



中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所
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的
补充法律意见书（三）

二〇二〇年十一月



北京市朝阳区建国门外大街甲6号SK大厦31、33、36、37层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel: (8610) 5957 2288 传真/Fax: (8610) 6568 1022/1838
网址: www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所
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的
补充法律意见书（三）

致：广东金源照明科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）接受广东金源照明科技股份有限公司（以下简称“发行人”）的委托，担任发行人申请首次公开发行人民币普通股（A股）及在深圳证券交易所创业板上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜的专项法律顾问，为发行人本次发行并上市出具法律意见书。

本所律师根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规及中国证券监督管理委员会颁布的《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（证监发[2001]37号）、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（证监会、司法部第41号令）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》（证监会、司法部[2010]33号）及深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》等有关规定，亦根据中国证监会于2019年9月19日出具的190951号《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（以下简称“《反馈意见》”）、于2019年10月24日出具的190951号《关于广东金源照明科技股份有限公司首发申请文件落实有关情况的告知函》（以下简称“《告知函》”）、于2019年12月20日提出的口头反馈问题的要求、于2020年6月提出的口头反

馈补充问题的要求，并按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，于 2020 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所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的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）、《北京市中伦律师事务所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出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）和《北京市中伦律师事务所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的补充法律意见书》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”），于 2020 年 10 月 27 日出具了《北京市中伦律师事务所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的补充法律意见书（二）》（以下简称“《补充法律意见书（二）》”）。

根据深圳证券交易所上市审核中心于 2020 年 10 月 30 日出具的审核函[2020]010682 号《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》”），本所律师对《问询函》涉及的相关事项进行了核查与验证，并就相关事项出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准。本所律师在《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》中使用的简称含义一致。

根据《证券法》第十九条的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，本所律师在对发行人本次发行上市有关的文件资料和事实进行核查和验证的基础上，现出具补充法律意见如下：

一、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。

反馈回复：

（一）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。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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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. 访谈发行人主要客户，了解发行人的竞争优势。
5. 发行人出具的说明。

核查内容：

根据发行人的说明，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，发行人照明产品可分为 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。

发行人 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 
	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：

1、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	LED 封装和	总资产 36.02 亿元；收入	境内占比 71.03%；	中国 LED 封装领

	300219	LED 汽车照明应用	35.94 亿元；净利润-9.39 亿元	境外占比 28.97%	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，发行人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，发行人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，加深发行人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，发行人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，发行人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。

2、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
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。发行人移动照明业务经验丰富，渠道成熟，发行人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：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；发行人经营经验不够丰富，品牌知名度低，发行人 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；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；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；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，发行人着力开拓特定的渠道及市场来推广业务。首先，发行人产品取得中国 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，发行人着力开拓境外销售渠道，如澳大利亚市场，发行人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，发行人有独有的地理优势，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，发行人与市场龙头公司不构成直接的竞争局面，发行人产品和渠道被替代的风险较小。

3、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，而同行业龙头公司如隆基股份、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。

发行人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。发行人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。

4、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。发行人积极响应政府号召，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，发行人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，发行人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，发行人口罩产品和渠道在短期内被替代的风险较小。”

核查意见：

经核查，本所律师认为：

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。

（二）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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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。

核查内容：

经核查，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，发行人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，是发行人照明业务产业链的纵向延伸，是制造业发展的合理需求。

发行人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，发行人探索离网电能供给，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，发行人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，增加发行人产品竞争力，并创造新的利润点。因此，发行人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，发行人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，发行人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，发行人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，发行人依然聚焦于现有业务，不存在业务转型的计划。”

核查意见：

经核查，本所律师认为，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。

二、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。

反馈回复：

（一）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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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的业务合作情况。

核查内容：

经核查，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%
	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	Nitesh Kumar-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	SANDEEP KOCHAR-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	PAL Rakhwinder-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） Manoj Meghraj 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）。

核查意见：

经核查，本所律师认为，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。

（二）西非国家各期不同业务外销收入及其变动差异的原因

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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。

核查内容：

经核查，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
	小计	212.59	-29.42%	1,830.93	-15.78%	2,173.91	6.19%	2,047.27
科特	移动照明	1,104.61	145.44%	1,160.11	-28.64%	1,625.66	22.17%	1,330.62

迪瓦	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。

核查意见：

经核查，本所律师认为，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。

（三）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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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. 访谈发行人营销总监了解和主要客户的合作相关情况。

核查内容：

经核查，发行人移动照明、固定照明和口罩业务各期前十大客户情况如下：

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	2017/11/17
	5	中国香港	陈德国际贸易公司	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	2015/12/1
	7	中国香港	金碧有限公司	经销	497.76	5.76%	2017 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	2017/11/17
		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%	2017 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
	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%	2017 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
	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	2015/12/1
	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	经销	48.10	1.30%	2019 年	2009/10/20

		港	限公司				至今	
	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
	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
	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	布基纳法索卡	经销	64.97	0.84%	2007 年	2006/12/1

	法索	博雷公司				至今	
	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。

核查意见：

经核查，本所律师认为，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。

三、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。

反馈回复：

（一）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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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。

核查内容：

经核查，发行人已制定第三方回款的控制制度并有效执行，并不断完善三方回款账户备案制度和执行，具体如下：

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，同时根据其与客户的邮件或聊天记录（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。

核查意见：

经核查，本所律师认为：

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。

（二）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

核查程序：

本所律师就该问题履行了如下核查程序：

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. 查阅工商主管部门、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；

8. 发行人出具的说明。

核查内容：

根据发行人说明，对回款来源为客户生意伙伴或财务机构的，以与客户的沟通过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。

核查意见：

经核查，本所律师认为：

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收到工商、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。

本补充法律意见书一式五份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

（以下无正文）

（本页为《北京市中伦律师事务所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的补充法律意见书（三）》的签章页）

北京市中伦律师事务所（盖章）



负责人：

张学兵

经办律师：

全 奋

经办律师：

陈竞蓬

经办律师：

邵 芳

2020 年 11 月 13 日