



深圳奥尼电子股份有限公司
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
之回复报告

保荐机构（主承销商）



东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO.,LTD.

（北京市西城区金融大街5号新盛大厦B座12、15层）

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

贵会于 2021 年 9 月 27 日出具的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕011147 号）（以下简称“意见落实函”）已收悉。东兴证券股份有限公司（以下简称“保荐人”或“保荐机构”）作为深圳奥尼电子股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“奥尼电子”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“立信”）、北京市竞天公诚律师事务所（以下简称“发行人律师”或“竞天”），就需要发行人及中介机构做出书面说明和核查的有关问题逐项落实，并对招股说明书等申请文件进行了相应的修改、补充完善。现将问询函回复如下，请予审核。

发行人、保荐机构保证回复真实、准确、完整。

如无特别说明，本问询函回复使用的简称与《深圳奥尼电子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）》中的释义相同。涉及招股说明书补充披露或修改的内容已在《招股说明书》中以楷体加粗方式列示。

黑体（不加粗）	《问询函》所列问题
宋体	对《问询函》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

在本问询函回复中，合计数与各分项数值相加之和若在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

问题 1. 4

问题 2. 56

问题 3. 59

问题 4. 67

问题 1.

申请材料显示，（1）发行人 2018 年至 2020 年营业收入分别为 29,548.46 万元、52,750.43 万元以及 108,404.88 万元；（2）发行人向京东入仓模式销售收入确认时点为收到京东的确认清单核对无误后确认收入，但是京东入仓模式退货率约为 10%；（3）2018 年及 2020 年为发行人第二大客户，2019 年为第一大客户邻友通在亚马逊的部分店铺被封杀。

请发行人：（1）补充披露京东向发行人退货是否为无条件退货，京东向发行人发送确认清单的具体时点，结合前述时点进一步说明该项业务收入确认时点的依据及合理性；（2）结合报告期各期向邻友通销售收入金额，补充披露招股说明书关于向邻友通销售收入下降风险披露是否充分，邻友通在店铺被封杀的情况下，发行人向其销售订单仍然执行的原因及合理性，发行人向其销售是否真实发生。

请保荐机构和会计师核查并发表明确意见，系统梳理说明对发行人报告期境内及境外销售收入真实性、客户终端销售情况、销售回款现金流等的核查情况，说明核查依据、比例及结论，保荐机构结合访谈邻友通相关人员，结论为不存在 2021 年 5 月媒体报道所称店铺被亚马逊平台封杀的情况，但 2021 年 6 月 17 日上市公司公告邻友通旗下部门店铺被亚马逊平台暂停销售的事实，说明发行人对主要客户销售真实性核查结论的有效性。

回复：

一、补充披露京东向发行人退货是否为无条件退货，京东向发行人发送确认清单的具体时点，结合前述时点进一步说明该项业务收入确认时点的依据及合理性；

发行人已将相关事项在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品”之“（四）发行人主营业务模式”之“5、销售模式”进行了补充披露，具体内容如下：“

③公司电商入仓销售模式说明

报告期内，公司通过电商入仓模式销售的主要产品情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
PC/TV 外置摄像头	1,281.94	3,113.02	904.38	450.50
蓝牙耳机	13.30	14.33	11.40	19.80
行车记录仪及其他	8.48	11.82	-	9.41
合计	1,303.73	3,139.17	915.78	479.71

公司从 PC/TV 摄像头的自有品牌业务起步，在国内积累了一定的品牌优势并从线下渠道向线上电商推广转型，因此，公司通过京东入仓模式实现销售的主要产品以摄像头为主，耳机及其他产品较少。

A.入仓后至产品售给终端消费者前存货保管和灭失风险的承担约定

根据公司与京东世纪签订的《产品购销协议》中“第三条 产品订购、运输及收货”约定内容显示：

a.发起采购订单：京东进货必须向公司下达正式订单，订单方式包括但不限于：协议书订单，电子数据订单，邮件订单，系统订单等形式，公司接到京东订单之日起壹日内以书面、系统或邮件形式答复京东。逾期未予确认的，视同公司已确认订单。公司货物送达 1 日前，京东有权撤销或变更订单，具体订单数据以公司订单系统记录为准。

b.入仓流程：公司负责将订单列明的产品，通过京东仓储预约系统按照约定的时间、运输方式足量保质送至京东指定地点，产品所有权自京东验收入库后转移京东；产品在交付京东验收入库前的一切费用及风险责任由公司承担。

c.结算条款：京东从公司购进产品，货款结算按账期付款：公司交付产品，京东验收入库 60 天后，京东开始为公司结算，京东于结算单核定付款日起 7 个工作日付款；公司在结算前须按京东要求提供与入库单产品数量、型号一致，可以认证抵扣的增值税专用发票。

d.残次品、滞销品：京东收货后发现残次品，公司承诺每月清理 1 次，并同意京东在货款结算时直接扣减残次品金额后付款。入库后 30 天以上未销售完毕的产品为滞销品；公司应定期向京东了解产品库存情况，对接近滞销期的产品予以及时处理；公司承诺在自确认为滞销品之日起降价处理，如乙方未在约定期限内通过降价处理方式处理完毕的产品，公司承诺按照退货处理，或由京

东再次制定降价规则，以上处理所有损失由公司自行承担。

根据上述协议：a.京东验收入库后，产品所有权即转移至京东，公司不再保留与售出商品所有权相关的任何继续管理权，即没有对相关商品实施有效控制。b.京东与公司办理结算时，相关产品基本已经销售完毕，后期退货率已经降至较低的水平，根据公司开具发票内容，双方均已达成一致，京东与公司办理结算时，公司已将结算单上的商品所有权上的主要风险和报酬转移给京东。c.公司向京东交付产品，京东验收入库 60 天后，开始为公司结算并发送确认结算清单，每月结算清单的结算范围为已验收入库 60 天及以上的产品。

根据《企业会计准则第 14 号—收入》应用指南，该业务模式属于在某一时点履行的履约义务，应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。公司在收到京东平台出具的结算清单时，满足以下条件：a.企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。b.企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。c.企业已将该商品实物转移给客户，即客户已占有该商品实物。d.企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。e.客户已接受该商品。合同中明确约定，京东验收入库后仍享有无条件退货权，但是根据企业过去执行类似合同积累的经验判断，在收到京东出具的结算清单时，相关产品已经基本向终端消费者实现最终销售，相关退货风险基本消除，此时表明客户已接受该商品。而在已验收未结算时，该商品的控制权并未转移给客户。

综上，根据合同条款和交易实质进行分析，综合判断商品的控制权转移时点为收到京东平台出具的结算清单时，公司在收到京东平台出具的结算清单并核对无误后确认收入，符合会计准则规定。

此外，结合可比上市公司对京东平台收入的确认政策，公司与可比上市公司对京东平台收入确认政策相同，公司在收到京东平台出具的结算清单并核对无误后确认收入与行业惯例一致，具有合理性。对比分析如下：

同行业企业京东入仓收入确认时点、预计负债计提情况

上市公司	收入确认时点	是否确认预计负债
亿田股份	根据合同约定的对账时间，收到电商平台的确认清单核对无误后控制权转	未确认

	移至客户	
欢乐家	公司取得结算清单时确认收入	未确认
小熊电器	根据合同约定的对账时间，收到京东平台的确认清单核对无误后确认收入	未确认
北鼎股份	根据京东自营结算单结算并确认收入	未确认
张小泉	根据合同约定的对账时间，收到京东平台的确认清单核对无误后确认收入	未确认

因此，产品的主要风险与报酬转移至京东，销售收入金额已经确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；公司根据收到京东出具的结算清单，经核对无误后按照清单金额确认收入，符合《企业会计准则》收入确认原则，且与采取同类业务模式的上市公司收入确认政策基本相同。

B.退换货条款的约定

根据《产品购销协议》中“第四条 残次品、滞销品、退货”的约定：“

4.3 退货

4.3.1 甲乙双方同意选择以下第[1]款退货方式：

4.3.1.1 乙方接受甲方任何原因的退货；

.....

4.4 甲乙双方停止合作或不论何种原因发生的退换货，乙方应在出现该情形或收到相关通知之日起 12 日内（包含出现该情形或收到通知的当日），对产品进行相应处理。否则，视为乙方自动放弃产品所有权，如产品丢失、毁损等,甲方对此不承担任何责任，如乙方就该产品应向甲方退款或赔偿的，该义务仍应继续履行。

4.5 如发生退换货及维修等事宜，乙方应至甲方仓库提货，乙方提货时应提供盖有乙方有效印章的提货委托确认函及提货人的身份证原件；并将提货委托确认函原件及提货人身份证复印件留存甲方备案，除甲乙双方另行约定外，如甲方将退换货或维修商品退还至乙方所产生的运输费用等，均由乙方承担。如因乙方未及时提货导致产生的存储等相关费用，由乙方承担，具体费用以甲方系统记录为准。”

由此可知，公司接受京东任何形式的退货，**即京东的退货方式为无条件退货**。如发生退换货及维修等事宜，公司应至京东仓库提货，除甲乙双方另行约定外，如京东将退换货或维修商品退还至发行人所产生的运输费用等，均由公司承担。

C. 电商入仓退换货情况

报告期内，公司与京东电商入仓的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	210.37	437.44	110.53	68.97
京东入仓收入	1,476.88	3,547.27	1,045.20	557.05
退货率	12.47%	10.98%	9.56%	11.02%

注：以京东结算单金额为基础，表中退换货金额、入仓收入均为含税金额；“**京东入仓收入**”为**结算单显示的入库金额抵扣退换货后的净额收入，与同行业公司确认方式一致**。

根据京东后台系统确认的退货情况，报告期各期，公司京东入仓的退货金额分别为 68.97 万元、110.53 万元、437.44 万元和 210.37 万元，整体来看退货率较高，主要原因是消费者购买京东自营商品在收到商品之日起 7 日内（含 7 日），在保证商品完好不影响二次出售的前提下，可无理由退货。同时，给予客户 1 年质保期，终端消费者可以各种理由退货，公司基于客户满意度及避免店铺收到客户差评的考虑一般情况下会选择接受客户退货。

上述退货统计口径为**结算清单内出现的所有退货金额，即报告期各期间公司发货到京东仓库后发生的所有退货金额，主要退货原因是消费者购买京东自营商品在收到商品之日起 7 日内无理由退货，公司将结算清单列示的入库金额抵减退货金额后的净额确认收入。同时，公司对京东的结算单之入库金额为约 60 天之前的发货，且发货后退货主要集中在 7 天无理由退货期内、超过 60 日再退货属于零星发生的个案情形，因此，公司在根据京东结算单确认收入的时点不计提预计负债符合《企业会计准则》的规定，与前述可比公司对京东收入确认、计提预计负债执行的会计处理一致，具有合理性，详见前文《同行业公司京东入仓收入确认时点、预计负债计提情况》的对比说明。**

根据上述的退货原因，公司与京东合作的退货处理方式：自京东平台收到消费者退货后，相关产品通过快递方式退回到公司工厂。公司售后部收到退回

的产品后，首先进行性能检测、外观检查，并分拣出性能正常外观正常、性能正常外观不良、性能故障等三个类别，对于第一种类别重新包装后再次出售，对于第二种类别进行简单外观维修后再次出售，对于第三种需要返回生产线进行维修后再次出售。对于外观不良或性能故障确实无法维修以达到可出售状态的产品，公司进行报废处理，半年或年末集中报废处理一次。”

二、结合报告期各期向邻友通销售收入金额，补充披露招股说明书关于向邻友通销售收入下降风险披露是否充分，邻友通在店铺被封杀的情况下，发行人向其销售订单仍然执行的原因及合理性，发行人向其销售是否真实发生。

（一）招股说明书关于向邻友通销售收入下降风险披露是否充分

1、邻友通部分店铺被亚马逊暂停销售事项对发行人业绩的潜在影响

发行人已将相关事项在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”之“3、报告期内新增客户、退出客户的情况”进行了补充披露，具体内容如下：“

（3）报告期部分客户的合作稳定性、合理性及可持续性分析

.....

②公司与邻友通的合作情况

.....

E.重要客户是否发生不利变化

.....

b.邻友通部分店铺被亚马逊暂停销售事项对发行人业绩的潜在影响

据 2021 年 6 月之《关于子公司重大事项的公告》，邻友通 RAVPower、Taotronics、VAVA 三个品牌涉及的部分店铺被暂停销售，且前述店铺约占其在亚马逊收入的 31%。根据 2021 年 10 月之《关于子公司重大事项的进展公告》，邻友通被暂停销售的站点（店铺的最小单元）占其现有站点总数的 70.21%。

2021 年 1-6 月，公司向邻友通销售中涉及 RAVPower、Taotronics、VAVA

品牌的收入占比为 95.74%。

假设邻友通向发行人采购的产品全部于亚马逊销售，假设 2021 年 10-12 月对邻友通收入下滑 31%（邻友通受影响店铺的销售收入占比）、50%、71%（在手订单执行完毕之后不再合作，且约等于邻友通被限制销售站点的比例）、100%（在手订单不再执行、未来不再合作）的情形下，对公司影响预计如下：

单位：万元

项目	2021 年 9 月 30 日在手订单	2021 年 1-6 月		2021 年 7-9 月		2021 年度	
		收入	增幅	收入	增幅	收入	增幅
情形 1	2,364.43	3,385.43	19.21%	36.90	-99.24%	5,220.32	-49.16%
情形 2	2,364.43	3,385.43	19.21%	36.90	-99.24%	4,725.22	-53.99%
情形 3	2,364.43	3,385.43	19.21%	36.90	-99.24%	4,175.14	-59.34%
情形 4	2,364.43	3,385.43	19.21%	36.90	-99.24%	3,422.33	-66.67%

注 1：情形 1 系假设公司对邻友通 2021 年 10-12 月销售收入较 2020 年 10-12 月下滑 31%（邻友通受影响店铺的销售收入占比），情形 2 系假设对邻友通销售收入下滑 50%，情形 3 系假设 2021 年 9 月 30 日在手订单执行完毕之后不再合作，情形 4 系假设在手订单不再执行、未来不再合作。但目前，星徽股份、邻友通已确认在手订单继续执行、在研项目继续推进；

注 2：2021 年 7-9 月收入未经审计，“增幅”为较上年同期变动幅度。

如上表所示，2021 年 1-6 月、7-9 月，公司对邻友通分别实现销售收入 3,385.43 万元、36.90 万元，其中，2021 年 7-9 月对邻友通收入下滑主要系受邻友通部分店铺被亚马逊限制销售的影响。在优质客户数量及其采购增长、网络摄像机等其它产品收入放量等因素作用下，谨慎假设 2021 年下半年对邻友通收入为零，公司预计 2021 年下半年营业收入亦将高于 2021 年上半年、2021 年全年营业收入在 10 亿元以上，且公司 2021 年 7-9 月未经审计的营业收入已达到年初的收入预测金额，邻友通事项未对公司 2021 年收入形成重大影响。

据星徽股份公告，假设公司对邻友通 2021 年 10-12 月收入较上年同期下滑 31%、50%、71%、100%，则预计 2021 年全年对邻友通收入同比分别减少 5,048.67 万元、5,543.77 万元、6,093.85 万元、6,846.66 万元，该减少金额分别占公司 2020 年主营业务收入的 4.72%、5.19%、5.70%、6.40%。前述下滑比例为模拟假设，基于历史合作与未来业务发展预期，星徽股份、邻友通已确认在手订单继续执行、在研项目继续推进。

截至 2021 年 9 月 30 日，公司对邻友通应收账款余额为 2,141.96 万元（其

中 1,219.94 万元已由中国建设银行佛山分行进行保理, 剩余 **922.02** 万元尚未结算), 在手订单、产成品分别为 **2,364.43** 万元、**242.02** 万元, 经向星徽股份、邻友通访谈确认: “(1) 我司与奥尼电子为买断式交易, 我司自行承担销售相关的风险, 除协议约定的质量瑕疵等情形外, 我司不会因本次部分店铺被暂停销售而向奥尼电子进行大额退货; (2) 我司已下达订单有效、会继续采购; (3) 我司与奥尼电子在售型号 8 款、在售型号会继续采购, 在研型号 9 款、在研项目将继续推进并尽快上市销售”。

2021 年 6 月亚马逊事项至今, 邻友通向奥尼电子的退货金额为 0 万元, 未发生退货行为。此外, 截至 2021 年 9 月 30 日之邻友通相关的 **242.02** 万元产成品主要为常规型号的网络摄像机等, 公司正通过多种方式陆续实现销售、预计 2021 年内销售完毕, 因此, 不存在需要计提减值的情况。

综上, 在下游消费物联网行业快速发展背景下, 公司的优质客户数量及其采购量处于上升态势、客户结构亦不断优化, 邻友通部分店铺被亚马逊暂停销售事项, 未对公司 2021 年整体营业收入、业绩形成重大影响。”

此外, 公司主要产品、主要客户的变动与优化情况, 详见招股书“第八节”之“十七、财务报表审计截止日后主要财务信息和经营状况”之“3、2021 年 1-6 月、2020 年全年收入增长的原因及驱动因素”的分析与说明。

2、关于销售收入变动的风险提示

发行人已在《招股说明书》“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“(三) 对邻友通或其他客户销售收入减少的风险”及“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“(三) 对邻友通或其他客户销售收入减少的风险”进行了补充披露, 内容如下: “

(三) 对邻友通或其他客户销售收入减少的风险

2021 年 6 月 17 日, 星徽股份发布《关于子公司重大事项的公告》, 邻友通部分店铺于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊平台暂停销售, 2021 年 1 月 1 日至 6 月 15 日, 受影响的店铺实现收入约占其在亚马逊平台营业收入的 31%。据此, 假设公司对邻友通 2021 年 10-12 月收入较上年同期下滑 31% (2021 年 6 月星徽

股份公告之邻友通受影响店铺的销售收入占比)、50%、71% (在手订单执行完毕之后不再合作, 及 2021 年 10 月星徽股份公告之邻友通被限制销售的站点数量占比)、100% (在手订单不再执行、未来不再合作), 则预计 2021 年全年对邻友通收入同比分别减少 5,048.67 万元、5,543.77 万元、6,093.85 万元、6,846.66 万元, 该减少金额分别占公司 2020 年主营业务收入的 4.72%、5.19%、5.70%、6.40%。前述下滑比例为模拟假设, 星徽股份、邻友通已确认在手订单继续执行、在研项目继续推进, 且其正开拓其他市场以减小亚马逊的影响。

此外, 极端假设情况下, 若未来邻友通被限制销售的店铺未被解封、且其采取的其他市场开拓措施无效, 则 2022 年及其之后年度公司亦存在不能继续向邻友通销售的可能性, 以 2020 年对邻友通实现收入 10,268.99 万元、占当年收入 9.61%的比例来看, 可能对公司未来的营业收入形成影响。

公司属于消费电子行业, 公司于境内外电商平台从事自有品牌 PC/TV 外置摄像头、耳机的销售, 公司下游客户最终亦系通过商超渠道、电商平台等渠道进行销售, 在线上销售领域, 若公司的自有店铺、下游客户的店铺发生被暂停销售等类似情形, 将对公司自有品牌收入、整体收入形成不利影响。

纵观全年, 结合下半年为电子产品传统销售旺季、疫情逐步缓解后网络摄像机等产品增长等因素, 公司预计 2021 年下半年营业收入将高于 2021 年上半年、2021 年全年营业收入在 10 亿元以上, 但宏观经济波动、邻友通部分店铺被暂停销售事项等客观因素变动也可能导致公司 2021 年度收入不达预期, 且 2022 年及其后年度亦存在不能继续向邻友通销售的可能性。因此, 公司存在 2021 年下半年、2022 年及其后年度对邻友通收入下滑并减少经营业绩的风险。”

3、招股说明书关于向邻友通销售收入下降风险披露是否充分

综上所述, 发行人已于《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”中分析并披露邻友通事项对销售收入的影响, 于“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“(三) 对邻友通或其他客户销售收入减少的风险”中披露对邻友通收入下降的重大风险提示, 并及时进行更新和补充披露, 即发行人关于向邻友通销售收入下降的风险披露充分、及时。

(二) 邻友通在店铺被封杀的情况下，发行人向其销售订单仍然执行的原因及合理性

发行人已将相关事项在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”之“(二) 报告期内前五名客户销售情况”之“3、报告期内新增客户、退出客户的情况”进行了补充披露，具体内容如下：“

(3) 报告期部分客户的合作稳定性、合理性及可持续性分析

.....

②公司与邻友通的合作情况

.....

E.重要客户是否发生不利变化

.....

c、邻友通部分店铺被亚马逊限制销售背景下，发行人向其销售订单仍然执行的原因及合理性

邻友通部分店铺于 2021 年 6 月被亚马逊限制销售后，2021 年 6 月、7 月、8 月、10 月保荐机构均现场走访了星徽股份，其均确认：“……我司已下达订单有效、会继续采购，……在研项目将继续推进并尽快上市销售”。截至 2021 年 9 月 30 日，公司与邻友通的合作情况如下：

项目	在研项目（个）		在手订单（万元）		销售收入（万元）	
	2021.6.30	2021.9.30	2021.6.30	2021.9.30	2021 年 1-6 月	2021 年 7-9 月
邻友通	9	9	2,077.01	2,364.43	3,385.43	36.90

根据 2021 年 10 月之《关于子公司重大事项的进展公告》，星徽股份：“①成立专项应急小组，持续与亚马逊平台进行沟通、协调和申诉，争取尽快恢复相关品牌的正常销售；②加快推进线上多平台经营策略，持续加大在 Ebay、Walmart 等电商平台的资源投入，并着力打造公司自营平台（独立站），2021 年 7-9 月自营平台实现销售收入约 3,923 万元，较去年同期增长 152%；③加大线下渠道推广力度，持续开拓在日本、中东、拉美、东欧等地区的线下市场，2021 年 7-9 月，线下渠道实现收入约 1.12 亿元，较去年同期增长 63.52%”，

同时，星徽股份亦公告：“①……由于亚马逊平台系当今全球最大的线上平台，拥有巨大的自然流量和高度的用户粘性。而其他第三方平台及自营独立站，流量相对较小，获客能力相对较弱，短期内，无法有效对冲亚马逊渠道形成的损失；②下阶段，公司将坚持既定目标，继续做好多渠道、多平台经营，采取一切必要措施减轻此次事件造成的不利影响”。

公司是邻友通供应商体系之“杰出贡献奖”获得者，与邻友通从耳机定制起步，并陆续扩展至行车记录仪、网络摄像机等产品线，合作稳定且持续深入。星徽股份正积极协调解决部分店铺被限制销售的情况，并积极拓展亚马逊以外的第三方销售平台、官网及线下渠道。因此，基于历史合作与未来业务发展预期，发行人对邻友通销售订单仍然执行、在研项目继续推进，具备合理性。

但同时，如星徽股份公告所述，邻友通的市场开拓在短期内无法有效对冲亚马逊渠道收入的减少，因此，虽然发行人的在手订单有效，但经协商发行人未按原定交期组织生产、邻友通未按原定交期提货，即订单交期延期，导致9月末在手订单较高、7-9月销售收入较低，与实际情况相符，具有合理性。

2021年10月，保荐机构走访了星徽股份、邻友通，其确认：“星徽股份、邻友通与奥尼电子具有稳定的合作历史，未来亦将继续与奥尼电子深入合作；消费电子、跨境电商是星徽股份、邻友通经营战略的重要部分；……我司已下达订单有效、会继续采购，……在研项目将继续推进并尽快上市销售”。

综上所述，在星徽股份重点推进跨境电商业务等因素影响下，星徽股份的跨境电商业务具备进一步发展的基础。基于双方的历史合作与未来业务发展预期，发行人的销售订单仍然执行、在研项目继续推进，具备合理性。”

（三）发行人向邻友通销售是否真实发生

1、针对发行人向邻友通销售真实性的核查程序及情况说明

（1）访谈邻友通并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈和实地走访，获取了邻友通的基本情况、主营业务、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要渠道销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等信息。

经访谈确认，邻友通主要从事跨境电商业务，主要销售渠道为亚马逊。

（2）对发行人向邻友通销售真实性及其终端销售的核查

2020 年 7 月，保荐机构现场走访并访谈了邻友通负责人，并：①访谈了解邻友通的股东结构等基本信息、与发行人是否存在关联关系等；②访谈了解邻友通跨境电商业务的开展情况、未来发展方向；③访谈了解邻友通与发行人的历史合作金额、合作内容、主要合同条款等业务合作情况；④就发行人向邻友通的销售收入、应收账款余额等财务信息进行函证确认。

2021 年 4 月，保荐机构现场走访，并查看了邻友通之亚马逊平台系统，获取了邻友通耳机销量最大店铺和行车记录仪销量最大店铺的经营信息截图，其中包括：①店铺的所有权截图：表明该店铺归属于邻友通所有的证明；②店铺 2019 年 12 月、2020 年 12 月的销售额信息截图；③店铺中 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售奥尼电子供应产品的销售订单截图，包括订单时间、发货时间、订单执行状态、价格等信息；④邻友通于 2018 年末、2019 年、2020 年末、2021 年 3 月末持有奥尼电子相关产品存货的具体型号及数量（注：邻友通的存货金额包括了运费等采购相关费用，因此，邻友通提供了具体型号及数量。发行人基于型号、数量及历史销售价格测算了邻友通的存货金额，2021 年 5 月，邻友通已确认该测算金额与其存货金额不存在超过 10%的重大差异）。

2021 年 5 月，保荐机构现场走访，在星徽股份/邻友通之商业秘密保护、上市公司对外提供信息限制的基础上，保荐机构查看了邻友通之亚马逊平台系统，且获取了：①邻友通销售发行人相关产品的 3 家店铺的信息，包括店铺名称、所在国家、网址链接等基本信息；②前述 3 家店铺 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售发行人相关产品的具体型号及销售数量；③前述 3 家店铺 2018 年 12 月、2019 年 12 月、2020 年 12 月、2021 年 1-3 月的销售额信息截图；④前述 3 家店铺 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售奥尼电子相关产品的销售订单截图，包括订单时间、发货时间、订单执行状态、价格等信息。

2021 年 5 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理）、财务总监，其确认：①邻友通向奥尼采购并于 2020 年末

持有的存货，至 2021 年 4 月末已基本实现最终销售；②邻友通的期末存货金额，符合跨境电商行业的特点；③邻友通不存在 2021 年 5 月媒体报道所称店铺被亚马逊平台封杀的情况；④邻友通未发生重大不利变化。

保荐机构根据邻友通提供的亚马逊店铺信息及其网址链接，以网络查验的方式核查了奥尼供应产品的销售情况（包括产品信息、销售价格、是否处于可购买状态等），并实际购买了一款奥尼供应产品以做验证，以核查线上销售真实性。

此外，2021 年 6 月 17 日，星徽股份发布《关于子公司重大事项的公告》，邻友通旗下部门店铺于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊平台暂停销售。前述事项未对公司 2021 年整体营业收入、业绩形成重大影响，详见《招股说明书》之“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”之“（3）报告期部分客户的合作稳定性、合理性及可持续性分析”之“②公司与邻友通的合作情况”的分析与说明。

2021 年 7 月、8 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理），其确认：“①我司资金情况良好，未向奥尼电子提出变更信用政策，能及时向奥尼电子支付货款；②我司与奥尼电子为买断式交易，我司自行承担销售相关的风险，除协议约定的质量瑕疵等情形外，我司不会因本次部分店铺被暂停销售而向奥尼电子进行大额退货；③我司已下达订单有效、会继续采购；④我司与奥尼电子在售型号 8 款、在售型号会继续采购，在研型号 9 款、在研项目将继续推进并尽快上市销售”。

2021 年 10 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理），就邻友通部分店铺被亚马逊限制销售事项、发行人持有在手订单的后期执行预期及其合理性等事项进行了补充访谈与确认。

（3）其他核查程序

就发行人向邻友通销售真实性的其他核查程序，详见本回复问题 1 之“三、系统梳理说明对发行人报告期境内及境外销售收入真实性……”的分析与说明。

2、发行人向邻友通销售真实性的核查结论

发行人已将相关事项在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”之“3、报告期内新增客户、退出客户的情况”补充披露如下：“

（3）报告期部分客户的合作稳定性、合理性及可持续性分析

.....

②公司与邻友通的合作情况

A.公司与邻友通的合作情况

.....

根据对发行人向邻友通销售情况所实施的核查程序及获取的资料，发行人对邻友通的销售收入真实、准确。”

三、请保荐机构和会计师系统梳理说明对发行人报告期境内及境外销售收入真实性、客户终端销售情况、销售回款现金流等的核查情况，说明核查依据、比例及结论；

（一）对发行人报告期境内及境外销售收入真实性核查情况

保荐机构和申报会计师对发行人境内、境外销售收入的真实性执行了以下核查程序：

1、访谈发行人总经理、销售部负责人、财务部负责人及相关经办人员，了解发行人销售与收款相关的内部控制制度，执行穿行测试及控制测试，检查内部控制相关的支持性文件，评价销售与收款相关内部控制设计和运行是否有效；

2、通过上述访谈程序，了解境内/境外销售情况和销售政策，了解境内/境外销售业务的收入确认原则；取得发行人报告期各期销售收入的相关原始单据，查阅主要客户的销售合同，结合合同中的主要条款，评价发行人收入确认政策，判断是否符合企业会计准则的规定；结合对比同行业上市公司收入确认政策，判断收入确认原则是否符合行业标准；

3、获取发行人境内主要客户的企业信用信息报告、境外主要客户的中信保

资信报告，核查主要客户的工商信息及背景调查，核查其是否与发行人的控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员存在关联关系；

4、结合销售收入的细节测试程序，抽查销售业务的销售合同或订单、出库单、送货单、物流凭证、报关单、提单/签收单、支付凭证及发票等原始单据，核查境内/境外销售收入的真实性、完整性和准确性。根据不同客户的贸易模式，重点核查其收入确认准确性、真实性：针对线下客户，获取合同、订单、发货单、发票、签收单/报关单、提单、回款单据等进行检查；针对线上客户，获取亚马逊、天猫、淘宝等平台订单明细、回款明细进行检查，获取京东平台结算单进行检查。

根据上述方法，保荐机构和申报会计师对发行人报告期境内外销售收入执行细节测试的情况如下表：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
其中：内销收入	16,692.19	41,104.34	29,058.14	12,993.46
外销收入	32,158.62	67,300.54	23,692.29	16,555.00
细节测试金额	26,757.42	69,360.89	36,854.07	16,881.59
其中：内销收入	9,795.21	28,298.39	21,164.03	7,895.48
外销收入	16,962.21	41,062.50	15,690.03	8,986.12
细节测试比例	54.77%	63.98%	69.86%	57.13%
其中：内销收入	58.68%	68.85%	72.83%	60.77%
外销收入	52.75%	61.01%	66.22%	54.28%

通过执行销售收入的细节测试，保荐机构和申报会计师认为：发行人收入确认真实、完整，资金流、货物流、单据流记录匹配。

5、针对境外收入的海关数据核查，登陆中国海关电子口岸以及第三方软件“关单助手”，获取报关出口数据；取得发行人报关出口退税明细表，与海关报关出口数据、外销收入进行匹配核查，具体的核查情况如下：

报告期内，发行人实现外销收入的主体包括奥尼电子、深圳阿斯盾和香港阿斯盾，其中国内报关出口主体为奥尼电子、深圳阿斯盾。

（1）境外销售收入与海关出口数据的匹配情况

报告期内，发行人境外销售海关出口数据与账面收入的核对情况如下：

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
海关出口金额	4,548.38	8,654.39	3,177.78	2,290.07
减：上年确认收入，海关确认本期	0.78	77.10	1.71	9.21
加：本年确认收入，海关确认下期	77.10	1.71	9.21	1.12
加：本年确认收入，海关确认上期	78.07	-	-	-
调整后海关出口金额	4,702.77	8,579.00	3,185.28	2,281.98
审定境外销售收入	4,702.57	8,579.33	3,185.27	2,275.43
差异额	0.20	-0.33	0.01	6.55

注：海关出口金额为境内主体对外销售，系国内海关电子口岸的经营数据，主营业务境外收入中还包括通过香港阿斯盾对外销售的收入，核对时以境内主体境外销售收入为准。

报告期内，发行人境外销售海关出口数据与账面审定的境外销售收入存在一定差异，主要有如下方面的原因：A、系海关统计数据时点与公司收入确认时点差异所致，经调节后的海关出口数据与审定境外销售收入差异较小。B、发行人采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额确认收入，存在折算汇率差异。

（2）境外销售收入与出口退税金额的匹配情况

报告期内，发行人境外销售收入与出口退税金额的核对情况如下：

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
申报出口退税销售额	4,702.54	8,263.45	3,104.17	2,301.76
减：上期确认收入，本期申报出口退税金额	424.01	202.36	121.30	148.74
加：本期确认收入，本期尚未申报出口退税金额	517.91	517.89	202.36	121.30
减：上期确认收入，本期尚未申报出口退税金额	93.88	-	-	-
调整后出口销售额	4,702.56	8,578.98	3,185.23	2,274.32
审定境外销售收入	4,702.56	8,579.33	3,185.27	2,275.43
差异额	-	-0.35	-0.04	-1.11

注：申报出口退税销售额为境内主体对外销售的情形，主营业务境外收入中还包括通过子公司香港阿斯盾对外销售的收入。

报告期内，发行人按照客户的订单要求，办妥报关手续，在取得报关单、提单等相关单据后确认销售收入。同时，发行人按照相关规定申报出口收入并办理相关退税，出口退税通常在单证齐备后方可获得相应的退税。因此，发行人境外销售收入与申报出口退税销售额存在差异，主要系申报出口退税时点与

收入确认时点的时间性差异所致，经调整后两者差异较小，出口退税系统收入金额与境外销售收入基本匹配。

6、针对发行人线上销售业务，为核实线上销售收入的真实性，保荐机构和申报会计师执行了如下的核查程序：

（1）取得发行人与天猫、京东、亚马逊等电商平台的合同或合作协议，核对主要条款，与电商负责人进行访谈，了解主要线上 B2C 平台、电商入仓模式的交易流程、交易模式及发货的主要业务流程。结合关键业务条款判断发行人在该模式下的收入确认会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定。比较同行业可比公司及其他公司采取同类销售模式下收入确认的会计政策与发行人是否存在重大差异；

（2）调取天猫、京东、亚马逊等电商平台的店铺旗舰店交易系统，查看网站店铺运营销售情况，核实发行人线上店铺销售交易的真实情况。

（3）选取报告期内线上销售的主要平台，包括京东、亚马逊等电商平台在内的公司进行实地走访调查，了解相关企业的基本信息、合作历史、销售渠道及客户类型、终端销售等情况；了解发行人与电商平台的交货方式、结算方式、付款与回款周期、信用政策等情况；

（4）通过电商平台系统取得线上 B2C 的销售明细，对交易数据进行分析，按照交易订单金额较大、同一客户重复购买等标准选取销售样本量，检查仓库发货与物流运输记录、客户签收记录及收款记录；

（5）对境外亚马逊、速卖通等平台系统的月报表和月交易明细与公司账面收入进行核对，对平台站点的产品毛利率情况进行分析性复核；登陆公司亚马逊、速卖通等系统查询店铺销售数据情况。

（6）保荐机构和申报会计师利用信息系统审计专家工作，即 IT 审计工作，具体情况如下：

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》关于信息系统核查的要求，发行人聘请了立信会计师事务所的信息系统审计团队执行了 IT 审计，并出具了《深圳奥尼电子股份有限公司信息系统审计报告（20180101-20210630）》

（信会师报字[2021]第 ZA15405 号）（简称“《IT 审计报告》”）。

信息系统审计团队重新、独立获取了平台后台订单、ERP 发货单以及 ERP 财务数据，按照平台订单号进行一一校验，发现公司存在部分订单未发货的现象，进一步核查发现，发行人境内电商业务中存在为了增加第三方平台流量以提升店铺排名而进行刷单的情况。经数据验证核查，除已披露的刷单数据外，其他平台订单与 ERP 发货单可双向匹配，不存在重大的数据验证差异。

在发行人存在刷单的情况下，信息系统审计团队利用大数据分析技术，对剩余订单执行了全量分析，以全面验证是否存在其他异常订单。分析内容包括趋势分析、地域分析、退款周期分析、SKU 分析、用户下单行为分析等内容，经验证分析，信息系统审计团队未发现明显异常的分析结果，即如果发行人进行刷单，需要对时间、地域、SKU、用户行为等多个方面进行伪造并保持申报期内的一致性，任何一个环节出现纰漏都会被核查人员发现。

基于前述审计程序，立信会计师事务所之《IT 审计报告》结论为：“1）审计范围内系统一般控制领域的关键控制活动设计/执行有效；2）审计范围内系统应用控制领域的关键系统控制活动设计/执行有效；3）剔除刷单的订单后，业务数据与财务数据基本一致，无明显异常的数据分析结果。”

经上述核查程序，发行人报告期内的境内电商业务中存在刷单行为，如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
刷单金额	-	10.59	43.28	36.54
营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
占比	-	0.01%	0.08%	0.12%

注：电商平台的交易数据及其刷单金额经 IT 审计。

发行人线上销售的刷单行为全部发生于境内电商平台，主要是为增加第三方平台流量以提升店铺排名，但该等刷单仅表现为电商平台订单量，发行人原始报表未作收入确认，且刷单金额占营业收入的比例较低、不具有重大影响。

发行人已于 2020 年 4 月底停止刷单行为，并于 2020 年 5 月制定了《预防刷单制度》严格禁止刷单，2020 年 5 月起发行人已不存在刷单行为。

7、选取境内/境外主要客户（收入占比 80%以上）的营业收入及应收账款

实施函证程序。保荐机构和申报会计师对申报期的销售收入均采用积极式函证，对函证全过程保持严格控制：

（1）函证发出前：填制询证函，详细核对询证的各项信息，获取经公司确认的函证对象联系清单，通过工商信息网站、客户官网或互联网地图等多种方式确认函证联系地址的准确性及真实性。对采用电子邮件函证的，确认收件人的电子邮件地址邮箱为公司邮箱，而非个人或公共邮箱；通过获取日常往来邮件或者通过 whois 网站查询域名所有者，核对海外客户电子邮箱地址的真实性；

（2）收到函证：中介机构收到客户回函后，检查回函快递单寄件信息是否与发函信息一致，检查回函件与发函原件是否一致；

（3）对回函不符的客户，了解不符原因并编制函证调节表，并检查原始凭据核实差异是否合理；对未回函客户执行替代性程序，获取包括客户订单、销售出库单、签收单/出口报关单、提单、形式发票、客户对账单、银行回单等，核查发行人销售收入的真实性；

（4）函证程序执行情况

报告期各期，保荐机构和申报会计师执行销售收入的函证情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
其中：境外客户收入	32,158.62	67,300.54	23,692.29	16,555.00
境内客户收入	16,692.19	41,104.34	29,058.14	12,993.46
回函总额	36,523.95	78,269.09	41,561.88	20,011.01
其中：境外回函金额	23,289.59	46,116.14	16,847.49	8,694.05
境内回函金额	13,234.36	32,152.95	24,714.39	11,316.96
回函比例	74.77%	72.20%	78.79%	67.72%
其中：境外回函比例	72.42%	68.52%	71.11%	52.52%
境内回函比例	79.28%	78.22%	85.05%	87.10%

报告期内，保荐机构和申报会计师对应收账款执行的函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
发函客户数量	46	53	78	65
发函金额	10,907.44	10,062.66	4,996.61	5,493.81

发函比例	91.11%	89.76%	84.67%	89.61%
回函客户数量	42	49	69	60
回函金额	10,244.29	9,816.52	4,814.09	5,405.25
回函比例	85.57%	87.57%	83.33%	88.17%

报告期内，保荐机构、申报会计师通过函证程序可以确认的应收账款余额比例分别为 88.17%、83.33%、87.57%和 85.57%，对于未回函的客户全部实施了替代程序，替代程序主要包括：核查应收账款形成过程涉及的销售合同、销售订单、发货单、送货单、签收单或者报关单和提单等单据，并对期后回款明细补充核查，从而确定未回函应收账款的真实性。

8、保荐机构会同申报会计师和发行人律师，选取境内/境外主要客户进行实地走访、视频访谈或驻中国办事处现场走访，了解主要客户的基本情况、合作背景、产品采购及对外销售情况、终端销售客户和渠道情况、关联关系或其他利益关系等情况，并对主要客户（ODM 客户、经销商客户）的终端销售客户进行走访，具体终端销售情况详见本回复下文之“（二）对发行人报告期境内及境外销售收入对应的客户终端销售核查情况”的说明；

（1）访谈程序执行情况概览

报告期内，保荐机构和申报会计师对境内、境外主要客户总体实施访谈程序的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
访谈客户数量	54	57	50	41
其中：境外客户数量	27	27	21	21
境内客户数量	53	50	41	30
访谈客户收入金额	37,427.16	87,290.60	42,258.84	22,407.29
其中：境外客户收入	24,471.67	53,050.65	16,590.93	12,129.67
境内客户收入	12,955.49	34,239.95	25,667.91	10,277.62
访谈收入占营业收入比	76.62%	80.52%	80.11%	75.83%
其中：境外收入占比	76.10%	78.83%	70.03%	73.27%
境内收入占比	77.61%	83.52%	88.35%	79.10%

注 1：发行人对于部分客户的销售同时涉及境内销售和境外销售，存在双重统计；

注 2：收入占比为同类营业收入占比。

（2）境内销售收入的访谈程序执行情况

关于境内销售收入，保荐机构、申报会计师及发行人律师分别于 2020 年 7-8 月和 11 月、2021 年 1-4 月、2021 年 7-8 月对发行人主要境内客户进行了现场走访、视频访谈合计为 53 家，具体情况如下表所示：

序号	公司名称	访谈时间	访谈形式/访谈地点
1	深圳市邻友通科技发展有限公司	2020/7/22	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD E 座 (实地访谈)
		2021/2/8	视频访谈
		2021/4/21	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD E 座 (实地访谈)
		2021/5/26	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD E 座 (实地访谈)
		2021/6/22	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD 银河 谷 C 栋 28 座 (实地访谈)
		2021/8/6	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD 银河 谷 C 栋 28 座 (实地访谈)
		2021/10/11	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD 银河 谷 C 栋 28 座 (实地访谈)
2	奇虎 360	2020/7/25	深圳市南山区学苑大道 1001 号南山智园 A2 栋 (实地访谈)
		2021/1/26	深圳市南山区智园 360 大厦
		2021/8/5	深圳市南山区智园 360 大厦
3	奇诺光瑞电子（深圳）有限公司	2020/7/20	深圳市沙井新桥新和大道 6-18 号大宏高新科技园 1302 (实地访谈)
		2021/3/4	视频访谈
		2021/4/22	深圳市沙井新桥新和大道 6-18 号大宏高新科技园 1302 (实地访谈)
		2021/7/29	视频访谈
4	AVerMedia Technologies, Inc.	2020/11/5	视频访谈
		2021/2/8	视频访谈
		2021/4/26	视频访谈
		2021/8/18	视频访谈
5	Nexight INC (原名 Nexight LLC)	2020/7/23	深圳福田区福华一路 88 号中心商务大厦 6 楼 6H (中国办事处实地访谈)
		2021/3/3	视频访谈
		2021/4/22	深圳福田区福华一路 88 号中心商务大厦 6 楼 6H (中国办事处实地访谈)
		2021/7/30	视频访谈
6	东莞励国照明有限公司	2021/3/5	视频访谈
		2021/4/19	广东省东莞市五联工业路 119-2 号
		2021/7/30	视频访谈
7	北京京东世纪贸易有限公司	2020/11/6	北京市亦庄区经济技术开发区京东大厦 1 号楼 C

			座（实地访谈）
		2021/7/22	视频访谈
8	Owlet Baby Care Inc.	2020/7/22	视频访谈
		2021/2/4	视频访谈
		2021/7/29	视频访谈
9	Swann Communications Limited	2020/7/20	视频访谈
		2021/2/4	视频访谈
		2021/7/26	视频访谈
10	S2E INC DBA	2020/7/24	视频访谈
		2021/1/27	视频访谈
		2021/7/29	视频访谈
11	D-Link	2021/3/4	视频访谈
		2021/7/23	视频访谈
12	NOAH INTERNATIONAL TAIWAN CORP	2021/2/23	视频访谈
		2021/8/4	视频访谈
13	深圳市天一泓安防有限公司	2020/7/20	深圳市龙华区龙华街道油松社区利金城工业园 9 号厂房 201（实地访谈）
14	深圳市环球易达供应链管理有限公司	2020/7/22	深圳龙岗区坂田街道东海王大厦 A 座 2 楼（实地访谈）
		2021/2/5	视频访谈
15	深圳市万创博实业发展有限公司	2020/7/20	龙岗区坂田五和大道星河 world A 座 2407（实地访谈）
		2021/2/8	视频访谈
		2021/8/2	视频访谈
16	SPEED TECH CORPORATION	2021/1/27	视频访谈
17	深圳市汇博电子商务有限公司	2020/7/21	深圳市盐田区盐田街道明珠道山海苑 3 栋 A 单元 11A（实地访谈）
		2021/2/2	视频访谈
		2021/7/22	视频访谈
18	深圳腾为视讯科技有限公司	2020/7/21	深圳龙华油松路和东环一路交汇处天汇大厦 B 座 719-720（实地访谈）
19	博世（上海）智能科技有限公司	2020/7/23	上海虹桥临空经济园区福泉北路 333 号（实地访谈）
20	上海全峰商贸发展有限公司	2020/7/22	上海市徐汇区石龙路 329 号越界创意园 115 室（实地访谈）
21	浙江艺旗教育科技有限公司	2020/7/21	浙江省杭州市滨江区三维大厦 A 座 401 美术宝（实地访谈）
22	厦门高比特电子有限公司	2020/7/25	厦门高比特 4 楼会议室（实地访谈）
		2021/1/27	视频访谈
23	合肥品冠科技有限公司	2020/7/23	安徽长丰双凤经济开发区凤麟路与双凤路交叉口 2 幢厂房（实地访谈）
24	上海商米科技集团股份有限公司	2020/7/23	上海市杨浦区淞沪路 388 号 505 室（实地访谈）

25	深圳市琼英科技有限公司	2020/7/22	深圳市宝安区石岩街道龙腾社区（实地访谈）
26	傲基科技股份有限公司	2020/7/21	深圳市龙岗区平湖街道华南大道一号华南国际印刷纸品包装物流区（一期）P09 栋 102 号
		2021/2/5	视频访谈
27	平潭综合实验区上为贸易有限公司	2020/7/22	武汉市江岸区塔子湖东路越秀星汇君泊 B2 栋 2706（实地访谈）
		2021/2/5	视频访谈
28	深圳市瑞琪鑫科技有限公司	2020/7/20	深圳市龙岗区平湖街道办事处富裕路 7 号辅城坳工业区 A6 栋 3 楼（实地访谈）
29	深圳市爱立顺数码有限公司	2020/11/4	广东省深圳市龙岗区坂田街道光雅园宏华大厦（实地访谈）
		2021/2/2	视频访谈
30	Binatone Electronics International Ltd	2020/7/23	视频访谈
31	广州列顿电子科技有限公司	2020/7/24	广州市番禺区化龙镇国贸大道南 43 号 4 号，5 号厂房
32	安克创新科技股份有限公司	2020/7/21	深圳市南山区西丽茶光路 1006 号健兴大厦 B 座 7 楼（实地访谈）
		2021/3/5	深圳市南山区西丽茶光路 1006 号健兴大厦 B 座 7 楼（实地访谈）
33	高德信息技术有限公司	2020/7/28	深圳南山阿里巴巴大厦
34	深圳市明誉兴工业设备有限公司	2020/7/20	深圳市宝安区沙井街道新和大道 118 号凤凰大厦 C 栋（实地访谈）
35	杭州储明科技有限公司	2020/11/4	视频访谈
36	杭州涂鸦信息技术有限公司	2020/7/21	杭州华策中心 10 层（实地访谈）
		2021/2/3	视频访谈
37	台湾研勤 (PAPAGO)	2020/7/22	上海市闵行区友东路 358 号闵欣大厦 1 号楼 201 室（国内子公司实地访谈）
		2021/2/23	视频访谈
38	郑州信之海电子有限公司	2020/11/5	视频访谈
		2021/2/3	视频访谈
39	亮锐（上海）管理有限公司	2020/7/23	上海市静安区汶水路 299 弄 19-20 号（亮锐国内公司实地访谈）
40	安徽艺秀电子科技有限公司	2021/2/3	视频访谈
41	TCL 集团	2020/7/23	深圳市南山区中山园路 1001 号 TCL 国际 E 城 D1 栋 A 单元 6 楼（实地访谈）
42	武汉群宇科技有限公司	2020/7/22	武汉市江岸区塔子湖东路越秀星汇君泊 B2 东 2706（实地访谈）
43	深圳联科	2020/7/24	深圳市宝安区西乡街道固戍开发区泰华梧桐工业园 12 号建筑 5 层（中国总部实地访谈）
44	智慧眼科技股份有限公司	2020/7/20	深圳市龙华新区清祥路 1 号宝能科技园 6 栋宝汇大厦 B 座 19F（实地访谈）
45	深圳市猿人创新科技有限公司	2020/7/21	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区平吉大道北 159

			号恒路 E 时代大厦 1808
46	跨境通	2021/2/4	视频访谈
47	杭州汉典科技有限公司	2020/7/21	杭州市余杭区五常街道郭家斗支路高居大厦 A 座 506（实地访谈）
48	东莞市艺美纳斯瓦电子科技有限公司	2020/11/6	东莞市东城街道同沙社区东城科技工业园东科路 1 号综试基地 6 栋 2 楼（实地访谈）
		2021/2/3	视频访谈
49	COBRA ELECTRONICS CORP	2021/8/10	视频访谈
50	深圳市北为科技有限公司	2021/7/23	深圳市宝安区航城街道鹤州社区东区二巷 3 号 705（实地访谈）
51	北京天利同创科技有限公司	2021/7/26	北京市海淀区中关村大街 18 号科贸电子城 3 层（实地访谈）
52	Fortune Ship International Industrial Limited	2021/7/30	深圳市南山区西丽镇创盛路 1 号康和盛大厦 7 楼（国内办事处访谈）
53	新华三智能终端有限公司	2021/8/10	视频访谈

注：发行人对于部分客户的销售同时涉及境内销售和境外销售，因此境内销售收入访谈中亦涉及部分境外客户。

（3）境外销售收入的访谈程序执行情况

关于境外销售收入方面，保荐人、申报会计师及发行人律师分别于 2020 年 7-8 月和 11 月、2021 年 1-4 月、2021 年 7-8 月对发行人主要境外客户进行了视频访谈、对主要境外客户的中国办事处或者国内子公司进行了现场走访，合计为 37 家，其中 2020 年走访或视频访谈的境外客户 27 家，2021 年走访或视频访谈的境外客户 27 家，具体情况如下表所示：

序号	公司名称	访谈时间	访谈形式/访谈地点
1	HONGKONG FOUR CITY TRADING LIMITED	2020/7/20	深圳市沙井新桥新和大道 6-18 号大宏高新科技园 1302（国内子公司实地访谈）
		2021/3/4	视频访谈
2	Swann Communications Limited	2020/7/20	视频访谈
		2021/2/4	视频访谈
		2021/7/26	视频访谈
3	Owlet Baby Care Inc.	2020/7/22	视频访谈
		2021/2/4	视频访谈
		2021/7/29	视频访谈
4	Asbisc Enterprise PLC	2020/7/22	深圳市宝安区西乡街道兴业路 2005 号宝安互联网产业基地 C 区 A 栋 211-1（中国办事处实地访谈）
		2021/2/22	视频访谈

		2021/8/3	视频访谈
5	PHILEX HONG KONG LTD	2021/2/22	视频访谈
6	Presino Electronics & Appliance Co., Ltd	2020/7/23	视频访谈
7	Globaltronics GmbH & Co. KG	2020/7/23	视频访谈
8	Binatone Electronics International Ltd	2020/7/23	视频访谈
9	FENIX INTERNATIONAL INC	2020/7/23	广东省深圳市福田区福华路 319 号兆邦金融大厦 706-2（中国办事处实地访谈）
		2021/1/27	视频访谈
		2021/7/30	视频访谈
10	Nexight INC（原名 Nexight LLC）	2020/7/23	深圳福田区福华一路 88 号中心商务大厦 6 楼 6H
		2021/4/22	（中国办事处实地访谈）
		2021/3/3	视频访谈
		2021/7/30	视频访谈
11	I-ROCKS TECHNOLOGY CO., LTD.	2020/7/24	视频访谈
12	S2E INC DBA	2020/7/24	视频访谈
		2021/1/27	视频访谈
		2021/7/28	视频访谈
13	AUTOIN THE BOX ELECTRONIC CO., LIMITED（与序号 14 为同一控制下公司）	2020/7/24	深圳市宝安区西乡街道固戍开发区泰华梧桐工业园 12 号建筑 5 层（中国总部实地访谈）
14	TOPDON ELECTRONIC CO., LIMITED（与序号 13 为同一控制下企业）	2020/7/24	深圳市宝安区西乡街道固戍开发区泰华梧桐工业园 12 号建筑 5 层（中国总部实地访谈）
15	Toshiba Lifestyle Electronics Trading Co., Ltd	2020/7/27	视频访谈
		2021/7/29	视频访谈
16	ULSee Technology Co., Ltd.	2020/7/27	视频访谈
17	Trust International B.V.	2020/7/29	视频访谈
		2021/2/8	视频访谈
		2021/4/16	深圳市福田区上梅林中康路 126 号卓越城 2 期 B 座 808 荷兰楚斯特国际有限公司（中国代表处实地访谈）
		2021/8/5	视频访谈
18	Uniden Australia Pty Ltd	2020/7/30	视频访谈
		2021/2/8	视频访谈
		2021/8/5	视频访谈
19	AVerMedia Technologies, Inc.	2020/11/5	视频访谈

		2021/2/8	视频访谈
		2021/4/26	视频访谈
		2021/8/18	视频访谈
20	DING XIN TECHNOLOGY LIMITED	2020/11/5	深圳市龙华区 1970 科技小镇 5 栋 305 室 (中国办事处实地访谈)
		2021/2/3	视频访谈
21	PHELPS UNITED LLC DBA SOURCING SOLUTIONS, PNH	2020/11/6	视频访谈
		2021/2/5	视频访谈
22	D-link	2021/3/4	视频访谈
		2021/7/23	视频访谈
23	Alza	2021/3/5	视频访谈
24	Best Buy China Ltd	2020/7/24	上海市浦东新区浦建路 76 号自由国际广场 8 楼 (中国办事处实地访谈)
		2021/7/29	视频访谈
25	SPEED TECH CORPORATION	2021/1/27	视频访谈
26	NOAH INTERNATIONAL TAIWAN CORP	2021/2/23	视频访谈
27	Deyi tech co., limited	2021/2/5	视频访谈
28	Sunvalley (HK) Limited (深圳市邻友通科技发展有限公司)	2020/7/22	深圳市龙岗区五和大道一号路星河 WORLD A 座
		2021/4/21	7 楼 (中国总部实地访谈)
		2021/2/8	视频访谈
29	LUMILEDS HONG KONG CO.LIMITED (亮锐(上海))	2020/7/23	上海市静安区汶水路 299 弄 19-20 号 (亮锐国内公司实地访谈)
30	亚马逊	2020/8/4	深圳市南山区威新软件园 7 栋 2 层会议室 (亚马逊中国实地访谈)
31	GLOBALEDA GROUP (HK) LIMITED (深圳市环球易达供应链管理有 限公司)	2020/7/22	深圳龙岗区坂田街道东海王大厦 A 座 2 楼 (中国总部实地访谈)
		2021/2/5	视频访谈
32	IDEA ELECTRONICS INC.	2020/7/20	龙岗区坂田五和大道星河 world A 座 2407 (中国总部实地访谈)
		2021/2/8	视频访谈
		2021/8/2	视频访谈
33	PAPAGO INC. (台湾研勤)	2020/7/22	上海市闵行区友东路 358 号闵欣大厦 1 号楼 201 室 (国内子公司实地访谈)
		2021/2/23	视频访谈
34	PT INOVASI TEKNOLOGI CEMERLANG	2021/7/27	视频访谈
35	COBRA ELECTRONICS CORP	2021/8/10	视频访谈

36	Fortune Ship International Industrial Limited	2021/7/30	深圳市南山区西丽镇创盛路1号康和盛大厦 (国内办事处访谈)
37	Jetmax Lighting Co., Limited	2021/7/30	视频访谈

(4) 视频访谈程序的相关说明

2020 年以来，新冠肺炎疫情的蔓延对现场走访形成不利影响，因此，保荐机构、申报会计师、发行人律师综合采取现场走访、视频访谈等方式进行客户访谈。其中，在视频访谈客户的过程中，保荐人、申报会计师确认客户身份所采取的主要核查方法包括：

①发行人根据要求通过双方日常下达需求订单约定的邮箱（带客户后缀名）、电话等联系方式同对方约定访谈人员、访谈形式及访谈时间；保荐机构检查约谈记录及日常往来记录，将邮箱地址和微信或会议系统联系人进行比对；

②在访谈开始之前（正式问答前五分钟）同受访对象确认身份及所担任职位等信息，主要对被访谈对象所在公司 logo、身份证明、工牌名片等进行查看以验证被访谈客户真实性、适格性；

③访谈过程进行截图保存，通过 zoom 等会议系统进行访谈的客户实行视频录制，同时访谈过程中将被访谈信息回答内容与公司实际情况进行实时比对；访谈人员由三家机构共同参与，一般配置 3-4 人，其中 2 人负责问询，1 人负责将事前准备的资料与访谈内容信息进行核实；

④访谈结束后获取客户签字盖章确认的访谈记录及身份证明复印件、工牌扫描件、客户经营资质等文件，要求通过被访谈对象的办公邮箱（带公司官方后缀名的下单邮箱）发送至中介机构指定邮箱并抄送发行人，以及邮寄纸质资料；同时，中介机构将上述文件中涉及到的签字笔迹、印章与发行人日常往来的合同或文件进行比对核实。

9、对发行人境内/境外销售收入执行分析性复核程序：取得报告期内销售收入成本明细表、销售收发存台账，分产品类别、业务类型及经营模式实施分析程序，对比分析报告期内境内/境外销售收入、单价、成本及毛利率的变动情况；查阅同行业上市公司的年度报告和历史招股说明书，了解同行业上市公司的财务状况和业务模式，并与发行人的毛利率等相关财务指标进行比较分析；

10、获取并查阅报告期内发行人主要银行账户的附有对手方的银行流水记录及客户清单，针对销售回款选取不同期间的收款样本，编制销售回款测试表，检查报告期内主要境内/境外客户的银行流水记录，核查收取货款的汇款方与客户的一致性，同时分析、检查期后回款情况；

11、对发行人的境内/境外销售收入实施截止性测试核查程序，核实销售收入是否存在跨期现象，查验当期收入是否准确、完整记录。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人报告期内境内/境外的销售收入是真实的，销售收入确认符合企业会计准则规定。

（二）对发行人报告期销售收入对应的客户终端销售核查情况

发行人的销售业务类型主要包括 ODM 业务、自有品牌和其他类业务，其中，其他类业务为技术开发服务收入；按照客户类型分类，技术开发服务收入主要归属于 ODM 客户。保荐机构和申报会计师对 ODM 业务和自有品牌业务下主要客户的终端销售情况分别执行了如下核查程序：

1、针对 ODM 业务模式客户的终端核查

报告期各期，发行人 ODM 业务模式下的内销和外销收入构成及其主要客户的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	13,059.53	31.90%	30,236.87	37.29%	24,085.83	54.21%	9,781.72	43.07%
外销	27,882.48	68.10%	50,851.32	62.71%	20,347.98	45.79%	12,930.46	56.93%
合计	40,942.01	100.00%	81,088.19	100.00%	44,433.81	100.00%	22,712.19	100.00%

通过公开披露信息查询及对下属主要客户的访谈了解，发行人 ODM 主要客户的下游销售渠道一般集中在线下大型商超或线上电商平台，主要是直接面向终端消费者。据向客户访谈了解，公司报告期内 ODM 前五大主要客户对应的下游渠道和下游客户类型情况如下：

序号	客户名称	下游渠道	下游客户类型	是否核查终端销售
1	AVerMedia	线下为主、线上为辅	商超类客户为主，线上电商终端为辅	是

2	邻友通	线上为主、线下为辅	线上电商终端为主，商超类客户为辅，	是
3	奇虎 360	线上为主、线下为辅	线上电商终端为主，其他为辅	是
4	TRUST	线上与线下相结合	商超类客户、线上电商终端相结合	是
5	奇诺光瑞	线下为主、线上为辅	商超类客户为主，美国本土品牌商为辅 (注)	是
6	OWLET BABY	线上为主、线下为辅	商超类客户、线上电商终端、Owlet online 等相结合	是
7	Swann	线下为主、线上为辅	商超类客户、线上电商终端、自有门店零售等相结合	是
8	Toshiba Lifestyle	-	拒绝提供	拒绝核查
9	S2E INC DBA	线上与线下相结合	商超类客户、线上电商终端等相结合	是
10	Binatone Global	-	拒绝提供	拒绝核查
11	Nexight INC	线上为主	线上电商终端为主	是
12	D-Link Corporation	线下为主、线上为辅	商超类客户为主，线上电商及其他终端为辅	是

注：奇诺光瑞的直接客户主要为美国品牌商，奇诺光瑞约 90%的收入源自直供商超渠道的品牌商（品牌商销售给商超），约 10%的收入源自非直供商超渠道的品牌商等。

保荐机构会同申报会计师和发行人律师对境内外的 ODM 主要客户进行了实地走访和视频访谈，获取了客户的基本情况、主营业务、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要渠道销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等信息，并对部分主要 ODM 客户的线下实体终端销售超市类客户进行了走访、对主要 ODM 客户线上终端销售平台/店铺进行了网络核查验证，了解终端零售价及销售状况，以验证产品最终销售情况。

保荐机构、申报会计师对发行人部分 ODM 客户核查情况的列举说明如下：

（1）主要客户的终端销售核查情况

①针对 AverMedia 终端销售的核查说明

经访谈确认，AverMedia 以直供欧美线下商超渠道为主，并兼营亚马逊等电商销售业务，其中，其线下商超渠道主要为 Best buy、Costco 等。

A.针对 AverMedia 最终实现销售的核查说明

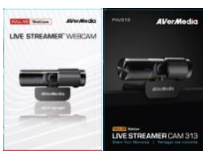
a.访谈 AverMedia 并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈，获取了 AverMedia 的基本情况、主营业务、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要客户销售占

比、最终产品销售情况、产品库存情况等信息。

b.终端核查之线下核查

对于线下商超客户，AverMedia 提供了向奥尼定制产品并在 Best buy、Costco 等美国地区线下商超销售的主要两款产品的品牌名称、型号信息等（简称“AverMedia 定制奥尼产品”），情况如下：

连锁商超名称	品牌名称	该品牌的产品型号名称	产品图片	外包装	该型号的商品条形码（商品唯一标识码）
Bestbuy	Avermedia	PWC313			
Costco	Avermedia	PWC313			

发行人 IPO 中介机构以发行人律师竞天公诚为代表，委托美国 Katten Muchin Rosenman LLP 律师事务所（简称 Katten 律师），采取律所办公室所在地及其周边城市的就近原则，于 2021 年 4 月 19 日-25 日对 Bestbuy、Costco 门店进行了现场走访核查。Katten 律师现场查看的店铺包括 Best buy 商超的 7 个门店（洛杉矶 2 个、旧金山 1 个、圣地亚哥 1 个、纽约 2 个、纳珀维尔市 1 个）和 Costco 商超的 5 个门店（洛杉矶 1 个、旧金山 1 个、圣地亚哥 1 个、纽约 1 个、纳珀维尔市 1 个），门店清单如下：

Katten Muchin Rosenman LLP 现场核查门店清单

城市	Los Angeles			San Francisco		Santiago	
商超	Bestbuy	Bestbuy	Costco	Bestbuy	Costco	Bestbuy	Costco
简称	B1	B2	C1	B3	C2	B4	C3
地址	12281Limonite Ave Eastvale,CA 91752 United States	Atwater Village Store 2909Los Feliz Blvd Los Angeles	5030Hamner Ave Eastvale,CA 91752 United States	5065Almaden Expy,San Jose,CA 95118	5301Almaden Expym San Jose,CA 95118	Encinitas Ranch Town Center	951Palo mar Airport Rd
城市	New York			Naperville, Illinois		-	-
商超	Bestbuy	Bestbuy	Costco	Bestbuy	Costco	-	-
简称	B5	B6	C4	B7	C5	-	-

地址	8801Queens Blvd,Queens,N Y 11373,United States	52E 14th St,New York,NY 10003,United States	6135Junction Blvd,Queens,N Y 11374,United States	4400 E New York St. Naperville, IL 60504	1320 Illinois Rte 59, Naperville ,I L 60564	-	-
----	---	--	---	---	--	---	---

注：就 AverMedia、奇诺光瑞、励国照明终端销售的核查，Katten Muchin Rosenman LLP 核查的门店范围相同，后文以简称 B1（Bestbuy 门店 1）、B2（Bestbuy 门店 2）、C1（Costco 门店 1）、C2（Costco 门店 2）等简称对各门店进行编号，以便于列表披露。

经 Katten 律师现场核查，AverMedia 在 Best buy 和 Costco 的美国线下门店中处于真实销售状态，具体走访结果如下：

城市	Los Angeles			San Francisco		Santiago		New York			Naperville	
商超	B1	B2	C1	B3	C2	B4	C3	B5	B6	C4	B7	C5
是否在售	是	是	是	是	是	是	是	是	否	是	是	是

注：据 Katten 律师之法律意见书，在售状态之“是”指：①相应产品于门店有陈列展示；②对应产品因缺货未陈列展示，但有价签；③导购上注明相应的产品可以从最近的仓库转出销售。在售状态之“否”是指产品在现场走访核查时没有向公众销售。后文同。

c.终端核查之线上核查

对于 AverMedia 经营的线上电商业务，AverMedia 提供了亚马逊店铺信息及其网址链接，保荐机构以网络查验的方式核查了 AverMedia 线上销售的真实性。

对于 AverMedia 的线下商超客户，保荐机构根据 AverMedia 向发行人定制商品并在 Best buy、Costco 进行销售的产品信息，于 2021 年 4 月 20 日分别对 Best buy、Costco 的官方网址进行检索查阅。

保荐机构在 Best buy 官方网站上，选取美国 2020 年 GDP 排名前 10 个州的 240 多家店铺查看 AverMedia 定制产品的售卖情况，经检查，AverMedia 定制产品在上述 80%以上的店铺均显示为在售状态（有库存可立即配送货物，或无库存指定日期后可配送货物）。

保荐机构在 Costco 官方网站上，通过直接检索 AverMedia 定制产品的具体信息，AverMedia 定制的 PWC313 型号产品处于在售状态。

此外，2021 年 8 月，保荐机构就 AverMedia 的终端销售情况对 AverMedia 进行了补充访谈和线上核查。

B.核查情况

根据对 AverMedia 的访谈确认，报告期内 AverMedia 向奥尼定制的产品已基本实现对外销售，报告期末 AverMedia 未持有超过日常运营所需的大额存货。

AverMedia 定制奥尼产品处于正常在售状态，Bestbuy、Costco 为独立且知名的商超渠道，库存管理是其重要的经营指标，一般持有较低的常备库存。

综上，上述核查程序及获取的资料显示，报告期内 AverMedia 向发行人采购产品的终端销售情况良好，发行人收入真实、准确。

②针对邻友通终端销售的核查说明

经访谈确认，邻友通主要从事跨境电商业务，主要销售渠道为亚马逊。

A.针对邻友通最终实现销售的核查说明

a.访谈邻友通并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈和实地走访，获取了邻友通的基本情况、主营业务、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要渠道销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等信息。

b.终端核查之线上核查

2021 年 4 月，保荐机构现场走访，并查看了邻友通之亚马逊平台系统，获取了邻友通耳机销量最大店铺和行车记录仪销量最大店铺的经营信息截图，其中包括：①店铺的所有权截图：表明该店铺归属于邻友通所有的证明；②店铺 2019 年 12 月、2020 年 12 月的销售额信息截图；③店铺中 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售奥尼电子供应产品的销售订单截图，包括订单时间、发货时间、订单执行状态、价格等信息；④邻友通于 2018 年末、2019 年、2020 年末、2021 年 3 月末持有奥尼电子相关产品存货的具体型号及数量（注：邻友通的存货金额包括了运费等采购相关费用，因此，邻友通提供了具体型号及数量。发行人基于型号、数量及历史销售价格测算了邻友通的存货金额，2021 年 5 月，邻友通已确认该测算金额与其存货金额不存在超过 10%的重大差异）。

2021 年 5 月，保荐机构现场走访，在星徽股份/邻友通之商业秘密保护、上

市公司对外提供信息限制的基础上，保荐机构查看了邻友通之亚马逊平台系统，且获取了：①邻友通销售发行人相关产品的 3 家店铺的信息，包括店铺名称、所在国家、网址链接等基本信息；②前述 3 家店铺 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售发行人相关产品的具体型号及销售数量；③前述 3 家店铺 2018 年 12 月、2019 年 12 月、2020 年 12 月、2021 年 1-3 月的销售额信息截图；④前述 3 家店铺 2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-3 月销售奥尼电子相关产品的销售订单截图，包括订单时间、发货时间、订单执行状态、价格等信息。

2021 年 5 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理）、财务总监，其确认：①邻友通向奥尼采购并于 2020 年末持有的存货，至 2021 年 4 月末已基本实现最终销售；②邻友通的期末存货金额，符合跨境电商行业的特点；③邻友通不存在 2021 年 5 月媒体报道所称店铺被亚马逊平台封杀的情况；④邻友通未发生重大不利变化。

保荐机构根据邻友通提供的亚马逊店铺信息及其网址链接，以网络查验的方式核查了奥尼供应产品的销售情况（包括产品信息、销售价格、是否处于可购买状态等），并实际购买了一款奥尼供应产品以做验证，以核查线上销售真实性。

此外，2021 年 6 月 17 日，星徽股份发布《关于子公司重大事项的公告》，邻友通旗下部门店铺于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊平台暂停销售。前述事项未对公司 2021 年整体营业收入、业绩形成重大影响，详见《招股说明书》之“第六节 业务与技术”之“三、公司的生产销售情况及主要客户”之“（二）报告期内前五名客户销售情况”之“（3）报告期部分客户的合作稳定性、合理性及可持续性分析”之“②公司与邻友通的合作情况”的分析与说明。

2021 年 7 月、8 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理），其确认：“①我司资金情况良好，未向奥尼电子提出变更信用政策，能及时向奥尼电子支付货款；②我司与奥尼电子为买断式交易，我司自行承担销售相关的风险，除协议约定的质量瑕疵等情形外，我司不会因本次部分店铺被暂停销售而向奥尼电子进行大额退货；③我司已下达订单有效、会继续采购；④我司与奥尼电子在售型号 8 款、在售型号会继续采购，在研型

号 9 款、在研项目将继续推进并尽快上市销售”。

2021 年 10 月，保荐机构现场访谈了星徽股份董事长（兼任泽宝技术、邻友通执行董事、经理），就邻友通部分店铺被亚马逊限制销售事项、发行人持有在手订单的后期执行预期及其合理性等事项进行了补充访谈与确认。

B.核查情况

根据对邻友通的访谈确认，报告期内邻友通向奥尼定制的产品已基本实现对外销售，报告期末邻友通未持有超过日常运营所需的大额存货。

综上，上述核查程序及获取的资料显示，报告期内邻友通向发行人采购产品的终端销售情况良好，发行人收入真实、准确。

③针对 TRUST INTERNATIONAL B.V.终端销售的核查说明

经访谈确认，TRUST 主要从事电脑周边、游戏周边、智能家居等电子产品的品牌运营，其以直供 Media Mart、Saturn 等线下商超渠道，及 Amazon、www.bol.com 等电商渠道为主，其中线上业务的交易形式为将产品销售给亚马逊、www.bol.com（荷兰和比利时规模最大的电子商务网站）等并由电商平台自行销售，即买断式销售方式。

A.针对 TRUST 最终实现销售的核查说明

a.访谈 TRUST 并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈和实地走访，了解 TRUST 的基本情况、主营业务情况、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要客户销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等。

b.终端核查之线上核查

保荐机构实地走访了 TRUST 中国办事处并访谈办事处负责人，现场查看了 TRUST 的交易系统和 ERP 系统，查看了 TRUST 向奥尼定制产品于 2020 年、2021 年 1 季度的采购入库、销售出库的简要情况。

保荐机构以视频方式远程访谈了 TRUST 荷兰总部采购负责人，并获取

了：①TRUST 位于荷兰的仓库、产品实物的照片；②TRUST 向发行人采购产品的入库记录；③获取 2020 年、2021 年 1-3 月 TRUST 向亚马逊、www.bol.com、Media Mart、Saturn 等四家下游客户的出库/发货记录截图；④向奥尼定制并对外出售产品的具体型号信息；⑤TRUST 官网查询产品在 TRUST 下游客户之可售状态的具体方式。

经 TRUST 确认，TRUST 官网（<https://www.trust.com/>）可显示其主要的下游客户，并可查验相关产品的在售状态。保荐机构于 2021 年 4 月 20 日 11 点至 21 点分期间在其官网中“buy now”信息系统检索奥尼电子供应的“18679”、“22397”两个型号产品的可售情况，其中，18679 型号产品在 125 个渠道（线上电商站点或线下商超）有售，22397 型号产品在 81 个渠道（线上电商站点或线下商超）有售；保荐机构将前述检索方式的有效性、信息真实性向 TRUST 进行了确认。2021 年 7 月 16 日，保荐机构于在其官网中“buy now”信息系统检索就奥尼电子供应产品在其下游渠道的可售情况进行了验证复核。

保荐机构根据 TRUST 提供的亚马逊、bol 的信息及其网址链接，以网络查验的方式核查了奥尼供应产品的销售情况（包括产品信息、销售价格、是否处于可购买状态等），并实际购买了一款奥尼产品以做验证，以核查线上销售真实性。

此外，2021 年 8 月，保荐机构就 TRUST 的终端销售情况对 TRUST 进行了补充访谈和线上核查验证。

B. 核查情况

根据对 TRUST 的访谈确认，报告期内 TRUST 向奥尼定制的产品已基本实现对外销售，报告期末 TRUST 未持有超过日常运营所需的大额存货。

TRUST 向奥尼定制的部分产品，于 TRUST 的下游渠道（线上电商或线下商超）处于正常在售状态。亚马逊、bol、Media Mart、Saturn 等作为知名企业，库存管理是其重要的经营指标，一般持有较低的常备库存。

综上，上述核查程序及获取的资料显示，报告期内 TRUST 向发行人采购产品的终端销售情况良好，发行人收入真实、准确。

④针对奇诺光瑞的终端销售的核查说明

经访谈确认，奇诺光瑞主要从事电子相册（智能相框）、智能插座等电子产品的生产销售，其直接客户主要为美国品牌商 Aluratek，下游品牌商 Aluratek 的客户主要为沃尔玛、百思买等商超渠道，且奇诺光瑞基本不从事线上销售。

A.针对奇诺光瑞最终实现销售的核查说明

a.访谈奇诺光瑞、奇诺光瑞客户并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈和实地走访，了解奇诺光瑞的基本情况、主营业务情况、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要客户销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等。

保荐机构通过现场走访：①查看奇诺光瑞的办公场所、仓库及生产车间；②由奇诺光瑞财务人员协助查看 ERP 存货管理系统，了解 PC/TV 摄像头、网络摄像机产品购销情况并截图，同时取得采购与销售摄像头、摄像机的入库明细账、销售明细账（剔除敏感信息）；③获取了奇诺光瑞向奥尼采购产品的入库记录；④获取了三笔奇诺光瑞向下游客户 Aluratek 销售产品的订单及对应的出口报关单、提单；⑤奇诺光瑞提供了向奥尼定制产品并通过下游品牌商客户在 Best buy 等美国地区线下商超销售的主要产品的品牌名称、型号信息等（简称“奇诺光瑞定制奥尼产品”）。

在奇诺光瑞的协助下，保荐机构完成了对奇诺光瑞下游主要客户 Aluratek 的视频访谈：①了解 Aluratek 的基本情况、主营业务，与奇诺光瑞的合作历史、交易内容、下游销售渠道、最终产品销售情况、产品库存情况等；②Aluratek 提供了奇诺光瑞定制奥尼产品在 Best buy 等美国地区线下商超销售的主要产品的品牌名称、型号信息等；③核对了奇诺光瑞与 Aluratek 交易的真实性。

b.终端核查之线下核查

经访谈确认，奇诺光瑞、Aluratek 提供了奇诺光瑞定制奥尼产品在 Best buy 等美国地区线下商超销售的主要三款产品的品牌名称、型号信息等，如下：

连锁商超名称	品牌名称	该品牌的产品型号名称	产品图片	外包装	该型号的商品条形码 （商品唯一标识码）
--------	------	------------	------	-----	------------------------

Bestbuy	Aluratek	AWC01F			model / modèle AWC01F 
Bestbuy	Aluratek	AWCL05F			model / modèle AWCL05F pkg P10580 
Bestbuy	Aluratek	AWC4KF			model / modèle AWC4KF 

发行人 IPO 中介机构以发行人律师竞天公诚为代表，委托美国 Katten Muchin Rosenman LLP 律师事务所（简称 Katten 律师），采取律所办公室所在地及其周边城市的就近原则，于 2021 年 4 月 19 日-25 日对 Bestbuy 门店进行了现场走访核查。Katten 律师现场查看的店铺包括 Best buy 商超的 7 个门店（洛杉矶 2 个、旧金山 1 个、圣地亚哥 1 个、纽约 2 个、纳珀维尔市 1 个），门店情况详见前文《Katten Muchin Rosenman LLP 现场核查门店清单》。

经 Katten 律师现场核查，奇诺光瑞定制奥尼电子产品在 Best buy 的美国线下门店中处于真实销售状态，具体走访结果如下：

城市	Los Angeles		San Francisco	Santiago	New York		Naperville
商超	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7
AWC01F	是	否	是	是	是	是	是
AWCL05F	是	是	是	是	否	是	是
AWC4KF	是	否	是	是	否	是	是

c.终端核查之线上核查

对于奇诺光瑞客户 Aluratek 的线下商超客户，保荐机构根据奇诺光瑞、Aluratek 提供的信息，于 2021 年 4 月 20 日对 Best buy 的官网进行检索查阅。

保荐机构在 Best buy 官方网站上，选取美国 2020 年 GDP 排名前 10 个州的 240 多家店铺查看奇诺光瑞定制产品的售卖情况，经检查，奇诺光瑞定制产品在上述 80%以上的店铺均显示为在售状态（有库存可立即配送货物，或无库存指定日期后可配送货物）。

此外，2021 年 7 月，保荐机构就奇诺光瑞及其下游客户的终端销售情况对奇诺光瑞进行了补充访谈和线上核查验证。

B. 核查情况

根据对奇诺光瑞的访谈确认，报告期内奇诺光瑞向奥尼定制的产品已基本实现对外销售，报告期末奇诺光瑞未持有超过日常运营所需的大额存货；根据对 Aluratek 的访谈确认，报告期内 Aluratek 向奇诺光瑞采购的奥尼产品已基本实现对外销售，报告期末 Aluratek 未持有超过日常运营所需的大额存货。

奇诺光瑞定制奥尼产品处于正常在售状态，Best buy 为独立且知名的线下商超渠道，库存管理是其重要的经营指标，一般持有较低的常备库存。

综上，上述核查程序及获取的资料显示，报告期内奇诺光瑞向发行人采购产品的终端销售情况良好，发行人收入真实、准确。

⑤针对 Nexight INC 终端销售的核查说明

根据现场调查访谈 Nexight 中国办事处，Nexight INC 主要经营品牌为 NexiGo，从事亚马逊跨境电商业务，销售区域包括美国、法国、意大利、英国、加拿大等国家或地区。

A. 针对 Nexight 最终实现销售的核查说明

a. 访谈 Nexight 并获取相关资料

保荐机构通过视频访谈和实地走访，了解 Nexight 的基本情况、主营业务情况、合作历史、交易的具体内容、采购规模及其用途、下游销售渠道和主要客户销售占比、最终产品销售情况、产品库存情况等。

b. 终端核查之现场核查

保荐机构现场走访了 Nexight 中国办事处，访谈了其负责人，且：①通过 Nexight 的云平台系统查看了 Nexight 向奥尼定制产品的采购与出口情况；②获取了 Nexight 于亚马逊销售向奥尼定制产品销量最大店铺的店铺的所有权截图：表明该店铺归属于客户所有的证明，例如有客户名称或者注册信息等；③店铺中 2020 年、2021 年 1-3 月销售奥尼电子供应产品的亚马逊美国站点、加拿大站

点销售订单截图，包括订单时间、发货时间、订单执行状态、价格等信息；③ Nexight 2020 年、2021 年随机的一笔采购交易，Nexight 提供了向发行人采购产品并运往亚马逊仓库的物流凭证、亚马逊收货凭证；④现场查验并获取 Nexight 向奥尼定制产品于亚马逊主要站点销售的产品信息，包括品牌名称、产品名称、型号、网址链接等；⑤登陆 Nexight 提供的店铺网址，登陆检索主要型号产品的交易信息，将奥尼出货型号与客户型号对比经 Nexight INC 现场确认一致。

c.终端核查之线上核查

保荐机构根据 Nexight 提供的亚马逊店铺信息及其网址，以网络查验的方式核查了奥尼供应产品的销售情况（包括产品信息、销售价格、是否处于可购买状态等），并实际购买了一款奥尼供应产品以做验证，以核查线上销售真实性。

为验证 Nexight 的销售情况，保荐机构统计了亚马逊 PC/TV 摄像头销售的排名情况，2021 年 4 月 17 日 12 点，于亚马逊美国站“摄像头最佳卖家”（Best Seller in Webcams）榜单查找销量排序前 100 名产品的品牌及出现次数排名前十的情况（如出现次数相同则根据首字母顺序列示）如下：

序号	品牌	出现次数
1	罗技	16
2	NexiGo	12
3	DEPSTECH	3
4	HKDGYHON	3
5	Microsoft	3
6	Angetube	2
7	AUKEY	2
8	Elimoons	2
9	eMeet	2
10	Litepro 等 3 个品牌	2

根据 Nexight 确认的向奥尼定制产品于亚马逊平台销售的品牌名称、产品名称、型号等信息，经核对确认，在亚马逊美国站排名前 100 产品中，公司为 Nexight（即 NexiGO 品牌）定制产品的排位情况如下：

序号	品牌	排名	自有品牌/ODM 客户品牌	货号（ASIN）
1	NexiGO	7	ODM 客户品牌	B08931JJLV
2	NexiGO	25	ODM 客户品牌	B08J896MYT

3	NexiGO	44	ODM 客户品牌	B08BY1JWHG
---	--------	----	----------	------------

上述美国站榜单中 NexiGo 产品出现 12 次，其中奥尼供应产品出现 3 次，即其余 9 款产品为 Nexight 向其他企业采购。此外，经查询，Nexight 在亚马逊德国站、加拿大站等站点亦有较好的销售排名，详见第二轮问询回复之“问题 2”之“二、结合境内外摄像头和耳机品牌商的主要竞争对手及其市场占有率……”之“（一）发行人境内外摄像头产品的主要竞争对手及市场占有率如下”的说明。

此外，2021 年 7 月，保荐机构就 Nexight 的终端销售情况对 Nexight 进行了补充访谈和线上核查。

B.核查情况

根据对 Nexight 的访谈确认，报告期内 Nexight 向奥尼定制的产品已基本实现对外销售，报告期末 Nexight 未持有超过日常运营所需的大额存货。亚马逊为独立且知名的线上电商平台，Nexight 向奥尼定制的部分产品处于正常在售状态。

综上，上述核查程序及获取的资料显示，报告期内 Nexight 向发行人采购产品的终端销售情况良好，发行人收入真实、准确。

（2）ODM 业务模式核查比例

如前文所述，保荐机构、申报会计师结合对主要 ODM 客户及部分下游客户进行访谈确认并获取资料，以及对部分最终以线下商超渠道销售为主的 ODM 客户进行线下走访（委托律师对部分商超渠道进行现场走访）、对部分最终以线上电商渠道为主的 ODM 客户进行网络核查验证，通过各种方式对发行人报告期内 ODM 业务收入的终端销售情况进行了核查。

保荐机构、申报会计师的走访访谈情况，详见本回复问题 1 之“三、请保荐机构和会计师系统梳理说明……”之“（一）对发行人报告期境内及境外销售收入真实性核查情况”的分析与说明。

报告期内，保荐机构和申报会计师对 ODM 业务客户的终端核查情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	--------------	---------	---------	---------

营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
ODM 收入	40,942.01	81,088.19	44,433.81	22,712.19
终端核查金额	20,197.87	51,129.49	20,559.39	9,026.88
占营业收入比例	41.35%	47.17%	38.97%	30.55%
占 ODM 收入比例	49.33%	63.05%	46.27%	39.74%

综上，保荐机构和申报会计师认为，发行人对 ODM 业务客户的销售收入真实，终端销售情况良好。

2、针对自有品牌销售收入的终端核查

(1) 发行人自有品牌销售收入情况

发行人自有品牌销售模式可以分为线上销售和线下销售，如下：

销售模式	销售类型	平台/客户类型
线上销售	线上 B2C	电商自营模式（亚马逊、速卖通、天猫、京东），目标客户为终端用户
	线上 B2B	公司仅与京东之间存在电商入仓模式，公司的客户为京东。
线下销售	线下直销	电信运营商等行业类用户
	线下经销	商超专卖店、经销商

注：发行人在京东商城有两种业务模式，其中，线上 B2C 模式下发行人在京东商城开立了“奥尼自营店”并向终端消费者销售产品（京东作为电商平台提供第三方服务），线上 B2B 模式下的“电商入仓模式（京东）”中京东是公司的客户，京东向发行人采购奥尼品牌产品后独立在其“京东自营店”中销售。

其中，报告期各期，发行人自有品牌的线上销售情况如下：

区域	平台名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外 电商	奥尼亚马逊店铺	2,740.98	56.96%	11,707.64	70.56%	2,447.83	65.67%	2,235.19	73.18%
	奥尼速卖通店铺	402.45	8.36%	673.57	4.06%	100.18	2.69%	148.40	4.86%
	小计	3,143.43	65.33%	12,381.20	74.62%	2,548.01	68.36%	2,383.58	78.03%
境内 电商	电商入仓（京东）	1,303.73	27.09%	3,139.17	18.92%	915.78	24.57%	479.71	15.70%
	奥尼天猫店铺	235.72	4.90%	591.25	3.56%	172.00	4.61%	90.61	2.97%
	奥尼淘宝店铺	49.98	1.04%	153.39	0.92%	68.89	1.85%	57.42	1.88%
	奥尼阿里巴巴店铺	38.44	0.80%	264.18	1.59%	22.73	0.61%	43.21	1.41%
	奥尼京东店铺	40.54	0.84%	64.05	0.39%	-	-	-	-
	小计	1,668.43	34.67%	4,212.04	25.38%	1,179.41	31.64%	670.96	21.97%
合计		4,811.86	100.00%	16,593.24	100.00%	3,727.42	100.00%	3,054.54	100.00%

其中，报告期各期，发行人自有品牌线下销售的构成情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	1,255.69	53.97%	5,056.82	56.46%	1,937.48	66.24%	2,292.58	82.66%
直销	1,070.83	46.03%	3,899.86	43.54%	987.30	33.76%	480.93	17.34%
合计	2,326.51	100.00%	8,956.68	100.00%	2,924.78	100.00%	2,773.51	100.00%

保荐机构和申报会计师主要对自有品牌的线上销售及线下的经销商进行穿透核查，具体情况如下：

（2）自有品牌线上销售收入的核查

保荐机构和申报会计师通过现场观察发行人登录电商平台截图或者导出订单明细的方式，获取了发行人除京东自营外各个电商平台的销售订单明细，并对实现终端销售执行了分析程序。

发行人聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队对发行人全部电商平台进行了信息系统审计，针对发行人自主品牌的线上销售真实性，保荐机构会同申报会计师及 IT 审计设计并执行了以下核查程序：

序号	核查程序	线上 B2C (电商自营店铺)	线上 B2B (京东入仓模式)
1	信息系统的内部控制有效性核查	√	√
2	主要店铺客户评价情况核查	√	不适用
3	主要平台、电商自营店铺运营指标分析及与同行业比较	√	不适用
4	空包裹刷单等行为核查	√	√
5	用户购买异常行为核查	√	不适用
6	收款数据与收入数据的比对核查	√	√
7	电商退换货核查	√	√
8	针对电商客户，检查合同、出库单、物流单、对账单及收款凭证等	不适用	√

线上销售之 IT 审计的具体情况，详见本回复问题 1 之“三、请保荐机构和会计师系统梳理说明……”之“（一）对发行人报告期境内及境外销售收入真实性核查情况”之“6、针对发行人线上销售业务……”的分析与说明。

立信会计师事务所出具的《IT 审计报告》的审计结论为：“1）审计范围内系统一般控制领域的关键控制活动设计/执行有效；2）审计范围内系统应用控制领域的关键系统控制活动设计/执行有效；3）剔除刷单的订单后，业务数据与财务数据基本一致，无明显异常的数据分析结果。”

综上，经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人能够合理证实电商平

台收入确认的真实性，终端销售情况良好。

(3) 自有品牌线下经销商的终端核查

保荐机构和申报会计师对发行人报告期内的主要经销商客户进行了实地走访、视频访谈，并获取了终端销售资料：（1）对经销商之线上销售部分，获取主要经销商之线上店铺的清单及网址，在网络上查看、验证经销商之线上店铺的销售情况，并获取部分经销商之线上店铺的总体销售概览、销售订单执行情况截图等终端销售资料；（2）对主要经销商之线下门店销售部分，获取部分经销商之门店位置信息、门店外观拍照、产品的柜台陈列拍照等终端销售资料。

报告期各期，发行人线下经销前五大客户的销售及终端情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售内容	销售收入	终端销售情况
2021 年 1-6 月	1	Alza.cz.a.s.	视频产品	177.81	基本实现销售
	2	PT INOVASI TEKNOLOGI CEMERLANG	音频、视频产品	96.82	基本实现销售
	3	深圳市汇博电子商务有限公司	视频产品及其他	73.97	基本实现销售
	4	深圳市北为科技有限公司	视频产品	45.02	基本实现销售
	5	北京天利同创科技有限公司	视频产品	39.14	基本实现销售
		合计		432.76	
2020 年 度	1	PHELPS UNITED LLC DBA SOURCING SOLUTIONS, PNH	视频、音频及其他 3C 产品	973.18	基本实现销售
	2	深圳市汇博电子商务有限公司	视频、音频产品	529.75	基本实现销售
	3	Alza.cz.a.s.	视频、音频产品	347.76	基本实现销售
	4	深圳市环球易达供应链管理有限公司	视频、音频产品	337.21	期末存货约占当年采购的 14%
	5	平潭综合实验区上为贸易有限公司	视频产品	161.78	基本实现销售
		合计		2,349.67	
2019 年	1	东莞市艺美纳斯瓦电子科技有限公司	音频、视频产品及其他 3C 产品	679.90	基本实现销售
	2	深圳市汇博电子商务有限公司	视频产品	220.52	基本实现销售
	3	深圳联科	视频产品	148.32	期末存货约占当年采购的 40%
	4	深圳市环球易达供应链管理有限公司	音频、视频产品	109.21	基本实现销售
	5	安徽艺秀电子科技有限公司	视频产品	69.57	基本实现销售
		合计		1,227.52	
2018 年	1	深圳联科	音频、视频产品	916.32	期末存货约占当年采购的 25%

2	深圳市环球易达供应链管理有限公司	音频、视频产品	224.91	基本实现销售
3	DING XIN TECHNOLOGY LIMITED	音频产品	204.75	基本实现销售
4	深圳市汇博电子商务有限公司	视频产品	105.48	基本实现销售
5	郑州信之海电子有限公司	视频产品	95.14	期末存货约占当年采购的 5%
合计			1,546.60	

经向主要经销客户访谈了解，发行人主要经销客户的销售渠道以自有数码专营店、线下商超、电商网店等为主，主要是面向终端消费者，均非专门销售发行人产品，且报告期内向奥尼采购的商品已基本实现销售、不存在大额库存。

经实地走访及穿透核查，除个别经销商有少量（低于 10 万元）的备货外，受访经销商均表示其采购发行人的产品均已售出，按需采购，不存在大量囤货的情况；保荐机构查看了经销商提供的订单/合同、线上店铺交易截图等穿透核查资料，与受访经销商对其销售奥尼电子产品的表述一致，可以确认。

（4）自有品牌销售收入的终端核查比例

如前文所述，保荐机构、申报会计师对发行人自有品牌线上收入进行了系统核查、借助信息系统审计专家工作进行了补充核查，对主要经销商客户进行了现场走访或视频访谈，并通过获取线上店铺销售概览、销售订单执行情况、线下店铺陈列情况等方式进行了补充核查验证。

保荐机构、申报会计师的走访访谈情况，详见本回复问题 1 之“三、请保荐机构和会计师系统梳理说明……”之“（一）对发行人报告期境内及境外销售收入真实性核查情况”的分析与说明。

关于自有品牌之线上销售收入、经销商客户收入，保荐机构和申报会计师的终端销售核查比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自有品牌销售收入	7,157.19	25,553.13	6,657.63	5,828.05
线上收入（不含京东入仓）	3,526.95	13,456.69	2,815.38	2,581.21
经销商收入（京东入仓+线下经销）	2,559.42	8,196.33	2,850.04	2,765.90
终端核查金额	5,001.32	17,564.00	4,912.39	4,449.38
IT 核查金额（不含京东）	3,526.95	13,456.69	2,815.38	2,581.21
经销商穿透核查金额（含京东）	1,474.38	4,107.31	2,097.01	1,868.16

终端核查占比	82.17%	81.12%	86.71%	83.21%
IT 核查占线上收入比例（不含京东）	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
经销商穿透核查占经销商收入比例（含京东）	57.61%	50.11%	73.58%	67.54%

注 1：发行人在京东商城有两种业务模式，其中，线上 B2C 模式下发行人在京东商城开立了“奥尼自营店”并向终端消费者销售产品（京东作为电商平台提供第三方服务），线上 B2B 模式下的“电商入仓模式（京东）”中京东是公司的客户，京东是公司的经销商之一。

注 2：保荐机构、申报会计师的核查程序中，电商入仓模式（京东）纳入 IT 审计的范围并由立信会计师事务所出具了 IT 核查报告，本表中将京东统计纳入经销商核查范围；“终端核查占比”，为穿透核查收入占自有品牌线上收入与经销商收入之和的比例。

综上，保荐机构和申报会计师认为，发行人的自有品牌业务的销售收入真实，终端销售情况良好。

（三）对发行人报告期境内及境外销售回款现金流的核查情况

保荐机构和申报会计师对发行人境内、境外销售回款现金流执行了以下核查程序：

1、了解发行人主要客户的信用政策、结算方式，统计并复核应收账款的回款情况、逾期金额及比例；并对发行人应收账款执行函证程序，具体详见本回复之“（一）对发行人报告期境内及境外销售收入真实性核查情况·7、选取境内/境外主要客户（收入占比 80%以上）的营业收入及应收账款实施函证程序……”的情况说明。

其中，报告期各期末公司应收账款的期后回款及逾期情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收账款期末余额	11,971.64	11,210.55	6,388.76	6,634.64
其中：逾期金额	1,059.17	845.24	1,611.72	1,857.82
逾期金额占应收账款余额比例	8.85%	7.54%	25.23%	28.00%
应收账款期后回款额 A ^{注 1}	3,675.20	10,909.48	5,700.45	5,640.69
应收账款期后回款率	30.70%	97.31%	89.23%	85.02%
应收账款期后回款额 B ^{注 2}	3,675.20	10,909.48	5,713.30	5,916.52
应收账款期后回款率	30.70%	97.31%	89.43%	89.18%
其中：逾期金额期后回款额	391.18	593.40	1,004.40	1,150.16
逾期金额期后回款率	36.93%	70.20%	62.32%	61.91%

注 1：期后回款 A 的统计截止日期为每年 12 月末，即期后一年；2020 年 12 月 31 日的期后回款 A 的统计截止日为 2021 年 7 月 31 日；

注 2：期后回款 B 的统计截止日期为 2021 年 7 月 31 日。

报告期各期末应收账款期后回款率（1 年内期）分别为 85.02%、89.23%、97.31%和 30.70%，期后回款状况良好；2021 年 6 月 30 日的期末余额期后回款率低，主要受回款期限短、账期末达信用期限等因素影响，公司客户的信用周期一般集中在 60 天-90 天居多，因此，6 月末应收账款的期后回款相对较少。截至 2021 年 7 月末，公司应收账款期后回款率均低于 100%和逾期回款率较低，主要系前期欠款客户未有效追回和核销不合作客户应收账款（未计入期后回款）的影响所致。

2、前往发行人基本户开户行获取银行已开立账户结算清单（包括报告期内销户的账户），结合账面记录核查银行账户的完整性；

3、前往银行获取发行人银行账户对账单，并获取发行人银行日记账和银行余额调节表等原始单据，将大额资金进行逐笔核查资金流水，从银行流水核查至账面记录，从账面记录核查至银行流水，关注与业务不相关或明显异常大额资金流动并查明原因；

4、第三方回款核查：核查主要客户的银行回单，核实付款单位是否和客户名称一致，收款金额是否和账面记录一致，收款银行进账单与银行对账单记录是否一致；

报告期内，发行人存在部分客户通过第三方回款的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户第三方回款金额	582.19	2,303.92	260.70	418.90
其中：客户同一集团内回款	582.19	2,303.92	260.70	400.43
其他	-		-	18.47
营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
占比	1.19%	2.13%	0.49%	1.42%

发行人第三方回款主要为客户同一集团内关联单位代为回款。

部分境外客户出于商业习惯、外汇管制及结算方式等因素，委托其内部关联方、其他第三方等单位回款，第三方回款的主要客户明细情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	国家/地区	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	资金流、实物流与
----	------	-------	--------------	---------	---------	---------	----------

							合同约定 是否一致
1	COBRA ELECTRONICS CORP	美国	480.27	1,511.35	-	-	是
2	Swann Communications (Europe) Ltd.	英国	48.45	326.34	260.70	400.43	是
3	Yandex. Taxi LLC	俄罗斯/荷兰	18.27	313.65	-	-	是
4	PAPAGO (USA), INC.	台湾/美国	-	152.58	-	-	是
5	Shaklan 3 Supermarket	迪拜	-	-	-	10.57	是
6	DIVONEKS INDUSTRIES LP	英国	-	-	-	7.91	是
7	Coretex Australia Pty Limited	澳大利亚	18.14	-	-	-	是
8	Coretex NZ Limited	新西兰	17.08	-	-	-	是
合计			582.19	2,303.92	260.70	418.90	

注：发行人要求客户与代付款方签署代付协议，或者交易双方与发行人共同签署委托付款三方协议。“资金流、实物流与合同约定一致”，是指资金流与前述约定一致。

根据资金管理内部管理的规范要求，发行人建立、完善并严格实施资金管理制度和内部控制制度，要求相关客户与代付款方签署代付协议，或者交易双方与发行人共同签署委托付款三方协议，明确约定客户及付款方的相关义务。同时，发行人对客户第三方回款进行专项管理，安排销售后勤专人负责跟踪客户回款情况，逐笔核对回款信息与客户指定第三方付款信息的完整性和匹配性，并要求相关客户定期与发行人针对委托付款事项进行对账及确认。

报告期内，发行人的第三方回款情况真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形，发行人及其实际控制人、董监高等关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排，亦不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；报告期内发行人存在的第三方回款情形，对发行人内控制度有效性未构成重大不利影响。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人客户第三方回款对应的销售收入真实，第三方回款与对应业务匹配，具有可验证性。

5、报告期内发行人存在极少量的现金回款，针对现金回款，核查具体回款方及采用现金回款的具体原因，并抽查相关销售合同或订单、销售出库单、签收单及其收款收据等，并核实现金销售的真实性；

报告期内，发行人存在通过现金收货款的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金收款额	7.76	14.94	20.88	28.07
营业收入	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
占比	0.02%	0.01%	0.04%	0.09%

报告期内，发行人存在小额现金收款的情形，主要为零星散户销售时收货款，比重极低。发行人经营消费电子产品，存在零星散户客户，为了交易方便，客户倾向于现金方式支付货款。发行人的主要客户均为财务核算规范的企业，与发行人的业务往来结算方式采取银行转账，不存在通过现金结算的情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人的销售回款现金流良好。

四、保荐机构结合访谈邻友通相关人员，结论为不存在 2021 年 5 月媒体报道所称店铺被亚马逊平台封杀的情况，但 2021 年 6 月 17 日上市公司公告邻友通旗下部门店铺被亚马逊平台暂停销售的事实，说明发行人对主要客户销售真实性核查结论的有效性。

（一）邻友通部分亚马逊店铺被限制销售之相关时间点的情况说明

1、截至 2021 年 6 月 5 日，未发现媒体报道所称邻友通部分亚马逊店铺被限制销售的情形

2021 年 5 月 12 日，《亚马逊封杀深圳跨境大卖，出事原因很可能是刷评论》等报道称：“亚马逊对傲基，通拓，泽宝，帕拓逊等账号封杀”。2021 年 5 月 20 日，亚马逊公众号发布《致亚马逊全体卖家信》，确认“近期，我们暂停了部分卖家的销售权限……”，但未明确其限制销售权限具体企业的名单。

截至 2021 年 6 月 5 日，经查阅星徽股份至 2021 年 6 月 5 日的公告，结合 2021 年 5 月 26 日现场走访星徽股份、邻友通情况，并经星徽股份、邻友通确认，邻友通不存在媒体报道所称被亚马逊封杀事项，其亚马逊店铺正常运营。

截至 2021 年 6 月 5 日，经网络查询邻友通提供之亚马逊店铺网址，邻友通店铺处于正常在售状态，未发现媒体报道所称无法购买等被限制的情形。

因此，2021 年 6 月 5 日签章报送的《发行人及保荐机构第三轮审核问询函回复》中的核查结论为“邻友通（泽宝技术）不存在被亚马逊封杀、限制销售

权限的情况”，并在《招股说明书》中对“关于亚马逊对部分跨境电商进行销售限制的说明”等相关事项进行了披露。

2、邻友通部分店铺于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊暂停销售

2021 年 6 月 17 日，星徽股份发布《关于子公司重大事项的公告》，内容包括（注：本引用内容中“公司”代表“星徽股份”）：“（1）重大事项的基本情况：广东星徽精密制造股份有限公司子公司深圳市泽宝创新技术有限公司旗下 RAVPower、Taotronics、VAVA 三个品牌涉及的部分店铺于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊平台暂停销售；经查，原因可能是部分产品赠送礼品卡，涉嫌违反亚马逊平台规则。（2）拟采取的措施：公司已成立应急小组并聘请律师协助与亚马逊平台进行沟通，积极协调与申诉，争取尽快恢复相关品牌店铺的销售；同时，公司将充分利用线下渠道及旗下其他品牌，加大推广与投入力度，提升经营业绩，降低以上事项对公司的整体影响。（3）对公司的影响：2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 15 日，以上受影响的店铺实现营业收入约占公司在亚马逊平台营业收入的 31%，公司精密五金业务正常经营，电商业务旗下其他品牌正常经营、线下渠道未受影响”。

获悉前述信息后，保荐机构于 2021 年 6 月 22 日现场走访星徽股份、邻友通，并于 2021 年 6 月 24 日签章报送的《发行人及保荐机构关于审核中心意见落实函回复》、《招股说明书》中披露了邻友通部分亚马逊店铺被限制销售的情况，并就“对邻友通或其他客户销售收入减少的风险”事项进行风险提示。

3、截至 2021 年 10 月的最新情况

2021 年 8 月 27 日，星徽股份发布《2021 年半年度报告》，其“十、公司面临的风险和应对措施”之“1、对第三方平台依赖的风险”披露：“（1）公司子公司泽宝技术主要从事消费电子跨境 B2C 零售业务，线上业务收入主要在亚马逊平台实现，同时使用亚马逊 FBA 仓储和物流服务，对第三方平台的依赖度高。因此，日常经营受第三方平台运营规则影响较大，如果亚马逊平台提高服务费收费标准，将直接对公司盈利情况造成不利影响；（2）此外，2021 年上半年年开始，亚马逊以“卖家涉嫌违反亚马逊平台经营规则”对一批中国卖家产品实施暂停销售，子公司泽宝技术部分产品包含在内，对泽宝技术经营产生不利影

响。(3) 公司将积极拓展亚马逊以外的第三方销售平台、官网及线下渠道，提升销售占比，逐步降低对亚马逊平台的依赖。目前已实现销售的其他第三方平台包括沃尔玛、Ebay、京东、乐天、shopify”。

2021 年 10 月 19 日，星徽股份发布《关于子公司重大事项的进展公告》，星徽股份披露：“①成立专项应急小组，持续与亚马逊平台进行沟通、协调和申诉，争取尽快恢复相关品牌的正常销售；②加快推进线上多平台经营策略，持续加大在 Ebay、Walmart 等电商平台的资源投入，并着力打造公司自营平台（独立站），2021 年 7-9 月自营平台实现销售收入约 3,923 万元，较去年同期增长 152%；③加大线下渠道推广力度，持续开拓在日本、中东、拉美、东欧等地区的线下市场，2021 年 7-9 月，线下渠道实现收入约 1.12 亿元，较去年同期增长 63.52%”，同时，星徽股份亦公告：“①……由于亚马逊平台系当今全球最大的线上平台，拥有巨大的自然流量和高度的用户粘性。而其他第三方平台及自营独立站，流量相对较小，获客能力相对较弱，短期内，无法有效对冲亚马逊渠道形成的损失；②下阶段，公司将坚持既定目标，继续做好多渠道、多平台经营，采取一切必要措施减轻此次事件造成的不利影响”。

除前述 2021 年 6 月 17 日《关于子公司重大事项的公告》、2021 年 8 月 27 日《2021 年半年度报告》、2021 年 10 月 19 日《关于子公司重大事项的进展公告》等公告信息外，星徽股份就邻友通事项无其他专项披露的信息。

4、招股说明书关于邻友通事项的信息披露是否充分

综上所述，邻友通部分店铺系于 2021 年 6 月 16 日被亚马逊限制销售，根据媒体报告情况、星徽股份公告情况、现场走访情况，发行人已于《招股说明书》“第六节 业务与技术”中分析并披露邻友通事项的进度及其影响，于“一、特别风险提示”中披露对邻友通收入下降的重大风险提示，即发行人关于邻友通事项、对邻友通销售收入下降的风险披露充分、及时。

（二）发行人对主要客户销售真实性核查结论的有效性

发行人向邻友通销售收入真实、准确，核查程序详见本回复问题 1 之“二、结合报告期各期向邻友通销售收入金额……”之“（三）发行人向邻友通销售是

否真实发生”的分析与说明。

发行人向主要客户销售收入真实、准确，核查程序详见本回复问题 1 之“三、系统梳理说明对发行人报告期境内及境外销售收入真实性……，说明核查依据、比例及结论”的分析与说明。

综上，经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人向邻友通销售收入真实、准确，发行人向主要客户销售收入真实、准确，销售真实性核查结论有效。

五、请保荐机构和会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、申报会计师执行如下程序：

1、通过访谈发行人总经理、销售部负责人、财务部负责人及其经办人员，了解主要客户与发行人的合作背景、合作变动原因及合作现状，判断合作的合理性、稳定性和可持续性；了解主要客户、主要产品的销售收入、销售价格、毛利率变动情况、在手订单变动情况；了解发行人自有品牌的线上与线下销售模式；

2、取得发行人营业收入的会计政策，检查发行人收入确认原则、收入确认的具体方法及具体时点，判断是否符合企业会计准则的规定；

3、获取发行人与京东签订的《产品购销协议》，了解京东自营模式下的滞销品、残次品定义和退货约定；取得亚马逊、速卖通等电商平台的协议规则，了解不同电商平台对滞销品的定义和滞销品处理约定；

4、取得京东系统的退货明细表，检查是否存在滞销品退回的情形；对京东退回存货进行盘点，了解京东退货的规模及主要退回原因，询问并观察售后部工作人员对退回产品的处理方式。

5、获取发行人报告期各期的境内及境外分产品及销售模式的销售数据及截至各期末的在手订单明细情况，抽查并对比分析订单合理性及可实施性；

6、获取发行人报告期内销售单据，查验销售实现的合同、订单、发货单、发票、提单、报关单、回款单据等，结合收入细节性测试，核实交易的真实性；

7、通过全国工商查询系统及中国进出口信用保险公司获取国内客户的工商档案与境外客户的海外资信报告，了解客户的基本情况信息、信用状况、资产状况及经营情况，并核查发行人与客户的关联关系情况；

8、向报告期各期主要客户邮寄发函或亲函，就与客户的往来款项金额及内容进行函证，确认销售收入、应收账款余额的完整性，并对回函不符的查询原因并做账务处理；对于未回函的实施合同查验、销售细节测试等替代测试程序；

9、选取主要客户实施实地走访程序，通过对客户负责人访谈，了解客户的基本情况、双方合作模式、结算方式、经营状况及关联关系情况，了解客户、下游终端渠道及终端市场的情况；

10、走访访谈星徽股份、邻友通，了解星徽股份子公司泽宝技术是否存在被亚马逊平台封杀的情况，了解泽宝技术跨境电商业务的发展情况；对发行人报告期内实现销售收入大于 90 万元的 ODM 客户、实现销售收入大于 10 万元的自有品牌线下客户进行邮件函证，了解其是否存在被亚马逊平台封杀的情况，及对发行人业务、业绩的潜在影响；

11、对发行人的销售收入实施截止性测试核查程序，核实销售收入是否存在跨期现象，查验当期收入是否准确、完整记录。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、京东业务收入确认时点、退换货财务处理均符合企业会计准则规定，与同行业上市公司的会计处理一致，具有合理性；

2、关于邻友通事项：（1）在星徽股份重点推进跨境电商业务等因素影响下，星徽股份的跨境电商业务具备进一步发展的资金基础和资源基础。基于双方的历史合作与未来发展预期，发行人的销售订单仍然执行、在研项目继续推进，在手订单交期延期导致 2021 年 9 月末在手订单金额较高，具备合理性；（2）发行人关于邻友通事项、对邻友通销售收入下降的风险披露充分、及时；（3）基于对发行人向邻友通销售情况所实施的核查程序及获取的资料显示，发行人对邻友通的销售收入真实、准确；

3、关于销售真实性核查结论的有效性：（1）发行人关于邻友通事项、对邻友通销售收入下降的风险披露充分、及时；（2）发行人向邻友通销售收入真实、准确，发行人向主要客户销售收入真实、准确，销售真实性核查结论有效；

4、发行人报告期境内及境外的销售收入真实，客户终端销售情况良好，销售回款现金流真实。

问题 2.

根据申报文件，发行人历史沿革中存在未分配利润转增股本等事项。

请发行人说明历史沿革中，股权转让、分红、未分配利润转增股本、整体变更等涉及到的缴纳所得税、发行人代扣代缴等情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否存在违法违规行为。请保荐机构、律师核查并发表意见。

回复：

一、请发行人说明历史沿革中，股权转让、分红、未分配利润转增股本、整体变更等涉及到的缴纳所得税、发行人代扣代缴等情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否存在违法违规行为。

（一）关于发行人的股权转让、未分配利润转增股本、整体变更等股权变动及纳税合规情况

根据发行人及其股东确认，并经保荐人及发行人律师适当核查，发行人历次股权转让、未分配利润转增股本、整体变更等股权变动过程中涉及到的缴纳所得税、发行人代扣代缴的情况如下：

序号	时间及事项	具体股权变动	所得税缴纳、发行人代扣代缴情况的说明
1	2007 年 6 月，股权转让	林远生将持有的公司 60%股权以 60 万元的价格转让给吴世杰，将其持有的公司 10%的股权以 10 万元的价格转让给吴承辉，吴斌将其持有的公司 10%的股权以 10 万元的价格转让给吴承辉。	按照注册资本价格转让，未产生应纳税所得额，不涉及缴纳个人所得税。

2	2013 年 1 月， 股权转让	吴超杰将其持有的 10%股权全部转出，其中 3%股权以 54 万元的价格转让给吴世杰，5%股权以 90 万元的价格转让给吴斌，2%股权以 36 万元的价格转让给吴承辉。	按照注册资本价格转让，未产生应纳税所得额，不涉及缴纳个人所得税。
3	2016 年 4 月， 增资	将公司未分配利润 2,200 万元转增注册资本，转增前后，各股东持股比例保持不变。	三位自然人股东吴世杰、吴斌和吴承辉已经完税，发行人已代扣代缴相应的所得税。
4	2016 年 4 月， 股权转让	吴世杰将其持有的 6%股权（对应 240 万元出资额）以 240 万元的价格转让给吴斌。	按照注册资本价格转让，未产生应纳税所得额，不涉及缴纳个人所得税。 此外，吴世杰和吴斌系兄弟关系，根据《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第十三条规定，将股权转让给其能提供具有法律效力身份关系证明的配偶、父母、子女、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女、兄弟姐妹以及对转让人承担直接抚养或者赡养义务的抚养人或者赡养人，股权转让收入明显偏低可视为有正当理由，因此，无需核定征税。
5	2016 年 4 月， 股权转让	实际控制人将直接持有发行人的股权部分转让给其控制的持股平台，具体如下：（1）吴世杰将其持有的 33.15%股权转让给奥信通，10.2%股权转让给汇鑫投资，5.1%股权转让给富兴投资；（2）吴斌将其持有的 19.5%股权转让给奥信通，6%股权转让给汇鑫投资，3%股权转让给富兴投资；（3）吴承辉将其持有的 12.35%股权转让给奥信通，3.8%股权转让给汇鑫投资，1.9%股权转让给富兴投资。	同一控制下的股权转让，按照注册资本价格转让，未产生应纳税所得额，不涉及缴纳个人所得税。
6	2016 年 9 月， 整体变更	整体变更为股份有限公司，股改后的注册资本为 4000 万元。	整体变更前后，发行人股本及股本结构未发生变化，不涉及资本公积、未分配利润或盈余公积转增股本的情形，不涉及缴纳所得税事项。
7	2018 年 8 月， 股权转让	黄平如将其持有的 120 万股公司股份以 4 元/股的价格转让给黄旭盛。	因转让方该次转让取得收入与其原投资成本一致，未产生应纳税所得额，不涉及缴纳个人所得税。

8	2020 年 1 月，股权转让	富兴投资将公司 120 万股股份以 2,418 万元的对价转让给深圳凯东。	富兴投资的合伙人吴世杰、吴斌和吴承辉均已完税。 富兴投资已为其合伙人代扣代缴个人所得税。
9	2020 年 6 月，增资	资本公积转增股本，以公司总股本 44,682,350 股为基础，按每 10 股转增 9 股，以资本公积 40,214,115 元向全体股东转增股本 40,214,115 股。	发行人的自然人股东已经履行纳税义务。 根据发行人提供的完税凭证，发行人已为全部自然人股东（吴世杰、吴斌、吴承辉和黄旭盛）代扣代缴个人所得税 154,233 元。

（二）关于发行人的现金分红及纳税合规情况

根据发行人确认及保荐人、发行人律师适当核查，发行人自设立之本报告出具之日未进行过现金分红。

根据国家税务总局深圳市宝安区税务局出具的《证明》，报告期内，发行人不存在重大税务违法记录。

综上所述，发行人历次股权转让、分红、未分配利润转增股本、整体变更等涉及到的所得税缴纳义务均已完成，发行人已履行了相应的代扣代缴义务，截至本报告出具日，发行人不存在违反相关税收法律法规等规范性文件的情形，不存在违法违规行为。

二、请保荐机构、律师核查并发表意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师执行如下程序：

1、对发行人的实际控制人、相关高级管理人员进行了访谈，了解历次股权转让、增资、分红等方面的情况；

2、查阅了发行人设立至今的相关工商文件、相关增资协议、验资报告和出资凭证、相关股权转让协议和支付凭证、相关股东缴纳所得税以及发行人代扣代缴相关税费的文件等；

3、查阅发行人历年审计报告、历次股权变动相关凭证，访谈相关股东，了解增资、股权转让的背景、定价依据、资金来源和价款支付情况；

4、获取并核查国家税务总局深圳市宝安区税务局等主管部门出具的关于发行人税务合规性的证明等相关文件。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：发行人历次股权转让、分红、未分配利润转增股本、整体变更等涉及到的所得税缴纳义务均已完成，发行人已履行了相应的代扣代缴义务，截至本报告出具日，发行人不存在违反相关税收法律法规等规范性文件的情形，不存在违法违规行为。

问题 3.

根据招股说明书，报告期内发行人员工人数分别为 802 人、999 人、1808 人，2021 年 6 月为 1386 人。

请发行人：（1）结合自身经营情况，说明员工人数大幅变动的合理性；（2）结合收入增长的持续性风险、本年度生产经营情况等，说明未来是否存在员工人数大幅下降的情形，是否存在相关补偿费用大幅上升的情形。请保荐机构核查并发表意见。

回复：

一、结合自身经营情况，说明员工人数大幅变动的合理性；

公司以 PC/TV 摄像头的研发、制造与销售起步，持续坚持 PC/TV 外置摄像头自有品牌的运营，并向耳机产品延伸，推进自有品牌产品多元化发展；逐步定位于“智能视听软硬件方案商与制造商”，在人工智能与物联网应用融合的背景下，聚焦于智能家居、智慧出行、智慧办公等应用场景的视听数据采集、传输与处理，核心产品为电脑/电视外置摄像头、网络摄像机、行车记录仪、蓝牙耳机等智能视听终端，致力成为“智能音视频软硬件细分领域领跑者”。

因此，公司实施研发创新、技术创新、生产创新和销售创新的管理战略下，对人才队伍建设的需求较大，同时下游消费电子市场的需求持续旺盛，使得员工数量随着市场规模增加而增加。

（一）公司员工人数与营业收入的匹配性分析

1、公司的平均员工人数与营业收入变动相匹配

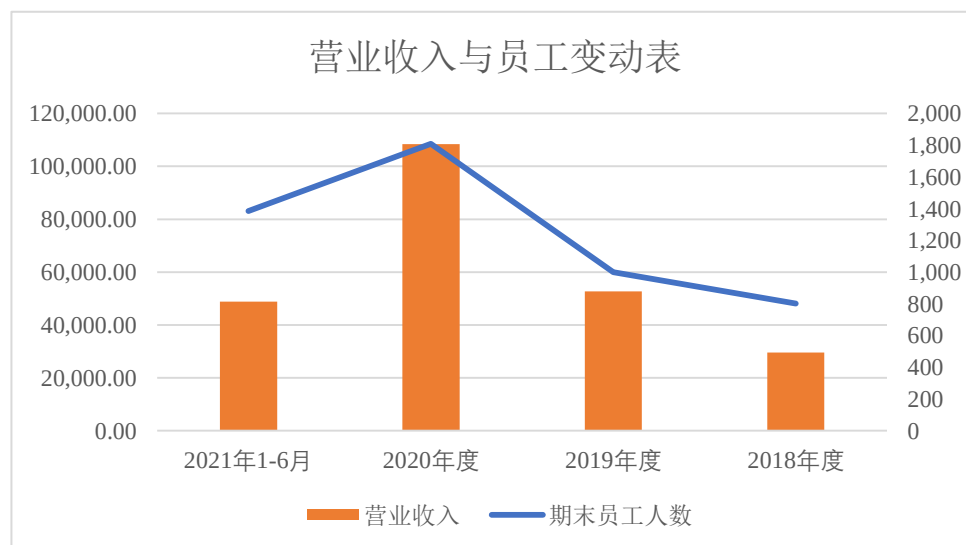
报告期内，公司的生产流程主要包括外壳注塑成型、PCBA 贴装、产品组装测试三个主要工序，其中公司在外壳注塑成型、PCBA 贴装的部分生产工艺段的自动化程度较高，但产品测试、产品组装等生产环节因为不同测试维度、产品包装复杂性而无法完全实现自动化，需配置较多生产人员负责人工装配。公司不同产品线设有专门的产品装配和测试中心环节负责装配、性能测试，该环节需要手工插件、手工补焊、修理和检验。成品组装环节所需人数也较多，主要系公司产品种类、规格较多，对外包装要求不尽相同，需要人工进行组件装配、外包装、装箱入库等。

报告期内，公司的员工人数与营业收入的匹配及变动情况如下：

单位：人、万元、万元/人

项目	2021年6月30日 /2021年1-6月		2020年12月31日 /2020年度		2019年12月31日 /2019年度		2018年12月31日 /2018年度
	人数/金额	变动	人数/金额	变动	人数/金额	变动	人数/金额
期末员工人数	1,386	-23.34%	1,808	80.98%	999	24.56%	802
平均员工人数	1,603	19.18%	1,345	44.47%	931	17.85%	790
营业收入	48,850.81	-54.94%	108,404.88	105.51%	52,750.43	78.52%	29,548.46
人均创收	30.47	-62.20%	80.60	42.25%	56.66	51.50%	37.40

注：平均员工人数按每月员工平均人数计算得出；人均创收=营业收入/平均员工人数；2021年1-6月人均创收为半年数据，简单年化后为60.94万元/人，并与2019年基本持平。



报告期内，公司员工人数与营业收入变动趋势基本保持一致。随着公司的业务订单逐年增加，公司不断通过创新产品，新增生产线、增加生产班次等措

施提高产品结构和产量，以满足客户订单需求，每个部门对员工队伍的需求随之增长，特别是生产工人的变动较为明显。

2019 年、2020 年，公司 PC/TV 摄像头收入占主营收入的比例分别为 11.10%、56.99%，2020 年收入结构变动较大且 PC/TV 摄像头价格较高，导致当年人均收入较高。进入 2021 年以来，随着新冠疫情逐步控制后社会生活陆续恢复正常，远程办公、在线教育等领域的市场需求下降，公司 PC/TV 外置摄像头产品总体销量、售价均出现下滑，带动相关产线的生产员工需求减少。因此，2021 年收入结构逐步恢复至正常水平，人均产出亦从 2020 年的 80.60 万元/人回落至 2021 年的 60.94 万元/人（按照 1-6 月数据简单年化处理），较 2019 年的 56.66 万元/人基本持平，符合公司业务发展、变动的实际情况，具备合理性。

2、公司的期末员工人数变动与业务发展相关，受时点数影响较大，未能完整反映员工变动情况

报告期各期末，公司的员工专业结构及其变动情况如下所示：

单位：人

专业类别	2021 年 6 月 30 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	人数	变动	人数	变动	人数	变动	人数	变动
行政管理人员	306	-28	334	130	204	34	170	37
销售人员	116	9	107	6	101	3	98	6
研发人员	204	1	203	41	162	47	115	-4
财务人员	32	-2	34	13	21	-2	23	0
生产人员	728	-402	1,130	619	511	115	396	-42
合计	1,386	-422	1,808	809	999	197	802	-3

2019 年末较 2018 年末，公司在册员工人数增加 197 人，其中新增行政管理、研发、生产人员增加较大、新增数量分别为 34 人、47 人和 115 人，主要原因如下：（1）随着东莞音视频加工组装工厂于 2018 年下半年的陆续投产，公司新增数条组装产线，生产工人的数量小幅提高；（2）公司的产品属于消费电子前沿行业，对技术的创新性要求较高，公司积极加大对智能家居、智慧出行、智慧办公等消费物联网的应用技术布局，扩大研发人员规模以应对新产品、新场景的技术研发；（3）随着生产经营规模的扩大，为了提高日常经营活动的管理效率，公司管理人员数量相应增加。

2020 年末较 2019 年末，公司在册员工人数增加 809 人，其中新增行政管理（含财务）、销售、研发、生产人员的数量分别为 143 人、6 人、41 人和 619 人，主要原因如下：（1）2020 年，公司为满足急剧扩大的摄像头产品业务需求，提前于 2020 年下半年在中山租赁厂房投产摄像头产线，在行政管理、采购等管理人员配备上大幅增加；（2）受益于 2020 年摄像头市场的热销，公司采取以销定产的政策下，不断扩张既有的产能规模，一线生产人员数量随之大幅增加；（3）随着 5G 通信技术的逐步普及，公司对 5G 应用场景的产品持续投入，继续扩充研发人员队伍；随着公司研发人员团队素质的整体提升及核心人员队伍的稳定发展，有利于公司主营业务做精做强，实现经营业绩的稳步提升。

2021 年 6 月末较 2020 年末，公司在册员工人数下降 422 人，其中生产人员下降最大且达 402 人，其次为管理人员下降 28 人，原因包括：（1）管理人员变动，主要系公司为了将产业生态移至中山，陆续将深圳和东莞部分行政岗位人员调整，同时部分岗位进行合并、精简，以致管理人员数量略有减少但不影响公司的日常运营管理；（2）在产能转移过程中，也存在部分生产线人员不愿意随迁而离职的情况；（3）另一方面，市场需求的变化导致公司产品结构随之变动，不同产品产线的人员有所调整，其中随着摄像头产品的需求下滑所需生产人员数量也略有下降；（4）电子制造行业的产线工人普遍存在流动性较大的特征，因此时点数据不能全面反映公司员工的整体情况，但如前文平均员工人数及其产值分析所述，公司平均的员工人数与收入变动情况相符，具有合理性。总体分析，虽然生产人员下降较大，但中山市汇聚了一批消费电子产业集群，生产人员充沛，且生产产线组装工艺相对简单，所需工种的技术要求相对不高，公司能及时地招聘到所需的产业生产人员；因此，公司的日常生产经营不会受到生产人员大幅下滑而产生重大不利影响。

综上所述，报告期内，公司营业收入快速增长、收入结构受疫情相关产品影响具有一定波动，公司员工人数增长及其变动系根据自身经营状况及业务变化需要所作出的正常调整，与业务发展情况相匹配，具有合理性。

（二）发行人的员工人数及其人均创收与同行业公司的比较

报告期内，公司与可比公司的员工人数及其人均创收对比情况如下：

单位：万元/万美元、人、万元/人

单位名称	项目	2021年6月30日/2021年1-6月	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
安克创新 (300866)	收入规模	537,057.69	935,262.93	665,473.82	523,221.82
	员工人数	3,010	2,144	1,540	1,189
	人均创收	178.42	436.22	432.13	440.05
漫步者 (002351)	收入规模	112,831.18	193,418.15	124,314.56	88,086.63
	员工人数	-	3,468	3,221	2,234
	人均创收	-	55.77	38.60	39.43
安联锐视 (301042)	收入规模	38,342.24	94,112.21	83,788.14	95,710.42
	员工人数	-	1,596	1,154	1,247
	人均创收	-	58.97	72.61	76.75
瀛通通讯 (002861)	收入规模	47,540.42	120,788.26	110,780.93	89,644.84
	员工人数	-	2,801	3,272	4,503
	人均创收	-	43.12	33.86	19.91
光弘科技 (300735)	收入规模	119,443.28	228,541.33	219,044.10	159,808.75
	员工人数	-	7,850	8,719	6,648
	人均创收	-	29.11	25.12	24.04
协创数据 (300857)	收入规模	149,244.80	224,901.30	155,597.63	117,831.12
	员工人数	-	2,251	1,121	1,119
	人均创收	-	99.91	138.80	105.30
同为股份 (002835)	收入规模	40,652.04	78,839.41	63,604.40	60,980.05
	员工人数	-	1,190	1,009	902
	人均创收	-	66.25	63.04	67.61
维海德 (A21027.SZ)	收入规模	31,308.12	67,011.41	28,487.46	21,836.27
	员工人数	542	538	342	269
	人均创收	57.76	124.56	83.30	81.18
罗技 (LOGI.O)	收入规模	1,318,351.08	525,227.90	297,585.10	278,832.20
	员工人数	9,000	6,600	6,600	6,100
	人均创收	146.48	79.58	45.09	45.71
公司	收入规模	48,850.81	108,404.88	52,750.43	29,548.46
	员工人数	1,386	1,808	999	802
	人均创收	35.25	59.96	52.80	36.84

注 1：员工人数为可比公司招股说明书、年度报告中列示期末时点数；鉴于无法取得月均员工人数，为便于比较一致性，人均创收=收入/期末员工人数；

注 2：部分可比公司半年报中未披露具体期末员工人数，暂不列示分析。

由上表可知，公司与同行业可比公司的员工人数变动趋势与收入规模变动趋势一致，而人均创收能力存在差异，主要因各公司产品的业务结构不同，以

及终端客户、销售渠道（线上、线下销售）等业务模式不同，对各类业务的人员需求程度略有不同。

综上所述，公司的员工人员大幅变动与营业收入规模的变动趋势相一致，与公司的业务发展情况相匹配，具有合理性。

二、结合收入增长的持续性风险、本年度生产经营情况等，说明未来是否存在员工人数大幅下降的情形，是否存在相关补偿费用大幅上升的情形。

（一）发行人收入波动与生产经营情况对员工数量的影响

自 2020 年 1 月以来，新冠疫情在全球各地蔓延，导致远程场景下的 PC/TV 外置摄像头需求增长，公司 2020 年 PC/TV 摄像头收入亦增长较快，为了应对急剧扩大的市场需求，公司在中山产业园相继投入生产，产线的基础生产人员大量扩充；与此同时，新生产基地和产业布局，公司需要与之匹配的管理、研发、财务人员，相应人员的需求也随之上升。新冠疫情对全球主要经济体的 GDP、社会消费总额等形成不利冲击，并在一定程度上对网络摄像机、行车记录仪等电子产品的社会消费总需求形成短期抑制，公司同步调整不同产品线的生产人员结构，以便平衡总体员工结构。

2021 年上半年，公司 PC/TV 摄像头收入及期末订单较 2020 年高峰期已有所降低，网络摄像机、行车记录仪、蓝牙耳机等产品的收入较上年同期实现上涨，由于摄像头销量下滑，网络摄像机、行车记录仪等产品销量上涨，但网络摄像机等产品需求的数量未完全弥补摄像头销售数量下滑的总体体量，相关产线的生产人员需求减少，以致 2021 年 5 月、6 月的员工人数降低明显。

结合生产经营情况来看，随着国内疫情已得到控制，疫情对公司产品生产的影响已基本消除。报告期内，公司生产人员平均数量、主要产品产量及其人均产值的情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员平均人数（人）	1,026	1,146	724	470
产量（万台）	347.89	819.36	304.04	191.15
人均产量（万台/人）	0.34	0.71	0.42	0.41
产值（万元）	30,526.34	69,142.31	37,276.47	20,999.52
人均产值（万元/人）	29.75	60.33	51.49	44.68

注 1：生产人员指生产的一线工人，包括在职人员、劳务外包人员等，均计入直接人工成本；平均人数为各月在职、离职、新入职员工数量的平均值；

注 2：产品产量不包括外购产品数量，为生产入库数量。

报告期内，公司生产人员的年人均单位产量分别为 0.41 万台/人、0.42 万台/人、0.71 万台/人和 0.34 万台/人（半年），呈逐期上升趋势，2020 年人均产量均处于较高位置，主要受新冠疫情对摄像头的市场需求刺激带动产品订单生产的结构变动，生产人员数量与产量变动趋势基本一致。2021 年上半年，公司的人均单位产量达到 2020 年度的近一半水平，生产工人的减少未对生产经营造成不利影响。

（二）发行人员工离职情况的分析说明

报告期内，公司员工根据不同性质减少的情况如下：

单位：人

专业人员类别	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
行政管理人员	辞退	-	-	1	2
	试用期离职	37	100	48	38
	主动离职	125	141	101	86
	小计	162	241	150	126
销售人员	辞退	-	1	2	2
	试用期离职	8	10	6	24
	主动离职	12	33	39	38
	小计	20	44	47	64
研发人员	辞退	2	2	1	3
	试用期离职	4	22	14	8
	主动离职	33	61	36	40
	小计	39	85	51	51
财务人员	辞退	-	-	-	1
	试用期离职	1	4	2	1
	主动离职	4	9	7	11
	小计	5	13	9	13
生产人员	辞退	-	-	-	-
	试用期离职	311	437	234	241
	主动离职	832	671	448	552
	小计	1,143	1,108	682	794
合计	辞退	2	3	4	7
	试用期离职	361	573	304	313

专业人员类别	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
	主动离职	1,006	915	631	728
	小计	1,369	1,491	939	1,048

注：主动离职为员工自行离职；鉴于一线生产工人的流动性较大，人员变动统计中将生产人员当月入职且当月又离职的，7日内的均不计算员工增加、减少数。

由此可知，公司的离职员工性质主要以试用期离职和员工主动自行离职，两者占当期离职人数的比例分别为 98.76%、99.25%、98.93%和 99.20%，这两类离职的情况下，公司不需要承担补偿费用。相对而言，公司主动辞退或者主动协商解除劳动合同的情况下，给予员工离职补偿费用，一般以研发、管理、销售人员为主；报告期各期，公司因辞退员工而发生的补偿费用分别为 11.29 万元、4.75 万元、25.50 万元和 20.40 万元，补偿费用总体金额相对较低，未对经营业绩构成重大不利影响。

（三）未来募投项目的实施、消费电子行业的景气度持续向好，公司员工人数将趋于稳定

随着未来募投项目的实施，公司将形成以自有房产为主、租赁房产为辅的经营模式，极大的改善公司的办公环境，并增强对优秀人才的吸引力。同时，随着募集资金到位后，公司将加大音视频智能终端产品的开发力度，以现有研发团队为根基，加强人才梯队建设，引进更多人工智能、计算机、物联网等领域的专业人才；届时，公司的收入规模和生产经营状态将持续向好，研发、销售、生产人员的数量将呈现稳步提升，特别是未来智能化产线的实施布局后，生产工人的人数将逐步由快速波动趋于稳定。

综上，受益于消费电子行业的景气度、公司改善后的生产能力以及经营状况的持续向好，公司未来不存在员工人数大幅下降的可能，不会产生因员工人数下降对生产经营造成重大不利影响的风险；同时，得益于良好的企业人文文化、一贯执行较好的员工激励政策和稳定的核心团队建设理念，公司未来亦不存在辞退员工而产生大额的补偿费用。

三、请保荐机构核查并发表意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人执行如下程序：

- 1、通过访谈发行人的总经理及其人力资源部负责人，了解发行人招聘员工、离职或辞退等业务流程，了解发行人员工变动的情况及其原因；抽查报告期内部分新增员工档案和入职流程文件、离职员工档案及离职流程文件；
- 2、取得并查阅发行人报告期内员工花名册，了解发行人人员岗位、入职时间、学历构成情况和人员结构情况；实施分析性程序，分析发行人员工人数变动情况、变动原因及合理性；
- 3、查阅并取得报告期内的劳务派遣/劳务外包用工情况、劳务派遣/外包协议，以及向劳务派遣/外包公司执行用工确认函证；
- 4、通过公开信息查阅发行人同行业可比上市公司的招股说明书、年度报告等文件，了解同行业公司期末员工数、平均薪酬、人均收入或净利润等情况；
- 5、取得发行人的应付职工薪酬明细账，核查员工入职、离职的业务办理流程，核查离职员工的原因、辞退福利以及是否存在离职补偿等情形。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

- 1、随着发行人业务规模不断扩大，为了满足业务发展的需要，进一步巩固和提高竞争能力，报告期内发行人不断引进和储备人才，符合所属行业特性，具有合理性；发行人员工人数增长趋势与营业收入增长变动趋势较为匹配，符合发行人实际经营情况，具有合理性。
- 2、受益于消费电子行业的景气度、改善后的生产能力以及经营状况的持续向好，公司未来不会产生因员工人数下降对生产经营造成重大不利影响的风险；同时，良好的企业人文文化、员工激励政策和稳定的核心团队建设理念，公司不存在相关补偿费用大幅上升的情况。

问题 4.

根据招股说明书，报告期内发行人线上销售收入逐年上升。

请发行人说明报告期内发行人进行销售的各电商平台是否对发行人实施临时性措施及处罚，如有，说明基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

一、请发行人说明报告期内发行人进行销售的各电商平台是否对发行人实施临时性措施及处罚，如有，说明基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

报告期内，发行人在亚马逊、速卖通、京东、天猫、淘宝、阿里巴巴等平台开设店铺进行网络销售。

报告期内，除在天猫、淘宝、阿里巴巴平台上因发货量激增导致的发货不及时、发票开具超期情形外，发行人未受到亚马逊、速卖通、京东、天猫、淘宝等境内、境外电商平台其它的临时性措施及处罚，不存在境内、境外相关店铺被封店、限制销售等临时性措施或处罚，情况如下：

（一）天猫平台

报告期内，发行人在天猫平台因未按时开具发票存在 48 笔扣除保证金的赔付处理，合计金额 0.19 万元，系因较多买家习惯在交易后 30 天的末期申请发票导致公司发票开具的数量较多及上传超期，因而违反了平台规则；发行人在天猫平台因未及时发货存在 89 笔扣除保证金的赔付处理，合计 0.42 万元，系因 2020 年以来发行人摄像头产品供不应求而对零星网络订单未能在 24 小时之内完成发货并上传快递物流单据信息导致。

发行人已完成相应款项的赔付及保证金的补充，且责成财务人员、业务人员加强对天猫平台的相关业务规则的学习。上述处罚不涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传，不存在纠纷或潜在纠纷等情形，且上述扣

除保证金措施金额较小，未对发行人在天猫平台的网络销售构成重大不利影响，不构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（二）淘宝平台

报告期内，发行人在淘宝平台因延迟发货存在 1 笔未按约定时间发货的记录，主要系因发行人摄像头产品对网络零星订单供货紧张导致，发行人未受到保证金赔付的违规处罚；发行人存在 1 笔因淘宝技术排查认定为异常订单的情形，淘宝不累计该笔订单的销量、评价，主要系因买家未发起聊天咨询而直接下单由淘宝网系统技术判定导致。

发行人已完成相关违规行为的整改，且责成业务人员加强对淘宝平台的相关业务规则的学习。上述处罚不涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传，不存在纠纷或潜在纠纷等情形，未对发行人在淘宝平台的网络销售构成重大不利影响，不构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（三）阿里巴巴平台

报告期内，发行人在阿里巴巴平台存在 1 笔因延迟发货而赔付 0.002 万元的情形，主要系因发行人摄像头产品对网络零星订单供货紧张导致。

发行人已完成相关违规行为的整改，且责成业务人员加强对阿里巴巴平台的相关业务规则的学习。上述处罚不涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传，不存在纠纷或潜在纠纷等情形，未对发行人在阿里巴巴平台的网络销售构成重大不利影响，不构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

二、请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

（一）核查程序

针对上述事项，保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、网络查询发行人合作的主要电商平台的官方网站以及主要电商平台的卖家运营管理规则；

2、查询报告期内发行人在各电商平台店铺后台管理中心的违法违规记录，

核实是否存在违规及处罚情况：

- 3、对亚马逊、京东等主要电商平台进行访谈；
- 4、对发行人电商业务负责人及相关业务经办人员进行访谈；
- 5、查阅发行人报告期内相关支出明细；
- 6、在中国裁判文书网等网站查询报告期内发行人的诉讼情况；
- 7、取得了发行人报告期内市场监督管理部门出具的合规证明文件，就发行人是否存在线上销售违法违规行为进行核查。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

报告期内，除在天猫、淘宝、阿里巴巴平台上因发货量激增导致的发货不及时、发票开具超期情形外，发行人未受到亚马逊、速卖通、京东、天猫、淘宝等境内、境外电商平台其它的临时性措施及处罚，且前述天猫、淘宝、阿里巴巴平台的临时性措施及处罚不涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、不存在其他纠纷或潜在纠纷等情形，相关处理措施已经执行完毕，不构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（以下无正文）

（本页无正文，为《深圳奥尼电子股份有限公司、东兴证券股份有限公司关于深圳奥尼电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》之签章页）

法定代表人：



董事长：吴世杰

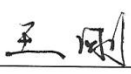
深圳奥尼电子股份有限公司

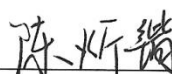


2021 年 10 月 27 日

（本页无正文，为《深圳奥尼电子股份有限公司、东兴证券股份有限公司关于深圳奥尼电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》之签章页）

保荐代表人：


王 刚


陈忻锴



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读深圳奥尼电子股份有限公司本次落实函之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，落实函之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。

保荐机构董事长：


魏庆华



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读深圳奥尼电子股份有限公司本次落实函之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，落实函之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：



张 涛

