

江西百胜智能科技股份有限公司

与

招商证券股份有限公司

关于首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

第二轮审核问询函的回复



保荐机构、主承销商



二〇二〇年十二月

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 12 月 8 日出具的《关于江西百胜智能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》（以下简称“《第二轮问询函》”）的要求，招商证券股份有限公司（以下简称“招商证券”或“保荐机构”）作为江西百胜智能科技股份有限公司（以下简称“百胜智能”、“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师广东华商律师事务所（以下简称“发行人律师”）及申报会计师天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就第二轮问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后，请审核。

1、如无特殊说明，《江西百胜智能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》（以下简称“本回复”）中使用的简称或名词释义与《江西百胜智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

2、本回复中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题：**黑体（加粗）**

对审核问询函所列问题的回复：宋体

对招股说明书的修改、补充：**楷体（加粗）**

3、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目 录

目 录.....	2
问题一及回复	3
问题二及回复	5
问题三及回复	13
问题四及回复	18
问题五及回复	25
问题六及回复	45
问题七及回复	57
问题八及回复	67
问题九及回复	80
问题十及回复	85
问题十一及回复	94

问题一及回复

一、关于实际控制人认定

2016年3月31日至2017年9月19日，发行人在全国中小企业股份转让系统（以下简称“新三板”）挂牌。根据审核问询回复，发行人在新三板挂牌期间未将刘子尧认定为实际控制人，与本次申报信息披露存在差异。

请发行人补充披露上述差异的原因及合理性，报告期内发行人实际控制人是否发生变化。

请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于实际控制人认定的相关规定发表明确意见。

回复：

一、上述差异的原因及合理性

新三板挂牌期间，公司认定刘润根、龚卫宁为公司的共同实际控制人。本次申报公司认定刘润根、龚卫宁、刘子尧为公司的共同实际控制人，本次申报增加认定刘子尧为共同实际控制人的具体原因如下：

2011年9月至2016年12月期间，刘子尧仍在海外留学，未参加工作，且长期不在国内，未参与发行人实际经营管理，未对公司的经营决策产生重大影响，因此在此期间发行人未将刘子尧认定为公司的共同实际控制人。

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题9的要求，实际控制人的配偶、直系亲属，如其持有公司股份达到5%以上或者虽未超过5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐人、发行人律师应说明上述主体是否为共同实际控制人。

2018年1月至今，刘子尧历任公司董事长助理、副总经理职务，分管公司软件开发部、信息部、智能产品管理部等部门，具体负责软件开发、信息化建设、公司品牌推广等工作，实际参与了公司日常经营管理。刘子尧为刘润根、龚卫宁之子，并持有公司21.01%的股权。结合公司报告期内历次股东大会决议文件、日常决策的会议文件，公司重大经营决策由刘润根、龚卫宁与刘子尧协商后作出，刘子尧具体参与了公司重大事务的审议，在公司股东大会决策及日

常经营管理中发挥重要作用，对公司各项决策及日常经营产生重大影响。因此，将刘子尧认定为共同实际控制人符合公司的实际情况。

综上所述，公司在新三板挂牌期间，刘子尧仍为学生身份，未在公司任职，未对公司经营管理、重大决策施加重大影响。本次申报时，公司根据刘子尧在公司任职情况、持股情况、对公司重大决策和经营管理的影响程度增加认定刘子尧为共同实际控制人更加符合公司的实际情况和相关法律法规的规定，具有合理性。

二、报告期内发行人实际控制人是否发生变化

根据《证券期货法律适用意见第1号——〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用》的规定：“共同控制情况下，如果发行人最近3年内持有、实际支配公司股份表决权比例最高的人发生变化，且变化前后的股东不属于同一实际控制人，视为公司控制权发生变更。”

发行人共同实际控制人中持股比例最高的为刘润根，报告期初刘润根持有发行人55.59%的股份，截至本回复出具之日，刘润根持有发行人51.58%的股份。其作为报告期内持股比例最高的人的地位未发生变动，报告期内增加认定刘子尧为共同实际控制人不属于共同控制情况下实际控制权发生变化的情形。

综上，发行人实际控制人为刘润根、龚卫宁、刘子尧，发行人报告期内实际控制权未发生变更。发行人不存在通过实际控制人认定而规避发行条件或监管的情形。

上述内容已经在招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“五、公司在其他证券市场的上市/挂牌情况”之“（四）信息披露差异情况”中补充披露。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查方式

保荐机构和发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人公司章程、工商登记资料；
- 2、对发行人实际控制人刘子尧进行访谈，查阅刘子尧填写的调查表；

3、查阅发行人报告期内股东大会决策文件、发行人日常经营决策文件，确认刘子尧在发行人各项决策中发挥的作用；

4、取得发行人股东的确认函，确认公司实际控制人认定情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

上述差异的原因具备合理性，报告期内发行人实际控制权没有发生变化。发行人不存在通过实际控制人认定而规避发行条件或监管的情形。

问题二及回复

二、关于创业板定位

招股说明书披露，发行人所属证监会行业为专用设备制造业，主要产品为道闸、开门机、升降地柱等，发行人拥有发明专利 9 项。

请发行人结合核心技术来源、拥有的发明专利数量、主要产品的技术优势和市场竞争地位等，深入论证发行人的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况，是否符合创业板定位。

请保荐人进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、核心技术来源及拥有的发明专利数量

公司产品主要分为道闸、开门机、升降地柱、车牌识别管理设备和通道门五大系列，共 100 多款产品。公司以市场需求为导向，不断对产品进行技术创新和工艺改良，形成了具有自主知识产权的核心技术储备，进而能够不断提高产品的运行稳定性、安全性和智能科技含量，为公司持续发展提供支撑。发行人目前核心技术体现在以下产品：

序号	产品名称	产品核心优势	技术来源	对应专利
1	道闸	连续运行寿命长；编码器限位精准停机；控制主板集成化程度高，可联网远程控制；直流无刷电机驱动方式使安全性能大幅提升	自主研发	发明专利： （1）一种无动力自动翻转避风的广告道闸杆； （2）一种闸杆防撞装置、闸杆组件及防撞道闸。

序号	产品名称	产品核心优势	技术来源	对应专利
				实用新型专利： (1) 一种广告叶片旋转机构及其广告道闸； (2) 一种手动离合机构； (3) 一种支撑装置及应用该支撑装置的道闸； (4) 一种一体化道闸机芯； (5) 一种道闸门； (6) 一种采用直流无刷电机驱动的道闸
2	开门机	一体双限位控制；直流无刷一体机；手拉链离合机构；交直流转换电源盒，可外接网络模块接口	自主研发	发明专利： (1) 可隐藏式安装的平开门机。 实用新型专利： (1) 直流平移门智能控制系统； (2) 无轨门一体机； (3) 一种平移门开门机； (4) 一种手拉链离合得工业提升门机； (5) 一种交流转换直流电源控制盒
3	升降地柱	安全电压直流无刷液压电机驱动；安全电压丝杆驱动；升降速度可调节；配置网络模块接口，可联网控制	自主研发	发明专利： (1) 升降地柱。 实用新型专利： (1) 一种采用直流无刷电机驱动的升降地柱。
4	车牌识别管理设备	车牌识别一体化设计，车牌识别速度快，车辆通行率高	自主研发	外观设计专利： (1) 车牌识别机； (2) 车牌识别一体机； (3) 车牌识别一体机 (IST-04)； (4) 车牌识别一体机 (IST-08)
5	通道门	采用直流无刷电机运行速度可调节；编码器精准限位，可连接人脸识别测温仪，可实现联网远程控制；直线导轨式滑动机构	自主研发	发明专利： (1) 一种自动门直线运行偏移检测与纠偏方法 实用新型专利： (1) 一种体积小巧的立式平开门机； (2) 无轨悬臂伸缩门； (3) 一种广告摆门； (4) 一种采用直流无刷电机驱动的平移门。

公司在国内外拥有专利 212 项，其中发明专利 9 项，均为原始取得。

报告期内，发行人发明专利主要针对新产品的投入及创新，包括升降地柱、广告道闸等。上述新产品报告期内销售情况良好，系发行人重要的业绩增长点。上述发明专利提高了发行人的产品壁垒。

报告期内，发行人核心竞争力体现为针对现有主要产品的持续创新和工艺流程改进，确保产品的高品质，因此对应大部分专利为实用新型专利。2019年以来，发行人持续推进降本增效措施，不断优化工艺流程。发行人多数专利和软件著作权为2016年之后获取，相关专利具有先进性。

二、主要产品的技术优势和市场竞争地位

（一）技术研发优势

公司是国家级高新技术企业、江西省智能制造试点示范企业，在技术研发和新产品开发方面具有核心技术优势。公司设立了由主要管理人员、技术专家、工程师等人员组成的研发中心，负责各产品线的技术进步，不断优化产品结构，促进产品迭代升级。2020年公司研发中心被评定为江西省省级企业技术中心。

截至2020年6月30日，公司拥有一支75人的研发团队，在产品设计、工艺改进、软件开发等方面拥有多年技术积累。通常不同使用场所对出入口设备的性能、环境适应性和尺寸大小都有不同要求，公司凭借技术优势可以快速响应市场信息，设计、研发并生产满足客户个性化需求的产品。公司持续将研发投入和技术积累转化为公司自主知识产权。截至本回复出具日，公司已在国内外取得212项专利（其中9项发明专利、131项实用新型专利、72项外观设计专利），35项软件著作权。

此外，公司积极参与行业标准的制定，作为参编单位参与了《电动门窗通用技术要求（征求意见稿）》、《工业滑升门开门机》（JG/T325-2011）等国家和行业标准的起草，作为主编单位参与了《安全电压开门机》

（T/CCMSA10101-2020）、《户外电动门安全要求》（T/CCMSA10102-2020）等团体标准的起草。公司还被中国建筑金属结构协会自动门电动门分会认定为“全国出入口智能管理系统第一研发中心”，公司开发的“36V直流无刷电动升降地柱”也入选《江西省首台（套）重大技术装备推广应用目录（2019版）》。

（二）市场竞争地位

公司是出入口控制与管理行业的专业制造商。公司自成立以来一直专注各种出入口控制与管理设备的研发、生产和销售。近年随着技术实力的提升，公司已经成为国内大型安防系统集成商和工程商的重要供应商之一。

根据中国安防行业网发布的《2019 年中国安全防范行业年鉴》，截至 2019 年底，中国安防企业约为 3 万家，从业人员近 160 万人，我国安防行业整体参与者众多。作为安防子行业，出入口控制与管理也是一个充分市场化竞争的行业。该行业细分产品较多，很多企业以某一款细分产品进入行业，行业以中小企业为主，行业集中度较低。

随着技术实力的提升，发行人已经与海康威视、大华股份等知名安防企业建立了长期稳定的合作关系，并远销欧洲、亚洲、北美洲和非洲等地区。根据中安网与商汤科技联合发布的《2018 中国安防行业调查报告》，2018 年我国出入口控制与管理产品产值约 341.40 亿元。2018 年发行人出入口控制与管理产品收入约为 4.24 亿元。据此测算，发行人产品收入约占本行业市场份额的 1.24%。发行人产品在行业内具有较强竞争力，已成为出入口控制与管理行业的重要制造商之一。

经过多年发展，公司已经同时具备硬件产品设计、研发能力和软件系统开发能力。截至本招股说明书签署日，公司在国内外已取得 212 项专利，35 项软件著作权。公司先后获得荣誉情况如下：

序号	荣誉/奖项	授予时间	授予机构
1	江西省省级企业技术中心	2020 年	江西省工业和信息化厅、江西省财政厅、国家税务总局江西省税务局
2	中国安防卓越企业奖	2019 年	CPS 中安网、全国城市安防协会合作互助联盟
3	2018 年度“金盾奖”先进单位	2019 年	中国建筑金属结构协会自动门电动门分会
4	2018 年度江西省优秀安防产品企业	2019 年	江西省安全技术防范行业协会
5	江西省智能制造试点示范企业	2018 年	江西省工业和信息化厅
6	全国出入口智能管理系统第一研发中心	2018 年	中国建筑金属结构协会自动门电动门分会
7	全国智能道闸（栏杆机）生产示范基地	2018 年	中国建筑金属结构协会自动门电动门分会

序号	荣誉/奖项	授予时间	授予机构
8	江西省级工业制造业单项冠军示范企业	2017 年	江西省工业和信息化委员会
9	2016 年度自动门电动门行业“新技术、新设备、新材料、新工艺”成果奖	2017 年	中国建筑金属结构协会自动门电动门分会
10	2015 年江西省专精特新中小企业	2015 年	江西省工业和信息化委员会
11	行业标准《工业滑升门开门机》（JG/T325-2011）参编单位	2011 年	住房和城乡建设部建筑制品与构配件产品标准化技术委员会自动门车库门分会
12	中国门业（自动门）十大金奖	2011 年	中国建筑金属结构协会、中国建筑装饰装修材料协会、中国产业报协会

三、发行人具有创新特征

发行人创新特征较多体现在发行人一直专注于出入口控制与管理领域相关的产品设计、生产工艺提升和系统开发，并形成了具有独立知识产权的核心技术储备。一方面发行人对现有产品持续升级，提升产品性能；另一方面，持续开发具有科技含量新产品，扩大发行人产品范围。通常不同使用场所对出入口设备的性能、环境适应性和尺寸大小都有不同要求，公司凭借技术优势可以快速响应市场信息，设计、研发并生产满足客户个性化需求的产品。公司持续将研发投入和技术积累转化为公司自主知识产权。截至本回复出具日，公司已在国内外取得 212 项专利（其中 9 项发明专利、131 项实用新型专利、72 项外观设计专利），35 项软件著作权。

四、发行人持续不断推进技术创新及科技创新

发行人对下游市场需求积极调研，在传统产品的基础上持续加大新产品的开发投入，并开发出升降地柱、广告道闸、新一代道闸机芯等新产品。其中发行人推出的全新产品 36V 直流无刷电动升降地柱，该产品采用 36V 低压驱动和直流无刷电机为动力单元，安全可靠、故障率低。在确保良好的防撞性能的同时，提升电气安全性。36V 直流无刷电动升降地柱获得“江西省电子信息行业科学技术奖”，并入选《江西省首台（套）重大技术装备推广应用目录（2019 版）》。发行人推出的广告道闸，采用受专利保护的无动力离合、机械传动结构，有效解决广告道闸故障率高、维护成本高问题，在市场极具竞争力。发行人研发的第三代道闸机芯采用一体式设计、编码器感应、减速装置高效能电机，突破性解决了行业内道闸常见的“抖杆、卡死、热保”问题，具有高稳定性、安装调试简单等

技术优势。报告期内，新产品销售额取得快速增长，增大了发行人销售规模，成为发行人重要的业绩增长点并提高了发行人的产品壁垒。

五、发行人持续不断推进新旧产业融合

随着安防行业与物联网、大数据、云计算、人工智能等技术深度融合，安防的应用边界不再局限于传统安全等概念上，更拓展为智慧园区、智慧工厂、智慧社区的重要管理工具。

发行人顺应行业技术发展趋势，提早布局出入口智能管控整体解决方案领域。发行人于 2018 年成立专门的研发团队，重点研发将物联网、云计算、大数据、生物识别、人工智能等技术应用到产品和服务中。截至本回复出具之日，发行人研发团队已开发出“百胜智慧停车平台数据中心”、“百胜智能云开放物联网平台”两大物联网核心平台，实现了车牌识别设备、道闸、升降地柱、人脸识别设备、访客机设备、监控 IPC 设备的数据采集和设备协议互通。同时依托于核心物联网平台（停车平台、云开放平台）强大的云计算能力以及开发性的协议接口，发行人将各类业务解决方案模式延伸到安防管控的各个领域中，陆续研发了基于工厂安防管控的“智慧工厂出入口安防管控数据中心”，基于社区人、车共管的“百胜智慧社区管理平台”、以及协助政府进行智慧城市建设和数据采集的“智慧物流园管理平台”等多款出入口控制管理系统平台，大大拓展了业务发展边界和服务领域。

百胜智慧停车平台数据中心



百胜物联云开放平台



智慧工厂出入口数据中心



百胜智慧社区管理平台



百胜物流园管理平台



此外，发行人还不断精益优化生产流程，按照《信息化和工业化融合管理体系要求》（GB/T23001-2017）积极推动信息化改造进度，以实现生产的自动化、智能化和网络化，并通过了两化融合管理体系评定，有效提升了生产管理效率。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查方式

保荐机构和发行人律师履行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人专利、软件著作权证书，查阅发行人获取资质证书；

2、访谈发行人技术部门负责人，了解发行人专利和软件著作权的形成过程，与发行人主营业务之间的关系；了解公司的技术水平、工艺设计、技术原理、技术路线等情况，了解发行人的核心竞争力和竞争优势；

3、访谈发行人技术人员，查阅研发相关资料，了解研发投入、创新体系、创新机制等情况；

4、收集了行业主管部门制定的发展规划，了解行业发展趋势，查阅了安防行业研究报告，了解行业发展情况、竞争格局等资料，分析了发行人在该领域的行业地位、市场份额、竞争优势等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为发行人创新情况符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》规定的创业板定位。

问题三及回复

三、关于未决诉讼

根据审核问询回复，发行人根据诉讼代理律师意见，认为在江西建工机械施工有限责任公司与联胜智能建设工程施工合同纠纷案、深圳蓝海通信息技术有限公司与发行人计算机软件开发合同纠纷案中，发行人败诉并承担赔偿的可能性很小，因此未针对上述未决诉讼计提预计负债。

请发行人补充披露截至目前上述诉讼的最新进展，诉讼代理律师发表意见的主要依据，未计提预计负债是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、江西建工机械施工有限责任公司与联胜智能建设工程施工合同纠纷案

（一）本案的最新进展

2020年5月20日，本案首次开庭审理，本案的争议焦点为本案的建设工程量以及工程质量是否存在问题。庭审过程中，法庭对本案争议的事实进行了调查，并由双方当事人对各自的主张进行了举证和质证。

本案审理过程中，双方对于工程造价及工程质量问题未达成共识，联胜智能向南昌县人民法院申请对涉案工程是否存在质量问题、修复方案及修复费用、工期损失进行司法鉴定，江西建工向南昌县人民法院申请对涉案工程造价进行司法鉴定。在法院的组织下，本案双方初步选定了鉴定机构。

根据发行人及本案诉讼代理律师的说明，本案双方已着手准备相关的鉴定工作，但由于鉴定流程复杂、鉴定费用较高、工程量较大等原因，截至本反馈回复之日，本案所涉鉴定工作进展迟缓，暂无实质进展，本案尚未作出一审判决。

（二）诉讼代理律师发表意见的主要依据

根据对本案诉讼代理律师的访谈及其提供的本案相关证据材料，诉讼代理律师发表意见的主要依据包括：

1、截至2017年1月25日，联胜智能已向江西建工支付工程款4,850万元，江西建工认为联胜智能应当按照江西建工提交的工程决算金额5,506.05万元支付工程款，但江西建工证明本案所涉工程款达5,506.05万元的证据明显不足。

根据本案现有证据比对分析结果以及本案双方举证质证的情况，本案中，按照双方现有证据能够确认的工程造价的支付义务联胜智能已基本支付完毕，江西建工本次起诉要求联胜智能继续支付656.05万元工程款是现有证据之外的涉及变更、增加的工程量，但变更、增加的工程量不在双方约定的范围内，江西建工至今未能提供相应的工程增量的证据（如变更通知单、变更图纸、验收单等）。因此，对于江西建工的诉讼请求，江西建工需承担举证不能的不利后果。

2、本案争议焦点为本案的建设工程量以及工程质量是否存在问题。2017年7月，联胜智能授权江西策源律师事务所委托江西求实司法鉴定中心对本案所涉工程进行预先鉴定，江西求实司法鉴定中心出具了《建筑工程鉴定意见书》（赣求司[2017]建鉴字第0708号），附有大量的鉴定现场照片、现场查勘证明文件，其鉴定意见为联胜智能厂区建设工程项目1号厂房、2号厂房、综合厂房工程存在质量问题，不符合《建筑工程施工质量验收统一标准》（GB50300-2013）的要求。存在的质量问题主要有厂房地面伸缩缝表面未进行填缝，内墙面未做水泥踢脚线，东、西面墙室外未做混凝土散水，排水沟与外墙未填缝，混凝土地面

裂缝下沉、屋面漏水、外墙室内根部渗水、道路板底空洞等。因此，根据鉴定意见及现场勘查情况，本案所涉工程事实上存在工程质量问题。

在原告江西建工主张权利的同时，联胜智能提起反诉，请求江西建工赔偿因延误施工工期所造成的延期交付经营损失及工程质量修复费用等损失（暂计1,000万元，最终以司法鉴定机构的鉴定结论为准）。

本案主审法院已经选定了工程造价鉴定机构和工程质量、修复费用鉴定机构。根据江西求实司法鉴定中心出具的鉴定意见以及联胜智能修复厂房签订的相关协议、付款凭证，本案涉诉工程存在质量问题较为明确，联胜智能有权要求江西建工赔偿工程质量问题带来的经济损失。

综合考虑本案双方的请求，联胜智能厂房存在质量问题以及江西建工工期延误的事实较为明确，联胜智能有权要求江西建工赔偿因工程质量问题及工期延误造成的经济损失，且江西建工至今未能提供所涉工程款达5,506.05万元的实质性证据，因此联胜智能在本案中处于有利地位，江西建工在本案中的诉讼请求得到法院支持的可能性很小。

（三）未计提预计负债是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第13号—或有事项》的规定，确认预计负债需同时满足以下三个条件：（1）过去的交易或事项形成的现时义务；（2）该项义务的履行很可能导致经济利益流出企业；（3）该项义务的金额能够可靠地计量。

根据本案诉讼代理律师的专业判断，江西建工至今未能提供本案涉及的实质性证据，江西建工主张权利的证据明显不足，且本案涉案工程工期延误以及工程存在质量问题的事实非常明确。综合庭审情况和相关证据以及本案工期延误、工程存在质量问题的事实，联胜智能在本案中处于有利地位，江西建工的诉讼请求得到法院支持的可能性很小，联胜智能胜诉的可能性较大。鉴于其导致发行人经济利益流出的可能性很小，因此不构成预计负债。

综上，江西建工主张权利的证据明显不足，且本案涉案工程工期延误以及工程存在质量的事实非常明确，联胜智能在本案中处于有利地位，江西建工的诉讼请求得到法院支持的可能性很小，联胜智能胜诉的可能性较大。鉴于其导致发行人经济利益流出的可能性很小，因此不构成预计负债，未计提预计负债

符合《企业会计准则》的规定。

二、深圳蓝海通信息技术有限公司与发行人计算机软件开发合同纠纷

（一）本案的最新进展情况

2020年6月28日，南昌市高新技术产业开发区人民法院作出（2020）赣0191民初254号《民事裁定书》，根据《江西省高级人民法院关于南昌知识产权法庭跨区域管辖部分知识产权案件的通知》，发生在江西省辖区内有关计算机软件著作权纠纷的第一审知识产权民事案件由南昌市中级人民法院管辖，故裁定南昌市高新技术产业开发区人民法院对本案无管辖权，驳回蓝海通的起诉，驳回发行人的反诉。

2020年7月10日，蓝海通向南昌市中级人民法院提起上诉，请求撤销（2020）赣0191民初254号《民事裁定书》，指定有管辖权的法院对本案进行实体审理并依法作出判决。

2020年9月25日，南昌市中级人民法院作出（2020）赣01民终2404号《民事裁定书》，裁定一审法院对本案无管辖权，撤销南昌市高新技术产业开发区人民法院（2020）赣0191民初254号《民事裁定书》，本案由南昌市中级人民法院进行审理。

截至本回复出具之日，南昌市中级人民法院暂未对本案正式立案，暂未作进一步审理，本案暂无进一步的进展情况。

（二）诉讼代理律师发表意见的主要依据

根据对本案诉讼代理律师的访谈及其提供的本案相关证据材料，诉讼代理律师发表意见的主要依据包括：

1、蓝海通主张百胜智能赔偿经济损失30万元，应当提供证据证明其确实进行了软件开发，投入了相应的人力物力，存在其主张的损失，但截至本回复出具日蓝海通未能提供证据予以证明。根据《民事诉讼法》的规定，如蓝海通不能提供任何证据证明其存在相应的损失，应当承担举证不能的不利后果，因此蓝海通的主张不被法院支持并败诉的可能性较大。

2、蓝海通未按照《百胜智慧园区管理云平台定制开发服务合同》的约定进

行开发。根据本合同的约定，百胜智能委托蓝海通定制开发智慧园区管理云平台，本合同技术开发的目标约定：“本项目实现出入口、门禁、人员、车辆、安防、考勤、能源集成管控，实现 LED 集中显示，后台管理；通过智慧园区云平台管理方案，园区管理者对出入口、门禁、员工考勤、园区公告、车位车辆等进行集中管控和管理，并对接微信、支付宝、短信或邮件等第三方信息发送渠道，实现智能化的自动运营运维能力”。蓝海通开发的平台需具备集成百胜智能及第三方公司系统的功能，具备实现综合管控的能力。蓝海通在约定时间内没有向百胜智能交付合同约定的试运行云平台，且自始至终没有交付合格产品。蓝海通向百胜智能工作人员演示的产品没有达到合同约定的效果，无法集成百胜智能及第三方系统，无法实现合同约定的实现系统集中管控和管理的功能，导致百胜智能合同目的不能实现。

（三）未计提预计负债是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 13 号—或有事项》的规定，确认预计负债需同时满足以下三个条件：（1）过去的交易或事项形成的现时义务；（2）该项义务的履行很可能导致经济利益流出企业；（3）该项义务的金额能够可靠地计量。

根据本案诉讼代理律师出具的专项意见，本案自 2020 年 4 月 15 日首次开庭至今，蓝海通未能提供证据证明其主张的损失。根据《民事诉讼法》关于举证责任的规定，其应当承担举证不能的不利后果，其主张不被法院支持并败诉的可能性较大。鉴于其导致发行人经济利益流出的可能性很小，因此不构成预计负债。

综上，蓝海通至今未能提供证据证明其主张的损失，其主张不被法院支持并败诉可能性较大。鉴于其导致发行人经济利益流出的可能性很小，因此不构成预计负债，未计提预计负债符合《企业会计准则》的规定。

上述内容已经在招股说明书之“第十一节 其他重要事项”之“三、相关诉讼或仲裁情况”之“（二）公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高管人员和核心人员的重大诉讼或仲裁事项”中补充披露。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师和申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、访谈上述案件的诉讼代理律师关于上述案件的进展情况、出具诉讼代理意见的主要依据；
- 2、查阅上述案件相关的法律文书，包括起诉状、反诉状、答辩状、裁定书等；
- 3、查阅上述案件相关的证据材料；
- 4、登录中国裁判文书网查询上述案件的情况，取得发行人出具的关于上述案件最新进展情况的说明；根据上述资料分析是否满足《企业会计准则》关于预计负债的确认条件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师和申报会计师认为：

发行人在江西建工机械施工有限责任公司与联胜智能建设工程施工合同纠纷案、深圳蓝海通信息技术有限公司与发行人计算机软件开发合同纠纷案中未计提预计负债符合《企业会计准则》的规定。

问题四及回复

四、关于退换货

前次审核问题回复显示，对于质保期内质量出现问题的产品，经销商客户需先行维修，费用自理，维修配件由发行人免费提供，经销商需将故障配件寄回发行人；一般直销客户则由发行人免费维修。

请发行人补充披露：

（1）发行人未为经销商客户提供免费维修服务的原因及合理性，报告期内经销商客户向发行人购买的产品在质保期内发生质量问题的数量、频率以及维修费用实际发生额，经销商客户是否进一步为终端客户提供质保义务，结合维修费用承担方式的差异情况分析发行人直销、经销毛利率的合理性；

（2）报告期内向经销商客户免费提供维修配件的种类、用途及金额等，故障配件回收后的处置情况，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人未为经销商客户提供免费维修服务的原因及合理性，报告期内经销商客户向发行人购买的产品在质保期内发生质量问题的数量、频率以及维修费用实际发生额，经销商客户是否进一步为终端客户提供质保义务，结合维修费用承担方式的差异情况分析发行人直销、经销毛利率的合理性；

（一）未提供免费维修服务原因及合理性

1、发行人与经销商客户签订的销售合同中关于换货、退货、维修、费用承担、损失赔偿等方面的质量保证条款具体规定如下：

（1）质保期：产品主机质保期为一年（自经销商验货签收之日起），质保期内，因产品质量问题，发行人承担退换货与返修义务。

（2）退换货：质保期内，产品出现质量问题，应由经销商先行维修（费用自理），维修配件由发行人免费提供，经销商需将故障配件寄回发行人；若产品无法维修，经发行人确认后，经销商可申请退换货。

2、发行人质保期内维修服务实际操作流程

对于质量出现问题的产品，发行人针对经销商和直销客户售后实际操作流程如下：

（1）经销商

销售给经销商的产品质保期一年，一年内因产品本身质量问题需要维修的，有以下两种方式处理：

1）故障件经销商客户无法自行维修，寄回发行人工厂维修，发行人不收取任何维修费用；

2）经销商客户判断自身具备维修条件不需寄回维修的，由发行人免费提供维修配件，经销商自行维修且承担维修的人工费用。

(2) 直销客户

发行人销售给直销客户的产品质保期 12-36 个月不等，质保期内因产品本身质量问题需要维修的，有以下三种方式处理：

1) 直销客户将故障件返回发行人工厂，由发行人免费维修，不收取任何维修费用，超出质保范围的产品适当收取配件费用；

2) 直销客户有能力自行维修的，发行人免费提供配件，直销客户自行维修；

3) 直销客户不具备维修条件及维修能力的，由发行人免费发出维修配件，发行人安排当地技术服务商或公司外派技术人员上门免费维修。

在质保期内，维修所用的材料均由发行人免费提供，经销与直销情况一致；因经销商自身的技术人员拥有对发行人产品的常规维修能力，故如产品出现质量问题，其会先行判断自身是否有维修能力，有则自行维修并承担维修人工费用。对于直销客户，如其有能力自行维修，发行人则免费提供配件，由直销客户自行维修。

报告期内，发行人外派技术人员上门免费维修的情况较少。报告期各期发行人外派技术人员薪酬及差旅费合计分别为 20.51 万元、30.42 万元、34.01 万元以及 9.05 万元，占当期销售收入的比重很小。

综上所述，经销商客户在质保期维修费中，需要自理部分的费用系经销商具备维修能力的情况下，其自身技术人员的人工费用。在实际操作中，也存在直销客户具备维修能力情况下，其自行维修的情况。报告期内，公司外派技术人员上门免费维修的情况较少。发行人对质保期内经销与直销的维修政策基本相符，未为经销商客户提供免费维修服务具有合理性。

(二) 报告期内经销商客户向发行人购买的产品在质保期内发生质量问题的数量、频率以及维修费用实际发生额

报告期内经销商客户向发行人购买的产品在质保期内发生质量问题的数量、频率以及维修费用实际发生额情况如下：

时间	发生质量问题的数量 (件)	当期向经销商销售数量(台/根)	返修率	发生质量问题的频率 (件/月)	维修费用材料实际发生额(万元)
----	------------------	-----------------	-----	--------------------	-----------------

2017 年	2,633	139,623	1.89%	220	19.47
2018 年	7,031	462,596	1.52%	586	55.89
2019 年	7,163	491,242	1.46%	597	50.09
2020 年 1-6 月	1,966	157,660	1.25%	164	13.81

注 1：返修率=发生质量问题的数量/当期向经销商销售的数量

注 2：维修费用实际发生额只包括维修材料费用

报告期内经销商客户向发行人购买的产品在质保期内发生质量问题的数量占当期向经销商销售产品数量的比重分别为 1.89%、1.52%、1.46%和 1.25%，比例较小且基本保持稳定。

（三）经销商为终端客户提供质保义务

根据主要经销商出具的确认函，报告期内，主要经销商对于其对外销售的产品，为下游客户提供质保义务。该质保义务由经销商提供，与发行人无关。

（四）结合维修费用承担方式的差异情况分析发行人直销、经销毛利率的合理性

报告期内，发行人在全国各地拓展合格经销商，均要求经销商配备专职的技术服务人员，因此经销商具备相应的维修能力及技术实力。同时发行人长期向经销商提供产品培训及技术指导。

报告期内，发行人主要经销商一般存货周转速度较快，正常在产品质保期内，经销商即完成向下游客户销售产品。其下游客户一般位于经销商当地，且主要经销商向下游提供质保维修服务。由于发行人道闸、升降地柱等产品特性，售后维修时效性要求较高，当地维修更方便，成本更低，更有利于维护客户关系。相对于发行人直接派遣技术人员上门维修，由经销商自行维修更具有经济性，且基于经销商具备相应的维修能力及技术实力，由经销商自行维修具有商业合理性。

根据发行人报告期内主要经销商的确认，2017 年 1 月 1 日至今，江西百胜智能科技股份有限公司的产品质量较好，主要经销商采购其产品后产生的售后维修费用较少，主要系少量维修人工费用。报告期内主要经销商上述售后维修费用每年合计均少于 50 万元，占发行人经销模式销售收入的比例均小于 0.50%，维修费对毛利率影响较小。

报告期内，发行人对经销商的实际返利率分别为 2.70%、2.50%、2.88%以及 2.93%，能够有效覆盖上述经销商维修费用。剔除实际销售返利率后，发行人对经销商毛利率基本低于直销模式境内销售，符合商业逻辑。

发行人直销、经销模式下的维修费用承担方式无明显差异，且两种模式下的维修费对毛利率的影响较小。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“不同的销售模式下销售合同中质量保证条款关于换货、退货、维修、费用承担、损失赔偿等方面的具体规定”中补充披露。

二、报告期内向经销商客户免费提供维修配件的种类、用途及金额等，故障配件回收后的处置情况，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

（一）维修配件的种类、用途及金额

报告期内向经销商客户免费提供维修配件的主要种类、用途及金额如下：

2020 年 1-6 月

2020 年 1-6 月	金额（万元）	占当期对经销商维修费用比重	用途
减速器	3.93	28.45%	用于道闸类产品的机械传动部分维修替换件。
电子元器件	3.20	23.15%	用于道闸、开门机产品控制器的维修替换件。
地柱机芯	3.15	22.79%	用于升降地柱的维修维护的替换件。
电机	1.44	10.43%	主要用于道闸类产品维修维护的替换件。
拉簧	1.43	10.33%	用于道闸系列产品维修维护的替换件。
合计	13.14	95.15%	

2019 年

2019 年	金额（万元）	占当期对经销商维修费用比重	用途
定制备品备件	22.10	44.12%	用于道闸、开门机产品维修维护的替换件。
电子元器件	13.37	26.69%	用于道闸、开门机产品控制器的维修替换件。
地柱机芯	5.69	11.36%	用于升降地柱的维修维护的替换件。

铝型材	2.53	5.06%	用于道闸产品维修维护的替换件。
箱体	1.98	3.96%	用于道闸产品维修维护的替换件。
合计	45.67	91.18%	

2018 年

2018 年	金额（万元）	占当期对经销商维修费用比重	用途
定制备品备件	14.92	26.70%	用于道闸、开门机产品维修维护的替换件。
减速器	11.62	20.80%	用于道闸类产品的机械传动部分维修替换件。
地柱机芯	11.31	20.23%	用于升降地柱产品维修维护的替换件。
电子元器件	9.67	17.30%	用于道闸、开门机产品控制器的维修替换件。
电机	4.16	7.45%	主要用于道闸类产品维修维护的替换件。
合计	51.68	92.47%	

2017 年

2017 年	金额（万元）	占当期对经销商维修费用比重	用途
电子元器件	5.19	26.63%	用于道闸、开门机产品控制器的维修替换件。
定制备品备件	4.97	25.51%	用于道闸、开门机产品维修维护的替换件。
减速器	4.31	22.14%	用于道闸类产品的机械传动部分维修替换件。
电机	2.16	11.10%	主要用于道闸类产品维修维护的替换件。
相机	1.98	10.17%	用于车牌识别设备的维修替换件。
合计	18.60	95.54%	

（二）故障配件回收后的处置情况，相关会计处理符合企业会计准则的规定

1、故障配件回收后的处置情况

经确认，属于产品缺陷、产品质量问题的，客户联系发行人售后服务部门发起退换货申请，销售部、售后服务部审核确认后由客户寄回有质量问题的产品。质量管理部负责对退回产品进行鉴定，售后服务部根据质量管理部对退货件处理的意见，对退货件进行处理。

①退货件中经检验仍可正常使用的部件

借：存货

贷：销售费用-维修费用

②对于不可正常使用的部件，不做账务处理

2、相关会计处理符合企业会计准则的规定

根据《企业会计准则第7章——费用》第三十三条：“费用是指企业在日常活动中发生的、会导致所有者权益减少的、与向所有者分配利润无关的经济利益的总流出”，第三十四条：“费用只有在经济利益很可能流出从而导致企业资产减少或者负债增加、且经济利益的流出额能够可靠计量时才能予以确认。”

发行人对故障件进行鉴定、维修所产生的费用会导致负债增加，同时维修金额能可靠计量，因此发行人发生的维修费符合费用的定义。

综上所述，发行人的相关会计处理符合企业会计准则的规定。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“7、报告期内退换货、维修、损失赔偿的具体情况”中补充披露。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

1、核查报告期内发行人与经销商客户签订的销售合同，查阅合同中关于退换货条款以及售后技术服务协议中双方约定的权利义务的条款；

2、核查报告期内发行人维修费用明细，对发行人维修费用进行细节测试，获取报告期内发行人的联保申请表、其他产品出库单、退换货申请表和其它入库单；

3、了解发行人的《售后服务管理制度》，对销售与收款内部控制中关于退换货、产品维修的运行有效性进行了穿行测试和控制测试；

4、获取主要经销商出具的关于售后维修的确认函；

5、针对故障配件收回后的会计处理，访谈发行人财务总监，了解售后维修相关会计处理合规性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人对质保期内经销与直销的维修政策基本相符，未为经销商客户提供免费维修服务具有合理性；

2、根据主要经销商出具的确认函，报告期内，主要经销商对于其对外销售的产品，为下游客户提供质保义务；

3、对于故障配件回收后的处置情况，发行人的相关会计处理符合企业会计准则的规定。

问题五及回复

五、关于收入

前次审核问询回复显示：

（1）报告期内发行人其他产品的毛利率分别为 39.56%、35.91%、38.65% 以及 45.01%。发行人销售的其他产品主要为各类定制加工的零配件，包括电子元器件、定制备品备件、摄像机等，须通过专门开模制造，与发行人相关产品相配套，市场上可替代产品较少，因此零配件销售的毛利率较高；

（2）发行人对直销客户的信用政策通常为月度结算后 30 至 120 天，而发行人要求经销客户每年农历春节全部回款；

（3）报告期内发行人开门机产品的销售收入分别为 8,759.39 万元、7,154.45 万元、6,156.93 万元和 2,475.35 万元，各报告期末开门机生产设备账面价值分别为 86.07 万元、74.88 万元、75.54 万元和 69.69 万元；

（4）报告期内，发行人境外销售收入分别为 6,704.24 万元、6,009.18 万元、6,097.03 万元和 2,606.55 万元，占主营业务收入比例分别为 16.76%、14.17%、12.97%和 13.18%。中介机构对境外客户进行了走访。

请发行人补充披露：

(1) 直销、经销不同模式下其他产品的销售金额，同一类型产品的直销、经销价格情况以及二者是否存在较大差异，其他产品的销售情况是否和其主要产品的销售规模相匹配，对不同客户是否存在不同备用零配件的销售政策；

(2) 对其他产品的主要加工定制的具体过程、内容、复杂程度以及技术含量等，以及其他产品的主要销售模式；

(3) 针对经销商和直销客户的信用政策存在差异的原因及合理性，是否存在放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形，报告期各期主要经销商和直销客户回款周期、应收账款逾期、坏账计提的情况；

(4) 报告期各期开门机生产设备的账面原值、折旧计提金额、预计可使用年限、实际已使用年限等情况，分析开门机生产设备的账面价值是否和开门机的生产数量、销售收入相匹配，是否存在折旧计提不合理、固定资产未入账的情形；

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

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明对境外客户走访的具体形式（实地或视频）、客户筛选的方法以及访谈的具体内容、核查手段，走访过程中发行人的参与情况，中介机构如何保持独立性。

回复：

一、直销、经销不同模式下其他产品的销售金额，同一类型产品的直销、经销价格情况以及二者是否存在较大差异，其他产品的销售情况是否和其主要产品的销售规模相匹配，对不同客户是否存在不同备用零配件的销售政策；

(一) 直销、经销不同模式下其他产品的销售金额

报告期内，发行人直销、经销不同模式下其他产品的销售金额如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
直销	666.48	1,513.86	1,872.19	1,829.26
其中：境内直销	367.46	792.50	1,208.65	1,106.82

境外直销	299.02	721.36	663.54	722.44
经销	271.63	1,326.37	1,195.23	1,002.93
合计	938.11	2,840.23	3,067.42	2,832.19

(二) 报告期内，同一类型产品的直销、经销价格情况及二者的差异

报告期内，发行人其他产品主要包括各类定制加工的零配件，包括电子元器件、定制备品备件、摄像机等，产品品类较多，规格型号差异较大，且定制化程度较高，价格差异较大。具体分析如下：

1、发行人 2020 年 1-6 月其他产品的前五大类别直销、经销价格情况分析如下：

品类	2020 年 1-6 月经销		2020 年 1-6 月直销			单价 差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	其中：境内直销 销售单价 (元/个、根)	
定制备品备件	111.47	15.55	204.48	22.67	26.06	-40.33%
电子元器件	50.11	27.64	260.71	36.24	22.58	22.41%
摄像机	67.58	772.31	43.91	750.53	750.53	2.90%
铝型材	21.97	36.37	35.01	41.18	41.12	-11.55%
箱体	17.49	348.46	23.23	395.77	503.42	-30.78%

注 1：单价差异率=（经销销售单价-境内直销销售单价）/境内直销销售单价

2020 年 1-6 月，定制备品备件以及箱体单价差异率较大，原因系直销模式中部分客户对产品存在定制化需求，如直销客户对箱体形状、颜色以及产品功能等存在特殊要求，销售单价较高；而经销模式销售的主要为标准化产品。

2020 年 1-6 月，电子元器件单价差异率较大主要系电子元器件产品单位价值低且品种繁多，销量较大且客户需求的产品结构不同，导致其不同模式下销售的平均单价差异较大。

其他类别的产品总体价格差异不大。

2、发行人 2019 年其他产品的前五大类别直销、经销价格情况分析如下：

品类	2019 年经销		2019 年直销			单价 差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	其中：境内直销 销售单价 (元/个、根)	
定制备品备件	394.25	19.48	504.74	23.19	22.17	-12.13%

电子元器件	145.60	28.24	567.00	34.54	23.56	19.86%
摄像机	411.85	719.89	184.55	715.85	715.85	0.56%
铝型材	58.87	35.98	75.50	51.07	51.37	-29.96%
电机	46.80	279.40	83.17	215.96	299.54	-6.72%

注 1：单价差异率=（经销销售单价-境内直销销售单价）/境内直销销售单价

2019 年，铝型材单价差异率较大主要系不同模式销售个别单价较高的产品所致。直销模式销售单价较高的栅栏杆组件、焊接组件以及栅栏门护栏等，经销模式销售单价较高的五代广告杆主梁组件、三代主梁组件以及重型栅栏门副杆组件等，剔除个别单价较高的产品后，铝型材单价差异率为 8.20%，总体差异较小。

2019 年，电子元器件单价差异率较大主要系电子元器件产品单位价值低且品种繁多，销量较大且客户需求的产品结构不同，导致其不同模式下销售的平均单价差异较大。

其他类别的产品总体价格差异不大。

3、发行人 2018 年其他产品的前五大类别直销、经销价格情况分析如下：

品类	2018 年经销		2018 年直销			单价差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	其中：境内直销 销售单价 (元/个、根)	
定制备品备件	350.68	17.59	423.60	16.15	12.68	38.72%
电子元器件	198.58	27.56	541.30	25.36	17.99	53.20%
摄像机	187.79	1,082.38	494.03	1,091.06	1,091.06	-0.80%
定制型材	6.53	131.64	219.18	511.62	510.57	-74.22%
电机	60.45	274.55	99.94	157.80	263.72	4.11%

注 1：单价差异率=（经销销售单价-境内直销销售单价）/境内直销销售单价

2018 年，电子元器件单价差异率较大主要系电子元器件产品单位价值低且品种繁多，销量较大且客户需求的产品结构不同，导致其不同模式下销售的平均单价差异较大。

2018 年，定制型材单价差异率较大主要系由于直销模式下主要销售平均单价为 527.22 元、销售占比为 97.06%的不锈钢型材；而经销模式销售金额仅为 6.53 万元，销售金额较小，平均单价可比性较小。

其他类别的产品总体价格差异不大。

4、发行人 2017 年其他产品的前五大类别直销、经销价格情况分析如下：

品类	2017 年经销		2017 年直销			单价差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	销售金额 (万元)	销售单价 (元/个、根)	其中：境内直销 销售单价 (元/个、根)	
电子元器件	99.52	49.23	637.50	12.29	6.41	668.02%
定制备品备件	106.46	36.07	598.11	29.38	25.10	43.71%
摄像机	325.52	845.05	244.43	839.97	839.97	0.60%
相机	79.15	980.78	197.23	2,186.63	2,186.63	-55.15%
电机	24.22	261.31	128.78	147.35	248.79	5.03%

注 1：单价差异率=（经销销售单价-境内直销销售单价）/境内直销销售单价

2017 年，电子元器件单价差异率较大主要系深圳某直销客户采购了约 26.5 万个继电器，该部分继电器的平均单价仅 2.13 元，故电子元器件直销与经销的平均价格差异较大。

2017 年，相机销售单价差异率较大系不同模式下销售的产品结构不同所致；经销模式主要销售平均单价为 997 元、销售占比 89.43%的规格型号为 L1707 的相机，直销模式销售平均单价为 4,299.38 元、销售占比 58.11%的规格型号为 ITCTCG113 的相机。

其他类别的产品总体价格差异不大。

（三）其他产品的销售情况与其主要产品的销售规模的匹配性

报告期内，发行人销售的其他产品主要为各类定制加工零部件、开模生产的配件等，与发行人相关产品在技术上相适应及配套；

因发行人销售的产品市场保有量大，客户采购该类配件主要用于对质保期外的产品进行维修更换，故其他产品的销售情况与其主要产品的销售规模匹配度不高。

（四）对不同客户不存在不同备用零配件的销售政策

报告期内，发行人其他产品的销售主要按照客户的订单需求，发行人对其他产品不存在特定的销售政策，对不同客户不存在不同备用零配件的销售政策。

综上所述，报告期内其他产品中，同一类型产品在直销、经销模式下，价格存在差异的主要原因系客户对产品的需求以及销售的细分结构不同所致；其他产品的销售情况与其主要产品的销售规模匹配度不高；报告期内，发行人其他产品的销售主要按照客户的订单需求，发行人对其他产品不存在特定的销售政策，对不同客户不存在不同备用零配件的销售政策。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品类型分析”中补充披露。

二、对其他产品的主要加工定制的具体过程、内容、复杂程度以及技术含量等，以及其他产品的主要销售模式

（一）其他产品主要加工定制过程、内容、复杂程度及技术含量

报告期内，发行人其他产品主要类别及主要加工定制过程、内容、复杂程度及技术含量如下：

序号	名称	加工定制过程、内容、复杂程度及技术含量说明
1	定制备品备件	（1）定制备品备件主要包括各类配件，如夹头、连杆、立柱等，用于产品售后配套使用。 （2）加工定制过程、内容：客户备品备件需求—售后服务受理—工程师分析确定具体的备品备件规格型号—研发工程师确认并提供具体型号备件的图纸及其它技术资料或根据客户的特别需求进行设计—备品备件加工—外发客户—技术指导。 （3）复杂程度及技术含量：定制备品备件作为一种非标配件，由发行人工程师设计、外协开模，加工环节由发行人或供应商完成。
2	电子元器件	（1）电子元器件主要包括限位传感器、控制板等。 （2）限位传感器及控制板的硬件软件部分均为发行人自主研发，并由发行人提供物料，外协单位负责来料加工。 （3）具体流程：研发设计—生成生产文件委外加工—返回公司插件、焊接—烧录自主研发控制程序—老化测试—组装—外发客户。 （4）复杂程度及技术含量：控制板核心控制程序为发行人自主研发，可以实现产品精准控制和用户个性化需求。
3	摄像机、相机	（1）摄像机、相机为车牌识别管理设备重要部件。 （2）复杂程度及技术含量：硬件部分由供应商生产提供，内置软件为发行人拥有自主知识产权的车牌识别算法，可精准识别各种类型的车牌号码。
4	铝型材	（1）发行人铝型材外观为发行人自主设计。 （2）铝型材加工过程：发行人开模—外协厂商生产毛坯—返回发行人后按图纸要求下料、钻孔、CNC加工。 （3）复杂程度及技术含量：自主设计、自主开模保证了铝型

		材外观的独有性。
5	定制型材	(1) 发行人为部分大客户进行专用定制化设计开发, 满足客户的个性化要求。 (2) 具体流程: 客户定制需求—方案设计—签定协议—开模—交付样品—定制型材供应。 (3) 复杂程度及技术含量: 自主设计、自主开模保证了铝型材外观的独有性。
6	箱体	(1) 发行人根据客户要求制定外形、尺寸、表面颜色等。 (2) 箱体加工过程: 采购钢板—激光下料—机器人折弯—自动化焊接—表面涂装 (3) 复杂程度及技术含量: 箱体从下料、加工、焊接、涂装均采用先进的自动化设备, 在提高生产效率的同时保证了箱体质量的稳定性和一致性。
7	电机	(1) 电机为发行人自主设计, 电机性能运行平稳, 加减速过渡平滑。核心性能参数等受发行人专利保护。 (2) 供应商按发行人设计要求生产。发行人拥有专业的电机型式测试设备, 可以有效检验供应商提供的电机性能, 使其符合各项设计参数。

(二) 其他产品销售模式

其他产品销售模式分为直销和经销。报告期内, 其他产品直销、经销模式下收入如下:

单位: 万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
直销	666.48	1,513.86	1,872.19	1,829.26
其中: 境内直销	367.46	792.50	1,208.65	1,106.82
境外直销	299.02	721.36	663.54	722.44
经销	271.63	1,326.37	1,195.23	1,002.93
合计	938.11	2,840.23	3,067.42	2,832.19

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“(一) 营业收入分析”之“2、主营业务收入按产品类型分析”中补充披露。

三、针对经销商和直销客户的信用政策存在差异的原因及合理性，是否存在放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形，报告期各期主要经销商和直销客户回款周期、应收账款逾期、坏账计提的情况

（一）经销商和直销客户的信用政策存在差异的原因及合理性，不存在放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形

报告期内，发行人通过直销模式及经销模式实现对外销售。在境内直销模式下，发行人主要采用月结方式进行结算，信用政策通常为月度结算后 30 至 120 天。在经销模式下，发行人每年会根据合作年限、销售业绩、资信情况、过往业绩完成情况给予经销商一定的信用额度。发行人按照《经销商协议》约定每年年初依据其年度含税销售目标任务的 10%-25%核定当年度的信用额度。超过信用额度部分，经销商原则上先款后货。同时，发行人均要求经销商于当年春节农历除夕前结清上一年度所有应付发行人的货款。

在滚动发货情况下，年度含税销售目标任务的 10%-25%信用额度相当于 1-3 个月的货款，与对直销客户采取月度结算后 30 至 120 天的信用政策没有实质性差异。且发行人均要求经销商于当年春节农历除夕前结清上一年度所有应付发行人的货款，对直销客户则不存在相关规定。发行人对经销商执行的信用政策较直销客户更严格。

发行人对于直销客户及经销商的信用政策是基于长期的业务实践、产品及业务特性以及参考同行业并结合公司实际情况制定，具有商业合理性。

报告期内，发行人对经销商的信用政策没有发生重大变化，不存在主动放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形。

综上，报告期内，发行人对经销商和直销客户的信用政策不存在实质性差异。发行人对于直销客户及经销商的信用政策是基于长期的业务实践、产品及业务特性以及参考同行业并结合公司实际情况制定，具有商业合理性。报告期内发行人对经销商的信用政策没有发生重大变化，不存在主动放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形。

（二）报告期各期主要经销商回款周期、应收账款逾期、坏账计提的情况

1、报告期主要经销商的信用政策及回款周期如下：

销售模式	结算模式	信用政策	回款周期
经销	月度结算	按照信用额度进行管理，发行人要求每年农历春节全部回款	发行人要求每年农历春节全部回款，期后回款情况良好

2、报告期主要经销商应收账款逾期、坏账计提的情况如下：

2020年6月30日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
上海速彬门控设备有限公司	548.63	-	27.43
佛山市百思德门控智能设备有限公司	540.27	-	27.01
无锡志胜机电设备有限公司	300.85	100.85	15.04
青岛博悦智能科技有限公司	145.25	-	7.26
深圳市百瑞尔智能科技有限公司	130.27	-	6.51

2019年12月31日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
上海速彬门控设备有限公司	663.32	118.32	33.17
佛山市百思德门控智能设备有限公司	569.21	69.21	28.46
无锡志胜机电设备有限公司	191.41	-	9.57
合肥百晟宏智能科技有限公司	182.02	17.02	9.10
沈阳百易通商贸有限公司	123.46	-	6.17

2018年12月31日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
佛山市百思德门控智能设备有限公司	549.30	49.30	27.47
上海速彬门控设备有限公司	448.27	103.27	22.41
无锡志胜机电设备有限公司	183.48	-	9.17
博安世通（北京）智能科技有限公司	169.56	81.56	8.48
深圳市百瑞尔智能科技有限公司	160.49	30.49	8.02

2017年12月31日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
上海速彬门控设备有限公司	980.19	420.19	49.01

佛山市百思德门控智能设备有限公司	234.60	-	11.73
无锡志胜机电设备有限公司	213.30	33.30	10.67
青岛博悦智能科技有限公司	93.95	13.95	4.70
云南博阳智能安防设备有限公司	29.40	-	1.47

报告期内发行人各期末应收账款余额逾期部分占比逐年下降。报告期各期末,发行人账龄为1年以内的应收账款金额占应收账款余额比例分别为91.33%、91.38%、92.22%、92.86%,公司应收账款逾期情况控制良好。

报告期各期末,部分经销商应收账款余额存在逾期,主要系由于根据行业惯例,四季度末进入传统旺季,发行人与经销商结算不及时所致。发行人均要求经销商于当年春节农历除夕前结清上一年度所有应付发行人的货款。截至本回复出具日,上述应收款项均已回款。

(三) 报告期各期主要直销客户回款周期、应收账款逾期、坏账计提的情况

1、报告期主要直销客户的信用政策及回款周期如下:

销售模式	分类	结算模式	信用政策	回款周期
直销	境内	根据签收单、验收单、月度结算	通常月度结算后30/60/90/120天,少部分客户银行/商业承兑汇票(6个月)	期后三个月回款比例约80%,报告期内发行人1年以内应收账款占比91%以上
	境外	一般款到发货	预收款/客户见提单付款	预收款/客户见提单付款

2、报告期主要直销客户应收账款逾期、坏账计提的情况如下:

2020年6月30日:

单位:万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
杭州海康威视科技有限公司	2,678.49	210.32	133.92
浙江大华智联有限公司	338.24	-	16.91
广东安居宝数码科技股份有限公司	226.31	24.89	11.32
杭州立方控股股份有限公司	96.55	0.82	4.83
合肥立脉电子技术有限公司	80.53	-	4.03

2019年12月31日:

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
杭州海康威视科技有限公司	2,639.67	17.40	131.98
浙江大华科技有限公司	343.96	-	17.20
广东安居宝数码科技股份有限公司	196.97	87.11	9.85
杭州立方控股股份有限公司	135.22	18.42	6.76
合肥拓思文化传媒有限公司	113.76	83.76	5.69

2018年12月31日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
杭州海康威视科技有限公司	1,916.05	14.44	95.80
浙江大华科技有限公司	511.99	-	25.60
德清联创科技新城建设有限公司	127.44	127.44	6.37
杭州立方控股股份有限公司	93.67	-	4.68
安徽省睿翊翔商贸有限公司	68.72	68.72	3.44

2017年12月31日：

单位：万元

项目	应收账款余额	逾期金额	坏账准备余额
杭州海康威视科技有限公司	1,151.78	-	57.59
浙江大华科技有限公司	127.05	-	6.35
上海无忧门业有限公司	50.00	50.00	2.50
杭州立方控股股份有限公司	44.32	-	2.22
广东安居宝智能控制系统有限公司	37.16	3.54	1.86

报告期内，部分直销客户应收账款存在逾期情况，如海康威视、大华股份等，这些客户的业务规模较大，在安防行业处于强势地位，因此未能严格执行信用期政策，但整体坏账风险较小。报告期内，发行人各期末应收账款回款时间基本为3个月，各期末应收账款在期后三个月内回款比例平均为83.67%，各期应收账款截至2020年10月25日已基本收回。根据发行人执行的会计政策对应收账款减值测试、计提坏账准备，上述应收账款计提坏账准备充足。

（四）应收账款管理

发行人财务部定期对应收账款进行账龄分析，将逾期的应收账款信息及时传递给销售部，销售部对逾期的应收账款及时进行催收，并制定后续控制措施

和回款计划。财务部对销售部的后续控制措施和计划进行跟踪，对应收账款回款情况没有改善或继续恶化的客户，及时报告给销售部负责人，必要时采取停止提供后续服务及提起法律诉讼的手段。报告期各期末，根据发行人执行的会计政策对应收账款减值测试、计提坏账准备。

报告期各期末，发行人应收账款逾期主要系结算不及时所致，逾期金额较小。账龄为一年以内的应收账款占比分别为 91.33%、91.38%、92.22%和 92.86%，且主要经销商及直销客户的账龄均在一年以内。截至本回复出具日，上述逾期应收账款均已回款。

综上所述，报告期内，发行人应收账款逾期金额较小，计提的坏账准备充分，期后回款情况良好。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（二）营运能力分析”之“2、应收账款周转率下降的原因”中补充披露。

四、报告期各期开门机生产设备的账面原值、折旧计提金额、预计可使用年限、实际已使用年限等情况，分析开门机生产设备的账面价值是否和开门机的生产数量、销售收入相匹配，是否存在折旧计提不合理、固定资产未入账的情形

（一）发行人开门机生产设备情况

开门机主要由电机、减速箱、控制器和机械传动装置构成，主要生产过程包括零部件加工、整机组装、整机测试等步骤。其中，整机组装主要是将经检测合格的减速箱、控制器、机械传动装置、电机、限位轴等进一步组装为开门机整机。开门机主要生产工序为整机组装，主要通过生产人员在产品组装流水线上进行生产。

由于开门机整机组装工序较多依靠生产人员手工组装，生产设备主要是输送装置，因此所用生产设备较少，账面价值不高。

1、开门机整机组装所用生产设备情况

报告期各期开门机整机组装主要生产设备账面原值、折旧计提金额、账面

价值、预计可使用年限、实际已使用年限如下：

(1) 2017 年末开门机整机组装主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	平面环型装配线	2	64.96	1.80	63.16	0.29	10.00
2	精密台式压力机	1	7.40	6.50	0.90	9.25	10.00
3	气动非标压力机	1	7.01	4.33	2.68	6.50	10.00
4	机锻压力机	1	4.89	3.45	1.44	7.42	10.00
5	辊压机	2	2.50	2.24	0.26	9.42	10.00
6	数字控制电阻焊机	1	0.53	0.19	0.34	3.75	10.00
7	打包机	1	0.32	0.04	0.28	1.42	10.00
8	其他	-	33.07	16.06	17.01	-	-
合计			120.68	34.61	86.07		

(2) 2018 年末开门机整机组装主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	平面环型装配线	2	64.96	7.97	56.99	1.29	10.00
2	精密台式压力机	1	7.40	7.03	0.37	10.00	10.00
3	气动非标压力机	1	7.01	4.99	2.01	7.50	10.00
4	机锻压力机	1	4.89	3.91	0.98	8.42	10.00
5	辊压机	2	2.50	2.38	0.12	10.00	10.00
6	数字控制电阻焊机	1	0.53	0.24	0.29	4.75	10.00
7	打包机	1	0.32	0.07	0.25	2.42	10.00
8	其他	-	33.07	19.20	13.87	-	-
合计			120.68	45.80	74.88		

(3) 2019 年末开门机整机组装主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	平面环型装配线	2	64.96	14.14	50.82	2.29	10.00
2	工业门 U 型装配流	1	12.24	1.07	11.18	0.92	10.00

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
	水线						
3	精密台式压力机	1	7.40	7.03	0.37	10.00	10.00
4	气动非标压力机	1	7.01	5.66	1.35	8.50	10.00
5	机锻压力机	1	4.89	4.38	0.52	9.42	10.00
6	辊压机	2	2.50	2.38	0.12	10.00	10.00
7	数字控制电阻焊机	1	0.53	0.29	0.24	5.75	10.00
8	打包机	1	0.32	0.11	0.22	3.42	10.00
9	其他	-	33.07	22.34	10.73	-	-
合计			132.92	57.39	75.54		

(4) 2020 年 6 月末开门机整机组装主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	累计折旧	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	平面环型装配线	2	64.96	17.23	47.73	2.79	10.00
2	工业门U型装配流水线	1	12.24	1.65	10.59	1.42	10.00
3	精密台式压力机	1	7.40	7.03	0.37	10.00	10.00
4	气动非标压力机	1	7.01	5.99	1.02	9.00	10.00
5	机锻压力机	1	4.89	4.61	0.28	9.92	10.00
6	辊压机	2	2.50	2.38	0.12	10.00	10.00
7	数字控制电阻焊机	1	0.53	0.31	0.22	6.25	10.00
8	打包机	1	0.32	0.12	0.20	3.92	10.00
9	其他	-	33.07	23.91	9.15	-	-
合计			132.92	63.23	69.69		

2、开门机零部件加工所用生产设备情况

发行人开门机零部件加工所用生产设备同时也用于发行人其他产品零部件的加工生产。报告期各期该类通用生产设备账面原值、折旧计提金额、净值、预计可使用年限、实际已使用年限如下：

(1) 2017 年末开门机零部件加工主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计	账面价值	实际已使用	预计可使用
----	------	----	----	-----	------	-------	-------

				提金额		年限(年)	年限(年)
1	蜗杆磨床	3	200.85	136.00	64.86	6.97	10.00
2	数控高速车床	2	108.38	65.30	43.08	6.33	10.00
3	数控加工中心	1	50.43	30.74	19.69	6.42	10.00
4	螺纹磨床	1	43.59	25.19	18.40	6.08	10.00
5	数控滚齿机	1	35.04	21.36	13.68	6.42	10.00
6	波峰焊	2	22.74	7.20	15.54	3.33	10.00
7	其他	-	170.18	134.78	35.40	-	-
合计			631.20	420.57	210.64		

(2) 2018 年末开门机零部件加工主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	蜗杆磨床	3	200.85	155.08	45.78	7.97	10.00
2	数控高速车床	2	108.38	75.59	32.78	7.33	10.00
3	数控加工中心	1	50.43	35.53	14.90	7.42	10.00
4	螺纹磨床	1	43.59	29.33	14.26	7.08	10.00
5	数控滚齿机	1	35.04	24.69	10.35	7.42	10.00
6	波峰焊	2	22.74	9.36	13.38	4.33	10.00
7	其他	-	171.73	143.57	28.17	-	-
合计			632.76	473.15	159.61		

(3) 2019 年末开门机零部件加工主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限(年)	预计可使用年限(年)
1	蜗杆磨床	3	200.85	174.16	26.69	8.97	10.00
2	数控高速车床	2	108.38	85.89	22.49	8.33	10.00
3	数控加工中心	1	50.43	40.32	10.11	8.42	10.00
4	螺纹磨床	1	43.59	33.47	10.12	8.08	10.00
5	数控滚齿机	1	35.04	28.02	7.02	8.42	10.00
6	波峰焊	2	22.74	11.52	11.22	5.33	10.00
7	其他	-	171.73	148.93	22.80	-	-
合计			632.76	522.31	110.44		

(4) 2020 年 6 月末开门机零部件加工主要生产设备

单位：万元

序号	设备名称	数量	原值	折旧计提金额	账面价值	实际已使用年限（年）	预计可使用年限（年）
1	蜗杆磨床	3	200.85	183.70	17.15	9.47	10.00
2	数控高速车床	2	108.38	91.04	17.34	8.83	10.00
3	数控加工中心	1	50.43	42.72	7.71	8.92	10.00
4	螺纹磨床	1	43.59	35.54	8.05	8.58	10.00
5	数控滚齿机	1	35.04	29.68	5.36	8.92	10.00
6	波峰焊	2	22.74	12.60	10.14	5.83	10.00
7	其他	-	171.73	150.92	20.81	-	-
合计			632.76	546.21	86.55		

（二）开门机生产设备账面价值与开门机生产数量及销售收入的匹配性

由于开门机和其他产品共用零部件加工生产设备，且开门机主要生产工序为整机组装，因此用开门机整机组装生产设备账面价值与开门机产量、销售收入比对如下：

项目	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月末	2019 年度/ 2019 年末	2018 年度/ 2018 年末	2017 年度/ 2017 年末
产量（万台）	5.97	12.78	14.18	15.70
销售收入（万元）	2,475.35	6,156.93	7,154.45	8,759.39
开门机生产设备账面价值（万元）	69.69	75.54	74.88	86.07
产量/账面价值	0.09	0.17	0.19	0.18
销售收入/账面价值	35.52	81.51	95.55	101.77

综上，开门机生产设备账面价值与开门机的产量、销售收入较为匹配。

（三）开门机生产设备的折旧计提及入账情况

保荐机构及申报会计师对发行人固定资产进行盘点，核查固定资产账实相符情况，复核固定资产入账及折旧计提情况，发行人开门机设备均计入了固定资产卡片账，发行人开门机设备运作情况良好，根据其会计政策规定的折旧年限及折旧率计提折旧，不存在折旧计提不合理及未入账的情形。

上述内容已经在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品的销售情况和主要客户”之“（一）主要产品产销情况”之“2、开门机相关生产设备情况”中补充披露。

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

出口信用保险是承保出口商在经营出口业务的过程中防止因进口商的商业风险或进口国的政治风险而遭受的损失的一种信用保险，该保险并非外销业务中的强制险种。

报告期各期末，发行人外销应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月30日 /2020年1-6月	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度
外销应收账款余额	95.62	17.64	71.86	182.48
当期外销收入	2,606.55	6,097.03	6,009.18	6,704.24
余额占比	3.67%	0.29%	1.20%	2.72%

注1：余额占比=外销应收账款余额/当期外销收入

报告期各期末，发行人外销应收账款余额占当期外销收入的比重较小。截至本回复出具日，上述外销应收账款基本完成回款。

报告期内，发行人外销业务主要以款到发货为主，不存在大额应收账款的情况，故未向中国出口信用保险公司进行相关投保。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入的地区分布分析”中补充披露。

六、对境外客户走访的具体形式（实地或视频）、客户筛选的方法以及访谈的具体内容、核查手段，走访过程中发行人的参与情况，中介机构如何保持独立性。

（一）因新冠肺炎影响，对报告期内主要外销客户进行了视频访谈，具体访谈情况如下：

单位：万元

项目	数量（家）	覆盖销售金额			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度

访谈客户	16	1,633.38	3,776.57	3,623.43	4,117.88
境外收入金额		2,606.55	6,097.03	6,009.18	6,704.24
境外客户访谈金额占比		62.66%	61.94%	60.30%	61.42%

报告期内，访谈了 16 家境外客户，其中 13 家通过视频访谈，3 家通过邮件访谈。

（二）客户筛选的方法

报告期内，选取各期前五大境外客户进行访谈，并对剩余的境外客户随机抽查。

（三）访谈的具体内容

1、境外客户基本情况：注册资本、成立时间、地址、股东结构、业务规模、主要业务和主要产品、主要市场区域等；

2、境外客户与发行人的关联关系：股权关系、共同投资、主要人员兼职、交叉任职、关系密切家庭成员关系、曾经任职关系、其他关联关系等；

3、合作情况：合作起始时间、采购产品品类及用途、合同签订形式、采购规模、产品质量纠纷、结算方式（FOB、CIF 或者 CFR）、结算模式（预付款、赊销、预付以及赊销兼有或者货到付款）、支付方式、结算周期、退换货情况等；

4、与其他产品的比较：发行人的产品质量与市场其他生产商质量的比较、产品价格与市场价格的比较等；

5、资金往来：境外客户与发行人之间的资金往来。

（四）访谈的核查手段

由中介机构拟定访谈提纲，在独立的办公室对客户进行视频访谈，并录制访谈视频，形成访谈记录。部分不便于视频访谈的客户，选择以邮件发送问卷的方式进行，通过中介机构的邮箱发送邮件给境外客户的邮箱，境外客户的收件箱系其对公邮件或发行人进行日常业务往来的邮箱。境外客户确认问卷内容后，使用其业务邮箱将访谈问卷发送至中介机构的邮箱。

（五）走访过程中发行人的参与情况

发行人在整个访谈流程中仅提供境外客户的联系方式及邮箱地址、签订的合同以及交易记录明细等。除上述行为外，未参与访谈过程。

（六）中介机构如何保持独立性

中介机构复核发行人提供的客户联络方式及工作联络邮箱。在独立的办公室内进行视频访谈并全程录像，逐一与境外客户确认访谈内容，并形成访谈记录。邮件问卷由中介机构邮箱独立发送并收取回复，发行人未参与访谈过程，保持了访谈的独立性。

七、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构和申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、抽查发行人其他产品的采购或委托加工合同；抽查部分模具加工合同；抽查部分其他产品的销售订单，验算单价及毛利情况；核查报告期内其他产品销售明细及客户分类；
- 2、获取其他产品销售收入明细表，检查其客户分类是否正确；对于报告期内公司其他产品在不同销售模式下价格差异获取合理解释；
- 3、了解发行人其他产品的销售情况及销售政策制定依据及合理性，以及相关销售政策报告期内的执行情况；
- 4、针对其他产品的定制过程及内容、技术水平等访谈发行人采购负责人；
- 5、获取发行人报告期各期末开门机生产设备清单与开门机生产工艺流程，核查生产设备与生产流程是否相匹配，对发行人固定资产进行盘点，核查是否存在未入账固定资产；验算已入账开门机生产设备折旧计提情况；
- 6、访谈发行人销售总监及财务总监，了解发行人对直销客户及经销商的信用政策制定依据及合理性，以及相关信用政策报告期内的执行情况；
- 7、对发行人报告期的应收账款进行账龄分析，核查应收账款账龄及坏账准备计提情况；

8、核查报告期内发行人与经销商签订的《经销商协议》中关于年度销售目标任务及信用额度、年度回款等约定条款；

9、对发行人报告期内主要直销客户及经销商进行走访，就双方协议的实际履行情况进行了解，核查报告期内发行人对主要直销客户及经销商信用政策是否发生重大变化；

10、核查报告期内发行人应收账款的期后回款情况，核查应收账款是否存在异常情况；

11、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

12、对报告期内记录的收入交易选取样本执行细节测试，核对销售合同、销售发票、验收单、出库单等信息；

13、对报告期内发行人境外客户进行访谈，核查双方交易情况及关联关系。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人在不同模式下销售的产品结构不同，同一类型产品的直销、经销价格差异具有合理性；

2、报告期内，发行人其他产品的销售情况与其主要产品的销售规模匹配度不高，对不同客户不存在不同备用零配件的销售政策；

3、报告期内发行人对经销商和直销客户的信用政策不存在实质性差异；发行人对于直销客户及经销商的信用政策是基于长期的业务实践、产品及业务特性以及参考同行业并结合公司实际情况制定，具有商业合理性；报告期内发行人对经销商的信用政策没有发生重大变化，不存在放宽对经销商的信用政策以刺激销售的情形；报告期内，发行人应收账款逾期金额较小，计提的坏账准备充分，期后回款情况良好；

4、发行人开门机生产设备的账面价值和开门机的生产数量、销售收入相匹配，不存在折旧计提不合理、固定资产未入账的情形；

5、报告期内，发行人外销业务主要以款到发货为主，不存在大额应收账款的情况，故未向中国出口信用保险公司进行相关的投保；

6、保荐机构和申报会计师已经对发行人境外客户进行了审慎核查，走访内容及核查手段符合要求并保持了执业独立性，发行人境外销售不存在重大异常情况。

问题六及回复

六、关于经销模式

前次审核问询回复显示：

（1）发行人的经销获客方式包括主动选择符合条件的企业或通过自荐、他人推荐的方式成为经销商；

（2）报告期内，平移门机的境内直销毛利率和经销毛利率的差异分别为 -6.03%、-4.82%、9.18%和 13.31%；

（3）报告期内，升降地柱的经销价格分别为 5,982.91 元、4,021.56 元、4,558.29 元和 3,976.52 元；

（4）在对经销商存货核查的过程中，保荐人及申报会计师对经销商下游客户进行了实地走访。经核查，前十大经销商下游客户主要为系统集成商、弱电工程商、贸易商以及停车场、学校、机关单位等终端用户。发行人产品基本已实现最终销售

请发行人补充披露：

（1）两种不同获客方式的经销商数量、经销收入金额，不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策、毛利率水平等方面是否存在重大差异；

（2）平移门机的境内直销毛利率和经销毛利率差异变化的原因及合理性；

（3）报告期内升降地柱经销价格上下波动幅度较大的原因；

（4）2018 年度和 2020 年 1 至 6 月，升降地柱经销价格明显低于直销价格且 2018 年度升降地柱经销毛利率高于直销毛利率的合理性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明走访经销商下游

客户的具体过程和访谈内容，以及关于发行人产品基本已实现最终销售结论支持性证据的获取情况。

回复：

一、两种不同获客方式的经销商数量、经销收入金额，不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策、毛利率水平等方面是否存在重大差异

（一）两种不同获客方式的经销商数量、经销收入金额

报告期内，发行人两种不同获客方式的经销商数量、经销收入金额以及毛利率情况如下：

单位：万元

获客方式	数量 (家)	销售收入				毛利率			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
主动选择	14	4,985.43	12,742.82	12,027.17	8,032.86	26.98%	23.76%	19.97%	25.84%
自荐或者 他人推荐	16	2,591.14	6,789.57	6,062.95	2,515.52	24.72%	22.93%	21.51%	24.42%
合计/差异	30	7,576.57	19,532.39	18,090.12	10,548.38	2.26%	0.83%	-1.54%	1.42%

注 1：差异=主动选择毛利率-自荐或者他人推荐毛利率

报告期内，主动选择的毛利率与自荐或者他人推荐的毛利率差异分别为 1.42%、-1.54%、0.83%以及 2.26%，差异较小。

（二）不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策、毛利率水平等方面不存在重大差异

报告期内，发行人不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策情况如下：

1、经销模式下，发行人统一定价政策为：发行人按照制定的标准价格基础上，与经销商协商确定销售价格。

2、经销模式下，发行人统一信用政策为：按照信用额度进行管理，发行人要求每年农历春节全部回款。

报告期内，发行人针对所有经销商均执行统一的定价政策及信用政策。

综上所述，发行人报告期内不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策、毛利率水平等方面不存在重大差异。

上述内容已经在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务概况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式”中补充披露。

二、平移门机的境内直销毛利率和经销毛利率差异变化的原因及合理性；

1、报告期内，发行人平移门机境内直销毛利率与经销毛利率差异变化情况

如下：

项目	模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
平移门机	境内直销	36.60%	11.94%	34.18%	17.23%	24.76%	26.73%	31.65%	57.89%
	经销	23.29%	88.06%	25.00%	82.77%	29.58%	73.27%	37.68%	42.11%
	毛利率差异	13.31%	-	9.18%	-	-4.82%	-	-6.03%	-

注1：毛利率差异=境内直销毛利率-经销毛利率

注2：境内直销销售占比=平移门机境内直销销售收入/平移门机境内销售收入

注3：经销销售占比=平移门机经销销售收入/平移门机境内销售收入

2、报告期内，发行人平移门机产品境内销售的情况如下：

单位：万元

项目	模式	2020年1-6月			2019年			2018年			2017年		
		销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率	销售金额	销售占比	毛利率
康赛斯型	境内直销	11.89	4.09%	25.13%	53.29	7.51%	23.11%	206.94	21.14%	20.12%	191.93	32.15%	27.48%
	经销	203.86	70.17%	17.99%	418.54	59.00%	17.84%	486.07	49.66%	23.43%	132.73	22.23%	33.05%
	小计	215.75	74.26%	-	471.83	66.51%	-	693.01	70.81%	-	324.66	54.38%	-
平机型	境内直销	9.26	3.19%	42.38%	20.87	2.94%	42.23%	24.76	2.53%	43.81%	40.34	6.76%	37.86%
	经销	35.19	12.11%	42.72%	126.98	17.90%	41.81%	183.63	18.76%	40.36%	67.42	11.29%	43.23%
	小计	44.45	15.30%	-	147.85	20.84%	-	208.39	21.29%	-	107.76	18.05%	-
其他型	境内直销	13.55	4.67%	42.70%	48.05	6.77%	42.95%	29.90	3.06%	41.11%	113.33	18.98%	36.50%
	经销	16.79	5.78%	46.87%	41.69	5.88%	45.64%	47.45	4.85%	50.90%	51.25	8.58%	42.39%
	小计	30.34	10.44%	-	89.74	12.65%	-	77.35	7.90%	-	164.58	27.57%	-
境内直销合计		34.70	11.95%	-	122.21	17.22%	-	261.60	26.73%	-	345.60	57.89%	-
经销合计		255.84	88.06%	-	587.21	82.78%	-	717.15	73.27%	-	251.40	42.10%	-
合计		290.54	100.00%	-	709.42	100.00%	-	978.75	100.00%	-	597.00	100.00%	-

注1：境内直销销售占比=境内直销销售收入/境内销售收入

注2：经销销售占比=经销销售收入/境内销售收入

报告期内，发行人平移门机产品境内销售主要为康赛斯型，其他型号占比较小。

3、报告期内，发行人平移门机产品康赛斯型境内销售情况分析如下：

单位：元/台

项目	模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价
康赛斯型	境内直销	25.13%	487.32	23.11%	514.83	20.12%	512.23	27.48%	504.16
	经销	17.99%	457.49	17.84%	463.76	23.43%	510.74	33.05%	550.06
	毛利率差异	7.14%	-	5.27%	-	-3.32%	-	-5.58%	-

注1：毛利率差异=境内直销毛利率-经销毛利率

(1) 康赛斯型平移门机的毛利率差异分别为-5.58%、-3.32%、5.27%以及7.14%，差异较大，主要系因个别客户单次大批量采购，发行人给予较优惠的价格导致毛利率差异。

(2) 报告期内，发行人对个别客户的销售情况如下：

模式	客户	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
境内直销	客户1	-	-	21.08%	57.59%	15.40%	58.24%	24.68%	53.19%
经销	客户2	13.97%	42.28%	12.72%	36.33%	21.84%	16.74%	-	-
	客户3	16.73%	31.57%	15.64%	32.79%	18.77%	15.71%	33.09%	28.08%

注1：直销销售占比=客户1销售收入/康赛斯型境内销售收入

注2：经销销售占比=客户2、3销售收入/康赛斯型境内销售收入

(3) 对康赛斯型产品剔除个别客户后毛利率变动情况分析如下：

单位：元/台

项目	模式	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
康赛斯型	境内直销	25.13%	25.87%	26.69%	30.65%
	经销	26.01%	26.22%	24.91%	33.03%
	毛利率差异	-0.88%	-0.35%	1.78%	-2.38%

注1：毛利率差异=境内直销毛利率-经销毛利率

报告期内，康赛斯型产品剔除个别客户后境内直销毛利率和经销毛利率差异分别为-2.38%、1.78%、-0.35%以及-0.88%，差异较小。

综上所述，报告期内，发行人平移门机的境内直销毛利率和经销毛利率差异主要系销售的产品结构不同以及个别客户单次大批量采购，发行人给予较优惠的价格所致，毛利率波动具有合理性。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入按销售模式分类”中补充披露。

三、报告期内升降地柱经销价格上下波动幅度较大的原因：

1、报告期内，发行人升降地柱经销单价变动情况如下：

单位：元/根

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
升降地柱	3,976.52	-12.76%	4,558.29	13.35%	4,021.56	-32.78%	5,982.91

注1：变动率=（本期单价-上期单价）/上期单价

2、报告期内，发行人升降地柱在经销模式下销售的情况如下：

品类	2020年1-6月				2019年			
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/根)	变动率	销售 占比	销售金额 (万元)	销售单价 (元/根)	变动率	销售 占比
液压升降地柱	109.59	4,029.15	-13.72%	94.71%	804.59	4,669.71	-3.60%	75.72%
电动升降地柱	4.59	5,741.15	17.70%	3.97%	209.26	4,877.87	4.67%	19.69%
其他升降地柱	1.54	1,391.79	-48.83%	1.32%	48.69	2,719.79	145.90%	4.58%
合计	115.72	-	-	100.00%	1062.54	-	-	100.00%
品类	2018年				2017年			
	销售金额 (万元)	销售单价 (元/根)	变动率	销售 占比	销售金额 (万元)	销售单价 (元/根)	变动率	销售 占比
液压升降地柱	175.36	4,844.07	-19.03%	53.57%	1.79	5,982.91	-	100.00%
电动升降地柱	133.75	4,660.28	-	40.86%	-	-	-	-
其他升降地柱	18.25	1,106.06	-	5.57%	-	-	-	-
合计	327.36	-	-	100.00%	1.79	-	-	100.00%

注1：变动率=（本期单价-上期单价）/上期单价

报告期内，发行人其他升降地柱销售占比较低，可比性不高。

3、报告期内，发行人液压及电动升降地柱在经销模式下销售情况如下：

单位：元/根

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
液压及电动升降地柱	4,078.07	-13.44%	4,711.21	-1.08%	4,762.79	-20.39%	5,982.91

注1：变动率=（本期单价-上期单价）/上期单价

2017 年升降地柱属于新品初产，且仅年末产生微量销售，17 年不具有可比性。剔除其他升降地柱后，发行人 2019 与 2018 年度升降地柱单价变动较小。2020 年 1-6 月经销单价变动较大，主要系随着升降地柱销量上升，发行人为持续扩大市场份额，结合发行人自身的降本措施，对升降地柱产品进行降价。

综上所述，发行人报告期内升降地柱经销价格上下波动幅度较大系销售的产品结构变动以及为扩大市场份额降价所致，单价波动具有合理性。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入按销售模式分类”中补充披露。

四、2018 年度和 2020 年 1 至 6 月，升降地柱经销价格明显低于直销价格且 2018 年度升降地柱经销毛利率高于直销毛利率的合理性。

1、报告期内，升降地柱销售情况如下：

单位：元/根

项目	模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年	
		销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
升降地柱	经销	3,976.52	30.85%	4,558.29	35.94%	4,021.56	39.34%	5,982.91	1.89%
	直销	4,488.36	37.30%	4,649.92	34.98%	4,823.83	33.26%	8,472.82	55.23%
	其中：境内直销	4,468.77	37.04%	4,628.54	34.69%	4,835.72	32.49%	8,405.32	50.54%
	差异	-492.25	-6.19%	-70.25	1.25%	-814.16	6.85%	-2,422.41	-48.65%

注 1：销售单价差异=经销销售单价-境内直销销售单价

注 2：毛利率差异=经销毛利率-境内直销毛利率

2、报告期内，发行人升降地柱产品销售的情况如下：

单位：元/根

项目	模式	2020 年 1-6 月			2019 年度			2018 年度			2017 年	
		销售单价	毛利率	销售占比	销售单价	毛利率	销售占比	销售单价	毛利率	销售占比	销售单价	毛利率
液压升降地柱	经销	4,029.15	29.88%	94.71%	4,669.71	34.83%	75.72%	4,844.07	38.57%	53.57%	5,982.91	1.89%
	直销	4,418.95	33.31%	81.50%	4,613.69	32.51%	83.72%	4,871.99	32.48%	92.98%	8,472.82	55.23%
	其中：境内直销	4,398.80	32.99%	81.45%	4,589.52	32.12%	83.69%	4,885.96	31.64%	92.86%	8,405.32	50.54%
电动升降地柱	经销	5,741.15	49.37%	3.97%	4,877.87	41.20%	19.69%	4,660.28	40.14%	40.86%	-	-
	直销	5,090.98	52.49%	15.85%	5,601.44	48.66%	13.13%	5,313.49	44.95%	6.30%	-	-

	其中:境内 直销	5,070.51	52.37%	15.88%	5,605.83	48.84%	13.12%	5,313.49	44.95%	6.40%	-	-
其他 升降 地柱	经销	1,391.79	45.17%	1.32%	2,719.79	31.56%	4.58%	1,106.06	40.90%	5.57%	-	-
	直销	3,663.59	69.38%	2.65%	3,098.44	42.69%	3.14%	1,572.94	31.43%	0.73%	-	-
	其中:境内 直销	3,663.59	69.38%	2.68%	3,098.44	42.69%	3.19%	1,572.94	31.43%	0.74%	-	-

注1: 经销销售占比=经销产品收入/发行人升降地柱经销模式收入

注2: 直销占比=直销产品收入/发行人升降地柱直销模式收入

注3: 境内直销占比=境内直销产品收入/发行人升降地柱境内直销收入

报告期内, 发行人其他升降地柱销售占比较小, 主要产品为液压及电动升降地柱。发行人其他升降地柱中的产品为半自动升降地柱、固定升降地柱、快速移动式地柱等, 销售占比较低。此类类别的产品因工艺及用途不同, 导致其各产品单价差异较大, 与液压升降地柱、电动升降地柱可比性不高。

3、报告期内, 发行人液压及电动升降地柱产品销售情况如下:

单位: 元/根

项目	模式	2020年1-6月			2019年度			2018年度			2017年	
		销售 单价	毛利率	销售 占比	销售 单价	毛利率	销售 占比	销售 单价	毛利率	销售 占比	销售 单价	毛利率
液压 升降 地柱	经销	4,029.15	29.88%	94.71%	4,669.71	34.83%	75.72%	4,844.07	38.57%	53.57%	5,982.91	1.89%
	直销	4,418.95	33.31%	81.50%	4,613.69	32.51%	83.72%	4,871.99	32.48%	92.98%	8,472.82	55.23%
	其中:境内 直销	4,398.80	32.99%	81.45%	4,589.52	32.12%	83.69%	4,885.96	31.64%	92.86%	8,405.32	50.54%
	差异	-369.65	-3.11%	-	80.19	2.71%	-	-41.89	6.93%	-	-2,422.41	-48.65%
电动 升降 地柱	经销	5,741.15	49.37%	3.97%	4,877.87	41.20%	19.69%	4,660.28	40.14%	40.86%	-	-
	直销	5,090.98	52.49%	15.85%	5,601.44	48.66%	13.13%	5,313.49	44.95%	6.30%	-	-
	其中:境内 直销	5,070.51	52.37%	15.88%	5,605.83	48.84%	13.12%	5,313.49	44.95%	6.40%	-	-
	差异	670.64	-3.00%	-	-727.96	-7.64%	-	-653.21	-4.81%	-	-	-
液压 及电 动升 降地 柱	经销	4,078.07	30.66%	98.68%	4,711.21	36.15%	95.41%	4,762.79	39.25%	94.43%	5,982.91	1.89%
	直销	4,516.04	36.43%	97.35%	4,726.71	34.70%	96.85%	4,897.79	33.27%	99.28%	8,472.82	55.23%
	其中:境内 直销	4,495.95	36.15%	97.33%	4,705.14	34.38%	96.81%	4,911.46	32.50%	99.26%	8,405.32	50.54%
	差异	-417.88	-5.49%	-	6.07	1.77%	-	-148.67	6.75%	-	-2,422.41	-48.65%

注1: 销售单价差异=经销销售单价-境内直销销售单价

注2: 毛利率差异=经销毛利率-境内直销毛利率

剔除其他升降地柱后, 2018年经销模式的销售单价与境内直销模式的销售单价差异较大主要系经销模式电动升降地柱销售占比40.86%, 平均单价4,660.28元; 而直销模式主要销售液压升降地柱, 销售占比92.86%, 平均单价4,885.96元, 导致经销模式升降地柱销售单价低于直销模式。

2020 年 1-6 月经销模式的销售单价与境内直销模式的销售单价差异较大主要系经销模式销售主要产品为销售单价较低的液压升降地柱，而直销模式销售单价较高的电动升降地柱占比较高所致。

4、2018 年度升降地柱经销模式的毛利率高于直销模式的毛利率原因

2018 年度升降地柱经销模式的毛利率高于直销模式的毛利率主要系经销模式液压分体升降地柱和 A 系列液压一体升降地柱销售占比 30.67%，平均毛利率 45.02%，对升降地柱经销模式的毛利率贡献较大；而直销模式销售此类产品销售占比仅为 21.92%，且直销模式下一款定制的液压一体升降地柱 B 销售占比 7.75%，平均毛利率 19.62%，使得升降地柱经销模式的整体毛利率高于直销模式的毛利率。

综上所述，2018 年度和 2020 年 1 至 6 月，升降地柱经销价格明显低于直销且 2018 年度升降地柱经销毛利率高于直销毛利率系不同模式销售产品结构不同所致，具有合理性。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、主营业务收入按销售模式分类”中补充披露。

五、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取两种不同获客方式的经销商明细表，计算不同获客方式的销售收入及毛利率并分析其合理性；

2、核查发行人制定的经销商管理相关制度并访谈发行人销售部门负责人，确认发行人两种不同获客方式的定价策略是否存在异常情况；

3、对经销商进行访谈，查看经销合同约定的信用政策，确认发行人两种不同获客方式的信用政策是否存在异常情况；

4、获取并检查发行人平移门机销售明细表，计算单位价格变化和单位成本构成，分析平移门机各类型产品在不同销售模式下毛利率变动的原因；

5、获取并检查发行人升降地柱销售明细表，计算单位价格变化和单位成本构成，分析升降地柱各类型产品在经销模式下价格变动的原因及在不同销售模式下毛利率变动的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人针对所有经销商均执行统一的定价政策及信用政策，不同获客模式对经销商的定价策略、信用政策、毛利率水平等方面不存在重大差异；

2、报告期内，发行人平移门机的境内直销毛利率和经销毛利率差异系销售的产品结构不同以及个别客户单次大批量采购，发行人给予较优惠的价格所致，毛利率波动具有合理性；

3、报告期内，发行人升降地柱经销价格上下波动幅度较大系销售的产品结构变动以及为扩大市场份额降价所致，单价波动具有合理性；

4、2018 年度和 2020 年 1 至 6 月，升降地柱经销价格明显低于直销且 2018 年度升降地柱经销毛利率高于直销毛利率系不同模式销售产品结构不同所致，具有合理性。

六、发行人产品实现最终销售的核查程序及结论

报告期内，发行人对前十大经销商的销售收入占经销模式收入的比重分别为 75.72%、65.35%、68.67%以及 74.72%。针对前十大经销商最终销售情况执行了以下核查程序：

（一）取得报告期各期前十大经销商的财务报表及各期末存货数据，具体情况如下

单位：万元

序号	经销商	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月 30 日			2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日			2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日			2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日		
		百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比
1	佛山市百思德门控智能设备有限公司	1,411.11	456.00	32.32%	3,562.24	339.38	9.53%	3,125.85	313.50	10.03%	2,429.01	136.34	5.61%
2	上海速彬门控设备有限公司	780.15	38.15	4.89%	2,606.56	38.15	1.46%	2,134.81	134.10	6.28%	2,150.39	139.73	6.50%
3	无锡志胜机电设备有限公司	705.92	11.06	1.57%	1,317.84	-	0.00%	1,153.45	-	0.00%	771.75	-	-
4	山西百德安智能科技有限公司	542.31	160.86	29.66%	1,054.51	240.26	22.78%	747.02	100.79	13.49%	302.58	90.13	29.79%
5	青岛博悦智能科技有限公司	606.37	56.87	9.38%	994.13	9.15	0.92%	979.12	1.93	0.20%	431.00	1.00	0.19%
6	江西通合科技有限公司	356.38	95.30	26.74%	984.37	93.11	9.46%	818.90	86.03	10.50%	316.66	73.07	23.07%
7	厦门桃琴智能科技有限公司	336.50	106.23	31.57%	776.96	80.09	10.31%	560.46	30.00	5.35%	177.42	9.28	5.22%
8	河北远胜科技有限公司	328.33	175.44	53.43%	746.91	201.36	26.96%	749.90	133.56	17.81%	482.20	35.52	7.37%
9	深圳市百瑞尔智能科技有限公司	369.59	20.05	5.42%	703.80	18.66	2.65%	852.71	53.61	6.29%	403.31	48.11	11.93%
10	重庆百德合科技有限公司	214.22	53.28	24.87%	666.31	49.06	7.36%	680.33	17.88	2.63%	259.00	14.79	5.71%
11	合肥百晟宏智能科技有限公司	86.10	8.60	9.99%	388.06	3.89	1.00%	405.13	4.88	1.20%	-	-	-
12	湖北科菲德智能科技有限公司	133.84	125.69	93.91%	453.78	101.04	22.27%	579.48	65.70	11.34%	262.66	51.51	19.61%

序号	经销商	2020 年 1-6 月/ 2020 年 6 月 30 日			2019 年度/ 2019 年 12 月 31 日			2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日			2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日		
		百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比	百胜对其销售收入	期末存货金额	期末存货占比
13	黑龙江百丽斯智能科技有限公司	106.90	46.55	43.55%	409.45	36.28	8.86%	466.90	81.96	17.55%	346.12	0.98	0.28%
	合计	5,977.72	1,354.08	22.65%	14,664.92	1,210.43	8.25%	13,254.06	1,023.94	7.73%	8,332.10	600.46	7.21%

注 1：期末存货占比=期末存货金额/发行人对其销售收入

注 2：发行人对上述经销商的收入均为经销模式下的销售收入

报告期内，发行人主要经销商各期末存货金额占当期发行人对其销售收入比例分别为 7.21%、7.73%、8.25%、22.65%。

2017 年-2019 年发行人前十大经销商各期末存货占当期百胜对其销售收入比例总体较低。为满足日常经营和配送的及时性，经销商有一定合理备货需求。

2020 年 6 月末，发行人前十大经销商期末存货占比有所提高，主要原因是一方面本行业具有一定季节性，通常上半年收入占全年收入比重较小。另一方面 2020 年上半年疫情对部分经销商经营情况有所影响。

其中，河北远胜科技有限公司 2020 年 6 月 30 日期末存货占百胜对其销售收入比例较高，主要系由于河北当地老旧小区改造项目较多，当地经销商相应备货较多。湖北科菲德智能科技有限公司 2020 年 6 月 30 日期末存货占百胜对其销售收入比例较高，主要系由于湖北属于受疫情影响最严重地区，湖北当地经销商 2020 年上半年销售收入受到一定影响。

报告期内部分经销商期末存货占营业收入比重较高具有合理性，不存在经销商集中铺货、压货的情况。报告期内，发行人主要经销商各期末存货金额占当期发行人对其销售收入比例较低，不存在经销商集中铺货、压货的情况。

（二）取得报告期各期前十大经销商的银行账户清单及银行流水

经核查前十大经销商报告期内的银行流水，报告期内前十大经销商与发行人除正常的业务往来以外，不存在非经营性资金往来；报告期内前十大经销商与发行人实际控制人、控股股东、董监高、5%以上的股东不存在异常资金往来。

（三）对报告期各期前十大经销商下游客户进行实地走访

取得了报告期各期前十大经销商下游各年度前三大客户名单，并对经销商下游客户进行了实地走访。同时对前十大经销商各年度第四至第十大客户进行随机抽样实地走访。经核查，前十大经销商下游客户主要为系统集成商、弱电工程商、贸易商以及停车场、学校、机关单位等终端用户。

实地走访过程中，保荐机构及申报会计师访谈内容及重点核查内容包括：

1、经销商下游客户的基本情况，包括股东、实际控制人及董监高情况、公司销售规模员工人数、办公面积等；

- 2、经销商下游客户的业务类型以及其下游客户的业务类型；
- 3、是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高存在关联关系；
- 4、经销商下游客户与所属经销商具体业务合作情况，包括合作开始时间、产品类型、产品用途、双方合作原因、报告期内产品是否已经实现最终销售等。

经核查，报告期内发行人主要经销商不存在期末渠道压货、突击进货的情况；经销商下游客户主要为系统集成商、弱电工程商、贸易商以及停车场、学校、机关单位等终端用户，不存在异常情况；报告期内前十大经销商与发行人除正常的业务往来以外，不存在非经营性资金往来；报告期内前十大经销商与发行人实际控制人、控股股东、董监高、5%以上的股东不存在异常资金往来。

综上，保荐机构及申报会计师认为，报告期内发行人经销模式销售产品基本已实现最终销售。

问题七及回复

七、关于客户

前次审核问询回复显示：

(1) 部分发行人前员工离职后到成为发行人经销商的负责人、股东、管理人员的时间间隔较长，相关经销商大多数在报告期内设立且成立当年即与发行人开展合作；

(2) 海康威视、大华股份作为发行人的主要客户，主要从发行人处采购的道闸、升降地柱、广告门等产品主要用于国内市场销售及使用，出口比例低于1%。2020年1-6月，发行人对海康威视、大华股份的订单金额、确认收入金额均大幅增加，而海康威视、大华股份的境内销售收入却同比下降。

请发行人补充披露：

(1) 上述经销商负责人、股东、管理人员从发行人处离职到入职经销商中间的履历情况，相关人员是否与发行人存在业务、资金往来；

(2) 上述经销商大多数在报告期内设立且成立当年即与发行人开展合作的原因及合理性；

(3) 报告期各期, 上述经销商对发行人销售收入、毛利的贡献情况, 分析剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响;

(4) 海康威视、大华股份 2020 年上半年境内销售收入同比下降的情况下加大对发行人产品采购的原因及合理性, 下游客户的销售情况变化对发行人业绩的具体传导路径并量化分析对发行人业绩的影响。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见, 并说明在针对发行人前员工相关的经销商核查过程中是否保持足够的审慎的态度以及具体的核查方式、核查比例、核查结论。

回复:

一、上述经销商负责人、股东、管理人员从发行人处离职到入职经销商中间的履历情况, 相关人员是否与发行人存在业务、资金往来

前述相关个人从发行人处离职到入职经销商中间的履历情况如下:

公司名称	姓名	入职发行人时间	从发行人离职时间	入职经销商时间	从经销商离职时间	在经销商处职务	从发行人处离职到入职经销商期间的履历情况
佛山市百思德门控智能设备有限公司	汪志平	2004. 3	2007. 5	2013. 01	至今	总经理	2007 年 6 月-2012 年 12 月在广东地区从事安防设备相关产品销售。
上海速彬门控设备有限公司	钟向军	2001. 3	2004. 3	2009. 08	至今	销售工程师	2004 年 4 月-2009 年 7 月在上海地区从事安防设备相关产品销售。
	余彬	2000. 4	2004. 3	2009. 11	2018	分公司副总经理	2004 年 4 月-2009 年 10 月在杭州地区从事安防设备相关产品销售。
湖北科菲德智能科技有限公司	桂星杰	2006. 6	2010. 6	2017. 08	至今	销售总监	2010 年 7 月-2017 年 7 月在湖北地区从事安防设备相关产品销售。
云南博阳智能安防设备有限公司	邱森生	2004. 4	2009. 4	2017. 08	至今	经理	2009 年 5 月-2014 年 3 月在云南地区从事安防设备相关产品销售; 2014 年 4 月-2017 年 7 月担任云南浔安门业有限公司经理。
江西通合科技有限公司	李星	2005. 9	2012. 8	2015. 07	至今	销售经理	2012 年 11 月-2015 年 6 月在江西地区从事安防设备相关产品销售;

公司名称	姓名	入职发行人时间	从发行人离职时间	入职经销商时间	从经销商离职时间	在经销商处职务	从发行人处离职到入职经销商期间的履历情况
	王曙光	2011.1	2012.1	2015.07	至今	总经理	2012年2月-2015年6月在江西地区从事安防设备相关产品销售；
厦门桃琴智能科技有限公司	赖桃荣	2004.6	2017.3	2017.04	至今	总经理	/
河南东卓智能科技有限公司	胡根华	2010.3	2014.12	2018.01	至今	经理	2015年1月-2017年12月在河南地区从事道闸、开门机产品销售。
广西百耐尔智能科技有限公司	刘晓健	2012.6	2013.2	2017.08	至今	经理	2013年3月-2016年8月在广西地区从事安防设备相关产品销售。 2016年9月-2017年7月在广西南宁左桥智能设备有限公司担任销售经理。

前员工离职后，部分前员工在当地进行创业，从事安防设备相关产品销售业务，累积当地客户资源。

上述相关人员从发行人处离职到入职经销商期间，部分前员工与发行人存在零星采购。具体情况如下：

公司名称	交易时间	交易内容	销售收入（万元）
桂星杰	2015 年度	采购道闸、开门机等	35.47
胡根华	2017 年度	采购道闸、开门机等	33.50
刘晓健	2015 年度	采购道闸、开门机等	5.56

上述相关人员从发行人处离职到入职经销商期间，除上述业务及资金往来之外，上述前员工与发行人不存在其他业务及资金往来。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、产品特点、客户结构、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素及其变化趋势对公司未来盈利（经营）能力或财务状况可能产生的具体影响或风险”之“（二）客户结构”之“1、经销商客户相关情况”中补充披露。

二、上述经销商大多数在报告期内设立且成立当年即与发行人开展合作的原因及合理性

经核查，上述经销商于报告期内成立的具体情况如下：

公司名称	成立日期	区域	成立当年即合作的原因
湖北科菲德智能科技有限公司	2017 年 8 月 14 日	湖北省	原有个人经销商业务转入
云南博阳智能安防设备有限公司	2017 年 8 月 10 日	云南省	新发展的经销商
厦门桃琴智能科技有限公司	2017 年 4 月 6 日	福建省	新发展的经销商
河南东卓智能科技有限公司	2018 年 1 月 4 日	河南省	新发展的经销商
广西百耐尔智能科技有限公司	2017 年 8 月 10 日	广西省	新发展的经销商

发行人前员工任职的经销商中，有 5 家系报告期内成立。其中，湖北地区经销商系原有个人经销商业务转入。为响应发行人对经销商的规范运作要求，上述个人经销商成立一般纳税人经营主体与发行人进行合作。

发行人早期经销商网络集中于华东、华南等经济发达、市场需求较大的区域。报告期内，发行人为进一步完善销售网络体系，通过深入调研市场空白地区的市场前景，经过前期搜罗、资质筛查、业务背景调查、当地市场资源考核等程序，逐步新发展了福建、云南、广西、河南等地区的经销商，销售体系逐步覆盖全国。

上述人员原在当地进行创业，从事安防设备相关产品销售业务。发展成为合格经销商后，为响应发行人对经销商的规范运作要求，上述个人成立一般纳税人经营主体与发行人进行合作。此外，上述经销商成立当年即与发行人合作，主要是根据《经销商协议》，发行人对经销商统一设置销售目标考核任务，经销商基于前期累积的当地市场资源，与发行人开展业务合作，具有商业合理性。

根据保荐机构及申报会计师对报告期内发行人主要经销商进行实地走访以及核查主要经销商出具的确认函、发行人出具的说明函并对发行人销售负责人进行访谈，报告期内主要经销商除经销发行人的产品外，出于业务的需要，对外销售的产品还包括减速带、对讲机、岗亭等与弱电安防工程配套的产品，非专门或主要为销售发行人产品而成立。

综上，发行人前员工任职的经销商中，5 家系报告期内设立。上述经销商成立当年即与发行人开展合作主要系由于发行人基于市场布局、完善销售网络体系的需要，经过合格考察程序以后，在云南、福建、广西、河南等地区新发展经销商，同时发行人对经销商统一设置销售目标考核任务，成立当年即开展合作具有商业合理性。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、产品特点、客户结构、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素及其变化趋势对公司未来盈利（经营）能力或财务状况可能产生的具体影响或风险”之“（二）客户结构”之“1、经销商客户相关情况”中补充披露。

三、报告期各期，上述经销商对发行人销售收入、毛利的贡献情况，分析剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响

（一）上述经销商对发行人销售收入的贡献情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
上述经销商营业收入合计	3,394.61	9,408.12	8,151.42	5,622.09
营业收入	19,845.76	47,154.31	42,542.89	40,037.99
上述经销商销售收入占发行人营业收入的比例	17.10%	19.95%	19.16%	14.04%

（二）上述经销商对发行人毛利的贡献情况

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
上述经销商毛利额合计	869.72	2,148.98	1,595.07	1,437.73
发行人毛利额	5,663.52	11,051.08	9,673.66	10,933.81
上述经销商毛利占发行人毛利额的比例	15.36%	19.45%	16.49%	13.15%

（三）剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响

单位：万元

项目	毛利额	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	剔除前	19,845.76	47,154.31	42,542.89	40,037.99
	剔除后	16,451.15	37,746.19	34,391.47	34,415.90
毛利额	剔除前	5,663.52	11,051.08	9,673.66	10,933.81
	剔除后	4,793.80	8,902.10	8,078.59	9,496.08

注1：剔除后的营业收入=剔除前的营业收入-上述经销商营业收入合计

注2：剔除后的毛利=剔除前的毛利-上述经销商毛利额合计

报告期内，上述经销商对发行人销售收入的贡献比例为 14.04%，19.16%，19.95%和 17.10%；剔除该部分经销商的销售金额后，发行人的营业收入为 34,415.90 万元、34,391.47 万元、37,746.19 万元和 16,451.15 万元。上述经

销商对发行人毛利的贡献比例为 13.15%、16.49%、19.45%和 15.36%；剔除该部分经销商的毛利后，发行人的毛利为 9,496.08 万元、8,078.59 万元、8,902.10 万元和 4,793.80 万元。综上，在剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩无重大不利影响。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、产品特点、客户结构、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素及其变化趋势对公司未来盈利（经营）能力或财务状况可能产生的具体影响或风险”之“（二）客户结构”之“1、经销商客户相关情况”中补充披露。

四、海康威视、大华股份 2020 年上半年境内销售收入同比下降的情况下加大对发行人产品采购的原因及合理性，下游客户的销售情况变化对发行人业绩的具体传导路径并量化分析对发行人业绩的影响

（一）海康威视、大华股份 2020 年上半年境内销售收入同比下降的情况下加大对发行人产品采购的原因及合理性

1、海康威视

《杭州海康威视数字技术股份有限公司 2020 年半年度报告》显示，报告期内，海康威视境内营业收入为 167.29 亿元，与上年同期相比下降 1.48%，占营业收入比重为 68.93%。归属于上市公司股东的净利润为 46.24 亿元，与上年同期相比增长 9.66%。随着国内新冠疫情得到有效控制，整体经济环境逐步向好，企业生产已从疫情中逐步恢复。根据《杭州海康威视数字技术股份有限公司 2020 年第三季度报告》，报告期内，海康威视营业收入为 420.21 亿元，与上年同期相比增长 5.48%。归属于上市公司股东的净利润为 84.39 亿元，与上年同期相比增长 5.13%。

经访谈海康威视，2020 年上半年由于疫情原因，部分项目延期，导致海康威视境内销售收入有所下降。由于此次疫情促进了出入口控制与管理行业智能化、无人化的发展趋势，百胜智能产品属于海康威视的智能交通业务板块，系疫情相关产品，市场需求大幅提升，因此加大了对发行人的采购金额。

海康威视长期以来看好出入口控制与管理行业的未来发展前景，由于发行人在行业中处于领先地位，可以向客户提供技术领先、高性价比的产品，具备

较强的市场竞争力，海康威视未来也将继续同发行人保持紧密合作关系。

2、大华股份

《浙江大华技术股份有限公司 2020 年半年度报告》显示，报告期内，大华股份境内营业收入为 57.90 亿元，与上年同期相比下降 18.31%，占营业收入比重为 58.85%。归属于上市公司股东的净利润为 13.69 亿元，与上年同期相比增长 10.50%。随着国内新冠疫情得到有效控制，整体经济环境稳步向好，企业生产已从疫情中逐步恢复。根据《浙江大华技术股份有限公司 2020 年第三季度报告》，报告期内，大华股份营业收入为 161.66 亿元，与上年同期相比下降 1.60%。归属于上市公司股东的净利润为 28.25 亿元，与上年同期相比增长 50.48%。

经访谈大华股份，2020 年上半年大华股份境内销售收入同比下降的原因主要系受新冠疫情停工停产的影响。大华股份细分业务众多，在受疫情影响明显的业务板块中，不包含智能停车业务。因此，在大华股份收入下滑较多的产品品类中，并不包括从百胜智能采购的产品。2020 年大华股份出入口管理设备保持同比增长趋势。

出于对公司战略发展布局的考虑以及对智能停车领域发展前景的长期看好，大华股份预计在此细分领域的采购金额未来几年将以较快的速度保持增长。由于发行人在所处领域排名靠前、产品性能稳定且质量可靠、市场占有率高、售后服务体系比较完善，与大华股份一直保持着长期稳定的合作关系，产品订单逐年增加。今年上半年的订单增量本在大华股份的采购规划之内，并且百胜智能产品属于大华股份的智能停车业务板块，系疫情相关产品，由于市场需求提升，大华股份因此增加了对发行人的采购金额。

此外，2019 年，住建部会同国家发改委、财政部联合印发《关于做好 2019 年老旧小区改造工作的通知》，决定大力进行老旧小区改造提升。海康威视、大华股份积极响应产业政策，推出解决方案，助力打造老旧小区改造方案。由于 2020 年各地计划改造城镇老旧小区的数量与 2019 年相比增长一倍，老旧小区改造为出入口控制与管理行业带来新的增长需求，因此上述两家公司加大了对发行人产品的采购。

综上所述，海康威视、大华股份对发行人产品采购的增长具有合理性。

（二）下游客户的销售情况变化对发行人业绩的具体传导路径并量化分析对发行人业绩的影响

海康威视、大华股份规模庞大、细分业务众多、产品种类繁多，近年来营业收入均在百亿之上，发行人所处业务板块占其业务收入比重较小。报告期各期，海康威视、大华股份对发行人的采购金额占其采购总额的比例均低于 1%，发行人不曾进入上述公司前十大供应商。因此，从上述公司总体销售情况的变化并不能直接体现其在发行人处采购情况的变化。上述公司公开的定期报告中未披露发行人所处具体业务板块的相关财务数据。因此，有关下游客户的销售情况变化对发行人业绩的具体传导路径及业绩影响无法进行量化分析。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、产品特点、客户结构、业务模式、行业竞争程度、外部市场环境等因素及其变化趋势对公司未来盈利（经营）能力或财务状况可能产生的具体影响或风险”之“（二）客户结构”之“2、直销客户海康威视、大华股份相关情况”中补充披露。

五、请保荐人、申报会计师说明在针对发行人前员工相关的经销商核查过程中是否保持足够的审慎的态度以及具体的核查方式、核查比例、核查结论。

（一）核查程序

保荐机构及申报会计师对上述经销商核查比例为 100%，具体履行了如下核查程序：

1、查询发行人工资发放记录、员工社保记录，了解曾在发行人处任职的经销商人员在发行人处就职情况；

2、访谈发行人管理人员，了解曾在发行人处任职的经销商人员，其任职时的工作职责等信息；

3、对曾在发行人处任职的人员所在经销商进行实地走访，走访比例达到 100%，了解经销商人员在经销商的就职时间、工作职责等信息；对双方合作背景、合作原因、双方交易的具体情况、合同条款、是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及上述人员近亲属存在关联关系等进行核查；

4、登陆国家企业信用信息公示系统等公开信息查询部分曾在发行人处任职的经销商人员，其就职的经销商的工商信息、股权结构等情况；

5、对上述经销商进行函证，确认报告期内发行人与其业务规模、往来款余额等信息；函证比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上述经销商营业收入合计	3,394.61	9,408.12	8,151.42	5,622.09
上述经销商发函金额	3,394.61	9,408.12	8,151.42	5,622.09
上述经销商发函比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
上述经销商回函金额	3,394.61	9,408.12	8,151.42	5,622.09
回函金额占上述经销商营业收入合计比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
回函金额占发函金额比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
回函差异金额	-	-	-	-
回函差异率	-	-	-	-

6、对发行人与上述全部经销商的销售明细、销售毛利率进行分析性复核，核查是否存在利益输送情况；分析上述经销商业务占比情况，分析剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响；

7、对发行人与上述全部经销商的销售收入进行细节测试，收集报告期内的经销商协议、发货单、运货单、签收单、发票、记账凭证、回款银行流水等；

8、获取发行人及其控股股东、实际控制人、董监高报告期内银行流水以及上述经销商报告期内的银行流水，核查上述经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间资金往来情况；

9、核查上述经销商负责人、股东、管理人员从发行人处离职到入职经销商期间与发行人是否存在业务、资金往来；

10、获取上述前员工出具的个人履历情况；

11、查阅发行人与前述经销商签署的《经销商协议》，访谈发行人董事长，了解上述经销商大多数在报告期内设立且成立当年即与发行人开展合作的原因及合理性；

12、取得了发行人及主要经销商出具的说明函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

- 1、报告期内，发行人与部分曾在发行人处任职的经销商人员所在经销商的交易具有真实业务背景，具有商业实质；
- 2、发行人对上述经销商销售价格公允，不存在利益输送的情形；
- 3、上述经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、5%以上的股东、董监高及上述人员的近亲属之间不存在任何关联关系；
- 4、上述经销商与发行人除正常业务往来外，不存在其他资金往来或其他利益安排，不存在为发行人承担成本费用的情形；
- 5、除已披露的情况以外，上述经销商负责人、股东、管理人员从发行人处离职到入职经销商期间与发行人不存在其他业务、资金往来，不存在利益输送的情形；
- 6、上述经销商成立当年即与发行人开展合作主要系由于发行人基于市场布局、完善销售网络体系的需要，经过合格考察程序以后，在云南、福建、广西、河南等地区新发展经销商，同时发行人对经销商统一设置销售目标考核任务，成立当年即开展合作具有商业合理性；
- 7、报告期内上述经销商业务占比较小，剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响较小；
- 8、保荐机构及申报会计师在针对发行人前员工相关的经销商核查过程中已经保持足够的审慎的态度，核查过程充分。

六、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查方式

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、获取相关经销商销售收入及成本明细表，计算并分析经销商对发行人销售收入、毛利的贡献情况；

2、计算并分析剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩影响;

3、访谈海康威视、大华股份的相关负责人,了解海康威视、大华股份在 2020 年上半年境内销售收入同比下降的情况下加大对发行人产品采购的原因及合理性;

4、查询海康威视、大华股份官方网站、年度报告等,了解上述两家公司近期的经营状况、财务状况及未来发展规划。

(二) 核查意见

经核查,保荐机构及申报会计师认为:

- 1、在剔除该部分经销商的销售金额后对发行人报告期内的业绩无重大影响;
- 2、由于发行人所处业务板块占海康威视、大华股份总体业务收入的比重十分微小,因此,从上述公司总体销售情况的变化中并不能直接体现其在发行人处采购情况的变化;
- 3、海康威视、大华股份对发行人产品采购的增长具有合理性。

问题八及回复

八、关于毛利率

前次审核问询回复显示:

(1) 报告期内,发行人以道闸为核心产品。其中,新二代道闸报告期内的毛利率分别为 36.05%、3.24%、7.73%和 21.53%。2020 年发行人改进了非定制产品内部机芯组件设计以及箱体设计,进而降低了产品成本。

2018 至 2020 年 1-6 月,发行人向直销客户销售新二代道闸的单位成本分别为 926.07 元、970.16 元和 954.76 元,向经销客户销售新二代道闸的单位成本分别为 983.40 元、983.36 元和 847.08 元。

(2) 2020 年 1-6 月,发行人毛利率为 28.54%,较 2019 年度毛利率提高了 5.10 个百分点;而同行业可比公司 2020 年 1-6 月的平均毛利率较 2019 年度下降 1.29 个百分点。

请发行人补充披露：

(1) 通过改进新二代道闸内部机芯组件以及箱体设计降低产品成本的具体情况，压降成本后对产品功能、质量、寿命等方面的影响；

(2) 报告期内各主要产品单位经销成本和单位直销成本的差异情况及原因；

(3) 2020 年 1-6 月毛利率变动方向与同行业可比公司不一致的原因及合理性，新冠疫情对发行人产品销售、业务开展的影响。

请保荐人、年审会计师发表明确意见，并说明对报告期内新二代道闸的成本结转情况的核查方法、过程及结论，是否对新二代道闸单位经销成本的下降幅度以及经销比例的提升给予充分关注。

回复：

一、通过改进新二代道闸内部机芯组件以及箱体设计降低产品成本的具体情况，压降成本后对产品功能、质量、寿命等方面的影响

2020 年发行人通过改进新二代道闸内部机芯组件以及箱体设计降低产品成本的具体情况如下：

(一) 内部机芯组件降本情况

以 7306 型号新二代道闸为例，根据发行人生产的 7306 型号新二代道闸物料清单，该产品内部机芯组件由多个零部件构成，其中减速电机和底板的采购金额下降是内部机芯组件降本的主要因素，具体情况如下：

零部件名称	采购价格下降金额（元）	降本因素影响占比
减速电机	45.00	57.94%
底板	8.00	10.30%
平衡臂	5.60	7.21%
主框架板	1.03	1.33%
右旋斜齿轮	1.75	2.25%
轴承座	0.94	1.21%
副框架板	0.89	1.15%
轴三	2.25	2.90%
八角夹头	1.19	1.53%

连杆	1.73	2.23%
其他	9.28	11.95%
合计	77.66	100.00%

减速电机采购成本下降原因来自两个因素：一方面 2020 年 1-6 月减速电机市场价格有所下降，另一方面调整了减速电机产品结构，进一步降低了生产成本。减速电机作为道闸动力装置，主要由转子、定子、减速箱、机壳构成。其中，转子、定子为电机核心部件，决定电机功率等关键性能，减速箱起到调整输出转速作用，机壳起保护作用。减速电机供应商应发行人要求，在现有生产工艺基础上，对减速电机、机壳进行定制优化，降低了减速电机、机壳的成本，同时使电机整体结构更紧凑精巧，便于安装，更利于散热。定制优化后，减速电机整体功能、质量、寿命等方面未产生影响。

底板用于连接机芯和箱体，起到固定作用。发行人对底板外形进行优化，提高了供应商加工生产底板效率，底板强度得到提升，整体功能未发生变化。

（二）箱体降本情况

以 7306 型号新二代道闸为例，根据发行人生产的 7306 型号新二代道闸物料清单，7306 型号新二代道闸的箱体由箱体组件、帽盖和箱体门板（含门扣）组成，降本情况如下：

零部件名称	成本下降金额（元）	降本因素影响占比
箱体组件	47.78	95.57%
帽盖	1.47	2.94%
箱体门板（含门扣）	0.74	1.48%
合计	50.00	100.00%

2020 年 1-6 月发行人新二代道闸箱体各部件降本主要原因为箱体组件设计优化，其控制器挂板、地感挂板、空气开关挂板集成在箱体内部；此外，箱体由直接外购改为自制。降本前后箱体产品功能、质量、寿命等方面均未发生变化。

综上，发行人新二代道闸内部机芯组件和箱体降本，是针对产品结构的进一步优化，未对产品功能、质量、寿命等方面产生实质影响。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、主要产品毛利额、毛利率及变动分析”中补充披露。

二、报告期内各主要产品单位经销成本和单位直销成本的差异情况及原因；

发行人各主要产品经销单位成本和直销单位成本的差异是由于不同销售模式的细分产品结构占比不同所导致。不同销售模式下，发行人销售的相同单品每月所结转的单位成本是相同的，不会根据销售模式单独区分。

（一）2020 年 1-6 月经销与直销单位成本

品类	2020 年 1-6 月经销			2020 年 1-6 月直销			单位成本差异率
	成本 (万元)	销售数量 (台、根)	单位成本 (元)	成本 (万元)	销售数量 (台、根)	单位成本 (元)	
道闸	3,907.73	26,288	1,486.51	6,037.47	41,620	1,450.62	2.47%
开门机	834.60	23,816	350.44	965.16	25,142	383.88	-8.71%
升降地柱	80.02	291	2,749.71	823.39	2,926	2,814.03	-2.29%
车牌识别 管理设备	472.22	5,948	793.91	150.98	2,191	689.08	15.21%
通道门	144.86	828	1,749.50	249.60	1,194	2,090.49	-16.31%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

2020 年 1-6 月道闸、开门机和升降地柱不同销售模式的产品单位成本差异率较小。

车牌识别管理设备经销模式的单位成本高于直销模式的单位成本 15.21%，主要由于直销模式下，单位成本为 483.83 元的其他车牌识别管理设备销售占比达 43.48%。该部分产品单位成本较低主要系由于该些机型根据部分客户的要求不配置显示屏。

通道门经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 16.31%，主要由于直销模式下客户对广告门定制化需求较多，定制化产品的成本相对较高所致。2020 年 1-6 月，广告门单位成本及销售收入占通道门比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
广告门	1,742.44	93.68%	2,074.04	89.71%

(二) 2019 年度经销与直销单位成本

品类	2019 年经销			2019 年直销			单位成本差异率
	成本 (万元)	销售数量 (台、根)	单位成本 (元)	成本 (万元)	销售数量 (台、根)	单位成本 (元)	
道闸	10,319.24	62,698	1,645.86	15,301.50	106,069	1,442.60	14.09%
开门机	2,091.45	58,064	360.20	2,289.01	62,327	367.26	-1.92%
升降地柱	680.69	2,331	2,920.15	1,788.37	5,916	3,024.74	-3.46%
车牌识别 管理设备	707.73	8,073	876.67	603.79	5,270	1,145.70	-23.48%
通道门	242.20	1,093	2,215.91	327.59	1,406	2,329.96	-4.89%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

2019 年度开门机、升降地柱和通道门不同销售模式的产品单位成本差异率较小。

道闸经销模式的单位成本高于直销模式的单位成本 14.09%。经销模式下，单位成本较高的广告道闸销售占比 19.65%，高于直销模式的销售占比 12.05%。直销模式下，单位成本较低的二代道闸、三代道闸及新二代道闸销售占比合计 57.16%，高于经销模式的销售占比 44.51%。经销模式下道闸单位成本相对较高主要系上述原因。2019 年度，二代道闸、三代道闸、新二代道闸及广告道闸的单位成本及销售收入占道闸比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
二代道闸	1,169.55	22.90%	1,120.75	15.79%
三代道闸	1,195.99	12.73%	1,307.51	26.66%
新二代道闸	982.61	8.88%	969.04	14.71%
广告道闸	1,870.90	19.65%	1,872.01	12.05%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

车牌识别管理设备经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 23.48%，主要由于直销模式下客户对车牌识别管理设备定制化需求较多，定制化产品的单位成本相对较高所致。

(三) 2018 年度经销与直销单位成本

品类	2018 年经销			2018 年直销			单位成本差异率
	成本	销售数量	单位成本	成本	销售数量	单位成本	

	(万元)	(台、根)	(元)	(万元)	(台、根)	(元)	
道闸	10,067.66	66,727	1,508.78	13,124.68	100,759	1,302.58	15.83%
开门机	2,471.58	67,243	367.56	2,911.82	74,694	389.83	-5.71%
升降地柱	198.57	814	2,439.43	940.72	2,922	3,219.44	-24.23%
车牌识别 管理设备	624.25	6,375	979.21	286.82	2,368	1,211.24	-19.16%
通道门	164.50	825	1,993.98	111.67	486	2,297.64	-13.22%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

2018 年度开门机不同销售模式的产品单位成本差异率较小。

道闸经销模式的单位成本高于直销模式的单位成本 15.83%，主要由于经销模式下单位成本为 2,129.08 元的广告道闸，销售占比达到 15.30%，导致经销模式的单位成本高于直销模式。直销模式下，单位成本较低的二代道闸、三代道闸及新二代道闸销售占比合计 60.98%，高于经销模式的销售占比 56.79%。因此，经销模式下道闸单位成本相对较高。2018 年度，二代道闸、三代道闸、新二代道闸及广告道闸的单位成本及销售收入占道闸比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
二代道闸	1,163.65	20.68%	1,106.31	17.96%
三代道闸	1,180.00	30.97%	1,282.59	34.81%
新二代道闸	983.40	5.14%	926.04	8.21%
广告道闸	2,129.08	15.30%	2,139.80	9.51%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

升降地柱经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 24.23%，主要由于直销模式下单位成本为 3,289.44 元的液压升降地柱，销售占比达到 92.98%，导致升降地柱直销模式的单位成本高于经销模式的单位成本。其他升降地柱单位成本差异率较高主要由于不同模式下客户采购的各型号产品销售占比不同。2018 年度，液压升降地柱及电动升降地柱的单位成本及销售收入占升降地柱比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
液压升降地柱	2,975.79	53.57%	3,289.44	92.98%
电动升降地柱	2,789.56	40.86%	2,925.30	6.30%

其他升降地柱	653.69	5.57%	1,078.64	0.73%
--------	--------	-------	----------	-------

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

车牌识别管理设备经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 19.16%，主要由于直销模式下客户对车牌识别管理设备定制化需求较多，定制化产品的单位成本相对较高所致。

通道门经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 13.22%，主要由于 2018 年直销模式的客户定制了部分单位成本为 7,489.30 元的屏蔽门，因而直销模式通道门的单位成本高于经销模式。2018 年度，广告门及屏蔽门的单位成本及销售收入占通道门比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
广告门	1,993.98	100.00%	2,210.75	90.91%
屏蔽门	-	-	7,489.30	9.09%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

（四）2017 年度经销与直销单位成本

品类	2017 年经销			2017 年直销			单位成本差异率
	成本（万元）	销售数量（台、根）	单位成本（元）	成本（万元）	销售数量（台、根）	单位成本（元）	
道闸	5,176.06	33,484	1,545.83	15,484.32	104,788	1,477.68	4.61%
开门机	1,541.56	46,233	333.43	4,522.70	103,239	438.08	-23.89%
升降地柱	1.76	3	5,869.79	12.14	32	3,792.87	54.76%
车牌识别管理设备	458.01	3,096	1,479.37	156.86	956	1,640.82	-9.84%
通道门	27.30	166	1,644.47	47.55	264	1,801.20	-8.70%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

2017 年度道闸、车牌识别管理设备和通道门不同销售模式的产品单位成本差异率较小。

开门机经销模式的单位成本低于直销模式的单位成本 23.89%。经销模式下，开门机中伸缩门机的销售占比 43.19%，单位成本为 181.87 元。直销模式下，开门机中工业门机的销售占比 35.99%，单位成本为 551.29 元。不同销售模式下，工业门机和伸缩门机销售占比和单位成本相差较大，导致开门机类产品整体单位成本的差异率较高。2017 年度，工业门机、平移门机及伸缩门机的单位成本

及销售收入占开门机比重情况如下：

品类	经销模式		直销模式	
	单位成本（元）	销售收入占比	单位成本（元）	销售收入占比
工业门机	599.13	10.16%	551.29	35.99%
平移门机	370.28	11.09%	345.40	14.26%
伸缩门机	181.87	43.19%	207.35	15.93%

注：单位成本差异率=（经销单位成本-直销单位成本）/直销单位成本

升降地柱经销模式的单位成本高于直销模式的单位成本 54.76%，主要由于 2017 年经销模式下仅发生一笔业务，销售是单位成本为 5,869.79 元的产品，因而单位成本高于常规销售的升降地柱。

综上所述，报告期内发行人各主要产品经销单位成本和直销单位成本的差异是由于不同销售模式的产品结构占比不同所导致，发行人直销和经销模式下发行人各类产品单位成本的差异合理。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“（4）报告期内各主要产品单位经销成本和单位直销成本的差异情况及原因”中补充披露。

三、2020 年 1-6 月毛利率变动方向与同行业可比公司不一致的原因及合理性，新冠疫情对发行人产品销售、业务开展的影响

2020 年 1-6 月，发行人毛利率为 28.54%，较 2019 年度毛利率提高了 5.10 个百分点；同行业可比公司 2020 年 1-6 月的平均毛利率较 2019 年度下降 1.29 个百分点。通过查询捷顺科技、立方控股、蓝卡科技和道尔智控 2020 年半年度报告，上述公司 2020 年 1-6 月毛利率变动情况及原因如下：

（一）捷顺科技

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比增减
营业收入	39,915.34	42,544.91	-6.18%
营业成本	21,687.86	22,950.43	-5.50%
毛利率	45.67%	46.06%	-0.39%

2020 年上半年，捷顺科技毛利率同比基本保持稳定。受疫情影响，项目交

付周期增长、订单交付速度放缓，导致捷顺科技 2020 年上半年营业收入较上年同期下降 6.18%。

（二）立方控股

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比增减
营业收入	11,502.19	16,864.48	-31.80%
营业成本	4,968.94	6,992.96	-28.94%
毛利率	56.80%	58.53%	-1.73%

今年上半年，全球经济受新冠肺炎疫情影响呈现明显下行趋势，企业生存环境较为严峻。受新冠肺炎疫情影响，立方控股 2020 年上半年营业收入为 11,502.19 万元，同比下降 31.80%，主要是由于受疫情影响门禁、升降柱、停车系统三大业务收入较去年同期下降 27.07%、68.64%、29.27%，再加上贵阳停车管理平台系统、池州城市智慧停车、武汉恒隆等项目未验收所导致；2020 年上半年营业成本为 4,968.94 万元，同比下降 28.94%，主要是由于营业收入下降所导致。

（三）蓝卡科技

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比增减
营业收入	3,734.83	4,234.18	-11.79%
营业成本	2,400.86	2,562.66	-6.31%
毛利率	35.72%	39.48%	-3.76%

受疫情影响，蓝卡科技 2020 年上半年营业收入为 3,734.83 万元，同比下降 11.79%；2020 年上半年营业成本为 2,400.86 万元，同比下降 6.31%。

（四）道尔智控

单位：万元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	同比增减
营业收入	4,219.23	4,931.10	-14.44%
营业成本	2,173.67	2,346.22	-7.35%
毛利率	48.48%	52.42%	-3.94%

因受疫情影响，道尔智控延迟开工，导致 2020 年上半年实现营业收入

4,219.23 万元,较上年同期下降了 14.44%;2020 年上半年营业成本为 2,173.67 万元,较上年同期下降了 7.35%。

(五) 百胜智能

单位:万元

项目	2020 年上半年	2019 年度	同比增减
营业收入	19,845.76	47,154.31	-
营业成本	14,182.24	36,103.23	-
毛利率	28.54%	23.44%	-

1、2020 年 1-6 月毛利率变动方向与同行业可比公司不一致的原因及合理性

上述同行业公司以承接终端工程项目的形式带动相关硬件产品的销售,2020 年上半年受疫情影响,因项目交付周期增长、订单交付速度放缓、项目无法及时验收等因素,导致营业收入较上年同期有所下降。

而发行人主要面向 B 端,以直销和经销模式实现产品的销售。发行人于 2020 年 2 月下旬复工复产,因此新冠疫情未对发行人产品销售、业务开展造成严重不利影响。由于业务模式的差异,发行人并不存在终端工程项目交付周期增长、交付速度放缓、无法及时验收的情形。发行人 2020 年 1-6 月销售收入没有受到重大不利影响。

2020 年 1-6 月,发行人毛利率有所上升,主要是由于发行人 2019 年以来不断推进降本增效措施,持续优化产品结构及优化生产工艺流程取得一定成效,同时主要原材料价格有所下降所致。具体包括以下措施:

(1) 保证产品性能不受到影响的前提下,持续优化产品结构设计或使用替代材料降低耗用,同时提升产品性能;如改进道闸产品内部机芯组件,在现有生产工艺基础上,对减速电机、机壳进行定制优化从而降低了成本,同时使电机整体结构更紧凑精巧,便于安装,更利于散热;

(2) 购置新设备及对现有生产线进行改造,优化流水线生产工艺流程,提高生产效率;

(3) 2019 年以来发行人逐步将道闸箱体等组件由外购改成自制;2019 年以来发行人陆续采用柔性生产线加工道闸箱体,并采用全自动流水线对道闸箱

体进行表面处理，生产效率有较大提升，自行生产的道闸箱体比对外采购的道闸箱体成本下降较多，导致道闸产品毛利率有所提升；

(4) 毛利率较高的产品销售占比上升，同时减少毛利率较低的产品生产及销售；2019 年以来，发行人广告道闸等毛利率较高的产品销售占比有所上升，同时减少毛利率较低的新二代道闸等产品的生产及销售；

(5) 2019 年以来发行人主要原材料市场价格有所下降；同时随着发行人采购规模的扩大，对供应商的议价能力提高，采购价格有所下降；

综上，2020 年 1-6 月发行人毛利率的变动方向与同行业可比公司不一致具有合理性。

2、新冠疫情对发行人产品销售、业务开展的影响

新型冠状病毒疫情爆发以来，公司严格落实了各级人民政府关于疫情防控工作的通知和要求，以于 2020 年 2 月下旬复工复产，因疫情原因而造成的停工停产时间约为 2 周左右，并未对发行人的生产工作造成严重影响。从长期来看，此次疫情会加速促进出入口控制与管理行业智能化、无人化的发展趋势，利好发行人的长期业务发展。

2020 年上半年，发行人营业收入为 19,845.76 万元，整体收入呈上升趋势。发行人营业收入增长的原因主要为：

(1) 2020 年 1-6 月，发行人对海康威视、大华股份的订单同比增长较多。剔除上述客户后，发行人对其他直销客户及经销商的营业收入小幅下滑，与同行业公司变动趋势无重大差异；

(2) 随着国内疫情逐步得到控制，市场需求回暖，国内智能停车市场进入景气阶段。因此，发行人销售订单保持增加；

(3) 发行人基于产品制造优势，积极开拓市场向下游终端客户延伸，在承接终端工程项目方面已有初步成效。

综上所述，新冠疫情对发行人产品销售、业务开展情况并未造成严重不利影响。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“3、与同行业公司毛利率比较分析”中补充披露。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈发行人相关负责人，了解新二代道闸内部机芯组件以及箱体设计降低产品成本的具体情况；获取了降本前后新二代道闸物料明细表，内部机芯组件和箱体的采购订单，核实内部机芯组件和箱体成本下降情况；

2、核查发行人销售成本明细表，分析各类产品不同销售模式成本差异的具体原因；访谈发行人销售部门负责人及财务总监，了解报告期内各类产品不同销售模式成本差异的业务背景；

3、查询同行业可比公司上市公司公开信息，与同行业可比公司分毛利率进行对比分析；

4、对发行人相关负责人进行访谈，了解发行人 2020 年上半年毛利率上升的原因及新冠疫情对发行人产品销售、业务开展情况带来的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人新二代道闸通过优化内部机芯组件和箱体降低成本具有合理性，成本下降后未对产品功能、质量、寿命等方面产生负面影响；

2、报告期内发行人各主要产品经销单位成本和直销单位成本的差异是由于不同销售模式的产品结构占比不同所致，发行人直销和经销模式下发行人各类产品单位成本的差异具有合理性；

3、由于发行人持续优化产品结构及优化生产工艺流程取得一定成效，以及主要原材料价格有所下降，且业务模式与同行业公司有所差异，因此发行人 2020 年 1-6 月毛利率的变动方向与同行业可比公司不一致具有合理性；新冠疫情对发行人产品销售及业务开展情况未造成严重不利影响。

五、说明对报告期内新二代道闸的成本结转情况的核查方法、过程及结论，是否对新二代道闸单位经销成本的下降幅度以及经销比例的提升给予充分关注。

（一）核查过程

1、了解和评估发行人对成本核算流程中内部控制的设计，通过访谈发行人员工及实地走访发行人生产车间，了解发行人产品的生产特点和工艺流程，了解各物料流转情况和核算流程，了解员工薪酬核算制度；

2、获取发行人报告期月度成本核算文件，抽取月度成本核算对应的材料领料表、人员工资表，检查费用分摊计算过程，了解成本核算方法，复核计算生产成本归集、分配的完整性和准确性；

3、将采购与付款、生产与仓储循环、工薪与人事循环确定为重要循环进行内控测试，并将应付账款的完整性及货款流出的真实性，存货的存在性、计价和分摊，应付职工薪酬的存在性、完整性，成本的准确性的认定节点作为关键控制点，并执行相应控制测试程序进行核查；

4、取得记账凭证及对应的送货单、销售发票及验收单，审查记账凭证的入账日期、品名、数量、单价、金额等与上述原始凭证是否一致；查询发行人运输单据、验收记录分析比对销售数量是否与出库数量一致；

5、对结转至主营业务成本的新二代道闸单位成本进行计价测试，核实发行人是否按照加权平均单价结转产成品的单位成本；结合营业收入科目对比分析新二代道闸的收入确认和成本结转是否匹配。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人报告期内新二代道闸的成本结转真实、准确、完整。不同销售模式下，同一型号的产品单位成本的变动不存在异常情况；

2、保荐机构及申报会计师已对发行人新二代道闸单位经销成本的下降幅度以及经销比例的提升给予充分关注。

问题九及回复

九、关于存货

前次审核问询回复显示，报告期内，发出商品的存放地点分为两类。经销商与直销境内客户的发出商品存放于客户约定地点，其余直销外销客户的发出商品存放于海关监管出口仓库。

2017 年度发行人与客户年度对账的程序一般在农历新年前，晚于年度报表截止日。由于对账日较年度报表截止日有所滞后，且零星客户众多，对账程序实施缓慢，导致 2017 年年末直销境内的发出商品余额较高。

2020 年 6 月 30 日发出商品余额较 2019 年底明显升高，主要系年中发行人对发出商品没有清账核对的安排，日常与客户对发出商品的对账确认周期较为宽松所致。

请发行人补充披露：

（1）对发出商品的后续管理、盘点、毁损责任约定的情况；

（2）发出存货与客户对账不及时是否影响收入确认和成本结转，如何保证收入、成本的完整性、准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况以及对发出商品的核查手段、核查比例、核查结论。

回复：

一、对发出商品的后续管理、盘点、毁损责任约定的情况；

发行人发出商品的管理流程如下：

（一）发出商品出库

发行人物流部发货员根据 ERP 系统已审核的《销售出库单》、《到货签收单》或《货物进仓单》确认成品仓库保管员备货的产品名称与数量无误后，开具《物流托运单》给相关托运人签字确认。

发行人物流部发货员将《销售出库单》相关联次以及《到货签收单》或《货物进仓单》一并交托运人（一般为送货人或承运单位），托运人清点货物后装车

发货。

（二）发出商品在途管理

在运输过程中，发出商品基本上处于运动的状态，无法实施有效盘点，由承运商确保产品安全与完整，顺利把货物送到指定的目的地。发行人通过销售部销售跟单员及时跟踪与掌握产品运输动态，对在途的发出商品进行管理，确保产品安全到达。当出现发货单据数量与客户实收数量不符现象时，由承运商配合销售部销售跟单员及时查明原因，并在2个工作日内解决。

（三）发出商品交接管理

承运商将产品送达指定的目的仓库或客户后，客户指定签收人或者海关监管出口仓库对产品进行验货签收。同时，承运商需取得客户指定签收人验货签收后签字或盖章的《到货签收单》或者海关监管出口仓库出具的《进仓验收单》等有效收货单证。承运商在办理产品移交过程中，若发生产品毁损或数量差异，应及时向销售部对应销售跟单员反馈信息，查明原因。由销售部对应销售跟单员根据实际发生情况进行处理。

（四）对存放在客户仓库中但是所有权属于发行人的存货的管理

海康威视、大华股份在产品到达客户仓库后，由客户仓库部门对产品进行收货确认，核对订单信息是否正确，将产品信息录入“海康威视供应商关系管理平台”、“大华供应链管理平台”后生成对应的到货凭单，由仓库部门提供给承运商完成产品移交程序。海康威视、大华股份在与承运商完成移交程序后会由其相关验收部门人员对产品进行验货，每月统一在供应链管理平台显示结算验收结果。发行人通过“海康威视供应商关系管理平台”、“大华供应链管理平台”能够实时跟踪与掌握产品确认状态，沟通解决货物差异等问题。发行人财务核算员每月根据合同约定对账日登录海康威视、大华股份的供应链管理平台核对当月验收结算明细，生成对账单，发出商品达到收入确认并结转成本的条件。

（五）发出商品毁损责任约定

从货物上车出厂时起至货物到达目的地客户签字确认收货的整个过程中产生的产品损伤、数量/型号差异，由承运商承担损失，并在结算运输费用中直接

扣除；因产品搬运卸车、入库过程发生的损伤、数量/型号差异，应该根据现场实际情况记录，属于物流搬运的原因由承运商承担，属于员工操作不当原因则对员工进行追究责任。

如出现因客户仓库保管不当或者其他原因（如不可抗力等）造成发出商品毁损、灭失，并对所有权归属于发行人发出商品带来损失的情况，由客户按照其到货签收情况结算损失。

报告期内，未出现过由于客户、海关监管出口仓库保管不当或者其他原因（如不可抗力等）造成发出商品毁损、灭失，并对发行人带来损失的情况。

二、发出存货与客户对账不及时是否影响收入确认和成本结转，如何保证收入、成本的完整性、准确性。

按照企业会计准则规定，发行人发出商品核算内容为未满足收入确认条件，但已实际发出的库存商品的成本，即已经从仓库发出，但是发行人尚未清关完毕或尚未取得客户签收、验收凭证的存货。报告期内，发行人发出商品期末余额占当期营业成本比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
发出商品期末余额	1,039.95	610.95	760.99	1,566.16
当期营业成本金额	14,182.24	36,103.23	32,869.23	29,104.18
比例	7.33%	1.69%	2.32%	5.38%

如上表所示，发行人各期末的发出商品余额占发行人当期营业成本金额比例较小。

由于 2017 年 12 月 31 日客户尚未及时提供签收、验收凭证，截至当天发行人未取得收入确认依据，导致 2017 年 12 月 31 日发出商品余额较大。

自 2018 年起，发行人通过推进催收客户提供收入确认依据等程序，在年底前及时获取收入确认凭证，各年末发出商品余额呈现下降趋势。2020 年 6 月 30 日发出商品余额较 2019 年底有所增加，主要系新冠肺炎疫情后，2020 年第二季度以来发货规模逐月扩大所致。随着 2020 年下半年出货量逐步稳定，发出商品余额有望保持稳定。

发行人发出商品期末余额规模波动主要取决于各期末时点正在执行订单的发货、交付以及客户签收验收情况。库存商品销售出库时，按照发出的存货实际成本转入发出商品；满足收入确认条件时，按照实际成本结转至产品销售成本。报告期各期末发行人的发出商品基本在期后 3 个月以内完成签收验收并确认收入及结转相应成本。发出商品期后结转情况良好，不存在异常情况。因此，发行人发出商品不影响收入确认和成本结转。

保荐机构及申报会计师通过对发行人报告期各期收入、成本进行截止性测试，发行人收入成本的核算准确、完整。

综上，发行人发出商品的确认符合企业会计准则规定；发行人发出商品不影响收入确认和成本结转，不存在跨期确认的情况，发行人报告期内收入成本核算完整、准确。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及变动分析”之“（5）存货”之“4）发出商品”中补充披露。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况以及对发出商品的核查手段、核查比例、核查结论。

（一）核查过程

1、存货的监盘情况

（1）保荐机构及申报会计师获取公司完整的存货存放地点清单，并与报告期内存货实际存放地点进行比较；询问公司仓储管理人员以了解有关存货存放地点的情况；通过结合检查公司存货的出、入库单，关注是否存在未纳入盘点范围的仓库；检查公司费用支出明细账和租赁合同、固定资产-房屋建筑物清单，关注是否存在租赁仓库未纳入公司提供的仓库清单中以及可能存放存货的房屋建筑物。

（2）保荐机构及申报会计师获取公司报告期各期末存货的清单，对发行人 2020 年 6 月 30 日和 2019 年 12 月 31 日发出商品以外的存货执行了监盘程序，具体监盘情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日
监盘金额	6,277.86	6,201.09
存货余额（不包括发出商品）	7,757.71	7,034.90
监盘比例	80.92%	88.15%

保荐机构及申报会计师在监盘过程中，针对发行人自盘的存货进行抽盘，将抽盘结果与发行人盘点记录进行核对，形成相应记录；保荐机构及申报会计师从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性。同时从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点记录的完整性。

2、发出商品的核查

发行人的发出商品为已经从仓库发出，但是尚未获取提单、尚未清关完毕，或尚未取得客户签收凭证，处于运输途中的商品，基本上处于运动的状态，因此无法实施有效的现场监盘程序。

保荐机构及申报会计师采取了函证和替代测试的方式，确认报告期各期末发出商品的真实性、金额准确性，包括但不限于：检查销售合同或订单、发票、出库单、货运凭证、报关单、提单、客户签收单及期后回款凭证等，确认其截至期末的销售状态及计量金额、期后实现收入的真实性。具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2020年 6月30日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
发函金额	635.13	350.12	508.78	1,272.17
回函确认金额	263.28	242.56	391.89	852.29
未回函通过 替代确认金额	371.84	107.56	116.89	419.87
境外客户通过 替代确认金额	222.42	199.93	184.04	112.92
合计可确认金额	857.55	550.05	692.82	1,385.09
发出商品余额	1,039.95	610.95	760.99	1,566.16
核查比例	82.46%	90.03%	91.04%	88.44%

3、了解与收入确认、成本结转及生产与仓储相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，并执行穿行测试，检查内部控制相关的支持性文档，测试发行人相关内部控制的设计和运行的有效性；

4、获取发行人报告期收入成本明细表，结合销售合同、收入确认原始单据、成本计算表的核查以及对收入实施的函证程序，测试发行人收入确认、成本归集的真实性、完整性、准确性；

5、对收入、成本进行截止性测试，对资产负债表日前后 30 天的收入和存货出入库单据进行检查，关注是否存在重大跨期，并检查期后销售退回情况，以评估销售收入是否记录在恰当的期间。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内发行人对发出商品的管理、盘点制度及损毁责任约定设计合理并得到有效执行，不存在重大缺陷；

2、发行人发出商品的确认符合企业会计准则规定；发行人发出商品不影响收入确认和成本结转，不存在跨期确认的情况，发行人报告期内收入成本核算完整、准确；

3、报告期内发行人存货账实相符，监盘的存货与盘点表及库存表核对一致，不存在重大差异；

4、报告期内各期末发行人发出商品余额具有完整性、准确性。

问题十及回复

十、关于销售费用

前次审核问询回复显示，发行人的销售费用率远低于同行业可比公司，而且在 2020 年 1-6 月销售费用率差异呈现进一步拉大的趋势。

请发行人补充披露报告期各期销售费用各明细项占当期主营业务收入的比
例与同行业可比公司平均值的差异情况，并分析原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人销售费用的核查手
段、核查比例以及核查结论。

回复：

一、公司与同行业可比公司销售费用具体构成

1、百胜智能

单位：万元

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例
仓储及运输费	328.59	1.66%	801.99	1.71%	723.87	1.71%	819.76	2.05%
人工费用	266.97	1.35%	672.42	1.43%	531.77	1.25%	463.28	1.16%
销售返利	221.65	1.12%	562.61	1.20%	452.38	1.07%	284.30	0.71%
技术服务费	217.50	1.10%	373.19	0.79%	349.91	0.83%	502.29	1.26%
维修费	39.73	0.20%	101.20	0.22%	139.47	0.33%	108.90	0.27%
长期待摊费用摊销	23.00	0.12%	31.33	0.07%	0.23	0.00%	0.00	0.00%
展览及业务宣传费	22.88	0.12%	147.41	0.31%	42.21	0.10%	82.87	0.21%
其他	16.42	0.08%	9.24	0.02%	26.65	0.06%	4.83	0.01%
办公费	11.78	0.06%	16.87	0.04%	16.33	0.04%	21.38	0.05%
折旧费	10.29	0.05%	15.53	0.03%	11.56	0.03%	3.18	0.01%
交通差旅费	9.32	0.05%	56.78	0.12%	37.89	0.09%	38.74	0.10%
租金	6.91	0.03%	10.65	0.02%	10.19	0.02%	3.56	0.01%
水电费	3.95	0.02%	10.02	0.02%	6.29	0.01%	4.38	0.01%
业务招待费	3.18	0.02%	16.12	0.03%	11.20	0.03%	21.61	0.05%
施工质量保证金	0.87	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
无形资产摊销	0.46	0.00%	0.90	0.00%	0.99	0.00%	0.11	0.00%
合计	1,183.51	5.98%	2,826.25	6.01%	2,360.94	5.57%	2,359.21	5.90%

2、蓝卡科技

单位：万元

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收入 的比例
员工薪资	366.19	10.05%	815.17	7.60%	913.84	8.03%	1,195.72	9.82%
货物运输费	95.58	2.62%	225.57	2.10%	231.23	2.03%	298.88	2.45%
五险一金	62.00	1.70%	208.57	1.95%	223.20	1.96%	258.71	2.12%
房租	97.59	2.68%	232.60	2.17%	205.53	1.81%	215.48	1.77%
展览会费用	15.31	0.42%	122.35	1.14%	88.20	0.78%	157.87	1.30%
设备安装费	45.87	1.26%	50.58	0.47%	113.85	1.00%	151.44	1.24%

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例
差旅费	42.36	1.16%	148.05	1.38%	128.15	1.13%	136.47	1.12%
办事处费用	-0.33	-0.01%	3.69	0.03%	115.48	1.01%	106.66	0.88%
广告宣传费	24.00	0.66%	41.11	0.38%	68.43	0.60%	42.92	0.35%
交通费	14.92	0.41%	52.94	0.49%	/	0.00%	24.88	0.20%
低值易耗品	0.54	0.01%	/	0.00%	/	0.00%	32.96	0.27%
水电物业费	15.24	0.42%	29.69	0.28%	34.09	0.30%	31.96	0.26%
业务招待费	3.78	0.10%	20.07	0.19%	/	0.00%	17.28	0.14%
手机通信费	5.00	0.14%	8.28	0.08%	/	0.00%	9.82	0.08%
折旧及办公费分摊	0.26	0.01%	0.42	0.00%	/	0.00%	1.77	0.01%
福利费	0.62	0.02%	/		/	0.00%	/	0.00%
工会经费	/	0.00%	0.75	0.01%	/	0.00%	/	0.00%
其他	5.25	0.14%	15.13	0.14%	19.70	0.17%	17.13	0.14%
合计	794.19	21.80%	1,975.23	18.43%	2,141.71	18.82%	2,699.96	22.17%

注：表中“/”系相关公司未披露相关数据

3、立方控股

单位：万元

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收 入的比例
人工成本	3,400.18	30.50%	6,659.13	17.11%	5,864.29	15.35%	5,627.83	16.70%
差旅费	127.19	1.14%	551.92	1.42%	476.70	1.25%	539.00	1.60%
房屋租赁费	276.40	2.48%	573.04	1.47%	606.10	1.59%	653.80	1.94%
业务招待费	128.19	1.15%	551.97	1.42%	441.16	1.15%	669.85	1.99%
交通费	40.91	0.37%	199.09	0.51%	158.79	0.42%	221.46	0.66%
广告宣传费	5.75	0.05%	43.45	0.11%	37.43	0.10%	106.86	0.32%
办公费	23.21	0.21%	50.59	0.13%	72.35	0.19%	111.89	0.33%
通讯费	2.60	0.02%	39.66	0.10%	35.79	0.09%	41.55	0.12%
运费	88.29	0.79%	378.52	0.97%	396.84	1.04%	374.30	1.11%
折旧摊销	21.87	0.20%	48.78	0.13%	84.85	0.22%	40.98	0.12%
其他	29.69	0.27%	321.96	0.83%	210.31	0.55%	229.74	0.68%
合计	4,144.29	37.17%	9,418.10	24.20%	8,384.61	21.94%	8,617.25	25.56%

4、道尔智控

单位：万元

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例
职工薪酬	1,302.38	31.15%	2,146.32	17.01%	1,307.94	10.83%	1,216.63	11.78%
销售杂费	115.13	2.75%	440.91	3.49%	289.49	2.40%	164.05	1.59%
工程费	161.35	3.86%	309.50	2.45%	228.05	1.89%	171.93	1.66%
货运及快递费	72.41	1.73%	161.96	1.28%	175.90	1.46%	105.83	1.02%
差旅及交通费	48.77	1.17%	137.37	1.09%	127.40	1.05%	96.30	0.93%
展会及宣传费	24.73	0.59%	114.16	0.90%	63.90	0.53%	72.71	0.70%
业务招待费	16.56	0.40%	44.78	0.35%	48.90	0.40%	27.55	0.27%
折旧费	6.80	0.16%	9.33	0.07%	7.20	0.06%	6.54	0.06%
合计	1,814.00	43.39%	3,364.34	26.66%	2,248.77	18.61%	1,861.52	18.02%

5、捷顺科技

单位：万元

费用性质	2020 年 1-6 月	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2019 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2018 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例	2017 年度	各明细项 占当期主 营业务收入的比例
工资薪酬及福利	6,422.18	17.46%	15,995.34	14.60%	14,716.26	17.01%	11,119.07	12.16%
其他	388.23	1.06%	690.19	0.63%	1,264.99	1.46%	457.79	0.50%
房屋租赁费	701.52	1.91%	1,242.26	1.13%	1,199.87	1.39%	990.13	1.08%
运杂费	183.26	0.50%	1,205.39	1.10%	920.24	1.06%	748.50	0.82%
差旅费	231.22	0.63%	550.38	0.50%	328.57	0.38%	209.16	0.23%
业务招待费	237.27	0.65%	478.91	0.44%	289.68	0.33%	199.78	0.22%
广告展览费	172.54	0.47%	680.65	0.62%	158.16	0.18%	52.47	0.06%
通讯费	570.28	1.55%	426.08	0.39%	133.17	0.15%	106.06	0.12%
折旧费	78.43	0.21%	137.19	0.13%	129.80	0.15%	112.22	0.12%
办公费	94.39	0.26%	194.14	0.18%	116.28	0.13%	127.50	0.14%
水电费	39.27	0.11%	98.56	0.09%	99.24	0.11%	82.87	0.09%
合计	9,118.60	24.80%	21,699.09	19.81%	19,356.27	22.37%	14,205.54	15.53%

二、与同行业可比公司销售费用主要构成分析比较

根据上述各公司销售费用明细，发行人与同行业可比公司销售费用主要构成占各期主营业务收入情况比较如下：

项目	捷顺科技	立方控股	蓝卡科技	道尔智控	行业平均值	百胜智能
人工费用	15.31%	19.91%	10.81%	17.69%	15.93%	1.30%
交通差旅费	0.43%	1.84%	1.47%	1.06%	1.20%	0.09%
展览及业务宣传费	0.33%	0.14%	1.41%	0.68%	0.64%	0.19%
业务招待费	0.41%	1.43%	0.11%	0.36%	0.57%	0.03%
运输费	0.87%	0.98%	2.30%	1.37%	1.38%	1.78%
房屋租赁费	1.38%	1.87%	2.11%	/	1.34%	0.02%
其他	1.89%	1.05%	2.09%	5.51%	2.64%	2.46%
合计	20.63%	27.22%	20.31%	26.67%	23.71%	5.86%

注：表中“/”系相关公司未披露相关数据

注：行业平均值=该销售费用明细占各同行业可比公司各期主营业务收入比重的算术平均值

发行人与同行业可比公司销售费用中人工费用占各期主营业务收入的比重较高，现将发行人与同行业可比公司销售费用明细剔除人工费用后占各期主营业务收入进行比较：

项目	捷顺科技	立方控股	蓝卡科技	道尔智控	行业平均值	百胜智能
人工费用	15.31%	19.91%	10.81%	17.69%	15.93%	1.30%
销售费用合计	20.63%	27.22%	20.31%	26.67%	23.71%	5.86%
剔除人工费用	5.32%	7.31%	9.49%	8.98%	7.77%	4.57%

剔除销售费用中的人工费用后，发行人与同行业可比公司的销售费用占当期主营业务收入比重中，与捷顺科技较为接近，与同行业平均值没有重大差异。

1、同行业公司销售费用人工薪酬对比

由上表可知发行人销售费用中职工薪酬占营业收入比例较低，与同行业可比公司差异较大。报告期内，公司销售费用中的人工费用与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	项目类型	2020年1-6月 /2020年6月 30日	2019年度 /2019年12 月31日	2018年度 /2018年12月 31日	2017年度 /2017年12月 31日
捷顺科技	销售人员年薪总额（万元）	6,422.18	15,995.34	14,716.26	11,119.07
	期末销售人员人数（人）	/	800	587	485
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	/	19.99	25.07	22.93
立方控股	销售人员年薪总额（万元）	3,400.18	6,659.13	5,864.29	5,627.83
	期末销售人员人数（人）	291	263	267	336
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	11.68	25.32	21.96	16.75

公司名称	项目类型	2020年1-6月 /2020年6月 30日	2019年度 /2019年12 月31日	2018年度 /2018年12月 31日	2017年度 /2017年12月 31日
蓝卡科技	销售人员年薪总额（万元）	428.19	1,023.74	1,137.05	1,454.43
	期末销售人员人数（人）	47	46	51	60
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	9.11	22.26	22.30	24.24
道尔智控	销售人员年薪总额（万元）	1,302.38	2,146.32	1,307.94	1,216.63
	期末销售人员人数（人）	126	119	109	109
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	10.34	18.04	12.00	11.16
平均值	销售人员年薪总额（万元）	2,888.24	6,456.13	5,756.39	4,854.49
	期末销售人员人数（人）	/	307	253.5	247.5
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	/	21.03	22.71	19.61
百胜智能	销售人员年薪总额（万元）	266.97	672.42	531.77	463.28
	期末销售人员人数（人）	77	83	73	41
	销售人员年平均薪酬（万元/人）	3.47	8.10	7.28	11.30

注：表中“/”系相关公司未披露相关数据

注：表中同行业可比公司数据均取自该公司年报

（1）销售人员数量

发行人销售人员人数与蓝卡科技较为接近，与可比公司捷顺科技、立方控股、道尔智控销售人员数量相比较少。该现象的原因主要系发行人与同行业可比公司销售模式存在差异。

捷顺科技、立方控股的盈利模式系承接终端项目的形式带动相关硬件产品的销售即“解决方案提供商”，主要客户以终端客户为主，销售体系主要面对终端工程项目拓展，产品推广销售所需要的销售人员、项目实施人员、售后维护人员数量较多，相应的人员差旅费、业务招待费及其他推广费等金额较高。蓝卡科技、道尔智控面向的客户主要系地产物业、系统集成商、停车运营商、交通枢纽、企事业单位，相应的销售人员数量相对较少。

发行人主要以直销和经销模式实现产品的销售，主要客户包括系统集成商及经销商等。而新客户主要通过其他客户推荐或主动寻求合作获取，该模式下公司销售人员数量较少。发行人销售人员主要负责销售跟单工作，发行人与大部分主要客户保持了长期稳定的合作关系，因此客户关系维护工作量较小，从而销售费用率较低。

(2) 销售人员平均薪酬

发行人销售员工年平均薪酬均低于同行业可比公司销售人员平均工资，造成这一差异原因主要系地区差异、各地用工成本不同以及销售模式差异导致销售人员职能及薪酬体系有所差异所致。

单位：万元/人

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
北京市城镇非私营单位在岗职工平均工资	/	/	14.98	13.50
杭州市全社会单位在岗职工年平均工资	/	8.20	7.37	6.62
深圳市城镇非私营单位在岗职工年平均工资	/	12.78	11.17	10.02
南昌市城镇私营单位就业人员年平均工资	/	5.19	4.93	4.41
发行人销售人员年平均薪酬	3.47	8.10	7.28	11.30

注：各市平均工资水平来源于各市统计局公开信息，“/”为无相关统计数据。

上述同行业可比公司所在地区包括深圳、北京、杭州等经济发达地区，社会年平均工资均高于南昌市城镇私营单位就业人员年平均工资，而报告期内发行人销售人员各期平均工资均高于同期南昌市城镇私营单位就业人员年平均工资，发行人销售人员年平均薪酬低于行业平均值具有合理性。

此外，由于发行人与同行业公司销售模式存在差异，销售人员承担的职能差别较大。同行业公司主要面向终端工程项目拓展，销售人员需承担终端工程产品推广销售及市场拓展工作；而发行人主要面向集成商及经销商等，发行人销售人员主要负责销售跟单工作，从而薪酬体系差别较大。发行人销售人员年平均薪酬低于行业平均值具有合理性。

2、同行业公司运输费用对比

报告期内，发行人与同行业可比公司的运输费用占主营业务收入比重对比如下：

名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
捷顺科技	0.46%	1.04%	1.02%	0.79%
立方控股	0.77%	0.96%	1.03%	1.11%
蓝卡科技	2.56%	2.08%	2.01%	2.44%
道尔智控	1.72%	1.27%	1.45%	1.02%
平均值	1.38%	1.34%	1.38%	1.34%

百胜智能	1.41%	1.44%	1.42%	1.65%
------	-------	-------	-------	-------

发行人报告期内运输费用占主营业务收入比重分别为 1.65%、1.42%、1.44% 及 1.41%，较为稳定。发行人的运输费用占主营业务收入比重比同行业可比公司捷顺科技、立方控股较高，比蓝卡科技较低，与同行业可比公司运输费用占主营业务收入比重的平均水平不存在重大差异。

上述内容已经在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、取得发行人报告期内员工花名册、工资单，抽查支付销售人员薪酬的记账凭证和银行流水等原始凭证，查询南昌市统计局公布的城镇私营单位就业人员年平均工资数据；

2、获取公司与物流公司、货物代理公司签订的运输协议，查阅与主要客户的销售合同或订单中关于销售模式及运输费用的约定条款，抽查了销售费用中运费及仓储费用相关的记账凭证及运单、发票、银行回单等原始凭证，获取与物流公司、货代公司的运费结算明细，核实运输费用真实性、准确性，分析运费合理性；

3、获取发行人与经销商签署的《经销商协议》，复核合同中与返利相关的约定条款；取得报告期各期销售返利明细表、计算表并进行复核计算，并复核销售返利相关的会计处理是否正确；

4、获取并查阅发行人签订的《技术服务协议》，复核发行人技术服务费计提的合理性；取得报告期各期技术服务明细表、计算表并进行复核计算；

5、获取报告期内公司差旅费明细账，抽取差旅行程单、报销审批单、款项支付凭证，核实差旅费真实性及金额准确性；访谈发行人管理层、销售业务负责人，了解报告期内差旅费变动原因；

6、取得展会及宣传费主要支付方的工商资料、与发行人签署的业务合同、展会照片、样品出库单及签收单、记账凭证、发票等资料，并访谈发行人管理层，确认发行人与相关费用支付方是否存在关联关系；

7、就报告期内销售人工薪酬、运输及仓储费、展会及宣传费、差旅费等销售费用变动情况访谈发行人销售部门、物流部门、人事部门负责人，查阅同行业上市公司公开披露信息，了解公司销售费用变动原因及合理性；

8、检查了发行人的报销审批单、请款单，对公司的采购与付款循环和货币资金循环内部控制进行了解并执行穿行测试和控制测试。

（二）核查比例

单位：万元

项目	2020年1-6月 核查金额	核查比例	2019年度 核查金额	核查比例	2018年度 核查金额	核查比例	2017年度 核查金额	核查比例
销售费用	1,028.37	86.89%	2,403.83	85.05%	1,974.24	83.62%	1,971.99	83.59%

保荐机构及申报会计师对发行人销售费用中的人工费用、长期待摊费用摊销、折旧费、无形资产摊销进行了复核，并分别与应付职工薪酬、长期待摊费用、固定资产、无形资产科目进行了勾稽检查，对销售返利和技术服务费进行了复核，前述科目核查比例均达100%。对除前述科目的其他销售费用明细，随机筛选样本，检查会计凭证后的原始凭据如费用审批单、银行回单、发票及相关的合同。对报告期各期销售费用核查比例均达到了较高的比例。

（三）核查意见

综上所述，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人报告期各期销售费用各明细项占当期主营业务收入的比例真实、合理、准确、完整。

2、报告期内发行人销售费用率与同行业公司存在较大差异，主要系由于运营模式不同以及当地社会平均薪酬差异、以及销售模式差异导致销售人员职能及薪酬体系有所差异所致，具有合理性。

问题十一及回复

十一、关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师对照《首发业务若干问题解答(2020年6月修订)》关于资金流水核查的要求，逐项说明对发行人及相关人员资金流水的核查程序、核查手段、核查范围及核查结论，并结合上述资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确核查意见。

保荐机构及申报会计师按照《首发业务若干问题解答(2020年6月修订)》关于资金流水核查的要求对发行人相关银行账户资金流水进行了核查，具体情况如下：

一、资金流水核查范围

资金流水的核查范围为：发行人、发行人控股股东和实际控制人及其控制的公司、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、核心技术人员及发行人相关财务人员在报告期内的所有银行账户（包括报告期内销户的账户）。

二、资金流水的核查过程

（一）对发行人金流水核查的具体过程

1、对发行人资金管理相关内部控制核查

对发行人资金管理进行内控测试，分析制度的设计和执行是否存在重大缺陷；取得并查阅发行人与货币资金管理相关的内控制度文件，访谈了发行人财务部门相关人员，了解了发行人资金收支与审批程序、资金保管与总分类账记录、现金及银行总账与日记账的登记、票据的收付及管理等相关资金管理相关内部控制制度的设计情况；执行了穿行测试，对资金管理相关内部控制的设计合理性进行评价；执行了控制测试，对资金管理相关内部控制的执行有效性进行评价。

2、对发行人银行账户开立情况进行核查

保荐机构及申报会计师实地前往发行人银行基本户的开户行获取了发行人的《已开立银行结算账户清单》，并由对公柜台经办人员亲自递交给保荐机构及申报会计师经办人员。

根据账户清单及函证结果显示，发行人的人民币账户共计 28 个，截至 2020 年 6 月 30 日，存续的人民币账户 7 个，报告期内撤销的人民币账户 16 个，报告期外撤销的人民币账户 5 个；其中，报告期内撤销的人民币账户有 14 个为承兑汇票定期保证金账户。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人的人民币账户具体情况如下：

序号	公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户时间
1	百胜智能	中国银行股份有限公司南昌市南湖支行	40772903485532809* ***	一般存款户	撤销	2007-8-9
2	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3600105043005250** **	基本存款户	正常	-
3	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌云飞路支行	3600105052005000** **	一般存款户	撤销	2013-9-27
4	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌云飞路支行	3600105052005000** **	基本存款户	撤销	2006-6-14
5	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌井冈山大道支行	3600105061005910** **	一般存款户	撤销	2015-9-22
6	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	728141018260000*** *	一般存款户	正常	-
7	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌高新支行	79190330661****	一般存款户	撤销	2015-10-9
8	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	79190330661****	一般存款户	正常	-
9	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	79190330661****	非预算单位专用存款账户	撤销	2018-9-18
10	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-1-9
11	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-1-30
12	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-2-28
13	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-4-23
14	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
15	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-6-22
16	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066800****	定期保证金账户	撤销	2018-5-28
17	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
18	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2019-11-28
19	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17

序号	公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户时间
20	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
21	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
22	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
23	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	7919033066110****	定期保证金账户	撤销	2018-12-17
24	联胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	79190495051****	基本存款户	正常	-
25	联胜智能	招商银行股份有限公司南昌分行青山湖支行	79190495051****	非预算单位专用存款账户	撤销	2018-8-31
26	飞狗科技	中国光大银行股份有限公司南昌南京东路支行	5008018800001****	基本存款账户	正常	-
27	飞狗科技	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3605015301710000**	一般存款账户	正常	-
28	艾视特	中国民生银行股份有限公司成都铁像寺支行	15058****	基本存款账户	正常	-

保荐机构及申报会计师通过向银行函证的方式，确认了发行人外币账户信息。根据函证结果，发行人的外币账户共计 25 个，截至 2020 年 6 月 30 日存续的外币账户 9 个，报告期内撤销的人民币账户 16 个，撤销的账户均为外币定期整存整取账户。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人的外币账户具体情况如下：

序号	所属公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户时间
1	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3601453220022010****	外币账户	正常	-
2	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3601453220022010****	外币账户	正常	-
3	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3603353220022010****	外币账户	正常	-
4	百胜智能	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3603353220022010****	外币账户	正常	-
5	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌高新支行	79190330663****	外币账户	正常	-
6	百胜智能	招商银行股份有限公司南昌高新支行	79190330663****	外币账户	正常	-
7	百胜	中信银行股份有限公司	728111149650000**	外币	正常	-

序号	所属公司	开户行	账号	账户性质	账户状态	销户时间
	智能	司南昌民德路支行	**	账户		
8	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	728111519650000**	外币账户	正常	-
9	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	728111148230000**	外币账户	正常	-
10	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	728101148590000**	外币账户	撤销	2017-5-3
11	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402300017**	外币账户	撤销	2018-11-30
12	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402410021**	外币账户	撤销	2019-12-24
13	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402450020**	外币账户	撤销	2019-11-28
14	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402490020**	外币账户	撤销	2019-12-24
15	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402430017**	外币账户	撤销	2019-1-2
16	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402270018**	外币账户	撤销	2019-2-2
17	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402510017**	外币账户	撤销	2019-2-28
18	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402240018**	外币账户	撤销	2019-3-4
19	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402360018**	外币账户	撤销	2019-3-20
20	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402420018**	外币账户	撤销	2019-4-17
21	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402320019**	外币账户	撤销	2019-4-22
22	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402400018**	外币账户	撤销	2019-5-28
23	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402460019**	外币账户	撤销	2019-7-17
24	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402340018**	外币账户	撤销	2019-8-27
25	百胜智能	中信银行股份有限公司南昌民德路支行	811571402380019**	外币账户	撤销	2019-10-23

3、发行人银行流水的获取方式及独立性

保荐机构及申报会计师根据《已开立银行结算账户清单》，实地前往发行人银行账户各开户银行打印了《已开立银行结算账户清单》中所列示的报告期内存续及注销的银行账户交易流水。打印后的流水由银行对公柜台经办人员亲自递交给保荐机构及申报会计师的经办人员。

4、发行人银行账户的完整性

在账户完整性方面，保荐机构及申报会计师将发行人编制的银行账户信息表与从银行独立取得的《已开立银行结算账户清单》和银行函证信息进行了核对，确认了账户信息的完整性。

5、发行人银行账户开户合理性

在开户合理性方面，保荐机构及申报会计师复核了发行人银行账户开户地点、开立时间和销户情况，相关情况与发行人经营业务的发展阶段和经营区域分布相匹配。部分银行账户销户主要是由于该账户下业务往来减少及使用结束而正常销户。

6、对发行人大额资金流水的检查

在取得发行人报告期内银行流水并复核银行流水完整性后，保荐机构及申报会计师抽取了发行人单笔 10 万元以上银行流水及单笔 10 万元以上银行存款日记账记录进行银行流水与银行存款日记账的双向比对。经比对，发行人银行流水与银行存款日记账记录一致。

保荐机构及申报会计师获取了发行人报告期各年度银行存款日记账，并根据发行人经营规模、资金流水覆盖比例等情况进行分析，对发行人银行存款日记账中单笔借方或贷方发生额大于或等于 10 万元的资金流水执行大额资金流水核查程序，获取并逐笔核对了记账凭证、银行回单等原始凭证，编制了大额资金流水核对表，复核了交易对手方信息的账面记录及银行流水记录是否一致、是否存在真实交易背景、交易金额是否存在异常等事项。保荐机构及申报会计师对发行人报告期内各年度大额资金往来的核查比例情况如下表所示：

年度	核查的流水借方金额 占全部流水借方金额比例	核查的流水贷方金额 占全部流水贷方金额比例
2020 年 1-6 月	95.56%	92.91%
2019 年	97.04%	91.87%
2018 年	97.60%	90.97%
2017 年	90.96%	90.63%

上述大额资金流水中，对于款项性质为货款的，保荐机构及申报会计师将实际收（付）款方名称与客户/供应商名单进行比对，并复核实际收（付）款方名

称是否与发行人账面记录一致；将按客户/供应商汇总的年度发生额与对应客户/供应商的销售回款（采购付款）总额进行比对，查验是否存在资金流水显著超过销售回款（采购付款）金额的情形；将大额资金流水按实际收（付）款方名称汇总为流水对手方清单，将流水对手方清单与发行人关联方清单进行对比，查验是否存在无业务背景的异常资金往来，是否存在关联方代发行人收取客户款项（支付供应商款项）的情形。

（二）对发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务相关人员个人银行账户资金流水核查的具体过程

1、核查范围

保荐机构及申报会计师对发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及财务相关人员的个人银行账户资金流水进行核查。

共计 15 位人员提供了各自名下的个人银行账户流水，该 15 位人员对其银行流水的真实性、准确性、完整性进行了承诺，具体核查范围如下：

序号	姓名	职位	账户数量 (个)
1	刘润根	董事长、总经理、控股股东、实际控制人、核心技术人员	17
2	龚卫宁	副董事长、实际控制人	29
3	刘子尧	副总经理、实际控制人	9
4	万鸿艳	董事、财务总监	9
5	袁春燕	董事、外贸部部长	7
6	华秋根	董事会秘书	9
7	熊祥	副总经理、采购总监、前任董事	6
8	郑鸿安	监事、销售一部部长	12
9	谢小斌	销售中心副总监、前任董事	10
10	张韶龙	核心技术人员、电子开发部部长、前任董事	13
11	徐红亮	监事、车牌识别部部长	6
12	万绍华	核心技术人员、软件开发部部长	12
13	付学勇	副总经理、研发总监、核心技术人员	7
14	邱晓梅	监事、会计	12
15	刘慧芬	出纳	9

2、个人银行流水的获取方式及独立性

保荐机构及申报会计师陪同上述人员实地前往其各开户银行打印报告期银行流水以及报告期内注销银行卡的流水，并由保荐机构及申报会计师经办人员亲自从银行柜台经办人员手中获取，保证流水获取的独立性。

3、个人银行账户的完整性

保荐机构及申报会计师核查了除上述人员申报的银行账户外，还陪同上述所有人员分别前往了工商银行、建设银行、中国银行、农业银行、交通银行、招商银行、民生银行、光大银行、中信银行、浦发银行、兴业银行、邮政储蓄银行、平安银行、广发银行、华夏银行、江西银行的营业网点，通过身份证柜台人工查询以及自动柜员机自主查询的方式，确认其是否在上述 16 家银行开户及账户的完整性。复核上述人员签署的《个人银行账户确认书》并同时通过核对已获取流水中的对手方信息，核查是否存在遗漏的账户。

4、对个人大额资金流水的检查

对于上述个人，保荐机构及申报会计师对单笔达到或超过 1 万元的银行流水进行了逐笔核查，大额资金流入主要为取得分红、工资及奖金、理财产品到期赎回、家人转账、购房借款以及个人房产租赁收入等。大额资金流出主要为购买理财产品或大额存单、支付投资款、家人转账、借款给亲友、买房及装修、个人贷款还款等事项。

保荐机构及申报会计师同时关注了相关个人账户单笔 1 万元以下银行流水情况，其交易背景主要为上述人员日常生活消费，不存在重复出现的、金额相对一致的大批量、小额异常支出情形。

（三）对控股股东、实际控制人控制的企业银行账户资金流水核查的具体过程

1、核查范围

控股股东、实际控制人控制的企业情况如下：

序号	名称	经营范围	注册资本 (万元)	关联关系
----	----	------	--------------	------

1	南昌优唐文化传媒有限公司	一般项目：组织文化艺术交流活动，会议及展览服务，礼仪服务，工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外），企业形象策划，市场营销策划，图文设计制作，服装服饰零售，物业管理，体育赛事策划，体育用品及器材零售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	50.00	龚卫宁持股 100.00%，并任执行董事、总经理；刘子尧担任监事。
2	南昌优唐科技有限公司	许可项目：体育场地设施经营（不含高危险性体育运动），食品经营（销售预包装食品），进出口代理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：数字文化创意软件开发，非居住房地产租赁，物业管理，健身休闲活动，体育用品及器材零售，体育健康服务，酒店管理，会议及展览服务，人工智能双创服务平台，技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，园区管理服务，创业空间服务，体育竞赛组织（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	200.00	刘子尧持股 100.00%，并任执行董事；龚卫宁担任监事。
3	金都大酒店	餐饮	100.00	刘润根持股 60.00%，并任经理
4	无锡市东北塘百顺电动门配件经营部	电动门及配件的零售	-	刘润根担任负责人

2、相关账户核查情况

金都大酒店系实际控制人上世纪 90 年代创业初期创办的企业，于发行人前身江西百胜门控设备有限公司成立后便不再经营，未及时注销。无锡市东北塘百顺电动门配件经营部于 2014 年 7 月 30 日被工商部门吊销营业执照，未实际经营。已取得实际控制人就上述两家企业报告期末开展经营活动及无银行流水的承诺。

龚卫宁持股 100%的南昌优唐文化传媒有限公司以及刘子尧持股 100%的南昌优唐科技有限公司报告期正常运作。保荐机构及申报会计师实地前往上述两家公司基本户的开户行获取了《已开立银行结算账户清单》，并由对公柜台经办人员亲自递交给保荐机构及申报会计师经办人员。

根据账户清单显示，南昌优唐文化传媒有限公司账户为 1 个，南昌优唐科技有限公司账户为 1 个。

账户具体情况如下：

序号	公司	开户行	账号	账户性质	账户状态
1	南昌优唐文化传媒有限公司	中国建设银行股份有限公司南昌高新开发区支行	3605015301710000****	基本存款户	正常
2	南昌优唐科技有限公司	招商银行股份有限公司南昌青山湖支行	79190722471****	基本存款户	正常

3、对实际控制人控制的企业大额资金流水的检查

取得实际控制人控制的持续经营中的企业报告期内银行流水后，复核银行流水完整性，保荐机构及申报会计师对单笔达到或超过 1 万元的银行流水进行了逐笔核查，大额资金流入主要为取得的投资款，大额资金流出主要为公司装修款，无异常大额资金进出的情形。

（四）独立董事未提供个人流水的替代程序

发行人独立董事因不参与公司具体经营和涉及个人隐私等原因，未提供银行流水，保荐机构及申报会计师执行了如下替代程序：

1、结合对发行人及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注独立董事及其控制或任董事、高级管理人员的关联法人在报告期内是否与发行人及其子公司有资金往来。

2、结合对发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关财务人员报告期内的个人银行资金流水的核查，关注独立董事及其控制的或任董事、高级管理人员的关联法人在报告期内是否存在与发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关财务人员有资金往来。

3、取得了独立董事个人的征信报告，报告显示上述个人的信用状况良好，不存在大额已逾期未归还的银行贷款等负债。

三、对照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的核查结论

（一）发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

发行人制定了《江西百胜智能科技股份有限公司章程》、《防范控股股东及其他关联方占用公司资金管理制度》、《财务管理制度》、《货币资金管理办法》、《关于费用报销支付审批权限规定》、《采购付款管理制度》、《销售及收款管理制度》、《差旅费管理制度》、《关联交易管理制度》、《募集资金管理制度》、《内部审计工作制度》等规章制度，发行人根据上述制度的要求，确定货币资金授权审批权限，以确保货币资金业务的授权批准方式、权限、程序、责任和相关控制措施符合相关规定。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 6 月 30 日出具了“天职业字[2020]34856 号”《内部控制鉴证报告》认为：发行人按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

经核查，发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

（二）是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

保荐机构及申报会计师取得发行人已开立银行账户清单、银行对账单并进行银行函证，将获取的开立账户清单与发行人财务账簿的银行账户进行核对，并对银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在账户清单以外的账户；对报告期内单笔 10 万元以上金额的交易，将银行流水与发行人财务明细账进行双向核对，核查资金流入流出是否全部入账。

经核查，报告期内，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，也不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

（三）发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

保荐机构及申报会计师抽取发行人报告期内 10 万元以上的银行流水及原始凭证，核查相关交易是否真实、合理，是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配。

经核查，报告期内，发行人经营活动大额资金流入主要来源于发行人收到的销售货款，资金流出主要用于支付供应商采购货款、缴纳税金以及支付成本费用等；发行人经营活动大额资金往来与其经营活动相匹配；报告期内，发行人投资活动大额资金往来主要为构建及处置固定资产支出以及购买理财产品，发行人投资活动大额资金往来与其投资活动相匹配；报告期内，发行人筹资活动大额资金流入主要为股东投入的资本金、借入的款项等，筹资活动大额资金流出主要是偿还借款及利息、支付股利等，发行人筹资活动大额资金往来与其筹资活动相匹配。

经核查，报告期内发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

（四）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

保荐机构及申报会计师抽取发行人报告期内 10 万元以上的银行流水及原始凭证，核查发行人与控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来，并取得相关资金用途说明或证明资料。同时，保荐机构及申报会计师对控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水进行核查，关注其是否与发行人之间存在异常大额资金往来。

经核查，除在招股说明书之“第七节公司治理与独立性”之“八、发行人报告期内的关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”中披露的情况外，报告期内发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员资金往来均为正常工资薪金、报销等。发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

（五）发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐机构及申报会计师查阅了发行人报告期内现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，核查发行人是否存在大额或频繁取现的情形；抽取发行人各银行账户大额资金往来，核查是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

经核查，报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

（六）发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐机构及申报会计师抽取发行人银行账户大额资金往来及重要的商务合同进行核查，核查是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

经核查，报告期内，发行人除了因为本次发行上市聘请中介机构支付服务费外，不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

（七）发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐机构及申报会计师查阅发行人实际控制人的个人银行账户对账单，对单笔交易金额1万元及以上或金额未达1万元但频繁发生的异常交易进行逐笔核查，对款项性质、交易对手、背景及原因的合理性进行分析，获取资金实际用途证明等，核查实际控制人个人账户大额资金往来的合理性。

经核查，报告期内，发行人实际控制人个人账户大额资金往来及取现均可合理解释，不存在频繁异常大额存现、取现情形。

（八）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

1、现金分红款

保荐机构及申报会计师查阅了报告期内实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其取得现金分红后的资金流向及使用情况。

报告期内，发行人于 2019 年 5 月 29 日召开 2018 年年度股东大会并审议通过《关于 2018 年度利润分配方案的议案》，同意以公司总股本 12,450 万股为基数，向全体股东每 10 股分红人民币 4 元（含税）；2019 年 10 月 25 日，发行人召开 2019 年第一次临时股东大会并审议通过《关于公司未分配利润分配方案的议案》，同意以公司总股本 12,450 万股为基数，向全体股东每 10 股分红人民币 3 元（含税）。

实际控制人的分红款主要用于家庭及个人投资、理财。发行人除实际控制人以外的董事、监事、高管、关键岗位人员获得的现金分红款金额较小，主要用于个人及家庭开支及投资。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内从发行人取得的现金分红款，主要资金流向不存在重大异常。

2、薪酬

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人取得薪酬及其使用情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人领取大额异常薪酬的情况，其正常领取的薪酬主要用于家庭及个人日常消费以及个人投资等。

3、资产转让款

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人处获得资产转让款的情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人取得资产转让款的情况。

4、转让发行人股权

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单，核查其从发行人处获得股权转让款的情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人取得股权转让款的情况。

综上所述，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员存在从发行人获得大额现金分红款的情形，资金流向或用途不存在重大异常；发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人领取大额异常薪酬、资产转让款的情形以及股权转让款的情况。

（九）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐机构及申报会计师查阅了发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员报告期内的银行流水，对往来款项的性质、交易对方、交易背景的合理性进行分析，并对报告期内主要客户、供应商进行访谈，确认其与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员以及关联方不存在资金往来或其他利益安排。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

（十）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构及申报会计师查阅了发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管及实际控制人控制的企业报告期内的银行流水，对往来款项的性质、交易对方、交易背景的合理性进行分析，核查发行人关联方与发行人客户、供应商之间是否存在异常大额资金往来或其他利益安排；对报告期内主要客户、供应商进行访谈，确认其与发行人关联方不存在异常资金往来或其他利益安排。

经核查，除在招股说明书之“第七节公司治理与独立性”之“八、发行人报告期内的关联交易情况”之“（三）偶发性关联交易”中披露的情况外，报告期内发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

四、结合上述资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人内部控制是健全有效的，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（本页无正文，为江西百胜智能科技股份有限公司《关于江西百胜智能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》之盖章页）

江西百胜智能科技股份有限公司

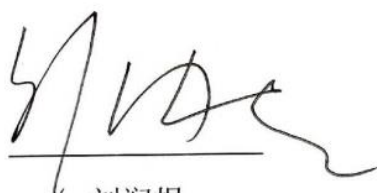


2020年12月22日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于江西百胜智能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报告的全部内容，确认本次审核问询函的回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

发行人董事长：

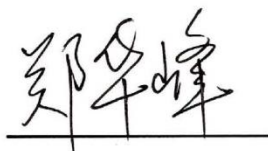

刘润根

江西百胜智能科技股份有限公司

2020 年 12 月 22 日

（本页无正文，为招商证券股份有限公司《关于江西百胜智能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》之签署页）

保荐代表人：

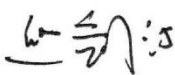


郑华峰



潘链

保荐机构总经理：



熊剑涛



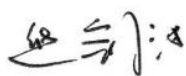
招商证券股份有限公司

2020 年 12 月 22 日

问询函回复报告的声明

本人已认真阅读江西百胜智能科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



熊剑涛



招商证券股份有限公司

2020年12月22日