务收入按地域分类构成情况”中补充披露如下：

报告期内发行人对主要外销客户的销售金额占该外销客户营业收入的比例均低于 50%，报告期内不存在主要外销客户主要代理销售发行人产品的情形。

报告期内发行人印度市场主要客户产品销售及回款情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	当期回款金额	销售金额	当期回款金额占销售金额的比例
2020 年 1-6 月	金碧有限公司	381.68	497.76	76.68%
	印度明利贸易公司	111.63	152.08	73.40%
	香港阿波罗出口有限公司	162.85	143.14	113.77%
	赛腾有限公司	56.55	58.22	97.13%

年度	客户名称	当期回款金额	销售金额	当期回款金额占销售金额的比例
	合计	712.71	851.2	83.73%
2019 年	金碧有限公司	1,865.30	2,278.64	81.86%
	赛腾有限公司	830.34	805.73	103.05%
	印度明利贸易公司	480.3	457.31	105.03%
	香港阿波罗出口有限公司	130.12	185.27	70.23%
	合计	3,306.06	3,726.95	88.71%
2018 年	金碧有限公司	503.52	684.05	73.61%
	赛腾有限公司	342.55	322.65	106.17%
	印度明利贸易公司	199.45	35.42	563.10%
	合计	1045.52	1042.12	100.33%
2017 年度	印度明利贸易公司	102.7	206.22	49.80%
	赛腾有限公司	-	61.28	-
	合计	102.7	267.5	38.39%

上述客户的基本情况如下：

客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
金碧有限公司	2016 年 1 月 22 日	10,000HKD	NiteshKumar-100%(印度籍)	进出口贸易（电池、手电筒、应急灯等产品）
印度明利贸易公司	2012 年 3 月 30 日	10,000HKD	SANDEEPMKCHAR-100%(印度籍)	LED 照明产品相关进出口贸易
香港阿波罗出口有限公司	2003 年 9 月 22 日	2,000,000HKD	PALRakhwinder-100%(中国香港籍)	进出口贸易（手电筒、应急灯等）
赛腾有限公司	2006 年 1 月 18 日	2,000,000HKD	Mitesh Kumar Meghraj JAIN-50% (印度籍) ManojMeghraj JAIN-50%(印度籍)	货物进出口，商品批发贸易

发行人印度市场主要客户与发行人同行业公司存在业务合作，具体情况为：金碧有限公司向金莱特采购体积较大的产品，如马灯、充电风扇等，而向发行人采购的主要为体积较小的充电手电筒、应急灯、探照灯等；印度明利贸易公司、香港阿波罗出口有限公司、赛腾有限公司与长方集团之子公司康铭盛均有合作，相比发行人，其向长方集团采购的产品种类较多，规模较大（如赛腾有限公司 2014 年向康铭盛的采购额为 5,323.16 万元¹）。

¹取自 2015 年长方集团《现金及发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人报告期各期客户名单及销售收入明细表，计算复核前十大外销客户、印度市场主要客户的收入、占比及具体销售情况；
- 2、访谈发行人营销总监，了解发行人与主要客户的合作历史、获得订单的方式、定价情况、发行人对其销售占其当期营业收入比例等信息；
- 3、获取发行人主要客户的工商登记资料，查询工商登记信息；
- 4、访谈主要外销客户，了解其与发行人及同行业公司之间的业务合作情况；
- 5、通过公开信息查询发行人印度客户与同行业公司之间的业务合作情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，报告期发行人主要外销客户除销售发行人产品外，还销售其他公司产品；发行人的印度市场客户与同行业其他公司也存在业务合作；发行人对其销售真实，回款情况良好。

问题 4-2 西非国家各期不同业务外销收入及其变动差异的原因。

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/(一)主要产品的规模和销售情况/3、主营业务收入按地域分类构成情况”中补充披露如下：

报告期内，发行人对西非地区销售的主要国家包含加纳、布基纳法索、科特迪瓦、几内亚、尼日利亚等，前述五个国的销售收入合计占西非地区销售收入的比例为 77.58%、83.42%、91.89%、89.55%，具体情况如下：

单位：万元

国家	产品	2020 年 1-6 月	同比变动	2019 年度	同比变动	2018 年度	同比变动	2017 年度
加纳	移动照明	1,211.50	-28.82%	4,228.79	-12.77%	4,847.67	13.99%	4,252.90
	固定照明	-	-	106.80	4427.23%	2.36	-60.91%	6.04
	光伏电池组件	-	-100.00%	72.66	1007.87%	6.56	3.66%	6.33
	口罩	11.69	-	-	-	-	-	-
	小计	1,223.19	-28.35%	4,408.24	-9.23%	4,856.59	13.86%	4,265.26
布基 纳法 索	移动照明	138.42	-41.45%	1,316.68	-39.30%	2,169.30	12.96%	1,920.37
	固定照明	-	-100.00%	16.02	632.34%	2.19	-96.63%	64.97
	光伏电池组件	74.17	52.16%	498.23	20434.73%	2.43	-96.08%	61.94

国家	产品	2020 年 1-6 月	同比变动	2019 年度	同比变动	2018 年度	同比变动	2017 年度
	小计	212.59	-29.42%	1,830.93	-15.78%	2,173.91	6.19%	2,047.27
科特迪瓦	移动照明	1,104.61	145.44%	1,160.11	-28.64%	1,625.66	22.17%	1,330.62
	固定照明	-	-100.00%	2.51	-58.94%	6.12	-27.38%	8.43
	光伏电池组件	-	-100.00%	20.33	181.31%	7.23	-78.22%	33.18
	口罩	626.44	-	-	-	-	-	-
	小计	1,731.05	266.38%	1,182.95	-27.83%	1,639.01	19.44%	1,372.23
几内亚	移动照明	563.55	-37.52%	1,475.45	-49.24%	2,906.66	0.80%	2,883.49
	固定照明	-	-	0.55	-	-	-100.00%	1.72
	光伏电池组件	-	-100.00%	0.97	32.51%	0.73	-97.47%	28.87
	小计	563.55	-37.58%	1,476.97	-49.20%	2,907.39	-0.23%	2,914.08
尼日利亚	移动照明	64.93	-3.92%	719.03	118.02%	329.80	-65.25%	948.95
	固定照明	48.10	-87.60%	121.91	587.86%	17.72	-12.21%	20.19
	光伏电池组件	102.76	-73.89%	495.25	36.46%	362.94	51.06%	240.25
	口罩	8.53	-	-	-	-	-	-
	小计	224.33	-73.58%	1,336.19	88.08%	710.46	-41.26%	1,209.40
	合计	3,954.71	-	10,235.28	-	12,287.35	-	11,808.24

西非地区由于电力资源匮乏，移动照明因其有较强的便携性，为当地人们生产生活的必需品，因此西非地区对移动照明有较强的刚性需求；固定照明在西非地区整体需求量较少且需求不稳定，各年度变动幅度较大；光伏电池组件作为发行人近几年发展起来的业务，配合移动照明销售可以在一定程度上解决西非地区因缺电而无法充电的难题，随着发行人的积极推广，该产品在西非地区的销售收入总体逐年增加。

除尼日利亚外，2018 年移动照明在西非地区的收入总体呈增加趋势，主要原因是 2018 年西非地区整体经济复苏，多个国家 GDP 均实现大幅增长，如科特迪瓦同比增长 11.90%，布基纳法索同比增长 14.32%，加纳同比增长 11.12%，几内亚同比增长 18.10%，经济的复苏刺激了当地的消费，从而使得 2018 年发行人在该地区的销售收入增长。

除尼日利亚外，2019 年移动照明在西非地区的收入总体呈减少趋势，主要原因是 2019 年-2020 年是非洲的选举大年，大部分国家计划举行包括总统、议会、地方政府等在内的各级选举。非洲部分国家大选周期较长，选举前、中、后期均可能发生选举相关抗议示威、暴力事件。如 2019 年，布基纳法索总理铁巴率领内阁总辞，布基纳法索政府宣告解散，总统卡波雷宣布筹建新政府，举行新

宪法公投；加纳宪法修正案进行全民公投；2020年，几内亚和科特迪瓦选举。前述地区在2019年局部发生恐怖、持枪抢劫案等暴力事件。社会的动荡使得发行人对西非各国的销售收入有不同程度的减少。

尼日利亚主要客户狮王贸易有限公司、七芝国际有限公司主要经营地在尼日利亚北部卡诺地区，该地区2018年骚动加剧，影响销售，导致尼日利亚地区2018年销售收入减少。前述客户于2019年将经营地由卡诺搬迁至经济中心拉各斯，经营状况变好，加大备货，导致2019年销售收入增加。

2020年1-6月，受新冠肺炎疫情的影响，发行人对西非地区的收入除科特迪瓦外均有所减少。科特迪瓦地区的移动照明收入大幅增长，主要原因是该地区的客户科特迪瓦迪亚罗有限公司借销售口罩的机遇增加了销售渠道，从而带动移动照明的销售。

二、核查情况

（一）核查程序

1、获取发行人报告期各期客户名单及销售收入明细表，计算并分析西非地区客户销售收入及变动情况；

2、访谈发行人营销总监，了解西非地区不同业务每年收入变动的情况及原因；

3、查询了解西非地区政局及社会情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人西非国家各期不同业务销售情况真实，变动原因合理。

问题 4-3 移动照明、固定照明和口罩业务各期前十大客户情况（地区、名称、渠道、金额、占比、合作期限、成立时间），是否存在异常情形。

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术/三、销售情况和主要客户/（二）前十大客户销售产品情况”中补充披露如下：

1、移动照明产品前十大客户情况

单位：万元

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2020 年 1-6 月	1	苏丹	苏丹卡拉瓦贸易公司	经销	1,272.68	14.74%	2012 年至今	2012/4/10
	2	科 特 迪 瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	1,027.60	11.90%	2014 年至今	2014/2/5
	3	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	823.30	9.53%	2014 年至今	2014/3/3
	4	中 国 香 港	萨 罗 达 国 际（香港）有限公司	经销	663.20	7.68%	2018 年至今	2017/1/17
	5	中 国 香 港	陈德国际贸易有限公司	经销	609.54	7.06%	2012 年至今	2008/6/16
	6	泰国	环球之光有限公司	经销	528.64	6.12%	2015 年至今	2015/1/2/1
	7	中 国 香 港	金碧有限公司	经销	497.76	5.76%	2018 年至今	2016/1/22
	8	中 国 香 港	香港瑞华有限公司	经销	389.18	4.51%	2004 年至今	1997/7/7
	9	中 国 境 内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	340.43	3.94%	2010 年至今	1986/9/24
	10	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	297.69	3.45%	2015 年至今	2010/1/8
	合计				6,450.01	74.70%	-	-
2019 年度	1	苏丹	苏丹卡拉瓦贸易公司	经销	6,976.36	23.47%	2012 年至今	2012/4/10
	2	中 国 香 港	陈德国际贸易有限公司	经销	2,484.46	8.36%	2012 年至今	2008/6/16
	3	中 国 香 港	萨 罗 达 国 际（香港）有限公司	经销	1,644.71	5.53%	2018 年至今	2017/1/1/17
		中 国 境 内	广州市时保力电子科技有限公司	经销	838.19	2.82%	2012 年至今	2010/9/20
		小计			2,482.90	8.35%		-
	4	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	2,298.74	7.73%	2014 年至今	2014/3/3
	5	中 国 香 港	金碧有限公司	经销	2,278.64	7.66%	2018 年至今	2016/1/22
	6	中 国 境 内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	1,852.17	6.23%	2010 年至今	1986/9/24

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	7	泰国	环球之光有限公司	经销	1,332.90	4.48%	2015 年至今	2015/12/1
	8	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	1,316.68	4.43%	2007 年至今	2006/12/1
	9	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	1,160.11	3.90%	2014 年至今	2014/2/5
	10	中国香港	赛腾有限公司	经销	805.39	2.71%	2017 年至今	2006/1/18
	合计				22,988.34	77.33%	-	-
2018 年度	1	苏丹	苏丹卡拉瓦贸易公司	经销	5,593.32	18.88%	2012 年至今	2012/4/10
	2	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	3,672.82	12.40%	2014 年至今	2014/3/3
	3	中国香港	陈德国际贸易公司	经销	2,511.64	8.48%	2012 年至今	2008/6/16
	4	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	2,169.30	7.32%	2007 年至今	2006/12/1
	5	中国香港	萨罗达国际（香港）有限公司	经销	1,123.39	3.79%	2018 年至今	2017/11/17
		中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	经销	864.98	2.92%	2012 年至今	2010/9/20
		小计			1,988.37	6.71%	-	-
	6	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	1,710.07	5.77%	2010 年至今	1986/9/24
	7	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	1,567.12	5.29%	2014 年至今	2014/2/5
	8	泰国	环球之光有限公司	经销	927.65	3.13%	2015 年至今	2015/12/1
	9	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	829.57	2.80%	2015 年至今	2010/1/8
	10	中国香港	金碧有限公司	经销	684.05	2.31%	2018 年至今	2016/1/22
	合计				21,653.90	73.08%	-	-
2017 年度	1	苏丹	苏丹卡拉瓦贸易公司	经销	6,686.71	21.53%	2012 年至今	2012/4/10
	2	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	3,016.44	9.71%	2014 年至今	2014/3/3
	3	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	1,920.37	6.18%	2007 年至今	2006/12/1

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	4	英属维尔京群岛	海鸿国际有限公司	经销	1,844.09	5.94%	2016-2017年	2008/5/6
	5	中国境内	广州市时保力电子科技有限公司	经销	1,731.80	5.57%	2012年至今	2010/9/20
	6	中国香港	陈德国际贸易有限公司	经销	1,318.73	4.25%	2012年至今	2008/6/16
	7	泰国	环球之光有限公司	经销	1,193.93	3.84%	2015年至今	2015/1/2/1
	8	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	1,012.40	3.26%	2014年至今	2014/2/5
	9	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	962.70	3.10%	2015年至今	2010/1/8
	10	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	927.63	2.99%	2010年至今	1986/9/24
合计					20,614.80	66.36%	-	-

2、固定照明产品前十大客户情况

单位：万元

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2020年1-6月	1	澳大利亚	欧史米有限公司	经销	1,877.40	50.73%	2014年至今	2014/10/27
	2	中国境内	潮州市建筑安装总公司	直销	1,412.28	38.16%	2018年至今	1989/9/5
	3	挪威	挪威优尼照明有限公司	经销	72.50	1.96%	2018年至今	2013/11/3
	4	中国境内	欧普照明股份有限公司	经销	63.30	1.71%	2015年至今	2008/10/21
	5	泰国	环球之光有限公司	经销	60.29	1.63%	2015年至今	2015/12/1
	6	中国香港	隆马（香港）有限公司	经销	48.10	1.30%	2019年至今	2009/10/20
	7	中国境内	汕头市中光新能源科技有限公司	直销	47.47	1.28%	2019年至今	2018/2/14
	8	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	29.21	0.79%	2015年至今	2010/1/8

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	9	圭亚那	圭亚那肯亚公司	经销	17.74	0.48%	2018年至今	2008/10/20
	10	尼加拉瓜	尼加拉瓜乔治能源公司	经销	14.15	0.38%	2019年至今	2014/6/30
	合计				3,642.43	98.42%	-	-
2019年度	1	澳大利亚	欧史米有限公司	经销	3,526.14	45.74%	2014年至今	2014/10/27
	2	中国境内	饶平县县城管理委员会办公室	直销	1,439.25	18.67%	2017年至今	2016/5/25
	3	中国境内	潮州市建筑安装总公司	直销	503.89	6.54%	2018年至今	1989/9/5
	4	中国境内	广东勋明节能科技有限公司	直销	368.60	4.78%	2017年至今	2013/4/3
	5	中国境内	欧普照明股份有限公司	经销	261.92	3.40%	2015年至今	2008/10/21
	6	泰国	环球之光有限公司	经销	204.01	2.65%	2015年至今	2015/12/1
	7	巴拿马	巴拿马陈氏兄弟批发有限公司	经销	174.09	2.26%	2010年至今	2009/6/1
	8	南非	南非巴恩斯集团	经销	143.09	1.86%	2017年至今	1995/5/2
	9	卡塔尔	多哈科瓦特贸易服务有限公司	经销	109.67	1.42%	2019年至今	2014/12/3
	10	挪威	挪威优尼照明有限公司	经销	109.15	1.42%	2018年至今	2013/11/3
	合计				6,839.81	88.72%	-	-
2018年度	1	澳大利亚	欧史米有限公司	经销	2,275.12	39.29%	2014年至今	2014/10/27
	2	中国境内	广东勋明节能科技有限公司	直销	1,720.06	29.71%	2017年至今	2013/4/3
	3	中国境内	欧普照明股份有限公司	经销	597.50	10.32%	2015年至今	2008/10/21
	4	泰国	环球之光有限公司	经销	354.72	6.13%	2015年至今	2015/12/1
	5	中国境内	广州五金矿产进出口有限公司	经销	143.86	2.48%	2010年至今	1986/9/24
	6	中国境内	益丰大药房连锁股份有限公司	直销	56.87	0.98%	2016年至今	2008/6/20
	7	中国境内	汕头市金硅新能源科技有限公司	直销	53.88	0.93%	2018年至今	2017/5/31

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
	8	巴拿马	巴拿马陈氏兄弟批发有限公司	经销	45.46	0.79%	2010年至今	2009/6/1
	9	柬埔寨	柬埔寨纳卡电器有限公司	经销	44.21	0.76%	2018年至今	2004/10/10
	10	挪威	挪威优尼照明有限公司	经销	37.12	0.64%	2018年至今	2013/11/3
	合计				5,328.81	92.03%	-	-
2017年度	1	澳大利亚	欧史米有限公司	经销	4,930.12	63.46%	2014年至今	2014/10/27
	2	中国境内	欧普照明股份有限公司	经销	657.57	8.46%	2015年至今	2008/10/21
	3	泰国	环球之光有限公司	经销	514.58	6.62%	2015年至今	2015/12/1
	4	中国境内	广东勋明节能科技有限公司	直销	231.10	2.97%	2017年至今	2013/4/3
	5	中国境内	饶平县县城管理委员会办公室	直销	226.68	2.92%	2017年至今	2016/5/25
	6	阿联酋	迪拜耶诺电子贸易有限公司	经销	170.41	2.19%	2014年至今	2014/3/3
	7	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	93.05	1.20%	2015年至今	2010/1/8
	8	中国境内	潮州市枫溪区金枫电力有限公司	直销	80.01	1.03%	2017年度	1989/9/15
	9	中国境内	醴陵市方圆亮化工程有限公司	直销	67.77	0.87%	2017年度	2016/9/12
	10	布基纳法索	布基纳法索卡博雷公司	经销	64.97	0.84%	2007年至今	2006/12/1
	合计				7,036.25	90.57%	-	-

3、口罩前十大客户情况

单位：万元

年度	序号	地区	客户名称	销售渠道	销售金额	占比	合作期限	成立时间
2020年1-6月	1	秘鲁	秘鲁阿迪莱斯贸易有限公司	经销	653.49	15.96%	2006年至今	1992/4/30
	2	科特迪瓦	科特迪瓦迪亚罗有限公司	经销	626.44	15.30%	2014年至今	2014/2/5

3	哥伦比亚	哥伦比亚益客创新科技有限公司	经销	583.60	14.26%	2020 年至今	2010/10/20
4	中国香港	萨罗达国际（香港）有限公司	经销	406.80	9.94%	2018 年至今	2017/11/17
5	美国	美国普罗米恩公司	经销	289.81	7.08%	2020 年至今	2013/12/17
6	中国香港	香港中贸有限公司	经销	286.21	6.99%	2020 年至今	1999/1/3
7	玻利维亚	玻利维亚芝诺公司	经销	260.08	6.35%	2014 年至今	2014/6/1
8	危地马拉	雷蒙贸易公司	经销	131.34	3.21%	2013 年至今	2000/10/23
9	巴拿马	巴拿马亚马逊公司	经销	109.45	2.67%	2015 年至今	2010/1/8
10	秘鲁	秘鲁哈玛有限公司	经销	95.20	2.33%	2016 年至今	2016/10/31
合计				3,442.43	84.10%	-	-

综上，发行人移动照明、固定照明和口罩业务各期前十大客户不存在异常情况。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人收入明细表；
- 2、获取发行人主要客户的工商登记资料，查询工商登记信息；
- 3、对发行人主要客户进行走访、函证，对主要销售内容、金额等进行核实确认；
- 4、与营销总监访谈了解和主要客户的合作相关情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人移动照明、固定照明和口罩业务各期前十大客户销售业务真实，不存在异常情形。

问题 5.关于口罩业务

申报材料显示，发行人 2020 年上半年新增口罩业务，实现收入 4,093.37 万元，其中美国收入超过 800 万元，毛利率为 45.16%。

请发行人补充披露：

(1) 口罩业务生产设备、人员等方面的投入情况，2020 年上半年实现收入 4,093.37 万元、毛利率 45.16% 的原因及合理性；

(2) 2020 年 7 月至今口罩业务相关的市场需求、原材料价格等的变化情况，并结合上述情况说明发行人口罩业务是否可持续以及未来的发展规划和发展定位，相关资产是否需计提减值准备；

(3) 口罩业务开拓的新区域情况，此前对美国等新区域未有销售，2020 年 4 月份开始制造口罩后即可销售至美国的合理性，相关口罩产品是否需要经过美国相关机构的认证，相关销售渠道是否需要持有对应的资质或许可。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

问题 5-1：口罩业务生产设备、人员等方面的投入情况，2020 年上半年实现收入 4,093.37 万元、毛利率 45.16% 的原因及合理性

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”/“十、经营成果分析”/“（一）营业收入构成及变动分析”/“2、主营业务收入按产品类别划分”/“（5）口罩业务情况”中补充披露如下：

（一）发行人口罩业务生产设备、人员等方面的投入情况

受新冠肺炎疫情影响，口罩成为重要且紧缺的防疫物资。公司积极响应政府号召，履行企业社会责任，成立全资子公司广东金源生物科技有限公司，开展口罩生产业务，并取得了医疗器械生产许可证、一次性使用医用口罩和医用外科口罩注册证，进入了商务部下属单位中国医药保健品进出口商会公布的取得国外标准认证或注册的非医用口罩生产企业清单。此外，公司被列为广东省疫情防控重点保障物资生产企业，并于 2020 年 8 月份获得 2020 年应急物资保障体系建设补助资金（中央直达资金）1,631 万元。

发行人口罩业务生产设备及人员的投入情况如下：

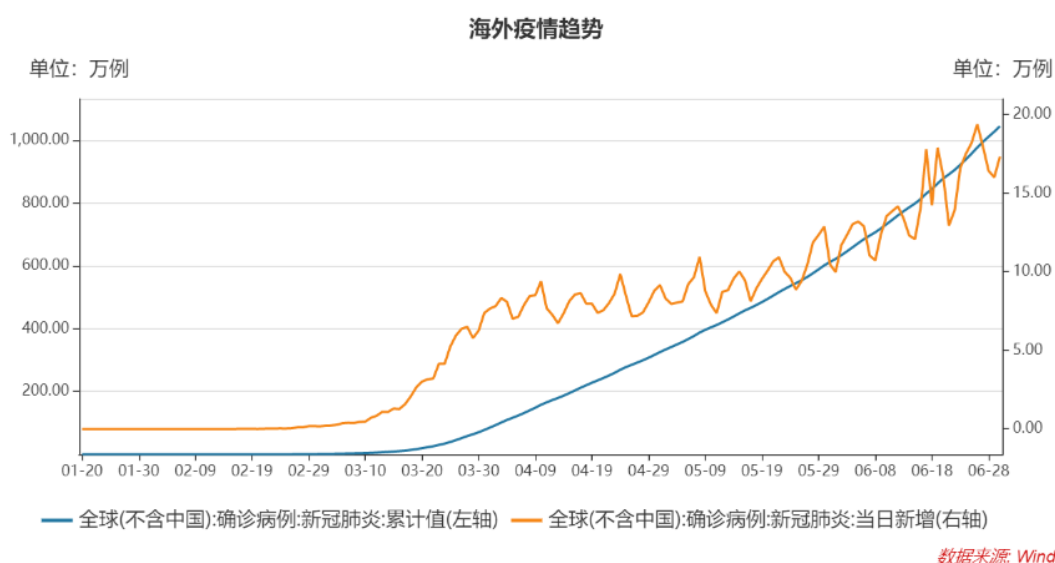
投入项目	投入情况
机器设备	2,959.85 万元
人员	249 人

（二）发行人口罩收入、毛利率的合理性分析

1、口罩收入合理性分析

新冠肺炎疫情自 2020 年 1 月爆发后，口罩成为有效防止疫情扩散的重要防疫物资，特别是在新冠肺炎确定存在人传人的现象之后，我国口罩出现严重供不应求的局面，为此，各地政府积极鼓励非口罩生产企业尽快转产以增加口罩的供应。在此背景下，发行人积极响应政府号召，设立金源生物专门从事口罩的生产，于 2020 年 4 月份正式开始批量生产口罩。在发行人口罩生产初期，海外疫情大规模爆发，对口罩的需求大幅增加，发行人凭借已有的外销渠道，迅速获取了大量海外口罩订单，因此发行人 2020 年上半年仅用 3 个月即实现口罩收入 4,093.37 万元，其中口罩外销收入 3,932.64 万元，占比超过 96%。

综上所述，发行人口罩业务收入的实现与海外疫情发展趋势相匹配，海外疫情的变化趋势如下图所示：



2、口罩毛利率合理性分析

2020 年 1-6 月发行人口罩业务的平均单价、单位成本及毛利率情况如下：

项目	2020 年上半年
平均单价（元/个）	0.97
单位成本（元/个）	0.53
毛利率（%）	45.16

根据国务院联防联控机制 4 月 5 日召开新闻发布会发布的消息可知，我国从 3 月 1 日到 4 月 4 日出口口罩的数量 38.6 亿只，价值为 77.2 亿元，按此计算，

上述期间我国口罩出口的平均单价为 2 元/只。发行人于 2020 年 4 月份开始生产口罩，随着我国口罩生产企业的增加，口罩的销售价格有所下降，发行人 4-6 月口罩的平均销售价格为 0.97 元，处于合理区间。

2020 年 1-6 月发行人口罩业务的毛利率为 45.16%。公众公司中从事口罩业务的公司有：泰恩康（三板挂牌：831173）的医疗器械及其他收入包含口罩产品；奥美医疗（002950）的感染防护产品包括外科手套、口罩、手术衣等；搜于特（002503）中的医疗用品业务为从事口罩生产与销售。上述公司口罩相关业务的 2020 年上半年毛利率情况如下：

公司名称	口罩相关业务名称	2020 年上半年毛利率
泰恩康	医疗器械及其他收入	69.52%
奥美医疗	感染防护产品	47.13%
搜于特	医疗用品	68.61%
平均值		61.75%
发行人	口罩	45.16%

发行人口罩业务毛利率低于行业水平，主要原因是，口罩价格在疫情开始初期（1-3 月）处于较高水平，随着口罩供应量的上升，口罩价格逐步回归合理水平，而发行人开展口罩业务时间较晚，于今年 4 月份开始销售，毛利率低于行业水平。

二、核查情况

（一）核查程序

1、获取了发行人子公司金源生物机器设备的采购明细，了解发行人与口罩业务相关的设备投入情况；

2、获取了发行人子公司金源生物各月的工资明细表，了解发行人与口罩业务相关的人员的投入情况；

3、获取了发行人口罩业务的收入成本明细表，计算并分析发行人口罩业务毛利率的合理性；

4、获取口罩业务的同行业公众公司的年报数据，以分析发行人口罩业务毛利率的合理性；

5、查询境内境外疫情的发展趋势，并结合发行人口罩业务的销售区域分析发行人口罩业务实现收入的合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人口罩业务的销售区域主要在境外，其销售收入的实现与境外疫情发展的趋势相匹配，其收入的实现具有合理性；发行人口罩业务的毛利率较公众公司口罩业务的毛利率低，系发行人口罩业务开展时间晚于公众公司，发行人批量生产口罩以来，口罩的价格有所回落，从而导致毛利率低于公众公司，其毛利率具有合理性。

问题 5-2：2020 年 7 月至今口罩业务相关的市场需求、原材料价格等的变化情况，并结合上述情况说明发行人口罩业务是否可持续以及未来的发展规划和发展定位，相关资产是否需计提减值准备

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”/“十、经营成果分析”/“（一）营业收入构成及变动分析”/“2、主营业务收入按产品类别划分”/“（5）口罩业务情况”中补充披露如下：

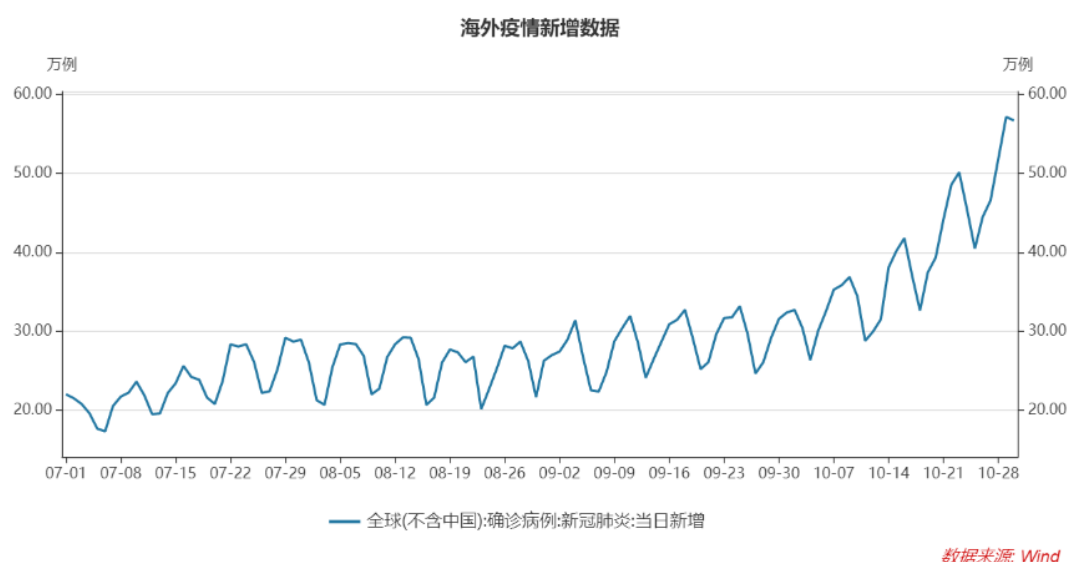
（一）疫情不去，口罩不减

虽然新冠肺炎疫情于 2020 年 3 月在中国得到了有效控制，但随着冬季的来临，个别地区时有出现确诊人数反弹的迹象，不论是各地政府还是医学界专家都建议人们外出时提高警惕、做好防护措施，以避免疫情在中国二次爆发，因此未来相当长一段时间，口罩将成为人们生活、工作的必需品。从海外疫情发展趋势来看，全球其他地区疫情仍在不断扩散，确诊人数不断增加。特别是最近随着冬季的来临，海外新增确诊人数有大幅反弹的迹象，部分国家的疫情防控措施再度升级，如法国总统在 2020 年 10 月 28 日宣布，法国全境从 10 月 30 日起再度实施全国封锁直至 12 月 1 日²。在新冠疫苗正式面世之前，世卫组织呼吁所有国家始终如一地采取“全政府、全社会”的防控措施，提倡防控常态化，并认为口罩是预防疫情扩散的有效措施之一。因此从海外疫情发展的趋势来看，未来境外市

² 消息来源于腾讯新闻网

场对口罩将在相当长的时间内保持旺盛的需求。

2020 年 7 月份以来海外新冠肺炎新增确诊病例连续创出新高，具体情况如下图所示：



（二）原材料供应趋于稳定

随着新冠肺炎疫情于 1 月份在我国爆发后，由于口罩的主要原材料熔喷布生产厂家较少，面对市场突然爆发的口罩需求，其市场价格从疫情前正常的 1.8 万元/吨上涨至最高 70 万元/吨。随着国内疫情的缓解、熔喷布生产企业的增产扩能，熔喷布的市场价格逐渐回落，同时，国家监管部门也对疫情期间哄抬防疫物资价格的违法行为进行了查处，进一步遏制了熔喷布价格的恶意炒作，目前熔喷布的供需基本保持平衡，市场价格已回归到合理水平。发行人熔喷布的采购价格也由 4 月份高位 40 万元/吨下降至目前的 2.5 万元/吨，基本处于合理的水平，预计未来熔喷布的价格将趋于稳定。

（三）毛利率水平合理

发行人 2020 年第三季度口罩业务的毛利率为 20%，较上半年有所下降，根据发行人口罩在手订单及未来口罩需求的情况，发行人口罩的毛利率未来将保持在 20%左右，不会出现大幅下降的情形。

综上所述，发行人目前的口罩业务具有可持续性，未来拟将保持现有规模继续该项业务，口罩相关的资产目前未出现减值迹象，不需要计提减值准备。但如果未来随着新冠肺炎疫苗的投入，新冠病毒得到有效遏制，口罩不再作为人们工

作、生活的必需品时，发行人口罩相关的资产可能面临减值的风险。对于该项风险发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”/“十八、口罩相关设备减值风险”中补充披露如下：

“因新冠疫情，公司响应政府号召于 2020 年新增口罩业务，所购置的口罩相关设备目前未出现减值迹象，不需要计提减值准备。但如果未来随着新冠肺炎疫苗的普及，新冠病毒得到有效遏制，口罩不再作为人们工作、生活的必需品时，发行人口罩相关的资产可能面临减值的风险。”

二、核查情况

（一）核查程序

1、查询境内境外疫情的发展趋势，并结合发行人口罩业务的销售区域分析口罩未来的需求情况，以判断发行人口罩业务未来的可持续性；

2、查询口罩主要原材料的市场价格变化情况，分析口罩业务原材料未来的市场变化情况；

3、结合发行人在手订单以及未来口罩的需求情况，分析发行人口罩业务当前毛利率情况及未来的趋势，以判断发行人口罩业务是否有减资迹象；

4、了解发行人未来的发展规划及发展定位，以判断发行人口罩业务未来的可持续性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，随着疫情的发展，未来一段时间内境内境外对口罩将保持旺盛的需求，口罩行业的原材料价格目前已回归合理水平，未来预计不会出现大起大落的情形，发行人口罩业务具有可持续性，未来将保持现有规模持续发展，目前相关资产未出现减值的迹象，无需计提减值准备。

问题 5-3：口罩业务开拓的新区域情况，此前对美国等新区域未有销售，2020 年 4 月份开始制造口罩后即可销售至美国的合理性，相关口罩产品是否需要经过美国相关机构的认证，相关销售渠道是否需要持有对应的资质或许可

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”/“十、经营成果分析”/“（一）营业收入构成及变动分析”/“2、主营业务收入按产品类别划分”/“（5）口罩业务情况”中补充披露如下：

发行人口罩业务开拓的新区域只有美国，口罩业务开展之前发行人未向美国地区销售产品，新冠肺炎疫情爆发后，口罩作为重要的防疫物资，全世界每个国家都对口罩有大量的需求，美国由于其国内口罩生产企业较少，再加之生产口罩的原材料大部分来源于中国，因此美国向中国企业采购口罩具有合理性，根据海关统计数据在线查询平台（<http://43.248.49.97/>）查询的数据可知，2020 年 1-6 月中国向美国出口的包括口罩在内的其他纺织原料及纺织制品金额为 556.71 亿元，较 2019 年 1-6 月的 67.87 亿元增长 720.22%。

发行人向美国出口口罩需要取得美国的相关认证，公司向美国出口口罩前已经完成了美国食品药品监督管理局 FDA 注册列名（Food and Drug Administration），其产品可在美国市场流通。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人口罩业务的销售收入明细表，了解发行人口罩业务新开拓的市场区域；
- 2、结合美国疫情发展情况，分析发行人向美国出口口罩的合理性；
- 3、了解发行人向美国出口口罩需要获取的资质或许可。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，美国疫情爆发导致口罩大量短缺，同时由于美国生产口罩的原材料短缺，导致美国需要向中国企业购买口罩，发行人向美国销售口罩具有合理性，发行人已取得向美国出口口罩所需的相关认证，发行人产品可以在美国市场流通。

问题 6.关于第三方回款

请发行人：（1）进一步说明并补充披露第三方回款的控制制度及有效性；（2）补充披露相关客户向发行人报备第三方回款备案账户的时点及相关情况，报告期各期末通过“已事先备案账户”回款的客户、金额及占比，说明上述情况如何验证回款及收入的对应关系；（3）披露 2018 年已备案账户但未通过备案账户回款的原因；（4）说明对回款来源为客户商业伙伴或财务机构的判断标准，是否仅以客户的证明为划分依据，通过财务机构回款后续是否存在相关的（潜在）法律

风险。请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

问题 6-1、6-2、6-3 进一步说明并补充披露第三方回款的控制制度及有效性；补充披露相关客户向发行人报备第三方回款备案账户的时点及相关情况，报告期各期末通过“已事先备案账户”回款的客户、金额及占比，说明上述情况如何验证回款及收入的对应关系；披露 2018 年已备案账户但未通过备案账户回款的原因；

【回复】

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”/“十、经营成果分析”/“（一）营业收入构成及变动分析”/“5、第三方回款相关情况”中补充披露如下：

（5）第三方回款规范情况

1）第三方回款内控制度

① 账户备案制度

针对经常交易且无法规避第三方回款的老客户，公司要求对该客户付款账户进行备案，原则上要求备案的第三方账户不超过 5 个，包括控制关系、生意伙伴及财务机构代付方。每年初根据上年回款账户情况及时与客户沟通，确认有无新增备案账户。

当客户通过备案账户向公司支付货款后，销售业务人员根据实际业务情况填列收汇确认单（含客户、付款方、金额、币种、勾选是否为第三方等信息），并由销售总监签字确认后提交财务中心。财务中心结合收汇确认单信息对收款情况进行确认，并进行相应的账务处理。

② 个别甄别制度

针对新客户和交易量较小的客户，原则上不允许出现第三方回款。但考虑到新地区或重要客户开发等销售策略，公司对第三方回款账户情况进行个别甄别。

当新客户或交易量较小的客户通过第三方向公司支付货款后，销售业务人员跟进收集汇款证明以确定其金额及归属，同时根据其与客户邮件或聊天记录（包括付款账户、金额、时间等信息）来确认该款项具体归属于哪家客户。销售业务人员根据实际业务情况填列收汇确认单，同时附上客户沟通付款相关的邮件、聊天记录或汇款证明并提交给财务中心，财务中心结合该文件对收款情况进行确认，并进行相应账务处理。

③考核制度

公司要求销售业务员积极向客户阐述公司的销售回款政策，将第三方回款制度的执行情况作为销售业务员的业绩考核指标之一，对回款的及时性及代付确认的准确性提出相关要求。

④对账制度

公司制定了往来款项对账制度，每季结束后，要求财务部与涉及第三方回款的客户进行对账，确认应收账款余额的准确性，并就往来款明细与客户进行一一核对，以保证第三方回款准确入账。

2) 第三方回款内控制度的执行情况以及执行效果

报告期内，公司针对第三方回款的内控制度得到有效执行，具体情况如下：

① 第三方回款比例持续降低

报告期内，扣除控制关系后的第三方回款金额占营业收入的比例持续降低，2019年该比例为2.38%；2020年1-6月份，由于国外新冠疫情的恶化增加了境外客户直接回款的难度，导致第三方回款金额占营业收入比例有小幅上升，是外部经济环境等因素变化引起的正常波动，不影响内部控制制度的有效性。

② 第三方回款账户备案制度持续完善

随着第三方回款账户备案制度持续完善，第三方回款账户（含控制关系）数量持续下降，报告期分别为120个、105个、76个和38个。目前，除新增交易量

小的客户和偶然交易的散客外，第三方回款账户均完成备案，第三方回款控制制度执行有效。

公司自 2018 年建立并逐步完善第三方回款账户备案制度，于 2018 年 10 月完成对经常性交易客户回款账户的备案，2019 年及 2020 年上半年继续执行账户备案制度，在开发新客户发生交易时，及时与客户沟通有无必要通过第三方回款，若有则要求客户报备回款账户并进行备案，对于老客户于每年初与客户沟通是否有本年新增回款备案账户。

各期末通过已事先备案账户回款的客户数、回款金额及占比逐年减少，具体情况如下：

未通过已事先备案账户回款情况	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
客户数（个）	1	3	12
未通过已事先备案账户回款金额（万元）	27.95	98.63	2,122.51
未通过已事先备案账户回款金额占已备案客户回款金额比例	0.80%	2.04%	14.51%

2018 年未通过已事先备案账户回款金额占已备案客户回款金额比例较高的原因是：公司于 2018 年 4 月建立账户备案制度并逐步完善，10 月完成回款账户备案，在此期间存在部分客户已通过多个账户进行回款，而公司要求减少回款的第三方账户，原则上备案账户不超过五个，客户未将部分具有偶发性且预计未来不发生资金往来的账户进行备案，因此存在未通过备案账户回款的情形。2019 年以来，出现少部分客户由于资金安排等原因，未能严格遵守发行人备案制度要求，对此情况，公司督促销售业务人员与客户进行协商，尽量遵守备案制度要求，杜绝此类现象发生。

客户通过未备案账户回款时，公司执行个别甄别制度，与客户进行对接的销售业务人员负责收集汇款证明，确定收汇金额及归属客户，如实填列收汇确认单，并将各项相关证明材料（与客户沟通付款的邮件、聊天记录、客户回款证明等）提交给财务中心，财务中心进行确认并做相应账务处理。以此验证回款与收入的对应关系。

③对账制度执行情况

公司每季度结束后，与涉及第三方回款的客户进行对账，确认应收账款余额的准确性，并就该等客户的来款明细进行一一核对，以保证第三方回款准确入账。

④不存在货款纠纷的情形

报告期内，不存在公司与外销客户货款纠纷的情形。

二、核查情况

（一）核查程序

1、获取第三方回款相关的内部控制制度，核查销售回款账户备案制度以及个别甄别制度执行情况，查阅发行人第三方回款相关凭证，核查其第三方回款相关内部控制制度是否得到有效执行；

2、查看发行人收汇明细及备案账户，复核未通过已事先备案账户回款客户数、回款金额及占比；

3、访谈发行人营销总监、财务总监、销售业务人员等，了解 2018 年已备案账户但未通过备案账户回款原因；

4、采用单据核查方式，核查第三方回款相关的邮件往来记录或微信聊天记录、销售合同/订单、发票、收汇明细表、银行回单、收汇确认单等凭证，验证回款及收入的对应性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人自 2018 年来，针对第三方回款，建立了设计合理的内部控制制度并有效执行；

2、未通过备案账户回款客户数及金额逐年减少；2018 年已备案账户但未通过备案账户回款是由于发行人 10 月完成备案，客户未将部分具有偶发性且未来预计不发生资金往来的账户进行备案；

3、未通过备案账户的回款与收入的对应关系具有可验证性。

问题 6-4 说明对回款来源为客户商业伙伴或财务机构的判断标准，是否仅以

客户的证明为划分依据，通过财务机构回款后续是否存在相关的（潜在）法律风险。

一、发行人说明

对回款来源为客户生意伙伴或财务机构的，以与客户的沟通记录和出具的证明为依据来进行划分。另外，结合客户及付款方地理位置及所处地区的外汇政策、产业状况等，分析生意伙伴代付方与客户代付款项原因、债权债务等对应的商业行为是否具有合理性，分析财务机构代付方回款是否具有合理性。

报告期内，发行人存在因外销业务需要通过财务机构回款的情形，部分境外客户由于当地外汇储备不足，通过委托第三方财务机构向发行人支付货款。发行人在收到财务机构支付的货款后即确认货款，按《中华人民共和国外汇管理条例》及银行业务规则办理结汇事宜，符合《中华人民共和国外汇管理条例》的相关规定；通过财务机构回款均基于真实交易，不存在通过虚构交易为向财务机构借款的情形，亦不存在通过财务机构回款进行洗钱等违法犯罪活动的行为，未违反《贷款通则》、《中华人民共和国反洗钱法》的相关规定。

报告期内，发行人不存在因通过财务机构第三方回款而导致的货款归属纠纷及其他纠纷的情形，也不存在因通过财务机构第三方回款而受到工商、外汇、海关主管部门及中国人民银行处罚的情形。

综上，报告期内，发行人通过财务机构回款未违反《中华人民共和国外汇管理条例》、《贷款通则》、《中华人民共和国反洗钱法》的相关规定，不存在因通过财务机构回款而导致的货款归属纠纷及其他纠纷的情形，也不存在因通过财务机构第三方回款而受到工商、外汇、海关主管部门及中国人民银行行政处罚的情形，通过财务机构回款后续不存在相关的（潜在）法律风险。

二、核查情况

（一）核查程序

1、访谈发行人营销总监、销售业务人员，了解对于生意伙伴及财务机构的判断标准；

2、查看发行人客户对于生意伙伴及财务机构回款方的说明，结合代付方地理位置分析回款合理性；

3、查阅《中华人民共和国外汇管理条例》、《贷款通则》、《中华人民共和国反洗钱法》等相关法律法规；

4、获取工商主管部门、外汇管理部门、海关管理部门出具的守法证明；

5、登陆中国人民银行网站（<http://www.pbc.gov.cn>）、中华人民共和国海关总署（<http://www.customs.gov.cn>）、国家外汇管理局广东省分局（<http://www.safe.gov.cn/guangdong/>）、国家外汇管理局深圳市分局（<https://www.safe.gov.cn/shenzhen/>）等网站进行核查，检索发行人是否存在被处罚的情况；

6、登陆百度（<https://www.baidu.com>）、国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）广东法院网（<http://www.gdcourts.gov.cn>）等网站进行网络进行核查，检索发行人与客户、财务机构回款方之间是否存在法律纠纷；

7、走访了解发行人是否与外销客户发生过货款或其他纠纷；

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、回款来源为客户生意伙伴或财务机构的，以发行人客户的沟通记录及出具的证明为划分依据；另外通过分析代付方所处地区的外汇、经济、产业等情况，认为其代付行为具有合理性；

2、报告期内，发行人通过财务机构回款未违反《中华人民共和国外汇管理条例》、《贷款通则》、《中华人民共和国反洗钱法》的相关规定，不存在因通过财务机构回款而导致的货款归属纠纷及其他纠纷的情形，也不存在因通过财务机构第三方回款而受到工商、外汇、海关主管部门及中国人民银行行政处罚的情形，通过财务机构回款后续不存在相关的（潜在）法律风险。

问题 7.关于原材料采购

请发行人补充说明除已披露的原材料类别外，报告期内其他原材料的类别、采购金额及占比、平均采购价格以及公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第六节业务和技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）主要采购和能源供应情况”中对其他原材料补充披露如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
原材料类别	数量单位	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量
电子元器件	亿个	770.48	4.55%	1.05	1,408.08	3.85%	1.75	1,486.41	5.21%	2.18	1,851.80	6.96%	2.41
背板	万m²	153.55	0.91%	18.15	364.76	1.00%	36.35	82.37	0.29%	9.71	16.60	0.06%	3.37
边框	万套	422.34	2.50%	12.73	745.89	2.04%	25.51	148.51	0.52%	6.33	21.51	0.08%	1.65
EVA 胶膜	万m²	228.48	1.35%	34.42	447.14	1.22%	71.69	97.87	0.34%	17.54	30.68	0.12%	6.07
合计		1,574.85	9.31%	-	2,965.87	8.12%	-	1,815.15	6.37%	-	1,920.59	7.22%	-

上述原材料报告期内平均采购价格及变动比例列如下：

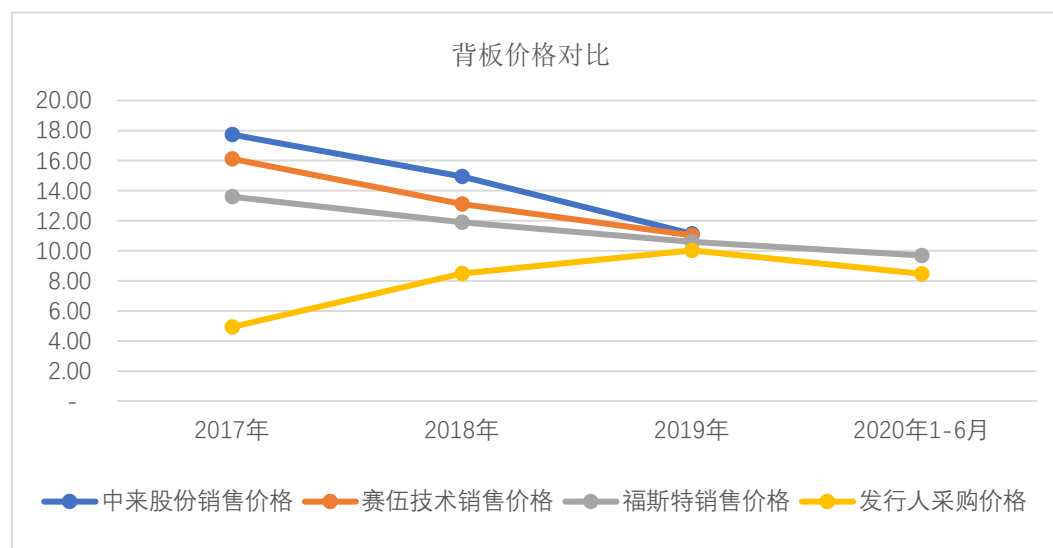
项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
原材料类别	单位	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
电子元器件	元/千个	73.28	-8.90%	80.44	17.72%	68.33	-11.02%	76.79
背板	元/m²	8.46	-15.65%	10.03	18.28%	8.48	72.01%	4.93
边框	元/套	33.17	13.44%	29.24	24.64%	23.46	80.18%	13.02
EVA 胶膜	元/m²	6.64	6.41%	6.24	11.83%	5.58	10.50%	5.05

1、电子元器件价格分析

电子元器件应用于发行人移动照明产品，主要包括 IC、电容、电感、电线、电路板等，该等元器件单个价值较小，每个价格约 7 分钱左右，报告期内每一千个的价格分别为 76.79 元、68.33 元、80.44 元及 73.28 元，较为稳定。

2、背板价格分析

背板应用于发行人的光伏电池组件，报告期内其平均采购单价分别为：4.93 元/m²、8.48 元/m²、10.03 元/m²及 8.46 元/m²，其平均采购价格与上市公司对应产品的销售价格对比如下图所示：



数据来源：上市公司年报及招股说明书

由上图可以看出，发行人 2017 年及 2018 年背板的采购价格较市场价格低，主要原因系发行人 2017 年及 2018 年光伏电池组件以小功率光伏电池组件为主，小功率光伏电池组件的销售收入占比分别为 84.82%和 58.89%，由于用于小功率光伏电池组件的背板对耐候性、可靠性、使用寿命等要求较低，其价格较低，因此发行人 2017 年及 2018 年的平均采购价格较低；随着发行人大功率光伏电池组件销售收入占比的提高，2019 年发行人背板的平均采购价格有所提高，略低于上市公司销售价格，主要原因是，用于大功率光伏电池组件的背板要求具有良好的综合性能，如耐候性、可靠性、使用寿命、落砂测试、粘结强度等需要满足较高的标准，其价格较高，导致 2019 年平均采购价格提高；2020 年 1-6 月发行人大功率组件销售收入占比持续提高，背板平均采购价格更加接近于上市公司的销售价格。

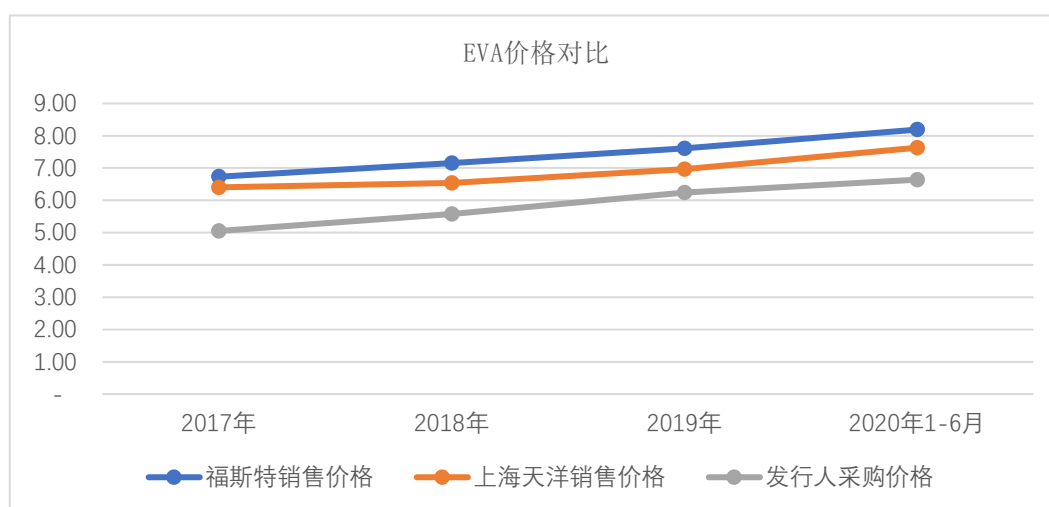
3、边框价格分析

边框应用于发行人的光伏电池组件，报告期内其平均采购价格分别为 13.02 元/套、23.46 元/套、29.24 元/套及 33.17 元/套，呈逐年上升的趋势，主要原因系发行人小功率光伏电池组件耗用的边框较短、较薄，在综合性能方面要求较低，

其价格较低，而大功率组件耗用的边框较长、较厚，在综合性能方面要求较高，价格较高，随着发行人大功率组件销售收入占比的提高，边框的平均采购价格逐年提高。

4、EVA 胶膜价格分析

EVA 胶膜应用于发行人的光伏电池组件，报告期内其平均采购价格分别为 5.05 元/m²、5.58 元/m²、6.24 元/m²及 6.64 元/m²，发行人 EVA 胶膜的平均采购价格与上市公司 EVA 胶膜的销售价格对比如下：



数据来源：上市公司年报数据

由上图可以看出，发行人 EVA 胶膜平均采购价格的变动趋势与上市公司 EVA 胶膜的销售价格变动趋势一致，但发行人的平均采购价格略低于上市公司销售价格，主要原因系发行人小功率光伏电池组件对 EVA 胶膜在性能方面的要求略低于大功率光伏电池组件，导致发行人部分胶膜的采购价格较低，如发行人向东莞市永固绝缘材料有限公司采购的 EVA 胶膜价格大多在 4.9 元左右，而向福斯特采购的 EVA 胶膜的价格与福斯特的销售价格基本一致，在 7-8 元。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人原材料采购明细表，分析复核具体内容、采购金额、平均采购价格、采购占比及其变动合理性；
- 2、通过公开渠道查询发行人各类原材料市场价格，分析发行人主要原材料的采购价格与市场价格是否存在明显差异，以确定发行人原材料的采购价格是否公允。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人报告期内主要原材料采购价格变动合理，与市场价格差异较小，发行人主要原材料的采购价格公允。

问题 8.关于成本核算

申报材料显示，发行人原材料及生产车间的在产品管理混乱，生产车间无相关收发存情况表、生产成本台账等资料。发行人在审核问询回复中说明了车间无实时收发存记录的原因。

请发行人补充说明无收发存情况表、生产成本台账等资料与无实时收发存记录是否存在差异，无收发存情况表、生产成本台账等资料的具体原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

一、发行人说明

（一）发行人库房管理存在实时收发存记录，并可即时生成收发存情况表

发行人制定有完备的、合理的仓库管理制度，对发行人日常存货管理行为进行规范，并在财务管理系统中上线有库存管理模块，实现采购入库管理、生产入库管理、材料出库管理、销售出库管理、盘点管理、库存报表生成等功能。通过上述功能的系统实现，发行人实现原材料、产成品的实时收发存管理，并可即时生成原材料、产成品收发存情况表。主要实现情况如下：

1、采购入库

供应商送货到达后，仓管部指派验收人员根据采购部编制的《到货单》和供应商提供的《送货单》内容进行收货清点核对工作，核对不符者要求采购部与供应商沟通处理，核对相符后由品质部对来料进行品质检查，检验存在异常的通知采购部与供应商沟通处理，检验结果合格的由仓管员在系统上编制打印一式三联《采购入库单》并经仓库主管审批，仓管部保留一联，其余两联分别移交采购部和财务中心。

2、生产入库

生产车间对已完工产成品进行移交入库并提供入库信息，品质部对已完工产

成品的质量进行现场检验，仓管员核对实物与入库信息无误且品质部检验合格后在系统上编制打印一式三联《产成品入库单》并经仓库主管审批，仓管部保留一联，其余两联分别移交生产车间和财务中心。

3、材料出库

发行人设置有 PMC 部，负责生产计划的制定与审核、检查、调整，控制生产进度，负责制定物料需求计划和领用计划，物料存量的控制与审核，物料异常情况的协调与决策。仓管部根据 PMC 部传来的《领料申请单》对物料进行归集并记载，生产车间领料员根据《领料申请单》与仓管部当场确认物料型号规格数量，确认无误后由仓管员在系统上编制打印一式三联《材料出库单》并经仓库主管审批、领料员签字确认，仓管部保留一联，其余两联分别移交生产车间和财务中心；

4、销售出库

仓管部根据销售部传来的《销售发货单》备货并作好记载，并将配好之货品放到相应的仓库存放区域，装货负责人仔细核对货柜车信息无误后进行装柜并对实际装柜品种、规格、型号及数量进行核实，核实无误后仓管部将实际的装柜数量反馈给销售部，销售部确认无误后装货负责人进行封柜和记录，仓管员在系统上编制打印一式三联《销售出库单》并经仓库主管审批，仓管部保留一联，其余两联分别移交销售部和财务中心。

综上，发行人在实际操作过程中严格执行相关流程的规定，原材料、产成品等收发均需办理收发手续，财务管理系统中可实时查询原材料、产成品的收发存情况并生成收发存情况表。

（二）发行人生产车间无实时收发存记录，但按月编制收发存情况表

1、发行人生产车间无实时收发存记录

公司在财务核算系统中未上线车间生产管理功能，无实时收发存记录，主要原因有：

①公司的产品以照明应用为主，具有自动化程度低、工序繁多、周转快、低

值等特点，车间组装主要依赖手工操作。由于车间生产管理要求必须按各道工序设置，为了保证数据的完整性、准确性，要求每道工序完成时都必须及时、准确录入系统，对工人的电脑操作等要求较高，但公司大部分组装工人的文化程度较低，难以保证所录入数据的及时性、准确性；

②影响工作效率。一般情况下组装一支手电筒平均时间约 1 分钟：印花膜 3.5 秒——装前桥 4 秒——装后桥、打开关 10 秒——装后导圈、扩后导圈 6 秒——装夜光圈/镜片/反光杯入一级、扭一级 9 秒——点亮测试 4 秒——装尾筒弹簧 3.5 秒——扭尾筒、外观检查 6 秒——装产品入袋 3 秒——装中盒 5 秒。若上线车间生产管理功能，则每道工序均登陆系统进行操作则将大幅降低工作效率，进而增加单位生产成本。

综上，基于公司综合考虑产品生产特点、生产流程和成本效益的影响，公司未上线车间生产管理功能，无实时收发存记录。

2、发行人生产车间按月编制收发存情况表

生产车间每月末根据财务管理系统中当月领料、成品入库数据，并对在产品进行全面清点，会同工程部确定在产品完工进度，编制期末在产品数量明细表。财务中心会同仓管部每月对生产车间在产品进行抽盘，复核每月末在产品数量明细表。同时，每月末生产车间汇总所留存的一联《材料出库单》、一联《产成品入库单》，统计本月材料领用情况及生产结转入库情况，编制生产车间月度收发存情况表。

3、发行人采取采用多种方法和措施保障生产车间月度收发存情况表的准确性

（1）严格把控车间上游环节的材料领用、下游环节的成品入库

公司材料领用所附《材料出库单》、产成品入库所附《产成品入库单》均为一式三联，仓管部、生产车间和财务中心各保留一联，且相关领用数量、入库数量均经仓管部、生产车间共同确认。仓管部每日对其负责区域内的存货进行清点，检查采购入库单、产成品入库单、材料出库单、销售出库单的完整性，复核每日出库、入库、结余数量是否准确，且每月末导出原材料、产成品月度进销存情况

表与生产车间月度收发存情况表勾稽比对。同时，财务中心定期整理材料出库单、产成品入库单、销售出库单等原始凭证，复核相关原始凭证与财务管理系统数据是否一致，确保车间领用、生产入库、销售出库数据无误。

（2）生产车间管理有序，生产安排合理，主要产品生产过程集中于同一个车间完成

公司共有 8 个生产车间，主要车间从领用材料后至产成品入库的各生产阶段均在同一车间内部完成，相关在产品基本不存在跨车间流动，确保相关材料、在产品在同一封闭空间内，车间管理良好，避免跨区域流转造成的在产品管理混乱。且同一车间的管理人员对该车间的在产品更为熟悉，能够准确判断在产品的品种、规格和数量。同时，公司车间日常管理中，通过车间统计员统计每日员工计件工作量、车间管理日报表等，及时把握相关生产订单状态，满足生产需求。

（3）每月末盘点和抽盘，定期全盘，确保在产品等存货项目数量准确

生产车间每月末根据财务管理系统中当月领料、成品入库数据，并对在产品进行全面清点，会同工程部确定在产品完工进度，编制期末在产品数量明细表。财务中心会同仓管部每月对生产车间在产品进行抽盘，复核每月末在产品数量明细表。每年年末，财务中心和仓管部、生产车间对公司的所有存货进行全盘，确保存货数量的准确、完整。

（三）发行人财务中心按月编制生产成本台账

财务中心对实际发生的成本按生产车间以及费用项目进行全面归集，并安排不同人员进行编制、审核在产品、产成品金额的计算过程，并由财务总监进行最终复核，形成生产成本台账。主要流程和方法如下：

1、公司设置直接材料、直接人工、制造费用等成本费用项目，对实际发生的成本按生产车间以及费用项目进行全面归集。

2、财务中心按月整理材料出库单、产成品入库单、销售出库单等原始凭证，复核相关原始凭证与财务管理系统数据是否一致，并每月进行抽盘，分析抽盘结果与系统数据是否一致，确保车间领用、生产入库、销售出库、存货结存数据无误。

3、财务中心在确定定额成本合理、准确的基础下，在产品、半成品成本按定额成本计算，月初在产品余额和当月生产成本归集金额构成当月生产成本总额。财务中心月末根据在产品及半成品的规格和数量，按照相应的定额单位成本，计算出月末在产品及半成品的成本，并将当月生产成本总额减去月末在产品和半成品的成本，计算得出本期完工产品应分摊的金额；月末以财务管理系统中各类产成品的入库数量和相应各项原材料消耗定额、人工消耗定额、制造费用消耗定额为基础进行分摊，核算入库产成品的实际成本。

二、核查情况

（一）核查程序

1、访谈发行人财务总监、生产总监，了解发行人车间无实时收发存的原因，了解车间管理与财务管理系统中库存管理、生产订单管理等的衔接情况，询问在产品、产成品与财务核算的对接情况；

2、抽取发行人的月度生产车间收发存记录表，复核是否与财务管理系统中相关信息相一致；

3、抽取发行人报告期内的存货盘点表及财务中心的抽盘表，分析盘点结果与账面是否一致；

4、对发行人期末存货实施监盘，核实存货是否账实相符；

5、抽取发行人的月度生产成本台账，检查发行人在产品、产成品计算过程，检查是否经过适当的复核和审批，重新测算验证其准确性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人库存管理存在实时收发存记录，并可即时生成原材料、产成品收发存情况表；发行人因实际情况暂无生产车间实时收发存记录，但结合材料领用、生产入库等信息按月编制生产车间收发存记录表，并采取多种方法和措施保障收发存记录表的准确性；发行人按照合理准确的、一致的计算方法归集和分摊生产成本，按月编制生产成本台账。

问题 9.关于毛利率

请发行人在国内外上市公司、新三板挂牌公司、在审企业等范围内补充选取各类别产品对应的可比公司，说明发行人各类别产品（含口罩）收入变动趋势、毛利率等与可比公司差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

一、发行人说明

（一）移动照明产品

中国是移动照明产品生产和出口的主要国家，公众公司、在审企业中，包括发行人仅有四家公司专业从事移动照明业务，为金莱特、久量股份、长方集团和金源照明。四家公司的移动照明业务的收入如下：

单位：万元

公司	2020 年 1-6 月	同比增长	2019 年度	同比增长	2018 年度	同比增长	2017 年度
金莱特	13,679.36	-42.96%	53,583.73	5.64%	50,721.24	-18.49%	62,228.35
长方集团	25,526.87	-23.49%	80,898.88	-6.34%	86,375.56	-13.42%	99,760.93
久量股份	15,242.68	-38.89%	52,694.53	2.36%	51,480.13	-5.42%	54,431.64
金源照明	8,634.58	-32.56%	29,729.09	0.34%	29,629.80	-4.62%	31,063.95

除 2019 年长方集团同比小幅下降，而其他三家同比小幅上升，四家公司的收入变动趋势基本一致的，只是变动幅度因各家公司的产品和销售渠道的区别有所不同，这是合理的。

四家公司的毛利率情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
金莱特	15.90%	17.07%	7.85%	9.65%
长方集团	31.24%	34.67%	34.15%	30.65%
久量股份	22.84%	23.86%	23.20%	23.96%
金源照明	24.69%	26.15%	24.73%	26.91%

虽然同为移动照明业务，但产品、渠道和经营策略不同，毛利率有所差异，是制造业正常的现象。长方集团是移动照明业务的龙头企业，销售金额最大，毛利率最高。金莱特主要以“ODM”为主，其他三家以自有品牌为主，金莱特的毛利率最低，符合产业逻辑。

（二）固定照明

移动照明，指便捷携带的照明器具。而固定照明，涵盖甚广，应用场景多样，

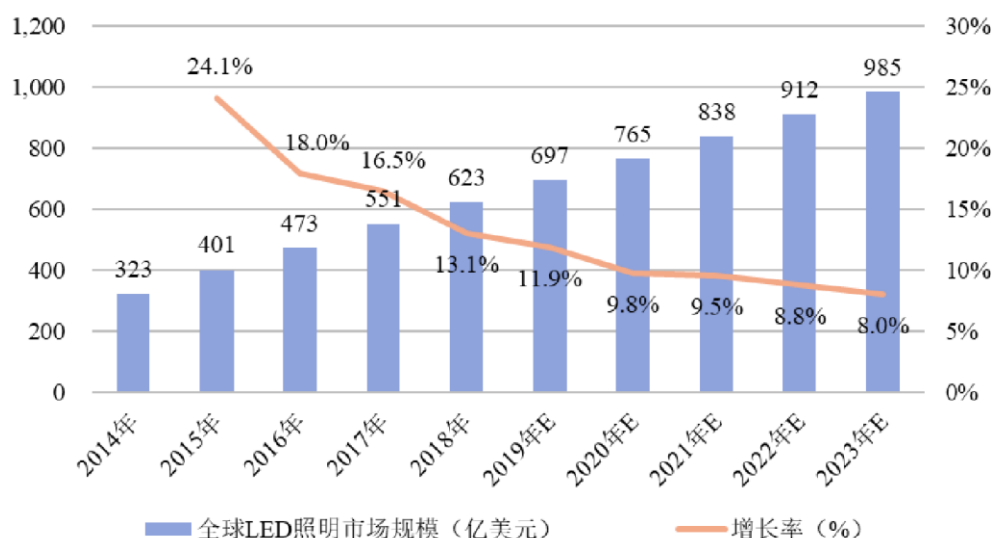
种类繁多，涉及照明相关的公众公司数量较多。因此选取有代表性公司、与发行人业务相似度较大的公司来做比较。欧普股份、阳光照明、佛山照明、三雄极光均为老牌照明企业，且为行业龙头公司。在细分领域，爱克股份和华体科技是专业的景观照明公司，前者有投光灯产品，后者有道路照明产品，与发行人的市政照明业务类似；民爆光电专业从事工业照明和商业照明业务，其中工矿灯业务与发行人相似；光莆股份以外销为主，与发行人的渠道相似；乐的美的产品以 LED 灯条为主，主要渠道市场是境外，与发行人相似。

单位：亿元

证券代码	公司	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年
		收入	同比	收入	同比	收入	同比	收入
603515.SH	欧普照明	30.09	-20.35%	83.55	4.39%	80.04	15.05%	69.57
600261.SH	阳光照明	23.66	-10.38%	53.16	-5.34%	56.16	11.47%	50.38
000541.SZ	佛山照明	15.23	-9.74%	33.38	-12.21%	38.02	0.05%	38.00
300625.SZ	三雄极光	8.38	-21.91%	25.04	2.94%	24.33	7.37%	22.66
300889.SZ	爱克股份	4.03	-28.80%	11.29	27.65%	8.85	60.99%	5.49
在审	民爆光电	-	-	10.82	23.84%	8.73	11.19%	7.86
300632.SZ	光莆股份	4.56	1.54%	9.83	26.89%	7.75	56.34%	4.95
603679.SH	华体科技	3.67	17.12%	7.12	35.21%	5.26	9.62%	4.80
在审	乐的美	-	-	2.08	9.62%	1.90	9.15%	1.74
在审	金源照明	0.37	5.72%	0.77	33.14%	0.58	-25.46%	0.78

2017-2019 年，LED 照明市场是增长的，但上述公司的收入增长水平是不一致的，因为照明产品种类繁多，应用广泛，不同照明企业经营差异颇大。所以，各照明企业收入趋势不一致，是符合行业特性，是合理的。

2014-2023年全球LED照明行业市场规模增长情况



数据来源: Frost & Sullivan

根据照明行业的特性,照明公司的毛利率也是各有差异。在龙头公司中,欧普照明、阳光照明、三雄极光均是LED照明,毛利率高于佛山照明,因为后者有部分传统照明业务,毛利率较低。在细分领域,华体科技和爱克股份是专业的景观照明公司,民爆光电是专业的工业照明和商业照明公司,光莆股份外销渠道较强,乐的美是专业的LED灯条生产商,毛利率较高。发行人固定照明业务规模小,着重开拓特定渠道(如澳大利亚)和特定市场(潮州本地),开发特定产品(如工矿灯、路灯、投光灯等),以获得较高的毛利率,与细分领域各专业公司的毛利率相近,是合理的。

证券代码	公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
603515.SH	欧普照明	33.98%	34.70%	31.66%	33.52%
600261.SH	阳光照明	34.60%	32.27%	24.28%	24.73%
000541.SZ	佛山照明	23.34%	23.11%	22.87%	22.23%
300625.SZ	三雄极光	33.98%	34.70%	31.66%	33.52%
龙头公司平均值		31.48%	31.20%	27.62%	28.50%
300889.SZ	爱克股份	32.55%	35.44%	34.07%	36.41%
在审	民爆光电	-	37.51%	32.36%	37.03%
300632.SZ	光莆股份	35.98%	36.98%	32.81%	28.77%
603679.SH	华体科技	25.62%	36.44%	35.49%	33.90%
在审	乐的美	-	43.11%	38.29%	41.04%

细分领域平均值		31.38%	37.90%	34.60%	35.43%
在审	金源照明	32.78%	27.58%	34.50%	35.05%

（三）LED 封装

相比同行业的公众公司，发行人的 LED 封装规模较小，但收入增幅较大，主要原因是：公司深耕定制化市场，拥有经验丰富的销售团队，持续开拓新客户和深挖老客户；同时采用持续投入新设备的策略，提升公司的生产效率，提升产品质量，提高产线的灵活性，形成了良性循环。2017-2020 上半年新购设备金额为 1,085.61 万元、377.51 万元、2,010.05 万元、715.88 万元，产能不断增加，可以满足客户更多的需求，竞争力持续提高。2017 年、2018 年和 2019 年收入分别为 4,733.80 万元、7,556.94 万元和 10,502.15 万元，收入持续提升。收入增幅大于同行业其他公司，是合理的。

单位：亿元

证券代码	项目	2020 年 1-6 月 收入	同比	2019 年 收入	同比	2018 年 收入	同比	2017 年 收入
002745	木林森	19.55	-28.13%	49.23	-22.08%	63.18	1.29%	62.38
002449	国星光电	12.05	-19.00%	32.65	0.45%	32.50	5.97%	30.67
300219	鸿利智汇	10.59	-16.88%	25.92	-12.27%	29.55	-5.12%	31.14
300303	聚飞光电	10.00	-12.75%	25.07	6.91%	23.45	14.11%	20.55
300241	瑞丰光电	5.16	-21.30%	13.72	-11.89%	15.62	-1.39%	15.84
在审	穗晶光电	1.99	-27.68%	4.74	2.60%	4.62	32.00%	3.5
836051	汇大光电	0.15	-23.93%	0.51	33.13%	0.38	6.70%	0.36
在审	金源照明	0.44	3.92%	1.05	38.97%	0.76	60.79%	0.47

上述公司的毛利率情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
木林森	21.27%	19.77%	18.20%	22.51%
国星光电	18.83%	27.49%	26.84%	24.98%
鸿利智汇	20.54%	21.92%	22.51%	18.65%
瑞丰光电	16.85%	18.57%	19.70%	18.71%
聚飞光电	28.69%	29.32%	23.86%	22.51%
穗晶光电	21.98%	23.88%	21.30%	23.85%

汇大光电	21.16%	29.26%	29.54%	27.70%
平均值	21.37%	24.12%	22.85%	22.59%
金源照明	26.38%	28.21%	27.88%	28.70%

注明：木林森的毛利率取自于年报披露的 LED 材料毛利率；聚飞光电的毛利率取自年报披露的 LED 行业。

LED 封装产品按规格型号，一般分为通用和定制，销售方式有经销和直销。根据公开的披露信息显示，鸿利智汇以通用产品为主，除按订单进行生产外，还根据市场需求进行备货生产；木林森以经销商销售为主；聚飞光电是小尺寸背光细分市场的龙头企业，以直接销售为主、代理销售为辅，直销占比为 80-90%；汇大光电的产品应用于交通屏，属于定制化产品。通过上表可看出，通用产品和经销商模式的公司（如鸿利智汇、木林森）毛利率比直销模式和定制业务的公司（如聚飞光电、汇大光电）低。

发行人深耕定制化细分市场，为直销模式，根据客户需求定制产品，如：广东欧曼科技股份有限公司从发行人采购的产品主要为 2835/5050 规格（2835 为常规尺寸规格，5050 为非常规尺寸规格），用于生产高端灯带出口欧美；该灯带用于工程项目，对产品质量和出光的一致性和延续性有较高的要求，要求灯珠的颜色特定和高显指（显指>90,常规产品显指在 70 左右）。深圳市兴连鑫光源有限公司和深圳市丽馨光电科技有限公司从发行人采购的产品用于广告发光字和广告背光源，客户为确保发光字（光源）出光色的一致性和延续性，保证同一地区相同品牌使用的广告灯牌显示效果一致，会定制特定的颜色、显指、色温等；东莞明凌电子科技有限公司从发行人采购的产品主要为 4223 规格，是发行人根据客户要求特制的规格型号。客户采购该产品主要用于圣诞节氛围灯，为能适用多变的户外环境，客户要求产品采用抗硫化、抗氧化性能更强的 99.99%的金线封装，而非常规的合金线封装。

因此，发行人的毛利率高于通用产品和经销商的同行业公司，与直销模式和定制业务公司的毛利率相近：2017 年-2019 年毛利率与汇大光电相近，2019 年毛利率与聚飞光电相近。

（四）光伏电池组件

全球光伏电池组件 2019 年前十出货量厂商依次为：晶科能源、晶澳科技、天合光能、隆基股份、阿特斯、韩华 Q-Cells、东方日升、尚德、正泰、苏州腾

晖。除韩华 Q-Cells 外，其他厂商均为中国企业。韩华 Q-Cells、尚德为非上市公司，晶科能源、阿特斯在美国上市，年报未具体披露组件业务，其他厂商均已在 A 股上市，因此选取其他公司的组件业务收入作为参考。具体如下：

单位：亿元

公司	2020 年 1-6 月	同比	2019 年	同比	2018 年	同比	2017 年
晶澳科技	97.41	21.35%	194.34	8.49%	179.14	-2.82%	184.33
天合光能	90.39	31.15%	163.95	14.28%	143.46	-33.82%	216.77
隆基股份	124.14	49.16%	145.7	11.30%	130.91	42.68%	91.75
东方日升	61.26	27.58%	114.9	61.81%	71.01	-1.39%	72.01
正泰电器	-	-	56.2	-10.02%	62.46	18.56%	52.68
中利集团	10.58	-34.10%	31.43	-23.10%	40.87	-12.89%	46.92
金源照明	0.41	55.54%	0.93	325.58%	0.22	136.47%	0.09

注：正泰电器 2020 年中报未披露组件业务；苏州腾晖是中利集团的子公司。

相比上述公司，发行人收入规模小。报告期内，发行人光伏电池组件收入规模增长较快的原因是，公司 2018 年引进大组件自动化生产线，生产能力得到较大提高，收入大幅增加；2019 年引入经验丰富的光伏电池组件生产和销售人员，进一步提升该生产线的运行效率和拓展销售渠道，收入进一步增加。2020 年上半年，光伏平价时代来临，全球光伏组件销量大增，发行人满负荷生产光伏组件，而 2019 年上半年大功率组件生产线的产能属于爬坡状态，因此 2020 年上半年组件收入增幅较大。

上述公司的毛利率情况如下：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
晶澳科技	24.31%	21.02%	18.65%	14.72%
天合光能	-	17.22%	16.35%	15.28%
隆基股份	-	25.18%	23.83%	30.70%
东方日升	16.88%	18.85%	14.31%	13.03%
正泰电器	-	17.01%	16.06%	16.51%
中利集团	-	16.44%	18.00%	8.69%
平均值	20.60%	19.29%	17.87%	16.49%
金源照明	18.71%	17.50%	9.57%	17.98%

注：天合光能、隆基股份、正泰电器、中利集团 2020 年半年报未披露组件的毛利率；因上述公司的组件均为大功率组件，因此金源照明的组件毛利率选取大功率组件。

各光伏组件公司因不同的渠道、生产设备的新旧、内部管控水平以及销售策略等差异，导致组件的毛利率有一定的差异，属于行业合理现象。除 2018 年毛利率较低外，发行人其他年度与行业整体水平差异不大。2018 年大功率组件毛利率大幅降低的主要原因是，当年引进光伏电池组件自动化生产线，从调试到达产的期间，产量较低，折旧费用等固定成本较高，从而导致 2018 年的毛利率较低。

（五）口罩

口罩业务是发行人在 2020 年上半年为抗击新冠疫情响应政府号召而新增的业务，无历史数据。口罩行业分散，且企业众多，但公众公司中明确披露口罩及相关医疗防护业务的公司较少，经查询，较明确披露该业务的公司有：泰恩康（三板挂牌：831173）的医疗器械及其他收入包含口罩产品；奥美医疗（002950）的感染防护产品包括外科手套、口罩、手术衣等；搜于特（002503）中的医疗用品业务为从事口罩生产与销售。上述公司口罩相关业务的 2020 年上半年毛利率情况如下：

公司名称	口罩相关业务名称	2020 年上半年毛利率
泰恩康	医疗器械及其他收入	69.52%
奥美医疗	感染防护产品	47.13%
搜于特	医疗用品	68.61%
平均值		61.75%
发行人	口罩	45.16%

发行人口罩业务毛利率低于其他三家公司，原因合理：口罩价格在疫情开始初期（1-3 月）处于较高水平，随着口罩供应量的上升，口罩价格逐步回归合理水平，而发行人开展口罩业务时间较晚，于今年 4 月份开始销售，毛利率较低。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅发行人相关子行业的公众公司的年报，了解该等公司的业务情况；
- 2、访谈发行人营销负责人、生产负责人和财务总监，了解发行人各产品的毛利率情况及变化原因；

- 3、经核查，移动照明可参考的公众公司仅三家，为金莱特、长方集团和久量股份。固定照明公众公司众多，选取 4 家龙头公司（欧普照明、佛山照明、阳

光照明、三雄极光）和 5 家细分领域代表性公司（光莆股份、爱克莱特、华体科技、民爆光电、乐的美）作为参考，具有合理性。LED 封装行业选取了 7 家 LED 封装业务清晰可比较的同行业公司作为参考，样本数量充分。光伏电池组件生产厂商数量较多，但集中度较高，2019 年全球出货量前十组件厂商出货量占比达 70%，因此以全球前十大组件厂商为选取样本，选择出 6 家可比公司，该 6 家公司组件业务披露清晰，参考性强。在医疗行业，口罩业务一般不作为重点业务，因此针对性的披露较少，经查询，选取了三家口罩业务披露较清晰的可比公司（泰恩康、奥美医疗、搜于特），该三家公司的口罩业务披露信息具有较好的参考意义。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人各业务的可比公司选择合理，参考性强。发行人各业务的收入变动和毛利率情况是真实的，与可比公司的收入趋势和毛利率的差异是合理的、真实的，符合各业务特性。

问题 10.关于存货

申报材料显示，2017 年至 2019 年，发行人原材料占存货的比例分别为 39.23%、39.30%、44.88%。

请发行人补充披露报告期内原材料占存货的比例逐年上升的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”/“十一、资产质量分析”/“（一）资产构成分析”/“1、资产结构总体分析”/“（7）存货”中补充披露如下：

报告期各期末，发行人原材料占存货比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
原材料	7,365.71	6,292.52	4,578.38	3,838.23
其中：照明产品类	5,191.78	4,319.57	3,999.60	3,743.64

光伏电池组件类	2,075.47	1,972.95	578.78	94.59
口罩类	98.46	-	-	-
原材料合计	7,365.71	6,292.52	4,578.38	3,838.23
存货	16,857.43	14,020.47	11,649.93	9,782.97
原材料占存货比例	43.69%	44.88%	39.30%	39.23%

注：照明产品类为移动照明、固定照明和 LED 封装产品生产所使用的原材料。

如上表所示，发行人报告期各期末原材料占存货比例分别为 39.23%、39.30%、44.88%和 43.69%。主要系发行人从接收订单、组织生产、安排发货，需要一定的时间周期，为了保证订单及时交付，发行人需要保持一定量的原材料安全储备，并同步生产储备部分常用产品，故原材料占存货比例保持在 40%左右。

2017 年、2018 年原材料占存货比例相对稳定。2019 年原材料占存货比例同比 2018 年末上升 5.58%，主要系发行人 2018 年下半年新增大功率光伏电池组件自动化生产线，2019 年度已大规模投产且相关市场快速发展，2019 年光伏电池组件销售额由 2018 年的 2,186.17 万元增加至 9,303.90 万元。发行人为满足快速发展的市场需求储备了一定量光伏电池组件原材料，2019 年末光伏电池组件类原材料余额较 2018 年末增加 1,394.18 万元，故 2019 年末原材料占存货比例上升是合理的，符合公司实际情况。2020 年 6 月末原材料占存货比例与 2019 年末相比基本稳定，照明产品类原材料余额增加较多主要系受新冠疫情影响，部分订单有所延迟，但相关生产所需材料已采购并验收入库所致。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、访谈发行人生产总监、财务总监，了解发行人日常排产情况、日常采购情况；
- 2、取得各期末原材料明细表，分析发行人光伏电池组件原材料余额的变动情况与光伏电池组件收入的变动情况是否一致。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人报告期内原材料占存货的比例变动情况是合理的，符合实际经营情况。

问题 11.关于信用保险

请发行人补充披露：

(1) 报告期内针对外销业务在中国出口信用保险公司的投保及理赔情况，包括保单覆盖率、保费与外销规模是否匹配、保险费率、主要合同约定、实际赔付金额及比例等，是否存在外销客户未获得信用保险公司承包的情形；

(2) 泰国环球之光有限公司在中国出口信用保险公司的评级为 CCC 的原因，结合环球之光有限公司的注册资本、股权结构、主营业务、主要客户、财务情况、发行人与其的合作背景、合作历史、报告期内的销售及回款情况等说明发行人与环球之光有限公司合作的稳定性与可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明核查程序、核查范围和核查结论。

【回复】

问题 11-1：报告期内针对外销业务在中国出口信用保险公司的投保及理赔情况，包括保单覆盖率、保费与外销规模是否匹配、保险费率、主要合同约定、实际赔付金额及比例等，是否存在外销客户未获得信用保险公司承保的情形

一、发行人补充披露

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”/“十一、资产质量分析”/“(一)资产构成分析”/“2、流动资产构成及其变化分析”/“(4)应收账款”/“⑥报告期内逾期应收账款情况”/“a、报告期内逾期应收账款合计情况如下”补充披露如下：

报告期内，发行人（被保险人）与中国出口信用保险公司广东分公司（保险人）签署了《短期出口信用保险中小企业综合保险条款 2.0 版》，主要系针对外销业务中的买方拒收风险、拖欠、破产风险、政治风险、信用证风险等，保单有效期为 1 年，保单到期时，如保险人和被保险人双方均未提出变更或解除，则保单在每期有效期届满时自动转续一年。

各保单有效期内，保险费分别为 33.07 万元（人民币）、37.8 万元（人民币）、40.32 万元（人民币）和 42.04 万元（人民币），公司的保险金额分别为 4000 万美元、5000 万美元、5000 万美元和 5000 万美元，相应地每期的保险费率为 0.12%（当期保单有效期内的保险费/保险金额）。

报告期内，因波兰客户波兰柏年公司 2016 年底拖欠发行人货款 32,327.10 美元，2017 年 11 月，中国出口信用保险公司广东分公司向发行人赔付 25,861.68 美元，实际赔付比例为货款的 80%，除上述一笔保险理赔外，发行人外销业务不存在其他保险理赔情形。

公司与中国出口信用保险公司广东分公司签署的出口信用保险合同主要系中国出口信用保险公司提供的《短期出口信用保险中小企业综合保险条款 2.0 版》的格式合同，主要条款包括“适保业务、保险责任、除外责任、信用限额、保费、索赔与追偿、被保险人义务、其他规定”等内容，同时根据公司出口业务的具体情况，在《短期出口信用保险续转保险单明细表》中对上述格式的合同的部分条款进行了进一步细化与补充。

报告期内，因苏丹、科特迪瓦（中信保名单中还包括古巴、伊拉克、阿富汗、伊朗等其他国家）等国内政治、经济形势等综合原因，发行人与中信保签订的保险合同对苏丹、科特迪瓦等国家的客户不适用自行掌握限额，对上述国家的客户出口如发生保险责任范围内的损失，需由中信保个案审核。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司销售至苏丹、科特迪瓦的产品实现的收入分别为 8,062.67 万元、7,250.71 万元、8,159.55 万元和 2,926.72 万元，占各期外销收入的比例分别为 23.34%、23.42%、23.97%和 18.80%。公司与苏丹、科特迪瓦的客户保持了良好的合作关系，合作关系稳定，未发生质量及货款等纠纷，不会对公司出口销售产生重大不利的情形；公司其他的外销客户已获得中信保的承保。

公司的保费金额与公司的保险金额密切相关，与公司的外销收入不具有直接的匹配关系，但公司的保险金额与外销收入规模基本相当。若扣除需要个案审核的客户，保险金额覆盖了公司的外销收入。报告期内，公司的保险金额与外销收入的对比关系具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
外销收入	15,563.62	34,047.01	30,961.64	34,545.77
扣除苏丹、科特迪瓦客户后外销收入	12,636.90	25,887.46	23,710.93	26,483.10
保险金额	35,400.00	33,600.00	31,400.00	27,560.00

（注：保险金额已根据保险合同生效日的汇率折算为人民币）

针对上述事宜，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”/“19、境外部分

客户未获得中信保承保的风险”补充披露如下：

报告期内，因苏丹、科特迪瓦（中信保名单中还包括古巴、伊拉克、阿富汗、伊朗等其他国家）等国内政治、经济形势等综合原因，公司与中信保签订的保险合同对苏丹、科特迪瓦等国家的客户不适用自行掌握限额，对上述国家的客户出口如发生保险责任范围内的损失，需由中信保个案审核。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司销售至苏丹、科特迪瓦的产品实现的收入分别为 8,062.67 万元、7,250.71 万元、8,159.55 万元和 2,926.72 万元，占各期外销收入的比例分别为 23.34%、23.42%、23.97%和 18.80%，如上述客户未能履行付款义务，则公司存在无法向中信保索赔的可能性，面临货款损失的风险。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅发行人与中国出口信用保险公司广东分公司签署的保险合同等文件；
- 2、访谈发行人该项业务的负责人，了解投保业务、理赔情况；
- 3、查阅发行人向中国出口信用保险公司广东分公司索赔的文件。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人的保费金额与发行人的保险金额密切相关，与发行人外销收入不具有直接的匹配关系，但发行人的保险金额与外销收入规模基本相当，覆盖了发行人的外销收入；发行人各期保险费率保持稳定，未发生重大不利变化；报告期内，发行人外销客户除苏丹、科特迪瓦的客户外均获得了中国出口信用保险公司的承保，不存在未获得信用保险公司承保的情形；发行人与苏丹、科特迪瓦的客户保持了良好的合作关系，合作关系稳定，未发生质量及货款纠纷，不会对公司出口销售产生重大不利的情形。

问题 11-2：泰国环球之光有限公司在中国出口信用保险公司的评级为 CCC 的原因，结合环球之光有限公司的注册资本、股权结构、主营业务、主要客户、财务情况、发行人与其的合作背景、合作历史、报告期内的销售及回款情况等说明发行人与环球之光有限公司合作的稳定性与可持续性。

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第六节 业务和技术”/“三、销售情况和主要客

户”/“（二）前十大客户销售产品情况”补充披露如下：

中信保评级是结合公司所在地区、经营情况、盈利能力等因素做出的综合判断，在实际业务操作中，对新开发的客户，发行人结合客户所在市场情况及客户实际经营情况做综合评价，中信保评级为参考指标之一，中信保评级较低并不必然代表该客户的经营情况、盈利能力及抗风险能力实际较差。近期，因环球之光信用评级发生变化，中国出口信用保险公司向公司出具了泰国环球之光最新的海外资信报告，根据该报告，泰国环球之光的资信评级已经提升至 B 级。

泰国环球之光成立于 2015 年 12 月，注册资本为 400 万泰铢，住所为泰国曼谷邦坤田县，Ms.XiaoCai 持有其 49.00%的股权，Mr.Kantakrit Pokinhirankit 持有其 25.50%的股权，Ms.Rangsimaporn Prasingh 持有其 25.50%的股权，主营业务主要系销售手电筒、应急灯、电蚊拍、灯管、球泡灯等，其年收入规模为 500-600 万美元，与公司对其销售规模相匹配。该客户主要人员因参加了中国进出口商品交易会（广交会），对公司产品有一定的了解，因此开始与发行人进行合作。

报告期内，发行人对泰国环球之光的销售及回款情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	861.04	1,606.57	1,301.41	1,708.51
当期回款	824.33	1,679.37	1,512.98	1,453.26
期末应收账款余额	690.64	634.41	690.78	848.64

自公司与泰国环球之光开始合作以来，双方保持了良好的合作关系，合作期限已超过 4 年，合作关系稳定，未发生质量及货款纠纷，具有可持续性。

二、核查情况

（一）核查程序

- 1、向中国出口信用保险公司获取环球之光信用评级情况；
- 2、查阅发行人报告期与环球之光之间的销售合同或订单，取得针对环球之光的收入明细表、应收账款明细表，并取得发行人报告期内、报告期后的银行日记账和银行流水，就环球之光回款情况进行核查；
- 3、访谈发行人销售业务负责人，了解发行人与环球之光合作历史、合作情况；
- 4、走访发行人的主要客户，了解客户与发行人的合作情况、结算情况，分析

发行人是否存在货款难以收回的情形。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人与泰国环球之光双方保持了良好的合作关系，双方合作关系稳定，未发生质量及货款纠纷，具有可持续性。

(本页无正文，为《关于广东金源照明科技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》之签字盖章页)

广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师：何国铨



中国注册会计师：郑镇涛



中国

广州

二〇二〇年十一月十三日