



东吴证券股份有限公司

关于森赫电梯股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（苏州工业园区星阳街 5 号）

深圳证券交易所：

根据贵所于2021年5月11日下发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕010541号）（以下简称“意见落实函”）的要求，森赫电梯股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“森赫电梯”）、东吴证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“东吴证券”）会同上海市广发律师事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），就贵所提出的问题进行了认真讨论、核查，对《意见落实函》中所有提到的问题逐项予以落实并进行了书面说明，并对森赫电梯股份有限公司申请文件有关内容进行了必要的修改、补充说明或解释。

如无特别说明，相关用语释义与《森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。涉及对申请文件修改的内容已用楷体加粗方式列示。

黑体（加粗）	意见落实函所列问题
宋体（不加粗）	对意见落实函所列问题的回复
楷体（加粗）	涉及申请文件补充披露或修改的内容
楷体（不加粗）	对招股说明书内容的引用

本回复中若出现总计数尾与所列值和不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

问题 1.居间费用比率问题.....	4
问题 2.“森赫”商号商标管理问题	11
问题 3.关于盈利能力	22
问题 4.关于坏账准备	35
问题 5.关于境外收入核查.....	46

问题 1. 居间费用比率问题

发行人招股书中披露报告各期前五大居间项目情况，其中下列项目合同居间费用占合同金额比例较高，请发行人详细说明不同项目居间费用比率差异的原因，是否为行业惯例，与同行业可比公司比较情况。

项目名称	客户	销售内容	合同数量(台)	合同金额(万元)	居间商	合同居间费用(万)
济宁保障性住房众和花园小区	济宁市广巨置业有限公司	小机房乘客电梯	16	382.95	青岛德莱电梯设备有限公司、李斌	115.07
乌鲁木齐高新区(新市区)中小企业创新园(加速	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装	小机房乘客电梯、载货电梯	26	708.7856	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	206.91
蓬莱市万寿儒源	蓬莱华隆房地产开发有限公司	无机房乘客电梯	62	1085.00	烟台森赫电梯设备有限公司，青岛德莱电梯设备	297.69
Guadalajara Tren	Ingeniería Y Servicios ADM S. A. de	自动扶梯	139	US\$431.16	Elevadores Enterprice S. A de C. V.	134.04
中牟县官渡镇党庄社区	河南省顺泰达置业有限公司	小机房乘客电梯	16	410.4080	河南省兄弟电梯安装有限公司	128.09
西秀产业园区标准化厂房(四期)项目电梯采购	安顺市西秀区物资供应有限公司	载货电梯、小机房乘客电梯	34	852.30	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	247.78

请保荐机构和律师核查并发表明确意见。

问题 1 的回复

（一）发行人招股书中披露报告各期前五大居间项目情况，其中下列项目合同居间费用占合同金额比例较高，请发行人详细说明不同项目居间费用比率差异的原因，是否为行业惯例，与同行业可比公司比较情况

1、公司采取居间模式销售具有合理原因

前五大居间项目均为直销项目。为扩大销售规模，保持市场竞争地位，公司会借助居间商推广业务，居间商主要为公司提供客户对接和催收货款等服务。当居间商协助公司与对接客户成功签订电梯销售合同后，根据销售合同执行进度和回款情况，公司向居间商支付一定金额的代理服务费。公司采用该种方式销售的主要原因在于居间商具备一定的销售能力及较强的本地化服务能力，可以帮助公司在自身营销网络无法深度覆盖的地区，将产品推广至终端客户，扩大品牌知名度，增加公司的市场份额；另一方面，部分直销项目甲方具有较高的投标资质要求或要求与电梯生产企业直接签约，如政府机构或大型地产公司。在居间商自身不具备相关条件的情况下，居间商会推介公司直接与甲方签约。公司支付一定的居间服务费以保证居间商自身的合理利润空间。因此，在某种程度上，居间模式可以视为经销模式的替代。居间模式广泛存在于同行业公司，符合电梯行业特点。

2、居间业务“一单一议”的定价模式导致不同项目间居间费用率的差异

总体而言，居间模式下无固定的居间费率。公司采取“一单一议”的方式与居间商协商确定居间费用金额。居间费率影响因素主要包括：

（1）保证自身合理利润

通常情况下，公司与业主方直接签订销售合同，约定产品售价，公司根据成本测算项目整体获利空间。在保证自身合理利润的情况下，与居间商协商确定居间服务费金额，并据此签订居间合同。

报告期内，公司居间项目与非居间项目的设备毛利率对比情况如下：

单位：%				
序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
①	居间项目设备毛利率	48.87	47.07	48.12

序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
②	居间费用率 ¹	14.42	14.87	15.21
③=①-②	扣除居间费用后居间项目设备毛利率	34.46	32.20	32.90
④	非居间项目设备毛利率	33.58	33.86	35.36
⑤=③-④	差异	0.87	-1.66	-2.45

注：1、居间费用率=当期居间费用/当期居间项目设备收入。

报告期内，公司居间项目设备毛利率分别为 48.12%、47.07%和 48.87%，明显高于非居间项目设备毛利率，主要系公司为与居间商保持良好的业务往来，扩大销售规模，在保证自身合理利润的前提下，向居间商支付较高的居间服务费，而该项费用不计入产品成本所致。剔除居间费用的影响后，报告期内居间项目设备毛利率分别为 32.90%、32.20%和 34.46%，与公司非居间项目设备毛利率的差异较小。

公司居间商多为电梯经销商，公司对居间商亦需进行业务拓展与渠道维护，因此除居间费用外，公司为维护居间商所付出的各项销售费用与其他类型客户相比无明显差异。剔除居间费用的影响后，公司居间项目设备毛利率与非居间项目毛利率差异较小，公司的合理利润水平较为稳定，相关商业理由真实、合理。

（2）受居间商的具体服务内容影响

根据居间合同的约定，居间商在交易促成服务之外，一般需提供协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。由于居间商提供服务内容存在差异，不同项目的居间费用率亦有所不同。一般情况下，居间商对于直销项目的参与程度越高，项目居间费用率越高。

（3）受市场开拓策略影响

公司为进入新的目标市场，往往需要与当地专业电梯经销商或居间商开展商业合作。对于与部分居间商首次合作的居间项目，公司会适当让渡利润，为未来合作打下良好基础。

3、上述项目居间费用率较高的情形具有合理原因

（1）不同居间项目费用的具体分析

①Guadalajara Tren 项目

该项目为海外项目，居间商仅提供业务推介服务而不承担其他后续义务，因此居间费用较低，居间费用率为 4.78%（按人民币美元 6.5:1 折算）。

②济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装

该项目合同签订于 2014 年，因房地产开发公司自身原因，项目小区整体施工难度较大、建设进度缓慢，导致电梯安装、验收周期较长，至 2017 年 16 台电梯才全部确认完毕。期间，居间商长期对电梯项目负有运输、现场沟通、终端客户维护、场地清理、检测调试、配合验收、催收货款等配合义务，因此公司支付给居间费用金额也相应提高，以保障该项目的产品质量和款项收回。

③乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备

该项目位于新疆，运输成本较高。根据该项目的直销合同约定，公司附有运输义务，且将运输义务转包给居间商实施，因此居间费用中包含较多运输费用，居间费总金额较大。此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。

④蓬莱市万寿儒源

该项目总台数 62 台，系由居间商自行开拓的地产项目，也是公司在蓬莱市介入的首个大型地产项目。合同签订过程中，竞争对手众多，且公司在当地市场影响力较低，签约难度较大。居间商凭借其多年的行业经验以及本地化优势，在项目现场勘测、前期沟通协调等方面起到重要作用，成功促成公司与直销客户的签约。因此，公司在保证自身合理收益的基础上，给予经销商较高的居间费用，以体现对其市场开拓的回报。此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。

⑤中牟县官渡镇党庄社区

该项目中，公司与居间商河南省兄弟电梯安装有限公司（以下简称“河南兄弟”）签署负连带清偿责任的保证书，保证书约定河南兄弟需保证河南省顺泰达置业有限公司（即直销合同对方，以下简称“河南顺泰达”）按合同约定按期支付合同价款，若河南顺泰达未按时付款的，不论其未付款的理由为何，公司均有权要求河南兄弟承担连带清偿责任，或由河南兄弟承担清偿责任，且森赫电梯有

权在应付给河南兄弟的费用中直接予以扣除（如存在应付费用的前提下），对不足清偿的部分，仍由河南兄弟承担。

在此项目下，公司支付给河南兄弟的居间费用中包含上述连带担保的对价，此外，居间商所承担的义务也包括协助勘测及技术服务、产品运输、验收协助、催收货款等电梯项目全周期配合服务。因此居间费用率相对较高。

⑥西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购

该项目合同签订于 2017 年度，系公司与居间商贵州昌晶伟电梯工程有限公司首次合作，也是公司首次进入当地市场，公司基于当地市场拓展及长期合作可能性考虑，选择给予该居间商一定合理让利。业主方要求与电梯制造厂商直接签约，且项目施工情况较为复杂，需要由更了解当地市场情况的居间商提供更多的前期、后续服务。因此居间费用率较高。

（2）项目实际盈利能力的合理性分析

对于国内项目。如前文所述，公司一般在考虑项目合理利润水平和居间商服务内容的基础上，与居间商协商确定居间费用金额。因此，项目毛利率与居间费用率的差额可在一定程度上体现公司向居间商支付代理费后项目的实际盈利水平。2017 年至报告期末，济宁保障性住房项目等五个居间费用率较高项目的项目毛利率与居间费用率的对比情况如下：

单位：%、台

序号	项目名称 ¹	居间商名称	居间费用率 ²	项目毛利率 ³	差额	合同台数	已确认台数
1	济宁保障性住房众和花园小区 1#—7#楼电梯采购及安装	青岛德莱电梯设备有限公司、李斌	30.05	49.18	19.13	16	16
2	乌鲁木齐高新区（新市区）中小企业创新园（加速器）项目电梯设备	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	29.19	45.30	16.11	26	26
3	蓬莱市万寿儒源	烟台森赫电梯设备有限公司、青岛德莱电梯设备有限公司	27.44	45.12	17.68	62	33
4	中牟县官渡镇党庄社区	河南省兄弟电梯安装有限公司	31.21	51.21	20.00	16	16
5	西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	29.07	39.15	10.08	34	16

注：1、以上直销项目中，济宁保障性住房项目确认于 2017 年度，其余项目均确认于报告期内；

2、居间费用率=合同居间费用金额÷合同总金额；

3、项目毛利率指对应直销项目于 2017 年至报告期末的综合毛利率。

从上表可见，上述直销项目居间费用率基本保持同一水平。尽管居间费用率较高，但项目毛利率在扣除居间费用率后普遍保持在 20%左右，可以保证公司的合理利润。其中，西秀产业园区项目毛利率与居间费用率的差额较小，主要原因为贵州昌晶伟电梯工程有限公司系首次与公司合作，且该项目系公司首次进入当地市场，因此公司给予该居间商一定的合理让利，为后续开展合作奠定基础。

综上所述，上述项目居间费用率较高具有合理原因。

4、不同项目间居间费用存在差异属于电梯行业普遍情况

居间服务费用“一单一议”的定价模式为行业惯例，公司的居间费用确认方式与同行业可比公司一致，均无固定的居间费用率，不同居间项目中居间费用比例存在差异。通用电梯在其《招股说明书》中披露“公司无固定的销售服务费率，支付给销售服务商的销售服务费系根据具体每份《居间合同》或《代理服务协议》确定销售服务费的金额”；梅轮电梯在其《招股说明书》中披露“发行人无固定的居间费率，支付给居间商的业务费，根据具体每份居间合同确定业务费的金额”。

报告期内，发行人与同行业可比公司居间费用率对比如下：

单位： %

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康力电梯	2.79	2.90	3.30
快意电梯	6.05	5.39	6.14
梅轮电梯	5.98	3.98	2.93
通用电梯	3.72	2.42	3.90
平均值	4.63	3.67	4.07
本公司	4.17	4.09	5.07

注：居间费用率=居间费用/主营业务收入，以上数据来源同行业可比公司公开披露信息。

经过对比，发行人报告期内的居间费用率分别为 5.07%、4.09%和 4.17%，变动较小，其总体居间费用率与同行业可比公司相比处于合理水平。

根据梅轮电梯公开披露，该公司存在部分居间费用率较高的项目情况如下：

单位：元

居间商名称	居间费用	对应项目销售收入	居间费率
段福明（2016 年度）	3,723,764.28	3,918,153.78	95%
淮安福瑞电梯服务有限公司 （2016 年度）	1,754,125.88	3,503,418.82	50%
刘二珍（2015 年度）	5,274,583.60	12,178,718.05	43%

数据来源：梅轮电梯《招股意向书附录》。

综上所述，同行业可比上市公司一般无固定的居间服务费率，与公司居间费用政策保持一致；公司居间费用率较高的项目可以保持合理的利润率水平，符合电梯行业实际情况，与同行业可比上市公司无重大差异。

（二）中介机构的核查情况

1、核查过程

（1）取得上述项目的居间协议和安装协议等文件，核查相关服务约定内容；

（2）取得并查询同行业可比公司的公开披露文件，核查居间费用的确定方式及居间费用率；

（3）对公司销售总监和财务总监进行访谈，核查上述项目居间费用率差异的原因。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

上述核查项目中，部分项目的合同居间费用率较高，原因主要为发行人采取“一单一议”的居间费用定价模式，综合考虑发行人及居间商的合理利润率水平、居间商具体服务内容等因素后与居间商确定居间费用金额，具有合理原因。

支付居间费用为行业惯例，发行人与同行业可比公司一致，均无固定的居间费用率，不同居间项目中居间费用比例存在差异。报告期内，发行人的总体居间费用率变动较小，与同行业可比公司相比处于合理水平。

问题 2. “森赫”商号商标管理问题

发行人招股书中披露报告期各期前十大居间商情况，下列居间商使用了“森赫”商号，情况如下表：

居间商	注册地址	注册资本 (万元)	实际 控制人	公司性质	服务区域	合同金额（万 元）	当期居间费用 (万元)
内蒙古森赫电梯有限公司	内蒙古自治区呼和浩特市回民区通道北街云鼎大厦 E 座 5 单元 27 楼	200	徐正杰	有限责任公司	内蒙古	2,787.20	132.27
山东森赫机电设备安装有限公司	山东省菏泽市单县北城锦绣花园西街 62 号	500	孟伟	有限责任公司	山东	491.62	116.37
烟台森赫电梯设备有限公司	芝罘区魁玉路富甲小区 43-102 号	800	张瑜瑜	有限责任公司	山东	1,127.80	124.44
天津森赫机电安装有限公司	天津市宝坻区宝平景苑便民市场 8 号	300	孙立民	有限责任公司	天津	2,668.97	639.26

发行人招股书中披露报告期各期前十大经销商的基本情况，下列经销商使用了“森赫”商号，情况如下表：

客户名称	销售收入（万元）
安徽森赫电梯设备有限公司	708.19
安徽森赫电梯设备有限公司	420.12
河北森赫电梯有限公司	759.40
山西森赫电梯销售有限公司	738.85
湖南莱茵森赫电梯有限公司	575.16

请发行人进一步说明：（1）从历史沿革角度进一步说明使用“森赫”商号经销商或居间商与发行人之间有无直接或间接的持股关系、关联关系、业务往来；在客户、业务、人员、资产方面是否独立。（2）使用“森赫”商号经销商或居间商是否为发行人销售产品提供服务专门设立，除发行人外，其是否还有其他客户，与发行人相关的营业收入占总营业收入比例情况，产品销售价格是否公允，与其他销售商或居间商比较情况，是否存在利益冲突或输送的情况。（3）双方之间是否存在商标、商号权属争议。（4）使用“森赫”商号经销商或居间商使用“森赫”商标名号是否有协议授权，对商标名号使用后续安排。

同时请保荐人、律师核查并发表明确意见。

问题 2 的回复

（一）从历史沿革角度进一步说明使用“森赫”商号经销商或居间商与发行人之间有无直接或间接的持股关系、关联关系、业务往来；在客户、业务、人员、资产方面是否独立。

1、使用“森赫”商号经销商或居间商与发行人之间有无直接或间接的持股关系、关联关系

（1）发行人历史沿革

时间	变更事项	股权结构
2007 年 12 月	莱茵有限设立	联合电梯（75%）、德国莱茵克拉（25%）
2008 年 12 月	莱茵有限第一次增资	联合电梯（75%）、德国莱茵克拉（25%）
2009 年 6 月	莱茵有限第一次股权转让	联合电梯（75.0%）、德国莱茵克拉（13.1%）、香港莱茵（11.9%）
2009 年 6 月	莱茵有限第二次增资	联合电梯（49.31%）、香港莱茵（42.08%）、德国莱茵克拉（8.61%）
2010 年 5 月	莱茵有限第三次增资	香港莱茵（51.33%）、联合电梯（42.77%）、德国莱茵克拉（5.90%）
2011 年 5 月	莱茵有限第二次股权转让	香港莱茵（57.23%）、联合电梯（42.77%）
2011 年 11 月	莱茵有限第三次股权转让	联合电梯（42.77%）、米高投资（29.50%）、香港莱茵（27.73%）
2012 年 9 月	莱茵有限第四次股权转让	李东流（60.5%）、米高投资（29.5%）、尚得投资（10.0%）
2012 年 12 月	莱茵有限整体变更设立为森赫电梯	李东流（60.50%）、米高投资（29.50%）、尚得投资（10.00%）
2013 年 8 月	森赫电梯第一次增资	李东流（60.50%）、米高投资（29.50%）、尚得投资（10.00%）
2015 年 12 月	森赫电梯第一次股份转让	李东流（60.50%）、米高投资（22.65%）、尚得投资（10%）、迈森投资（3.62%）、途森投资（3.22%）

（2）截至本回复出具日，发行人董监高变化情况如下

时间	变更事项	具体情况
2007 年 12 月	莱茵有限设立	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：李森凤 总经理：李振浩 副总经理：李东流
2009 年 6 月 3 日	变更监事	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：董立晴 总经理：李振浩

		副总经理：李东流
2010 年 7 月 15 日	变更总经理、副总经理	董事：李东流、李振浩、钱小燕 监事：董立晴 总经理：李东流 副总经理：李振浩
2011 年 11 月 14 日	增选董事	董事：李东流、李振浩、钱小燕、李仁 监事：董立晴 总经理：李东流 副总经理：李振浩
2012 年 9 月 17 日	董事会改选	董事：李东流、李振浩、李仁 监事：董立晴 总经理：李东流
2012 年 12 月 18 日	整体变更为股份有限公司	董事：李东流、李振浩、李仁、沈晓阅、钱小燕 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流
2015 年 12 月 7 日	董事会改选，增加独立董事、副总经理	董事：李东流、沈晓阅、钱小燕、李振浩、徐逸星、马涛、恩旺 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流 副总经理：王婉君、张晓强、牛有权
2018 年 12 月 7 日至今	董事会改选，增加副总经理	董事：李东流、沈晓阅、钱小燕、李仁、徐逸星、马涛、恩旺 监事：姚芳芳、沈明明、朱红梅 总经理：李东流 副总经理：王婉君、张晓强、牛有权、焦杰

(3) 上述使用“森赫”商号经销商或居间商基本情况

序号	客户名称	客户类型	基本情况
1	安徽森赫电梯设备有限公司(以下简称“安徽森赫”)	经销商/居间商	安徽森赫成立于 2012 年 6 月 25 日，法定代表人为陈晓燕，注册资本为 1008 万元，为陈晓燕持股 60%、汪汇东持股 40%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼总经理为陈晓燕，监事为汪汇东。
2	河北森赫电梯有限公司(以下简称“河北森赫”)	经销商/居间商	河北森赫成立于 2010 年 3 月 8 日，法定代表人为李晓东，注册资本为 300 万元，为李晓东持股 70%、李建卫持股 30%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼总经理为李晓东，监事为李建卫。
3	山西森赫电梯销售有限公司(以下简称“山西森赫”)	经销商	山西森赫成立于 2012 年 5 月 29 日，法定代表人为樊安国，注册资本为 200 万元，为王桂芳持股 80%、樊安国持股 20%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼总经理为樊安国，监事为王桂芳。山西森赫已于 2019 年 7 月 5 日注销。
4	湖南莱茵森赫电梯有限公司(以下简称“湖南莱茵森赫”)	经销商/居间商	湖南莱茵森赫成立于 2012 年 8 月 30 日，法定代表人为吴书国，注册资本为 200 万元，为吴书国持股 80%、涂晓娟持股 20%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事为吴书国，经理为

			涂晓娟，监事为徐宁。
5	内蒙古森赫电梯有限公司(以下简称“内蒙古森赫”)	经销商/居间商	内蒙古森赫成立于 2014 年 8 月 6 日，法定代表人为徐正杰，注册资本为 200 万元，为徐正杰持股 100%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼经理为徐正杰，监事为张宇超。
6	山东森赫机电设备安装有限公司（以下简称“山东森赫”）	居间商/居间商	山东森赫成立于 2017 年 1 月 16 日，法定代表人为孟伟，注册资本为 500 万元，为孟伟持股 51%、杜祥勇持股 49%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼经理为孟伟，监事为杜祥勇。
7	烟台森赫电梯设备有限公司(以下简称“烟台森赫”)	经销商/居间商	烟台森赫成立于 2013 年 7 月 22 日，法定代表人为张瑜瑜，注册资本为 200 万元，为张瑜瑜持股 70%、王传艺持股 30%的有限责任公司（自然人投资或控股），执行董事兼总经理为张瑜瑜，监事为王传艺。
8	天津森赫机电安装有限公司(以下简称“天津森赫”)	经销商/居间商	天津森赫成立于 2012 年 11 月 7 日，法定代表人为孙立民，注册资本为 300 万元，为孙立民持股 80%、李学芬持股 20%的有限责任公司，执行董事为孙立民，监事为李学芬。

上述使用“森赫”商号经销商或居间商与公司之间不存在直接或间接的持股关系、关联关系，报告期内，除正常发生的采购销售或居间业务外，上述经销商或居间商与发行人之间不存在其他资金、业务往来、关联关系或者其他利益安排，与发行人在客户、业务、人员、资产方面均保持独立。

（二）使用“森赫”商号经销商或居间商是否为发行人销售产品提供服务专门设立，除发行人外，其是否还有其他客户，与发行人相关的营业收入占总营业收入比例情况，产品销售价格是否公允，与其他销售商或居间商比较情况，是否存在利益冲突或输送的情况。

1、经销商或居间商使用“森赫”商号的原因

长期以来，为拓展客户和增加品牌市场认可度，公司重视自身销售网络之外的经销渠道建设。为体现与发行人之间的紧密合作关系，借助森赫电梯品牌拓展市场、开拓销售渠道，实现合作共赢，存在部分经销商或居间商与公司使用相同商号的情况。因此，部分经销商或居间商使用“森赫”商号系出于自身业务拓展的需求，同时对公司品牌市场知名度产生正面影响。

另一方面，与经销商或居间商共用商号系电梯制造公司发展自身品牌的普遍做法。根据康力电梯、梅轮电梯、快意电梯、通用电梯等公司公开披露的信息，

同行业上市公司亦存在此类情形。因此，公司部分经销商或居间商使用“森赫”商号具有行业特点，符合行业惯例。

2、使用“森赫”商号的经销商或居间商与公司间的排他性安排

为维护发行人良好的市场形象及品牌利益，公司与上述经销商或居间商签署了《企业字号使用许可协议》（以下简称“协议”）。其中对“森赫”商号的使用许可范围、使用方式及广告宣传、违约责任等内容进行了明确约定。公司授权上述经销商或居间商使用“森赫”商号未收取任何费用。此外：①协议未对上述经销商或居间商销售电梯的品牌进行任何限制，客户可以根据自身业务需求代理其他电梯品牌；②协议未对经销商或居间商在任何期间内代理公司产品数量或金额做出约定。

综上所述，根据字号许可使用协议，公司未对上述经销商或居间商约定任何排他性限制或品牌销售任务。选择使用“森赫”商号系经销商或居间商自主商业行为。

3、报告期内对使用“森赫”商号的经销商和居间商的销售情况

公司居间商和经销商系根据客户与公司的合作模式划分的身份概念，在不同的电梯订单中，公司的合作方根据项目实际情况以居间商身份或经销商身份与公司合作。因此，部分居间商和经销商存在重叠情况。

报告期内，公司 2017 年至 2020 年主要经销商或居间商中，公司向使用“森赫”商号单位的销售具体如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	客户性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度		发行人产品占比 ²
			销售收入	占比 ³	销售收入	占比 ³	销售收入	占比 ³	
1	安徽森赫	经销+居间	-	-	708.19	1.42	420.12	0.93	约 10%
2	河北森赫	经销+居间	-	-	215.51	0.43	201.2	0.45	100%
3	山西森赫 ¹	经销商	-	-	-	-	-	-	-
4	湖南莱茵森赫	经销+居间	-	-	27.29	0.05	319.76	0.71	约 10%
5	内蒙古森赫	经销+居间	216.67	0.41	8.49	0.02	65.99	0.15	约 95%
6	山东森赫 ¹	经销+居间	-	-	-	-	-	-	-
7	烟台森赫	经销+居间	6.46	0.01	12.65	0.03	-	-	约 10%

8	天津森赫	经销+居间	6.19	0.01	-	-	179.31	0.40	100%
	合计	-	229.32	0.43	972.13	1.96	1186.38	2.63	-

注 1、山西森赫、山东森赫系 2017 年度经销商（居间商），报告期内无收入；

2、“发行人产品占比”系经销商或居间商对外销售森赫电梯产品占自身收入比例，数据来源于客户访谈；

3、占比=客户当期收入÷当期主营业务收入。

从上表可见，报告期内，公司向主要经销商或居间商中使用“森赫”商号单位销售占比较小，不存在重大依赖情形。其中，河北森赫、内蒙古森赫和天津森赫销售森赫电梯产品比例较高，主要原因为：经销商（居间商）在综合考虑森赫品牌在当地市场的影响力、产品质量、服务质量以及品牌形象等多种因素后，出于市场因素及自身业务发展需要的考虑，自主选择森赫品牌作为其主要销售的品牌，系正常市场行为，不存在其他利益安排。

报告期内，公司向使用“森赫”字号的经销商和居间商销售台数情况和设备单价情况如下：

单位：台数、元/台、%

年份	国内销售台数 (含经销商和居间商)	“森赫”商号 销售台数	国内销售设备均价 (含经销商和居间商)	“森赫”商号 设备均价	差异率
2018 年度	1,874	213	87,036.17	92,243.82	5.98
2019 年度	2,504	236	82,849.84	87,707.16	5.86
2020 年度	2,693	164	79,745.00	79,272.42	-0.59

从上表可见，报告期内公司向使用“森赫”商号单位销售电梯数量较少，设备销售单价与国内经销设备单价具有波动性差异，主要原因为：电梯属于非标产品，单梯价格受层站数、使用场景、用料等因素影响差异较大，由于“森赫”商号确认台数样本量较小，受个别合同价格影响，设备均价间会产生一定差异。

综上所述，经销商或居间商使用“森赫”商号系自主商业行为，并非为发行人销售产品提供服务专门设立；上述经销商或居间商与公司间无排他性协议，客户可以自主选择销售其他品牌电梯产品；公司向上述客户销售价格与其他客户无重大差异，定价公允，不存在利益冲突或输送的情况。

（三）双方之间是否存在商标、商号权属争议

截至本回复出具日，公司及子公司共拥有 47 项“森赫”相关的商标，公司及子公司已取得国家工商行政管理总局商标局及注册地主管部门核发的《商标注册证》，对该等商标拥有合法的所有权，可以以合法的方式使用上述商标，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

2012 年 10 月 24 日，国家工商行政管理总局核发“（国）名称变核外字[2012]第 177 号”《企业公司名称变更核准通知书》；2013 年 1 月 4 日，发行人取得湖州市工商行政管理局核发的注册号为 330500400004225 的《企业法人营业执照》。发行人经核准登记的名称为“森赫电梯股份有限公司”，至今一直使用“森赫”商号。

截至本回复出具日，公司未因拥有并使用“森赫”商标、商号发生任何法律纠纷。

综上所述，上述使用“森赫”商号的经销商或居间商与公司不存在商标、商号权属争议。

（四）使用“森赫”商号经销商或居间商使用“森赫”商标名号是否有协议授权，对商标名号使用后续安排。

公司作为许可人与上述经销商与居间商签订了《企业字号使用许可协议书》（下文中，甲方指代许可方；乙方指代被许可方），允许上述主体使用“森赫”商标名号。协议中关于商标名号使用的安排，主要内容如下：

1、“森赫”字号许可使用的范围

根据协议约定，公司仅许可经销商或居间商将“森赫”字号用于其自身企业名称登记注册。如经销商开设带有“森赫”字号的分支机构时，需经公司另行授权。

未经公司书面许可，经销商（含居间商）及其股东不得自行或联合、授权、唆使、指使其他主体注册“森赫”等与公司上述商标/字号相同或近似的商标或商业经营主体，并开展经营或从事其他类似有损公司商业信誉或者利益的事项。

2、“森赫”字号的使用方式

根据协议约定，“森赫”字样同时也是甲方的系列注册商标，甲方就该商标享有注册商标专用权，甲方未许可乙方在与甲方业务无关的产品或业务中使用“森赫”注册商标，乙方也不得因“森赫”企业字号的使用而申请注册或者试图注册相似或近似的商标，或者企业字号。

根据协议约定，如乙方违法或违约经营，导致公司利益受损，公司可要求其承担全额赔偿责任；若因该等经销商或居间商违法经营或在经营中有损害发行人名誉的行为及违反协议约定的，公司有权立即单方解除其对“森赫”企业商号的使用权。

如双方经销或居间关系终止或协议解除，该等经销商或居间商不再享有“森赫”商号的使用权，其必须于协议终止或解除之日起 15 天内在工商行政管理部门办理企业名称变更手续。逾期不办理的，公司有权以侵害注册商标权、企业名称专用权为由向其追究法律责任。

3、关于广告宣传

根据协议约定，未经公司许可，乙方不得采用各种形式使用甲方的字号、商标从事对外广告宣传活动，否则即构成对甲方的侵权和不正当竞争。

4、违约责任

根据协议约定，若因乙方的违法或不当行为，导致甲方经济损失或商誉受损的，甲方除有权终止“森赫”企业字号的使用权外，有权向乙方主张赔偿全部损失。

综上所述，发行人与上述经销商和居间商就“森赫”商标商号签署了授权协议，对上述主体使用“森赫”商号、商标行为进行了明确的约定和使用安排，协议目前均在正常履行中，协议双方未因此发生诉讼或仲裁等纠纷事宜。

（五）中介机构的核查情况

1、核查过程

（1）查阅了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高管填写的关联方

调查表；

(2) 查阅了发行人设立以来的工商档案、报告期内员工花名册；

(3) 通过国家企业信用信息公示系统网站，对报告期内使用“森赫”商号的经销商或居间商的工商登记及变更信息、公司股权结构及主要管理人员进行了核查；

(4) 查阅了该等经销商或居间商出具的说明文件；查阅了发行人、实际控制人及其配偶、董监高、主要财务人员等主体报告期内的银行流水；实地走访了部分经销商或居间商，与其相关负责人进行了访谈；

(5) 查阅了发行人与该等经销商或居间商签订的合同、发行人的收入明细、银行付款单据等文件；

(6) 通过实地走访、视频等方式对该等经销商或居间商进行了访谈，同时向经销商和居间商发送了询证函，对涉及居间费用支出的重要客户以走访及函证形式进行了解，并查阅了该等经销商或居间商的企业信用信息公示报告；

(7) 查阅了发行人持有的与“森赫”相关的《商标注册证》并通过国家知识产权局商标局网站对发行人拥有的商标进行了查询；

(8) 查阅了发行人与上述经销商或居间商签订的《企业字号使用许可协议》，查阅了该等经销商或居间商就使用“森赫”商号行为出具的《专项说明》；

(9) 通过中国裁判文书网对发行人报告期内的诉讼、仲裁情况进行了查询。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

(1) 使用“森赫”商号经销商或居间商与发行人之间不存在直接或间接的持股关系、关联关系、业务往来；发行人与该等主体在客户、业务、人员、资产方面相互独立；

(2) 报告期内，使用“森赫”商号经销商或居间商销售产品均价与同期发行人向国内经销商或居间商销售产品的均价有所差异，考虑同时期内层站数及电梯产品类别型号产生的差异率，该价格不存在重大差异，交易价格公允，不存在利益

冲突或输送的情况；

（3）双方之间不存在有关“森赫”商标、商号权属的争议。

（4）发行人与使用“森赫”商号经销商或居间商就使用“森赫”商标名号，签署了使用许可协议，对商标名号使用进行了明确的安排。

问题 3. 关于盈利能力

报告期内，发行人存在居间商与供应商重叠的情形，即向具有安装维保资质的居间商委托安装维保业务的情形，部分居间商又同时为经销商，经销商提供安装维保业务占安装维保成本比例分别为 56.16%、39.56%、55.95%，为维持良好业务合作关系，发行人会委托相关经销商完成居间业务对应的安装维保工作。报告期内，发行人安装业务收入分别为 3,813.82 万元、4,087.69 万元、4,909.25 万元，毛利率为负，主要是由安装业务具有一定的半附赠性质，适当向第三方安装维保公司让渡部分安装利润所致。

根据招股说明书，报告期内发行人主营业务毛利率高于同行业可比公司，主要原因包括较高的居间费用率带来的较高销售合同毛利率，销售费用率与管理费用率高于同行业可比公司间接提升了毛利率，公司实际盈利水平与同行业平均水平相比没有重大差异。根据公开披露信息，报告期内发行人销售净利率高于同行业可比公司。

请发行人：

(1) 结合委托安装维保金额、委托安装维保单位成本、委托安装维保数量、居间合同金额、合同数量、居间费用等，补充披露报告期内居间商与供应商的重叠情形、居间费用的定价模式。

(2) 结合报告期内主要居间商的合同约定、居间服务内容、居间商与供应商重叠情况等，分析说明居间服务费与居间业务的匹配情况，居间费用支付的合理性；委托安装维保价格的公允性；居间业务与委托安装维保业务的对应关系，委托安装维保数量和居间合同数量是否存在差异，存在差异的原因及合理性。

(3) 说明居间费用、委托安装维保单价是否同行可比，进一步量化分析前述因素对主营业务毛利率的影响。

(4) 说明毛利率、期间费用率高于同行业可比公司情况下，销售净利率高于同行可比公司的原因，公司实际盈利水平是否与同行业可比公司存在重大差异，存在差异的原因及合理性。

请保荐机构、会计师核查并发表明确意见。

问题 3 的回复

（一）结合委托安装维保金额、委托安装维保单位成本、委托安装维保数量、居间合同金额、合同数量、居间费用等，补充披露报告期内居间商与供应商的重叠情形、居间费用的定价模式。

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

⑥居间商与供应商重叠情况

A、居间商与供应商重叠的产生原因

报告期内，公司存在居间商与供应商（委托安装维保单位）重叠的情况，该类情形主要发生于某些附安装义务的直销合同中。如前述，居间商主要为公司提供业务推广、促成直销合同签订等服务，并收取一定金额的代理服务费。如果相关直销合同同时附有安装维保义务，公司多数情况下会将安装维保业务委托给具有资质的第三方安装维保单位实施。因此，如居间商同时具有安装维保资质，公司一般会与该居间商签订委托安装维保协议。在此情况下，居间商一般对其推介的直销项目更为了解，可以为终端客户提供更好的安装维保服务，同时也有助于公司保持与该居间商的长期合作关系。

B、报告期内居间商与供应商重叠的具体情况

由于公司居间商多具有安装维保资质，多数附安装义务的直销项目均会选择与居间商签署委托安装维保协议，此类项目数量较多；同时，附安装义务的直销项目整体周期较长，按项目验收进度分阶段确认收入，因此报告期内确认收入及发生安装成本的金额与合同总金额存在部分差异。综合上述情况，在分析居间商与委托安装维保单位重叠情况时，选取报告期内所有存在收入确认的附安装义务直销项目（以下简称重叠项目）作为总体范围，符合上述条件的项目总数为 144 个，合同总金额为 3.77 亿元（非报告期内确认收入总额）；以单个合同金额大于 500 万元作为重要性标准，重要重叠项目数量为 19 个，合同总金额 2.23 亿元，占总体 58.96%。

根据上述选样原则，报告期内重要重叠项目的基本情况如下所示：

单位：万元、台、万元/台											
序号	合同名称	直销客户名称	居间商/委托安装维保单位名称	合同金额	合同金额占比	合同台量	居间合同金额	居间费率	委托安装维保合同金额	委托安装维保合同数量	委托安装维保合同单价
1	哈尔滨香林名苑小区	哈尔滨大发房地产开发有限公司	内蒙古森赫电梯有限公司	2,700.00	7.15	116	131.51	4.87	734.25	116	6.33
2	陈塘庄货场铁路职工定向安置经济适用房电梯采购及安装项目	天津京铁房地产开发有限公司	天津森赫机电安装有限公司	2,668.97	7.07	82	738.30	27.66	504.71	82	6.16
3	金品苑、金坤苑	湖南旺坤投资建设集团有限公司	湖南莱茵森赫电梯有限公司	1,701.12	4.51	60	189.50	11.14	284.77	60	4.75
4	阳光·维多利亚	眉山市阳光置业房地产开发有限公司	四川莱茵森赫电梯有限公司	1,612.36	4.27	46	111.29	6.90	295.43	46	6.42
5	宏泽中央公园	哈尔滨宏泽房地产开发有限公司	内蒙古森赫电梯有限公司	1,384.80	3.67	42	16.60	1.20	114.85	42	2.73
6	乌鲁木齐高铁片区电梯采购及安装工程（一标段） ¹	乌鲁木齐高铁枢纽综合开发建设投资有限公司	新疆安达机电设备有限公司	1,373.39	3.64	29	68.70	5.00	38.15	3	12.72
7	天源九号	甘肃九通置业有限公司	甘肃森赫电梯工程有限责任公司	1,350.42	3.58	56	65.42	4.84	317.23	56	5.66
8	高新区河边镇统建房电梯采购和安装工程	绵阳新兴投资控股有限公司	四川贤通机电科技有限公司	1,232.80	3.27	53	216.90	17.59	442.27	53	8.34
9	金乡县高庄棚户区电	金乡鑫诺新农村建设投资有限公	济宁利保电梯有限公司	1,092.49	2.89	45	255.49	23.39	279.94	45	6.22

	梯采购及安装项目	司									
10	衡阳市珠晖区双江村安置房电梯采购及服务项目	衡阳市珠晖区农村和城市建设投资开发有限公司	江苏煜煌建设有限公司	882.80	2.34	32	110.47	12.51	321.29	32	10.04
11	西秀产业园区标准化厂房（四期）项目电梯采购	安顺市西秀区物资供应有限公司	贵州昌晶伟电梯工程有限公司	852.30	2.26	34	247.78	29.07	235.42	34	6.92
12	亿都国际	株洲市亿都房地产开发有限责任公司	湖南莱茵森赫电梯有限公司	764.64	2.03	34	40.60	5.31	326.56	34	9.60
13	阳光·天天向上	眉山市阳光置业房地产开发有限公司	四川莱茵森赫电梯有限公司	733.68	1.94	24	55.35	7.54	180.44	24	7.52
14	贵港市郁江湾项目	广西贵港市骏宝房地产开发有限公司	广西日昇电梯冷气工程有限责任公司	720.00	1.91	24	44.36	6.16	118.72	24	4.95
15	乌鲁木齐高新区(新市区)中小企业创新园(加速器)项目	新疆生产建设兵团建设工程集团第一建筑安装工程有限责任公司	乌鲁木齐新宇尚智工程安装有限公司	708.79	1.88	26	206.91	29.19	168.94	26	6.50
16	江浦街道同心社区服务中心	南京市浦口区人民政府江浦街道办事处	南京同成电梯有限公司	643.13	1.70	25	45.48	7.07	227.20	25	9.09
17	益阳市资江两岸三里桥棚改二期	益阳市楚才保障性住房建设投资有限公司	湖南莱茵森赫电梯有限公司	620.00	1.64	20	79.09	12.76	107.87	20	5.39
18	龙湖御景三期	郑州正力置业有限公司	河南日浦电梯有限公司	610.38	1.62	37	27.99	4.59	106.39	37	2.88
19	烟台市城新房地产开发有限公司	烟台市城新房地产开发有限公司	青岛德莱电梯设备有限公司	602.80	1.60	36	26.64	4.42	123.89	36	3.44
合计				22,254.87	58.96	-	2,678.38	12.04	4,928.32	792	6.22

注：1、该项目共 29 台电梯，其中 3 台委托居间商新疆安达机电设备有限公司安装维保，其余 26 台委托成都进吉机电工程有限公司安装维保；

2、上表选取合同金额大于 500 万元的直销合同作为主要重叠项目。

从上表可见，各重要重叠项目中，居间合同金额及委托安装维保单价具有明显差异，主要原因包括居间商提供的居间服务内容差异、终端客户需求差异及受施工现场环境影响的安装难度差异；因新疆安达机电设备有限公司电梯安装维保资质到期需更新，为保证项目进度，公司将后续 26 台电梯委托成都进吉机电工程有限公司安装维保，除此之外，委托居间商进行安装维保的电梯数量与居间

合同台数基本相符；上述重要重叠项目的单梯委托安装维保合同金额为 6.22 万元/台（含税），报告期内公司平均单梯安装成本分别为 6.38 万元/台、5.63 万元/台和 4.58 万元/台，二者不存在重大差异。

重要居间项目的居间费用合理性分析参见本落实函“问题 1”的回复。

C、居间费用的定价模式及合理性

由于电梯属于非标准化设备，产品生产需根据项目土建情况进行定制化生产。不同项目中，居间商的参与程度和服务内容均存在较大差异，因此无固定的居间费率。一般情况下，公司根据直销项目整体盈利水平，在保障自身合理利润的基础上，与居间商协商确定居间费用金额。上述定价模式属于电梯行业惯例，与同行业可比上市公司不存在差异。

（二）结合报告期内主要居间商的合同约定、居间服务内容、居间商与供应商重叠情况等，分析说明居间服务费与居间业务的匹配情况，居间费用支付的合理性；委托安装维保价格的公允性；居间业务与委托安装维保业务的对应关系，委托安装维保数量和居间合同数量是否存在差异，存在差异的原因及合理性。

1、居间费用和委托安装维保价格的合理性说明

公司采取“一单一议”的原则确定居间费用率，无固定费率。一般情况下，公司根据直销项目整体盈利水平，在保障自身合理利润的基础上，与居间商协商确定居间费用金额。因此，不同项目间居间费用率有所差异。

报告期内，发行人与同行业可比公司居间费用率对比如下：

单位：%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康力电梯	2.79	2.90	3.30
快意电梯	6.05	5.39	6.14
梅轮电梯	5.98	3.98	2.93
通用电梯	3.72	2.42	3.90
平均值	4.63	3.67	4.07
森赫电梯	4.17	4.09	5.07

注：居间费用率=居间费用/主营业务收入，以上数据来源同行业可比公司公开披露信息。

从上表可见，公司整体居间费用率与同行业可比上市公司不存在明显差异。

在居间商与委托安装维保单位重叠的情况下，公司在与居间商签署委托安装维保协议时，委托安装维保单价会综合考虑居间业务的影响，保证双方利益的整体平衡。

整体而言，公司居间费用与委托安装维保金额均采用“一单一议”的定价方式，属于市场惯例，与同行业可比公司无重大差异。

2、居间服务费与居间业务的匹配情况、居间业务与委托安装维保业务的对应关系

在居间商与委托安装维保单位重叠的情况下，居间服务费与居间业务的匹配情况、居间业务与委托安装维保业务的对应关系相关分析参见本落实函“问题3”之“（一）结合委托安装维保金额、委托安装维保单位成本、委托安装维保数量、居间合同金额、合同数量、居间费用等，补充披露报告期内居间商与供应商的重叠情形、居间费用的定价模式。”的回复。

（三）说明居间费用、委托安装维保单价是否同行可比，进一步量化分析前述因素对主营业务毛利率的影响。

报告期内，同行业可比公司均未披露居间费用、委托安装维保单位单价情况。通用电梯在其《发行注册环节反馈意见落实函的回复》中披露其2017年、2018年、2019年和2020年1-3月的安装采购单价范围在3万元以上的供应商采购占比分别为99.02%、92.30%、83.04%和68.81%，与本公司的安装单价范围无重大差异。

公司为扩大销售规模，通常与居间商约定，将本公司自留合理利润之外的超额毛利，在公司收款后，作为居间服务报酬支付给居间商。报告期内，公司居间费用支付比例较高，而居间费包含在合同售价中，因此间接导致毛利率较高。报告期内，公司与同行业可比上市公司的居间费用率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康力电梯	2.79	2.90	3.30
快意电梯	6.05	5.39	6.14
梅轮电梯	5.98	3.98	2.93
通用电梯	3.72	2.42	3.90
平均值	4.63	3.67	4.07
本公司	4.17	4.09	5.07
差异	-0.46	0.42	1.00

报告期内，公司较高的居间费用率间接提升了主营业务毛利率，影响分别为 5.07%、3.67%和 4.63%。2018 年和 2019 年，公司居间费用率高于同行业平均水平 1.00%和 0.42%，为公司主营业务毛利率高于同行业平均水平的影响因素之一。2020 年，公司居间费用率略低于同行业平均水平。

报告期内，公司为客户提供自身产品的配套安装维保服务，该业务不以盈利为目的，是为了更好地服务客户，提高客户认可度，保持较好的产品销售溢价和用户黏性，其毛利为负或微盈。报告期内，公司没有为其他公司的电梯产品提供安装维保服务。报告期内，公司与同行业可比上市公司的安装维保毛利率对比情况如下：

单位：%

公司名称 ¹	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康力电梯	27.20	32.06	29.22
快意电梯 ²	26.48	30.05	33.55
梅轮电梯	14.36	13.45	12.96
平均值	22.68	25.19	25.24
本公司	-5.29	1.65	-17.95

注：1、通用电梯未披露安装维保毛利率数据

2、快意电梯未披露安装维保毛利率数据，以其安装维保及备件毛利率替代

报告期内，公司安装维保毛利率低于同行业平均水平，假设公司安装维保毛利率与同行业平均水平保持一致而安装维保收入保持不变，模拟计算安装维保业务毛利，并分析安装维保业务对主营业务毛利率的影响如下：

单位：万元，%

序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
①	主营业务收入	53,140.02	49,725.31	45,158.81
②	安装维保收入	5,105.92	4,382.34	3,876.44
③	同行业平均安装维保毛利率	22.68	25.19	25.24
④=②*③	模拟安装维保毛利	1,158.02	1,103.91	978.41
⑤	实际安装维保毛利	-270.09	72.38	-695.98
⑥=⑤-④	差异	-1,428.11	-1,031.53	-1,674.40
⑦=⑥/①	安装维保业务对主营业务毛利率的影响	-2.69	-2.07	-3.71

报告期内，公司模拟安装维保毛利分别为 978.41 万元、1,103.91 万元和 1,158.02 万元，分别高于实际安装维保毛利 1,674.40 万元、1,031.53 万元和 1,428.11 万元。与同行业平均水平相比，公司较低或为负的安装维保毛利降低了主营业务毛利率，影响分别为-3.71%、-2.07%和-2.69%。

综上所述，报告期内，公司较高的居间费用率间接提升了主营业务毛利率，影响分别为 5.07%、4.09%和 4.17%，而较低或为负的安装维保毛利降低了主营业务毛利率，影响分别为-3.71%、-2.07%和-2.69%，两者综合影响分别为 1.36%、2.02%和 1.48%。

（四）说明毛利率、期间费用率高于同行业可比公司情况下，销售净利率高于同行可比公司的原因，公司实际盈利水平是否与同行业可比公司存在重大差异，存在差异的原因及合理性。

报告期内，公司与同行业可比上市公司扣除非经常性损益后的归属母公司股东净利率对比情况如下：

单位：%

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	报告期内平均
通用电梯	12.09	13.07	12.69	12.62
森赫电梯	10.98	10.00	8.93	9.97
康力电梯	10.44	6.65	1.19	6.09
梅轮电梯	3.37	3.52	2.90	3.26
快意电梯	1.23	0.34	4.81	2.13

注：扣除非经常性损益后的归属母公司股东净利率=扣除非经常性损益后的归属母公司股东净利润÷营业收入；

数据来源：上市公司公开披露。

康力电梯 2018 年度、2019 年度扣非后净利率较低。根据康力电梯年报披露，康力电梯分别于 2018 年度、2019 年度计提了合计 1.62 亿元、0.79 亿元的大额资产减值损失及信用减值损失，主要由理财产品减值等项目构成。上述情形影响对康力电梯当期扣非后净利率影响较大。2020 年度，康力电梯资产减值损失和信用减值损失恢复正常水平，其扣非后净利率与公司相接近。

此外，上市公司与公司在财务政策方面具有较大差异。相较于收入规模，公司现金较为充裕，银行利息收入较高。同时，公司报告期内均取得了一定的汇兑

收益，对提高公司净利率有正面影响。

上述事项均属于非电梯业务经营性影响因素，对康力电梯扣非后净利率影响较大，不能真实反映其电梯业务的盈利能力。如剔除资产减值损失（信用减值损失）与财务费用的影响，报告期内公司与康力电梯、梅轮电梯和快意电梯扣非后净利率对比情况如下：

单位：万元、%

公司名称	序号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
森赫电梯	①	扣非后净利润	5,944.70	5,047.18	4,071.13
	②	资产减值损失+信用减值损失	267.81	-385.55	-967.15
	③	财务费用	-539.76	-746.90	-900.99
	④=①+（②+③） ×（1-15%）	修正扣非后净利润 ¹	5,713.54	4,084.60	2,483.21
	⑤	营业收入	54,126.37	50,485.91	45,600.56
	⑥=④÷⑤	修正扣非后净利率	10.56	8.09	5.45
康力电梯	①	扣非后净利润	44,679.53	24,341.77	3,676.70
	②	资产减值损失+信用减值损失	5,488.77	7,927.51	16,199.26
	③	财务费用	269.01	396.56	47.58
	④=①+（②+③） ×（1-15%）	修正扣非后净利润 ¹	49,573.64	31,417.23	17,486.51
	⑤	营业收入	428,012.00	366,313.03	309,183.58
	⑥=④÷⑤	修正扣非后净利率	11.58	8.58	5.66
快意电梯	①	扣非后净利润	1,152.17	277.52	4,220.77
	②	资产减值损失+信用减值损失	1,194.36	708.90	1,142.63
	③	财务费用	154.96	-421.60	-303.18
	④=①+（②+③） ×（1-15%）	修正扣非后净利润 ¹	2,299.09	521.72	4,934.31
	⑤	营业收入	93,933.18	82,158.10	87,671.43
	⑥=④÷⑤	修正扣非后净利率	2.45	0.64	5.63
梅轮电梯	①	扣非后净利润	2,445.56	2,595.68	2,137.46
	②	资产减值损失+信用减值损失	576.95	1,000.44	1,200.92
	③	财务费用	-933.34	-541.96	-180.73
	④=①+（②+③） ×（1-15%）	修正扣非后净利润 ¹	2,142.63	2,985.39	3,004.62
	⑤	营业收入	72,571.38	73,695.66	73,761.88

	⑥=④÷⑤	修正扣非后净利率	2.95	4.05	4.07
--	-------	----------	------	------	------

注：1、按所得税率 15%估算；

数据来源：上市公司公开披露。

从上表可见，在剔除减值损失及财务费用影响后，康力电梯扣非后净利率水平略高于公司，且增长趋势一致，实际盈利能力不存在重大差异。

2018 年度，公司与其他同行业可比上市公司修正扣非后净利率处于同等水平，不存在重大差异。2019 年度和 2020 年度，梅轮电梯、快意电梯的修正扣非后净利率水平明显低于公司和康力电梯，且总体处于下降趋势，主要受其自身经营情况和经营策略影响。

对于快意电梯，根据其《关于深圳证券交易所对公司 2019 年年报问询函的回复公告》披露，2019 年快意电梯主营业务毛利率较 2018 年下降 4.32%，主要原因为其直梯产品单价下降 6.50%，单位成本上升 1.00%，同行业可比公司同期单位成本均呈下降趋势，其产品单位成本的变动趋势与同行业可比公司有所不同。

另一方面，快意电梯注重自主安装维保团队建设，2020 年末，其已在全国设有 100 多家维保驻点，安装维保人员为 610 人，占总人数的比例为 39.61%，安装维保业务收入占营业收入的比重为 20.70%，高于其他可比上市公司。

上述经营情况变化和业务结构差异导致快意电梯实际盈利水平与康力电梯及公司产生差异。

对于梅轮电梯，根据其公开市场披露数据，2018 年度至 2020 年度，梅轮电梯直梯产品单梯售价分别为 8.70 万元、8.37 万元和 8.52 万元，明显低于康力电梯、快意电梯和通用电梯的平均售价 11.72 万元、11.28 万元和 10.60 万元。可见梅轮电梯主要采取以较低的产品单价，提升市场占有率的销售策略，2018 年度和 2019 年度其销售人员人均销售收入分别为 723.16 万元和 752.00 万元，取得了良好的效果。因此，由于产品销售策略具有特殊性，梅轮电梯实际盈利水平与同行业可比上市公司产生差异。

综上所述，公司扣非后净利率处于行业合理区间，在不考虑异常减值损失和财务费用的情况下，公司的扣非后净利率低于通用电梯和康力电梯，高于梅轮电

梯和快意电梯。公司与快意电梯和梅轮电梯的差异主要系自身经营情况变化、业务结构差异和经营策略差异导致。

因此，公司实际盈利水平与同行业上市公司相比，不存在明显异常，2018年度、2019年度与快意电梯和梅轮电梯的差异具有合理原因。

（五）中介机构的核查情况

1、核查过程

（1）核查发行人居间合同台账、委托安装维保合同台账、相关服务合同原件，核查委托安装维保单位与居间商的重叠情况、委托安装维保业务与居间业务的匹配情况；

（2）查阅同行业上市公司的招股说明书、年度报告，分析其实际盈利能力与发行人的对比情况、居间费用和委托安装维保单价与同行业上市公司的比较情况，并分析前述因素对主营业务毛利率的影响。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人居间商与委托安装维保单位的重叠情况具有合理原因，居间费用定价模式合理，符合电梯行业惯例；

（2）发行人居间费用与居间业务相匹配，居间费用、委托安装维保费用支付合理；重要重叠项目中，除新疆安达机电设备有限公司外，委托居间商进行安装维保的电梯数量与居间合同台数基本相符；

（3）发行人居间费用、委托安装维保单价与同行业可比公司披露不存在重大差异，报告期内，公司较高的居间费用率间接提升了主营业务毛利率，影响分别为 5.07%、4.09%和 4.17%，而较低或为负的安装维保毛利降低了主营业务毛利率，影响分别-3.71%、-2.07%和-2.69%，两者综合影响分别为 1.36%、2.02%和 1.48%。

（4）发行人扣非后净利率处于行业合理区间，实际盈利水平与同行业可比公司不存在重大差异。

问题 4. 关于坏账准备

根据申报材料，发行人主要客户存在房地产开发企业，报告期各期应收账款坏账准备金额分别为 5,093.8 万元、4,215.13 万元、3,404.92 万元，且应收账款存在较多逾期，各期末逾期应收账款金额分别为 6,149.71 万元、5,937.91 万元、6,145.4 万元，占应收账款比例分别为 33.99%、33.36%、37.95%。2020 年末，逾期客户台江县扶贫开发投资有限责任公司逾期金额为 442.32 万元，计提坏账准备 108.46 万元；泸州市万诚实业有限公司逾期金额为 257.27 万元，计提坏账准备 43.63 万元。公开资料显示，台江县扶贫开发投资有限责任公司为最高人民法院公示的失信被执行人；泸州市万诚实业有限公司 2021 年存在被法院强制执行的情形。

请发行人：

（1）结合台江县扶贫开发投资有限责任公司、泸州市万诚实业有限公司回款情况、信用状况、经营情况变化等，说明对前述客户的坏账准备计提是否充分。

（2）结合客户具体情况、房地产企业融资监管等宏观调控政策，说明报告期内是否存在其他需单项计提坏账准备的情况，分析坏账准备计提的充分性；如有必要，进一步提示房地产调控政策相关的应收账款风险。

请保荐机构、会计师核查并发表明确意见。

问题 4 的回复

（一）结合台江县扶贫开发投资有限责任公司、泸州市万诚实业有限公司回款情况、信用状况、经营情况变化等，说明对前述客户的坏账准备计提是否充分。

1、台江县扶贫开发投资有限责任公司

2018 年 5 月 10 日，公司与台江县扶贫开发投资有限责任公司（以下简称“台江投资集团”）签订《电梯采购及安装合同》，销售电梯 20 台，合同总价为 645.60 万元。

该项目为招投标项目，招标文件规定的付款条件为：“合同签订后，采购人支付项目总价款 5%作为订金，所有设备到达采购人指定地点，经安装调试且验收合格后一年内向中标人支付合同总价款的 92%，剩余 3%作为质保金，质保期满且无质量问题后无息支付质保金。”

截至 2020 年 12 月 31 日，台江投资集团已向公司回款 203.28 万元（包含预收账款），占合同总价的比例为 31.49%，剩余应收账款 442.32 万元已按组合计提坏账准备，具体情况如下：

单位：万元

账龄	账面余额	坏账准备	账面净值
1-2 年	121.20	12.12	109.08
2-3 年	321.12	96.34	224.78
合计	442.32	108.46	333.86

注：此处数据以实施新收入准则重分类前口径的应收账款统计。

2020 年 9 月 21 日，公司就与台江投资集团承揽合同纠纷事宜，向南浔区人民法院提起诉讼，请求判令台江投资集团支付合同价款 5,633,200 元、逾期利息 135,549 元。

2020 年 9 月 23 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 3143 号《受理案件通知书》。

2020 年 10 月 16 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 3143 号《财产

保全措施告知书》，确认南浔法院已于 2020 年 10 月 13 日冻结了台江投资集团贵州银行台江支行账户处的财产 580 万元，保全期限为 2020 年 10 月 13 日起至 2021 年 10 月 12 日。

2020 年 12 月 1 日，南浔法院出具了（2020）浙 0503 民初 3143 号《民事调解书》，确认双方达成的民事调解协议，主要内容如下：

“一、被告台江投资集团支付原告森赫电梯价款 5633200 元，分以下两期履行：第一期定于 2020 年 12 月 7 日前支付 200 万元；第二期定于 2021 年 4 月 30 日前支付 3633200 元；二、若被告台江投资集团未按上述期限履行任何一笔给付义务，则被告需另行支付原告逾期付款违约 10 万元，原告可就被告未支付款项及逾期付款违约金一并向法院申请强制执行；”

截至本回复签署日，公司已向南浔法院申请执行。公司对台江投资集团贵州银行台江支行账户的执行申请，为该执行标的物的首次执行申请，根据《最高人民法院关于人民法院执行工作若干问题的规定（试行）》（2020 年修正）第 55 条：“多份生效法律文书确定金钱给付内容的多个债权人分别对同一被执行人申请执行，各债权人对执行标的物均无担保物权的，按照执行法院采取执行措施的先后顺序受偿”，公司对该银行账户享有优先受偿的权利。

综上所述，公司已与台江投资集团达成民事调解协议，且南浔法院已冻结台江投资集团银行账户 580 万元，其金额大于 2020 年末应收账款余额，公司对该项应收账款按照组合计提坏账准备符合会计准则规定，坏账准备计提充分。

2、泸州市万诚实业有限公司

2015 年 11 月 7 日和 2019 年 3 月 15 日，公司与泸州市万诚实业有限公司（以下简称“泸州万诚”）分别签订两份《电梯设备买卖合同》，实际交付电梯 108 台，确认收入金额为 1,425.90 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，泸州万诚已向公司回款 1,132.46 万元（包含预收账款），占合同总价的比例为 79.42%，剩余应收账款 293.44 万元，其中逾期应收账款 257.27 万元，应收账款具体情况如下：

单位：万元

账龄	账面余额	坏账准备	账面净值
1-2 年	257.72	25.77	231.95
2-3 年	35.72	17.86	17.86
合计	293.44	43.63	249.81

注：此处数据以实施新收入准则重分类前口径的应收账款统计。

公司自 2015 年起与泸州万诚开展合作，双方合作关系良好，产品交付及款项回收情况均无异常，累计回款金额占合同总价的比例较高。经公开渠道查询，审计报告日后泸州万诚存在较大金额财产被法院强制执行的情形，针对该事项，公司已加强催收货款力度，2021 年初至本回复签署日泸州万诚已回款 51 万元，此外，2021 年 3 月 29 日双方达成抵房协议，以降低客户信用风险，协议约定泸州万诚以总价为 300.44 万元商铺偿还所欠公司债务，抵房总价依据 2020 年末应收账款账面余额 301.44 万元（新收入准则口径）减去泸州万诚 2020 年 1 月份回款金额 1 万元计算所得。抵房协议中房产均价为 6,000 元/平方米，低于 7,448 元/平方米的公开渠道市场报价。

综上所述，泸州万诚与公司合作关系良好，累计回款金额比例较高，且双方已就债务问题签订抵房协议，公司对该项应收账款按照组合计提坏账准备符合会计准则规定，坏账准备计提充分。

（二）结合客户具体情况、房地产企业融资监管等宏观调控政策，说明报告期内是否存在其他需单项计提坏账准备的情况，分析坏账准备计提的充分性；如有必要，进一步提示房地产调控政策相关的应收账款风险。

1、结合客户具体情况、房地产企业融资监管等宏观调控政策，说明报告期内是否存在其他需单项计提坏账准备的情况，分析坏账准备计提的充分性

（1）单项计提坏账准备情况

报告期内，为应对国家加强对房地产行业宏观调控的形势，公司主动加强客户信用资质和回款管理，对于部分坏账风险较高的客户，采取加强预收款项和缩减业务规模的措施，使得公司客户质量提升，应收账款回款质量提升。

此外，对于回款困难，债务人不合作的应收账款，公司采取了法律诉讼的手段，及时通过法律途径催讨，促进应收账款回收。对于部分欠款时间长、无力偿

还的债务，公司与欠款人协商后，采用以房抵债的方式，消化回收了部分应收账款。对于部分预期无法回收的应收账款，公司进行了坏账核销处理。

2020 年末，公司应收账款余额超过 100 万元（实施新收入准则前口径）的客户共 49 家，其中 20 家为房地产开发企业，相关应收账款共计 3,510.42 万元，占应收账款余额的比例为 21.68%。公司的房地产开发企业客户主要为非公众公司，未公开披露其财务信息，公司通过客户拜访、公开信息查询等方式评估客户的信用风险。截至本回复签署日，除台江投资集团、泸州万诚及下述全椒华府房地产有限公司外，其他房地产开发企业的相关合同均正常履行。

报告期内，公司客户“全椒华府房地产有限公司”、“华北建设集团有限公司”存在资金链紧张、经营异常和较多诉讼纠纷的情形，公司依据谨慎性原则，将其应收款项作为按单项计提坏账准备的应收账款。

截至 2020 年 12 月 31 日，上述应收账款计提比例如下：

单位：万元

公司	账面余额	坏账准备	计提比例	账面净值
全椒华府房地产有限公司	105.53	105.53	100.00	-
华北建设集团有限公司	25.06	25.06	100.00	-
合计	130.59	130.59		-

除上述两家客户外，报告期内公司不存在其他需单项计提坏账准备的情况。

（2）坏账准备计提比例分析

2018 年及以前年度，公司及同行业可比上市公司（康力电梯、快意电梯、梅轮电梯和通用电梯）均采用账龄分析法计提坏账准备。2019 年起公司执行新金融工具准则，采用预期信用损失法计提坏账准备，即以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合计提坏账准备，同行业可比上市公司（康力电梯、快意电梯、梅轮电梯和通用电梯）均采用此方法。报告期内，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司的比较如下：

公司名称 ¹	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
康力电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
快意电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%

梅轮电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
通用电梯	5%	10%	30%	50%	80%	100%
公司	5%	10%	30%	50%	80%	100%

注：1、以上数据主要来源于同行业可比公司公开披露信息。

2、新金融工具准则变化前后，公司及同行业可比上市公司均采用此坏账计提比例。

为应对市场变化及降低应收账款坏账风险，报告期内，公司加强授信管控及应收账款管理，不存在放宽信用期刺激销售的情形。公司坏账准备计提方法符合会计准则和公司会计制度的要求，坏账准备计提比例与同行业上市公司一致，具有一致性和合理性。

（3）预期信用损失模型分析

公司自 2019 年执行新金融工具准则起，按照“预期信用损失法”计提金融资产减值准备，对于应收账款的预期信用损失，公司参照历史信用损失经验及同行业上市公司违约损失率，编制应收账款账龄与固定准备率对照表，以此为基础计算预期信用损失。具体如下：

账龄组合	预计违约损失率
1 年以内	5%
1-2 年	10%
2-3 年	30%
3-4 年	50%
4-5 年	80%
5 年以上	100%

注：国内及国外按组合计提坏账准备的应收账款均适用此预计违约损失率。

公司历史信用损失情况如下：

①账龄为 1 年以内的应收账款

2016 年至 2020 年，公司累计实现含税收入 280,948.41 万元，累计发生坏账损失 2,757.08 万元，2020 年末，5 年以上应收账款为 1,562.20 万元，假设 5 年以上应收账款无法收回的情况下，公司历史信用损失率=（累计坏账损失金额+2020 年末 5 年以上应收账款金额）÷2016 年至 2020 年累计含税销售收入=1.54%。

公司以历史违约损失率为基础，根据前瞻性估计予以调整，并参考同行业坏

账计提方法，采用 5%作为 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例。

②账龄为 1-3 年、3-5 年和 5 年以上的应收账款

公司将 2016 年至 2018 年末的长账龄应收账款拆分为 1-3 年，3-5 年及 5 年以上 3 个组合，计算 2020 年末各组合应收账款损失率的具体过程如下：

单位：万元、%

账龄组合	报告期末	应收账款账面余额	收回金额	未收回金额	未收回率
1-3 年	2016 年末	9,033.51	6,930.79	2,102.71	23.28
	2017 年末	5,626.46	4,809.13	817.33	14.53
	2018 年末	5,451.33	3,388.42	2,062.91	37.84
	平均				25.22
账龄组合	报告期末	应收账款账面余额	收回金额	未收回金额	未收回率
3-5 年	2016 年末	3,920.31	2,535.53	1,384.79	35.32
	2017 年末	3,666.50	1,988.85	1,677.65	45.76
	2018 年末	2,182.44	977.43	1,205.00	55.21
	平均				45.43
账龄组合	报告期末	应收账款账面余额	收回金额	未收回金额	未收回率
5 年以上	2016 年末	2,046.35	1,016.70	1,029.65	50.32
	2017 年末	2,164.56	845.26	1,319.30	60.95
	2018 年末	2,209.53	623.83	1,585.69	71.77
	平均				61.01

注：未收回率=未收回金额/应收账款账面余额

在历史长账龄应收账款未收回率的基础上，假设各组合未回收的款项金额形成坏账损失，得出各组合应收账款平均损失率分别为 25.22%、45.43%和 61.01%。

公司按此假设坏账损失率组合计提的模拟坏账准备与现有坏账准备的差异情况如下：

单位：万元、%

账龄组合	2020 年 12 月 31 日				
	应收账款账面余额	损失率	模拟计提坏账准备	现有坏账准备	差异
1-3 年	4,308.16	25.22	1,086.52	729.15	-357.37
3-5 年	908.86	45.43	412.90	518.79	105.89

5 年以上	1,562.20	61.01	953.10	1,562.20	609.10
合计	6,779.23		2,452.51	2,810.13	357.62
账龄组合	2019 年 12 月 31 日				
	应收账款账面余额	损失率	模拟计提坏账准备	现有坏账准备	差异
1-3 年	5,562.26	25.22	1,402.80	925.12	-477.69
3-5 年	710.01	45.43	322.56	440.47	117.92
5 年以上	1,929.01	61.01	1,176.89	1,929.01	752.12
合计	8,201.28		2,902.25	3,294.60	392.35
账龄组合	2018 年 12 月 31 日				
	应收账款账面余额	损失率	模拟计提坏账准备	现有坏账准备	差异
1-3 年	4,815.29	25.22	1,214.42	662.52	-551.90
3-5 年	2,074.80	45.43	942.58	1,351.73	409.15
5 年以上	2,209.53	61.01	1,348.03	2,209.53	861.49
合计	9,099.61		3,505.03	4,223.77	718.75

注：1、差异=现有坏账准备-模拟计提坏账准备

2、为保持数据可比性，2020 年应收账款余额为实施新收入准则前口径统计

3、1 年以内应收账款的坏账准备计提比例仍为 5%，故未在表格中进行差异比较

报告期各期末，现有坏账准备高于模拟计提坏账准备的金额分别为 718.75 万元、392.35 万元和 357.62 万元，公司坏账准备计提充分，计提方法谨慎，且与同行业可比上市公司保持一致，符合会计准则和公司会计制度的要求。

（4）应收账款期后回款情况

本公司采取日常收款加强管理、期后积极催收回款的现金流管理政策，报告期各期末的应收账款余额呈下降趋势，各年末的长账龄（3 年及以上）应收账款占比降低，坏账风险总体下降。

本公司期后回款情况如下：

单位：万元，%

日期	应收账款余额	2019 年度		2020 年度		2020 年 1-4 月		合计	
		回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例
2018 年末	18,094.64	7,884.55	43.57	3,508.63	10.31	363.77	2.01	11,756.95	64.97
2019 年末	17,796.96	-	-	9,381.65	38.66	953.17	5.36	10,334.82	58.07
2020 年末	16,193.91	-	-	-	-	3,369.61	20.81	3,369.61	20.81

注：为保持数据可比性，2020 年数据以实施新收入准则重分类前口径的应收账款统计。

截至 2021 年 4 月末，公司 2018 年末应收账款的回款比例为 64.97%，2018 年末应收账款回款与坏账准备之和的比例为 98.60%；2019 年末应收账款的回款比例为 58.07%，2019 年末应收账款回款与坏账准备之和的比例为 79.86%，同时，考虑到 2018 年和 2019 年质量保证金占应收账款余额的比例分别为 16.24%及 15.33%和客户持续回款等因素，公司坏账准备计提充分。

（5）逾期应收账款期后回款情况

2020 年末，公司逾期应收账款为 6,145.40 万元，截至 2020 年 4 月末，逾期应收账款共回款 1,420.36 万元，回款率为 23.11%，其中，逾期应收账款主要客户情况如下：

序号	客户名称	逾期应收账款	期后回款 ¹	坏账准备
1	乌鲁木齐全胜电梯有限公司	538.75	-	538.75
2	台江县扶贫开发投资有限责任公司	442.32	-	108.46
3	呼和浩特市德莱电梯设备有限责任公司	408.35	-	408.35
4	泸州市万诚实业有限公司	257.27	1.00	43.63
5	资阳锦亭置业有限公司	249.49	249.49	12.47
合计		1,896.18	250.49	1,111.66

公司对应收账款的信用政策加强管控并严格执行，应收账款存在逾期的原因主要为：

a、与政府机构签订的合同项目，在达到合同付款条件后，财政资金请款所需资料较为繁琐，请款审批流程的周期较长。

b、与房地产开发公司签订的合同项目，客户付款情况受其实际施工阶段的影响，存在一定滞后性。

c、2017 年及以前期间，公司对于代理商的授信管控及授信后应收账款回款管理较为薄弱，导致部分经销买断项目的代理商逾期款项较多。

报告期内，公司对逾期应收账款主要客户的坏账准备计提充分，其中台江投资集团及泸州万诚具体情况详见本题回复（一）的有关内容。

综上所述，报告期内，公司为应对房地产调控政策，主动加强客户信用资质

和回款管理，客户质量及应收账款回款质量提升，公司坏账准备计提比例与同行业上市公司一致，且应收账款期后回款及坏账准备之和占应收账款余额的比例较高，公司坏账准备计提方法符合会计准则和公司会计制度的要求，坏账准备计提充分。

2、房地产调控政策相关的应收账款风险

以下内容已在招股说明书“重大事项提示”之“三、本公司特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”之“（八）房地产调控政策的影响风险”及“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（八）房地产调控政策的影响风险”进行了补充披露：

房地产行业作为电梯产品最大的应用领域，对我国电梯行业发展具有较大影响。公司存在受到下游房地产市场增速趋缓，进而导致产品销量、价格、毛利率受到不利影响的风险，同时，公司存在因房地产融资政策收紧，房地产公司财务状况恶化、现金流紧张等原因无法全额收回应收账款的风险，提请投资者关注。

（三）中介机构核查情况

1、核查过程

（1）取得发行人与台江投资集团、泸州万诚签订的《电梯采购及安装合同》，核查合同金额、合同台数及回款条款等相关情况；

（2）取得与台江投资集团、泸州万诚回款相关的原始会计凭证及银行回单，分析客户回款比例；

（3）取得南浔法院出具的《民事调解书》及《财产保全措施告知书》，核实发行人与台江投资集团的诉讼进展情况；

（4）通过中国执行信息公开网等公开渠道，查询泸州万诚被执行事项；

（5）取得发行人与泸州万诚签订的抵房协议，并通过公开渠道查询相关房产的市场价格；

（6）访谈发行人主要负责人，了解房地产调控政策对公司信用管理、应收账款回款情况的影响；

(7) 通过公开渠道查询同行业可比公司的坏账准备计提方法，与发行人的坏账准备计提方法比较；

(8) 取得发行人应收账款期后回款明细账，分析发行人期后回款情况；

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 发行人已与台江投资集团达成民事调解协议，且南浔法院冻结台江投资集团金额大于其 2020 年末应收账款余额，公司对该项应收账款按照组合计提坏账准备符合会计准则规定，坏账准备计提充分；

(2) 发行人与泸州万诚合作关系良好，产品交付及款项回收情况均无异常，累计回款比例较高，且双方已就债务问题签订抵房协议，公司对该项应收账款按照组合计提坏账准备符合会计准则规定，坏账准备计提充分；

(3) 报告期内，除“全椒华府房地产有限公司”、“华北建设集团有限公司”外，发行人不存在其他需单项计提坏账准备的情况；

(4) 报告期内，发行人为应对房地产调控政策，主动加强客户信用资质和回款管理，客户质量及应收账款回款质量提升，发行人坏账准备计提比例与同行业上市公司一致，且应收账款期后回款及坏账准备之和占应收账款余额的比例较高，发行人坏账准备计提方法符合会计准则和公司会计制度的要求，坏账准备计提充分；

(5) 发行人已在招股说明书中充分提示房地产调控政策相关的应收账款风险。

问题 5. 关于境外收入核查

报告期内，发行人境外销售收入分别为 11,751.32 万元、9,855.1 万元、9,466.41 万元，占主营业务收入的比例分别为 26.02%、19.82%、17.81%。境外销售基本采用经销模式，客户为境外电梯经销商且收入分布集中低，前五大境外销售客户报告期内收入占比分别为 13.63%、9.73%、7.78%。境外客户主要集中于孟加拉国、科威特、墨西哥、俄罗斯（远东地区）等国家。保荐机构、申报会计师对报告期内发行人的境外收入执行了核查程序，其中函证发函比例分别为 58.12%、55.20%、42.84%。

（1）请发行人披露报告期内主要境外客户的变动情况，变动原因；说明主要境外客户的销售金额、销售单价、销售数量、销售内容、产品的主要类型等；说明境外经销商的库存情况，产品的最终销售情况。

（2）请发行人结合主要客户合同条款，披露境外销售的配送方式、运输费费用的承担方式、主要交货方式及收入确认时点及相关依据，量化分析物流运输记录与发行人境外销售收入是否匹配。

（3）请保荐机构、会计师说明报告期各期境外收入函证比例较低的原因；按照销售合同分别说明终端销售核查获取的证据类型、相关核查程序是否足以支持“向境外经销商客户销售的电梯产品均已实现了终端销售”的核查结论；说明各类收入核查方法如函证、走访、视频访谈、替代程序等的具体核查过程，核查比例是否充分；结合境外产品的最终销售情况，说明境外收入核查程序是否足以支持核查结论，境外销售收入是否真实。

请保荐机构、会计师核查并发表明确意见。

问题 5 的回复

(一) 请发行人披露报告期内主要境外客户的变动情况，变动原因；说明主要境外客户的销售金额、销售单价、销售数量、销售内容、产品的主要类型等；说明境外经销商的库存情况，产品的最终销售情况。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“(二) 主要客户情况”之“5、公司外销前五大客户情况”进行了补充披露：

(1) 主要境外客户变动情况

报告期内，发行人前五大主要境外客户的变动情况及变动原因如下：

客户名称	收入排名			变动原因
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
Property Development LTD. (孟加拉国产业发展公司)	1	1	1	无重大变化
National Engineering For Elevators & Escalators (科威特奈新电梯公司)	2	2	3	无重大变化
000"Regionlift" (俄罗斯瑞金电梯公司)	3	3	非前五大	2019 年之前该客户主要市场布局在俄罗斯新西伯利亚地区，2019 年该客户在莫斯科建立分公司拓展了在莫斯科、圣彼得堡、索契等地区的业务。同时随着市场的深耕，在新西伯利亚与多个开发商建立新的战略合作，因此 2019 年起排名上升。
LLC "Flagman" (俄罗斯旗手有限责任公司)	4	无收入	无收入	该经销商在购买森赫电梯之前，在当地有过安装和维保森赫电梯产品的经历，对森赫电梯的品质非常认可。因此于 2019 年与公司开始合作，在当地大力宣传和推广森赫电梯，最终与当地一家规模较大的开发商达成一致，先后签订两个金额较大的采购合同，因此 2020 年度收入规模较大。
Elevadores Enterprise S.A. de C.V. (墨西哥恩特普锐斯公司)	5	5	非前五大	该客户与公司于 2016 年开始合作，专业从事电扶梯产品的销售、安装和维保业务，与墨西哥市场当地政府部门、大型开发商等保持良好的关系，在与公司合作之前，在当地已形成了稳定的电扶梯产品销售网络以及安装维保布局。双方合作之后，公司强大的产品非标设计能力和及时的售前售后服务也得到了客户的认可。在 2018 年森赫取得瓜达拉哈拉城铁 3 号线 139 台公共交通型自动扶梯项目后，2019 年度该客户收入规模上升较多。
Total Scope Lifts & Escalators Contracting LLC (阿联酋斯考普电梯公司)	非前五大	4	4	该客户自 2014 年开始与公司合作，先后取得了 Agora mall, Al Shaali Mall, Oriental Towers, Bahmani Factory 等代表性项目。2019 年该经销商负责人因发展其他业务所需，该公司电梯业务被其他电梯公司并购，与公司合作减少。

客户名称	收入排名			变动原因
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
Ingeniería Y Servicios ADM S.A. de C.V. (墨西哥埃蒂姆工程公司)	无收入	无收入	2	该客户为直销客户, 于 2018 年与公司签订了墨西哥瓜达拉哈拉城铁 3 号线的 139 台公共交通型自动扶梯项目, 公共交通型扶梯相对普通商用扶梯配置要求高, 价格也相对要高。另外, 同等配置下, 扶梯提升高度越高, 则相应成本也越高。2018 年出货 91 台, 包含了整个项目大部分的大提升高度的扶梯产品, 所以当年销售收入金额较高。该合同执行完毕后, 该客户与公司无后续合作。
LLC "WHITECITY CONSTRUCTION" (乌兹别克斯坦白城建设公 司)	非前五大	非前五大	5	该客户为直销客户, 于 2018 年与公司签订乌兹别克斯坦斯坦塔什干一大型政府保障房的电梯项目 (合同号 RM180629-2FF), 按照合同约定分批发货。第一批 72 台电梯于 2018 年出口, 因此当年排名较高。余下台量分别在 2019 年和 2020 年出货。该合同执行完毕后, 该客户与公司暂无后续合作。

综上所述, 公司报告期内前五大境外客户总体保持平稳, 客户排名变动主要原因为公司业务拓展及客户自身需求变化导致, 属于正常的市场商业行为, 具有合理性。

(2) 主要境外客户销售情况

主要境外客户的销售金额、销售单价、销售数量以及主要销售产品类别:

单位: 台数、万元

2020 年度						
序号	客户	销售地区	主要销售 产品类别	销售台数	销售单价	销售金额
1	Elevadores Enterprise S.A. de C.V. (墨西哥恩特普锐斯公司)	墨西哥	直梯	25	13.49	337.22
2	LLC "Flagman" (俄罗斯旗手有限责任公司)	俄罗斯	直梯	19	20.64	392.23
3	National Engineering For Elevators & Escalators (科威特奈新电梯公司)	科威特	直梯	151	8.64	1,304.94
4	OOO"Regionlift" (俄罗斯瑞金电梯公司)	俄罗斯	直梯	47	15.02	706.07
5	Property Development LTD. (孟加拉国产业发展公司)	孟加拉国	直梯	125	11.76	1,469.95
平均				73.40	13.91	4,210.40
2019 年						
序号	客户	销售地区	主要销售 产品类别	销售台数	销售单价	销售金额
1	Elevadores Enterprise S.A. de C.V. (墨西哥恩特普锐斯公司)	墨西哥	直梯	36	9.69	348.98
2	National Engineering For Elevators & Escalators (科威特奈新电梯公司)	科威特	直梯	181	8.26	1,494.69
3	OOO"Regionlift" (俄罗斯瑞金电梯公司)	俄罗斯	直梯	71	13.48	956.83
4	Property Development LTD. (孟加拉国产业发展公司)	孟加拉国	直梯	136	12.29	1,671.84

	业发展公司)					
5	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC (阿联酋斯考普电梯公司)	阿联酋	直梯	43	10.27	441.81
平均				93.40	10.80	4,914.15
2018 年						
序号	客户	销售地区	主要销售产品类别	销售台数	销售单价	销售金额
1	National Engineering For Elevators & Escalators (科威特奈新电梯公司)	科威特	直梯	77	11.22	864.03
2	Property Development LTD. (孟加拉国产业发展公司)	孟加拉国	直梯	190	13.54	2,572.00
3	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC (阿联酋斯考普电梯公司)	阿联酋	直梯	53	11.23	595.10
4	Ingenier ía Y Servicios ADM S.A. de C.V. (墨西哥埃蒂姆工程公司)	墨西哥	扶梯	93	17.56	1,632.83
5	LLC" WHITECITY CONSTRUCTION " (乌兹别克斯坦白城建设公司)	乌兹别克斯坦	直梯	72	7.65	550.96
平均				97.00	12.24	6,214.91

(3) 境外经销商库存情况及终端销售情况

电梯为深度定制化产品，公司根据客户需求安排“订单式生产”，按制造标准及规范进行设计制造，境外经销商在收到最终客户电梯具体参数要求后向公司下达订单，产品生产完成后发送至客户要求的境外港口，到达境外港口后客户自行提货，并运输至项目安装工地，不存在仓库储存电梯整机的情况。

终端销售方面，由于电梯产品的定制化特性，经销商只有在获取到下游客户订单后才会向公司下达订单，生产出的电梯产品除安装于原项目工地之外，不具备其他用途，无法二次销售给其他下游客户。同时，公司与境外经销商签署的销售合同均为买断销售，根据合同约定，公司仅负责电梯产品交付，销售收入按时点确认，与发货后的安装、运行等后续阶段无关，客户出于保护自身商业机密和客户资源等考虑，不会向公司提供终端用户及其终端销售合同的详细信息，公司也没有义务对经销商的终端销售合同签订、库存情况加以控制或干预。但基于电梯产品的定制化特性，公司可确认经销商所采购公司电梯产品均具有真实下游订单对应。

综上所述，境外经销商在港口提货后自行运输至项目工地，不存在仓库储存电梯整机的情况，也不存在囤货的经济动机；公司境外经销商均是获取了真实的终端销售订单后才向公司采购电梯，不存在采购后自行囤积或将产品用于其他用途的情况。

保荐机构、申报会计师对境外经销商的库存情况、产品的最终销售情况的核查程序及核查结论参见本落实函“问题 5”之“（三）”的回复。

（二）请发行人结合主要客户合同条款，披露境外销售的配送方式、运输费费用的承担方式、主要交货方式及收入确认时点及相关依据，量化分析物流运输记录与发行人境外销售收入是否匹配。

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售及主要客户情况”之“（二）主要客户情况”之“5、公司外销前五大客户情况”进行了补充披露：

（4）境外客户物流运输记录与发行人境外销售收入匹配性

①主要客户合同条款及配送方式

在外销情况下，公司与客户在合同中约定配送方式及运输费用责任，主要包括 FOB、EXW、CIF、C&F 等方式，上述交货方式的具体情况如下：

序号	交货方式	运费责任	收入确认依据
1	EXW	客户承担国内的陆路运输费用和海运费用	公司依据谨慎性原则，在产品办妥报关手续并装运上运输工具时确认收入，无提前确认收入的情形
2	FOB	公司承担国内的陆路运输费用，客户承担海运费用	产品装运上运输工具，完成报关手续后，满足收入确认条件
3	CIF、C&F	公司承担国内的陆路运输费用和海运费用	在 CIF 和 C&F 模式下，当产品在装运港越过船舷时，即完成交货，当产品装运上运输工具，完成报关手续后，满足收入确认条件

②物流运输记录与发行人境外销售确认的匹配性

货物运单（提单）以及出口报关单是发行人境外销售的主要物流单据，也是发行人境外销售的主要确认单据。发行人根据提单记录确认境外销售与物流运输记录是否匹配。

货物运单（提单）是指用以证明海上货物运输合同和货物已经由承运人接收或者装船，以及承运人保证据以交付货物的单证。（《海商法》第 71 条）简称 B/L，是在对外贸易中，运输单位承运货物时签发给发货人的一种凭证。收货人凭提单向货运目的地的运输部门提货，提单须经承运人或船方签字后始能生效。对于将货物交给承运人运输的托运人（发货人），提单具有货物收据的功能；对于合法

取得提单的持有人，提单具有物权凭证的功能。

发行人境外销售产品为组装前的电梯整机，属于定制化的非标产品，发运装箱时按照零部件分别打包，提单中仅显示所装运产品的箱数，不直接显示装运的电梯数量及金额。由于报关单与货物运单（提单）存在对应关系，报关单上可显示出明确的出口台数、出口金额以及对应的集装箱号、提单号等信息，因此发行人采用以货物运单（提单）所载明单号、集装箱号等信息与报关单进行匹配，核对报关电梯数量是否与销售记录相符。

此外，根据湖州海关、杭州海关出具的发行人出口报关记录及证明书、发行人纳税申报表，将报关金额、申报表免抵退出口销售额与发行人账面记录金额进行核对，以验证销售金额的匹配性。

发行人各期物流运输记录与发行人境外销售台量、金额的匹配情况如下：

内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销收入确认台数（台）	812	889	967
提运（报关单）单确认台数（台） ¹	812	889	967
差异率（%）	-	-	-
外销收入确认金额（万元）	9,466.41	9,855.10	11,751.32
海关证明报关金额（万元）	9,188.98	10,208.16	11,847.24
海关证明差异率（%） ²	2.93	-3.58	-0.82
申报表免抵退出口销售额（万元）	9,629.33	10,152.27	11,950.34
免抵退出口销售额差异率（%） ³	-1.72	-3.02	-1.69

注1：由于发行人产品按零部件分别装箱，提运单中不显示具体的电梯台数，通过报关单上显示的物流装箱单号码间接确认对应的电梯台数。

2、报告期内，公司外销收入与海关证明数据存在一定差异，整体差异较小。差异主要为海关统计数据录入时点与公司收入确认时点差异和汇率差异。

3、报告期内，发行人外销收入与申报表免抵退出口销售额存在一定差异，差异整体较小。差异主要为出口退税申报时点与收入确认时点差异和汇率差异。

发行人各期主要境外物流运输单位情况如下：

年份	序号	境外物流运输单位名称	承运数量 (台) ¹	物流单据类别
2020 年度	1	中铁国际多式联运有限公司	115	船公司提单
	2	SHENZHEN WORLDHAND INT'L LOGISTICS CO., LTD.	70	货代提单
	3	WINTRANS LOGISTICS CO., LTD.	59	货代提单
	4	CMA CGM (CHINA) SHIPPING CO., LTD	50	船公司提单

	5	HUAN MING(SHANGHAI) INTERNATIONAL SHIPPING AGENCY CO., LTD.	47	船公司提单
2019年度	1	SHANGHAI GREEN CHANNEL LOGISTICS CO., LTD.	134	货代提单
	2	中铁国际多式联运有限公司	125	船公司提单、铁路运单
	3	WINTRANS LOGISTICS CO., LTD.	72	货代提单
	4	APL (CHINA) CO., LTD. SHANGHAI BRANCH	52	船公司提单
	5	YOUNG-CARRIER INT'L FREIGHT AGENCY CO., LTD.	48	船公司提单
2018年度	1	中铁国际多式联运有限公司	150	船公司提单、铁路运单
	2	WINTRANS LOGISTICS CO., LTD	133	货代提单
	3	KLN Container Line Limited	91	货代提单
	4	HAPAG-LLYOD (CHINA) SHIPPING LTD.	66	船公司提单
	5	MAERSK (CHINA) SHIPPING CO., LTD.	50	船公司提单

注1：由于发行人产品按零部件分别装箱，提运单中不显示具体的电梯台数，通过报关单上显示的物流装箱单号码间接确认对应的电梯台数。

综上所述，发行人在收到物流运输单位提供的单据后，根据公司销售收入确认政策，确认外销收入。

报告期内发行人物流运输记录与发行人境外销售确认台数相匹配，报告期外销收入金额与海关证明报关金额存在一定差异，整体差异较小。差异主要为海关统计数据录入时点与公司收入确认时点差异和汇率差异。

（三）请保荐机构、会计师说明报告期各期境外收入函证比例较低的原因；按照销售合同分别说明终端销售核查获取的证据类型、相关核查程序是否足以支持“向境外经销商客户销售的电梯产品均已实现了终端销售”的核查结论；说明各类收入核查方法如函证、走访、视频访谈、替代程序等的具体核查过程，核查比例是否充分；结合境外产品的最终销售情况，说明境外收入核查程序是否足以支持核查结论，境外销售收入是否真实。

1、保荐机构、申报会计师对境外销售收入真实性及境外产品最终销售核查程序及核查比例情况

按销售类型分类，报告期内发行人实现销售收入情况以及保荐机构、申报会计师针对发行人境外收入真实性、终端销售实现实施的核查程序类型如下：

类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	实施的核查程序
境外经销模式	境外经销收入总额（万元）	7,903.83	8,838.28	8,225.32	函证程序、细节测试、视频访谈、回款情况细节核查、外销合同投保核查、终端销售核查
	境外经销收入占境外总收入的比例（%）	83.49	89.68	69.99	
境外直销模式	境外直销收入总额（万元）	1,562.58	1,016.82	3,526.00	函证程序、细节测试、视频访谈、外销合同投保核查、回款情况细节核查
	境外直销收入占境外总收入的比例（%）	16.51	10.32	30.01	
境外收入总额（万元）		9,466.41	9,855.10	11,751.32	-

按保荐机构、申报会计师对发行人境外收入实施核查手段分类，相关核查程序的控制过程、核查证据类型以及核查比例情况如下：

程序类型	核查程序过程	主要获取证据类型	核查比例分析			
			项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
函证	对发行人境外客户函证的选样标准和发函比例适当性的说明参见“2、报告期收入函证比例较低的原因”的回复。 保荐机构、申报会计师对全部未回函客户实施了替代程序包括：检查记账凭证与销售合同/订单、出口报关单、提单、资金划转凭证等原始单据，并检查了客户的期后回款情况，未发现异常。 针对报告期内外销回函不符情况原因说明如下： 保荐机构、申报会计师针对境外客户的函证内容为：①当期销售收入，②当期期末应收款项余额，③当期期末预收款项余额。在客户回函显示不符的情况下，客户一般会说明上述三类财务数据的哪几项与其账面金额不一致。 为方便理解，保荐机构、申报会计师在统计回函不符函证时，以销售收入发函金额作为统计依据，如客户回函显示不相符，该客户对应的当期收入金额会被归类于回函不符金额，并不一定表示客户对销售收入金额存有异议。	客户回函原件、替代测试记录	境外收入发函金额（万元）	5,502.31	5,440.44	6,666.58
			境外收入发函比例（%）	58.12	55.20	56.73
			境外收入回函比例（%）	51.66	48.89	34.94
			境外经销收入发函金额（万元）	4,721.22	5,178.77	4,399.13
			境外经销收入发函比例（%）	59.73	58.59	53.48
			境外经销收入回函比例（%）	54.10	54.51	49.66
			境外经销收入回函不符金额	-	368.98	243.82
			境外经销收入回函不符比例（%）	-	7.66	5.97

程序类型	核查程序过程	主要获取证据类型	核查比例分析			
			项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	具体的,2020 年度无回函不符函证。2018 年度和 2019 年度,客户回函显示不符的函证对应的销售收入发函金额分别为 243.82 万元(367,715 美元)和 368.98 万元(538,980 美元),均来自于保荐机构、申报会计师对境外客户 Elevadores Enterprise S.A. de C.V. (墨西哥恩特普锐斯公司)于 2020 年发出的,针对该客户 2017 年至 2019 年的销售收入、应收款项余额和预收款项余额的同一封函证。根据回函,该客户提出应收账款余额应该为 0,并未对销售收入和预收款项余额提出不符意见。该客户于 2018 年度和 2019 年度的销售收入 243.82 万元和 368.98 万元可确认。 保荐机构、申报会计师针对客户提出的期末余额不符情况进行了差异原因分析程序,2018 年末和 2019 年末对该客户函证应收账款余额分别为 160,248.9 美元和 18,167 美元。保荐机构、申报会计师检查记账凭证与销售合同/订单、出口报关单、提单、资金划转凭证等原始单据,确认该差异系资金划转阶段双方确认余额的时点性差异导致,发行人 2018 年末、2019 年末账面应收款项余额记录真实、准确、完整。综上所述,报告期内发行人实际销售收入回函不符金额为 0,往来款余额回函金额差异系时点性差异,发函金额总体可确认。					
细节测试	保荐机构、申报会计师对包括报告期各期全部外销客户收入实施收入细节测试:在了解公司销售与收入确认相关流程及内部控制制度的基础上,取得发行人境外销售明细账,检查记账凭证与销售合同/订单、出口报关单、提单等销售单据,并与账面数据进行双向追查和核对,核查发行人收入是否真实完整、入账时间是否合理、入账金额是否准确。	销售合同/订单、报关单、提单	境外收入细节测试金额(万元)	9,466.41	9,855.10	11,751.32
			境外收入细节测试比例(%)	100.00	100.00	100.00
视频访谈	保荐机构、申报会计师就境外客户基本信息、与发行人关联关系、当地电梯市场情况、合作历史、报告期各期发梯台量、回款情况、终端销售及验收情况、售后服务情况、是否存在	客户签字/盖章的访谈记录回执及无关联声明、客户营业执照、	访谈覆盖境外收入金额(万元)	5,839.67	5,852.36	5,771.46
			访谈覆盖境外收入占境外总收入比例(%)	61.69	59.38	49.11

程序类型		核查程序过程	主要获取证据类型	核查比例分析			
				项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
		纠纷诉讼等事项与发行人主要境外客户进行视频访谈，并获取经客户认可的访谈记录回执以及相关身份证明文件。通过访谈核查境外客户真实性、独立性，对比客户提供销售信息与账面数据的一致性，印证境外收入、终端销售实现的真实性。 对于以视频访谈替代实地走访的原因，参见“3、采用视频访谈方式对境外客户进行核查的原因”。	被访谈人护照/名片等身份证明、访谈过程视频记录/照片、中介机构与客户的往来电子邮件记录	访谈覆盖境外经销收入金额（万元）	5,469.38	5,618.42	5,220.51
				访谈覆盖境外经销收入占境外经销总收入比例（%）	69.20	63.57	63.47
外销合同投保核查		为应对境外客户回款风险，发行人与中国出口信用保险公司（以下简称“中信保”）针对部分延期付款的外销合同签订了短期出口信用保险合同。 发行人外销业务主要采用“先款（包含不可撤销信用证）后货”的信用政策，不存在大额应收账款的情况。同时，发行人仅对部分合作时间较长、合作关系较好的客户适当放宽付款条件，在客户不开具信用证或信用证开立行资质较差，且不提供其他付款保证时，发行人对其应收账款进行投保，因此投保金额占外销收入比例较低。 保荐机构、申报会计师了解发行人外销合同在中信保的投保情况，取得公司的外销合同投保明细账和保险合同，以核查发行人外销收入。	外销合同保单	外销客户应收账款余额（万元）	687.81	874.59	1,074.26
				外销客户应收账款余额占外销收入比例（%）	7.27	8.87	9.14
				投保金额（万元）	117.45	301.80	150.11
				投保金额占外销收入比例（%） ¹	1.30	4.10	1.28
回款情况细节核查	整体回款核查	项目组从银行回款日记账及外汇银行账户对账单出发，以单笔回款记录作为核查单元，追查至单笔回款对应的销售合同、出库单、出口报关单、提单和信用证等交易凭证，核对每笔回款是否具有相应单据支撑，各环节单据所载明客户信息、付款方信息、合同信息、产品信息、金额等是否相互匹配，交易是否真实发生，收入确认是否记录在正确的会计期间、回款情况是否与发行人信用政策相符。 通过上述程序确认各期回款金额与收入确认金额的匹配性，并得出发行人报告期内外销收入是否真实、准确、完整的核查结论。 按回款银行账户分类的核查情况参见“4、按银行账户分类的回款核查情况”。	销售合同、出库单、报关单、银行回单、信用证	抽取的回款凭证数量（张）	199	224	243
				抽取的回款记录金额（万元）	6,927.05	8,202.06	8,420.95
				其中：第三方回款记录金额（万元）	836.40	459.03	953.42
				第三方回款记录占当期外销收入比例（%）	8.84	4.66	8.11
				第三方回款记录抽查占当期第三方回款总额比例（%）	87.60	76.66	85.99
				抽取的回款记录金额占当期外销收入	73.18	83.23	71.66

程序类型		核查程序过程	主要获取证据类型	核查比例分析			
				项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
				比例（%）			
				核查境外回款证明当期收入金额（万元）	7,162.64	7,509.59	9,121.23
				其中：核查第三方境外回款证明当期外销收入金额（万元） ²	842.39	147.83	1,028.24
				核查第三方境外回款证明当期外销收入占当期外销收入比例（%）	8.90	1.50	8.75
				通过回款证明收入占境外收入比例（%）	75.66	76.20	77.62
	第三方回款专项核查 ²	保荐机构、申报会计师抽查了发行人涉及第三方回款业务的相关销售合同、发货记录、报关单及提单等，确认了货物流与合同约定的一致性；抽查了第三方回款涉及银行回单及代付协议，就代付协议内容进行了核对，确认了资金流与合同约定的一致性。 对于境外第三方回款产生的原因及核查情况，参见“5、发行人外销业务第三方回款情况”。	第三方回款业务的相关销售合同、报关单、提单、银行回单及代付协议	外销第三方回款金额（万元）	954.77	598.82	1,108.74
				外销第三方回款查验金额（万元）	807.77	492.14	884.52
				外销第三方回款查验占外销第三方回款的比例（%）	84.60	82.19	79.78
	终端销售单据核查	受新冠疫情的影响，保荐机构、申报会计师无法亲至发行人境外客户所在地区对电梯进行现场查验，因此采取如下替代措施以核查发行人境外经销产品的最终销售情况： 抽查发行人报告期内前五大境外经销客户的销售合同，获取当地有关单位电梯验收报告、向终端使用单位电梯移交函、经销商与终端客户的销售合同等外部证明文件，对比上述文件所载电梯产品规格、台量等信息与发行人销售合同及境外销售台账的一致性，印证境外经销产品最终销售的真实性。 对于终端销售核查的具体情况，参见“6、境外经销商终端销售核查具体情况”的回复。	当地电梯验收报告、经销商向终端使用单位电梯移交函、经销商与终端客户的销售合同、当地消防局认证许可、电梯验收报告	终端销售单据直接核查金额（万元）	2,915.09	2,439.92	2,218.75
				终端销售单据直接核查金额占境外经销收入比例（%）	36.88	27.61	26.97
				终端销售单据核查覆盖收入（万元） ¹	4,453.85	4,955.22	5,042.36
				终端销售单据核查覆盖收入占境外经销收入比例（%）	56.35	56.07	61.30

注 1：保荐机构、申报会计师对前述重要客户进行终端销售单据抽查，结果显示抽查合同所获取外部单据信息与发行人内部销售记录一致，因此终端销售单据核查覆盖收入可确认为抽查样本总体范围即发行人报告期内各期外销经销前五大客户对应收入金额；

2：2019 年度部分第三方回款记录对应的收入确认在其他期间，因此 2019 年度第三方回款记录金额大于核查第三方境外回款证明当期外销收入金额。报告期内，抽查的第

三方回款总金额为 2248.85 万元，对应的各期外销收入总金额为 2018.46 万元，无较大差异。

3：第三方回款专项核查系根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》要求进行的专项核查，核查范围为发行人全部第三方回款，重点关注第三方回款发生的原因及合理性，其中外销第三方回款核查选择标准为单笔第三方回款金额超过 10 万人民币以上的记录，与本次整体回款核查的选择标准有所不同，因此第三方回款核查比例略高于整体回款核查比例。

2、报告期收入函证比例较低的原因

针对境外销售，保荐机构、申报会计师主要选取报告期各期收入金额大于100万元的合同实施函证程序，对于其中符合上述选样规则但期末货款已结清或基本结清的合同，采取收入细节测试予以替代。细节测试包括获取销售合同、发运提单、报关单、客户回款单据。

报告期内，发行人的境外收入及国家分布较为分散，由于地域、文化等差异，导致非长期合作海外客户对函证的理解、收取和回复较为困难；另一方面，受新冠疫情影响，多数小型境外客户均采取居家办公或暂停经营的方式防范疫情，预期回函可能性较低。根据合同约定，国外客户一般在发货前支付全额货款（或开立不可撤销信用证），因此大部分客户在销售当年货款即已结清或基本结清。报告期各期末，发行人外销客户应收账款的情况如下：

单位：万元、%

项目 ¹	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额	16,193.91	17,796.96	18,094.64
外销客户应收账款余额	687.81	874.59	1,074.26
外销客户应收账款占比	4.25	4.91	5.94
外销客户应收账款回款金额 ²	500.85	831.25	1,030.97
外销客户应收账款回款比例	72.82	95.04	95.97

注：1、为保持数据可比性，2020 年数据以实施新收入准则重分类前口径的应收账款统计

2、截至 2021 年 4 月末的外销客户回款金额

报告期各期末，外销客户应收账款余额占应收账款余额的比例分别为 5.94%、4.91%和 4.25%，占比较小。截至 2020 年 4 月末，报告期各期末外销客户应收账款的回款比例分别为 95.97%、95.04%和 72.82%，回款情况较好。未回款客户中，LLC "ELITE HOME"尚欠货款 122.60 万元，该项应收账款账龄为 1 年以内，主要系该客户与公司长期合作，客户信用状况较好，公司为其适当放宽付款条件，同时，公司已将合同货款 18.00 万美元向中国出口信用保险公司投保。

综合上述因素，保荐机构、申报会计师在按统一合理标准选取函证客户之外，主要采取收入细节测试等程序进行境外收入核查，故发函比例相对较低。

3、采用视频访谈方式对境外客户进行核查的原因

保荐机构项目进场时间为 2019 年 5 月，2019 年 7 月 12 日与森赫电梯签订辅导协议，保荐机构与申报会计师原计划于 2020 年针对完整报告期间（2017 年、2018 年和 2019 年）的境外收入情况进行客户走访，但由于新冠肺炎疫情影响，无法进行境外走访，因此对于境外收入主要采取函证、视频访谈及细节测试等核查方式予以替代。

4、按银行账户分类的回款核查情况

按回款银行账户分类，保荐机构、申报会计师对发行人外销回款实施核查比例如下：

单位：万元

银行账户	回款核查金额		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江南浔农村商业银行股份有限公司 2010000771*****	-	-	143.99
中国工商银行股份有限公司湖州南浔支行 12052400298141*****	33.39	-	860.61
中国银行股份有限公司湖州练市支行 4000727*****	-	-	297.20
中国工商银行股份有限公司湖州南浔支行 12052400298381*****	-	-	98.92
中国银行股份有限公司南浔区支行 3506655*****	736.81	473.92	119.08
中国工商银行股份有限公司湖州南浔支行 12052400298141*****	-	-	572.85
浙江南浔农村商业银行股份有限公司 2010001101*****	-	-	622.94
中国银行股份有限公司南浔区支行 3545741*****	-	-	1,827.29
中国银行股份有限公司南浔区支行 3545741*****	2,514.79	4,212.94	373.97
浙江南浔农村商业银行股份有限公司 2010001101*****	31.11	-	-
中国工商银行杭州众安支行 12020504298140*****	-	271.72	978.15
中国工商银行杭州众安支行 12020504098140*****	215.65	430.58	-
中国银行股份有限公司浙江省分行 3857696*****	2,936.80	2,425.89	2,409.84
中国银行股份有限公司浙江省分行 4039696*****	267.78	64.69	-
合计	6,736.33	7,879.74	8,304.84
核查金额占境外总收入比例	71.16	79.96	70.67

保荐机构、申报会计师根据发行人报告期各期回款明细，核对银行流水单据的时间、金额以及对方客户名称等信息，核查回款金额的真实性、准确性，回款单位与销售客户的一致性，对比银行回款单及其他原始单据与账面数据的一致性，印证境外收入真实性。报告期内，保荐机构、申报会计师核查回款金额占境外收入的比例分别为 70.67%、79.96%和 71.16%。

5、发行人外销业务第三方回款情况

发行人外销业务第三方回款具体原因构成如下：

单位：万元，%

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
母子公司 代付	金额	33.29	50.30	369.78
	外销三方回款占比	3.49	8.40	33.35
	外销收入占比	0.35	0.51	3.15
法人代表 及员工代 付款	金额	6.96	-	-
	外销三方回款占比	0.73	-	-
	外销收入占比	0.07	-	-
终端用户 代付	金额	43.03	41.10	305.81
	外销三方回款占比	4.51	6.86	27.58
	外销收入占比	0.45	0.42	2.60
清关公司 代付	金额	826.81	493.36	433.15
	外销三方回款占比	86.60	82.39	39.07
	外销收入占比	8.73	5.01	3.69
国际制裁 代付	金额	44.68	14.06	-
	外销三方回款占比	4.68	2.35	-
	外销收入占比	0.47	0.14	-
合 计		954.77	598.82	1,108.74
外销收入		9,466.41	9,855.10	11,751.32
占比		10.09	6.08	9.44

如上表所示，报告期内，发行人外销业务第三方回款原因主要系母子公司代付款、清关公司代付款产生，上述情况报告期内第三方回款分别为 802.93 万元、543.66 万元和 860.10 万元，占当期第三方回款的比重分别为 72.42%、90.79%和 90.08%，占当期外销收入的比重分别为 6.83%、5.52%和 9.09%。

其中，清关公司是指由客户委托的，在国际贸易中可以提供包括货物进口手续代办、国际汇款代办、单证办理等服务的境外机构。发行人的部分境外客户出于付款便捷性、汇率优惠或交易习惯的考虑，会自主选择该类机构向发行人支付货款，并签署委托支付协议。因此该类第三方回款的产生具有一定分散性，不同

客户会委托不同的一家或多家清关公司支付货款。

报告期内，发行人外销业务第三方回款中涉及的境外清关公司数量较多，单笔金额较小，如：2020 年，阿联酋明聚建设设备公司通过 M G SKY CARGO LLC 支付 275.13 万元，乌兹别克斯坦白城建设公司通过 CONTOWEST PTE LTD 支付 76.41 万元，尼日利亚欧西国际有限公司通过 LEADSTAR EXPRESS LIMITED 支付 69.58 万元；2019 年，乌兹别克斯坦白城建设公司通过 CONTOWEST PTE LTD 和 BXG INTERNATIONAL PTE LTD 分别支付 173.07 万元和 61.02 万元；2018 年，巴基斯坦拉合尔大学通过 WINDSOR INTERNATIONAL GENERAL TRADING LLG、GRAND QUALITY GENERAL TRADING LLC、FAST SOURCE GENERAL TRADING LLC 和 GUANGZOU FLYFASHION FURNITURE CO LIMITED 等 4 家清关公司分别支付 30.60 万元、19.95 万元、16.16 万元和 1.32 万元，卡塔尔纳信电梯公司通过 INSHA COMPANY W.L.L 支付 60.06 万元，英国麦克梅里管理有限公司通过 SHIVAKI SINGAPORE PTE LTD 支付 51.90 万元。

保荐机构、申报会计师抽查了发行人涉及第三方回款业务的相关销售合同、报关单及提单等，确认了货物流与合同约定的一致性；抽查了第三方回款涉及银行回单及代付协议，就代付协议内容进行了核对，确认了资金流与合同约定的一致性。报告期内，外销第三方回款查验占外销第三方回款的比例分别为 79.78%、82.19%和 84.60%。经核查，发行人第三方回款涉及资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

6、境外经销商终端销售核查具体情况

发行人主营产品为电梯整机，具有高度定制化的特点，境外经销商只有在获取了下游订单的情况下才会向发行人采购电梯，已生产的电梯产品不具备除安装于预定建筑以外的使用用途，发往工地或已安装的电梯产品不会改变地理位置。因此，保荐机构、申报会计师原计划前往项目工地实地查验电梯以核实境外经销模式下电梯最终销售的真实性。

2020 年起，受国内外新冠疫情影响，保荐机构、申报会计师无法出境并实施实地查验程序，因此采取终端销售单据抽查、经销商视频访谈的形式作为直接核查手段，以包括函证、收入细节测试、境外客户回款核查在内的收入真实性核

查作为间接核查手段（上述程序虽然不能为境外经销终端销售情况提供直接证据，但其核查结果对于发行人境外经销收入的真实性、完整性的证明也可以间接为发行人境外经销终端销售真实性提供合理支持），综合验证发行人境外经销终端销售的真实性。

终端销售单据抽查中，具体抽查单据类型及按客户分类的核查比例情况如下：

（1）获取的单据类型

序号	经销商名称	证据类型
1	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	与最终客户的订单确认函、验收报告
2	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	与最终客户的移交单、终端合同
3	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	终端合同、消防局认证许可、验收报告
4	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	验收报告、终端合同
5	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	与最终客户的移交单
6	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司）	终端合同、验收报告
7	LLC "Flagman"（俄罗斯旗手有限责任公司）	最终客户的移交单

（2）核查比例情况

单位：万元、%

序号	经销商名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		销售收入	核查覆盖	占比	销售收入	核查覆盖	占比	销售收入	核查覆盖	占比
1	CE ELEVATOR SDN BHD（马来西亚西易电梯公司）	228.64	163.87	71.67	21.07	10.60	50.32	383.60	278.29	72.55
2	Elevadores Enterprise S.A. de C.V.（墨西哥恩特普锐斯公司）	337.22	134.66	39.93	368.98	147.60	40.00	243.82	88.69	36.37
3	National Engineering For Elevators & Escalators（科威特奈新电梯公司）	1,304.94	862.59	66.10	1,494.69	764.20	51.13	864.03	401.90	46.51
4	OOO"Regionlift"（俄罗斯瑞金电梯公司）	706.07	618.00	87.53	956.83	499.39	52.19	383.81	139.08	36.24
5	Property Development LTD.（孟加拉国产业发展公司）	1,469.95	756.73	51.48	1,671.84	804.86	48.14	2,572.00	917.17	35.66
6	TOTAL SCOPE LIFTS & ESCALATORS CONTRACTING LLC（阿联酋斯考普电梯公司） ¹	14.81	0.00	0.00	441.81	213.28	48.27	595.10	393.62	66.14
7	LLC "Flagman"（俄罗斯旗手有限责任公司）	392.23	379.24	96.69	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
汇总		4,453.85	2,915.09	65.45	4,955.22	2,439.92	49.24	5,042.36	2,218.75	44.00

注 1：该客户 2020 年度销售收入较小，保荐机构、申报会计师基于重要性的原则，未对该客户当年终端收入情况进行核查。

7、境外收入核查结论及核查充分性说明

保荐机构、申报会计师认为：

（1）经实施客户直接回函、未回函替代、细节测试、视频访谈程序，确认发行人境外销售收入真实、准确完整；

（2）经实施回款情况细节核查，确认发行人资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，部分存在第三方回款的情形具有合理真实、合理的商业理由，发行人外销回款均系真实销售业务产生；

（3）结合收入真实性核查程序以及终端销售单据查验，确认最终销售单据所载电梯产品规格、台量等信息均与发行人账面记录相符，发行人境外经销产品已完成最终销售；

（4）保荐机构、申报会计师针对发行人境外销售真实性、终端销售实现情况的综合核查比例达到 100%，核查比例充分，可以支持发行人境外销售收入真实、准确、完整，境外经销产品已实现最终销售的结论

（四）中介机构的核查情况（针对问题（一）、（二））

1、核查程序

（1）访谈发行人外销业务负责人，核实主要客户变动原因及了解电梯行业情况；查阅发行人外销台账，了解主要客户销售情况；

（2）查阅发行人境外销售合同条款，了解相关运输责任划分；查阅发行人外销物流运输记录及海关证明文件，分析物流信息与发行人外销收入的匹配情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人客户变动均存在合理原因；境外经销商只有在存在下游订单的情况下才会向发行人下达订单，报告期内境外经销商不存在电梯整机库存，也不存在囤货的经济动机；

（2）根据外销合同不同的贸易条款及交付方式，由发行人或客户承担运输

费用；发行人境外收入确认时点合理，符合企业会计准则的规定；发行人物流运输记录与境外收入相匹配，不存在重大差异。

（本页无正文，为《森赫电梯股份有限公司关于首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读森赫电梯股份有限公司本次意见落实函回复报告的全部内容，确认意见落实函回复报告的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人董事长： 

李东流



(本页无正文，为《东吴证券股份有限公司关于森赫电梯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页)

保荐代表人: 冯 颂 王刑天
冯 颂 王刑天

法定代表人、董事长、总经理: 范 力
范 力



保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读森赫电梯股份有限公司本次意见落实函的回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，意见落实函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、总经理：



范 力

东吴证券股份有限公司

2021年 5 月 24 日