

北京市君合律师事务所

关于广东世宇科技股份有限公司

在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的

补充法律意见（二）

致：广东世宇科技股份有限公司

北京市君合律师事务所（以下简称“本所”）接受广东世宇科技股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）委托，作为其在中国（指中华人民共和国，就本补充法律意见而言，不包括中华人民共和国香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾）境内首次公开发行人民币普通股股票并在深圳证券交易所创业板上市（以下简称“本次发行上市”）的专项法律顾问。根据《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》和《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》等法律、行政法规、规章和规范性文件的有关规定，就发行人本次发行上市事宜，本所已于 2020 年 6 月 18 日出具《北京市君合律师事务所为广东世宇科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市出具法律意见的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）和《北京市君合律师事务所为广东世宇科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见》（以下简称“《法律意见》”），于 2020 年 11 月 19 日出具《北京市君合律师事务所关于广东世宇科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的补充法律意见（一）》（以下简称“《补充法律意见（一）》”）。

鉴于深圳证券交易所（以下简称“深交所”）于 2020 年 12 月 10 日就发行人本次发行上市相关问题下发《关于广东世宇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二轮审核问询函》（审核函[2020] 010926 号）（以下简称“《审核问询函》”）并要求本所就发行人有关法律问题进行专项核查，本所现就上述专项问题，出具本补充法律意见。

本补充法律意见是对《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》的补充和修改，并构成《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》不可分割的一部分。

本所在《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见。对于本补充法律意见所说明的事项，以本补充法律意见的说明为准。

本所不对有关会计、审计及资产评估等非法律专业事项发表意见，在本补充法律意见中对有关会计报告、审计报告、内控报告和资产评估报告中某些数据和结论进行引述时，并不视为本所对这些数据、结论的真实性和准确性作出任何明示或默示保证。本所并不具备核查并评价该等数据的适当资格。

除非文义另有所指，本补充法律意见所使用简称的含义与《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》中所使用简称的含义相同。

本补充法律意见仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。本所及本所经办律师同意将本补充法律意见作为发行人申报本次发行上市所必备的法定文件，随其他申报材料一起上报深圳证券交易所和中国证监会审核。

本所根据相关法律、法规、规章及规范性文件的要求及中国律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，现出具本补充法律意见如下：

一、《审核问询函》问题 1

关于乐奇金鹰

根据申报材料和审核问询回复：乐奇金鹰第一大股东陈毅文系吕飞雄、林容娣夫妇的女婿，吕雪峰的姐夫。2017 年、2018 年和 2019 年，乐奇金鹰的营业收入分别为 1,484.62 万元、1,808.76 万元和 1,766.35 万元，净利润分别为 6.43 万元、40.92 万元和 19.43 万元。乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，产品以碰碰车等机动类游乐设施产品和博博熊系列儿童机等为主。就客户、供应商重叠情况，中介机构实地走访的发行人客户覆盖率分别为 62.02%、66.91%和 58.83%，电话访谈的发行人客户覆盖率分别为 1.76%、2.57%和 8.53%。在走访及电话访谈覆盖范围内，发行人对重叠客户的销售占比较小，分别为 5.76%、6.17%和 6.60%。中介机构实地走访的发行人供应商覆盖率分别为 73.79%、74.86%和 76.12%。在走访覆盖范围内，发行人对重叠供应商的采购占比较小，分别为 6.51%、5.38%和 4.82%。发行人与乐奇金鹰的发展资金来源相互独立。

请发行人补充披露：（1）乐奇金鹰股东的出资来源，报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况。（2）乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额。（3）中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因，大部分未走访的客户、供应商未通过电话访谈的原因，客户、供应商重叠的具体情况，对应销售、采购金额。（4）乐奇金鹰获得 IP 授权的情况，未来是否存在与发行人生产销售同种产品的可能性，对发行人正常生产经营的影响，请发行人进行有针对性的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）乐奇金鹰股东的出资来源，报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况

1. 乐奇金鹰股东的历次出资来源

根据中介机构对乐奇金鹰现股东陈毅文、吕雪梅及原股东陈建文、萧国甄的访谈及原股东吕雪峰出具的确认函，以及本所律师的核查，乐奇金鹰设立、历次股权变更及股东出资来源情况如下：

单位：万元

股权变动情况	序号	股东名称	出资额	比例	出资来源	备注
2002 年，乐奇金鹰成立	1	吕雪峰	31.25	62.50%	自有资金	原名为中山市万力电机电器有限公司，此阶段主营业务为擦鞋机业务，不涉及游戏游艺设备经营业务
	2	陈毅文	12.75	25.50%	自有资金	
	3	萧国甄	6.00	12.00%	自有资金	
	合 计		50.00	100.00%	-	
2003 年 12 月，吕雪峰将股权全部转让给陈毅文	1	陈毅文	44.00	88.00%	自有资金	吕雪峰退出对乐奇金鹰的投资，至今已有 17 年时间
	2	萧国甄	6.00	12.00%	自有资金	
	合 计		50.00	100.00%	-	
2005 年 9 月，乐奇金鹰增加注册资本	1	陈毅文	176.00	88.00%	自有资金	2004 年 10 月开始将主营业务调整为游戏游艺设备业务，更名为乐奇金鹰，并于 2004 年 12 月完成相应工商变更
	2	萧国甄	24.00	12.00%	自有资金	
	合 计		200.00	100.00%	-	
2012 年 9 月，萧国甄将全部股权转让给陈毅文	1	陈毅文	200.00	100.00%	自有资金	-
	合 计		200.00	100.00%	-	
2017 年 9 月，陈毅文转让部分股权给陈建文	1	陈毅文	140.00	70.00%	自有资金	-
	2	陈建文	60.00	30.00%	自有资金	
	合 计		200.00	100.00%	-	
2017 年 11 月，乐奇金鹰分立	1	陈毅文	70.00	70.00%	自有资金	乐奇金鹰将土地房产等物业分立给中山市乐金实业投资有限公司
	2	陈建文	30.00	30.00%	自有资金	
	合 计		100.00	100.00%	-	
2020 年 5 月，陈建文将全部股权转让给吕雪梅	1	陈毅文	70.00	70.00%	自有资金	陈建文、陈毅文家族内部持股结构调整
	2	吕雪梅	30.00	30.00%	自有资金	
	合 计		100.00	100.00%	-	

注：陈建文系陈毅文兄，吕雪梅系陈毅文之配偶；其中，2020年5月，陈建文退出对乐奇金鹰30%股权的投资及监事任职，乐奇金鹰变更为陈毅文、吕雪梅夫妇100%持股的企业。

根据对乐奇金鹰现股东陈毅文、吕雪梅及原股东陈建文、萧国甄的访谈及原股东吕雪峰出具的确认函，乐奇金鹰历次出资均来源于其股东自有资金。根据吕雪峰及发行人的确认，乐奇金鹰大股东陈毅文先生为吕飞雄、林容娣夫妇的女婿，吕雪峰先生的姐夫，其不属于公司实际控制人的直系亲属或者其他近亲属，乐奇金鹰为发行人其他关联企业；发行人实际控制人之一的吕雪峰虽然曾经投资过乐奇金鹰前身中山市万力电机电器有限公司，但当时万力电机的主营业务为擦鞋机业务，当时的经营范围及实际开展的业务均不涉及游戏游艺设备经营业务。吕雪峰于2003年12月将万力电机全部转让给陈毅文后，未曾再参与万力电机的股权及经营事项，2004年10月，万力电机开始将主营业务调整为游戏游艺设备业务，更名为乐奇金鹰，以及乐奇金鹰之后历次增资及股权变更等，均与发行人及其控股股东、实际控制人无关，发行人及其控股股东、实际控制人均无法对乐奇金鹰进行控制或者施加重大影响。

发行人控股股东、实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰已出具确认函，确认其本人不存在为陈毅文、陈建文、吕雪梅投资乐奇金鹰提供财务资助，或者为乐奇金鹰的业务发展提供支持的情形。

2. 报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况

经核查发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰的个人银行流水，并根据吕飞雄、林容娣、吕雪峰出具的确认函，报告期内，乐奇金鹰现股东陈毅文、原股东陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间未发生资金往来。

综上，本所律师认为，报告期内，陈毅文、陈建文、吕雪梅对乐奇金鹰的出资来源于陈毅文、陈建文、吕雪梅的自有资金，不存在陈毅文、陈建文、吕雪梅对乐奇金鹰的出资来源于发行人实际控制人的情形；报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰之间不存在大额资金往来。

（二）乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额

乐奇金鹰未能向发行人提供前十大客户及供应商清单，因此发行人无法披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额，但乐奇金鹰总体经营规模较小，2017年、2018年和2019年，乐奇金鹰的营业收入分别为1,484.62万元、1,808.76万元和1,766.35万元，占发行人同期营业收入的比例分别为3.60%、4.17%和3.90%，其产品种类相对较少，产品结构 with 发行人存在较大差异。

发行人中介机构在对客户、供应商核查过程中，将发行人与乐奇金鹰客户、供应商重叠情况作为重点核查事项之一，对发行人客户及供应商进行访谈了解，经核查，发行

人与乐奇金鹰客户及供应商重叠的情况较少。

1. 发行人未能获得乐奇金鹰报告期内前十大客户及供应商及对应销售及采购金额

发行人未能获得乐奇金鹰报告期内前十大客户及供应商及对应销售及采购金额。发行人未能获取上述信息的原因如下：

根据对乐奇金鹰现股东陈毅文、吕雪梅及原股东陈建文的访谈情况，并根据吕飞雄、林容娣、吕雪峰的确证，发行人与乐奇金鹰一直相互独立经营各自的游戏游艺设备业务，报告期内没有发生关联交易，从个人关系上，吕飞雄、林容娣、吕雪峰也无法影响陈毅文的个人决策，发行人与乐奇金鹰之间虽然从事同类型业务，但不属于同一控制下的企业，不属于同业竞争情形。

但为谨慎起见，经公司与中介机构多轮讨论，曾经决定尝试推动乐奇金鹰同业竞争嫌疑这一潜在问题的解决。

2017 年 5 月 10 日，林容娣与吕雪梅签订《股权转让协议》，约定林容娣将其持有的世宇科技有限 6.5% 股权共 160.1972 万元出资额转让给吕雪梅，股权转让价格为 0 元。

同日，林容娣、吕飞雄、吕雪峰、吕雪梅与陈毅文就上述股权转让签署《股权转让补充协议》，约定就林容娣将其持有的世宇科技有限 6.5% 股权共 160.1972 万元出资额无偿转让给吕雪梅，吕雪梅与陈毅文承诺采取一系列措施，以避免乐奇金鹰与发行人发生同业竞争，吕雪梅与陈毅文承诺的避免同业竞争的主要措施包括：

（1）陈毅文承诺，在吕雪梅受让林容娣持有的世宇科技有限 6.5% 股权后一百二十个日历内，陈毅文须完成如下事项：①变更乐奇金鹰的经营范围，包括但不限于修改公司章程中的经营范围、删除该公司名称中的“游艺机”字样以及进行相应的工商变更登记，使乐奇金鹰的经营范围与世宇科技有限及其控股子公司的经营范围不存在相同或相近等情形，且其名称中亦不能包含与世宇科技有限及其控股子公司的经营范围相同或相近的字样，变更后的经营范围及公司名称、章程等应事先取得林容娣、吕飞雄、吕雪峰或者世宇动漫的认可。乐奇金鹰按照前述约定完成经营范围的变更后，应立即终止签署新的与世宇动漫及其控股子公司的经营范围相同或相近的相关业务合同。②在乐奇金鹰的任何宣传手册、宣传单、报纸、刊物、广播、电视、互联网（包括但不限于乐奇金鹰的官方网站）、微信、自媒体等媒体发布/发送的宣传资料和信息，以及向政府有关部门及其他公开场合向公众披露的文件、资料、信息中，均应显示乐奇金鹰的经营范围、公司名称已按照上述约定进行了变更。

（2）陈毅文承诺，在 2017 年 8 月 31 日之前，陈毅文须完成如下事项：①通过出售相关存货、履行完毕原有业务合同等方式，终止乐奇金鹰目前与世宇动漫及其控股子公司存在竞争或潜在竞争的业务。②完成出售原生产用机器设备、终止原相关业务人员

的劳动合同、就相关业务许可/登记/备案申报已停止经营相关业务。

(3) 在吕雪梅受让林容娣持有的世宇科技有限 6.5%股权后, 吕雪梅和陈毅文将不再从事或投资与世宇科技有限及其控股子公司相同或相近的业务, 并确保与其关系密切的家庭成员不从事或投资与世宇科技有限及其控股子公司相同或相近的业务; 吕雪梅和陈毅文及与其关系密切的家庭成员及上述人员拥有实际控制权或重大影响的公司不会直接或间接从事、参与与世宇科技有限或其控股子公司的业务存在竞争或可能构成竞争的任何业务及活动, 不会直接或间接持有与世宇科技有限及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业的任何股份、股权或权益, 不会以任何方式为与世宇科技有限及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

根据《股权转让补充协议》第三条第 1 项的约定, 陈毅文及吕雪梅或与陈毅文/吕雪梅关系密切的家庭成员, 以及上述人员拥有实际控制权或重大影响的公司违反该协议约定的, 林容娣、吕飞雄、吕雪峰有权要求陈毅文及吕雪梅限期无条件予以纠正, 如在一个月內不予以纠正, 林容娣、吕飞雄、吕雪峰还有权要求吕雪梅无条件将其持有的从林容娣处受让的世宇科技有限的股权无偿回转给林容娣、吕飞雄、吕雪峰。根据《股权转让补充协议》第三条第 2 项的约定, 陈毅文与吕雪梅中任何一方违反该协议约定的, 林容娣、吕飞雄、吕雪峰都有权要求吕雪梅将其持有的从林容娣处受让的世宇科技有限的股权无偿回转给林容娣、吕飞雄、吕雪峰。

根据《股权转让补充协议》第二条的约定, 吕飞雄、林容娣、吕雪峰承诺, 世宇科技有限上市前, 除非事先取得陈毅文和吕雪梅的书面同意, 否则应当确保吕雪梅在世宇科技有限中的股权比例不发生降低的情形, 如有发生, 吕飞雄、林容娣、吕雪峰承诺予以补足。虽有前述约定, 如世宇科技有限上市前引入投资者同时符合如下条件的, 则世宇科技有限及控股股东不受前述约束, 无需承担相应义务: 入股价格为市场化价格 (PE 大于或等于 15 倍); 引入的投资者须不得为控股股东的关联方; 吕雪梅受让股权后世宇科技有限上市前整体增发比例不超过 20%。

上述协议签署后, 世宇科技有限于 2017 年 6 月 8 完成林容娣向吕雪梅转让其所持世宇科技有限 6.5%股权的工商变更手续, 并积极推动和督促乐奇金鹰停止经营游戏游艺设备相关业务及履行前述协议的相关约定。但陈毅文未能遵守《股权转让补充协议》的约定, 包括但不限于: ①未能按《股权转让补充协议》的约定变更乐奇金鹰的经营范围; ②未能通过出售相关存货、履行完毕原有业务合同等方式, 终止乐奇金鹰与世宇科技有限及其控股子公司存在竞争或潜在竞争的业务; ③未能完成出售原生产用机器设备、终止原相关业务人员的劳动合同、就相关业务许可/登记/备案申报已停止经营相关业务。

发行人实际控制人多次催促陈毅文履行相关约定, 但陈毅文最终向发行人实际控制

人表示其不愿履行相关约定。为此，经协商，2019年2月27日，林容娣、吕飞雄、吕雪峰、吕雪梅及陈毅文签署协议，约定解除《股权转让补充协议》，且吕雪梅以0元的价格将所持发行人6.5%的股权转让给吕雪峰。发行人于2019年4月完成了该股权转让的工商变更手续，本次工商变更手续办理完成以后，《股权转让协议》及《股权转让补充协议》同时终止。

综上，由于发行人、乐奇金鹰长期以来相互独立发展，发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰与陈毅文的个人关系较为疏远，以及主要客户供应商清单涉及乐奇金鹰核心商业机密等方面原因，乐奇金鹰未能向发行人提供前十大客户及供应商清单，因此发行人无法获取并披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额。

2. 乐奇金鹰的经营规模及具体产品

（1）乐奇金鹰的经营规模

乐奇金鹰总体经营规模较小，2017年、2018年和2019年，乐奇金鹰的营业收入分别为1,484.62万元、1,808.76万元和1,766.35万元，发行人同期营业收入分别为41,215.72万元、43,341.77万元和45,333.42万元，乐奇金鹰营业收入占发行人同期营业收入的比例分别为3.60%、4.17%和3.90%。

（2）乐奇金鹰的具体产品

经查询乐奇金鹰官网，乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，但产品种类相对较少，产品结构与发行人存在较大差异。

a. 乐奇金鹰的机型机种情况

经查询广东省文化和旅游厅官网，截至目前，乐奇金鹰通过文化主管部门游戏游艺设备审批的机型机种情况如下表所示：

序号	产品名称	申报单位	类别	备案编号	指导目录公布批次
1	小象曲棍球	乐奇金鹰	儿童机类	GS-2009-1-299	第一批游戏游艺机市场准入机型机种指导目录
2	单人动感篮球机	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-300	
3	篮球机（双人）	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-301	
4	超级篮球II	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-302	
5	冰淇淋音乐拍	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A954号	2017年第四季度广东省游戏游艺设备内容审核
6	博博熊吉普车	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A955号	

序号	产品名称	申报单位	类别	备案编号	指导目录公布批次
7	博博熊足球机	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A956 号	通过机型机种目录
8	博博熊乐园	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A957 号	
9	博博熊火车	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A958 号	
10	黄金齿轮	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2018]A159 号	2018 年第一季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
11	博博熊交通站	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2018]A470 号	2018 年第二季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
12	博博熊潜艇	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2018 年第四季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
13	博博熊汽车	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	
14	糖果跌落	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	
15	博博熊太空船	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2019 年第一季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
16	博博熊俱乐部	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2020 年第一、二季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
17	时间齿轮	乐奇金鹰	彩票机	未公开披露文号	
18	超级枪战	乐奇金鹰	模拟类	未公开披露文号	
19	喂食车	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	

另外，根据本所律师在全国特种设备公示信息查询平台的查询，乐奇金鹰还拥有机以下经营许可，具体如下：

证书名称	持证人	核发部门	证书编号	取得日期	到期日
------	-----	------	------	------	-----

证书名称	持证人	核发部门	证书编号	取得日期	到期日
特种设备制造许可证（境内大型游乐设施制造）	乐奇金鹰	国家市场监督管理总局	TS2610134-2024	2020-04-28	2024-04-27

乐奇金鹰上述特种设备许可资质批准制造的范围为：大型游乐设施制造（含安装、修理、改造）：1、滑行车类：运行速度 $<50\text{km/h}$ ，且轨道高度 $<10\text{m}$ ；2、架空游览车类：轨道高度 $<10\text{m}$ ，且单车（列）承载人数 <40 人；3、滑道类：长度 $<800\text{m}$ ；4、观光车类：高度 $<50\text{m}$ ，且单舱承载人数 <38 人；5、陀螺类：倾角 $<70^\circ$ ，且回转直径 $<12\text{m}$ ；6、飞行塔类：运行高度 $<30\text{m}$ ，且承载人数 <40 人；7、转马类：回转直径 $<14\text{m}$ ，且承载人数 <90 人；8、自控飞机类：回转直径 $<14\text{m}$ ，且承载人数 <40 人。

b. 乐奇金鹰的知识产权情况

根据本所律师在国家知识产权局专利审查信息查询网站的查询，截至本补充法律意见出具日，乐奇金鹰及其大股东陈毅文拥有的专利具体如下：

序号	专利名称	类型	专利号	权利人	申请日	取得方式
1	一种足球游戏机	实用新型	201720953642.2	乐奇金鹰	2017-08-01	受让取得
2	一种改变球体下落轨迹的游戏机	实用新型	201720958826.8	乐奇金鹰	2017-08-01	受让取得
3	一种旋转摆动游戏机	实用新型	201720954300.2	乐奇金鹰	2017-08-01	受让取得
4	一种游艺机配件	实用新型	2019222493220	陈毅文	2019-12-16	原始取得
5	游艺机（超级枪战）	外观设计	2019307008900	陈毅文	2019-12-16	原始取得
6	游艺机（博博熊大富翁）	外观设计	2019305034718	陈毅文	2019-9-12	原始取得
7	游艺机（博博熊俱乐部）	外观设计	2019305039069	陈毅文	2019-9-12	原始取得
8	游艺机（博博熊交通站）	外观设计	201830336504X	陈毅文	2018-06-27	原始取得
9	游艺机（博博熊幻想空间）	外观设计	2018302955001	陈毅文	2018-06-12	原始取得
10	游艺机（钓鱼转轮）	外观设计	2018302955092	陈毅文	2018-06-12	原始取得
11	游艺机（神庙宝藏）	外观设计	2018302955478	陈毅文	2018-06-12	原始取得
12	游艺机（热气球冒险）	外观设计	2018300396224	陈毅文	2018-01-27	原始取得

序号	专利名称	类型	专利号	权利人	申请日	取得方式
13	游艺机(无天网碰碰车)	外观设计	2017303480132	陈毅文	2017-08-02	原始取得
14	游艺机(博博熊足球机)	外观设计	2017303480147	陈毅文	2017-08-02	原始取得
15	游艺机(黄金齿轮)	外观设计	2017303480166	陈毅文	2017-08-02	原始取得
16	游艺机(冰淇淋音乐拍)	外观设计	2016304079050	陈毅文	2016-08-22	原始取得
17	游艺机(熊乐园)	外观设计	2016304079084	陈毅文	2016-08-22	原始取得
18	游艺机(博博熊吉普车)	外观设计	2016304079281	陈毅文	2016-08-22	原始取得
19	游艺机(潜艇)	外观设计	2014304976004	陈毅文	2014-12-04	原始取得
20	游艺机(太空飞船)	外观设计	2014304976790	陈毅文	2014-12-04	原始取得
21	游艺机(火车)	外观设计	2014304976860	陈毅文	2014-12-04	原始取得
22	游艺机(汽车)	外观设计	2014304977134	陈毅文	2014-12-04	原始取得
23	游艺机(奇幻之旅车头)	外观设计	2012305232647	陈毅文	2012-10-31	原始取得
24	游艺机(3人转马)	外观设计	2012305232825	陈毅文	2012-10-31	原始取得
25	游艺机(奇幻之旅车卡)	外观设计	2012305233419	陈毅文	2012-10-31	原始取得
26	游艺机(旋转咖啡杯)	外观设计	2012305233847	陈毅文	2012-10-31	原始取得
27	碰碰车(PPC111Y)	外观设计	2012305234159	陈毅文	2012-10-31	原始取得

乐奇金鹰拥有 3 项实用新型专利，另外其大股东陈毅文先生个人名下拥有 23 项外观设计专利、1 项实用新型专利，该等专利基本与博博熊系列、小型转马、小型摇摆机等儿童机产品情况相对应；另外，还有部分碰碰车等与机动类游乐设施产品相关的专利等。

根据本所律师在天眼查网站及中国版权服务微平台的查询，乐奇金鹰拥有的软件著作权具体如下：

序号	名称	权利人	登记号	首次发表日期	取得方式
----	----	-----	-----	--------	------

序号	名称	权利人	登记号	首次发表日期	取得方式
1	儿童益智游乐机嵌入式控制软件	乐奇金鹰	2018SR601468	2016-12-30	原始取得
2	宫廷旋转木马智能控制系统	乐奇金鹰	2018SR600899	2016-06-24	原始取得
3	机动游乐设备智能管理软件	乐奇金鹰	2018SR600911	2016-08-19	原始取得
4	游乐设施风险监测软件	乐奇金鹰	2018SR601615	2017-05-26	原始取得
5	地网碰碰车中央控制系统	乐奇金鹰	2018SR601617	2015-12-18	原始取得
6	超级枪战软件	乐奇金鹰	2020SR0054933	2019-10-11	原始取得

乐奇金鹰的 6 项软件著作权中，其中 5 项均与儿童机类商用游戏游艺机、机动类游乐设施产品相关。

c. 发行人与乐奇金鹰产品差异情况

经查阅乐奇金鹰的公司官网，乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，以博博熊系列儿童机和碰碰车等机动类游乐设施产品为主。根据发行人的《审计报告》及其说明，发行人销售以嘉年华类、模拟类商用游戏游艺机为主，儿童机类商用游戏游艺机占比较低，游乐设施占比更低，2019 年发行人嘉年华类商用游戏游艺机、模拟类商用游戏游艺机销售收入占当期主营业务收入的比例分别为 41.62%、27.92%，儿童机类商用游戏游艺机及游乐设施的销售收入仅占当期主营业务收入的比例分别为 12.78%和 1.20%。因此，发行人与乐奇金鹰的产品结构有较为明显区别。

另外，经本所律师通过乐奇金鹰的公司官网及游戏游艺设备主管部门的网站、国家知识产权局专利审查信息查询网站、企查查等公开渠道的查询，截至本补充法律意见出具日，乐奇金鹰通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备 19 款，乐奇金鹰及其大股东拥有专利 27 项（其中，发明专利 0 项、实用新型专利 4 项、外观设计专利 23 项）、6 项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量较少；而发行人通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备达 317 款，已取得专利 101 项（其中，发明专利 6 项、实用新型专利 28 项，外观设计专利 67 项）、122 项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量均明显高于乐奇金鹰。

3. 发行人中介机构对重叠客户及供应商的核查情况

由于无法直接获取乐奇金鹰的客户和供应商清单，发行人中介机构在对客户、供应商实地走访及电话访谈、邮件调查的过程中，将发行人客户是否也是乐奇金鹰的客户，以及供应商是否也是乐奇金鹰的供应商作为重点核查事项，对客户及供应商进行访谈了解，并对主要客户所属游乐场进行走访时，观察场地是否有乐奇金鹰的设备，经核查，

发行人与乐奇金鹰客户及供应商重叠的情况较少，客户、供应商调查及现场观察的情况分析与乐奇金鹰的经营规模相匹配。

（1）客户重叠的具体情况

发行人和乐奇金鹰拥有彼此独立的销售渠道，不存在共用销售体系或者销售人员等情形。中介机构在对发行人客户进行核查的过程中，保荐机构、申报会计师（指天衡会计师事务所（特殊普通合伙），下同）、本所律师等对客户均会了解报告期内其是否也曾向乐奇金鹰采购，若客户也向乐奇金鹰采购产品，则会进一步了解该客户与乐奇金鹰发生交易的概况及大体交易规模，该客户与乐奇金鹰交易过程是否完全独立于其与发行人的交易过程，包括交易的商务谈判、定价、合同签订、收付款、发货收货以及产品售后服务等，经核查，不存在异常情形。

针对发行人与乐奇金鹰客户是否存在重叠的情形，根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，发行人对中介机构核查覆盖的客户的销售收入及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中介机构核查覆盖的发行人客户的销售收入合计	14,459.51	35,888.91	33,623.33	30,291.76
发行人当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比例	83.63%	79.17%	77.58%	73.50%

在核查覆盖的范围内，发行人客户与乐奇金鹰客户重叠的家数为 12 家，根据发行人《审计报告》及发行人说明，报告期内，发行人对重叠客户的销售收入如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	2,700.85	2,000.00	1,240.73
深圳市乐的文化有限公司	286.18	232.48	531.88	545.52
中山市泰乐游乐设备有限公司	32.70	24.25	-	329.95
Grupo LP SRL	0.35	17.93	120.89	244.94
GERMAN DIS TICARET LIMITED STI	5.77	47.28	49.77	-
Bayraktar Otomotiv	-	-	-	56.45

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
广州市西浦电子有限公司	26.99	1.86	41.22	37.74
韩秀荣	12.02	11.95	54.07	25.51
济南清河岩土工程有限公司	-	-	59.74	-
陕西安康云栖文化旅游发展有限公司	-	-	-	76.92
吴泽君	-	-	58.50	-
遵义畅玩童年文化传播有限公司	-	-	46.34	-
合 计	1,973.31	3,036.60	2,962.41	2,557.76
发行人营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占 比	11.41%	6.70%	6.84%	6.21%

报告期内，发行人对上述 12 家重叠客户的合计销售分别为 2,557.76 万元、2,962.41 万元、3,036.60 万元和 1,973.31 万元，占发行人当期营业收入的比例分别为 6.21%、6.84%、6.70%及 11.41%，总体占比较小，2020 年 1-9 月占比有所上升，主要是当期营业收入有所下降，营业收入绝对金额相对较小所致。报告期内，发行人合并口径前十大客户中，与乐奇金鹰重叠的客户为永旺幻想（中国）一家。

根据重叠客户反馈的信息，乐奇金鹰对重叠客户的销售产品比较单一，销售金额较小，主要为碰碰车等机动类游乐设施、摇摆机等儿童机类商用游戏游艺机等，与乐奇金鹰的产品结构相一致，主要重叠客户为永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司（以下简称“永旺幻想（中国）”）、深圳市乐的文化有限公司（以下简称“乐的文化”）、中山市泰乐游乐设备有限公司（以下简称“泰乐游乐”）和 Grupo LP S.R.L.（以下简称“Grupo”）等 4 家，发行人对其他重叠客户的销售金额和占比都较小。报告期内，发行人对前述 4 家主要重叠客户的销售金额占对重叠客户总销售金额的比例分别为 92.31%、89.55%、97.99% 和 97.73%，4 家主要重叠客户的基本情况如下：

a. 永旺幻想（中国）

经访谈永旺幻想（中国），报告期内，乐奇金鹰主要向永旺幻想（中国）销售带屏幕的小型摇摆机，以及提供小型转马的售后维护服务，报告期内乐奇金鹰对永旺幻想（中国）每年销售金额大约为 100 万元，根据乐奇金鹰的经营规模分析，永旺幻想（中国）是其比较重要的客户。永旺幻想（中国）是发行人主要客户，报告期内发行人对其的销售金额分别为 1,240.73 万元、2,000.00 万元、2,700.85 万元和 1,609.30 万元。永旺幻想（中国）系日本永旺集团（东京证券交易所上市公司，股票代码 8267）持股 99.5%的

公司，“永旺莫莉幻想”为日本永旺集团旗下儿童游乐品牌。日本永旺集团，总部位于日本千叶，门店主要分布在亚洲，包括日本、中国、马来西亚、泰国、菲律宾等。经访谈永旺幻想（中国）并经发行人确认，日本永旺集团绝对控股的子公司永旺幻想（中国）与发行人的交易完全遵循市场化原则，并且永旺幻想（中国）确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，永旺幻想（中国）不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

经访谈永旺幻想（中国）并经发行人确认，永旺幻想（中国）名下游乐场主要定位为儿童游乐（目前逐步发展成人游乐等综合业态），对各类儿童机有一定的市场需求，乐奇金鹰的小型摇摆机（如博博熊乐园、博博熊吉普车、冰淇淋音乐拍等）、小型旋转转马等儿童类游戏游艺设备具有一定的产品优势，因而永旺幻想（中国）基于其自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

根据发行人的确认，发行人向永旺幻想（中国）销售的产品与乐奇金鹰向永旺幻想（中国）销售的产品性质较为接近的主要是超级大货车、快乐校巴、雷霆飞机、豪华小转马等摇摆机类儿童游戏游艺设备，2017年、2018年、2019年和2020年1-9月发行人向永旺幻想（中国）销售该部分产品的金额分别为51.55万元、61.11万元、26.41万元和0万元，占发行人对永旺幻想（中国）同期销售金额的比例为4.15%、3.06%、0.98%和0%，占比很低，因此发行人对永旺幻想（中国）销售的主要产品与乐奇金鹰对永旺幻想（中国）销售的产品存在较大区别。

b. 乐的文化

经访谈乐的文化，报告期内，乐奇金鹰主要向乐的文化销售小型摇摆机，金额较小，2017年销售金额在20万元以内，2018年和2019年销售金额小，没有整机销售，只销售了部分配件。同时，乐的文化是发行人比较重要的客户，报告期内发行人对其的销售金额分别为545.52万元、531.88万元、232.48万元和286.18万元。

经查询乐的文化的官网，乐的文化是“反斗乐园”、“星际传奇”和“Meland”游乐场的运营主体，行业知名度较高。经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，乐的文化前五大股东乐的发展有限公司、康健、向农、向红、杨凡分别持股38.50%、11.76%、11.76%、11.27%、7.84%，注册资本为5,100万元，法定代表人为谢俊。经访谈乐的文化并经发行人确认，乐的文化与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，并且乐的文化确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，乐的文化不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

经访谈乐的文化并经发行人确认，乐的文化旗下的Meland游乐场定位为儿童游乐，对各类儿童机有一定的市场需求，乐奇金鹰的小型摇摆机类儿童游戏游艺设备（博博熊系列产品）具有一定的产品优势，因而乐的文化基于其自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

根据发行人的确认，发行人向乐的文化销售的产品与乐奇金鹰向乐的文化销售的产品性质较为接近的主要是快乐校巴等摇摆机类儿童游戏游艺设备，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人向乐的文化销售的该部分产品的金额分别为 2.74 万元、1.37 万元、0 万元和 0 万元，占发行人对乐的文化合并口径同期销售金额的比例为 0.50%、0.26%、0%和 0%，占比很低，因此发行人对乐的文化销售的主要产品与乐奇金鹰对乐的文化销售的产品存在较大区别。

c. 泰乐游乐

经访谈泰乐游乐，报告期内，乐奇金鹰主要向泰乐游乐销售儿童机等，每年销售金额在 50 万元左右。根据发行人的确认，发行人对泰乐游乐的销售金额亦较小，报告期内，发行人对其的销售金额分别为 244.94 万元、0 万元、24.25 万元和 32.70 万元。经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，泰乐游乐的唯一股东及法定代表人均为王钦贤，注册资本 50 万元。经访谈泰乐游乐并经发行人确认，泰乐游乐与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，并且泰乐游乐确认其与乐奇金鹰交易独立于其与发行人的交易，泰乐游乐不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

泰乐游乐与发行人、乐奇金鹰均属同行业公司，由于其下游客户的一体化采购需求而部分产品其自身不能生产时，其才向发行人或者乐奇金鹰等同行业公司采购，符合行业内普遍的交易习惯。泰乐游乐与乐奇金鹰之间的交易具有合理商业背景。

根据发行人的确认，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人向泰乐游乐销售儿童机的销售金额分别为 76.22 万元、0 万元、0 万元和 8.90 万元，占发行人对泰乐游乐合并口径同期销售金额的比例为 31.12%、0%、0%和 27.22%，总体占比较低，因此发行人对泰乐游乐销售的主要产品与乐奇金鹰对泰乐游乐销售的产品存在较大区别。

d. Grupo

经访谈 Grupo，报告期内，乐奇金鹰主要向 Grupo 销售碰碰车等，2018 年销售金额较大，在 85 万元左右，其余年度金额较小，为 10 万元左右。Grupo 是发行人在阿根廷的客户，报告期内世宇科技对其销售金额相对较小，金额分别为 329.95 万元、120.89 万元、17.93 万元和 0.35 万元。根据对 Grupo 的访谈情况，Grupo 的股东 Alberto Echave 和 Jose Reynoso 分别持股 50%和 50%。经访谈 Grupo 并经发行人确认，Grupo 与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，并且 Grupo 确认其与乐奇金鹰交易过程完全独立于其与发行人的交易过程，Grupo 不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

经访谈 Grupo 并经发行人确认，乐奇金鹰碰碰车类游乐设施具有一定的产品优势，Grupo 基于自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

根据发行人的确认，报告期内，发行人没有对 Grupo 销售碰碰车，因此发行人对 Grupo 销售的主要产品与乐奇金鹰对 Grupo 销售的产品存在较大区别。

结合前述访谈情况及发行人的确认，发行人对其他重叠客户的销售金额和占比都较小，并且都遵循市场化原则，不存在利益输送的情形。

综上所述，总体而言，报告期内发行人与乐奇金鹰重叠客户较少，乐奇金鹰对该等重叠客户的销售金额较小，双方均独立对客户销售，不存在利益输送的情形，也不会影响公司的独立性。

（2） 供应商重叠的具体情况

根据对发行人的客户的访谈情况并经发行人确认，发行人和乐奇金鹰拥有彼此独立的采购渠道，不存在共用采购体系或者采购人员等情形。中介机构在核查过程中，保荐机构、申报会计师、本所律师等对发行人的供应商均会了解报告期内其是否也曾向乐奇金鹰销售，若供应商也向乐奇金鹰销售产品，则会进一步了解该供应商与乐奇金鹰发生交易的概况及大体交易规模，该供应商与乐奇金鹰交易过程是否完全独立于其与发行人的交易过程，包括交易的商务谈判、定价、合同签订、收付款、发货收货以及产品售后服务等，经核查，不存在异常情形。

针对发行人与乐奇金鹰供应商是否存在重叠的情形，根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，发行人对中介机构核查覆盖的供应商的采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中介机构核查覆盖的发行人供应商的采购金额合计	9,094.85	23,675.13	21,883.23	21,429.63
发行人当期采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
比例	89.09%	89.75%	86.57%	85.59%

在核查覆盖的范围内，发行人与乐奇金鹰供应商重叠的家数为 10 家，根据发行人《审计报告》及发行人的说明，报告期内，发行人对重叠供应商的采购金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中山市铭华丝印工艺制品有限公司	182.67	559.51	405.05	311.59
中山市永丰装饰材料工程有限公司	55.14	250.92	313.26	382.41

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中山市火炬开发区恒润五金螺丝行	22.57	82.94	128.04	166.07
中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂	60.69	234.49	354.01	519.79
广州市浙联电机有限公司	42.07	144.53	159.84	249.25
中山市广裕汽车用品厂	21.13	78.41	124.37	92.31
中山市东区金滔滔贸易商行	21.04	45.38	29.92	14.21
中山市新基物资贸易有限公司	9.15	40.50	39.67	39.52
广州市雅睿普电子有限公司	1.06	5.42	68.08	122.34
广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	6.51	68.40
合 计	415.52	1,442.10	1,628.75	1,965.89
发行人采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
占 比	4.07%	5.47%	6.44%	7.85%

报告期内，发行人对上述重叠供应商的采购金额合计分别为 1,965.89 万元、1,628.75 万元、1,442.10 万元、415.52 万元，占发行人合并口径当期采购总额的比例分别为 7.85%、6.44%、5.47%及 4.07%，总体占比较小。根据对发行人的供应商的访谈情况并经发行人确认，报告期内，发行人前十大供应商中，不存在与乐奇金鹰重叠的供应商。

根据对发行人的供应商的访谈情况并经发行人确认，重叠供应商主要为部分印刷品、板材、玻璃钢、螺丝、减速电机供应商，属于比较通用的产品，不存在利益输送的情形，也不会影响发行人的独立性。上述重叠供应商主要集中在中山市铭华丝印工艺制品有限公司、中山市永丰装饰材料工程有限公司等 5 家，对其他重叠供应商的采购金额和占比都较小。报告期内，公司对前述 5 家供应商采购金额占对前述重叠供应商采购总金额的比例分别为 82.87%、83.51%、88.23%、87.39%，5 家主要重叠供应商的基本情况如下：

a. 中山市铭华丝印工艺制品有限公司（以下简称“铭华丝印”）

经访谈铭华丝印，报告期内，2018 年乐奇金鹰向中山市铭华丝印工艺制品有限公司的采购金额在 40 万元左右，其余年度金额在 10 万元左右，主要为采购不干胶画面、有机片。根据发行人的确认，发行人主要向中山市铭华丝印工艺制品有限公司采购游戏游艺设备的画面板、贴纸、压克力工艺及吸塑制品等，2017 年、2018 年、2019 年和 2020

年 1-9 月，发行人向其采购金额分别为 311.59 万元、405.05 万元、559.51 万元和 182.67 万元。发行人主要采购游戏游艺设备的画面板、贴纸、压克力工艺及吸塑制品等，采购产品较为类似，但发行人根据设备需求定制化采购画面板和贴纸等，具体材料型号存在差异。经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，铭华丝印的股东王青发、廖平分别持股 95%、5%，注册资本 60 万元，法定代表人为王青发。经访谈铭华丝印并经发行人确认，铭华丝印与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，铭华丝印确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，铭华丝印不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

b. 中山市永丰装饰材料工程有限公司（以下简称“永丰装饰”）

经访谈永丰装饰，报告期内，乐奇金鹰向中山市永丰装饰材料工程有限公司的年采购的金额在 80 万元左右，根据乐奇金鹰的经营规模分析，中山市永丰装饰材料工程有限公司是其比较重要的供应商，采购的产品是板材，但采购的材料品牌与发行人采购的不相同。根据发行人的确认，发行人主要向其采购夹板、中纤板、防火板等板材；报告期内，发行人向中山市永丰装饰的采购金额分别为 382.41 万元、313.26 万元、250.92 万元和 55.14 万元。经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，永丰装饰的股东邓汝权、邓广明分别持股 60%、40%，注册资本为 30 万元，法定代表人为邓汝权。经访谈永丰装饰并经发行人确认，永丰装饰与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，永丰装饰确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，永丰装饰不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

c. 中山市火炬开发区恒润五金螺丝行（以下简称“恒润五金螺丝行”）

经访谈恒润五金螺丝行，报告期内，乐奇金鹰向恒润五金螺丝行的年采购金额在 14 万元左右，采购的内容为螺丝。根据发行人的确认，发行人主要向其采购螺丝，螺丝的单价很低，采购的产品数量较多金额较小；报告期内，发行人向恒润五金螺丝行的采购金额分别为 166.07 万元、128.04 万元、82.94 万元和 22.57 万元。

经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查。恒润五金螺丝行系卢金海设立的个人独资企业。经访谈恒润五金螺丝行并经发行人确认，恒润五金螺丝行与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，恒润五金螺丝行确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，恒润五金螺丝行不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

d. 中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂（以下简称“健乐玻璃厂”）

经访谈健乐玻璃厂，报告期内，乐奇金鹰向健乐玻璃厂的年采购金额在 30 万元左右，采购内容为玻璃钢。根据发行人的确认，发行人主要向其采购玻璃钢，玻璃钢需要根据产品型号定制化采购。报告期内，发行人向中山市港口镇健乐玻璃钢的采购金额分别为 519.79 万元、354.01 万元、234.49 万元和 60.69 万元。

经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，健乐玻璃厂系崔明健设立的个人独资企业。经访谈健乐玻璃厂并经发行人确认，健乐玻璃厂与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，健乐玻璃厂确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，健乐玻璃厂不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

e. 广州市浙联电机有限公司（以下简称“浙联电机”）

经访谈浙联电机，报告期内，乐奇金鹰向浙联电机的年采购金额在 10 万元左右，采购的内容为减速电机。根据发行人的确认，报告期内，发行人向广州市浙联电机的采购金额分别为 249.25 万元、159.84 万元、144.53 万元和 42.07 万元，发行人主要向其采购减速电机。

经本所律师查询国家企业信用信息公示系统和企查查，浙联电机的股东蒋桂祥、吴献春分别持股 50%、50%，注册资本 100 万元，法定代表人为蒋桂祥。经访谈浙联电机并经发行人确认，浙联电机与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，浙联电机确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与发行人的交易，浙联电机不会在发行人、乐奇金鹰之间进行利益输送。

结合前述访谈情况及发行人的确认，公司对其他重叠供应商的采购金额及占比都较小，并且都遵循市场化原则，不存在利益输送的情形。

综上，本所律师认为，由于乐奇金鹰未提供前十大客户及供应商清单，导致发行人未披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商，以及对应销售和采购金额，但乐奇金鹰总体经营规模较小，产品相对较少，产品定位与结构与发行人存在较大差异，总体来说客户供应商重叠的情况较少，双方均独立向客户采购，不存在利益输送的情形，也不会影响发行人的独立性。

（三）中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因，大部分未走访的客户、供应商未通过电话访谈的原因，客户、供应商重叠的具体情况，对应销售、采购金额

1. 中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因

由于乐奇金鹰未能向发行人提供其客户及供应商清单，为了最大化了解发行人与乐奇金鹰报告期内客户及供应商重叠的情况，中介机构只能通过走访问询和电话访谈的方式进行确认，并通过电话访谈、邮件调查（主要是部分境外客户）等方式进一步加大核查覆盖比例，提高验证的准确性。

2. 中介机构针对是否存在客户和供应商重叠情形补充核查的情况

（1）客户重叠的情形

a. 客户重叠的核查方式

针对发行人与乐奇金鹰的客户重叠情况，中介机构在前期对发行人主要客户走访调查和电话访谈的基础上，采取分层抽样的方式对客户进行了补充电话访谈或者邮件调查。选取客户的具体标准如下：针对报告期各期交易额超过 50 万元的客户，全部抽取进行电话访谈或者邮件调查；针对报告期各期交易额 50 万元以下的客户，随机抽取覆盖交易总额 10%以上的客户进行电话访谈或者邮件调查。通过以上方式，中介机构共选取 262 家客户进行电话访谈或者邮件调查，共 146 家接受电话访谈或者回复邮件调查。根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，补充核查的客户覆盖的销售金额的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
以电话访谈或者邮件补充核查客户覆盖的销售金额合计①	1,855.95	7,732.55	6,632.02	7,435.35
接受电话访谈或者回复邮件调查的客户覆盖的销售金额合计②	1,392.29	5,215.78	3,468.75	3,926.57
发行人当期营业收入③	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占比（②/③）	8.05%	11.51%	8.00%	9.53%

中介机构前期已实地走访 95 家客户，电话访谈 17 家客户，根据发行人《审计报告》及发行人的说明，前期走访和电话访谈覆盖的销售金额如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访的发行人客户销售金额合计	11,335.17	26,807.00	29,039.45	25,639.91
电话访谈的发行人客户销售金额合计	1,732.05	3,866.13	1,115.13	725.28
前期核查覆盖的金额合计	13,067.22	30,673.13	30,154.58	26,365.19
发行人当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
前期走访及电话访谈覆盖比例	75.58%	67.66%	69.57%	63.97%

针对发行人与乐奇金鹰客户是否存在重叠的情形，根据发行人《审计报告》及发行人的说明，中介机构前期已走访或者电话访谈的客户，加上本次补充核查的客户，中介机构合计核查确认覆盖的销售金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查覆盖销售金额	14,459.51	35,888.91	33,623.33	30,291.76
当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比例	83.63%	79.17%	77.58%	73.50%

根据发行人《审计报告》及发行人的说明，其余核查未覆盖的客户相关情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
家数（家）	705	1,535	1,496	1,544
合计销售总额	2,830.61	9,444.51	9,718.44	10,923.96
占营业收入的比例	16.37%	20.83%	22.42%	26.50%
单家客户平均销售额	4.02	6.15	6.50	7.08

综上，中介机构通过走访、电话访谈、邮件调查等方式并结合分层抽样的方法对发行人与乐奇金鹰客户报告期内是否存在重叠的情形进行了核查，核查覆盖发行人客户的比例较高，占发行人合并口径营业收入的 80% 左右，未覆盖的客户较为零散且公司对其金额较少，因此中介机构本次核查结果能够总体上较好反映发行人与乐奇金鹰客户重叠的情况。

b. 客户重叠的核查结果

在前述核查覆盖的范围内的发行人客户与乐奇金鹰客户重叠的数量为 12 家，根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，该等客户与发行人之间发生交易的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	2,700.85	2,000.00	1,240.73
深圳市乐的文化有限公司	286.18	232.48	531.88	545.52
中山市泰乐游乐设备有限公司	32.70	24.25	-	329.95
Grupo LP SRL	0.35	17.93	120.89	244.94
GERMAN DIS TICARET LIMITED STI	5.77	47.28	49.77	-

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
Bayraktar Otomotiv	-	-	-	56.45
广州市西浦电子有限公司	26.99	1.86	41.22	37.74
韩秀荣	12.02	11.95	54.07	25.51
济南清河岩土工程有限公司	-	-	59.74	-
陕西安康云栖文化旅游发展有限公司	-	-	-	76.92
吴泽君	-	-	58.50	-
遵义畅玩童年文化传播有限公司	-	-	46.34	-
合 计	1,973.31	3,036.60	2,962.41	2,557.76
营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占 比	11.41%	6.70%	6.84%	6.21%

基于上表，报告期内，发行人对上述重叠客户的合计销售金额分别为 2,557.76 万元、2,962.41 万元、3,036.60 万元和 1,973.31 万元，占发行人合并口径当期营业收入的比例分别为 6.21%、6.84%、6.70%及 11.41%，总体占比较小；2020 年 1-9 月占比有所上升，主要是当期营业收入有所下降，营业收入绝对金额相对较小所致。

（2） 供应商重叠的核查情况

a. 供应商重叠的核查方式

针对发行人与乐奇金鹰的供应商重叠情况，中介机构在前期对主要供应商实地走访调查和电话访谈的基础上，采取分层抽样的方式对供应商进行了补充电话访谈或者邮件调查。选取供应商的具体标准如下：针对报告期各期交易额超过 100 万元的客户，全部抽取进行电话访谈或邮件调查；针对报告期各期交易额 100 万元以下的供应商，随机抽取覆盖交易总额 10%以上的供应商进行电话访谈或邮件调查。通过以上方式，中介机构共选取 68 家供应商进行电话访谈或者邮件调查，共 64 家接受电话访谈或者回复邮件调查。根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，发行人向补充核查覆盖发行人供应商的采购金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
以电话访谈或者邮件补充核查供应商覆盖的采购金额合计①	1,503.59	3,310.38	2,775.64	2,985.07

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
接受电话访谈或回复邮件的供应商覆盖的采购金额合计②	1,503.59	3,132.95	2,662.19	2,712.94
发行人当期采购总额③	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
占比（②/③）	14.73%	11.88%	10.53%	10.84%

中介机构前期已实地走访 60 家供应商，电话访谈 3 家供应商，根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和电话访谈的结果，发行人向覆盖的供应商的采购金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访的发行人供应商的采购金额合计	6,527.41	20,277.03	19,221.04	18,716.69
电话访谈的发行人供应商的采购金额合计	1,063.85	265.15	-	-
前期核查覆盖金额合计	7,591.26	20,542.18	19,221.04	18,716.69
发行人当期采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
前期核查覆盖比例	74.36%	77.88%	76.04%	74.76%

根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，中介机构前期已实地走访或电话访谈，加本次补充电话访谈及邮件调查合计确认的供应商覆盖的采购金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查覆盖采购金额	9,094.85	23,675.13	21,883.23	21,429.63
当期发行人采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
比 例	89.09%	89.75%	86.57%	85.59%

根据发行人《审计报告》及发行人的说明，核查未覆盖的供应商相关情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
----	--------------	--------	--------	--------

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
家数（家）	276	337	355	389
合计采购总额	1,113.29	2,703.15	3,395.56	3,607.31
占采购总额的比例	10.91%	10.25%	13.43%	14.41%
单家供应商平均采购额	4.03	8.02	9.56	9.27

由前表可知，中介机构通过走访、电话访谈及邮件调查方式并结合分层抽样的方法对发行人与乐奇金鹰供应商报告期内是否存在重叠的情形进行了核查，核查覆盖发行人供应商的比例较高，将近采购总额 90%，未覆盖的供应商较为零散且公司对其金额较少，因此中介机构本次核查结果能够总体上反映发行人与乐奇金鹰供应商重叠的情况。

b. 供应商重叠的核查结果

通过前述核查方式，在核查覆盖的范围内，的发行人供应商与乐奇金鹰客户重叠的家数为 10 家，根据发行人《审计报告》、发行人说明及中介机构走访和调查的结果，发行人报告期内对该等重叠供应商的采购金额如下：

单位：万元

序号	项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	中山市铭华丝印工艺制品有限公司	182.67	559.51	405.05	311.59
2	中山市永丰装饰材料工程有限公司	55.14	250.92	313.26	382.41
3	中山市火炬开发区恒润五金螺丝行	22.57	82.94	128.04	166.07
4	中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂	60.69	234.49	354.01	519.79
5	广州市浙联电机有限公司	42.07	144.53	159.84	249.25
6	中山市广裕汽车用品厂	21.13	78.41	124.37	92.31
7	中山市东区金滔滔贸易商行	21.04	45.38	29.92	14.21
8	中山市新基物资贸易有限公司	9.15	40.50	39.67	39.52
9	广州市雅睿普电子有限公司	1.06	5.42	68.08	122.34
10	广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	6.51	68.40
合 计		415.52	1,442.10	1,628.75	1,965.89

序号	项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
	采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
	占 比	4.07%	5.47%	6.44%	7.85%

报告期内,发行人对上述重叠供应商的采购金额合计分别为 1,965.89 万元、1,628.75 万元、1,442.10 万元、415.52 万元,占当期采购总额的比例分别为 7.85%、6.44%、5.47% 及 4.07%, 总体占比较小。

综上,本所律师认为,发行人对重叠客户和供应商的销售及采购金额占总收入和采购额的比重较少,未对发行人的独立性构成影响。

(四) 乐奇金鹰获得 IP 授权的情况,未来是否存在与发行人生产销售同种产品的可能性,对发行人正常生产经营的影响,请发行人进行有针对性的风险提示

1. 乐奇金鹰获得 IP 授权的情况

根据中介机构对乐奇金鹰大股东的访谈,乐奇金鹰获得的 IP 授权方为香港小博士教育集团,香港小博士教育集团授权乐奇金鹰在部分游戏游艺设备上使用博博熊形象。

2. 发行人获得 IP 授权的情况

发行人获得的 IP 授权情况如下:

授权方	授权期间	IP 授权概况
奥飞动漫	2015 年 5 月-2022 年 6 月	在发行人部分游戏游艺设备上使用“超级飞侠”IP 形象
CALINFER S.A.	2017 年 10 月至 2022 年 9 月	在全球范围内独家生产、销售及推广 ATARI 品牌产品,具体包括 ATARI PONG 家庭版、ATARI PONG 闪亮版、ATARI PONG 酒吧版、ATARI PONG 四人版,以及与 ATARI PONG 家庭版有关的 ATARI 品牌的座椅
万达儿童文化发展有限公司	从 2019 年 9 月至 2022 年 5 月	在发行人部分游戏游艺设备上使用 OCTONAUTS (中文名称:海底小纵队)
Taito Corporation	2019 年 11 月至 2021 年 10 月	授权发行人在中国广东省内非独占地使用 [TAITO GAME]及[TAITO STATION]商标
BIGFOOT 4X4,INC.	2020 年 2 月-2023 年 12 月	授权公司在全世界范围的游戏场所内独家销售带有 BIGFOOT® 标识的游戏游艺设备产品
Atari Interactive, Inc. (以下简称“ Atari”)	2020 年 9 月-2023 年 8 月	授权公司使用“ Atari” 商标等生产欢乐乒乓 mini PONG (30cm) 版本

发行人与乐奇金鹰获得的 IP 授权无重叠的情形。

3. 发行人与乐奇金鹰产品差异情况

经查询乐奇金鹰官网，乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，以博博熊系列儿童机和碰碰车等机动类游乐设施产品为主。根据发行人的《审计报告》及其说明，发行人销售以嘉年华类、模拟类商用游戏游艺机为主，儿童机类商用游戏游艺机占比较低，游乐设施占比更低，2019 年世宇科技儿童机类商用游戏游艺机及游乐设施的销售占比分别为 12.78%和 1.20%。因此，发行人与乐奇金鹰的产品结构有较为明显区别。

4. 有针对性的风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、市场风险”中补充披露如下：

（二）关联方企业与发行人进行市场竞争的风险

乐奇金鹰为发行人的关联方，并且发行人与乐奇金鹰均属于游戏游艺设备行业，但发行人与乐奇金鹰的具体产品定位存在较大的区别，同类产品较少，经营规模也存在较大差距，一直以来双方相互独立经营，发行人及其控股股东、实际控制人均无法对乐奇金鹰进行控制或者施加重大影响。根据目前双方的产品结构和技术储备情况，短期内乐奇金鹰生产出与发行人类似产品且产生实质性市场竞争的可能性较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。但长期来看，也不能完全排除乐奇金鹰通过长期的发展和积累，产品研发水平和经营管理水平等不断提升，从而开发生产出能与发行人主导产品相竞争性的类似产品，与发行人开展正常市场竞争，从而成为公司较强的市场竞争对手，增加公司的市场竞争压力。

综上，本所律师认为，乐奇金鹰已获得香港小博士教育集团有关博博熊的 IP 授权，除此之外，目前未获得其他 IP 授权，也不存在与发行人有相同授权方或者类似授权的情形；短期内乐奇金鹰不存在与发行人生产销售同种产品的可能性，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。未来若乐奇金鹰通过长期的发展和积累，产品研发水平和经营管理水平等不断提升，开发生产出与发行人主导产品相竞争性的类似产品，将与发行人开展正常市场竞争，从而成为公司的竞争对手，增加公司的市场竞争压力，对此，发行人已进行有针对性的风险提示。

二、《审核问询函》问题 3

关于境外诉讼

根据申报材料和审核问询回复：2016 年 1 月 6 日，美国人 Valerie Nolte 女士在美国加利福尼亚州洛杉矶县的 CEC ENTERTAINMENT, INC.拥有的 Ken Chuck E. Derby 餐厅受伤，Nolte 女士在帮助其孙子从 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马上下地时摔倒在地，碰撞到头部，后其声明因为此次摔倒遭受了创伤性脑损伤。涉案的 Ken Chuck

E. Derby 赛马产品系由发行人于 2008 年按当时 LOLO INC.及 Bromley, Inc.的要求 OEM 生产。

请发行人补充披露涉案的 **Ken Chuck E. Derby 赛马产品**是否符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求，发行人生产的其他产品是否存在类似诉讼、赔偿或罚款，相关金额，目前案件的最新进展，是否对发行人境外业务构成重大影响，请进行有针对性的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）涉案的 **Ken Chuck E. Derby 赛马产品**符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求

根据美国 YOKA & SMITH LLP 的律师 Chad Chen（以下简称“美国律师”）于 2020 年 12 月 16 日出具的说明（以下简称“美国律师的说明”），其未发现涉案的 **Ken Chuck E. Derby 赛马产品**存在违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求的情况。此外，经美国律师审阅相关诉讼文书，Valerie Nolte 女士和 CEC 均未提供任何证据证明涉案的 **Ken Chuck E. Derby 赛马产品**在设计或制造方面存在缺陷。

根据发行人的确认，发行人制定了严格的安全质量控制标准，历年来生产并出口美国的游戏游艺设备符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求，历史上没有因公司产品安全质量问题而受到美国相关部门处罚的情形，也没有被客户要求召回等情形；在中国境内及其他境外市场，也不存在该等情形。

基于上述，本所律师认为，**Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品**没有违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求。

（二）发行人生产的其他产品是否存在类似诉讼、赔偿或罚款，相关金额，目前案件的最新进展，是否对发行人境外业务构成重大影响

1. 目前案件的最新进展

根据美国律师的说明，截至 2020 年 12 月 16 日日，洛杉矶高等法院（Los Angeles Superior Court）已恢复审理 Valerie Nolte 女士与 CEC 之间的案件，但因 CEC 已根据《美国破产法》第 11 章的规定申请破产保护，CEC 已向洛杉矶高等法院提交了中止诉讼的通知；在 CEC 向法院提交中止诉讼通知后，案件将一直处于中止状态直至 CEC 的破产案件完结。截至 2020 年 12 月 16 日，CEC 破产案仍在进行中，因此，在 CEC 破产案完结之前，Valerie Nolte 女士与 CEC 之间的案件不会重新启动。

关于发行人及其子公司可能承担赔偿额，根据美国律师的说明，案件当事人尚未对具体赔偿金额及损害进行进一步举证或确认，该诉讼的具体赔偿金额尚未确定。但根据其于 CEC 律师之间的沟通，CEC 聘请了神经内科专家对 Valerie Nolte 女士的伤势进行

了检查，该神经内科专家认为 Valerie Nolte 女士曾经因此次摔倒遭受了创伤性脑损伤，但 Valerie Nolte 女士已完全康复且无任何后遗症；因此，CEC 只愿意以不高于 10 万美元的价格解决与 Valerie Nolte 女士之间的案件。

2. 发行人生产的其他产品不存在类似诉讼、赔偿或罚款

根据发行人的确认及发行人聘请的境外律师就发行人境外控股子公司出具的法律意见，并经本所律师核查发行人的营业外支出明细，以及查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，截至本补充法律意见出具日，发行人生产的其他产品不存在类似诉讼、赔偿或罚款。

3. 该案件不会对发行人境外业务构成重大影响

根据美国律师的说明，该诉讼不会对发行人在美国开展业务产生不利影响，尤其是考虑到目前并无任何证据表明发行人在该诉讼涉及的事件及产品中存在任何过错。根据美国律师的说明，其未发现涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品存在违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求的情况。此外，经美国律师审阅相关诉讼文书，Valerie Nolte 女士和 CEC 均未提供任何证据证明涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品在设计或制造方面存在缺陷。

根据发行人的确认，发行人已于 2013 年停止生产或销售涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅赛马产品，报告期内未曾生产或销售该涉案产品。

根据发行人的说明及其提供的资料，截至本补充法律意见出具日，发行人未曾因 CEC 案件而被要求退货、换货、召回产品、无法继续履行已签订的购销合同或无法缔结新的购销合同，或者被冻结资产等，亦未导致发行人生产的其他产品面临类似诉讼、赔偿或罚款。根据发行人提供的境外控股子公司销售数据及发行人的确认，该诉讼未对发行人产品在境外销售造成重大影响。

根据发行人的说明，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人在美国市场的销售金额分别为 4,309.31 万元、5,285.96 万元、6,786.60 万元和 1,589.31 万元，CEC 案件未对发行人在美国市场的销售造成重大不利影响，最近三年，发行人在美国市场的销售稳步增长，2020 年 1-9 月发行人在美国市场的销售有所下降，主要是受新冠疫情的阶段性的不利影响，与 CEC 案件无关。

同时，针对该纠纷，发行人控股股东、实际控制人吕飞雄先生、林容娣女士、吕雪峰先生承诺：如因该纠纷导致发行人或其控股子公司最终需承担赔偿责任或其他责任，则本人将足额补偿发行人及其控股子公司因此发生的支出或造成的损失，且无需发行人及其控股子公司支付任何对价。

基于上述，本所律师认为，该案件不会对发行人的境外业务造成重大不利影响。

综上，本所律师认为，截至本补充法律意见出具日，发行人生产的其他产品不存在

类似诉讼、赔偿或罚款，该案件没有对发行人境外业务构成重大不利影响，由于发行人本身产品不存在重大质量缺陷，并且发行人实际控制人已出具承担潜在损失的承诺函，预计未来也不会对发行人境外业务造成重大不利影响。

（三） 发行人已作出有针对性的风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“九、诉讼风险”中补充披露如下：

“截至本招股说明书签署日，发行人/发行人控股子公司涉及 1 起尚未了结的境外纠纷，基本情况如下：2016 年 1 月 6 日，美国人 Valerie Nolte 女士在帮助其孙子从 CEC 拥有的餐厅的机械赛马上下地时摔倒。2018 年 1 月 4 日，Valerie Nolte 女士起诉要求 CEC 进行损害赔偿。涉案机械赛马为发行人/发行人控股子公司生产、销售的产品。CEC 试图将发行人/发行人控股子公司等涉案机械赛马产品的销售和经销商、制造商、保险公司及其他相关方纳入上述诉讼，以补偿 CEC 可能因此遭受的损失。因 CEC 已申请破产保护，CEC 向法院发出了中止与 Valerie Nolte 女士之间的诉讼的通知，导致了该诉讼目前正处于中止状态，并将一直处于中止状态直至 CEC 的破产案件结束。此外，案件当事人尚未对具体赔偿金额及损害进行进一步举证或确认，该诉讼的具体赔偿金额尚未确定。该诉讼详细情况参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”。

由于案件进展和审理结果存在一定不确定性，尽管发行人实际控制人做出了承担可能的赔偿责任的承诺，上述案件仍可能对公司的业务、声誉、经营业绩造成不利影响。另外，如公司未来发生其他类似的诉讼、赔偿或罚款，可能给公司带来其他风险和损失。”

综上，本所律师认为，发行人已经对该案件进行了有针对性的风险提示。

三、《审核问询函》问题 4

关于收入

根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期内，境内业务占主营业务收入的比例分别为 54.60%、45.17%、49.57%及 66.44%。（2）报告期内，境外业务占主营业务收入的比例分别为 45.40%、54.83%、50.43%及 33.56%。境外销售以经销为主。（3）第一轮审核问询函要求发行人对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对经销模式进行充分披露，但发行人回复的内容不完整，如未披露经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系、经销商是否专门销售发行人产品、报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况等。（4）报告期内，公司配件收入分别为 1,412.55 万元、1,283.54 万元、1,642.51 万元及 407.72 万元。最近三年随着公司商用游戏游艺机累计销售规模不断增加，配件的收入总体也有所增加。（5）报告期内，发行人存在退换货情

况。(6)报告期各期,发行人外购套件生产产品的销售收入占比分别为 23.91%、22.13%、25.68%和 40.03%, 2020 年 1-9 月收入占比上升较多。

请发行人:(1)按省份列示报告期各期境内收入的金额及占比,对于波动较大的省份分析并披露波动原因。(2)补充披露合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因,发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售;按国家(或地区)列示报告期各期境外收入的金额及占比,结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等,补充披露部分国家收入波动较大的原因,相关影响是否具有持续性;补充披露主要境外市场同类产品的竞争格局,公司产品的竞争优、劣势,相关货物流和资金流的流向情况,境外客户的获取方式、开发历史、交易背景,大额合同订单的签订依据、执行过程。(3)逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求,充分、完整披露经销商模式的相关情况。(4)量化分析并披露配件销售数量及金额与商用游戏游艺机销售规模的匹配性。(5)补充披露报告期各期退换货具体情况,包括退换货客户、退换货数量和金额、退换货原因等,分析并披露 2020 年 1-9 月退换货情况相较上年同期是否大幅增加及原因(如有)和影响。(6)补充披露 2020 年 1-9 月外购套件生产产品的销售收入占比提升的背景和原因,发行人对外购套件的依赖性是否增强。

请保荐人、申报会计师和发行人律师:(1)逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求,说明对经销模式的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。(2)说明对境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。(3)说明疫情情况下如何对 2020 年 1-9 月收入真实性进行充分、有效的核查,包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。(4)对上述其他事项发表明确意见。

(一) 按省份列示报告期各期境内收入的金额及占比,对于波动较大的省份分析并披露波动原因

根据发行人《审计报告》及申报会计师出具的《<关于广东世宇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二轮审核问询函>的回复》(天衡专字(2020)02137 号,以下简称“申报会计师专项报告”),报告期各期,发行人合并口径境内主营业务收入按省份列示主要销售情况如下:

单位：万元

省份	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北京市	2,434.28	21.46%	5,729.29	25.65%	5,347.19	27.54%	3,400.10	15.20%
广东省	2,309.09	20.36%	5,059.73	22.65%	3,912.52	20.15%	4,874.64	21.79%
辽宁省	1,836.01	16.19%	414.07	1.85%	340.58	1.75%	722.33	3.23%
山东省	945.32	8.33%	769.25	3.44%	869.20	4.48%	778.39	3.48%
江苏省	765.74	6.75%	2,074.86	9.29%	1,061.12	5.46%	1,589.93	7.11%
上海市	466.72	4.12%	1,678.21	7.51%	807.68	4.16%	856.71	3.83%
浙江省	405.34	3.57%	1,013.43	4.54%	1,044.40	5.38%	1,479.36	6.61%
湖北省	282.59	2.49%	334.31	1.50%	663.10	3.41%	587.71	2.63%
河南省	212.25	1.87%	638.78	2.86%	627.59	3.23%	409.54	1.83%
安徽省	178.13	1.57%	579.43	2.59%	391.54	2.02%	408.51	1.83%
湖南省	168.64	1.49%	494.16	2.21%	238.71	1.23%	845.24	3.78%
山西省	154.33	1.36%	182.27	0.82%	227.39	1.17%	150.08	0.67%
河北省	153.04	1.35%	170.86	0.76%	205.10	1.06%	594.69	2.66%

省份	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
四川省	145.94	1.29%	448.03	2.01%	476.21	2.45%	557.36	2.49%
其他省份	884.28	7.80%	2,750.50	12.31%	3,205.98	16.51%	5,119.78	22.88%
合计	11,341.70	100.00%	22,337.18	100.00%	19,418.31	100.00%	22,374.37	100.00%

报告期各期，发行人合并口径境内主营业务收入销售主要分布在华南、华东及华北地区，包括广东省、江苏省、上海市、北京市、浙江省等省份。同时，随着各地区客户对产品的需求的波动，发行人各年对各省份的销售额略有波动。

根据发行人的说明，2018 年发行人在北京市的销售额较 2017 年有所增加，主要系发行人对北京大玩家娱乐股份有限公司及永旺幻想（中国）销售额有所增加。2018 年，发行人产品动感飞车等受到北京大玩家娱乐股份有限公司的认可，对其产品销售金额有所增加，实现收入 783.28 万元，2017 年为 68.38 万元；发行人于 2018 年推出的儿童机巴祖卡、奇幻滑梯、方块工厂等受到永旺幻想（中国）的认可，2018 年对其实现此三款产品的销售额共 1,009.51 万元。

根据发行人的说明，2019 年，随着公司销售规模的增长，公司对北京市、广东省、江苏省、上海市等地的销售额均有所增加。

根据发行人的说明，2020 年 1-9 月，发行人对辽宁省、山东省的销售金额较上年有所增加，主要系对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司销售 1,713.50 万元，对潍坊娱人码头娱乐城的销售 520.97 万元。大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司及潍坊娱人码头娱乐城均为当地知名的连锁型游乐场运营客户，2020 年 1-9 月，发行人对其销售额有所增加，主要系随着疫情的有效管控和游乐行业的有效恢复，该等客户加大了新开门店的投资力度和现有门店的设备更新等所致。

(二) 合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因，发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售；按国家（或地区）列示报告期各期境外收入的金额及占比，结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性；主要境外市场同类产品的竞争格局，发行人产品的竞争优、劣势，相关货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程

1. 合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因

报告期内，发行人以香港世宇作为主要海外销售平台，主要由香港世宇对境外客户签订销售订单，收取货款，货物流方面大部分货物由发行人从中山直接报关发送给海外客户。发行人境外子公司在美国和加拿大拥有海外仓库，在海外仓库有部分备货，对美国和加拿大市场的部分销售由海外仓库发货给客户。境外子公司由于承担了境外销售的人员薪酬、运营和运输费用，境外研发人员薪酬等支出，在对最终境外客户销售时，香港世宇将在境内公司报关出口金额的基础上加上一定的毛利后对外销售。因此，合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异对比需考虑境外子公司毛利等因素，根据发行人《审计报告》及申报会计师专项报告，对比情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合并境外销售收入①	831.01	3,276.50	3,517.45	2,748.62
境外子公司销售毛利②	186.19	556.38	508.89	378.79
境外子公司仓库新增库存③	13.62	-3.17	31.68	90.79
境内公司报关金额④=①-②+③	658.44	2,716.95	3,040.24	2,460.62
境内公司海关报关金额	751.46	2,615.00	3,025.92	2,486.97
调整后境外收入与海关报关金额差异	93.02	-101.95	-14.32	26.35
差异率	12.38%	-3.90%	-0.47%	1.06%

备注：2019 年及 2020 年 1-9 月海关报关金额采用出口退税申报系统的报关数据，2019 年海关报关金额包括了少部分通过贸易公司报关出口的金额。

根据发行人的说明，发行人未能取得海关系统查询的发行人 2019 年及 2020 年 1-9 月出口报关数据，主要系发行人出口所属海关机构中山海关从 2020 年开始不再对外提供出口报关数据查询。保荐机构及申报会计师、发行人多次与海关沟通，均未能取得出

口报关数据。2017 年至 2018 年发行人及其境内控股子公司报关出口金额与海关报关金额不存在重大差异。2019 年和 2020 年 1-9 月发行人及其境内控股子公司与报关金额存在差异的主要原因为发行人未能取得海关报关出口金额，公司以申报出口退税的出口金额作为比较依据，由于该数据主要以发行人申报出口退税的报关单为准，与实际报关出口单据会有一定的时间性差异，一般而言，申报出口退税时间会晚于实际报关出口时间。

根据发行人的确认，2019 年及 2020 年 1-9 月，形成公司出口报关金额与出口退税申报系统金额差异的主要报关单如下：

报关单编号	报关日期	金额（万美元）	申请出口退税时间
X572120190219729570	2019.12.30	16.35	2020 年 1 月
X572120190219729680	2019.12.30	11.30	2020 年 1 月
X572120190219730103	2019.12.31	10.90	2020 年 1 月
X516620190669293640	2019.12.31	9.99	2020 年 1 月
X572120190219724773	2019.12.29	8.96	2020 年 1 月
X572120190219729720	2019.12.30	8.96	2020 年 1 月
X530420190046430986	2019.12.30	6.41	2020 年 1 月
合计		72.87	-

根据发行人《审计报告》、发行人的说明及申报会计师专项报告，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，通过以上对比，发行人合并报表中的外销金额与向海关查询的发行人及其境内控股子公司报关出口数据不存在重大差异。

2. 境外销售是否实现真实销售、最终销售

对于境外销售，公司仅从业务统计角度按是否为公司产品终端用户将客户区分为直销客户与经销客户，均以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式销售，未与海外经销客户签署经销商协议并进行相应管理。

为核实公司境外销售的真实性及最终销售情况，保荐机构、申报会计师、本所律师等中介机构共同或单独执行了以下核查程序：

（1）中介机构分别前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，走访在上述地区的 35 家主要境外客户，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人对走访客户的销售收入	2,902.76	14,794.82	16,930.07	12,628.49
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
发行人对走访客户的销售收入占比	50.67%	65.10%	71.84%	67.89%

根据实地走访，发行人海外主要境外客户均为跨国家或者当地市场知名品牌连锁型的游艺娱乐场所经营企业，其设备购置均为自用；经销客户均为当地市场行业内领先的专业渠道商，发行人与经销客户的合作模式均为买断式经销，中介机构对实地走访的主要经销客户期末库存情况进行了了解，主要经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形，经销客户不存在大额囤货和产品滞销的情形，并走访了部分经销商的主要终端客户。

（2）中介机构也通过电话访谈的形式，对部分未走访的主要境外客户进行了核查，报告期内，境外客户电话访谈的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人对电话访谈客户销售金额	1,567.47	2,911.40	1,052.01	641.77
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
电话访谈比例	27.36%	12.81%	4.46%	3.45%

（3）保荐机构及申报会计师向境外主要客户进行函证，函证主要境外客户报告期内与发行人的交易金额及往来余额，函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	4,737.17	20,882.93	20,416.85	15,708.38
函证确认金额	4,691.08	17,738.22	16,304.45	13,153.20
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
函证确认比例	81.89%	78.05%	69.18%	70.71%

根据函证及客户回函确认情况，未发现存在重大差异或无法解释的差异情形。

(4) 保荐机构及申报会计师对主要境外经销客户 2019 年末及 2020 年 9 月末产品库存情况进行了专项函证，核查情况如下：

境外经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况 (2020 年 1-9 月)			
发函家数 (家)	14	回函家数 (家)	12
发函经销客户收入 (万元)	2,420.34	回函经销客户收入 (万元)	2,223.27
发函覆盖境外经销收入比重	79.97%	回函确认覆盖境外经销收入比重	73.46%
回函确认库存产品数量 (台)	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	16.58%
境外经销客户 2019 年末库存核查情况 (2019 年度)			
发函家数 (家)	24	回函家数 (家)	21
发函经销客户收入 (万元)	10,013.23	回函经销客户收入 (万元)	9,463.82
发函覆盖境外经销收入比重	92.23%	回函确认覆盖境外经销收入比重	87.17%
回函确认库存产品数量 (台)	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

综上，发行人境外经销客户整体期末库存较小，占比在 15%~16%左右，发行人行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，发行人经销客户的期末库存与向发行人采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

综上所述，根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，公司对境外销售均为买断式销售，已实现最终销售，其收入真实、金额准确。

3. 按国家(或地区)列示报告期各期境外收入的金额及占比，结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性；补充披露主要境外市场同类产品的竞争格局，公司产品的竞争优、劣势，相关货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程

(1) 按国家(或地区)列示报告期各期境外收入的金额及占比

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，报告期内，发行人合并口径境外主营业务收入按国家列示主要销售情况如下：

单位：万元

国家	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比	金额	占比 (%)
美国	1,589.31	27.75	6,786.60	29.86	5,285.96	22.43	4,309.31	23.17
日本	1,134.31	19.80	2,547.95	11.21	2,840.13	12.05	459.85	2.47
韩国	328.54	5.74	309.73	1.36	544.81	2.31	32.55	0.17
法国	304.95	5.32	561.76	2.47	420.8	1.79	228.86	1.23
英国	291.4	5.09	747.47	3.29	498.74	2.12	542.21	2.91
加拿大	219.34	3.83	1,027.75	4.52	953.93	4.05	805.5	4.33
阿联酋	198.54	3.47	415.92	1.83	842.89	3.58	863.97	4.64
澳大利亚	186.26	3.25	843.29	3.71	1,036.87	4.40	415.14	2.23
印尼	147.87	2.58	784.79	3.45	1,205.59	5.12	1,514.27	8.14
荷兰	110.08	1.92	131.74	0.58	76.1	0.32	205.07	1.10
墨西哥	71.14	1.24	607.75	2.67	755.95	3.21	830.92	4.47
菲律宾	56.68	0.99	705.24	3.10	843.77	3.58	936.82	5.04
哥伦比亚	50.93	0.89	245.07	1.08	860.81	3.65	688.3	3.70
越南	44.69	0.78	603.38	2.65	517.09	2.19	291.97	1.57

国家	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比	金额	占比 (%)
秘鲁	30.29	0.53	411.61	1.81	491.92	2.09	509.31	2.74
阿根廷	9.63	0.17	195.91	0.86	796.54	3.38	875.88	4.71
其他国家	954.34	16.66	5,800.17	25.52	5,595.04	23.74	5,092.30	27.37
合计	5,728.28	100.00	22,726.12	100.00	23,566.94	100.00	18,602.22	100.00

由上表可知，报告期内，发行人境外销售主要分布于北美洲、亚洲、欧洲及南美洲地区，主要包括美国、加拿大、日本、韩国、印尼、法国、英国、澳大利亚、墨西哥、阿根廷等国家。根据发行人的说明，报告期内，2018 年随着发行人推出极速保龄、欢乐乒乓等产品受到境外市场欢迎，2018 年境外销售收入较 2017 年大幅增加，2019 年则较为稳定，2020 年 1-9 月，受境外新冠疫情的影响，境外销售收入有所下降。

根据发行人的说明，2018 年发行人在美国、日本、韩国、加拿大等地的销售额有所上升，主要系发行人 2018 年推出的极速保龄及欢乐乒乓产品持续受到市场的欢迎，其中，极速保龄及欢乐乒乓主要客户以美国、加拿大、日本、韩国及欧洲等客户为主，因此 2018 年美国、日本、韩国、加拿大等地销售额有所上升；2018 年，发行人在澳大利亚的销售额亦有所上升，主要系动感飞车等产品 2018 年对澳大利亚的 Timezone 游乐场实现了较多销售。

根据发行人的说明，2019 年，极速保龄、欢乐乒乓等产品持续受到北美客户的欢迎，发行人在美国的销售额较 2018 年继续有所增加。同时，南美地区受经济和汇率波动影响，阿根廷、墨西哥、秘鲁、哥伦比亚等国家，对发行人的采购额有所下降。

2020 年 1-9 月，受境外新冠疫情的影响，发行人境外销售普遍有所下降，其中，美国、日本、加拿大、英国等国家的销售降幅都比较大。

(2) 结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性

a. 国际贸易摩擦、国际关系的影响

根据发行人的说明，总体而言，发行人境外业务受国际贸易摩擦、国际关系的影响相对较小，而受 2020 年新冠疫情的阶段性的影响较为直接，新冠疫情导致发行人在境外各主要国家的销售普遍有所下降。随着全球疫苗研发生产逐步取得积极进展，主要国家民众普遍接种疫苗逐步推进，疫情的相关影响也有望逐渐降低。

北美洲：近年来，中美关系、中加关系有所起伏，同时美国开展贸易战，影响北美市场的宏观贸易环境，但发行人产品属于市场化采购和销售的游戏游艺设备，不属于敏感类别，所以影响仅主要体现在发行人采购海外套件进口的中国关税税率及发行人产品销售到美国市场的美国关税税率的变化，发行人已经通过与相关供应商、客户协商，共同分担的方式消减该等影响。此外，中国已停止征收套件进口关税，美国对游戏游艺设备的进口关税也由 15%降低至 7.5%，对发行人业务的实际影响较小。根据对美国总统大选后的政策分析，美国进一步加剧中美贸易摩擦的可能性有所降低。

欧洲：在欧洲地区，发行人业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响，未来产生重大不利影响的可能性也较小。

亚洲及大洋洲：在亚洲及大洋洲地区，发行人业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响。随着 2020 年 11 月 15 日东盟十国、中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的签订，发行人业务在本区域的发展未来将面临更加有利的宏观贸易环境。

南美洲：在南美洲地区，发行人业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响。

b. 新冠疫情影响及在手订单情况

(a) 主要境外市场疫情情况

根据《审计报告》及发行人的说明，最近三年，发行人合并口径境外销售占比在 50% 左右，2020 年 1-9 月，由于境外疫情总体尚未得到有效控制，境外销售占比降低至 33.56%。

发行人主要境外销售国家中，北美、欧洲、南美洲疫情较为严重，亚洲的日本、韩国、越南，以及澳洲的澳大利亚等国家疫情控制较好。

北美洲地区为发行人的重要境外市场，其中以美国为主，其次为加拿大。目前美国疫情严重，游乐场经营部分州可以开放，部分州暂时关闭。

亚洲地区是发行人的重要境外市场，其中对日本、韩国销售较多，其次为东南亚国家、中东地区等。目前日本、韩国、越南等国家疫情控制较好，游乐场是正常开放的；其他部分东南亚国家、中东等地区疫情较为严重，大部分游乐场处于暂停营业状态。

欧洲地区也是发行人比较重要的境外市场，其中以欧盟国家、英国为主。目前，主要欧盟国家、英国等疫情都较为严重，游乐场关闭的较多。

c. 主要境外市场疫情防控逐步取得积极进展

根据目前公开报道信息，发行人主要境外市场美国、加拿大、英国、主要欧盟国家、日本、韩国等发达国家和地区预计将在 2021 年上半年基本完成新冠疫苗接种工作，民众生活或经济活动将逐步恢复正常，为发行人境外主要市场需求在 2021 年第二季度开始复苏奠定良好基础。

d. 主要境外市场客户目前合作情况及在手订单情况

根据发行人的说明，由于美国、加拿大、英国、主要欧盟国家、日本、韩国等发达国家和地区基本都制定了明确的疫苗接种计划，客户的产品引入计划性较好，疫情期间发行人与主要境外市场的重点客户保持紧密沟通和持续产品推介，目前，部分境外重点客户已经开始与发行人积极沟通 2021 年产品计划，具体情况如下：

主要境外客户	客户简介	目前合作情况
Dave&Buster's Entertainment, Inc.（美国）（以下简称“Dave&Buster”）	Dave&Buster 系北美地区经营规模领先的连锁型游艺娱乐场所经营企业，纳斯达克上市公司，在游乐行业具有很强的市场影响力和标杆示范效应。	目前，公司已有一击即中、电梯枪击战、气垫球、深海钓鱼 2 代、炫动篮球等 5 款产品纳入 Dave&Buster 备选采购范围，现正处于与 Dave&Buster 的商务沟通阶段，预计从 2021 年 3 月开始发货销售。
H. BETTI INDUSTRIES, INC.（美国）	H.BETTI INDUSTRIES, INC.成立于 1934 年，为美国 Betti 家族、Robert Geschine 持股的私人企业，系美国领先的娱乐设备、自动售货机等分销商之一，下游客户主要包括 Round One Corporation、Main Event Entertainment, Inc.等，Round One Corporation 为日本东京证券交易所上市公司，是日本国内最大的室内娱乐设施运营商。Main Event Entertainment, Inc.是美国著名的连锁家庭娱乐中心之一。	公司胜利摩托 VR、星闪礼品机等产品已纳入 H. BETTI INDUSTRIES, INC.2021 年第一季度重点推广产品。胜利摩托 VR 系公司 2019 年 11 月美国 IAAPA 展推出的新品，深受市场欢迎。虽受疫情影响市场推广有所减少，但一直保持较高市场热度，预计疫情后将成为境外热销产品。星闪礼品机目前已在 Main Event 美国门店进行场地测试，场测营收数据良好，预计 2021 年一季度开始批量出货。
Atari（美国）	Atari 成立于 1972 年，是视频游戏、商用游戏机、个人电脑和游戏发行领域的知名品牌。	加拿大世宇与 Atari 于 2020 年 8 月和 9 月分别签订了经销协议及许可协议，Atari 授权公司使用“Atari”商标等生产 mini PONG（30cm）版本，并且仅可销售给 Atari 或经 Atari 事先明确书面同意的第三方。

主要境外客户	客户简介	目前合作情况
		mini PONG (30cm) 为公司自主研发的便携式掌上游戏设备, 瞄准家用游戏市场的巨大市场需求, 首批 2,208 台已经于 2020 年 11 月发货, 销售金额为 17.66 万美元。
株式会社 AEON FANTASY (以下简称“日本永旺集团”)(日本)	株式会社 AEON FANTASY (日本永旺集团) 为日本东京证券交易所上市公司, 总部位于日本千叶, 其游乐场门店主要分布在亚洲, 包括日本、中国、马来西亚、泰国、菲律宾等。日本永旺集团为亚洲排名第一的零售企业, 2019 年世界五百强企业排名第 118 位。	目前, 日本永旺与公司有太空侵略者、定制保龄球机台等两款设备正处于商务洽谈阶段, 合计采购数量 150 台, 预计 2021 年 2 月开始发货。
Bandai Namco Holdings Inc. (以下简称“万代南梦宫”)	万代南梦宫总部系东京证券交易所上市公司, 股票代码: 7832。该公司主要在全球范围内开发与娱乐相关的产品和服务, 并在日本和海外提供各种娱乐活动, 系国际文化娱乐产业巨头之一。	2019 年以来, 公司向其销售一批炫动篮球, 取得很好市场反响, 已配置万代南梦宫旗下约三分之一的游乐场, 计划将该产品在其旗下其他游乐场全面铺设; 此外, 胜利摩托 VR 已于 2020 年 8-10 月完成万代南梦宫场地测试, 营收情况良好。目前上述两款产品处于商务洽谈阶段, 预计在万代南梦宫新的预算年度之后(2021 年 4 月)开始发货。
GENDA Co., Ltd.	GENDA Co., Ltd.系日本知名游乐场运营企业, 受让原日本世嘉旗下约 200 家游乐场门店, 其子公司伍彩汇业(广州)贸易有限公司于 2019 年与公司建立了良好合作关系。	目前 GENDA Co., Ltd.与发行人有 MINI 儿童机正处于商务洽谈阶段, 该款产品已于 2020 年 10-11 月在其日本门店完成场地测试, 营收情况较好, 计划采购 400 台, 预计 2021 年 2 月开始发货。

在主要境外市场的疫情预计将得到有效控制及主要境外市场的示范性客户带动下, 发行人预计 2021 年境外销售将逐步复苏, 境外疫情对发行人主要境外市场的影响是阶段性的, 境外疫情对发行人销售造成的相关不利影响不具有持续性。

(3) 主要境外市场同类产品的竞争格局, 公司产品的竞争优、劣势, 相关货物流和资金流的流向情况, 境外客户的获取方式、开发历史、交易背景, 大额合同订单的签订依据、执行过程

a. 主要境外市场同类产品的竞争格局, 公司产品的竞争优、劣势

根据发行人的说明，从商用游戏游艺机行业来看，目前，日本、美国和中国台湾地区是全球商用游戏游艺机重要的创意中心，汇聚了美国的 ICE、Bay Tek、Raw Thrills，日本的万代南梦宫、世嘉森美、Konami Holdings Corporation（以下简称“科乐美”）、Capcom Co., Ltd（以下简称“喀普康”），台湾的鈹象电子股份有限公司（以下简称“鈹象电子”）等知名游戏游艺设备公司。同时，中国大陆亦已成为全球商用游戏游艺机的主要生产和出口基地，其中发行人打造的以“Unis”为品牌的产品经过多年的海外市场开拓与销售，已逐渐得到海外客户认可。在美国、加拿大、日本、韩国、英国等境外市场，发行人产品亦主要与 ICE、Bay Tek、万代南梦宫、世嘉森美、鈹象电子等公司的产品竞争，2017 年以来，发行人自主研发产品小海盗钓鱼、直道飞车、极速保龄、欢乐乒乓等产品受到海外客户的认可与欢迎，发行人 2017 年至 2019 年海外主要区域的销售金额亦有所增加。

根据发行人的说明，发行人销售产品主要集中在北美洲、亚洲及欧洲等地区，以上地区的主要市场同类产品竞争格局如下：

地区	市场竞争格局
北美洲	在北美市场竞争中，北美及日本企业凭借多年的行业积累、市场发展占据有利地位，ICE、Bay Tek、Raw Thrills 等美国企业、万代南梦宫、世嘉森美等日本企业均在北美拥有较高的市场份额；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技
亚洲	在亚洲市场竞争中，日本、中国台湾企业凭借多年的行业积累、市场发展占据有利地位，万代南梦宫、世嘉森美、科乐美、喀普康等日本企业、中国台湾的鈹象电子等企业均在亚洲拥有较高的市场份额；同时，北美等知名游戏游艺设备品牌 ICE、Bay Tek、Raw Thrills 亦在亚洲拥有较好的销售；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技、华立科技等
欧洲	在欧洲市场竞争中，ICE、Bay Tek、Raw Thrills 等美国企业、万代南梦宫、世嘉森美等日本企业均在欧洲拥有较高的市场份额；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技

根据发行人的说明，发行人产品在海外市场的竞争优势及竞争劣势如下：

竞争优势	竞争劣势
------	------

竞争优势	竞争劣势
1、拥有自主品牌商标，在北美、亚洲、欧洲等地区具有一定的品牌效应； 2、研发能力较强，游艺设备产品种类丰富齐全，可以满足客户各类需求； 3、产品性价比高，具有成本优势； 4、近 20 年的海外市场经营积累了稳定的客户资源和销售渠道，并拥有较强的海外市场服务能力。	1、品牌影响力低于成熟的国际品牌 ICE、Bay Tek、万代南梦宫、世嘉森美等。 2、经营规模和资金实力相对较弱。

根据发行人的说明，竞争优势方面，通过多年的境外市场开拓，发行人在境外市场拥有了受客户认可的自主品牌，有一定的品牌效应；发行人产品种类齐全，性价比高，质量稳定，能满足客户多种需求。竞争劣势方面，发行人产品整体品牌影响力仍低于成熟的国际品牌，如 ICE、Bay Tek、万代南梦宫、世嘉森美等。

发行人设立了海外营销部门，同时在香港、加拿大分别设立了下属企业香港世宇、加拿大世宇，在海外建立了自有的销售、研发团队，重点负责海外市场开发，并结合海外游戏游艺设备市场需求和发展趋势等配合总部进行产品研发活动，并在美国和加拿大设立仓库，积极克服文化、区域、服务响应时间等竞争劣势对发行人境外市场开拓的影响。

b. 境外销售相关货物流和资金流的流向情况

根据发行人提供的销售合同、报关资料及发行人的说明，发行人以香港世宇作为海外销售平台，货物流及资金流情况具体如下：

货物流	资金流
大部分境外销售，由发行人直接从中山发货报关出口给境外客户； 另外，公司将部分货物发往美国仓库，少量发往加拿大仓库，再根据客户需求从美国及加拿大仓库发往客户。	主要由香港世宇签订境外销售订单，境外客户将货款支付给香港世宇，香港世宇定期将资金结算给世宇科技。

根据《审计报告》及发行人的说明，报告期内，发行人合并口径境外收入分别为 18,602.22 万元、23,566.94 万元、22,726.12 万元及 5,728.28 万元，主要为发行人直接从中山发货给境外客户实现的销售。报告期内，发行人通过海外美国仓实现的合并口径销售收入分别为 2,146.28 万元、3,903.80 万元、5,239.40 万元及 896.91 万元，占境外销售的比例分别为 11.54%、16.56%、23.05%及 15.66%，通过加拿大仓库实现的销

并口径销售收入分别为 102.45 万元、202.92 万元、209.88 万元、96.78 万元，占合并口径境外销售金额的比例分别为 0.55%、0.86%、0.92%及 1.69%。

c. 境外客户的获取方式、开发历史、交易背景

根据发行人的说明，发行人主要通过积极参加各类游戏游艺产品博览会、展会进行产品展示，同时通过境外子公司香港世宇、加拿大世宇通过产品推广、客户拜访等方式获取境外客户。发行人多年来一直积极参加美国的 IAAPA 展、日本 EAET 展、英国 InterFun 展、意大利 ENADA 展等展会，成功与 H.BETTI INDUSTRIES, INC.、TEEG TOPCO PTY LTD、EIKOU ELECTRONICS CO,LTD、INSTANCE AUTOMATICS LTD 等客户达成了良好的合作关系。

根据发行人的说明，报告期内，发行人报告期各期境外销售前五大客户的获取方式、合作历史、交易背景如下：

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	日本	展会为主，平时的产品推广为辅	4 年左右	万代南梦宫总部位于日本，系东京证券交易所上市公司。该公司主要在全球范围内开发与娱乐相关的产品和服务，并在日本和海外提供各种娱乐活动，系国际文化娱乐产业巨头之一，主要从事玩具、家用娱乐软件产品、游戏游艺设备、在线游戏、音视频制作等的研发、生产与销售，以及游乐场所运营服务，覆盖玩具业务、网络娱乐业务（包括游戏游艺设备）、视觉和音乐制作等三大业务分部。 万代南梦宫基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
H.BETTI INDUSTRIES, INC.	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	10 年以上	H. BETTI INDUSTRIES, INC.系美国领先的娱乐设备、自动售货机等分销商之一； H. BETTI INDUSTRIES, INC.基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
TEEG TOPCO PTY LTD	澳大利亚	展会为主，平时的产品推广为辅	15 年以上	TEEG TOPCO PTY LTD，主要从事娱乐和早教等业务，旗下的“Timezone”已成为全球性的知名家庭娱乐中心品牌之一； TEEG TOPCO PTY LTD 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
EIKOU	日本	展会为	13 年以上	EIKOU ELECTRONICS CO,LTD 主要

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
ELECTRONICS CO,LTD		主，平时的产品推广为辅		负责游戏游艺设备的进口业务办理、贸易结算、产品改造、产品运输等，其所采购发行人的产品均销售给 KAGA Amusement Co., Ltd.。KAGA Amusement Co., Ltd.系 KAGA Electronics Co., Ltd.（加贺电子株式会社，东京证券交易所上市公司，股票代码 8154）的子公司，专业从事娱乐设备供应链服务，主要为日本永旺集团、Taito、世嘉森美等日本知名游乐场所经营企业服务，系日本销售规模领先的娱乐设备供应链服务企业； EIKOU ELECTRONICS CO,LTD 基于 KAGA Amusement Co., Ltd 对游戏游艺设备的需求向公司采购
INSTANCE AUTOMATICS LTD	英国	展会为主，平时的产品推广为辅	10 年以上	INSTANCE AUTOMATICS LTD 专业从事娱乐设备、自动售货机等的经营业务，经营的主要产品为投币式游戏机、贩卖机、礼品机及其配件，主要代理的品牌包括 Unis（世宇）、Elaut、LAI 等，主要销售区域包括英国和爱尔兰； INSTANCE AUTOMATICS LTD 基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
Player One Amusement Group Inc.	加拿大	展会为主，平时的产品推广为辅	17 年以上	Player One Amusement Group Inc.是多伦多证券交易所上市公司 Cineplex Inc.旗下公司，Cineplex Inc.主要业务包括电影、媒体、娱乐场所运营等，业务主要分布在北美地区的美国和加拿大，拥有游乐场进行运营； Player One Amusement Group Inc. 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Dave&Buster	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	3 年以上	Dave&Buster 系北美地区经营规模领先的连锁型游艺娱乐场所经营企业，纳斯达克上市公司，股票代码为 PLAY，在游乐行业具有很强的市场影响力和标杆示范效应； Dave &Buster' 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Atracciones Coney Island S.A.C.	秘鲁	展会为主，平时	18 年以上	Atracciones Coney Island S.A.C. 注册于秘鲁利马，是拉丁美洲领先的家庭娱

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
		的产品推广为辅		乐中心企业之一，游乐场品牌为“Coney Park”，； Atracciones Coney Island SAC 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Amusements Worldwide LLC.	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	10 年以上	Amusements Worldwide LLC.主要从事游戏游艺设备经销、配件销售及服务。同时，Amusements Worldwide LLC.也为世宇科技提供北美、南美地区的售后服务、产品顾问等服务； Amusements Worldwide LLC. 基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
P.T.FUN INTERNATIONAL	印尼	展会为主，平时的产品推广为辅	合作 4 年以上	P.T.FUN INTERNATIONAL 注册于印尼，主要从事家庭娱乐中心、游乐园、主题公园、水上乐园、游戏中心等游乐设备供应，同时还为游乐园、家庭娱乐中心和游戏中心的总体规划、设计和建造、项目筹备、设备安装以及管理服务提供协助和咨询服务； P.T.FUN INTERNATIONAL 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购

d. 大额合同订单的签订依据、执行过程

根据发行人的说明，发行人通过展会推广等方式与境外客户建立联系后，通过邮件、拜访等方式与客户进行沟通，同时在新产品推出时将相关产品资料通过邮件、宣传册、视频等方式介绍给客户。客户根据其需求向发行人采购，一般会先购买较小数量，置放于其游乐场进行营收测试，再根据机台的营收情况决定是否批量购买。若客户对产品有批量购买需求，发行人会进一步与其沟通确认对所需产品的要求（包括产品版本等）、价格、结算方式、交货时间与方式等，双方协商一致后形成销售订单，经客户确认后，发行人按约定安排相应生产、发货、运输等事宜，并依据销售订单约定的方式进行结算。

以发行人 2020 年 1-9 月的主要境外客户 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.为例，2020 年 1-9 月发行人对其实现销售 865.96 万元，向其销售炫动篮球机 342 台。发行人在与 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.建立合作关系后，持续通过新产品推广展示等方式向其推介发行人的新产品，2019 年发行人推出炫动篮球机后，受到其认可，于 2019 年 9 月向公发行人购了 4 台炫动篮球机并置放于日本游乐场中，通过 2-3 个月的游乐场运营，BANDAI NAMCO TECHNICA INC.确认该机型受到市场欢迎，故与发行人签订订单，于 2019 年 12 月向发行人批量采购了 90 台炫动篮球机，并于 2020 年 1-9 月向发行

人采购了 342 台炫动篮球机。

发行人取得境外客户销售合同订单系依据客户需求、与客户沟通确定。报告期内，发行人境外客户销售订单情况执行良好。

（三）逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销模式的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1. 发行人经销基本情况

根据发行人的《审计报告》及其说明，报告期内，发行人采取直销为主，经销为辅的销售模式。根据发行人提供的销售合同、订单及发行人的说明，发行人对经销客户的管理，与直销客户基本一致，主要以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式经销；发行人一般未与经销客户签署经销商协议，也未将经销客户视作公司经销商进行管理。

根据发行人的说明，发行人一般未与经销客户签署经销商协议并进行相应管理，主要是由下游客户所处行业特点所决定；游戏游艺设备产业下游终端客户相对分散，不同的经销客户掌握着各自的终端客户资源，经销客户之间在终端客户、市场区域上也可能存在重叠，因此，在某区域发展单一经销商难以具备开发当地市场的覆盖能力，从扩充销售渠道出发，发行人一般会根据经营需要可能在同一国家或地区发展多家经销客户，因而未与经销客户签署指定经销区域等的经销商协议。

（1）发行人经销客户的类型

根据发行人提供的销售合同、订单及发行人的说明，发行人经销客户主要包括三类：行业类经销商、贸易类公司和行业内游戏游艺设备生产厂商。行业类经销商指长期专注于游戏游艺行业领域相关产品的代理与销售，并围绕下游游艺娱乐场所经营企业需求提供包括游戏游艺设备选购、产品陈列咨询、售后维修，甚至产品租赁及融资等一体化服务的销售服务商；贸易类公司指非专业从事游戏游艺行业领域相关产品的代理与销售，仅以赚取商品贸易差价为目的，一般不具备为下游游艺娱乐场所经营企业提供一体化销售服务的能力的贸易型企业；行业内游戏游艺设备生产厂商指国内与发行人主营业务相似的游戏游艺设备生产厂商，行业内游戏游艺设备生产厂商向发行人采购产品主要系为满足其部分客户一体化采购需求，对于其自身不能生产的产品而向发行人进行采购，业内游戏游艺设备生产厂商之间存在少量相互采购系行业普遍的销售模式。

（2）发行人向各类经销客户的销售情况

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，报告期内，发行人向各类经销客户的销售情况具体如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
境内	贸易类公司	100.70	2.80	581.29	4.52	145.97	1.15	468.12	5.69
	行业内游戏游艺设备生产厂商	464.57	12.93	1,423.24	11.07	1,106.09	8.73	1,273.73	15.48
	小计	565.27	15.74	2,004.53	15.59	1,252.06	9.88	1,741.85	21.17
境外	行业类经销商	2,918.91	81.26	10,413.30	80.97	10,976.12	86.60	6,251.08	75.97
	贸易类公司	107.75	3.00	443.59	3.45	446.57	3.52	235.09	2.86
	小计	3,026.66	84.26	10,856.89	84.41	11,422.69	90.12	6,486.17	78.83
合计		3,591.93	100.00	12,861.42	100.00	12,674.75	100.00	8,228.02	100.00
主营业务收入		17,069.98		45,063.30		42,985.25		40,976.59	
占主营业务收入比重		21.04%		28.54%		29.49%		20.08%	

报告期各期，发行人通过经销商销售所形成合并口径收入（以下简称“经销收入”）占主营业务收入的占比分别为 20.08%、29.49%、28.54% 和 21.04%，其中，发行人向行业类经销商的合并口径销售金额分别为 6,251.08 万元、10,976.12 万元、10,413.30 万元和 2,918.91 万元，占发行人合并口径经销收入的比例分别为 75.97%、86.60%、80.97%和 81.26%，行业类经销商是发行人经销收入的主要来源。

(3) 主要经销商与发行人是否存在实质和潜在关联关系

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，报告期内，发行人向前五大经销商的销售情况具体如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占当期经销收入占比
2020 年 1-9 月	1	H. BETTI INDSUTRIES, INC.	各类游戏游艺设备	770.30	21.45%
	2	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	313.87	8.74%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	291.40	8.11%
	4	SOCIETE FRANCAISE AUTOMATIQUE	各类游戏游艺设备	177.80	4.95%
	5	AVRANCHES AUTOMATIC	各类游戏游艺设备	127.84	3.56%
	合计			1,681.21	46.81%
2019 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	2,301.91	17.90%
	2	H. BETTI INDSUTRIES, INC.	各类游戏游艺设备	2,251.07	17.50%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	730.76	5.68%
	4	FARO GAMES COM S.R.L	各类游戏游艺设备	513.88	4.00%
	5	Global Amusement Inc	各类游戏游艺设备	463.00	3.60%
	合计			6,260.62	48.68%
2018 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	2,846.68	22.46%

期间	序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占当期经销收入占比
	2	H. BETTI INDSUTRIES, INC.	各类游戏游艺设备	2,398.18	18.92%
	3	Amusements Worldwide LLC.	各类游戏游艺设备	479.96	3.79%
	4	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	462.52	3.65%
	5	PLAY FOUR FUN COMERCIAL IMPORTADORA	各类游戏游艺设备	428.69	3.38%
	合计			6,616.03	52.20%
2017 年	1	H. BETTI INDSUTRIES, INC.	各类游戏游艺设备	1,134.68	13.79%
	2	Amusements Worldwide LLC.	各类游戏游艺设备	1,065.24	12.95%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	516.77	6.28%
	4	Amusement Services International LLC	各类游戏游艺设备	446.39	5.43%
	5	Kidsplay LLC	各类游戏游艺设备	370.49	4.50%
	合计			3,533.57	42.95%

本所律师通过全国企业信用信息公示系统、企查查，以及中国出口信用保险公司出具的海外主要经销客户的《海外资信报告》、查阅客户的公开披露信息等方式查询了发行人境内外主要经销客户的工商信息、主要人员及股权结构等情况；获得了发行人控股股东、实际控制人及董监高、核心技术人员等关键管理人员的调查表，并与发行人主要经销客户的董事、高级管理人员、监事、股东进行对比。

保荐机构、申报会计师、本所律师对发行人主要经销客户进行了实地走访，确认了其与其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系。

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人主要经销客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员及其关系密切的家庭成员之间不存在实质和潜在关联关系。

2. 经销商模式的收入确认

保荐机构、申报会计师、本所律师审阅了报告期内经销模式下的销售合同或订单，查阅与产品所有权有关的主要风险和报酬发生转移或控制权转移的关键业务条款（包括结算方式、信用政策、交付货物条款及时间等）；结合关键业务条款判断风险和报酬或控制权发生转移的具体时点，判断发行人对经销商确认收入的会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定。

（1）经销模式下收入确认的具体方法

发行人经销模式的收入确认方法和时点：

a. 内销收入

合同已签订，发行人根据合同（或订单）约定在指定地点将产品交付给客户，发行人根据客户签收时点确认收入；合同约定在产品验收合格后控制权才发生转移的，发行人在客户验收合格时点确认收入。

b. 外销收入

对于直接从中山发货给海外客户的销售，发行人在相关产品办理完毕报关手续后确认外销收入。对于境外子公司从境外仓库发货的销售，发行人以客户提货时间确认外销收入。

（2）收入确认符合《企业会计准则》的规定

发行人自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号—收入》（2017 年修订），经销模式下在发行人履行了合同的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。根据发行人与经销商签订的合同或订单，在经销商签收或验收确认后，与商品所有权相关的主要风险和报酬即予以转移，经销商取得商品的控制权。结合新收入准则分析，在判断客户是否已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：

- a. 企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；
- b. 企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；
- c. 企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；
- d. 企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；
- e. 客户已接受该商品；

f. 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

2017 年至 2019 年，发行人执行《企业会计准则第 14 号—收入》（2006 年），经销模式下，发行人实现商品所有权上的主要风险和报酬的转移时确认收入。

a. 根据发行人与经销客户签订的合同或订单，发行人将商品交付客户后，该货物可能发生减值或毁损等造成的损失与发行人无关。发行人已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给客户；

b. 发行人既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

c. 根据经销合同或订单，商品销售价格已确定、发货时相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；

d. 发行人与经销客户签订的合同约定了付款条件，相关的经济利益很可能流入发行人。

综上所述，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人经销模式下的收入确认符合《企业会计准则》的规定。

3. 发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，报告期内，发行人合并口径经销收入占主营业务收入的占比分别为 20.08%、29.49%、28.54%和 21.04%，发行人可比公司华立科技游戏游艺设备产品销售也以直销为主，同时将部分产品销售给贸易商客户。根据华立科技招股说明书，华立科技向贸易商销售产品情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
产品销售收入	8,257.32	36,422.01	39,657.82	34,946.03
其中：向贸易商销售金额	1,588.48	6,587.82	6,922.55	7,684.61
贸易商销售收入占比	19.24%	18.09%	17.46%	21.99%

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，报告期内，发行人采取的经销模式与同行业可比公司不存在重大差异，符合发行人实际经营情况，具备商业合理性。

4. 发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

根据发行人的说明、发行人《审计报告》、申报会计师专项报告及华立科技招股说明

书，报告期内，公司经销收入占主营业务收入占比分别为 20.08%、29.49%、28.54%及 21.04%，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业可比公司华立科技对贸易商的产品销售收入占其产品销售收入的占比分别为 21.99%、17.46%、18.09%及 19.24%，两者通过经销模式实现的销售占比都相对较低，不存在显著性差异。

2018 年、2019 年，发行人合并口径经销收入占主营业务收入比重有所上升，主要系公司近年来新推出 ATARI PONG、极速保龄等产品，受到日本、美国、欧洲等境外地区客户的认可，2018 年、2019 年发行人合并口径境外销售收入较 2017 年整体上增加较多。日本、美国、欧洲等市场经过多年发展，已形成较为成熟的市场体系，大型、连锁的品牌型游艺娱乐场所占据了较大的市场份额，并形成了一批专业的行业类经销商，市场处于更加良性的竞争格局，经过多年的经营积累和自主研发，发行人品牌形象、产品开发能力及性价比、服务等不断得到日本、美国、欧洲等市场客户的认可，而行业类经销商是日本、美国、欧洲等市场的重要力量，因此境外销售中经销商占比相对较高，进而提升了公司经销收入比重。

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，报告期内，发行人经销模式下商用游戏游艺机及新型游戏游艺设备的毛利率分别为 40.91%、41.61%、36.44%及 30.07%；2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业可比公司华立科技向贸易商的销售毛利率分别为 19.17%、30.79%、31.38%及 33.14%。最近三年，发行人经销模式下毛利率高于华立科技贸易商毛利率，主要系与华立科技产品结构、销售区域等存在差异所致，华立科技产品在海外销售占比相对较低，其模拟类机台销售占比高，而发行人海外销售范围广泛，并且在美国、欧洲、日本等发达国家市场经销销售占比相对较高，而这些市场的毛利率整体较高，且发行人在海外市场自主研发的嘉年华类机台销售占比较高，综合导致发行人经销毛利率相对较高。

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人通过经销模式实现的销售比例与同行业可比公司华立科技不存在显著差异，发行人经销商毛利率略高于华立科技贸易商毛利率，主要系发行人与华立科技产品结构、销售区域差异等因素所致，具备合理性。

5. 经销商是否专门销售发行人产品

保荐机构、申报会计师、本所律师对发行人主要经销商进行了实地走访或电话访谈，了解了其与发行人合作的具体情况、经营规模、结算方式、发行人销售产品占其当期采购总额的比例等，并获取了经客户确认的访谈稿。

经核查，报告期内，发行人主要经销商不存在专门销售发行人产品的情况。

6. 经销商的终端销售及期末存货情况

根据发行人提供的销售合同及其说明，报告期内，发行人与经销客商全部系以买断式经销的方式进行销售，依托经销商的销售渠道，产品最终销往全球各地的游艺娱乐场所

所。

根据发行人的说明，发行人经销客商中行业类经销商一般结合产品历史销售情况、获取客户订单情况、海外船运物流时间等因素来向发行人下达采购订单，一般备货预计销售期在 1-3 个月。贸易类公司和业内游戏游艺设备生产厂商等经销商全部系取得最终客户订单后再向发行人下达采购订单，不存在备货销售的情形。

保荐机构、申报会计师对 2019 年末及 2020 年 9 月末主要经销商的期末存货进行了发函调查，核查情况具体如下：

经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	17	回函家数（家）	15
发函经销客户收入（万元）	2,738.22	回函经销客户收入（万元）	2,541.15
发函覆盖经销收入比重	76.23%	回函确认覆盖经销收入比重	70.75%
回函确认库存产品数量(台)	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.96%
经销客户 2019 年末库存核查情况（2019 年度）			
发函家数（家）	24	回函家数（家）	21
发函经销客户收入（万元）	10,013.23	回函经销客户收入（万元）	9,463.82
发函覆盖经销收入比重	77.85%	回函确认覆盖经销收入比重	73.58%
回函确认库存产品数量(台)	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

根据发行人的说明及保荐机构及申报会计师的核查，发行人经销客户整体期末库存较小，占比在 15%左右，发行人行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，发行人经销客户的期末库存与向发行人采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

7. 报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

保荐机构、申报会计师、本所律师获取了发行人报告期内行业类经销商名单，统计了报告期行业类经销商新增、退出的数量；根据实际业务发生情况，统计并整理了报告期内发行人新增行业类经销商收入及占主营业务收入比例，并访谈发行人销售人员，了解报告期内行业类经销商新增、退出的具体原因，判断其是否具有合理性。

经核查，发行人经销客户主要为专门从事游戏游艺设备代理与分销的行业类经销商，占各期发行人经销收入占比约 80%左右。报告期内，与发行人保持合作关系的行业类经销商分别为 28 家、32 家、37 家和 38 家，其中：2017 年行业类经销商新增 5 家、减少 1 家；2018 年行业类经销商新增 4 家；2019 年行业类经销商新增 6 家、减少 1 家；2020

年 1-9 月行业类经销商新增 1 家，整体保持稳定，发行人报告期内行业类经销商不存在较多新增与退出情况。

8. 经销商是否存在大量个人等非法人实体

保荐机构、申报会计师核查了发行人报告期内销售明细账，本所律师通过全国企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开网络渠道及中国出口信用保险公司出具的海外主要经销客户的《海外资信报告》查询了发行人主要经销客户的主体基本信息，判断其是否为法人单位或非法人单位。

经核查，发行人经销商不存在个人等非法人实体的情形。

9. 经销客户回款是否存在大量现金和第三方回款

根据保荐机构、申报会计师的说明，为核查发行人的经销商回款中是否存在大量现金和第三方回款情况，保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

（1）查看了发行人现金日记账，选取交易金额较大的进行抽查，抽查比例达到 50%，检查了相应原始单据，追踪现金收入、支出的来源和去向，了解并测试发行人现金收支流程的内部控制，取得发行人关于现金管理制定的相关制度，核查现金收支履行的相关审批程序，查看发行人相关内控制度设计及执行的有效性；

（2）获取发行人关于报告期内收款的统计表和发行人银行流水，将其年度收款总额与银行流水进行核对，确认统计表的完整性；筛选统计表中合同方与回款方不一致的情况，汇总作为第三方代付的清单，与发行人提供的第三方付款统计清单进行核对，确认不存在差异；

（3）获取主要第三方回款方的销售合同，检查合同关于回款的条款，并确认销售的真实性，对于境内外主要第三方回款方，中介机构通过对其走访、发函询问、电话访谈等方式，确认了第三方回款金额的准确性，并了解了回款的必要性及商业合理性。

根据保荐机构及申报会计师核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人经销客户不存在大量现金和第三方回款。

10. 发行人通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的是否差异较大

根据保荐机构及申报会计师的核查，报告期各期，发行人通过经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率比较情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直销	境内	10,776.43	34.33%	20,332.65	29.76%	18,166.25	28.93%	20,632.52	28.55%
	境外	2,701.62	35.48%	11,869.23	41.58%	12,144.25	37.26%	12,116.05	38.63%
	小计	13,478.05	34.56%	32,201.88	34.12%	30,310.50	32.27%	32,748.57	32.28%
经销	境内	565.27	32.08%	2,004.53	28.19%	1,252.06	29.00%	1,741.85	29.10%
	境外	3,026.66	29.88%	10,856.89	39.07%	11,422.69	43.83%	6,486.17	45.06%
	小计	3,591.93	30.23%	12,861.42	37.37%	12,674.75	42.36%	8,228.02	41.68%
合计		17,069.98	33.65%	45,063.30	35.05%	42,985.25	35.24%	40,976.59	34.17%

根据发行人的说明及发行人《审计报告》、申报会计师专项报告，仅依据法律专业知识所能做出的判断，经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率具体对比分析如下：

（1）最近三年经销模式毛利率高于直销模式毛利率，主要由于经销模式下境外收入占比较高，而境外业务毛利率普遍较高

我国是全球游戏游艺设备主要生产基地，拥有 2 千多家游戏游艺设备生产厂商，且主要集中在广州番禺和中山，下游游戏游艺场运营商可以较直接地通过参加定期举办的游戏游艺展会与厂商建立联系，或直接前往广州、中山联系厂商挑选机台。在国内产业链上，游戏游艺厂商通常直接面对终端客户。因此，发行人境内以直销为主，经销占比较小，且经销收入主要来源于向同行业制造商销售，该等制造商为满足最终客户一体化采购需求而向发行人采购。

境外游戏游艺设备的生产厂商分布相对分散，且在产品种类齐全度、性价比等因素不及国内，因此国内厂商机台仍然是境外客户的重要选择目标。一方面，境外终端客户可以与国内厂商建立直接联系；但另一方面，由于语言不通或信息不对称等原因，专业的游戏游艺经销商帮助厂商和终端客户间建立桥梁。因此，发行人境外直销和经销占比各半。

总体而言，经销模式下境外收入占比较高是由于行业特点决定的。

国内外竞争环境有所不同，国内游戏游艺设备制造企业集中，竞争环境激烈，价格敏感度较高；境外制造企业分布分散，竞争相对有序，价格敏感度相对较低。发行人产品根据目标市场区域不同制订了不同的价格体系，一般而言，同类产品海外市场价格一般高于国内市场价格，境外毛利率高于境内。发行人经销收入以海外收入为主，直销收入境内占比较高，因此，发行人经销产品均价整体高于直销产品均价。

（2）2020 年 1-9 月直销与经销毛利率差距缩小，主要由于直销模式下合作运营机台转销售，该部分销售毛利率较高

2020 年 1-9 月受新会计准则将运费由销售费用调整至成本核算，导致境外经销模式毛利率下降；直销模式由于发行人与大玩家、西安柏霖斯电子娱乐有限责任发行人的合作运营机台转销售，合作运营机台折旧年限为 3 年，由于该部分机台净值较低，但实际成新度较高，因此该部分毛利率较高，达 69.50%，销售额 731.66 万元，拉高了直销毛利率。

（3）境外经销和直销毛利率高低存在波动，主要由于境外销售区域波动影响

发行人境外销售区域主要包括亚洲、北美洲、欧洲、南美洲等地区，受经济发展水平、居民消费能力、行业发展状况等因素影响，价格敏感程度存在差异，发行人定价策略上亦采取差异化的方式。如北美洲、欧洲、日本等发达地区，对产品品质要求较高，

同款机型倾向于选择配置更优的版本，发行人定价相对较高，相应毛利率更高；而东南亚、中东、南美洲等发展中地区，更关注性价比，定价略低，相应毛利率略低。

2017 年和 2018 年，境外经销毛利率高于直销毛利率，主要由于境外市场中美国等发达国家的经销收入占比较高，美国等发达国家市场销售毛利率较高。2017 年和 2018 年，美国市场经销收入占境外经销收入的比例分别为 40.98%和 37.21%。

2019 年境外经销毛利率低于直销毛利率，主要系发行人当年对日本经销客户 EIKOU Electronics., Ltd 销售 342 台 6 人版疯狂套动物为发行人向同行业采购的机台，金额 1,897.34 万元，毛利率较低，仅为 12.72%，导致境外经销毛利率有所降低。

2020 年 1-9 月，境外经销毛利率低于直销毛利率，主要系发行人自 2020 年 1 月 1 日起，执行新收入准则，快递运输费中履行销售合同发生的必要成本部分计入营业成本。同时，发行人境内销售货物相关的运输服务主要由客户自行办理，因此实际由发行人承担的运输费主要为实现境外销售而产生的货物运输费，其中又以发行人对美国仓库进行备货产生的运输费为主。外销客户中，美国地区以经销客户为主，2020 年新收入准则的执行导致美国地区销售的成本有所上升，美国地区经销客户的毛利率有所下降，进而导致 2020 年 1-9 月境外经销综合毛利率有所下降。

（4） 境内经销毛利率与直销毛利率相当，主要由于定价策略上无显著差异

在国内产业链上，游戏游艺厂商通常直接面对终端客户。发行人境内以直销为主，经销占比较小，且经销收入主要来源于向同行业制造商销售，为满足最终客户一体化采购需求而向发行人采购。因此，发行人境内定价策略上直销和经销不存在明显差异，境内直销和经销毛利率水平相当。

综上所述，发行人经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率变化合理。

11. 给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款是否显著增大

保荐机构、申报会计师核查了发行人报告期内应收账款明细表，统计并核查了发行人经销客户的应收账款的情况，并且向销售人员了解了应收账款余额较大的经销客户的具体情况及其变动原因，核查发行人经销模式的信用政策是否有效执行；对比发行人在其他销售模式的应收账款信用期，核查发行人给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销客户的应收账款是否显著增大。

与直销客户一致，发行人给予经销客户的信用政策系综合考虑经销客户的销售规模、市场地位、与发行人合作期限以及客户所在国经济环境等因素来确定，给予不同经销客户不同的信用政策。一般情况下，对于综合实力较强、与发行人合作期较长的经销客户，发行人会给予 1-3 个月左右的信用期，对于贸易类客户或行业内游戏游艺设备厂商的同类采购客户，发行人一般采取款到发货的政策。发行人对于综合实力较强的直销客户一

般给予 1-3 个月左右的信用期，对于一般的直销客户也采取款到发货，对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，经过客户提出，由总经理审批后，可以对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的信用期，发行人不存在给予经销客户信用政策显著宽松于其他销售方式的情形。

报告期内，发行人对经销客户销售金额及期末应收账款余额情况如下：

项目	2020 年 9 月末 /2020 年 1-9 月		2019 年末/2019 年 度		2018 年末/2018 年 度		2017 年末/2017 年度	
	应收账款 余额	销售收 入	应收账款 余额	销售收入	应收账款 余额	销售收入	应收账款 余额	销售收 入
经销	1,248.2 4	3,591.9 3	1,039.7 7	12,861.4 2	1,005.7 7	12,674.7 5	896.7 3	8,228.0 2

近三年各期末，发行人经销客户应收账款期末余额变动与销售收入变动相匹配。2020 年 9 月末，经销客户应收账款余额有所增加，回款速度有所减缓，主要系受境外新冠疫情影响，部分经销客户回款有所放缓，主要系阶段性客观因素造成的，发行人不存在通过主动放宽信用期刺激销售的情形。

根据保荐机构、申报会计师的核查，发行人不存在给予经销客户信用政策显著宽松于其他销售方式的情形，也不存在对经销客户应收账款显著增大的情形。

12. 对发行人经销业务模式的核查方法

为核查发行人的经销业务模式，保荐机构、申报会计师和本所律师共同或单独采取了如下核查方法：

（1）对发行人董事长、董事会秘书、财务总监等主要管理人员、销售部门主要负责人访谈，了解发行人采用经销模式的原因及合理性；

（2）通过全国企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开网络渠道查询发行人经销商的工商信息、主要人员及股权结构等情况；获得控股股东、实际控制人及董监高、核心技术人员等关键管理人员的调查表，并与发行人主要经销客户的主要人员、股东进行对比，核查其主要人员是否与发行人及相关人员存在关联关系，核查发行人经销客户单位类型，判断其是否为法人单位或非法人单位；

（3）中介机构核查报告期内经销模式下的销售合同或订单，查阅与产品所有权有关的主要风险和报酬发生转移或控制权转移的关键业务条款（包括结算方式、信用政策、交付货物条款及时间等）；结合关键业务条款判断风险和报酬或控制权发生转移的具体时点，判断发行人对经销商确认收入的会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（4）查阅同行业可比公司华立科技招股说明书，查看华立科技的销售模式，以及不同销售模式下的收入确认时点，就经销商合作模式与同行业公司进行对比，分析发行

人的销售模式是否符合行业惯例，采取经销模式是否具有合理性；

（5）保荐机构、申报会计师核查了主要产品毛利率计算明细表，核查主要产品销售收入及数量、销售成本，测算主要产品生产成本归集与分配及单位成本准确性，统计并整理了发行人主要产品在不同销售模式下的毛利率情况，针对在不同销售模式下毛利率差异较大的产品，访谈销售人员了解相关情况，进一步分析差异较大的原因及合理性；

（6）保荐机构、申报会计师核查了发行人报告期内应收账款明细表，统计并核查发行人经销商的应收账款的情况，并且向销售人员了解应收账款余额较大的经销商的具体情况及其变动原因，核查发行人经销模式的信用政策是否有效执行；对比发行人在其他销售模式的应收账款信用期，核查发行人给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款是否显著增大；

（7）查阅发行人报告期各期行业类经销商名单，统计报告期各期行业类经销商新增、退出的数量；保荐机构、申报会计师根据实际业务发生情况，统计并整理了报告期内公司新增行业类经销商收入及占主营业务收入比例，并访谈公司销售人员，了解报告期内行业类经销商新增、退出的具体原因，判断其是否具有合理性；

（8）对发行人经销商进行走访和电话访谈，中介机构前往日本、美国、英国、阿根廷、阿联酋、韩国、印尼、俄罗斯、澳大利亚，以及中国（中山、广州、无锡等）等多个国家和地区进行实地走访，共涉及 21 家经销客户。同时，对部分未实地走访的重要经销客户进行了电话访谈，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访经销客户销售金额	2,003.44	7,769.70	9,668.49	5,972.63
电话访谈经销客户销售金额	809.15	2,236.93	848.04	284.63
经销收入金额	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
“实地走访+电话访谈”占比	78.30%	77.80%	82.97%	76.05%

通过实地走访和电话访谈方式，核查覆盖经销客户收入占发行人合并口径经销收入的占比分别为 76.05%、82.97%、77.80%及 78.30%。

（9）对发行人经销客户进行函证

保荐机构、申报会计师对发行人报告期内与主要境内外经销客户的交易金额进行了函证，其中函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证经销收入金额	2,893.88	12,051.91	11,249.75	7,382.50
函证经销收入确认金额	2,893.88	10,442.80	9,997.50	7,056.22
经销收入总额	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
函证确认比例	80.57%	81.19%	78.88%	85.76%

对于未回函的客户执行替代检查程序，检查订单、出库单、运输单、验收单或结算单、发票、银行回单等。

（10）保荐机构、申报会计师对发行人报告期内主要境内外经销客户进行了销售实质性测试，获取其销售合同、销售确认凭证及后附送货单、出库单、报关单、提货单（境外销售）等资料，以及检查相关回款凭证及后附银行回款单，确认销售的真实性。

（11）保荐机构、申报会计师查看了发行人现金日记账，选取交易金额较大的进行抽查，抽查比例达到 50%，检查了相应原始单据，追踪现金收入、支出的来源和去向，了解并测试发行人现金收支流程的内部控制，取得发行人关于现金管理制定的相关制度，核查现金收支履行的相关审批程序，以及发行人相关内控制度设计及执行的有效性；

（12）核查主要第三方回款方的销售合同，查阅合同关于回款的条款，并确认销售的真实性，对于境内外主要第三方回款方，中介机构通过对其走访、发函询问、电话访谈等方式，确认了第三方回款金额的准确性，并了解了回款的必要性及商业合理性。

根据保荐机构、申报会计师及本所律师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人采取经销模式具有商业合理性，符合行业惯例；发行人在经销模式下的收入真实，且其收入确认方法符合《企业会计准则》的规定；发行人对经销客户的选取标准、日常管理、定价依据、费用承担等方面的内控制度健全并有效执行，发行人对经销客户的信用政策合理，不存在给予经销客户的信用政策显著宽松于其他销售方式或报告期内对经销客户的应收账款显著增大的情况；发行人通过经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异属于合理范围内，符合发行人实际经营情况；发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员与主要经销商客户之间不存在实质和潜在的关联关系。

（四）说明对境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

针对发行人境外销售情况，保荐机构、申报会计师和本所律师共同或单独履行了如下核查程序：

1. 保荐机构、申报会计师走访海关获取海关报关数据，核对发行人出口退税申报系统相关数据，与发行人境外销售金额进行了比对，确认与境外销售金额无重大差异，境外业务销售金额合理；

2. 中介机构分别前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，共涉及 35 家主要境外客户，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
走访客户的收入	2,902.76	14,794.82	16,930.07	12,628.49
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
走访收入占比	50.67%	65.10%	71.84%	67.89%

根据实地走访，发行人主要境外客户均为跨国或者当地市场知名品牌连锁型的游艺娱乐场所经营企业，经销客户均为当地市场行业内领先的专业渠道商，发行人与经销客户的合作模式均为买断式经销，中介机构对实地走访的主要经销客户期末库存情况进行了解，并走访了部分经销商的主要终端客户。

3. 保荐机构和申报会计师对主要境外经销客户 2019 年末及 2020 年 9 月末产品库存情况进行了专项函证，核查情况如下：

境外经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	14	回函家数（家）	12
发函经销客户收入（万元）	2,420.34	回函经销客户收入（万元）	2,223.27
发函覆盖境外经销收入比重	79.97%	回函确认覆盖境外经销收入比重	73.46%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	16.58%
境外经销客户 2019 年末库存核查情况（2019 年度）			
发函家数（家）	24	回函家数（家）	21
发函经销客户收入（万元）	10,013.23	回函经销客户收入（万元）	9,463.82
发函覆盖境外经销收入比重	92.23%	回函确认覆盖境外经销收入比重	87.17%
回函确认库存产品数量（台）	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

根据保荐机构及申报会计师的核查，发行人境外经销客户整体期末库存较小，占比

在 15%左右，发行人行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，发行人经销客户的期末库存与向发行人采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，公发行人销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

4. 中介机构也通过电话访谈的形式，对部分未走访的主要境外客户进行了核查，报告期内，境外客户电话访谈的情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
电话访谈客户金额	1,567.47	2,911.40	1,052.01	641.77
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
电话访谈比例	27.36%	12.81%	4.46%	3.45%

5. 保荐机构和申报会计师向境外主要客户进行函证，函证主要境外客户报告期内与发行人的交易金额及往来余额，函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	4,737.17	20,882.93	20,416.85	15,708.38
函证确认金额	4,691.08	17,738.22	16,304.45	13,153.20
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
函证确认比例	81.89%	78.05%	69.18%	70.71%

根据函证及客户回函确认情况，未发现存在重大差异或无法解释的差异情形。

6. 通过互联网查询境外主要客户官方网站和其他公开披露信息，了解客户背景是否与公司业务相匹配等

中介机构对报告期各期前十大境外客户的官方网站、上市公司的公开披露信息等进行查询，了解客户背景是否与发行人业务是否相关。根据保荐机构、申报会计师及本所律师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，报告期各期前十大境外客户均为跨国或者当地市场的知名连锁型游艺娱乐场所经营企业或行业内专业的渠道商，与发行人主营业务相匹配。

7. 通过中国出口信用保险公司打印境外主要客户的《海外资信报告》

中介机构查阅了主要境外客户的《海外资信报告》，《海外资信报告》主要包括了境外客户的股东情况、高管情况、主要业务、所在国家及资信情况等，所查询客户覆盖的

销售收入占发行人合并口径境外收入的占比为 68.81%、77.26%、71.75%及 75.82%。经核查，境外客户总体资信情况良好，与发行人无关联关系，所经营的业务与游戏游艺设备经营相关。

8. 对主要境外客户进行了销售实质性测试，确认境外销售的真实性

保荐机构、申报会计师对报告期主要境外客户进行了销售实质性测试，获取其销售合同、销售确认凭证及后附出库单、报关单、提货单等资料，以及检查相关回款凭证及后附银行回款单。根据保荐机构、申报会计师及本所律师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人境外销售确认金额准确无误，发行人境外销售是真实的。

9. 对境外收入进行了截止性测试，确认境外销售的准确性。

保荐机构、申报会计师对报告期各期末的境外收入进一步进行了截止性测试，检查相关销售凭证、报关单、提单等资料，进一步确认境外收入的准确性。

根据保荐机构、申报会计师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人境外销售已实现真实销售，境外经销客户期末库存在合理范围，不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

（五）说明疫情情况下如何对 2020 年 1-9 月收入真实性进行充分、有效的核查，包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

保荐机构、申报会计师及本所律师对 2020 年 1-9 月的收入进行了如下核查：

1. 核查程序

中介机构共同或单独通过实地走访、电话访谈、收入及往来余额函证、期末库存发函、细节测试、截止性测试等核查方式对发行人 2020 年 1-9 月收入的真实性进行了核查，具体如下：

（1）总体分析性复核

中介机构获取了 2020 年 1-9 月收入明细表，对发行人收入的变化情况进行总体分析性复核，重点核查了发行人客户结构变化情况。

（2）实地走访核查

中介机构对 2020 年 1-9 月前十大境内客户全部进行实地走访，并重点关注 2020 年 1-9 月发行人新增的前十大客户的产品最终销售去向，对相关门店进行盘点。

截至目前，中介机构已前往国内各主要城市实地走访 60 家主要境内客户，已前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，

实地走访 35 家主要境外客户。报告期内，中介机构实地走访客户覆盖情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访客户金额	11,335.17	26,807.00	29,039.45	25,639.91
销售总额	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比 例	65.56%	59.13%	67.00%	62.21%

通过实地走访，核查了发行人主要境内外客户基本情况，与发行人的交易情况，客户背景是否与发行人业务相关、采购金额是否与客户规模相匹配、是否与发行人存在关联关系或利益输送等事项，并取得了客户签署确认的访谈稿。

（3）电话访谈核查

在 2020 年 1-9 月境外疫情未得到有效管控的背景下，中介机构对 2020 年 1-9 月境外前五大客户全部进行了电话访谈，并对 2019 年的重点境外客户进行了电话访谈，共 17 家客户。截至目前，中介机构电话访谈客户覆盖情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
电话访谈客户金额	1,732.05	3,866.13	1,115.13	725.28
销售总额	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比 例	10.02%	8.53%	2.57%	1.76%

通过电话访谈，核查了发行人主要境外客户基本情况，与发行人的交易情况，客户背景是否与发行人业务相关、采购金额是否与客户规模相匹配、是否与发行人存在关联关系或利益输送等事项，取得了客户签署确认的访谈稿。

针对 2020 年 1-9 月电话访谈的境外客户，重点关注了境外疫情的影响情况、恢复进展，并与发行人对境外客户销售情况进行比对，核查交易变动情况的合理性。

综上，通过实地走访和电话访谈，中介机构通过访谈核查客户的覆盖比例如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访+电话访谈客户金额	13,067.22	30,673.13	30,154.58	26,365.19
销售总额	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
比例	75.58%	67.66%	69.57%	63.97%

(4) 对客户交易金额及往来余额进行函证

中介机构对 2020 年 1-9 月及最近三年与客户的交易金额及往来余额进行了函证，函证确认收入情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	14,127.01	37,768.10	36,017.57	34,037.90
函证确认金额	13,930.17	33,052.79	30,790.75	29,478.08
销售总额	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比例	80.57%	72.91%	71.04%	71.52%

(5) 对 2020 年 9 月末主要经销客户期末库存发函，核查经销客户最终销售实现情况

中介机构对 2020 年 1-9 月主要经销客户（含境内、境外）期末库存情况进行了发函核查，具体情况如下：

经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	17	回函家数（家）	15
发函经销客户收入（万元）	2,738.22	回函经销客户收入（万元）	2,541.15
发函覆盖经销收入比重	76.23%	回函确认覆盖经销收入比重	70.75%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.96%

经核查，发行人经销客户整体期末库存占其采购数量比重较低，主要系境外经销客户考虑产品海运周期、销售周转速度等进行 1-3 个月左右备货，发行人主要经销客户期末库存情况与发行人经销客户的销售特点相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

(6) 对前十大客户进行细节性测试

中介机构对 2020 年 1-9 月前十大客户进行细节测试，抽取相关收入确认凭证、发货单、签收单、报关单等资料，确认收入的真实性；并对 2020 年 1-9 月新进入前十大的客户收入进行了重点关注，对发货情况、最终游乐场门店投放情况进行了核查。

(7) 对 2020 年 1-9 月收入进行截止性测试

中介机构对 2020 年 1-9 月收入进行截止性测试，检查了相关销售凭证、发货单、签收单、报关单等资料，进一步确认收入的准确性。

2. 核查意见

根据保荐机构、申报会计师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，发行人 2020 年 1-9 月的收入真实、准确。

(六) 量化分析并披露配件销售数量及金额与商用游戏游艺机销售规模的匹配性

根据发行人的说明及保荐机构、申报会计师的核查，报告期内各期，发行人合并口径配件收入分别为 1,412.55 万元、1,283.54 万元、1,642.51 万元及 407.72 万元，报告期内，发行人配件销售数量、金额与发行人游戏游艺设备（包括商用游戏游艺设备及新型游戏游艺设备）销售规模的匹配性如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
配件销售数量（万件）	11.27	45.53	-4.31%	47.58	-23.22%	61.97
配件销售收入（万元）	407.72	1,642.51	27.97%	1,283.54	-9.13%	1,412.55
配件单价（元/件）	36.18	36.08	33.73%	26.98	18.39%	22.79
游戏游艺设备销量（台）	4,941	13,658	-7.91%	14,831	6.77%	13,891
游戏游艺设备销售金额（万元）	15,972.39	41,870.35	4.66%	40,006.41	6.68%	37,502.65
设备单价（万元/台） ^注	3.23	3.07	13.70%	2.70	0.00%	2.70
配件收入/设备销售数量	0.08	0.12	33.33%	0.09	-10.00%	0.10
配件收入/设备销售金额	2.55%	3.92%	22.12%	3.21%	-14.85%	3.77%

注：发行人 2018 年推出新型游戏游艺设备，单价相对较低，剔除该设备的影响，报告期内发行人商用游戏游艺设备的平均售价分别为 2.70 万元/台、2.82 万元/台、3.15 万元/台和 3.24 万元/台，呈不断上升趋势。

根据发行人的说明，报告期内，发行人实现配件销量分别为 61.97 万件、47.58 万件、45.53 万件和 11.27 万件，销售金额分别为 1,412.54 万元、1,283.53 万元、1,642.51 万元和 407.72 万元。2020 年 1-9 月，因受疫情原因，下游游乐场客户门店经营受到较大影响，导致发行人配件销量和销售金额阶段性降幅较大。2017 年至 2019 年，发行人配件销售数量逐年有所下降，主要是单价较低的配件销售下降较为明显，发行人积极调整产品结构、加强细节品质管理（如低价部件的质量管理），持续研发和推出品质和价格相对较高的游戏游艺设备，售后配件特别是价格相对较低的配件的销量呈下降趋势，售价呈上升趋势。发行人不同价格区间的配件销售数量及销售金额情况如下：

单位：万件，万元

配件单价 (元)	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比
0-100 元	10.66	97.99	24.03%	43.36	385.84	23.49%	45.06	302.07	23.53%	59.34	342.12	24.22%
100-1000 元	0.54	159.47	39.11%	1.94	584.10	35.56%	2.30	487.65	37.99%	2.45	591.79	41.90%
1000 元以上	0.07	150.25	36.85%	0.23	672.57	40.95%	0.22	493.81	38.47%	0.18	478.64	33.89%
合 计	11.27	407.72	100.00%	45.53	1,642.51	100.00%	47.58	1,283.53	100.00%	61.97	1,412.54	100.00%

（七） 报告期各期退换货具体情况，包括退换货客户、退换货数量和金额、退换货原因等，分析并披露 2020 年 1-9 月退换货情况相较于上年同期是否大幅增加及原因

根据发行人与客户签署的销售合同，若公司产品在规定期限内出现质量问题，客户可以要求退换货；但未出现质量问题的情况下，合同并未明确约定客户退换货的权利。对于长期合作关系良好的客户，基于双方友好协商、合作共赢，在不影响商品二次销售的前提下，公司通常接受个别客户因需求变更等导致的退换货请求。

根据发行人的说明，报告期内，发行人产品退换货具体情况如下：

单位：台、万元

期间	客户名称	退换货名称	退货数量	退货金额	换货数量	换货金额	退换货具体原因
2020 年 1-9 月	Pioneer Sales & Service	极速保龄	2	6.29			客户需求变更，协商退货
	成都市祥瑞动漫中心	舞律炫步	1	7.97			客户需求变更，协商退货
	Snag a Game, LLC	欢乐乒乓	45	66.17			客户需求变更，协商退货
		欢乐乒乓座椅	2	0.12			
	梁明辉	舞律炫步	1	6.90			客户需求变更，协商退货
	广州市胜骅动漫科技有限公司	星际宝藏	1	3.98			客户需求变更，协商退货
	中山市冠宇娱乐有限公司	北极冰屋 4 人版			4	14.51	客户需求变更，由北极冰屋改为超级摩托车 3 代
	合计		52	91.43	4	14.51	
2019 年度	天素科技有限公司	黄金堡	2	6.72			客户需求变更，协商退货
		动感飞车	2	4.53			
	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	椰子大战	1	4.25			
		星闪礼品机	1	4.57			
		童话世界	1	2.65			运输过程中损坏，客户退回

期间	客户名称	退换货名称	退货数量	退货金额	换货数量	换货金额	退换货具体原因
	Legacy Coin	极速保龄	1	2.59			运输过程中损坏，客户退回
	威海悠乐堂企业管理有限公司	音律炫动			1	5.07	客户需求变更，由音律炫动产品改为极速保龄和驱魔使者
	Moss Distributing	极速保龄	1	5.47			运输过程中损坏，客户退回
	合 计		9	30.78	1	5.07	
2018 年度	永旺幻想（中国）	挖糖机配件	6	0.18			客户需求变更，协商退货
	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司哈尔滨阿城分公司	LED 软灯条	1	0.03			
	林裕	安全带	1	0.06			
	杭州星恒乐儿童游乐有限公司	怪兽猎人			2	5.69	客户需求变更，换成欢乐乒乓和挖糖机产品
	合 计		8	0.27	2	5.69	
2017 年度	深圳市南百旺园艺有限公司	狂野狩猎	1	7.26			客户需求变更，协商退货
	廖丹	彩虹娃娃机			3	1.23	客户需求变更，换成七彩娃娃机
	合 计		1	7.26	3	1.23	

根据发行人的说明，报告期内，客户退换货主要原因系客户需求变更，经与发行人协商取得同意后，办理退换货。2020 年 1-9 月，退换货金额较上年有所增加，主要系客户 Snag a Game, LLC 的需求变更，发行人与其协商一致后进行退货，退货金额为 66.29 万元。总体而言，报告期内，发行人整体退换货金额较小，对经营不构成重大影响。

（八）2020 年 1-9 月外购套件生产产品的销售收入占比提升的背景和原因，发行人对外购套件的依赖性是否增强

根据《审计报告》及发行人的说明，报告期内各期，发行人合并口径外购套件机生产产品的销售收入及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售金额	6,393.19	10,753.87	8,854.99	8,966.54
主营业务收入	17,069.98	45,063.30	42,985.25	40,976.59
占比	37.45%	23.86%	20.60%	21.88%

2017 年至 2019 年，发行人合并口径外购套件机生产产品的销售收入占主营业务收入的比例为 21.88%、20.60%及 23.86%，占比较小，且相对稳定。2020 年 1-9 月发行人合并口径外购套件生产产品的销售收入占比为 37.45%，较上年有所上升。根据发行人的说明，主要是由于受到疫情的阶段性影响导致销售结构出现阶段性变化所致。一方面，受疫情影响，发行人境外销售金额下降幅度较大，极速保龄、欢乐乒乓等境外销售较好的自主研发产品销售下降幅度较大，阶段性导致发行人在境外市场的自主研发产品销售占比有所下降；另一方面，发行人于 2019 年下半年新引进的胜利摩托 VR、华卡音舞的套件生产机台在 2020 年 1-9 月受到市场欢迎并取得了良好的销售，综合导致 2020 年 1-9 月发行人外购套件生产机台销售占比有所提升。

发行人与同行业可比公司华立科技最近三年一期外购套件机生产产品的销售收入占比情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	72.50%	76.06%	71.76%	78.32%
发行人	37.45%	23.86%	20.60%	21.88%

注：华立科技 2020 年 1-9 月比例为其 2020 年 1-6 月比例，华立科技的占比为套件机台占设备销售收入占比

发行人一直专注于商用游戏游艺设备领域，采取自主研发为主、外购知名 IP 套件资

源为辅产品发展思路，具备较强的技术研发和产品开发能力。报告期内，发行人外购套件机生产产品的销售收入占比远低于同行业可比公司的水平。

此外，发行人与套件厂商合作时间较长，建立了稳定的合作关系，发行人属于国内少数具有较强自主开发能力的企业，并形成了完整的产业链结构，具备较强的综合市场竞争力，成为优质套件厂商优先合作伙伴，且双方的合作是基于双方实际业务需求，不存在单方面的依赖，套件厂商停止与发行人合作的风险较低。

根据保荐机构、申报会计师的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为，总体而言，2020年1-9月发行人外购套件生产机台销售占比上升主要系受新冠疫情影响导致产品销售阶段性结构变动所致，发行人产品仍以自主研发为主，外购套件生产机台销售占比整体较低；2020年1-9月，外购套件生产机台销售占比的小幅上升，不会导致发行人对外购套件产生重大依赖。

（九）对上述其他事项发表明确意见

保荐机构、申报会计师和本所律师共同或单独对上述其他事项进行了如下核查：

1. 保荐机构、申报会计师核查了发行人报告期内收入分省份、分国家的销售明细，确认收入波动的地区；访谈发行人高管，了解收入波动的原因；对收入波动较大的地区收入进行分析性复核；对收入波动较大地区的客户收入进行检查，确认收入波动的真实性及合理性；

2. 保荐机构、申报会计师取得合并口径外销收入，获取海关数据、出口退税单数据，检查差异情况并核查差异原因；

3. 中介机构对主要境外客户进行访谈，了解其与发行人的合作情况、境外竞争格局及发行人产品优势、劣势、疫情等对其的收入影响情况；获取发行人最新在手订单，进一步确认疫情等因素对发行人境外销售的额影响；

4. 中介机构访谈发行人销售相关人员，了解销售的货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程；

5. 保荐机构、申报会计师获取发行人配件销售明细，分析并确认与商用游戏游艺机销售规模的匹配性；

6. 保荐机构、申报会计师获取发行人报告期各期退换货情况，了解退换货原因，并对退换货凭证进行抽查，检查其真实性；

7. 保荐机构、申报会计师获取2020年1-9月套件机销售明细，了解并确认套件机销售占比增加的原因。

根据上述的核查，仅依据法律专业知识所能做出的判断，本所律师认为：

1. 发行人合并口径境内主营业务收入销售主要分部在华南、华东及华北地区，进一

步主要分布于广东省、江苏省、上海市、北京市、浙江省等省份，报告期各期各省份收入存在一定的波动，主要系各地区客户需求有所波动所致，具有合理性；

2. 发行人合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据不存在重大差异，境外销售真实，已实现最终销售；

3. 发行人境外市场 2020 年 1-9 月受新冠疫情影响较大，但境外主要市场的相关国家已相继推出应对疫情方案，相关影响预计能逐渐消退；

4. 发行人相关货物流和资金流的流向情况符合发行人的经营模式；发行人主要通过展会等方式获取境外客户，并与境外主要客户保持良好合作；发行人与客户通过签订销售订单确定合作关系，合同执行无异常；

5. 发行人报告期配件销售与收入规模具有匹配性；

6. 发行人报告期内存在一定的退换货，主要系基于客户需求变更、部分产品零星质量问题的退换货，报告期各期发行人退换货金额较小，对整体经营不构成重大影响；

7. 2020 年 1-9 月发行人套件机销售占比有所上升，主要系受新冠疫情影响导致的销售产品阶段性结构变动所致，发行人坚持自主研发为主，不存在对外购套件的重大依赖。

（以下无正文）

（本页无正文，为《北京市君合律师事务所关于广东世宇科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的补充法律意见（二）》之签字盖章页）

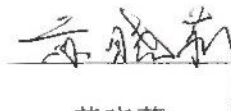


单位负责人：



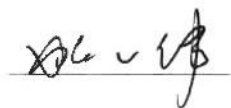
华晓军

经办律师：



黄晓莉

经办律师：



姚继伟

2020 年 12 月 26 日