



关于北京市九州风神科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



（贵州省贵阳市观山湖区长岭北路中天会展城 B 区金融商务区集中商业（北））

二〇二二年一月

关于北京市九州风神科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

申请文件的第二轮审核问询函的回复

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 8 月 12 日出具《关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011015 号，以下简称“问询函”）收悉。中天国富证券有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师、申报会计师对问询函所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本问询回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书中的相同。

本问询回复的字体代表以下含义：

黑体（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）：	对招股说明书（申报稿）的补充披露或修改

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

目 录

问题一、关于申报会计师执业质量	3
问题二、关于发行人会计基础工作规范性	28
问题三、关于外销收入真实性	58
问题四、关于会计差错及信息披露错误	75
问题五、关于内部控制有效性	96
问题六、关于经销收入核查	101
问题七、关于收入及毛利率	189
问题八、关于应收账款	212
问题九、关于销售费用	220
问题十、关于股份支付	237
问题十一、关于存货	246
问题十二、关于2018年和2019年发行人与关联方永聿电子供应商重合	253
问题十三、关于被平台处罚	257
问题十四、关于银行理财	261
问题十五、关于股东核查	268

问题一、关于申报会计师执业质量

现场检查发现申报会计师执业质量存在如下问题：

- (1) 签字会计师对公司基本情况不熟悉。
- (2) 审计底稿编制混乱，纸质底稿目录编号混乱，编制无序，纸质件和电子文档之间无索引、无法核验，缺乏必要的勾稽关系。
- (3) 复核记录不完整，无法核验事务所质控真实性、有效性。
- (4) 存货监盘程序中，会计师未对盘点表显示的差异进行分析、调整。
- (5) 审计报告出具时间为 2020 年 7 月，截至 2021 年 3 月 23 日，该审计报告尚未完成底稿归档。

请申报会计师：

- (1) 说明执业质量是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第八条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第三十一条的规定。
- (2) 在执业质量存在上述问题的情况下，出具的无保留意见的审计报告是否谨慎、依据是否充分。
- (3) 说明对现场检查发现问题的整改计划及整改情况，对财务报表相关的影响情况。
- (4) 质量控制部门对项目进行全面复核并出具专项复核报告。

请保荐人说明在申报会计师未勤勉尽责的情况下，依赖其工作成果是否审慎、是否勤勉尽责，是否对相关内容保持了合理怀疑，对发行人财务数据真实性执行的核查工作是否充分、结论是否审慎，执业质量是否符合《证券发行上市保荐业务管理办法》第二十二條的规定。

【申报会计师回复】

一、说明执业质量是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第八条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第三十一条的规定。

申报会计师事务所制定了《业务质量控制制度》《独立性政策与程序实施办法》《审计业务承接制度》《业务分类管理制度》《项目组内部复核办法》《项目质量控制复核办法》等执业质量控制相关的制度，建立了较为完善的质量控制系统。

在执业过程中为保证切实遵守《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第八条和《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第三十一条的规定，申报会计师按照已建立的质量控制制度的相关规定，主要采取了如下措施：

1、及时跟进执业标准的新变化

申报会计师每年根据执业准则的变化和实务要求，制定或修订各项执业规程，并由中勤万信管委会办公室下发通知给全体执业人员，通过内部培训，使执业人员知晓并掌握中勤万信制定或修订的各项执业规程。

2、实施初步业务活动的相关工作

在承接 IPO 审计业务时，根据审计业务承接制度要求，审计项目组实施了初步业务活动，包括在了解公司基本情况的基础上对审计风险进行初步评估、对审计项目组成员的独立性和专业胜任能力进行评估等内容。

（1）了解被审计单位基本情况

在承接九州风神 IPO 业务时，审计项目组对包括公司的上市动机、所处行业的基本情况及其行业地位、可能存在的高风险领域、治理情况及申报期基本财务指标等在内的事项进行了调查，并在此基础上初步评估审计风险。

（2）评估独立性

为在执业过程中保持应有的独立性，根据 2020 年 12 月 17 日中国注册会计师协会印发的《中国注册会计师职业道德守则（2020）》，修订了《业务质量控

制制度》《审计业务承接制度》《业务委派和项目质量控制复核管理办法》。在每个年度末，设计独立性调查问卷，要求员工完成独立性调查问卷，对于存在的可能损害独立性的事项，采取相应的应对措施。此外，在承接具体项目时，对事务所和审计项目组成员的独立性进行调查。

（3）评估专业胜任能力

在承接九州风神的 IPO 审计业务前，申报会计师对审计项目组成员的专业胜任能力进行了评估，包括是否具有相应技术知识和相关行业审计实务经验等方面。在此基础上，按照《审计业务承接制度》的规定履行了业务承接审批手续。

3、根据《业务分类管理制度》确定业务分类

根据九州风神公司的性质及规模、业务类型、业务风险的高低等，申报会计师将九州风神的IPO审计业务划分为A1类，并在业务承接阶段确定了项目质量控制复核经理和质量控制复核合伙人，对项目进行全程跟踪和监控。

4、在业务执行中进行质量控制

申报会计师使用电子手册、软件工具、标准化底稿以及行业和特定业务对象的指南性材料等方式，通过质量控制政策和程序，确保业务执行质量的一致性。

项目负责人通过适当的团队工作和培训指导，使经验较少的审计项目组成员清楚了解所分派工作的目标。项目合伙人检查项目组成员工作目标完成情况、考虑审计项目组各成员的素质和专业胜任能力，理解工作指令并有足够的时间按计划方案执行工作任务的情况，作出适当的调整；解决在执行业务过程中发现的问题，适当修改原计划的方案，由于公司存在以个人卡收取废料销售款及第三方回款情况，增加了对个人资金流水核查的人员范围，并对相关的个人卡资金流水进行了审计调整；识别在执行业务过程中需要咨询的复杂事项。

5、严格执行相关质量控制制度

按照《业务质量控制制度》的相关规定，针对IPO申报审计业务，实施了申报会计师项目组内部复核和项目质量控制复核。其中，申报会计师项目组内部

复核包括项目总负责人、项目合伙人两级复核，项目质量控制复核包括项目质量控制经理和项目质量控制复核合伙人两级复核。对于项目质量控制复核，相关复核人员在风险评估阶段介入，通过了解被审计单位的相关情况，以确定申报会计师项目组对于申报财务报表重大错报风险的评估是否适当；在审计实施阶段，项目质量控制人员与申报会计师项目组保持沟通，监督申报会计师项目组按照确定的审计计划执行审计工作；在审计完成阶段，项目质量控制人员对审计工作底稿和审计报告进行复核，以确保所有重大问题得到妥善解决，审计风险在可接受的范围。

按照《业务质量控制制度》的相关规定，针对九州风神的IPO申报审计项目实施了项目组内部复核和项目质量控制复核，主要复核情况如下：

（1）项目组内部复核

项目总负责人全面复核审计底稿，主要包括控制测试、实质性程序和特殊交易或事项；同时审计项目组内部由经验较丰富的人员复核经验较少的人员执行的工作；项目合伙人全面复核审计底稿，主要包括总体审计策略和具体审计计划、风险评估、控制测试、实质性程序和特殊交易或事项，以及IPO申报审计报告和其他申报报告。

（2）项目质量控制复核

质量控制复核经理和质量控制复核合伙人复核审计工作底稿，包括总体审计策略和具体审计计划、风险评估、控制测试、实质性程序和特殊交易或事项，以及IPO申报审计报告和其他申报报告。

综上，申报会计师认为：申报会计师已严格遵守相关法律法规和行业公认的业务标准和道德规范，建立并保持有效的质量控制，审慎履行职责，作出专业判断与认定，并对招股说明书或者其他信息披露文件中与专业职责有关的内容及所出具的文件的真实性、准确性、完整性负责，执业质量符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第八条和《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第三十一条的规定。

二、在执业质量存在上述问题的情况下，出具的无保留意见的审计报告是否谨慎、依据是否充分。

（一）年度审计工作执行情况

公司曾为新三板挂牌企业，申报会计师自2017年开始为公司提供审计服务。在新三板挂牌期间出具了2017年度、2018年度、2019年度的审计报告。具体审计执行情况如下：

申报会计师根据风险导向审计的要求，对公司进行了风险评估。包括：

（1）了解公司的行业状况、法律环境与监管环境以及其他外部因素；

（2）了解公司的性质；

（3）了解公司对会计政策的选择和运用；

（4）了解公司的目标、战略及相关经营风险；

（5）了解公司的财务业绩的衡量和评价；

（6）从公司具体业务流程层面了解公司的采购与付款、工薪与人事、生产与仓储、销售与收款、筹资与投资、固定资产和其他长期资产等的情况。

通过上述风险评估程序，审计项目组讨论认为公司的重点风险领域包括收入的确认、成本的结转、应收账款及应收账款减值、存货的核算、研发费用的归集、预计负债的计提、货币互换业务的账务处理等，申报会计师针对上述重点风险领域制定了总体审计策略和具体审计计划，确定了重要性水平，用于指导具体审计工作。对于重点风险领域涉及的会计科目，审计项目组执行了如下审计程序：

1、营业收入

（1）了解公司的销售模式、销售流程和贸易方式等，获取并核查公司的销售合同或订单，识别与商品控制权转移相关的合同条款，检查营业收入的确认条件、方法是否符合企业会计准则，前后期是否一致。

（2）将报告期各期的营业收入进行对比分析，分析产品销售结构和价格变动是否异常，并分析异常变动的原因。

（3）取得发行人产品销售收入、成本、数量明细表，对比上下年度产品的毛利率波动情况，并结合产品的平均单价和平均成本进行具体分析。对于毛利率波动异常的进一步核实原因，通过检查相关的凭证等获取充分恰当的审计证据；

（4）取得发行人报告期内的境外销售明细，核查境外销售的出口地、产品种类、销量、单价和金额；取得并核查主要客户的合同/订单、出库单、报关单、提单、客户签收单、银行流水等资料，执行穿行测试、细节测试、截止性测试等核查程序。

（5）获取发行人海关电子口岸数据，与发行人境外销售数据进行核对。获取发行人报告期出口退税汇总申报表及出口退税明细账，测试并核查发行人销售收入与出口退税的匹配性。

（6）从线上电商平台系统导出天猫旗舰店、京东POP店和亚马逊平台的销售清单，对天猫旗舰店、京东POP店和亚马逊销售及收款进行细节测试，查看销售收款、销售结算单。

（7）获取发行人报告期向亚马逊仓库发货明细及销售清单，通过分析各期发货及线上销售清单核验期末库存是否正确。对于存放在亚马逊平台的存货，通过检查企业报关出口清单并与亚马逊平台销售数据进行比较，确认数量合理性。

（8）结合应收账款余额的函证对各期的交易金额进行函证，取得回函并对未回函的客户实施替代程序。对未回函的部分，通过执行检查销售合同/订单或协议、销售出库单、发票、签收单等原始凭据，及客户期后回款情况等替代测试确认交易的真实性及准确性。

（9）对客户销售退货的原因及批准手续进行检查分析，关注期后发生的销售退回业务的真实性，判断是否存在提前确认收入的情况。

（10）了解经销商的返利政策，取得公司有关返利的具体规定和其他文件资料，并抽查较大的返利发生额的授权批准情况，与实际情况进行核对，检查其是否经过批准，是否合法、真实。

（11）取得资产负债表日后所有的销售退回记录，检查是否存在提前确认收入的情况；结合对资产负债表日应收账款的函证程序，检查期后的回款情况。

2、营业成本

（1）对营业成本进行分析性复核：①将上下年度的主营业务成本按月度进行比较分析。②将上下年度销售的产品分大类进行比较分析。③将上下年度销售的主要产品单位成本进行比较分析。对有异常情况的项目做进一步分析核查。

（2）抽查主营业务成本结转明细清单，比较计入主营业务成本的品种、规格、数量和计入主营业务收入的口径是否一致，是否符合配比原则。

（3）编制生产成本与主营业务成本倒轧表，并与相关科目交叉索引。

（4）对各期发生的主营业务成本，选取样本，检查其支持性文件，确定原始凭证齐全、记账凭证与原始凭证是否相符以及账务处理正确。

3、应收账款及应收账款减值

（1）了解与应收账款及应收账款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）计算应收账款周转率及周转天数等指标，对本期应收账款借贷方发生额进行分析并与以往年度指标进行对比；

（3）选取样本量对应收账款余额进行函证，核对应收账款余额是否与客户一致；针对未回函的应收账款通过执行检查销售合同/订单或协议、销售出库单、发票、签收单等原始凭据及客户期后回款情况等替代测试程序确认应收账款余额的真实性及准确性。

（4）对应收账款的账龄进行测算，并与以往年度进行核对检查；比较以往年度公司应收账款的实际坏账发生情况，结合客户信用和经营状况等因素，评估公司进行减值评估的方法是否适当，重新计算坏账准备金额；

（5）检查应收账款的期后回款情况，评价管理层计提应收账款坏账准备的合理性；

（6）检查与应收账款和应收账款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

4、存货

(1) 编制存货明细表，与K3系统收发存数据核对一致。

(2) 对存货周转率、存货构成与上期数据进行对比分析。

(3) 统计本期关联方交易情况，检查与关联方的商品购销交易是否正常，关注交易价格、交易金额的真实性与合理性。

(4) 选取代表性样本，抽查原材料、库存商品明细账的数量与仓库台账记录的数量核对一致，确定原材料及库存商品明细账数量的准确性和完整性。

(5) 对原材料、库存商品、半成品、发出商品各月借贷发生额进行分析核对；生产成本领用金额与生产成本借方发生额核对一致；结转销售成本金额与当期主营业务成本核对无误。

(6) 对存货各个明细项目进行出入库截止测试，确定出入库均记录在正确的会计期间。

(7) 选取原材料、库存商品中发生额较大的品种进行存货计价测试，检查确认计价方法前后期是否一致，入账基础和计价方法是否正确；抽查加工完成物资的验收入库手续是否齐全，会计处理是否正确。

(8) 发出商品：①检查发出商品有关的合同、协议和凭证，确定交易实质，检查其会计处理是否正确；②核对发出商品品种、数量和金额与库存商品的结转额是否一致；③取得各报告期末的存货发出商品明细表，和业务部门核实发出商品在各报告期末的具体位置，取得相关证明材料，核查相关的订单、报关单和提单等单据，确认发出商品的准确性和真实性。

(9) 委托加工物资：①抽查委托加工业务合同，检查有关发料凭证、加工费、运费结算凭证，关注所有权归属，核对成本计算是否正确，会计处理是否正确。②抽查加工完成物资的验收入库手续是否齐全，会计处理是否正确。③对期末委托加工物资余额较大的单位实施函证程序并取得回函。

(10) 存货跌价准备：①检查计提存货跌价准备的依据及方法前后期是否一致；②对期末仓库存货（原材料、库存商品及半成品）进行库龄分析，对期

末存货进行跌价测试；③对上期末已计提跌价的存货本期确认销售的部分进行转销。

（11）了解被审计单位生产流程和成本核算方法，检查成本核算方法与生产流程是否匹配，前后期是否一致。

（12）生产成本复核：①检查直接材料、直接人工及制造费用的计算方法和分配标准是否恰当；②抽查本期产量较大的产品直接材料、直接人工及制造费用与上年同期数进行对比分析；③本期按月分直接材料、直接人工及制造费用进行对比分析，对于直接材料价格波动较大的检查生产该产品耗用的主要原材料的入库价格；直接人工及制造费用波动较大的检查成本计算单，复核生产工时的分配是否正确。

（13）将制造费用明细表中的材料发生额与材料耗用汇总表、人工费用发生额与职工薪酬分配表、折旧发生额与折旧分配表、资产摊销发生额与各项资产摊销分配表及相关账项明细表进行核对。对制造费用实施截止测试，检查资产负债表日前后各1个月金额较大的制造费用明细账和凭证，确定是否有跨期现象。

（14）核查公司存货仓储情况，复核仓库租赁合同，了解仓库位置、面积及租用期限等，以核查存货储存规模与业务规模的匹配性，账列存货的完整性。实施盘点计划问卷，了解公司存货构成及存放情况，编制存货盘点计划，并对存货进行实地抽盘。

（15）对本期发生的存货，选取样本，检查其支持性文件，确定原始凭证齐全、记账凭证与原始凭证是否相符以及账务处理正确。

5、研发费用

（1）了解公司的整体研发架构和研发岗位设置情况，了解公司研发费用归集、研发人员薪酬核算及账务处理情况。

（2）取得公司的研发项目的立项资料，了解公司研发项目的启动背景、开展基地、经费的来源、设备的配备、研发团队的组建、研发项目之间费用的分配方法、研发人员的业绩考核等。

(3) 对公司的研发项目的费用进行结构性分析，判断其合理性，将实际发生数与预算数进行对比，分析差异原因。检查研发项目费用的分类、归集和核算是否符合相关规定。

(4) 取得公司计入研发费用的人员的工资明细表，检查研发人员的认定是否符合相关规定，是否存在将非研发人员薪酬列入研发费用的情况，对需要在各项目之间进行分摊的人工费用，检查分摊方法是否合理且前后期是否保持一致。

(5) 对委托外部单位研究开发的研发支出，检查是否属于公司委托其他企业、研究机构、技术专业服务机构的费用，取得相关合同，核对合同条款并检查付款记录，确认其定价是否具备公允性。

(6) 检查是否存在向关联方支付研发费用的情况。

(7) 确认研发费用是否已按照企业会计准则的规定在财务报表中作出恰当列报。

6、货币互换业务

(1) 了解公司进行该项业务的背景和具体执行的流程情况。

(2) 取得公司各期所有货币互换业务的资料，并与财务账面记录进行逐一核对，检查每笔业务记录的时间、本金、币种、汇率、保证金缴纳等信息是否准确，会计处理是否正确。

(3) 对资产负债表日未履行完毕的货币互换业务余额进行银行函证并取得回函，将公司记录信息与银行函证信息进行逐条核对，确认公司账面记录的完整性。

(4) 根据各期所有货币互换业务的本金、约定汇率、约定期间、利息约定等情况，对货币互换业务的收益情况进行测算，并与公司财务账面记录情况进行核对检查。

(5) 按照资产负债表日的汇率，对期末未履行完毕的货币互换业务进折算，检查公司期末列报的货币互换业务的本币金额是否正确。

(6) 取得资产负债表日所有未履行完毕的货币互换业务的市值重估书，检查公司是否已按照期末公允价值进行账务处理。

7、预计负债

(1) 访谈公司研发人员、品保人员、财务人员和售后服务人员，了解公司的退换货政策、了解公司水冷产品的生产工艺技术、售后服务政策、漏液率情况和会计处理方法。

(2) 获取公司报告期内的退换货明细数据，分析统计相关数据并与公司账面记录进行核对，结合公司期后退换货的实际发生情况，确认公司费用计提是否充分，分析相关费用与公司收入的匹配关系。

(3) 根据公司的计提政策对售后服务费进行重新测算，和账面计提数进行核对。检查公司售后服务费的实际发生额，相关凭证是否齐全，会计账务处理是否正确。对比分析账面计提数和实际发生额，分析公司计提方法是否合理，计提比例是否恰当。

(4) 向企业的法律顾问机构和律师进行函证并取得对方回函，获取对方对公司在资产负债表日业已存在的，以及资产负债表日至回函日之间存在的或有事项的确认证据。

(5) 核对企业的信用报告、银行询证函、票据备查簿、融资合同等资料，核查企业对外担保、票据背书贴现、应收账款融资等事项。

申报会计师按照中国注册会计师审计准则的规定执行了审计工作，按照中国注册会计师职业道德守则，申报会计师独立于发行人，并履行了职业道德方面的其他责任。

(二) IPO申报阶段审计工作执行情况

在IPO申报审计阶段，申报会计师确定了审计工作的重点，并执行了相应的审计程序：

1、申报会计师核对了申报期前期的财务数据与申报期前期的审计报告、对申报期前期的重大审计调整事项进行了全面的复核。

2、申报会计师对照企业会计准则的规定对公司的收入确认政策、货币互换

业务的账务处理、销售返利的列报等进行复核认定。

3、申报会计师发行人报告期内人民币和港币100万元（含）以上的，美元10万元以上的资金流水；以及董监高5万元以上的银行流水进行了专项核查。

4、对发行人的主要客户和供应商进行现场走访或视频访谈，了解公司和主要客户和供应商的交易情况。IPO申报报告期内，申报会计师对发行人53家客户（包括18家境内经销商、30家境外经销商和5家境内外OEM/ODM客户）、46家供应商实施了实地走访访谈和视频访谈程序。

5、访谈客户主要负责人或采购业务负责人，了解客户的基本情况和经营规模、与发行人的合作历史、合作模式、交易流程、交易金额、退换货情况、实现最终销售情况、存货情况、是否存在关联关系等信息，并核查报告期各期末的库存情况、最终销售情况、退换货情况。

6、对报告期内个人卡的资金流水进行了专项核查，对公司通过个人卡收支的相关业务进行追溯调整。

申报会计师通过实施上述审计程序，获取了相关的审计证据，增补了相应的审计工作底稿，并对相关经济业务的会计处理进行了审计调整，对前期会计差错进行了更正。但由于审计人员的工作疏忽，底稿整理不到位，获取的相关证据和增补的审计工作底稿未及时补充至申报期前期的审计工作底稿中，也未对相关底稿进行交叉索引，导致在现场检查过程中发现申报会计师在执业过程中存在上述问题。

审计项目组重新整理了申报期的审计工作底稿，申报会计师事务所更换了一名签字会计师，委派了新的项目质量控制复核经理对申报期的审计工作底稿及出具的审计报告进行了全面复核。经过上述整改和重新复核，申报会计师认为，公司报告期的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司报告期的财务状况以及经营成果和现金流量。申报会计师独立于公司，按照中国注册会计师职业道德守则履行了职业道德方面的其他责任。申报会计师获取的审计证据是充分、适当的，为发表审计意见提供了基础。

三、说明对现场检查发现问题的整改计划及整改情况，对财务报表相关的影响情况。

(一) 对现场检查发现问题的整改计划及整改情况

1、签字会计师对公司基本情况不熟悉

(1) 整改计划及整改情况

2017年6月申报会计师首次承接公司的审计业务，签字会计师为肖逸和龙秀文，其中肖逸担任项目合伙人，龙秀文担任项目经理。两人均为公司提供审计服务多年，均参与了公司的股份制改制、新三板挂牌及IPO的审计工作，在IPO申报审计阶段两人均参与了对公司重要客户和供应商的现场走访或视频访谈。其中，肖逸共访谈了供应商32家，访谈客户14家；龙秀文访谈了供应商7家，访谈客户13家，了解公司的供应商和客户的实际经营情况。在现场审计工作中存在对审计项目组成员的督导、底稿复核归档等工作执行不到位的问题，对于上述情况，申报会计师对承担相关责任的审计人员及签字会计师进行了内部问责，督促审计项目组成员对审计工作底稿整理归。

申报会计师事务所对该项目高度重视，经申报会计师事务所内部研究决定调整审计项目组成员，增加对该项目的人力资源投入。首先，签字会计师由肖逸、龙秀文变更为肖逸、覃丽君，并按照证监会《发行监管问答—关于规范中介机构及签字人员变更时涉及专项说明及承诺函的监管要求》及中勤万信的相关规定办理签字会计师变更手续。更换的签字会计师覃丽君系中勤万信的合伙人，1995年起从事注册会计师业务，1999年开始从事上市公司审计，具有丰富的IPO审计经验及项目管理经验，为多家上市公司提供过IPO改制及申报审计和并购重组审计等证券相关业务。作为项目合伙人服务的IPO项目成都欧林生物科技股份有限公司于2021年6月成功上市。其次，增派工作经验丰富的审计人员作为审计项目组成员参与到该项目中，上述增派审计项目组成员中的注册会计师，具有多年的上市公司和挂牌公司的审计工作经验。

更换后的签字会计师和审计项目组成员从2021年5月开始进驻项目现场，首先，通过执行以下工作对公司进行了全面的了解：

①与公司治理层、管理层的沟通，了解公司的组织结构和内部分工，按生

产、采购、销售、研发、基建、财务、人力资源管理等方面详细了解企业的运作模式、业务流程、单据流转的情况。

②对各业务板块的负责人进行访谈，了解各业务板块的总体情况，结合具体实务与其职能部门的员工进行深入详细的沟通，切实了解企业内部的实际运作方式和内控制度执行情况。

③阅读招股说明书，详细了解公司的基本情况，包括公司主营业务及主要产品工艺流程、公司所处行业的基本情况、公司销售模式及主要客户分布情况、公司采购情况和主要原材料、供应商的分布情况、公司的核心技术及研发情况、公司境外经营情况等等，对招股说明书里面涉及的财务数据与申报会计师审计报告中的相关数据进行核对。

其次，更换后的签字会计师和更换前的签字会计师针对前期报告期的审计情况进行了详细沟通，包括审计计划的制定，前期审计确定的审计重点领域，审计人员的安排情况，审计程序的执行情况等，更换后的签字会计师就前期审计报告中涉及的审计调整事项和会计差错更正情况和更换前的签字会计师进行了沟通，了解了重要的审计调整内容和调整原因，复核了相关审计证据。

第三，更换后的签字会计师和新增的审计项目组主要成员一起对前期的工作底稿进行了详细的复核，针对审计底稿中存在的问题，要求执行相关审计工作的审计人员修改、完善工作底稿，并补充执行相应的审计程序。

最后，项目合伙人、更换后的签字会计师和新组建的项目组成员一起参与2021年1-6月的财务报表审计工作。在执行2021年1-6月财务报表审计过程中，实地查看了深圳和惠州的生产工厂，了解公司产品的生产工艺流程，在生产车间实地查看了公司的生产过程，了解公司的存货管理情况并参与存货盘点工作。同时申报会计师结合审计程序的执行，在编制审计工作底稿的过程中了解和评价公司整体层面的内部控制、向公司各职能部门了解公司采购与付款业务、生产与仓储、销售与收款、货币资金、工薪与人事、固定资产与其他长期资产等业务循环的执行情况。通过对公司的客户和供应商进行视频访谈或现场走访，了解公司的客户和供应商的实际经营情况。在执行2021年1-6月财务报表审计过程中，审计项目组共现场走访供应商33家。其中，项目合伙人负责现场走访供

应商31家。访谈客户6家，其中，项目合伙人负责3家境外客户的现场走访，2家境外客户采用视频访谈的方式，1家境内客户采用现场走访的方式。

（2）整改结果

针对现场检查提出的问题，申报会计师事务所高度重视，首席合伙人亲自了解项目的情况，对项目合伙人进行了内部谈话，提出了上述整改方案。从2021年5月开始进行全面整改，变更后的签字会计师和审计项目组成员通过四个多月的现场审计工作，深入了解公司的生产经营模式、业务流程、内部控制和财务核算情况。

2、审计底稿编制混乱，纸质底稿目录编号混乱，编制无序，纸质件和电子文档之间无索引、无法核验，缺乏必要的勾稽关系

（1）整改计划及整改方案

申报会计师自2017年开始为公司提供审计服务，2017年度、2018年度、2019年度均出具了审计报告，编制了工作底稿。2020年公司启动IPO申报工作之后，对2017年度、2018年度和2019年度财务报表的部分科目进行了会计差错更正，主要调整内容包括：采用DDP结算方式的美国客户收入确认时点变化对收入成本进行调整、因个人卡收支产生的收入成本和费用调整、货币互换方式的账务处理调整、销售返利账务处理的调整。审计项目组在IPO申报审计阶段主要是对前期的财务报表数据和会计处理重新进行梳理、对前期会计差错进行更正、对相关人员的银行流水进行核查、对第三方回款进行核查、对重要客户和供应商进行访谈等，针对这些事项补充了审计程序，收集了相关的审计证据。

在底稿编制方面，IPO申报审计阶段，由于报告期涵盖了2017年度、2018年度、2019年度，审计项目组成员是在原年度报告审计的工作底稿基础上就补充的审计程序收集了相关的审计证据，并增补上述期间的电子审计工作底稿。审计项目组成员重点关注各项资产负债、收入成本及费用项目的核查、各电子底稿编制及各电子底稿数据之间关系的勾稽，但未将增补的电子审计工作底稿打印归档。由于审计项目组成员的工作疏忽和审计项目组人员调配出现的工作衔接问题，审计项目组成员在整理底稿时将纸质类审计证据存放在了不恰当的科目底稿中、审计项目组成员未及时将获取的相关审计证据存放在相应会计期间

的纸质类工作底稿中，也未编制索引号，导致纸质类工作底稿和电子审计工作底稿之间无索引，缺乏必要的勾稽关系。

针对检查组提出的上述问题，申报会计师高度重视，对审计项目组成员、签字会计师进行了批评教育和内部问责，同时提出以下整改方案：

①组织审计项目组成员认真学习《中国注册会计师审计准则第1131号---审计工作底稿》，要求审计项目组成员在审计工作中严格执行审计准则。

②要求审计项目组成员对于追加程序的报表项目在审计工作底稿中编制相应的审计工作底稿，记录核查过程、审计结论及编制索引号，对获取的纸质资料归档在恰当的位置，并标识清楚。

③加强审计项目组成员的底稿整理存放意识，审计项目组成员借阅的纸质底稿应该及时、正确的放到相应位置。

④要求审计项目组根据整理后纸质审计工作底稿编制目录，以方便检索。

⑤对审计项目组增加人力资源的同时加强了审计项目组内部的复核工作，审计项目组内部复核级次由原来的项目总负责人和项目合伙人二级复核变为现场项目负责人、项目总负责人和项目合伙人三级复核。现场项目负责人除了对审计项目组成员的审计工作进行实时督导外，重点对审计项目组成员的工作底稿进行了复核，针对复核工作底稿中发现的问题编制了现场项目负责人工作底稿复核记录，要求项目组成员改进审计程序、完善审计工作底稿。

（2）整改结果

审计项目组已按《中国注册会计师审计准则第1131号--审计工作底稿》的要求将电子工作底稿打印出来，将打印出来的工作底稿和原纸质工作底稿按工作底稿目录顺序进行整理，按审计报告截止日进行分类并装订成册。现场项目负责人、项目总负责人和项目合伙人对重新整理后并装订好的纸质工作底稿进行逐项检查，直至纸质工作底稿不存在上述问题。质控部门对工作底稿进行了全面复核，并出具了复核意见。

3、复核记录不完整，无法核验事务所质控真实性、有效性

（1）整改计划及整改情况

根据中勤万信制定的《审计项目组内部复核办法》和《项目质量控制复核办法》的规定，申报会计师IPO项目复核分为审计项目组内部复核和质量控制复核。其中审计项目组内部复核包括一级复核、二级复核与三级复核，一级复核由项目现场负责人实施，项目现场负责人是指负责公司本部或所属子公司审计的现场负责人；二级复核由项目总负责人实施，项目总负责人是指负责某项业务及其执行，并代表本所在业务报告上签字的注册会计师；三级复核由项目合伙人负责实施，项目合伙人是负责某项业务及其执行，并代表本所在业务报告上签字的合伙人。对于规模较小的审计项目，一级复核和二级复核可由项目总负责人一并实施。项目质量控制复核包括项目质量控制复核经理和项目质量控制复核合伙人两个级次。项目质量控制复核经理由申报会计师质量监管部负责人根据特定业务的性质及复核需要委派质量监管部人员担任；IPO项目的项目质量控制复核合伙人由申报会计师风险控制委员会主席或其授权人委派。复核顺序为：项目现场负责人复核—项目总负责人复核—项目合伙人复核—项目质量控制复核经理复核—项目质量控制复核合伙人复核。

在IPO申报阶段该项目各级复核人员按照复核顺序对工作底稿和业务报告完成了复核工作，并编制各自的工作底稿复核记录和业务报告复核记录。对于各级复核人员提出的复核意见，审计项目组逐条落实，或提供审计证据进行解释说明、或对提出的问题补充证据进一步核实、或修改审计报表和附注。在完成复核记录回复以及修改后的报表附注后，提交给复核人员再次复核，直至消除复核人员的疑虑为止。复核工作完成后各级复核记录归集在电子工作底稿中。项目现场负责人、项目总负责人、项目合伙人、项目质量控制复核经理、项目质量控制复核合伙人还需签署质量控制复核声明，代表各级复核工作已经完成。对于IPO项目，申报会计师事务所规定，审计项目在OA系统盖章前，审计项目组必须将各级复核记录和签署的质量控制复核声明扫描件发送到质量监管部的邮箱中，负责盖章的人员经过和质量监管部负责人确认收到后才予以盖章。各级复核人员的复核记录和质量控制复核声明都是齐全的，但审计项目组未将各级复核人员的复核记录打印出来，连同签署的质量控制复核声明一起归集在审计工作底稿中。

申报会计师专门组织审计项目组成员学习了《中国注册会计师审计准则第

1131号--审计工作底稿》及中勤万信制定的《业务档案管理办法》的相关规定，对审计项目组成员进行了批评教育，对承担相关责任的签字注册会计师进行了内部问责，审计项目总负责人已将各级复核人员的复核记录打印出来，连同各级复核人员签署的质量控制复核声明一起整理归集在审计工作底稿中。

（2）整改结果

截至本问询回复出具之日，申报会计师已按《中国注册会计师审计准则第1131号--审计工作底稿》的要求，整理了审计工作底稿，并将打印出来的各级复核人员的复核记录和各级复核人员签署的质量控制复核声明在审计工作底稿中存档。

4、存货监盘程序中，会计师未对盘点表显示的差异进行分析、调整

（1）整改计划及整改情况

审计项目组成员在对公司执行2018年度存货监盘程序时，编制了存货监盘结果汇总表，对盘点表中显示的抽盘品种的账面数和实盘数的差异，申报会计师未在审计底稿中分析差异原因及对财务报表的影响。

在本次整改过程中，申报会计师对当时的盘点抽盘情况和抽盘结果进行了分析，产生差异的原因是：公司对原材料、半成品、库存商品均设置了唯一的物料代码进行财务核算，财务对原材料、半成品、库存商品按物料代码进行一级核算，根据业务管理的需要在物料代码下分仓库进行二级核算。财务账面核算的仓库和实际存放货物的仓库并非是一一对应的，对于产成品而言，财务账面根据销售业务需要将成品仓细分为国内仓、海外仓、网络仓、零售仓等，实际存放货物的仓库只有一个成品仓。对同一个物料代码而言，因为不同的销售渠道都可能涉及，在财务账面会反映在不同的细分仓库中，而实物统一都存放在成品仓的情况。2018年存货抽盘差异表中涉及的财务账面设置仓库与实物存放仓库名称的对应关系如下：

财务账面仓库设置名称	对应实物仓库名称
成品仓-九州机箱国内仓	成品仓
成品仓-九州机箱海外仓	成品仓
成品仓-九州机箱网络仓	成品仓

财务账面仓库设置名称	对应实物仓库名称
成品仓-九州网络零售仓	成品仓
成品仓-库龄6个月及以上	成品仓

2018年存货抽盘选取的物料代码是根据财务账面的仓库选取的，而实际盘点的数量是该物料代码存放在实物仓库的全部数量，在盘点表中显示为盘盈。例如2018年存货差异表中，抽盘的物料代码为2.01.100.3960，名称为DQ750-M CN(国标)的产成品，审计人员抽取财务账面反映在成品仓-九州机箱国内仓的样本数据，财务账面结存数量为1,109个，实际盘点数量为存放在成品仓的所有该代码的实物，盘点数为1,141个，盘点结果为盘盈32个，审计人员未在底稿中对形成该差异的原因进行分析记录。经核实，存在上述盘盈的原因为财务账面成品仓-九州网络零售仓的数据为2个，成品仓-九州机箱网络仓的数量为30个，其余样本盘点差异的原因也一样，实际不存在差异。

另外有部分数量大但单价低的原材料存在少量盘盈，原因是供应商发货时多发的部分，财务采购入库时按照实际采购数量入账，实际库存大于账面库存而出现盘盈。

针对2018年末存货盘点表的问题，申报会计师对盘点结果汇总表中的差异金额进行了逐一核实，将实际盘点的实物数量和财务账面同一物料代码的合计数进行了对比，不存在差异。申报会计师已将上述核对过程和结果重新编制了盘点结果汇总表，并在审计底稿中补充了相关说明。

(2) 财务账面设置仓库名称与实物存放仓库名称不一致是否会导致存货管理混乱，存货管理内控制度是否有效

公司财务系统将成品仓细分为国内仓、海外仓、网络仓、零售仓等，实际存放货物的仓库只有一个成品仓，上述成品仓库细分主要是公司经营管理需要。

公司生产模式为在保持一定的安全库存基础上进行订单式生产，业务部门根据与客户沟通的预计订单情况向生产运营部门报送产品需求计划，生产运营部门根据产品需求计划进行排期生产。在财务系统体现不同的成品仓仓库，以便业务人员及时了解各自部门产品需求的库存情况，从不同的仓库名称快速的提取库存数据及进行相应的管理调配，保证客户的供应需求。

此外，公司在财务系统进行成品仓仓库的细分，有助于库存规模的管理。公司对超过3个月未出库的库存商品，执行《呆滞处理管理规程》，根据造成呆滞物料的责任划分，将呆滞物料成本纳入相关部门的考核。如库存商品呆滞是业务部门高估订单量导致的，责任由业务部门承担并纳入其部门绩效考核。

公司财务人员、生产运营部门、销售部门及仓库管理人员均了解财务账面设置仓库名称与实物存放仓库名称的对应关系，公司仓库名称在财务系统的设置是基于管理需要，不会造成公司存货管理的混乱，公司存货管理内控制度有效。

(3) 整改结果

针对2018年末存货盘点表的问题，申报会计师对盘点差异进行了逐一核实，分析了差异原因，补充了相关审计底稿和审计说明，盘点结果不需要进行审计调整，不会对财务报表产生重大影响。2019年末、2020年末、2021年6月末申报会计师在执行存货抽盘程序时，从K3系统导出分仓库的库存明细，按照物料代码进行分类汇总后，按金额降序排列，选取金额较大的品种进行抽盘，确保同一物料代码均被抽取，不存在遗漏情况发生；根据抽盘结果编制盘点结果汇总表及抽盘报告，同时对于实地抽盘存在差异的情况与公司核对无误后单独编制抽盘差异汇总表，对差异原因进行分析并评估其对财务报表的影响。

5、审计报告出具时间为2020年7月，截至2021年3月23日，该审计报告尚未完成底稿归档

(1) 整改计划和整改情况

申报会计师于2020年7月27日出具了首次申报IPO审计报告，报告期为2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-3月。在报告出具后，申报会计师对招股说明书中涉及的财务数据进行了核对，2020年9月30日贵所受理了公司的IPO申报材料，贵所在2020年10月31日对公司下达了《关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》。审计项目组开始对审核问询函准备回复，同时按照工作进度开始进行2020年9月30日的报表审计工作。2020年12月10日申报会计师出具了报告期为2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-9月的审计报告。接着又开始了2020年年度审计工作。

由于现场审计工作在持续进行中，特别是审核问询函的回复工作，需要经常查阅以前年度的审计工作底稿。因此审计项目组将纸质审计工作底稿存放在审计项目现场，未对审计工作底稿进行系统的整理并及时归档。

对于上述审计报告未及时完成底稿归档的问题，申报会计师专门组织审计项目组成员学习了《中国注册会计师审计准则第1131号--审计工作底稿》及申报会计师制定的《业务档案管理办法》的相关规定，要求审计项目组成员进行自我检讨，对审计项目组成员进行了批评教育，要求审计项目组及时整理工作底稿并按照审计准则和申报会计师的相关内部规定要求归档，同时要求在今后审计工作中引以为戒。

(2) 整改结果

截至本问询回复出具之日，上述审计报告的相关工作底稿已经完成归档。此后的审计报告工作底稿将严格按照《中国注册会计师审计准则第1131号--审计工作底稿》和申报会计师事务所的内部规定在审计报告日后60天内完成归档工作。

(二) 对财务报表相关的影响情况

签字会计师在执行审计过程中重点关注各项资产负债、收入成本及费用项目的核查，重点核实了执行各项审计程序过程中收集的纸质审计证据是否充分，是否支持申报会计师出具的审计意见，但由于审计过程中对审计项目组成员的底稿编制、整理过程和结果督导不力，导致工作底稿中出现上述问题。申报会计师更换了签字会计师并增加了人力资源的投入，对公司基本情况进行了全面的了解，签字会计师和质控部门对审计项目组完善的工作底稿进行了全面复核，审计工作按审计计划的要求完成，审计程序执行到位，对申报会计师出具的审计报告不产生重大影响。对存货盘点的差异也做了进一步的分析与核实，审计项目组已经完善了相应的工作底稿，并补充了审计说明，不影响审计结论，不影响财务报表的真实性和公允性。

通过上述底稿整理和底稿复核工作，申报会计师认为，上述问题在重大方面不影响财务报表的公允性和真实性。

四、质量控制部门对项目进行全面复核并出具专项复核报告。

根据贵所于2021年8月12日下发的《深圳证券交易所关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011015号），贵所要求中勤万信质量控制部门对项目进行全面复核并出具专项复核报告。

中勤万信对贵所的要求高度重视，重新委派了质量控制复核经理。2021年8月，中勤万信质量控制复核部门按照中国注册会计师审计准则的规定和中勤万信制定的《项目质量控制复核办法》规定的复核范围和内容执行了复核工作，在复核过程中，申报会计师结合了北京市九州风神科技股份有限公司的实际情况，实施了检查等必要的复核程序，并于2021年9月13日出具了《专项复核报告》。

【保荐人回复】

请保荐人说明在申报会计师未勤勉尽责的情况下，依赖其工作成果是否审慎、是否勤勉尽责，是否对相关内容保持了合理怀疑，对发行人财务数据真实性执行的核查工作是否充分、结论是否审慎，执业质量是否符合《证券发行上市保荐业务管理办法》第二十二条的规定

（一）申报会计师审计工作质量的核查情况

保荐人在现场检查过程，了解到申报会计师的审计工作底稿质量存在一定问题。针对上述审计工作底稿质量问题，保荐人核查如下：

1、审计工作底稿归集等问题

现场检查中发现申报会计师存在签字会计师对公司基本情况不熟悉、审计底稿编制混乱、复核记录不完整以及审计底稿归集不及时等问题。上述问题的主要由于申报会计师项目组的工作疏忽和审计人员调配工作衔接不当造成。

各中介机构在执业过程中保持相对独立，各自根据法律法规以及其各自内部管理要求开展核查工作并进行底稿的整理和归档；保荐人无法及时掌握其他中介机构内部工作质量情况，在现场检查通知获得前亦无法直接调阅其他中介机构尽职调查底稿。

保荐人在中国证券业协会公布现场检查名单后于 2021 年 1 月 31 日组织中介机构协调会，会议上根据《首发企业现场检查规定》的要求，强调各中介机构重视工作底稿的梳理和归档。在现场检查过程中，保荐人发现申报会计师的底稿归集存在一定问题，保荐人项目组对其底稿归集的完备性进行了多次口头要求。

在审计工作质量问题被发现后，保荐人项目组访谈签字会计师了解审计工作质量问题产生的原因及对审计结果的可能影响，督促申报会计师出具整改计划并了解整改进度，确认申报会计师更换签字人员并获取更换后签字人员资料。

2、存货监盘问题

报告期各期末，保荐人项目组、申报会计师对发行人的存货进行了监盘，保荐人在盘点完成后独立对盘点差异进行分析，确认无重大异常，将盘点表以及差异分析说明归档至尽职调查工作底稿。

（二）保荐工作中针对财务数据真实性执行的核查工作

在本次保荐工作中，保荐人根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《保荐人尽职调查工作准则》《证券发行上市保荐业务工作底稿指引》等相关法规的要求，对发行人作了审慎、独立的调查工作。在保荐工作过程中，保荐人始终对发行人以及其他中介机构提供的资料保持职业怀疑，运用职业判断分析发行人是否符合发行上市标准，未单独依赖单一渠道而是通过多渠道比对、复核，确认发行人财务真实性的最终结论。

保荐人通过实施了现场走访、函证、访谈、查阅公司内部及公开资料等方式对发行人财务数据真实性进行调查，包括但不限于：

1、了解和评价公司业务及公司行业特征，通过访谈公司董监高及核心人员、走访公司经营场所等评估公司所处经营环境、行业类型、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，识别和评估财务舞弊风险及由于舞弊或错误导致的财务报表重大错报风险。

2、组织对发行人主要客户及供应商的现场走访及视频访谈工作，核查过程中确认发行人供应商及客户的具体情况、与发行人合作情况、采购或销售金额等情况；核实发行人销售和采购真实性。在“新冠”疫情期间，保荐人分别于

2020 年 12 月、2021 年 1 月以及 2021 年 10 月前往俄罗斯、澳大利亚、美国、阿联酋等国家和地区完成了上述地区主要客户的现场访谈。

3、完成对发行人主要客户、供应商的函证工作，独立通过保荐人企业邮箱等方式获取回函，确认回函是否相符以及部分回函不符原因。独立完成对发行人的银行账户函证工作，确认银行账户期末余额，是否存在异常购买理财产品、存款抵质押、存贷款双高等情况。

4、获取发行人报告期主要销售、采购合同，检查签订双方与公司客户、供应商匹配性；通过公开信息比对客户、供应商提供的工商注册信息，确认其与公司是否存在关联关系。

5、完成对发行人财务核查工作，其中对发行人销售、采购、固定资产、货币资金等抽取样本完成穿行测试，细节测试；对报告期各期末的收入、采购、费用进行截止性测试。

6、对发行人各期末资产现场抽查监盘，并独立分析相关差异情况。

7、取得发行人报告期各期年度收入、成本明细表，分业务类型、产品类型以及销售地区类型量化分析各业务收入变化原因；获取并查阅发行人报告期各期的成本计算单，了解发行人报告期内各类型产品成本变动情况；获取并查阅发行人费用明细账，了解发行人期间费用的项目构成及其变动情况，分析发行人各项成本、费用与收入的匹配情况。

8、获取发行人及发行人子公司、分公司报告期内银行账户流水，核查单笔人民币和港币 100 万元（含）以上的，美元 10 万元以上的大额资金流水，逐笔检查其中发行人与经销商的收款，检查至原始凭证，核查是否有异常情况；获取发行人实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行流水，核查单笔发生额人民币 5 万元以上，是否存在大额异常支出的情形，是否存在为发行人代垫成本费用情形。

9、取得发行人及发行人子公司所在地的工商、海关、税务、安全生产、社保、公积金等政府主管部门出具的合法合规意见。

10、查阅选取的同行业可比公司公开资料，对比分析发行人报告期内财务数据变动合理性。

11、保荐人建立了整套的内部审核程序，包括但不限于立项制度、质量控制制度、问核制度、内核制度等，并在保荐项目运作过程中严格执行。保荐人定期对保荐业务内部控制的有效性进行全面评估，监督保证保荐人项目组成员、项目协办人、保荐代表人、保荐业务部门负责人、保荐业务负责人、内核负责人勤勉尽责，严格控制风险，保证保荐业务整体质量。保荐人对外提交和报送的发行上市申请相关全套文件均履行了内核程序，由内核机构审议决策。

12、保荐人项目组就上述核查工作进展情况及尽职调查中发现的有关问题，定期及不定期以召开中介机构协调会、现场讨论、电话及微信沟通等方式与申报会计师、发行人律师进行了充分的沟通，并就有关问题充分征询其他中介机构的意见。

13、将视频访谈及现场走访、函证回函、财务核查各项测试获得的资料与审计报告、法律意见书等进行比对，确认其他中介机构提供文件的可信赖性。

经核查，保荐人未发现发行人财务数据与申报会计师审计报告存在重大差异，未发现审计报告出现重大异常、前后重大矛盾的情况。

综上，保荐人在现场检查中了解到申报会计师审计工作质量存在一定问题后，对会计师的上述问题进行了核查并督促其完成整改。在保荐工作过程中，保荐人对其他中介机构出具的材料采取合理信赖态度，保持职业怀疑、运用职业判断进行分析后使用其他中介机构的工作成果。保荐人及保荐代表人遵循勤勉尽责、诚实守信的原则，认真履行审慎核查义务。保荐人对发行人财务数据真实性执行的核查工作是充分的，最终获取的结论具有审慎性，执业质量符合《证券发行上市保荐业务管理办法》第二十二条的规定。

问题二、关于发行人会计基础工作规范性

现场检查发现：

（1）发行人部分记账凭证缺乏附件。

（2）发行人财务电子账套数据未按经审计数进行审计调整和差错更正，内部控制制度未有效得到执行，相关中介机构未及时督导发行人进行审计调整。其中，涉及资产负债表科目 19 个，涉及利润表科目 12 个。会计师出具的审计报表数据和企业电子账套报表数据差异明细达 467 页。

（3）2020 年，发行人对历史上因个人卡结算而导致的会计差错进行了更正，部分会计差错更正存在错误。

请发行人：

（1）说明会计基础工作规范性情况，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十一条的发行条件，记账凭证缺乏附件的原因，审计调整及差错更正未入账的原因，相关内控缺陷发生的原因。

（2）说明审计调整及会计差错更正具体情况。

请保荐人、申报会计师说明：

（1）对发行人各科目凭证抽查情况，在记账凭证缺乏附件的情况下，对相关账目真实性的核查方式及核查结论。

（2）发行人会计基础工作是否规范，内部控制制度是否有效且被有效执行，能否合理保证财务报告的可靠性。

【发行人回复】

一、说明会计基础工作规范性情况，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十一条的发行条件，记账凭证缺乏附件的原因，审计调整及差错更正未入账的原因，相关内控缺陷发生的原因

（一）会计基础工作规范性情况

1、发行人会计基础工作情况

公司按照《会计基础工作规范》（中华人民共和国财政部令第 98 号）的要

求对比列示如下：

项目	规范要求	公司执行情况
总体要求	各单位应当依据有关法律、法规和本规范的规定，加强会计基础工作，严格执行会计法规制度，保证会计工作依法有序进行	公司已依据会计法、企业会计准则的要求，制定各项会计政策和财务管理制度并颁布执行
	单位领导人对本单位的会计基础工作负有领导责任	公司已明确法定代表人、董事长夏春秋为会计基础工作的第一责任人
会计机构和会计人员	会计机构设置和会计人员配备	公司已经为所属各主体设置会计机构并配备必要的会计人员，包括财务总监、财务经理、总账会计、成本会计、出纳以及其他会计人员
	会计人员职业道德	公司已向各级会计人员强调应遵守职业道德的要求，爱岗敬业
	会计工作交接	公司规定财务人员在调动或因故离职时必须办理工作交接，交接工作未完成前不得办理调动或离职
会计核算	会计核算的一般要求	公司已经按照会计法等相关规定建立会计账册，进行会计核算。公司以人民币为记账本位币，按实际发生的经济业务为依据，根据企业会计准则的相关规定进行会计处理，及时编制财务报表及附注
	填制会计凭证	公司依据合法、合规的原始凭证按经济业务实质填制会计记账凭证，记账凭证内容和要素齐全并连续编号，制单、审核各相关人员已在凭证上打印确认，凭证装订和保管符合规定
	登记会计账簿	公司使用财务软件进行财务记账工作，统一设置总账和各项明细账，对于现金和银行日记账做到日清月结。期末对会计账簿记录的有关数字与实物、往来单位进行相互核对，以保证账证、账账、账实相符。公司已依据企业会计准则于各期末定期结账并及时编制财务报表和附注
会计监督	各单位的会计机构、会计人员对本单位的经济活动进行会计监督	公司已制定符合本公司实际情况的财务监督制度，对包括原始凭证、会计账簿、实物资产、财务收支等经济事项进行全面监督
内部会计管理制度	各单位应当根据《中华人民共和国会计法》和国家统一会计制度的规定，结合单位类型和内容管理的需要，建立健全相应的内部会计管理制度	公司已建立一整套内部会计管理制度，包括内部管理体系、会计人员岗位责任制度、账务处理程序及内部审计制度等

如上表所示，公司已经设置会计机构并配备会计人员，且已按照会计法的相关要求建立会计账册，进行会计核算。同时，公司已制定符合本公司实际情况的财务监督制度和内部会计管理制度。公司财务制度在实际执行过程中存在个别程序执行瑕疵，如超过规定权限的款项支出未履行审批程序、部分凭证无附件等。

公司部分超过规定权限的款项支出未履行审批程序，系根据公司《货币资金管理制度》第五条的规定，发行人资金支出超过 10 万元（含 10 万元）人民币需经董事长审批。实际执行过程中，发行人 500 万元以内的机电货款、佣金返利、研发服务费、模具费、行政类费用、薪资、保险等资金支出由部门负责人、分管高管进行审批，不需经董事长审批，不符合发行人《货币资金管理制度》的相关规定。针对该情况，公司董事长于 2021 年 3 月 25 日出具《资金支出授权书》，将超过 10 万元（含 10 万元）、小于 500 万元的机电货款、佣金返利、研发服务费、模具费、行政类费用、薪资、保险等货币资金支出授权相关人员审批，且发行人已于 2021 年 4 月 21 日出具《关于货币资金管理制度执行情况承诺函》，承诺资金支出的审批流程与各节点审批权限均符合《货币资金管理制度》的规定，并确保内控制度得到有效执行。

针对公司部分凭证后无附件的详细说明、凭证数量、金额及整改情况详见本问题回复之“（二）关于公司部分凭证无附件的说明及整改措施”。

公司对上述情况已及时进行了整改并对相关内控制度进行了完善，上述瑕疵不影响公司财务核算基础，公司会计基础规范。

2、公司主要内控制度及规范性情况

报告期内，公司已建立的主要的内控制度如下：

收入确认方面：公司制定了《海外业务操作管理规程》《亚马逊运营管理规程》《应收账款管理规程》等相关制度，规范产品销售、货款回收、信用政策审批等过程，防范产品销售过程中的各种风险及减少坏账损失。公司设立了零售事业部和行业客户事业部，公司的相关制度对相关岗位制订了岗位责任制，并在销售定价、销售合同的审批与签订、售后服务、销售发票的开具与管理、销售货款的确认、回收与相关会计记录、应收账款坏账准备的计提与审批、坏账的核销与审批等环节明确了各自的权责及相互制约的措施。同时根据《企业会计准则》制定《财务管理制度》，明确收入确认的一般原则和具体原则，在符合收入确认条件时结转收入。

存货管理方面：公司制定了《采购管理制度》《供应商管理制度》等相关制度规范，公司已较合理的规划和设立了采购与付款业务的机构和岗位，明确了

请购与审批、采购与验收、货款支付等环节相关人员的职责权限和控制活动要求；并对存货进行有效管理。公司按照内部控制的要求，对供应商的资质、产品质量、价格水平、供货信誉等进行考核和评价；原材料的验收由质检部门和仓储部实施；公司存货采购、验收、领用、盘点、处置的控制流程清晰，存货管理内部控制有效执行。公司定期对存货进行盘点，以确保存货数量的准确、完整。公司存货备货原则合理，建立了较为完善的存货管理制度，存货管理规范、有序。

成本归集方面：公司根据业务性质按产品类别归集成本，待产品符合收入确认条件后，在结转收入的同时结转相应成本。公司根据《会计法》《内部会计控制规范》等有关规定，制定了合理、科学、完善、有效的内部控制机制，并执行《企业会计准则》的规定，对生产成本归集进行了规范，合理划分成本费用、分摊间接成本，结合相关的内部控制制度可以有效保证公司的成本归集真实完整。

研发管理方面：公司制定了《研发管理制度》《研发支出核算管理办法》等相关制度，对公司的研发活动和研发费用核算做出较为详细的规定。报告期内，公司因少量的市场、销售部门员工参与研发工作，在研发费用归集中存在将个别市场、销售部门人员工资全额计入研发费用的情况，公司对该情形进行规范整改，将与研发项目无关的人员工资调整出研发费用，其他部门人员参与研发工作的，根据其工时占比分摊至研发费用、销售费用或管理费用。公司在整改过程中，要求相关研发、财务人员充分学习公司研发费用有关规定，确保未来的研发费用归集中不再出现上述问题。上述整改完成后，公司的研发项目费用的归集结转规范合理。

资金管理方面：为防范和控制资金风险，确保资金安全，提高资金使用效益，公司于 2017 年 11 月制定了《货币资金管理制度》，并分别在 2019 年 7 月和 2020 年 5 月进行了修订。此外公司还制定了《财务核算制度》《费用报销制度》等相关制度，规定了货币资金支付的审批程序、现金保管以及现金的收支范围和结算起点。对现金存取、库存管理、日常收付、银行账户管理、银行对账的管理、印章、票据、费用报销、内部财务稽核、岗位责任制、不相容岗位的分离等方面做出明确规定。公司按照相关规章制度执行货币资金的内部控制，

实际执行过程中存在个别程序执行瑕疵，如超过规定权限的款项支出未履行审批程序，公司发现上述情况后已及时进行了整改并对相关内控制度进行了完善。

2019 年 7 月，为了加强公司内部财务管理，确保对报销流程有效管理，公司参照《货币资金管理制度》制定了《财务报销管理规程》，并根据规程制定了 OA（办公自动化）系统各项资金支出的审批流程。通过上述措施，公司完善了对货币资金的内部控制和管理，强化关于费用报销的内部控制措施，保证货币资金的安全。

公司组织财务人员深入学习会计准则相关要求与各项内部管理制度，加强对相关问题的认知，提高管理水平。同时，加强财务部门与业务部门的协调沟通，及时进行业务单据的传递，确保公司财务信息真实、准确、完整，确保各项内部控制制度得到有效执行。

（二）关于公司部分凭证无附件的说明及整改措施

1、关于公司部分凭证无附件的说明

公司部分记账凭证缺乏附件，存在该情形的凭证主要有四种类型，具体如下：

（1）折旧摊销费用类

公司的折旧摊销费用类凭证无附件，待摊费用类凭证主要是长期待摊费用、固定资产折旧和无形资产摊销。其中，长期待摊费用是财务人员根据公司会计政策，按月分摊，分摊记账凭证无附件。固定资产折旧和无形资产摊销金额是 ERP 相应模块自动计算，系统每月自动生成记账凭证。资产原值入账时，公司支出凭证后附有相应的佐证单据，如付款审批单、购买合同等。

报告期各期间，存在该类情形的凭证数量分别为 48 个、61 个、103 个和 64 个，金额分别为 376.53 万元、445.44 万元、523.32 万元和 422.48 万元。

（2）计提增值税、城建税、教育附加类凭证

公司对于每月应缴的相关税费计提，是根据每月增值税纳税申报表的实际申报数进行计提，财务人员在装订凭证的时候没有将相应的附件附在凭证后面。

报告期各期间，存在该类情形的凭证数量分别为 60 个、60 个、62 个和 26

个，金额分别为 1,193.15 万元、1,606.97 万元、2,313.92 万元和 851.41 万元。

（3）应付暂估入账凭证

根据公司的采购入库流程，供应商产品送达深圳工厂后，质检人员会对产品进行抽检，抽检合格后仓储部门根据供应商签字的送货单办理入库手续，在 ERP 系统的供应链模块生成“外购入库单”，财务人员根据入库金额在财务总账中借记库存商品/原材料，贷记应付暂估款（不含税价）。该类型凭证无附件，主要是相关纸质入库单等单据由于数量较多，公司单独按月装订归档，在入库单标注对应的记账凭证号。

报告期内，公司应付暂估凭证类附件均无附件，凭证附件单独归档，能够与凭证进行匹配，不影响财务核算的准确性。

现场检查过程中检查组提出的公司 2019 年 7 月 31 日记-236 号凭证，借记应付暂估款 287,983.26 元，记账凭证无附件或说明。该笔凭证是 2019 年公司向东莞市肯为电子技术有限公司采购的电源产品，因产品质量问题发生返工。公司 2019 年 7 月 31 日记-235 号凭证在外购产品入库后公司发现存在质量问题需返工时，在 ERP 系统的供应链模块中生成红字采购发票，同时生成如下记账凭证：

借：应付暂估款 -287,983.26

 应交税费-增值税进项税 -37,437.83

贷：应付账款 -325,421.09

2019 年 7 月 31 日记-236 号凭证是在返工产品重新入库时，在 ERP 系统的供应链模块中生成蓝字采购发票，同时生成如下记账凭证：

借：应付暂估款 287,983.26

 应交税费-增值税进项税 37,437.83

贷：应付账款 325,421.09

上述两笔记账凭证是在公司外购产品入库后因质量问题返修过程中在 ERP 系统中自动生成的，旨在记录产品返工及返工产品入库的过程，不影响该笔采购的最终结果。涉及的相关原始单据如经仓储部门开具的返工单、供应商签字

的退货单、送货单等，公司单独装订归档，财务部门上述两笔凭证未附相关单据。

(4) 调整类凭证

公司部分记账凭证存在因人员工作疏忽、暂估不准确等因素导致需要对原有记账凭证进行调整，财务人员会先做一笔记账凭证对原记账凭证进行冲回，该部分调整类凭证后无附件。

报告期各期间，存在该类情形的凭证数量分别为 77 个、112 个、184 个和 117 个。公司在调整凭证录入时，在记账凭证摘要栏简要注明对应的调整原凭证号及调整原因，未单独进行附件说明。

2、整改措施

2021 年 4 月起，公司针对上述问题进行了整改，具体措施如下：

(1) 在编制待摊费用摊销、固定资产折旧、无形资产摊销及税费计提记账凭证时注明数据来源或计算过程。待摊费用每月摊销类凭证后附摊销金额计算过程。对每月计提固定资产折旧、无形资产摊销凭证，在摘要注明数据来源，对于计提的附加税的凭证，将相应的纳税申报文件打印出来附在凭证后面。

(2) 公司应付账款-暂估记账凭证无附件，主要原因是公司采购入库环节相关的原始单据如送货单、质检单等由于数量较多，公司未将其附于对应凭证后，将相关原始单据资料单独装订成册，按月归档管理。公司在记账凭证后补充相关的入库单汇总表明细作为附件。

(3) 针对记账错误或特殊事项导致的调整类记账凭证，公司将调整原因、调整背景说明及涉及的相关原始单据打印附于凭证后。

同时，公司将进一步加强财务记账及凭证的管理，确保财务记账依据充分，后附单据能够支撑相关会计处理。

(三) 审计调整及差错更正未入账的原因及整改措施

1、审计调整未入账原因

审计期间，申报会计师于审计报告数据出具后，将试算平衡表及审计调整分录提交给公司财务部对审计数据进行核对，确认无误并经公司盖章后，申报

会计师提请公司财务部将审计调整分录予以入账。由于申报会计师提交审计调整分录时，公司账务系统已经结账，公司财务人员将除重分类调整外的其他调整事项录入财务系统第 13 期，在进行财务账套数据的调取时，需要选择期间为 1-13 期。

对于审计调整分录中涉及到的往来科目重分类的调整事项，如预收账款科目。根据《企业会计准则》的规定，预收账款或预付款项情况不多的，也可以不设置本科目，将预收的款项直接记入“应收账款”科目，将预付的款项直接记入“应付账款”科目。公司财务部在进行审计调整分录过账时，将重分类调整分录直接调整总账财务报表，而未在明细账中进行调整，主要原因为方便日常财务管理及客户信用期管理要求。

2、差错更正未入账的原因

2020 年 7 月 27 日，经公司第一届董事会第三十六次会议审议，公司采用追溯重述法对 2017 年度、2018 年度和 2019 年度会计差错进行了更正。差错更正主要包括：

- （1）公司部分商品销售及废品销售未确认收入，补计当期营业收入；
- （2）因销售返利调整营业收入和销售费用；
- （3）美国部分客户采用 DDP 结算方式导致收入确认时点变化，调减当期应收账款及营业收入；
- （4）因个人卡收支产生的收入、成本和费用调整；
- （5）前述资金产生的理财收益、活期利息、银行手续费未入账，调整当期投资收益和财务费用；
- （6）货币互换业务期末应根据公允价值确认损益，调整公允价值变动损益。

前期会计差错的更正事项涉及的期间涵盖了 2017 年度、2018 年度和 2019 年度，但由于上述期间公司财务已结账且期间跨度较长，公司未能将差错更正事项调整到对应的会计期间。2020 年 7 月，公司将上述差错更正事项调整至 2019 年财务账套第 13 期。

3、整改措施

(1) 健全内部管理系统、提高财务核算效率

随着公司业务发展和境外分子公司的设立，需要建设透明高效的财务管理信息系统，以满足管理和财务结算需求。为此，公司引入了 SAP 系统替代原有的 ERP 系统。2021 年 5 月，SAP 实施团队入驻公司，从财务、采购、销售、生产、质量、仓库等环节初步规划了近 85 个流程，其中财务 27 个流程，采购 7 个流程，仓库 13 个流程，质量 5 个流程，销售 18 个流程，生产 15 个流程。从基础数据流、业务流、财务流、现金流做了全面的规划，对人员和岗位职责的划分都进行完善和优化。从管理层面，将 SAP 本身设计的管理理念及借鉴其他企业的经验渗透到公司，从而由系统中的资料掌握公司的营运状况，建立公司营运的数据库，系统实现对各个事业部的业绩考核。从财务层面，优化流程，提升各个业务链条数据整合能力，避免因单据流转时效等导致的收入、费用跨期。

(2) 加强财务队伍建设

①加强培训

为提高财务人员专业素质和能力，公司层面为财务人员购买学习课程，组织财务人员通过网校、参加专业讲座等形式学习财务专业方面的课程。2020 年 8 月至今，公司已组织财务人员陆续学习《合并报表实务训练营》《企业所得税税收筹划经典案例分析》《2021 年中国会计准则最新调整与实务应用》《内部控制与企业风险管理》《业财一体化下的财务标准化与流程再造》《财税人员必备的法律常识》《发票电子化下企业合同、票据、账务风险管理策略》《财务报表阅读与分析》等课程。

②推进财务队伍职业化建设

充实财务人员队伍，实现人员梯次化管理。2021 年初至今，公司新招聘 4 名财经大学应届毕业生，3 名有工作经验的财务人员进行人才储备。

③对于特殊经济业务的会计处理，在经济业务发生前与会计师保持沟通，以做出恰当的会计处理，减少审计调整，如 CCS（货币交叉互换）业务的会计处理等。

④加强对新会计准则的应用和理解，如新金融工具准则、新租赁准则等，在新会计准则首次实施前，组织人员进行专门的培训，确保公司账务处理符合企业会计准则的要求。

（3）及时将审计调整分录录入财务系统

审计过程中，财务人员与申报会计师组织会议，对审计调整分录及调整事项发生原因进行分析和总结，确保账务处理符合会计准则的核算要求，并在会计师指导下将审计调整分录录入财务系统。

（四）相关内控缺陷发生的原因

1、无附件的记账凭证原因

公司针对部分记账凭证无附件进行了梳理，主要原因如下：

（1）公司长期待摊费用凭证每月摊销金额稳定，财务人员未将计算过程附于凭证后。固定资产折旧和无形资产摊销金额是 ERP 相应模块自动计算，系统每月自动生成记账凭证。

（2）公司采购入库环节相关的原始单据如订购单、送货单、质检单等由于数量较多，公司未将其附于对应凭证后，将相关原始单据资料单独装订成册，按月归档管理。

（3）公司部分调整类凭证无附件，系公司在调整凭证录入时，在记账凭证摘要栏简要注明对应的调整原凭证号及调整原因，故未单独进行附件说明。

（4）部分会计处理依据因归档不及时、财务人员疏忽等造成会计凭证无附件，公司已进行自查，加强了会计凭证附件的重视和单据的档案管理。

2、审计调整事项未及时进行账务处理

申报会计师于各报告期审计报告数据出具后，将试算平衡表及审计调整分录提交给公司财务部对审计数据进行核对，确认无误并经公司盖章后，申报会计师提请公司财务部将审计调整分录予以入账。由于申报会计师提交审计调整分录时，公司账务系统已经结账，财务部将审计调整分录计入了财务系统的第 13 期。

3、资金管理内控缺陷原因

2018 年度、2019 年度，公司存在使用个人卡的情况，其主要原因如下：

（1）公司的废料销售采购商主要是当地一些个体户，通过个人卡可方便废料等款项的结算。

（2）对部分员工进行额外薪酬发放。因此，发行人通过以财务人员个人卡对废料、薪酬发放等款项进行结算。

截至 2019 年 9 月 25 日，上述由公司使用的个人卡已全部注销完毕，公司不再存在使用个人卡的情形。公司对报告期内个人卡代收货款收入补缴了相关税费；对通过个人卡发放的职工薪酬缴纳了个人所得税，相关个人所得税的最终承担主体为员工个人。针对报告期存在的个人卡使用行为，公司进一步完善了相关的资金管理制度，加强对收款及付款的内部控制，杜绝个人卡使用情形的发生。此外，公司取得了所在地税务机关出具的可覆盖报告期的《涉税信息查询结果告知书》，证明公司及其子公司未收受到过税务行政处罚。

综上，公司已根据相关规定建立健全的财务会计制度和内部控制制度，实际执行过程中存在个别程序执行瑕疵，如超过规定权限的款项支出未履行审批程序，公司发现上述情况后已及时进行了整改并对相关内控制度进行了完善，上述瑕疵不属于内控控制重大缺陷，不影响内控制度执行的有效性。报告期内公司会计差错更正主要系财务人员工作疏忽、会计政策理解不足等原因所致，公司已加强对相关人员会计准则和内控制度的培训和学习，公司会计基础工作规范。

报告期内，申报会计师按照企业会计准则等要求，对公司账务处理进行审计调整，公司在首次申报招股书提交前将首次申报审计过程中的相关调整分录和差错更正事项录入 2019 年财务系统第 13 期。公司财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年一期财务会计报告由申报会计师出具无保留意见的审计报告；公司内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由申报会计师出具无保留意见的内部控制鉴证报告，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法

（试行）》第十一条的规定。

二、审计调整及会计差错更正的具体情况

（一）发行人审计调整及会计差错更正整体情况

1、发行人审计调整的整体情况

申报会计师对公司 2017 年度至 2021 年 1-6 月的财务报表进行审计时，在公司原有账套基础上进行了审计调整，调整主要包括收入确认事项的调整、往来账目的重分类调整、跨期费用的调整、会计核算科目的调整以及执行新准则涉及的调整等。

2、发行人会计差错更正的整体情况

经公司第一届董事会第三十六次会议审议通过，公司对2017年度、2018年度和2019年度已审财务报表的部分科目进行了差错更正，主要包括：

（1）公司部分商品销售未确认收入，补计当期营业收入；美国部分客户采用DDP结算方式导致收入确认时点变化，调减当期营业收入；

（2）因销售返利调整营业收入和销售费用；

（3）因个人卡收支产生的收入、成本和费用调整；相关资金产生的理财收益、活期利息、银行手续费未入账，调整当期投资收益和财务费用；

（4）货币互换业务期末应根据公允价值确认损益，调整公允价值变动损益。

经公司第二届董事会第十次会议审议通过，公司对2018年度、2019年度和2020年度已审财务报表的部分科目进行了差错更正，主要包括：

（1）非专职研发人员薪酬调整至销售费用和管理费用；

（2）产品报废金额由销售费用调整至管理费用。

3、发行人审计报表数据和电子账套报表数据差异明细较多的原因

现场检查工作中要求申报会计师对公司及子公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月公司财务账套资产负债表、利润表和审计报告资产负债表、利润表差异情况（按借方、贷方汇总金额分别说明）进行回复说明。申报会计师出具的审计报表数据和企业电子账套报表数据差异明细较多，主要原

因为：

(1) 调整事项涉及到发行人母公司及下属 6 个子公司共 7 个会计主体。

(2) 报告期涉及到 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，时间跨度较长。

(3) 涉及的调整事项按借方调整金额和贷方调整金额分别列示说明。

(4) 涉及往来科目重分类的调整事项均详细列示了明细单位。

(5) 每一笔调整分录涉及到一借一贷或一借多贷等情况的，在现场检查回复中对每个涉及科目都进行了说明，同一笔调整分录在说明中至少会涉及到一次重复甚至多次重复。

(6) 由于公司进行了前期差错更正，2017 年、2018 年、2019 年的差错更正事项未能及时调整到调整分录相对应的会计期间，故在前期调整的事项需要滚调至以后的会计期间中去，增加以后期间的调整分录数量。

以下分别就审计调整事项和差错更正的具体事项进行说明。

(二) 审计调整具体事项

1、收入确认事项的调整

(1) 公司报告期内存在因单据流转不及时等原因导致的收入确认不及时，审计时根据收入确认原则，结合收入确认单据、审计回函情况等进行调整（涉及科目：货币资金、应收账款、预收账款、合同负债、应交税费、营业收入）；

(2) 同时调整相应的营业成本（涉及科目：营业成本、存货）；

(3) 对于跨期收入成本的调整涉及到年初未分配利润科目。

主要调整科目金额如下：

单位：万元				
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
货币资金	1.74	161.25	-	-
应收账款	-198.34	791.61	-98.76	-257.25
其他应收款	-	-	-	-367.55
存货	119.76	-324.07	-	270.97

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
合同负债	-	228.70	-	-
预收账款	-	-	-446.66	-319.11
应交税费	-	90.22	-	-
营业收入	-196.60	677.24	185.24	-266.33
营业成本	-119.76	325.35	169.12	-270.97
年初未分配利润	-	-42.03	194.09	-

2、其他损益类科目的调整

(1) 其他涉及营业收入的调整：

①公司将缴纳的亚马逊销售税金在管理费用中核算，应冲减亚马逊含税收入，调整减少营业收入和管理费用（涉及科目：营业收入、管理费用）；

②调整销售返利的同时调整营业收入（涉及科目：预计负债、营业收入）；

③将企业在营业收入中核算的客诉费重分类至销售费用（涉及科目：营业收入、销售费用）；

④调整估算退货收入（涉及科目：其他流动负债、营业收入）。

单位：万元

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
预计负债	-48.06	-21.09	-25.87	92.19
其他流动负债	-89.37	77.10	-	-
营业收入	137.43	-618.03	-34.65	-50.72
销售费用	-	-301.53	-	164.05
管理费用	-	-260.49	-60.52	-122.58

(2) 公司2018年度、2019年度及2020年度存在部分费用跨期情况的调整，主要情况如下：

①各期末的工资及奖金计提金额与实际发生金额差异等，审计时根据实际发放金额进行调整；

②公司审计调整分录过账错误导致费用跨期调整。（涉及科目：应付职工薪酬、销售费用、管理费用、研发费用、财务费用、年初未分配利润）。

单位：万元

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
应付职工薪酬	-	392.89	357.35	-171.63
销售费用	-	99.66	-207.21	-141.21
管理费用	-	77.56	207.99	-58.28
研发费用	-	169.85	-11.75	27.86
财务费用	-		-29.48	
年初未分配利润	-	-45.83	-397.80	

(3) 损益类科目之间的科目调整

①将管理费用中核算的税费调整到税金及附加（涉及科目：税金及附加、管理费用）；

②将与生产经营直接相关的政府补助调整至其他收益，将与生产经营无关的政府补助调整至营业外收入（涉及科目：其他收益、营业外收入）；

③将存货弃置费用从营业成本调整至管理费用中、将辅料成本从管理费用调整至营业成本中（涉及科目：营业成本、管理费用）；

④费用明细科目归集有误的调整，例如将非研发人员的费用计入研发费用、根据资产的使用部门重新进行费用分配等（涉及科目：营业成本、销售费用、管理费用、研发费用）。

主要调整科目金额如下：

单位：万元

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
营业成本	-	99.06	52.92	52.82
税金及附加	-	1.40	34.20	65.80
其他收益	-	-	-98.44	171.31
销售费用	-	-157.28	-132.50	97.69
管理费用	-	37.05	-4.68	-71.71
研发费用	-	3.72	51.62	-140.46
财务费用	-	-	-	-0.99
营业外收入	-	-	100.00	-168.16
营业外支出	-	16.06	-	-

（4）各项计提数测算差异的调整

①计提坏账准备的调整（涉及科目：资产减值损失、信用减值损失、应收账款、其他应收款）；

②计提存货跌价准备、已计提跌价准备的存货转出的调整（涉及科目：存货、营业成本、资产减值损失）；

③预计售后服务费、返利、退货成本等的调整（涉及科目：销售费用、预计负债、其他流动资产、营业成本）。

主要调整科目金额如下：

单位：万元

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
应收账款	-30.68	310.70	-20.83	-92.09
其他应收款	86.20	-100.48	-26.99	30.37
预付账款	-	-10.16	-	-
存货	37.54	38.79	-16.93	-9.05
其他流动资产	-9.08	45.85	-	-
预计负债	-81.86	157.58	-29.78	-527.09
营业成本	-41.63	-78.99	-3.51	
销售费用	-81.86	132.65	-4.15	-527.09
管理费用	-	0.18	-0.71	-
研发费用	-	24.75	-24.91	-
资产减值损失	13.17	4.50	20.44	70.77
信用减值损失	-55.52	-210.22	47.82	-

（5）投融资业务涉及损益的调整

①理财产品及货币互换业务涉及损益的调整：包括已实现损益和公允价值变动损益的调整（涉及科目：交易性金融资产、交易性金融负债、公允价值变动损益、投资收益）；

②补提借款利息（涉及科目：财务费用、其他应付款）；补提定期存款利息（涉及科目：其他流动资产、财务费用）

③期末外币账户余额汇兑损益的调整等（涉及科目：财务费用、货币资金、

应收账款、其他应收款、短期借款、预收账款)

主要调整科目金额如下:

单位: 万元

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
货币资金	-	-	-2.77	-1.21
其他应收款	-	15.20	-44.00	-27.96
应收账款	-3.70	2.23	-	-
其他流动资产	-0.05	30.76	-	-
交易性金融资产	-	-40.65	81.16	-
交易性金融负债	-	-12.28	-	-
短期借款	-	-142.80	-8.05	-13.32
预收账款	1.09	-	-	-
其他应付款	-	-	-	5.07
合同负债	-	-5.09	-	-
销售费用	-	-	-	-
财务费用	4.84	-398.94	46.94	20.92
公允价值变动损益	-	-34.31	32.70	-
投资收益	-	-196.92	-	-

(6) 其他涉及损益的调整

①清理长期挂账的往来款, 调整进损益(涉及科目: 营业成本、销售费用、管理费用、预付账款、应付账款、其他应付款、营业外收入);

②调整存货弃置费用进管理费用, 调整成本结转差额(涉及科目: 营业成本、管理费用、存货);

③将往来账中已接受服务而未费用化的明细予以费用化(涉及科目: 其他应收款、其他应付款、管理费用);

④其他错账调整, 包括摊销金额差异、少计提税费调整等(涉及科目: 货币资金、税金及附加、销售费用、营业外支出、其他流动资产、其他流动负债)。

主要调整科目金额如下:

单位：万元

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
货币资金	0.50	-	-	-
存货	-	19.82	-95.10	-13.40
应收账款	-	-6.42		25.00
其他应收款	-	-8.72	-62.14	-37.09
预付账款	-	-18.90	-2.61	-56.59
其他流动资产	12.44	-2.12	-	-
应付账款	-	13.00	-54.53	-9.37
其他应付款	-	15.69	-4.60	88.61
应交税费	0.32	-	-3.35	-5.56
其他流动负债	-	34.98	-	-
营业成本	-	-	-52.50	44.00
税金及附加	0.09		-3.35	-
管理费用	9.49	22.01	87.54	96.46
销售费用	-22.49	59.97	55.46	34.47
研发费用	-	-1.97	32.66	6.53
其他收益	-	-	6.38	-
营业外收入	-	-	-	25.70
营业外支出	0.29	-	-16.06	-

3、往来科目的调整

（1）公司往来科目重分类调整

①对往来期末负数进行重分类、往来科目两边同时挂账调整；

②将应付工程款、软件款从其他应付款调整至应付账款（涉及科目：其他应付款、应付账款）；

③将预提费用从其他应付款调整至其他流动负债（涉及科目：其他应付款、其他流动负债）；

④将预付工程款调整至其他非流动资产（涉及科目：预付账款、其他非流动资产）；

⑤经将应付利息调整至短期借款（涉及科目：其他应付款、短期借款）；

⑥将预计退货金额从预计负债调整至其他流动负债（涉及科目：其他流动负债、预计负债）。

主要调整科目金额如下：

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	-	-61.43	-23.92	-13.98
预付账款	2.16	-649.90	-597.23	-138.83
其他应收款	-2.16	31.61	92.51	57.93
预收账款	-	-	-23.92	-13.98
合同负债	-	-61.43	-	-
应付账款	-	-506.71	-581.03	-156.24
短期借款	-	9.48	-	-
其他应付款	-	-162.77	38.56	46.12
其他流动负债	-	58.28	37.75	29.22
预计负债	-	-16.57	-	-

（2）其他往来科目的调整

①购买的理财产品从货币资金、交易性金融资产调整至其他流动资产（涉及科目：货币资金、其他流动资产、交易性金融资产）；

②银行未达账项调整涉及往来科目的调整（涉及科目：货币资金、应收账款）；

③货币互换业务期末根据未到期余额分别调整挂账其他应收款和其他应付款（涉及科目：其他应收款、其他应付款）。

主要调整科目金额如下：

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
货币资金	-	-0.51	193.32	20.85
交易性金融资产	-	-	-	-3,600.00
其他流动资产	-	-	-	3,650.00
应收账款	-	0.51	-51.67	-70.85
其他应收款	-	-8,659.61	8,659.61	4,832.20

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
预收账款	-	-	141.65	-
其他应付款	-	-8,659.61	8,659.61	4,832.20

公司于2018年开展美元和人民币的货币互换业务，公司在互换日根据支出的美元金额和收到的人民币金额确认银行存款、其他应收款和其他应付款。资产负债表日，公司根据银行出具的《衍生交易市值重估通知书》中对每笔货币互换合同的市值重估金额，确认交易性金融资产/负债和公允价值变动损益。货币互换业务到期结算日，公司根据收到的美元金额和支出的人民币金额确认银行存款、其他应收款、其他应付款、交易性金融资产/负债和投资收益，将收到的利息和支付的利息差额确认为投资收益。公司在报告期内根据上述处理原则对该项业务进行了账务调整，其他应收款和其他应付款调整金额较大的原因是期末分别在这两个科目中反映换出和换入的资金余额。

4、长期资产的调整

涉及长期资产的调整：

①2020年度暂估惠州工厂应付工程款（涉及科目：在建工程、应付账款）；

②调整往来挂账中的资本性支出（涉及科目：在建工程、其他应收款、其他流动资产）；

③将不符合资本化条件的支出调整挂其他流动资产，并分期摊销（涉及科目：其他流动资产、无形资产）；

④将未到设备的预付款调整至其他非流动资产（其他非流动资产、在建工程）；

⑤2020年度将费用化的租赁资产装修费调整至长期待摊费用，分期摊销进管理费用和研发费用；将费用化的无形资产调整至无形资产，分期摊销进管理费用（涉及科目：无形资产、长期待摊费用、管理费用、研发费用）。

主要调整科目金额如下：

单位：万元

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
其他应收款	-	-	-	-12.57
在建工程	-	801.33	11.49	12.57
其他流动资产	-	-19.13	2.20	-
无形资产	-	9.24	-2.20	-
长期待摊费用	-	75.04	-	-
其他非流动资产	-	11.74	-	-
其他应付款	-	-	11.49	-
应付账款	-	793.94	-	-
管理费用	-	-72.37		
研发费用	-	-11.91		

5、执行新准则的调整

（1）公司自2020年1月1日起开始执行新收入准则，首次执行该准则的累积影响数调整2020年1月1日留存收益及财务报表其他相关项目金额。

单位：万元

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
盈余公积	-	-1.75	-	-
营业收入	-	41.30	-	-
营业成本	-	23.76	-	-
年初未分配利润	-	-15.78	-	-

（2）2020年度将预收款项调整至合同负债和其他流动负债（涉及科目：预收账款、合同负债、其他流动负债），销售费用中的运输费用调整至营业成本（涉及科目：营业成本、销售费用）。

单位：万元

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
预收账款	-	-400.19	-	-
合同负债	-	383.30	-	-
其他流动负债	-	16.89	-	-
营业成本	-	2,542.58	-	-
销售费用	-	-2,542.58	-	-

6、应交税费及所得税相关科目的调整

调整事项包括：

①公司坏账准备计提、预计负债、公允价值变动损益等变动导致递延所得税资产、递延所得税负债调整，相应调整递延所得税费用（涉及科目：递延所得税资产、递延所得税负债、所得税）；

②利润总额调整导致所得税费用调整（涉及科目：所得税、应交税费）；

③将应交税费负数调至其他流动资产（涉及科目：其他流动资产、应交税费）。

主要调整科目金额如下：

单位：万元				
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
其他流动资产	-20.07	2,991.11	1,191.59	1,112.31
递延所得税资产	-9.89	112.48	20.27	-36.20
应交税费	22.92	2,653.19	1,406.55	996.08
递延所得税负债	0.35	-2.43	-	-
年初未分配利润	-	-64.17	-2.48	-6.37
所得税费用	53.22	-517.00	192.22	-86.40

2018年度至2020年度，其他流动资产和应交税费调整金额较大，主要原因是期末将应缴增值税负数（待抵扣增值税进项税）和所得税负数重分类至其他流动资产。

7、权益类项目差异调整

权益类项目调整主要包括：

①调整公司股权激励费用（涉及科目：管理费用、资本公积）；

②上述涉及损益事项的调整补提盈余公积（涉及科目：盈余公积、未分配利润）。

单位：万元				
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
管理费用	-	-	-	351.05

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
资本公积	-	-	-	351.05
盈余公积	-	766.37	325.03	701.33
未分配利润	-	-766.37	325.03	-701.33

（三）会计差错更正事项

1、收入的调整

（1）DDP结算方式对收入的调整

2019年美国部分客户采用DDP结算方式，由原来的FOB结算方式变更为公司将货物运送到客户指定的地点签收后确认收入，由于收入确认时点变化对收入进行调整；

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
应收账款	-369.40	-
存货	163.02	-
营业收入	-369.40	
营业成本	-163.02	

（2）调整2019年底对京东自营的发出商品，对已签收的商品确认收入；调整京东自营应收账款至应收款项融资

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
应收款项融资	496.13	-
存货	-280.25	-
应交税费	57.07	-
营业收入	439.06	
营业成本	280.25	

（3）销售返利的账务处理从计入销售费用调整为冲减销售收入

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
营业收入	-364.48	-160.64
销售费用	-364.48	-160.64

2、个人卡的发生额调整

2019年9月前，公司存在使用个人银行账户收付与公司经营相关款项的情况。涉及的业务包括：通过个人卡收取废品销售收入、供应商扣款和质量扣款；通过个人卡发放职工薪酬奖金、报销费用；个人卡资金理财收益和银行存款利息收入。

报告期内对上述事项进行了差错更正，将相关交易和款项进行调整纳入相应年度的财务报表，补提相应的附加税和企业所得税，并将累计影响数滚调至下一年。2019年公司已将上述个人卡注销，2020年度不存在个人卡相关调整。

（1）对报告期当年的影响

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
其他流动资产	-29.04	-7.64
应付职工薪酬	-	-26.87
应交税费	-19.63	57.00
盈余公积	-5.41	-23.59
营业收入	23.56	179.87
营业成本	-	-29.60
税金及附加	0.37	2.81
销售费用	-	-0.06
管理费用	27.24	206.69
财务费用	-0.14	-0.15
投资收益	0.45	0.47
所得税费用	5.94	38.42

（2）涉及累计影响数的调整

单位：万元

项目	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
应交税费	154.30	89.66
资本公积	-32.68	-32.68
盈余公积	-23.59	
管理费用	26.87	-78.53
年初未分配利润	-71.16	-135.51

现场检查过程中检查组提出个人卡审计调整错误，主要是将包装分部员工工资归集计入管理费用，发生期间为2017年1月至2018年10月，合计金额为0.81万元。具体情况如下：

单位：万元

流水支付期间	金额	费用归属期间	审计调整科目
2017年1月	0.40	2016年度	2017年期初未分配利润
2017年2月至2018年10月	0.41	2017年度/2018年度	管理费用
合计	0.81		

上述通过个人卡向包装分部员工发放的工资，2017年1月支付的0.40万元工资归属期间为2016年12月，公司调整2017年期初未分配利润。2017年2月至2018年10月，通过个人卡发放的包装分部工资为0.41万元。包装分部员工工资应在制造费用中核算，并通过生产成本结转至当期期末存货和主营业务成本。考虑通过个人卡发放的工资0.41万元金额较小，远低于财务重要性水平，公司调整时直接调整至管理费用计入当期损益。

3、其他事项调整

(1) 货币互换业务涉及调整事项

①将货币互换业务到期收到的利息收入和支付的利息支出从财务费用调整至投资收益（涉及科目：财务费用、投资收益）；

②调整货币互换业务期末未到期合同的公允价值损益（涉及科目：交易性金融负债、公允价值变动损益）；

③调整货币互换业务期末未到期合同涉及往来科目的汇兑损益（涉及科目：其他应收款、其他应付款、财务费用）。

单位：万元

项目	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
其他应收款	-	-11.67	-17.03
其他应付款	-	-23.42	-21.55
交易性金融负债	-	72.84	33.64
投资收益	-	-27.17	-4.84
财务费用	-	-68.04	-9.36

项目	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
公允价值变动损益	-	-72.84	-33.64
年初未分配利润	-	-29.12	-

(2) 其他调整事项

①应收账款、应收款项融资调整导致坏账准备的调整和外币汇兑损益的调整（涉及科目：应收账款、应收款项融资、信用减值损失、财务费用）；

②外币借款汇兑损益的调整、应付利息余额从其他应付款调整至短期借款（涉及科目：短期借款、其他应付款、财务费用）；

③应交税费负数余额重分类到其他流动资产（涉及科目：其他流动资产、应交税费）；

④调整递延所得税费用和当期所得税费用、计提盈余公积（涉及科目：递延所得税资产、递延所得税负债、应交税费、所得税、盈余公积）。

单位：万元

项目	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
应收账款	-	20.30	
应收款项融资		-24.81	
其他流动资产		-14.19	
递延所得税资产	-	5.73	5.05
短期借款		-151.03	
应交税费		-37.55	
其他应付款	-	-5.61	
递延所得税负债		4.91	
盈余公积		9.64	
未分配利润		-4.59	
财务费用	-	-158.57	
信用减值损失	-	6.43	
所得税费用	-	-19.13	-5.05

(3) 非专职研发人员薪酬调整至销售费用和管理费用

单位：万元

项目	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
研发费用	-83.96	-89.33	-173.27
销售费用	83.96	77.59	100.83
管理费用	-	11.74	72.44

(4) 产品报废金额由销售费用调整至管理费用

单位：万元

项目	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
销售费用	-	-139.15	-164.37
管理费用	-	139.15	164.37

【中介机构核查】

一、发行人各科目记账凭证的抽查情况，针对记账凭证缺乏附件的情形，对相关账目真实性的核查情况

(一) 核查方式

1、保荐人、申报会计师在细节测试、穿行测试、第三方回款核查及大额资金往来等核查程序执行过程中，均涉及对相关记账凭证的抽查，并复印部分凭证存入底稿。

核查过程中，保荐人对主要科目凭证的抽取情况如下：

单位：个

科目	凭证抽查数量			核查程序
	2020年度	2019年度	2018年度	
货币资金	2,634	2,323	1,712	第三方回款核查、大额收付款核查、银行流水核对
应收账款、主营业务收入	842	608	589	细节测试、穿行测试、截止测试
应付账款、存货	187	191	178	穿行测试、细节测试、
主营业务成本、存货	12	12	12	截止测试、穿行测试
期间费用	139	55	63	截止测试、细节测试

以上述应付账款的核查为例，保荐人在对采购入库执行细节测试过程中，以供应链系统的采购入库单为起点，抽查到对应的纸质采购入库单和应付账款-暂估记账凭证。核查供应链系统中生成的所有的采购入库单均是真实发生的，

且已完整反映在财务报表，有对应的记账凭证。

2018 年度至 2020 年度，保荐人执行上述细节测试对应付账款-暂估的凭证抽查数量分别为 58 笔、67 笔、77 笔及 123 笔。抽查样本数量、抽样方法等具体如下：

金额单位：万元；数量单位：个			
项目	2020年度	2019年度	2018年度
采购总金额	46,620.84	30,643.22	25,408.67
大额入库单金额合计	36,223.03	19,002.46	12,226.65
大额入库单金额占比	77.70%	62.01%	48.12%
大额入库单数量	3310	1,785	1,336
核查入库单数量	171	77	67
抽样方法	按入库单金额进行排序，对5万以上的直接采购入库单每20笔抽取一笔；对3万以上的委外加工入库单每20笔抽取1笔		

注：大额入库单指单笔 5 万元以上的直接采购入库和单笔 3 万元以上的委外入库单。

经核查，公司供应链系统中的每笔采购入库单均有对应的记账凭证和纸质的入库单，产品明细、数量及金额能够核对一致。公司记账凭证应付账款-暂估凭证后无附件，不影响公司核算的完整性和准确性，公司按月将供应商的原始入库单、质检单等进行归集和整理。

此外，保荐人对采购与付款过程执行内部控制穿行测试，核查采购入库单、质检单、应付账款暂估记账凭证、发票、暂估金额冲回凭证及付款凭证。

2、对待摊费用分摊表、固定资产折旧计提表、各项附加税的计提表进行复核，对照费用合同、固定资产台账的基础数据和纳税申报表，复核分摊表和计提表的依据和计算结果是否正确。

3、查阅公司报告期内的会计凭证及附件，查阅公司财务管理制度，访谈公司财务人员，了解公司是否存在其他记账凭证无附件的情形。

（二）核查结论

保荐人、申报会计师对主要科目的会计凭证进行抽查，针对重要记账凭证无附件情况进行细节测试，经核查确认公司相关科目的会计处理记账依据充分，账务处理正确。待摊费用摊销、固定资产折旧计提、无形资产摊销及税金计提等事项的摊销、计提依据和方法合理，计算结果正确，相关科目账务处理正确。

二、发行人会计基础工作是否规范，内部控制制度是否有效且被有效执行，能否合理保证财务报告的可靠性

（一）核查程序

针对公司会计基础工作是否规范、内部控制制度是否有效且被有效执行，能否合理保证财务报告的可靠性，保荐人、申报会计师实施的核查程序主要有：

1、访谈公司的财务总监，了解公司关于财务部门岗位设置与人员配备情况，了解不相容职务分离情况。获取财务人员简历，了解其专业胜任能力，实地查看财务岗位的设置及执行情况。

2、获取并查阅公司与财务会计报告相关的内控制度，包括《海外业务操作管理规程》《亚马逊运营管理规程》《应收账款管理规程》《采购管理制度》《供应商管理制度》《研发管理制度》《研发支出核算管理办法》《货币资金管理制度》《财务核算制度》《费用报销制度》《财务报销管理规程》《董事会审计委员会工作细则》《内部审计制度》等，梳理重要的内部控制节点。

3、查阅《会计基础工作规范》《会计法》《内部会计控制规范》《企业会计准则》，对照相关的制度要求和公司已建立的内控制度，核查内核制度的完整性。

4、了解公司关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并针对重要节点执行穿行测试，核查相关内部控制的运行有效性。

5、了解公司会计档案管理情况，抽查公司会计凭证和附件，核查记账凭证的依据是否充分。

6、访谈公司的信息技术负责人，了解 OA 审批权限设置情况。

7、取得历次召开的董事会、股东大会审批文件，了解财务报告的报出审批流程。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

公司会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量，并由申报会计师出具标准无保留意见的审计报告；公司内部控

制制度有效且被有效执行，内部控制不存在重大缺陷，并由申报会计师出具无保留意见的内部控制鉴证报告。

问题三、关于外销收入真实性

现场检查发现，2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 9 月 30 日海外销收入分别为 31,604.94 万元（占比 73.45%）、30,356.94 万元（占比 73.35%）、39,008.65 万元（占比 73.73%）、44,015.79 万元（占比 75.40%），且海外销售主要核心客户集中于俄罗斯地区。因疫情原因，保荐人未对俄罗斯等主要海外销售地区的客户进行走访调查。

申请文件及首轮问询回复显示，中介机构通过访谈询问发行人境外客户、获取部分视频访谈客户的库存照片、邮件向发行人主要客户确认其在 2020 年末的库存信息、对比公司境外销售订单、发货记录、报关单、提单、回款记录、销售退回情况核实客户实现最终销售及存货情况。

发行人提供的访谈视频显示，视频访谈过程中，中介机构未要求访谈对象出示工作证或名片等进行身份验证、视频背景无法确认访谈地点，未充分验证访谈对象与相关客户的关系。

请发行人说明报告期内及报告期前对主要外销客户各年销售收入是否实现真实销售、最终销售，并分析外销收入波动合理性。

请保荐人、申报会计师：

（1）说明对外销客户核查是否到位，视频访谈是否充分验证了被访谈人员身份，列表说明被访谈人员在客户办公场所、个人居所以及其他场所访谈的数量及销售金额占比，进一步通过地图软件等核查外销客户门店数量、门店面积等情况，通过客户网站核查其销售发行人产品具体情况。

（2）说明客户库存信息核对邮件是否使用中介机构邮箱独立取得，为保证邮件回复可靠性所执行的程序，对于规模较大境外客户，通过客户的供应商管理平台查询的销售情况。

（3）说明通过询问及获取库存照片核查真实销售、最终销售情况是否有效，核查方式是否符合《保荐人尽职调查工作准则》的规定，是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，对销售发行人产品的卖场数量、各卖场销售发行人产品数量及金额等的核查方式，访谈及照片获取信息与实际情况是否相符。

(4) 详细说明对外销收入真实性、最终销售情况的核查方式，核查依据是否充分，核查结论是否谨慎，并对外销收入核查的有效性发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见。

请保荐人按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的规定，诚实守信、勤勉尽责，按照业务规则和行业自律规范的要求，充分了解发行人经营情况和风险，对注册申请文件和信息披露资料进行全面核查验证，对发行人是否符合发行条件、上市条件独立作出专业判断，并对招股说明书及其所出具的相关文件的真实性、准确性、完整性负责。

【发行人回复】

请发行人说明报告期内及报告期前对主要外销客户各年销售收入是否实现真实销售、最终销售，并分析外销收入波动合理性

（一）报告期内，发行人外销收入变动情况

报告期各期间，发行人的境内外销售收入情况如下：

单位：万元

地区	2021年1-6月		2020年度	
	金额	比例	金额	比例
境内	9,197.84	23.48%	19,761.40	24.24%
境外	29,981.86	76.52%	61,765.95	75.76%
合计	39,179.70	100.00%	81,527.35	100.00%
地区	2019年度		2018年度	
	金额	比例	金额	比例
境内	13,624.58	25.89%	10,837.21	26.31%
境外	39,008.65	74.11%	30,356.94	73.69%
合计	52,633.23	100.00%	41,194.15	100.00%

报告期内，发行人境外销售收入占比较高主要原因是市场需求、产品性质、公司渠道建设以及在上述因素综合影响下形成的公司战略所致。2018 年度至 2021 年 1-6 月，公司境外销售收入占比保持稳定，整体销售收入增加。

公司境外销售收入增长主要受个人电脑市场回暖、“新冠”疫情造成居家办公娱乐需求以及公司新产品退出等因素共同影响导致。2019 年度，全球个人电

脑出货量恢复增长，据“Gartner”的数据显示，2019 年全球电脑出货量超 2.63 亿台，比 2018 年上升 1.07%，是连续七年下跌以后的首次增长，2020 年度全球电脑出货量达到 2.75 亿台，相比 2019 年上升 4.80%，预计增长将予以持续。

此外，受“新冠”疫情影响，境外居家办公及娱乐需求增加，电脑和相关散热配件设备的需求增多。同行业公司美商海盗船、曜越科技等 2020 年度的营业收入相比去年同期也呈现出一定的增长。

关于境外收入变化情况具体分析详见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三 经营成果分析”之“（二）营业收入分析”。

综上，发行人境外销售收入增长具有合理性，报告期内境外销售收入占比波动性较小。

（二）发行人主要外销客户收入真实性

报告期各期间，发行人主要境外客户销售收入情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额			
		2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	俄罗斯DNS	4,086.03	8,787.36	4,763.34	4,285.48
2	德国BE	1,601.51	4,222.38	3,881.76	2,630.00
3	俄罗斯INLINE	1,062.05	3,179.85	2,186.17	1,273.27
4	俄罗斯MER	660.04	2,913.90	2,580.79	2,175.35
5	美国NE	1,859.18	2,029.04	827.39	765.25
6	加拿大CC	491.16	1,923.28	779.63	883.41
7	美国BUY	502.13	1,530.65	342.55	516.20
8	韩国BIGS	795.95	1,394.39	1,631.14	1,123.27
z	立陶宛ACME	723.43	1,273.17	325.19	307.66
10	迪拜SDC	523.03	1,102.80	376.75	165.95
11	德国CSL	715.45	1,002.90	937.25	464.52
12	日本TW	468.47	959.43	1,340.32	979.02
13	德国EKL	563.58	934.34	1,155.61	1,074.63
14	比利时TR	365.45	677.82	907.59	1,173.14
15	乌克兰Spline	602.01	907.11	529.69	386.61

序号	客户名称	销售金额			
		2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
16	巴西MP	597.62	1,024.69	817.47	417.40
-	合计	15,617.09	33,863.11	23,382.64	18,621.16

上述客户中德国 BE、日本 TW、德国 EKL、比利时 TR 为公司 OEM/ODM 客户，公司主要为其提供代工服务，不参与销售工作，上述客户亦不提供最终销售情况。

公司其余外销客户主要为经销商客户，其销售模式为买断式销售，且上述客户均非公司独家经销商，公司对其进销存决策无决定能力。根据部分客户提供给保荐人项目组的最终销售情况或库存情况，发行人产品的最终销售及客户库存不存在明显异常。发行人主要经销客户的库存情况详见本问询回复之“问题六、经销收入核查”之“发行人回复”之“六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”。

此外，报告期各期间，公司主要境外客户不存在无理由大额退货情况；公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员及员工与境外客户无关联关系。

综上，公司境外销售收入实现了真实销售、最终销售。

【中介机构意见】

一、说明对外销客户核查是否到位，视频访谈是否充分验证了被访谈人员身份，列表说明被访谈人员在客户办公场所、个人居所以及其他场所访谈的数量及销售金额占比，进一步通过地图软件等核查外销客户门店数量、门店面积等情况，通过客户网站核查其销售发行人产品具体情况

受“新冠”疫情影响，中介机构对境外销售客户的现场访谈工作存在现实性困难，本次申报过程中，境外销售收入的核查以视频访谈及现场走访相结合的方式进行；报告期各期间，视频及实地走访的境外客户的销售收入占境外销售收入比例为 75.27%、73.55%、70.76%和 69.23%，其中，视频访谈客户收入占全部访谈的境外客户收入的比例为 50.96%、50.81%、45.47%和 47.04%。视频访谈客户共计 24 家，其中 20 家为经销商客户，4 家为 OEM/ODM 客户。

（一）视频访谈对被访谈人身份核查方式

1、中介机构确认被访谈人员身份方式

视频访谈过程中，中介机构通过下列程序进行多重比对，以验证被访谈人身份：

（1）访谈前向发行人业务部门人员获取被访谈人基本身份信息，包括姓名、职位等；

（2）访谈过程中的第一个问题为要求对方出示身份证明（护照、身份证等）或名片、工作证，在其出示后，与访谈前了解到的访谈人员身份信息进行对比；

（3）访谈后由保荐人向被访谈人员的企业邮箱发出访谈记录，并要求其确认后签字与附件材料如访谈人名片或工作证明材料等一并邮寄至保荐人地址；

（4）保荐人收到被访谈人邮寄纸质材料后，再次核对被访谈人员姓名、邮箱信息、名片信息及寄件地址信息等。

核对无误后，确认相关视频访谈被访谈人身份有效性并将相关资料保存至底稿中。此外，中介机构还在访谈提纲中及访谈后要求被访谈人员提供客户注册文件、客户与发行人签订的合同以及客户的仓库现场照片（包含发行人产品）等辅助佐证文件，以进一步证明其与客户间关系。

2、实际访谈操作案例

以俄罗斯 DNS 被访谈人员为例，中介机构对其身份核对信息如下：

（1）访谈前中介机构得知被访谈人为 Evgeny Dolgikh，职位是 DNS 公司采购部门的电脑硬件采购负责人。

（2）被访谈人在访谈过程中出示其护照，显示姓名为 Евгений Александрович Долгих，即 Evgeny（名）Aleksandrovich（父名）Dolgikh（姓）。

（3）核查其邮箱地址为 DNS 官方邮箱，邮箱前用户名为其姓名缩写；快递为 DHL 跨国速递，快递邮寄路径经查询为 DNS 公司俄罗斯符拉迪沃斯托克办公地址至中天国富证券深圳办公地址，快递发出地址与 Yandex 地图标记 DNS 公司地址一致。

(4) 验证快递中附件材料，其提供的名片姓名为 Evgeny Dolgikh，工作单位为 DNS。

访谈护照中姓名与名片姓名差异原因为俄罗斯人在对外业务中一般使用名及姓。其他信息比对保持一致，可以确认被访谈人员的身份。

中介机构已于 2021 年 10 月对俄罗斯 DNS 进行现场走访，走访过程中于 DNS 总部对被访谈人进行了身份验证，并再次确认相关访谈问题，未发现异常情况。

3、被访谈人身份验证结果

经核查，视频访谈中被访谈人均在访谈材料中出示或提供相关身份证明、名片或工作证，多重比对结果无误，中介机构充分验证了被访谈人员身份。

(二) 被访谈人员在客户办公场所、个人居所以及其他场所访谈的数量及销售金额占比

发行人的境外客户视频访谈时间主要集中在 2020 年 4 月至 2020 年 5 月，当时境外“新冠”疫情较为严重，部分客户雇员根据当地政府政策要求强制居家办公，因此部分视频访谈的被访谈人员为在其居所进行访谈；2021 年 12 月，保荐人、申报会计师以及发行人律师对部分主要境外客户针对上次访谈后与发行人的合作情况进行补充访谈，并明确要求补充访谈必须于客户办公场所完成。

经核查，被访谈人员在客户办公场所、个人居所以及其他场所访谈的数量占比情况如下：

项目	办公场所访谈	个人居所访谈
数量（家）	16	8
数量占比	66.67%	33.33%

办公场所以及个人居所访谈的对应销售金额占比情况如下：

单位:万元

项目	办公场所访谈			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对应销售金额	7,567.78	16,152.78	10,681.70	8,307.47
占视频访谈客户对应销售金额的比例	77.51%	81.28%	73.27%	71.35%

项目	个人居所访谈			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对应销售金额	2,195.69	3,719.92	3,896.91	3,336.15
占视频访谈客户对应销售金额的比例	22.49%	18.72%	26.73%	28.65%

在 2021 年 12 月的补充访谈完成后，发行人主要客户的访谈为主要于办公场所完成，对应的销售收入占比较高。

保荐人项目组对个人居所访谈的被访谈人员执行了身份验证程序，未发现被访谈人员身份异常情况。

（三）通过地图软件等核查外销客户门店数量、门店面积等情况，通过客户网站核查其销售发行人产品具体情况

1、核查外销客户门店情况

（1）拥有门店的境外客户情况

报告期各期间，除亚马逊平台直销用户外，发行人境外客户包括经销和 OEM/ODM 两大类，其中经销类客户可细分为零售商、分销商和装机商三大类。发行人境外经销客户中的部分零售商和装机商拥有线下门店，此外 OEM/ODM 客户中的日本 TW 亦拥有线下门店。

经核查，主要拥有门店的客户情况如下：

序号	客户简称	客户性质
1	俄罗斯 DNS	零售商
2	加拿大 CC	零售商
3	新西兰 PBT	零售商
4	沙特 PCD	零售商
5	约旦 CC	零售商
6	韩国 APACHI	零售商
7	卡塔尔 ST	零售商
8	乌拉圭 LAB	零售商
9	阿塞拜疆 COM	零售商
10	法国 LDLC	装机商
11	日本 TW	OEM/ODM

（2）地图核查情况

截至本问询回复出具之日，保荐人项目组通过客户官方网站介绍，并结合谷歌地图、百度地图以及 Yandex 地图等方式综合查询，确认客户门店数量如下：

序号	客户简称	门店数量（家）
1	俄罗斯 DNS	2,601
2	加拿大 CC	40
3	新西兰 PBT	16
4	沙特 PCD	1
5	约旦 CC	1
6	韩国 APACHI	1
7	卡塔尔 ST	1
8	乌拉圭 LAB	1
9	阿塞拜疆 COM	1
10	法国 LDLC	59
11	日本 TW	24

俄罗斯 DNS 门店数量较多且分散于俄罗斯全境及哈萨克斯坦等周边国家，保荐人采取随机抽取 5%门店并于 Yandex 地图查询地址的方式进行核验，未发现异常情况；其余客户店铺经地图软件查询未发现异常情况。

客户官网信息及地图软件等公开信息未载明无法获取上述客户的店铺面积数据。根据客户提供的数据，俄罗斯 DNS 店铺面积共计约 200 万平方米；新西兰 PBT 的店铺面积共计约 2 万平方米，单店面积由 800 平方米至 2,500 平米不等；加拿大 CC 的店铺面积约 3.8 万平方米，单店面积由 500 平方米至 4,650 平方米不等。

发行人主营产品为电脑硬件产品，其中电脑散热器等产品对展示区域面积需求较低，且上述客户均非发行人独家经销商并兼营电视、游戏机等其他电子产品，店铺经营面积与发行人产品销售量无完全对应关系。

2、核查客户网站情况

保荐人项目组通过客户提供以及网络检索方式对报告期各期前十大外销客户的其网站信息进行了核查，具体如下：

序号	客户简称	客户属性	客户官网
1	俄罗斯 DNS	经销	https://www.dns-shop.ru
2	德国 BE	OEM/ODM	https://www.listan.com/de https://www.bequiet.com/de
3	俄罗斯 INLINE	经销	http://www.inline-online.ru
4	俄罗斯 MER	经销	https://merlion.com
5	美国 NE	经销	https://www.newegg.com
6	加拿大 CC	经销	http://www.canadacomputers.com
7	美国 BUY	经销	https://www.ibuypower.com
8	韩国 BIGS	经销	http://www.bravotec.co.kr
9	立陶宛 ACME	经销	http://www.accdistribution.eu
10	迪拜 SDC	经销	https://sdcit.ae/en
11	德国 CSL	经销	https://www.csl-computer.com
12	日本 TW	OEM/ODM	http://www.twave.co.jp
13	德国 EKL	OEM/ODM	https://www.ekl-ag.de
14	比利时 TR	OEM/ODM	https://www.led-heatsink.com/
15	乌克兰 Spline	经销	https://www.it-link.com.ua/index.php
16	巴西 MP	经销	https://www.solidpower.com.br

除 OEM/ODM 类型客户外，上述客户官方网站均可查找到九州风神产品销售信息或九州风神为合作伙伴信息。

二、说明客户库存信息核对邮件是否使用中介机构邮箱独立取得，为保证邮件回复可靠性所执行的程序，对于规模较大境外客户，通过客户的供应商管理平台查询的销售情况

（一）获取客户库存信息的独立性及执行的程序说明

发行人境外客户库存信息数据均由中介机构通过电子邮箱独立获取，为保证邮件回复可靠性所执行的程序包括：

1、获取发行人境外客户联系人员的邮箱地址，通过保荐人企业邮箱向客户问询或确认所获得的库存数据准确性，比对客户收件人与回复人的邮箱或邮箱后缀信息是否一致。

2、获取并查阅发行人业务人员与境外客户日常的业务往来邮件记录，确认与库存信息邮件收件人的邮箱地址或邮箱后缀是否一致。

3、对比客户收件人员和回复人员邮箱地址、邮箱后缀及邮件内所附名片信息与客户名称或基本信息是否一致；多重比对函证邮箱地址、回复访谈记录的邮箱地址及人员信息、访谈记录中客户提供的名片中的邮箱地址及人员信息、中信保客户资信报告中相关人员信息、客户官网记载的邮箱后缀与客户库存数据邮件的收件人员和回复人员信息、邮箱地址以及邮箱后缀是否有关联。

（二）对于规模较大境外客户，通过客户的供应商管理平台查询的销售情况

报告期内，发行人各期前十大境外客户中，除美国 NE 向发行人开放了查询网址外，其他客户均未开发或向发行人开放其供应商管理平台。

美国 NE 开放的网址可查询发行人产品实时库存情况及一段时间内的销售数量信息，同时美国 NE 定期向发行人发送库存报告；俄罗斯 DNS、加拿大 CC 通过其管理系统每月、每周向发行人发送其销售和库存数据；俄罗斯 INLINE、韩国 BIGS、立陶宛 ACME、迪拜 SDC、乌克兰 Spline 和巴西 MP 不主动提供其销售数据；俄罗斯 MER、德国 CSL、美国 BUY 拒绝提供其销售数据信息；OEM/ODM 客户德国 BE、德国 EKL、比利时 TR、日本 TW 不提供其销售数据信息。

报告期内，获取的主要境外客户期末库存信息详见本回复“问题六、关于经销收入核查”之“发行人回复”之“六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“（一）说明经销商的终端客户构成情况”之“3、经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”。

三、说明通过询问及获取库存照片核查真实销售、最终销售情况是否有效，核查方式是否符合《保荐人尽职调查工作准则》的规定，是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，对销售发行人产品的卖场数量、各卖场销售发行人产品数量及金额等的核查方式，访谈及照片获取信息与实际情况是否相符

（一）问询及获取库存照片方式核查的有效性

截至本问询回复出具之日，保荐人已完成了俄罗斯、美国、阿联酋以及澳

大利亚等国家的主要境外客户的现场走访，其中包含仓库走访核查环节。

针对未能现场走访的客户，保荐人主要通过视频访谈的方式核查销售真实性，问询过程中要求被访谈人员对销售金额进行确认，并要求经销商类客户提供最终销售数据。上述数据最终形成访谈记录，由客户签字确认。

保荐人要求视频访谈的境外经销商类客户提供库存照片，主要目的是辅助完成被访谈人员身份确认以及对发行人产品是否处于境外客户仓库的确认；属于对发行人产品真实销售、最终销售的辅助核查手段。

此外，2021 年 12 月，保荐人对发行人视频访谈的主要经销客户进行了补充访谈，其中对其仓库进行了视频走访，核对上述视频走访视频与仓库照片，未发现异常情况。

经核查，客户提供的仓库照片中均包含发行人产品，与该客户的采购情况相符。

保荐人关于发行人真实销售、最终销售的全部核查方式以及是否符合相关规定要求，详见本题之“四、详细说明对外销收入真实性、最终销售情况的核查方式。”

（二）发行人商品卖场销售核查情况

发行人外销客户中，仅有部分零售商、装机商以及 OEM/ODM 客户拥有线下门店或卖场。但上述门店或卖场均非发行人产品专卖店，发行人产品仅占上述门店销售品类的极少部分，因客户商业秘密以及便利性要求，上述客户仅提供公司整体库存、最终销售情况，不提供各卖场销售发行人产品数量及金额。除此以外，分销商部分最终销售为在下级经销商处的卖场或线下门店实现；公司未建立多级经销商销售体系，亦无法管控其销售情况，因此无法获取各卖场销售发行人产品数量及金额。

对卖场或线下门店是否销售发行人产品，保荐人项目组执行以下核查程序：

1、现场走访

在俄罗斯、美国、阿联酋、韩国等国家的现场走访过程，保荐人对卖场或线下门店是否销售发行人商品，进行了如下核查手段：

(1) 访谈客户过程中，了解有销售发行人产品的卖场或线下门店地址；并根据其提供或官网查询的地址，随机选取并前往卖场或门店，查看发行人产品摆放情况，询问销售人员发行人产品是否销售及销售历史，留存照片、视频等证据。如现场核查小组在迪拜前往 Computer Plaza（迪拜电脑城）中的 Bright Apollo、Dubai shopper、AI Rayan Gate、ALPHA STREET 等多家店铺中确认发行人产品销售情况。

(2) 除上述门店或卖场外，现场核查小组自行查找访谈地区较大规模的电子产品卖场或著名商场，确认当地知名卖场是否有销售发行人产品，并留存照片、视频等证据。如现场核查小组自行前往迪拜最大的购物中心 Dubai Mall（迪拜商场）以及 Mall of Emirates（酋长商场）中确认有店铺销售包含发行人产品的电脑主机。

(3) 部分客户通过网络销售发行人产品，于客户网站购买发行人产品并于客户自提点获取对应产品。

2、非现场走访

对非现场走访的客户，其拥有下游门店或卖场的，保荐人要求其提供门店或卖场地址清单，通过地图软件确认门店或卖场信息真实性；并通过地图软件中的地点图片，当地点评软件等方式，辅助确认是否销售发行人产品。

四、详细说明对外销收入真实性、最终销售情况的核查方式，核查依据是否充分，核查结论是否谨慎，并对外销收入核查的有效性发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见

（一）对外销收入真实性、最终销售情况的核查方式

受到“新冠”疫情影响，保荐人、申报会计师以及发行人律师原定于 2020 年初开始的境外客户走访计划受到阻碍，大部分国家无法办理签证。针对上述特殊情况，对发行人境外收入的真实性及经销收入的最终销售情况，保荐人、申报会计师及发行人律师履行了如下核查程序：

1、财务核查相关程序

(1) 获取了发行人与境外客户签署的销售合同，对销售合同具体条款进行

审阅。

(2) 与发行人业务部门相关负责人进行访谈，了解发行人与境外客户合作方式以及合作历史；获取境外客户中信保资信报告，了解报告中记载的客户基本情况及资信评级情况。

(3) 对报告期内的客户收入进行发函确认，发函金额占境外业务收入（不含亚马逊）的比例分别为 86.56%、87.15%、84.40%和 81.81%，回函金额占境外业务收入（不含亚马逊）的比例分别为 85.34%、86.51%、84.40%和 80.86%。函证内容包括报告期各期间的销售收入、各期末的应收账款情况，函证程序由保荐人及申报会计师独立进行，并对不相符情况进行进一步核查确认。

(4) 获取境外主要经销商客户的 2020 年年末以及 2021 年 6 月末的库存数据，并与发行人向上述客户的销售数据进行比对；其中获取库存方式为保荐人项目组通过保荐人公司邮箱获取。

(5) 对发行人报告期内的收入进行穿行测试，选取报告期各期境外前二十大客户，抽取并验证了部分交易的合同、订单、发货单、提单、回款等原始凭证，评价收入确认内部控制设计的合理性和执行的有效性；对收入确认进行截止性测试，抽取报告期末截止日前后的收入凭证，核查是否存在收入跨期的情形。

(6) 获取海关电子口岸数据、出口退税数据，并将其与发行人报告期内各期间的境外销售数据进行对比分析。

(7) 核查公司、公司实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员的银行流水，重点关注上述人员与发行人境内外客户是否存在资金往来。经核查，上述人员与发行人境外的主要客户，及其实际控制人、股东、主要经营管理人员不存在资金往来。

2、走访相关程序

保荐人在现场走访和视频访谈中使用同一类型的访谈问卷，问卷分为受访人基本情况、受访公司基本情况、业务往来情况和与九州风神关联关系情况等四个部分。访谈问卷主要问题为：被访谈人身份及职位，被访谈公司主营业务、股东、高管、销售规模以及客户分布，被访谈公司与九州风神间建立业务时间、

业务流程、业务模式、淡旺季情况、采购数量及金额、退换货情况、产品质量纠纷、定价纠纷、信用结算方式、三方支付情况以及库存，确认发行人、发行人股东、发行人董监高与被访谈客户间是否存在关联关系等。

（1）现场走访相关程序

保荐人项目组在疫情前现场走访了韩国 BIGS，疫情期间现场走访了俄罗斯、美国、澳大利亚以及阿联酋部分主要客户。针对现场走访客户的销售收入真实性以及最终销售情况，保荐人项目组执行程序如下：

①访谈过程中与客户确认客户基本情况、客户与发行人间合作关系、报告期各期间销售数据、最终销售数据、各期末库存数量等；访谈开始前确认客户办公场所、客户身份是否存在异常。

②走访客户仓库，确认客户仓库中的发行人产品情况；与仓库管理人员确认发行人产品仓储情况；争取客户同意进行仓库抽盘。因境外客户对商业秘密以及“新冠”疫情期间内部管理要求，大部分客户拒绝保荐人项目组进行盘点工作，保荐人项目组现场完成了对俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE、迪拜 SDC 仓库的抽盘工作，现场走访过程中随机抽取部分发行人产品，清点数量与库存一致。

③走访客户下游经销商以及零售店铺；保荐人项目组通过客户获得部分下游经销商以及零售店铺信息，对下游经销商以及零售店铺进行独立现场走访，走访内容包括询问工作人员是否销售发行人产品、销售时间等，若无货物陈列，择通过现场下单提货方式确认发行人产品销售情况。

上述三类走访程序均获取了照片、名片以及其他辅助证据。

（2）视频访谈相关程序

其余大部分境外客户，保荐人项目组执行了视频访谈程序，具体如下：

①访谈中确认被访谈人身份信息，具体情况详见本问询回复之“问题三、关于外销收入真实性”之“中介机构意见”之“一、说明对外销客户核查是否到位”。

②访谈中确认报告期内客户向发行人采购金额、库存数量以及最终销售数

量。

③访谈完成后，要求被访谈人对访谈记录进行签字，并与客户注册文件、被访谈人身份文件以及库存情况等一并快递至保荐人办公地址。

（二）核查结论

经核查，保荐人及申报会计师认为：

发行人的外销收入真实，其销售模式主要为买断式经销、OEM/ODM 直销等，其中经销模式中的最终销售情况无异常。

保荐人、申报会计师按照《保荐人尽职调查工作准则》以及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，对海外销售收入的真实销售以及最终销售进行了核查。保荐人在视频访谈及现场走访中根据实际情况制定了相应的核查程序，核查程序具有有效性，核查依据较为充分，核查结论谨慎。

（三）保荐人、申报会计师的质控内核部门意见

1、保荐人质控内核部门意见

就外销收入核查相关问题，保荐人质控内核部门对项目组相关工作进行了核查，具体情况如下：

（1）在项目立项阶段，质控部门已关注到发行人外销售收入占比较高的情况，要求项目组对发行人的外销收入真实性、境外经销客户是否实现最终销售进行重点核查并细化核查程序。

（2）在尽职调查阶段，质控部门了解到因“新冠”疫情影响，保荐人项目组对境外客户的现场走访存在困难，就视频访谈应注意的问题与项目组进行了讨论，并给出意见和建议。

“新冠”疫情期间，保荐人项目组对境外客户进行现场走访前，质控部门与项目组就走访计划、走访注意事项等相关问题进行了讨论，并持续关注现场走访进展。

（3）在现场检查阶段，质控部门重点对项目组工作底稿中境外销售核查底稿的进行了完备性审核和实质性复核，包括海外实地走访和视频访谈、客户函

证、外销穿行测试和细节测试底稿，复核项目组的核查逻辑、底稿内容的有效性和充分性、核查结论的谨慎性，并要求项目组持续关注海外疫情情况，进一步完善海外销售核查工作。

（4）在项目问核及内核阶段，内核部门对项目组进行了问核并出具审核意见，重点关注境外销售核查工作的有效性及完备性，并要求项目组持续跟踪海外销售实地走访及核查工作。

综合上述已履行的内部核查及质量控制工作，保荐人质控内核部门认为，报告期内保荐人项目组对外销收入的核查方式和核查过程执行充分、核查依据和核查内容有效，外销收入核查结论谨慎合理。

2、申报会计师质控内核部门意见

申报会计师质控部门复核了项目组提交的与上述核查相关的工作底稿，包括函证底稿、客户访谈记录、穿行测试和截止性测试底稿、电子口岸收入数据和账面收入的核对结果等，对反馈意见回复及工作底稿提出了修改及补充意见，项目组根据该等意见进一步落实相关工作。

申报会计师质控部门认为：报告期内，发行人境外销售收入的确认真实、准确。相关核查依据、比例能够支持前述核查结论。

五、请保荐人按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的规定，诚实守信、勤勉尽责，按照业务规则和行业自律规范的要求，充分了解发行人经营情况和风险，对注册申请文件和信息披露资料进行全面核查验证，对发行人是否符合发行条件、上市条件独立作出专业判断，并对招股说明书及其所出具的相关文件的真实性、准确性、完整性负责

保荐人已按照《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的相关规定，充分了解发行人经营情况和风险，对注册申请文件和信息披露资料进行全面核查验证，确认发行人具备创业板发行条件，并对上市条件做出独立判断，最终形成了包括招股说明书在内的全套申报材料并向贵所进行了申报提交。。

保荐人出具了《中天国富证券有限公司关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市依法承担赔偿责任的承诺》，对招股说明书及其所出具的相关文件的真实性、准确性、完整性负责，承诺为九州风神首次

公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对该等文件的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

问题四、关于会计差错及信息披露错误

现场检查发现：

(1) 发行人研发人员和销售人员管理界限不清晰，工资费用划分存在一定随意性，近三年发行人都存在将部分非研发岗位员工工资列入研发费用核算的情况。

(2) 未及时预估内销产品因质量问题导致的赔款，未及时预提相关预计负债。发行人于发生时直接将相关损失计入销售费用。

(3) 《招股说明书》产销率计算方法为产量/销量，信息披露存在错误。

请发行人：

(1) 说明研发人员、研发费用归集情况，对相关会计差错进行调整。

(2) 按照《企业会计准则》相关规定预提质量问题赔款相关费用，并说明测算过程。

(3) 对信息披露存在错误的相关内容进行更正。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明研发人员、研发费用归集情况，对相关会计差错进行调整

(一) 研发组织架构及人员构成

公司研发架构由研发中心（基础前沿技术研发）、产品研发、创意设计及工艺研发等构成。

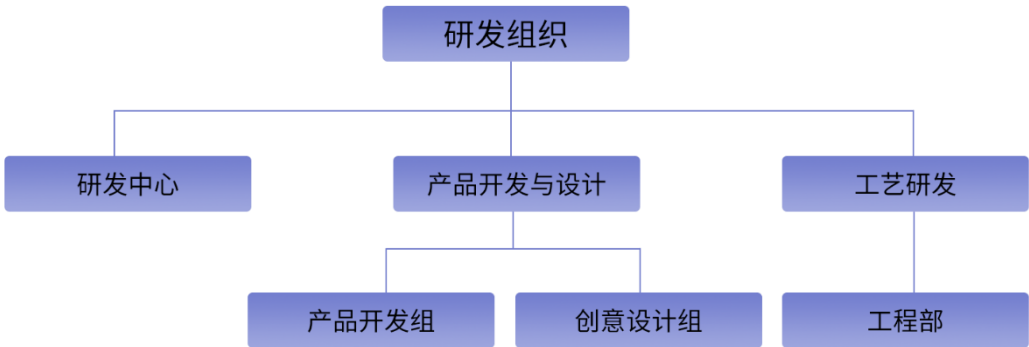
研发中心主要从事基础性、前瞻性、探索性研发，包括研发战略目标、研发方向、研发人员及流程的管理，以及为下属子公司的研发工作提供技术指导和支持，统筹协调多部门共同参与的研发项目等工作。

产品开发与设计下设产品研发组及创意设计组，其中产品开发组主要负责具体产品的研发，包括散热产品、机箱及电源等产品的研发。结合市场、行业发展趋势，提出电脑散热器、机箱、电源等新产品的定义，并进行方案设计，

与工艺研发组共同完成样机试制、小批量样品检测，最终新产品落地量产。创意设计组主要负责产品外观设计、包装结构设计及最终效果确认。

工艺研发组主要由工程部人员构成，包括结构工程师、散热工程师、电子工程师等，主要负责进行产品线设备、工艺流程的技术改进和创新，配合产品研发组进行新产品的开发、样机试制和样品检测。

公司研发的组织架构如下：



各研发部门及对应职责情况如下：

部门	岗位研发职责	
研发中心	1	根据公司总体战略目标，制定研发战略目标 编制研发部门年度预算、年度计划、年度战略目标、发展规划；制定研发部门管理规范，形成规范的研发管理体系；监督管理规范、战略规划、年度计划、预算的执行情况；定期汇报工作进展及其成果。
	2	研发团队建设，人才培养 完成研发部门团队建设，人员招聘、培训、考核与激励；做好部门内部人员工作分配，岗位调动工作；提高团队研发技能与水平。
	3	参加新产品研发会议，制定研发立项书，参与研发工作的实施 对产品研发需求或定义有参与评审建议权，对产品经理确定产品定义提供技术支持及参考；执行产品经理的产品需求，并根据需求内容组织产品研发实现。
	4	围绕提升公司产品性能、品质、可靠性等相关核心技术方向，对相关领域的创新性结构设计、新材料、新工艺和其它相关新技术进行深入研究，对现有产品线中的产品进行针对性能突破、可靠性提升等方面开展提前预研，实现产品上市一代、储备一代、预研一代这样有序的技术代际布局。
	5	针对行业发展，对有关生产、研发等相关的专用检测设备和检测方法开展软件及硬件相关的研发工作。
	6	围绕公司相关技术领域，针对国内外广大学术机构、科研院所、大专院校、同业公司等开展对外技术交流与合作。
	7	负责公司标准和专利（知识产权）的规划及制定 查看国标、行标等标准，负责公司产品的专利申请；编制公司标准制

部门	岗位研发职责	
		度，并监督文件执行情况；对产品研发中的产品专利、商标等申请及咨询提供支持。
	8	协助规划公司技术路线，协助公司重点项目发展、重点业务领域拓展根据行业新材料、新技术、新产品开发趋势，对公司规划技术路线与产品开发路线行使建议权。依托本部门研发力量、工程技术力量，为公司重点项目、重点业务领域的拓展提供技术支持。
	9	跨部门工作协调 对其他部门间的工作需求、任务、问题进行配合；在能力及工作范围内，做好部门间的协调和配合工作，推动工作发展。
	10	负责产品研发的资料管理工作 制定文件管理制度；完善项目资料、产品资料管理体系；为其他部门提供相应产品资料支持和参考。
产品开发与设计	1	负责公司散热器、机箱产品的战略布局、目标设定；新产品开发调研、分析、制定策略。
	2	负责公司散热产品、机箱产品的调研、规划、定义、产品配置、生命周期管理。 负责指导和监控产品的开发和测试过程。
	3	负责新产品结构的设计，手板制作以及样机的研制和调试等工作；评估模具样品检讨、设计更改和模具样品最终确认工作；与工厂的工程部对接、协调与项目管理，对项目开发进度和开发质量负责；参与小批量试生产，积极改进，确保量产阶段的产品具备可生产性；输出产品技术资料（BOM结构图）及样品确认，结案资料完整准确归档。
	4	负责客户图纸转换，散热方案设计优化。
	5	负责品牌产品外观设计和规划；负责创意设计部门的资料管理工作；制定文件管理制度；完善项目资料、产品资料管理体系；为其他部门提供相应产品资料支持和参考；制定并且把控公司的产品、包装、网站、图像以及其他 VI 等方面视觉设计规范。
工艺研发组	参与新产品及新工艺对于设备、产线改造的研究工作；对现有产品的工艺进行优化，通过不同生产设备的自主设计和调整，对生产过程的各项参数进行优化；负责项目设备的添置、产业化设备安装调试工作、项目期间各类设备的调试工作；协助进行项目中试及小批量订单生产，人员操作培训。五金冲压模具设计制作；工艺改善。	

参与研发工作的人员按照以上机构设置进行职能划分，报告期各期末研发人员所属部门对应的人数如下：

部门	人数			
	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
研发中心	26	25	19	17
产品研发组	14	10	11	11
创意设计组	11	12	11	13
工艺研发组	37	43	31	31
合计	88	90	72	72

（二）研发流程

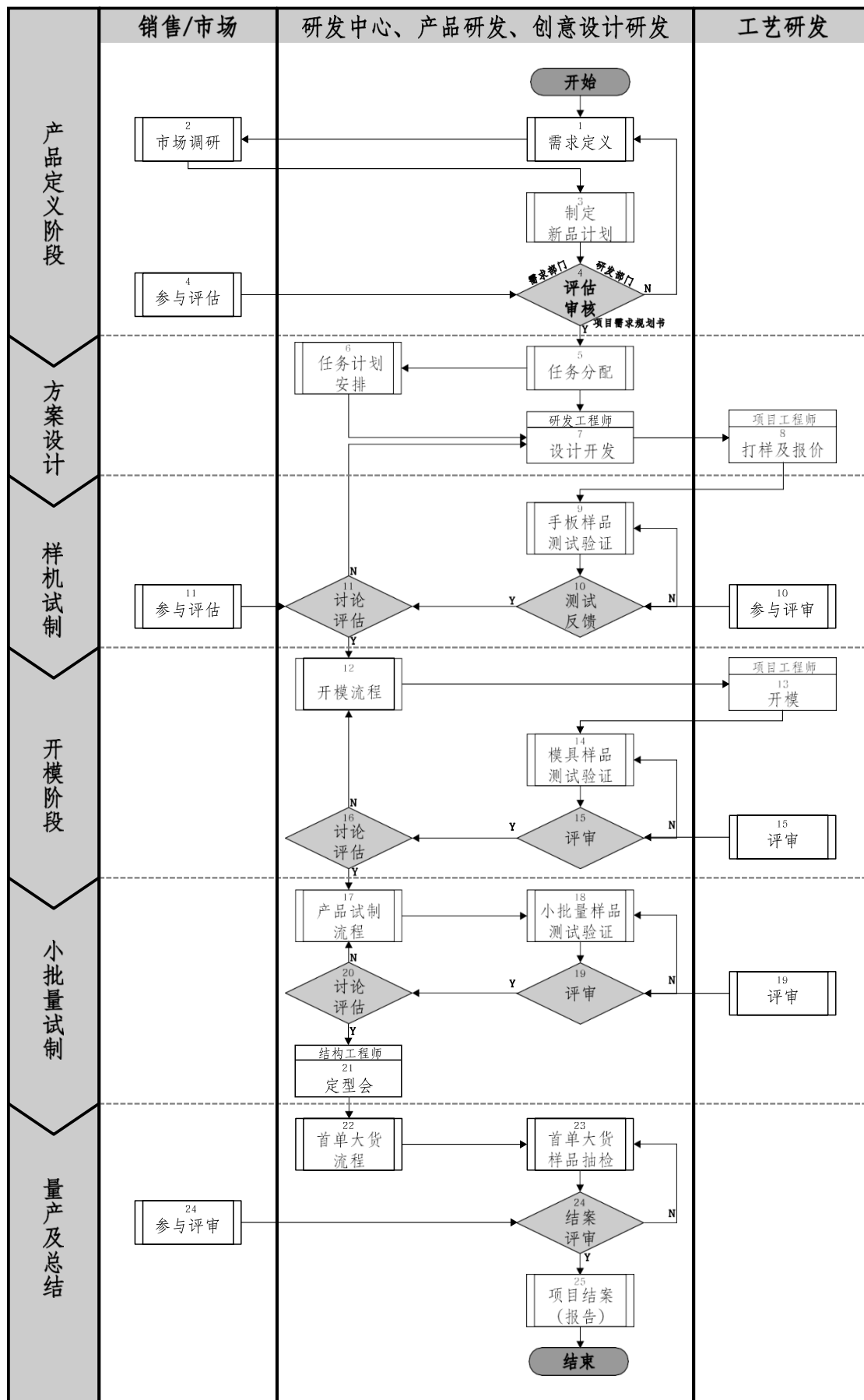
1、研发职能范围

根据公司研发组织体系，公司的研发职能由研发中心、产品开发与设计、工艺开发组等部门实现。其中，研发中心主要从事基础性、前瞻性、探索性研发，为下属子公司的研发工作提供技术指导和支持，统筹协调多部门共同参与的研发项目等工作。产品开发与设计主要负责具体产品的研发，包括散热产品、机箱及电源等产品的研发、产品外观设计及最终效果确认。工艺研发组主要负责进行产品线设备、工艺流程的技术改进和创新，配合产品研发组进行新产品的开发、样机试制和样品检测。

2、研发流程

公司产品研发流程主要分为产品定义、方案设计、样机试制、开模、小批量试制、首批量产及项目结项阶段。其中，产品定义阶段主要明确新产品的研发方向，定义产品功能、产品预期性能、产品定位等，该阶段需要研发部门、销售部门等人员参与，并需要销售部门结合市场销售趋势、最新市场状况给出具体的建议；方案设计阶段是指研发人员根据产品的定义开发出概念性产品，将产品数据化，该阶段的目标是设计出满足要求的样品图纸；样机试制阶段是技术人员根据设计图纸制作手板样机，对样机进行性能检测，根据性能检测结果进行讨论，确认改进方向；样机满足技术指标要求后，工程部进行模具开发。

产品研发的主要流程如下：



（三）研发费用归集情况

1、公司研发费用的核算内容

公司制定《研发费用核算管理制度》，明确研发费用的开支范围和标准，研发人员的范围、严格审批程序，并设立台账归集核算研发费用。公司严格按照研发费用支出用途、性质，据实列支研发费用，与研发费用无关支出不得在研发费用中列支。报告期内，公司研发支出具体核算方法如下：

（1）职工薪酬：是指从事研发活动人员的工资、奖金、津贴、补贴、社会保险费、住房公积金等人员费用等，按照参与的研发项目进行归集。

（2）材料消耗：是指在研发实施过程中直接消耗的材料等，研发人员根据公司的领料流程进行领料，每月财务部门根据研发部门的领料分摊研发费用。

（3）技术咨询顾问费：是指公司委外研发技术服务费、检验费等，依据各研发项目实际发生金额归集。

（4）折旧与摊销：公司根据固定资产的使用部门建立固定资产台账，每月将研发部门使用固定资产对应的折旧计入研发费用，无形资产摊销、长期待摊费用类似处理。

（5）租赁及物管费：是指公司用于研发活动的房屋的租赁费用，按照实际使用面积进行归集和分摊，计入相应的研发项目。

（6）水电费：是指公司研发部门耗用的水电费用，按照实际发生额进行归集。

（7）其他费用：是指研发人员差旅费、办公费等相关费用，根据公司的费用报销流程，在费用发生时，经员工填单、各级领导审批并经财务审核后付款。财务部门将研发部门人员因研发活动所发生的差旅办公等费用计入研发费用。

2、研发费用差错更正情况

2018 年度至 2020 年度，公司职工薪酬核算存在将非研发部门人员薪酬计入研发费用的情况。其中，2018 年度因核算归集错误将 3 名非研发部门且未参与研发工作的人员薪酬计入研发费用；2018 年度至 2020 年度，公司分别有 3 名、3 名及 2 名非研发部门人员，其参与了一定的研发工作，公司在进行财务核算

时将其薪酬全额计入研发费用。

公司已按照非研发部门人员参与研发的工时占比进行调整并做差错更正。
具体调整金额如下：

单位：万元

年度	研发费用（更正前）	调整金额	研发费用（更正后）
2018 年	2,212.78	-173.27	2,039.51
2019 年	2,264.69	-89.33	2,175.35
2020 年	2,977.08	-83.96	2,893.12

2018 年度至 2020 年度，研发费用中非研发部门人员薪酬调减金额分别为 173.27 万元、89.33 万元和 83.96 万元。2018 年调整金额较大，主要是存在将 3 名非研发部门且未参与研发工作的人员薪酬计入研发费用，公司将其薪酬全部调出研发费用。2018 年度至 2020 年度，公司分别有 3 名、3 名及 2 名兼职研发人员，公司根据其参与研发工作的工时占比分摊至研发费用、销售费用或管理费用。

涉及调整的科目及调整金额如下：

单位：万元

年度	研发费用	管理费用	销售费用
2018 年	-173.27	72.45	100.82
2019 年	-89.33	11.74	77.60
2020 年	-83.96	-	83.96

3、非研发部门人员参与研发工作的合理性

公司主要从事以电脑散热器为核心的电脑硬件产品的研发、生产及销售，主要产品包括电脑散热器、机箱和电源等，产品的终端用户主要是个人消费者，产品的销售区域覆盖全球 74 个国家和地区。因此，公司的产品研发以市场需求为导向，开发出满足市场需求、具有一定技术水平产品。在产品的研发过程中，项目研发前期调研、研发中期测评和研发后期的试产阶段，均需要市场销售人员的参与。

（1）项目研发前期调研阶段

①通过渠道客户、专业硬件媒体、玩家 KOL 收集新产品研发方向的资讯。

②通过全球的市场推广、营销活动（包含：CES 国际消费电子展、Computex 台北国际电脑展、客户拜访等）与终端用户面对面交流了解客户的使用习惯、性能需求、外观喜好、新技术接受程度等。

③与渠道客户沟通了解不同区域、不同市场对于新产品研发方向和创新性的意见和建议。

通过上述前期调研活动为研发提供充分的数据支持和明确的开发方向并持续性的参与研发过程。

（2）研发中期阶段

项目研发中期主要以产品经理、项目工程师、设计师、研发工程师的工作为核心。产品经理对产品进行定义；ID 设计师根据产品定义需求进行 ID 设计、ID 手板样评估和制作；MD 结构工程师根据产品定义的需求进行结构可实现性评估、结构设计、结构手板样评估和制作、产品手板样最终确认；研发工程师针对产品性能需求进行评估、模拟、测试、性能样品确认，工艺研发项目工程师配合开模、模具样品测试验证。市场及销售部门结合区域市场特点、客户偏好及市场环境等，在样机评估阶段持续参与讨论，提出参考性建议和改进方向。

（3）研发最终阶段

项目研发的最后阶段是小批量试制和项目确认阶段，工厂将确认的研发成果（新产品）进行模具小批量量产。批量产品经过相关的测试环节，由产品研发经理、设计师、工程师做最终的确认，市场、销售部门共同参与项目结案评审。小批量产品确认后，生产制造单位进行最终定型产品量产，把研发成果变为可量产的新产品。

因此，公司将非研发部门中对研发工作有主要贡献的员工，按照其投入研发工作核算工时占比情况，将对应部分工资核算为研发费用具有合理性。

4、更正后研发费用的归集情况

2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司研发费用构成明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度	
	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,097.58	60.86%	1,679.89	58.06%
材料消耗	233.37	12.94%	682.45	23.59%
折旧	61.47	3.41%	48.63	1.68%
长期待摊费用摊销	27.61	1.53%	17.36	0.60%
房租水电费	15.59	0.86%	37.15	1.28%
差旅费	15.74	0.87%	23.19	0.80%
咨询顾问费	301.53	16.72%	242.11	8.37%
其他	50.46	2.80%	162.34	5.61%
合计	1,803.37	100.00%	2,893.12	100.00%
项目	2019年度		2018年度	
	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,186.78	54.56%	1,193.32	58.51%
材料消耗	593.51	27.28%	422.25	20.70%
折旧	46.39	2.13%	77.52	3.80%
长期待摊费用摊销	35.05	1.61%	-	-
房租水电费	22.85	1.05%	15.6	0.76%
差旅费	42.01	1.93%	50.83	2.49%
咨询顾问费	163.54	7.52%	171.15	8.39%
其他	85.21	3.92%	108.83	5.34%
合计	2,175.35	100.00%	2,039.51	100.00%

2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司研发费用分别为 2,039.51 万元、2,175.35 万元、2,893.12 万元和 1,803.37 万元，公司注重新产品的开发力度，研发费用逐年上升。研发费用主要由职工薪酬、材料消耗及咨询顾问费构成，三者合计占研发费用比例分别为 87.61%、89.36%、90.02%及 90.52%，各期占比稳定。

5、公司研发费用管理制度

公司制定了《研发费用核算管理制度》《散热产品设计与开发管理规程》等产品研发管理制度，对研发人员的职责、研发活动的组织以及研发项目的立项、研发过程的管理进行了一系列规定。研发项目经可行性论证后，研发部门根据

项目实际情况编制费用预算，按权限经公司管理层审批后执行。后续研发支出按预算进行管理，财务部门按项目编制各研发项目费用台账进行核算，并监督预算执行情况。

公司建立了完整健全的薪酬核算体系及相关管理制度，对归属于研发体系的人员，由研发部门负责每月统计研发人员工时，人事部统计实际出勤情况以及社保、公积金缴纳情况，财务部根据公司薪酬政策编制研发人员工资表。财务部按照研发项目设立台账归集核算研发费用，根据工资表对职工薪酬进行归集核算，同时根据研发内勤统计的各研发项目的研发人员投入及其实际出勤情况核算各项目分配的职工薪酬。

报告期内公司存在个别的市场、销售部门员工从事研发工作的情况，该等市场、销售人员参与研发项目的前期调研、参与手板样机的评估和改进、对样品在客户的预期使用状况进行跟踪及反馈等。差错更正后，公司按照工时占比将该等销售人员参与研发项目期间发生的薪酬计入研发费用。

综上所述，基于公司以产品为导向的研发特性及研发工作的需要，部分市场、销售人员承担着公司产品研发的职能，因此按工时占比将个别非研发部门员工工资列入研发费用。公司已制定了完善的研发项目管理、研发人员管理制度和研发支出核算制度，有效保证了研发费用核算的真实性、准确性、完整性。

二、按照《企业会计准则》相关规定预提质量问题赔款相关费用，并说明测算过程

（一）会计处理

1、《企业会计准则》的相关规定

《企业会计准则第 13 号--或有事项》第四条规定：与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债，该义务是企业承担的现时义务、履行该义务很可能导致经济利益流出企业、该义务的金额能够可靠地计量。

公司会计政策预计负债的确认标准为：当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务、客诉费、渠道支持费等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：（1）该义务是本公司承担的现时义务；（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企

业；（3）该义务的金额能够可靠地计量。公司关于预计负债的会计政策符合企业会计准则的规定。

2、公司产品提供的售后服务

公司除对线上销售产品根据线上平台销售规则承担售后服务外，公司对“DeepCool”品牌产品在质保期间承担一定的质保责任。根据公司与客户约定的保修条款，公司保证其“DeepCool”品牌产品在保修期内无材料和工艺上的缺陷，提供正常、适当和预期的使用。如果在保修期内证明产品在材料或工艺上存在缺陷，则公司将全权选择以相同产品或类似产品维修或更换该产品。替换产品将承担原始产品的剩余保修或 30 天的保修期，以为客户提供更长的保修期限为准。

公司主要产品保修期限如下：

类别	保修期
水冷电脑散热器	3年
热管电脑散热器	个别高端产品5年，其他产品根据具体产品类别及所在销售区域提供1年、2年或3年保修期
风扇	1年、2年或3年，具体根据产品类别及所在销售区域
电源	金牌电源10年，白牌电源、铜牌电源5年，无牌电源3年
配件及其他	根据产品类别及所在销售区域1年或2年；

3、公司售后服务费的会计处理

公司提供的售后服务一般包括退换货、维修、补发配件等，根据公司产品实际发生的售后服务，公司容易产生质量问题产品主要是水冷产品。水冷产品散热原理主要是使用冷却液体在泵的带动下强制循环带走散热器的热量，主要用于高端台式电脑 CPU 的散热，优点是散热效率高、噪音小，缺点是存在漏液风险。漏液可能会导致电脑机箱内的 CPU、显卡等电脑零部件因短路导致损毁。

公司水冷产品质量赔款主要为水冷产品漏液产生的赔付，赔付责任包括水冷产品价款和因漏液问题造成的买家硬件设备损失产生的附加赔付。报告期内，公司针对该部分水冷产品售后服务计提预计负债。

相关会计处理如下：

（1）根据水冷产品销售金额计提预计负债

借：销售费用-售后服务费

贷：预计负债-售后服务费

(2) 实际产生赔付时支付赔付金额

借：预计负债-售后服务费

贷：银行存款/应收账款

(二) 测算过程

报告期内，公司预计负债-售后服务费的计提情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2021年1-6月	386.23	163.31	126.36	423.18
2020年度	247.06	385.90	246.73	386.23
2019年度	262.02	368.11	383.07	247.06
2018年度	664.86	298.91	701.75	262.02

2018 年度、2019 年度，本期增加和本期减少金额中存在部分产品报废金额，2020 年度，公司将该部分调整计入管理费用。公司进行差错更正，将 2018 年度、2019 年度存货报废金额由销售费用调整至管理费用，并调整对应期间预计负债本期增加和本期减少金额，申报会计师于 2021 年 9 月 13 日出具的勤信专字【2021】第 0980 号《前期会计差错更正专项说明的审核报告》，对该部分差错更正进行了确认。

会计差错更正后的预计负债-售后服务费用计提情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2021年1-6月	386.23	163.31	126.36	423.18
2020年度	247.06	385.90	246.73	386.23
2019年度	262.02	228.96	243.92	247.06
2018年度	664.86	134.54	537.38	262.02

发行人根据历史数据、自身技术与工艺水平情况，制定了质量赔款相关费用的计提标准，即按报告期末各期水冷产品销售额的一定比例计提，考虑运输过程等对漏液率的影响，按境外水冷产品销售额的 2.4%计提预计负债-售后服

务费，按境内水冷产品销售额的 1.6%计提预计负债-售后服务费，用于支付尚在质保期内的水冷产品可能发生的质量问题赔款，售后服务费用实际发生时予以冲减。

2018 年度至 2020 年度，发行人预计负债-售后服务费的测算和实际计提情况如下：

单位：万元					
项目	预计负债	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初金额	预计负债期初余额	386.23	247.06	262.02	664.86
	其中：境内（A）	13.83	-	14.83	181.29
	境外（B）	372.40	247.06	247.19	483.57
计提过程	境内水冷产品销售额（C）	1,670.37	4,712.97	2,913.59	2,323.44
	境外水冷产品销售额（D）	5,491.33	10,113.27	5,158.24	3,860.84
	合计	7,161.70	14,826.24	8,071.83	6,184.28
	预计漏液率-境内（E）	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
	预计漏液率-境外（F）	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
	计提比例-境内（G=8*E）	1.60%	1.60%	1.60%	1.60%
	计提比例-境外（H=8*F）	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%
	应计提金额	158.52	318.13	170.42	129.84
	其中：境内（I=C*G）	26.73	75.41	46.62	37.18
	境外（J=D*H）	131.79	242.72	123.80	92.66
	预计负债贷方发生额（实际计提金额）	163.31	385.90	228.96	134.54
	其中：境内（K）	31.52	101.20	73.07	34.93
	境外（L）	131.79	284.70	155.89	99.61
发生金额	预计负债借方发生额	126.36	246.73	243.92	537.38
	其中：境内（M）	45.35	87.37	87.90	201.39
	境外（N）	81.01	159.36	156.02	335.99
期末余额	预计负债期末余额	423.18	386.23	247.06	262.02
	其中：境内（O）	-	13.83	-	14.83
	境外（P）	423.18	372.40	247.06	247.19

上述测算数据中，售后服务费的计提比例是漏液率的 8 倍，主要是考虑水冷漏液导致的附加赔付，根据历史赔付情况，赔付金额平均是产品价值的 7-8 倍。

上述境内外实际计提的预计负债-售后服务费与应计提金额存在差异，差异原因如下：

1、境内差异原因

单位：万元				
预计负债	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
实际计提金额（K）	31.52	101.20	73.07	34.93
应计提金额（I）	26.73	75.41	46.62	37.18
差异（K-I）	4.79	25.79	26.45	-2.25
其中：特定批次	-	13.83	-	-
计提不足金额	4.79	11.96	26.45	-
其他	-	-	-	-2.25

2018 年度至 2021 年 1-6 月，预计负债-售后服务费境内实际计提金额和应计提金额差异分别为-2.25 万元、26.45 万元、25.79 万元和 4.79 万元。

2020 年度差异金额中 13.83 万元为针对特定批次产品专项计提的售后服务费用。针对 2020 年 7 月 14 至 7 月 24 日期间生产的水冷产品，由于使用的部分原材料防水圈因供应商硫化时间不足而不能完全回弹，导致漏液率可能增加计提的特别赔付准备。根据技术部门测评，该批次产品漏液率预计为 1%，按 8% 对境内已销售未退回水冷产品计提售后服务费 13.83 万元。

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，差异金额中属于计提不足导致的分别为 26.45 万元、11.96 万元和 4.79 万元，是当期售后服务费实际发生金额大于可抵扣的预计负债金额。2019 年末，境内预计负债-售后服务费用期末余额为零，预计负债金额抵扣至零后，公司根据实际发生金额计入销售费用-售后服务费，账务处理如下：

（1）期末根据本期水冷产品收入计提售后服务费用

借：销售费用-售后服务费

贷：预计负债-售后服务费

（2）预计负债-售后服务费存在可抵扣余额，发生售后服务费用支出

借：预计负债-售后服务费

贷：银行存款/应收账款

(3) 预计负债-售后服务费可抵扣金额为零，发生售后服务费支出，不再冲减预计负债，直接计入销售费用

借：销售费用-售后服务费

贷：银行存款/应收账款

针对该部分直接计入销售费用-售后服务费金额，期末同时调增预计负债-售后服务费借方金额和贷方金额。

报告期内，公司境内水冷产品售后服务费存在计提金额小于实际发生金额的情形。公司水冷产品从 2015 年推向市场，水冷产品的质保期为 3 年。公司针对水冷产品售后服务费的计提，主要是根据历史经验数据，结合公司产品质量等进行评估确定。由于公司水冷产品推出市场时间相对较短，水冷产品漏液率目前尚缺乏行业公开数据，同行业公司均未披露水冷产品漏液情况、售后服务费计提比例等。境内水冷产品售后服务费计提金额差异相对较小，公司不对境内水冷产品售后服务费计提比例进行变更，公司将持续关注水冷产品的售后服务实际发生情况。

2018 年度，境内计提差异 2.25 万元，主要是公司账面水冷产品计提根据未审水冷产品收入金额，测算金额为审定水冷产品销售收入，差异金额较小，不进行调整。

2、境外差异原因

单位：万元

预计负债	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
实际计提金额（L）	131.79	284.70	155.89	99.61
应计提金额（J）	131.79	242.72	123.80	92.66
差异（L-J）	0.00	41.98	32.09	6.95
其中：特定批次	-	29.55	-	-
非水冷产品	-	12.44	32.09	20.45
其他	-	-	-	-13.50

近三年，境内实际计提金额和应计提金额差异分别为 6.95 万元、32.09 万元和 41.98 万元。

2020 年度差异金额中 29.55 万元为针对特定批次产品专项计提的售后服务费用。针对 2020 年 7 月 14 至 7 月 24 日期间生产的水冷产品，由于使用的部分原材料防水圈因供应商硫化时间不足而不能完全回弹，导致漏液率可能增加计提的特别赔付准备，根据技术部门测评，该批次产品漏液率 1%，按 8%对境外已销售未退回水冷产品计提售后服务费 29.55 万元。

近三年，差异金额中非水冷产品计提金额分别为 20.45 万元、32.09 万元和 12.44 万元，期末公司根据境外客户提交的已发生待支付非水冷产品售后服务计入预计负债-售后服务费。

2018 年度，境外计提差异-13.50 万元，主要是公司账面水冷产品售后服务费计提根据未审水冷产品收入金额，测算金额为审定水冷产品收入金额，差异金额较小，不进行调整。

综上，公司已按照《企业会计准则》的相关规定，计提了产品的售后服务费用。2019 年开始，公司存在境内水冷产品售后服务费用计提金额小于实际发生金额的情形。由于公司水冷产品推出市场时间相对较短，水冷产品漏液率目前尚缺乏行业公开数据，同行业公司均未披露水冷产品漏液情况、售后服务费计提比例等。境内水冷产品售后服务费计提金额与实际发生金额差异相对较小，不会对财务报表产生重大影响。公司不对境内水冷产品售后服务费计提比例进行变更，公司将持续关注水冷产品的售后服务实际发生情况。

此外，公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（五）水冷电脑散热器漏液风险”进行了风险提示。

三、对信息披露存在错误的相关内容进行更正

（一）信息披露错误内容

公司于 2021 年 3 月 3 日披露的招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（一）主要产品的产能、产量及销售情况”中产销率披露出现错误，主要错误内容如下：

“报告期内，按照产品类别划分公司生产的主要产品产销率情况如下：

单位：万件

产品类别	2020年1-9月			2019年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
电脑散热器	446.96	516.21	86.58%	482.87	622.71	128.96%
工业散热器	35.64	38.92	91.57%	60.31	73.35	121.62%
机箱	42.55	53.14	80.07%	-	-	-
产品类别	2018年度			2017年度		
	产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
电脑散热器	239.61	568.99	237.47%	336.16	738.23	219.61%
工业散热器	87.97	93.41	106.19%	96.68	101.55	105.03%
机箱	-	-	-	-	-	-

”

其中，2020 年 1-9 月的产销率数据公式应为“产销率=销量/产量”；本次披露中错误使用公式“产销率=产量/销量”，正确数据应为：

单位：万件

产品类别	2020年1-9月		
	产量	销量	产销率
电脑散热器	446.96	516.21	115.49%
工业散热器	35.64	38.92	109.20%
机箱	42.55	53.14	124.89%

（二）更正信息披露错误情况

公司已于 2021 年 8 月 6 日披露的招股说明书，于其中的“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（一）主要产品的产能、产量及销售情况”更正及补充披露如下：

“报告期内，按照产品类别划分公司生产的主要产品产销率情况如下：

单位：万 PCS

产品类别	2020年度			2019年度			2018年度		
	产量	销量	产销率（%）	产量	销量	产销率（%）	产量	销量	产销率（%）
电脑散热器	570.91	707.73	123.97	482.87	622.71	128.96	239.61	568.99	237.4
工业散热器	45.21	49.62	109.76	60.31	73.35	121.62	87.97	93.41	106.19
机箱	60.78	73.43	120.81	-	-	-	-	-	-

”

经核查，上述披露的产销率数据计算方式无误。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见

一、保荐人、申报会计师意见

（一）核查程序

- 1、访谈公司的研发负责人，了解公司的整体研发架构和研发岗位设置情况。
- 2、访谈财务负责人，了解公司研发费用归集、研发人员薪酬核算及账务处理情况。
- 3、取得公司报告期内研发费用明细账、工资表，汇总研发人员的工资与账面研发人员的薪酬核对，复核计入研发费用的职工薪酬是否正确。
- 4、取得并查阅公司研发相关的制度、研发人员管理制度及划分标准及研发费用核算归集办法，检查研发人员及费用归集的准确性。
- 5、询问研发人员、品保人员，了解发行人水冷产品的生产工艺技术、售后服务政策和漏液率情况等。
- 6、查阅发行人产品保修条款，了解产品保修期，获取发行人报告期内售后服务费用明细，评估发行人计提预计负债的合理性。
- 7、查阅发行人同行业可比公司对水冷产品的售后服务政策及售后服务费用发生金额。
- 8、查阅发行人对水冷退货产品的邮件沟通记录、OA 审批流程等内部处理文件，核查发行人对水冷退货产品的处理过程。

（二）结论意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、基于发行人自身的组织架构以及职能设置，报告期内公司存在个别的市场及销售部门员工从事研发工作的情况，主要参与研发项目的前期调研、参与

手板样机的评估和改进、对样品在客户的使用状况进行跟踪及反馈等部分研发工作，因此公司将个别市场、销售人员参与研发的薪酬计入研发费用。

针对个别市场、销售等部门人员参与研发工作，发行人已经按照其参与研发工作的工时占比进行分摊，并调整前期财务报表。该事项形成的会计差错，经公司第二届董事会第十次会议审议通过，公司采用追溯重述法对前述重要差错进行更正。中勤万信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了勤信专字【2021】第 0980 号《前期会计差错更正专项说明的审核报告》对该部分差错更正进行确认。

研发费用调整具体金额如下：

单位：万元

年度	职工薪酬 (更正前)	调整金额	职工薪酬 (更正后)	职工薪酬 更正占比
2018 年	1,366.59	-173.27	1,193.32	12.68%
2019 年	1,276.12	-89.33	1,186.79	7.00%
2020 年	1,763.85	-83.96	1,679.89	4.76%

2018 年度、2019 年度、2020 年度研发费用差错更正调减金额分别为 173.27 万元、89.33 万元和 83.96 万元，占更正前研发费用-职工薪酬比例分别为 12.68%、7.00%和 4.76%。

更正后，公司报告期内关于研发人员分类核算准确；公司已制定了较完善的研发项目管理制度、研发人员管理制度和研发支出核算制度，研发支出的核算体系健全、能够准确地划分和核算各项研发支出。

因此，更正后发行人关于研发费用的归集符合会计准则的规定。

2、2018 年度、2019 年度，公司实际发生的售后服务费金额含部分产品报废金额，公司已将该部分金额进行差错更正，调整至管理费用列报。差错更正后，公司已按照《企业会计准则》的相关规定，计提了产品的售后服务费用。2019 年开始，公司存在境内水冷产品售后服务费用计提金额小于实际发生金额的情形，差异金额较小。由于公司水冷产品推出市场时间相对较短，水冷产品漏液率目前尚缺乏行业公开数据，同行业公司均未披露水冷产品漏液情况、售后服务费计提比例等。境内水冷产品售后服务费计提金额与实际发生金额差异

相对较小，不会对财务报表产生重大影响。公司不对境内水冷产品售后服务费计提比例进行变更，公司将持续关注水冷产品的售后服务实际发生情况。

3、保荐人核查确认产销率披露错误，错误原因为项目组成员工作疏漏造成，保荐人将在未来的工作中提高工作态度，加强对披露文件的核查，避免披露错误的再次发生，以保证申报材料的真实、准确、完整性。

二、保荐人、申报会计师的质控内核部门意见

（一）保荐人质控内核部门意见

1、关于研发人员、研发费用归集的复核意见

保荐人质控内核部门复核了保荐人项目组关于发行人研发人员、研发费用归集的核查程序及工作底稿，审阅发行人关于研发费用差错更正的董事会决议和申报会计师出具的《前期会计差错更正专项说明的审核报告》。

根据发行人的研发组织架构、研发职能范围以及实际的研发活动，发行人研发人员包含个别市场、销售部门人员。发行人报告期内存在个别非研发相关的人员的薪酬全部计入研发费用的情况，公司将非研发部门且未参与研发工作的人员薪酬调出研发费用，个别市场、销售部门人员参与一定的研发工作的，公司按照用于研发的工时占比调整研发费用归集金额。

经复核，差错更正后，发行人研发人员、研发费用的归集符合企业会计准则相关规定。

2、关于质量问题赔款相关费用的预提

保荐人质控内核部门复核了项目组提交的售后服务费相关工作底稿，审阅发行人关于上述差错更正的董事会决议和申报会计师出具的《前期会计差错更正专项说明的审核报告》，对发行人关于质量问题赔款相关费用的测算过程进行复核，并要求项目组持续关注公司水冷产品的漏液情况。

报告期内，公司存在境内水冷产品售后服务费用计提金额小于实际发生金额的情形，公司将部分实际发生的售后服务费直接计入销售费用。境内水冷产品售后服务费计提金额与实际发生金额差异相对较小，不会对财务报表产生重大影响。

2018 年度、2019 年度，公司实际发生的售后服务费金额含部分产品报废金额，公司已将该部分金额进行差错更正，调整至管理费用列报。

经复核，经差错更正后，售后服务费用的计提符合企业会计准则相关规定。

（二）申报会计师质控内核部门意见

1、复核过程

（1）了解了发行人的研发组织架构、研发职能范围以及实际的研发活动，研发人员工资薪酬的分配方式。

（2）复核了项目组关于发行人研发费用的核查程序及工作底稿，复核了调整金额的具体计算依据和过程。

（3）对照发行人有关售后服务费计提的政策、比例以及会计处理方法，复核了发行人关于质量问题赔款相关费用的测算过程和实际发生金额。

（4）复核了2018年度和2019年度公司售后服务费发生额中关于产品报废金额的相应的单据及账务处理情况。

（5）审阅了发行人关于上述差错更正的董事会决议。

2、复核结论

（1）发行人报告期内存在少量非研发相关的人员的薪酬计入研发费用的情况，发行人已经将非研发相关人员的薪酬进行差错更正，按照费用归属调入销售费用、管理费用。经复核，更正后发行人研发人员、研发费用的归集符合企业会计准则相关规定。

（2）报告期内，发行人存在境内水冷产品售后服务费用计提金额小于实际发生金额的情形，公司将部分实际发生的售后服务费直接计入销售费用。境内水冷产品售后服务费计提金额与实际发生金额差异相对较小，不会对财务报表产生重大影响。

（3）2018年度、2019年度，发行人实际发生的售后服务费金额含部分产品报废金额，和发行人售后服务费计提政策和核算方法不一致，经过差错更正后，售后服务费用的计提符合企业会计准则相关规定，账务处理符合一贯性原则。

问题五、关于内部控制有效性

现场检查发现：

(1) 发行人《货币资金管理制度》规定超过十万元的资金支出需董事长审批，但实际经营中，部分大额资金支出和部分采购款项支出均未履行该程序。

(2) 2020 年 9 月，发行人支付刘欣 EMBA 学费 60 万元，代缴了相关个人所得税，涉及金额超过 100 万元，未发现公司董事会对该笔薪酬进行审议。

请发行人：

(1) 说明支付高管学费及相关税费的账务处理情况。

(2) 说明发行人前述相关内部控制的执行情况，分析发行人内控是否存在重大缺陷、是否有效。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明支付高管学费及相关税费的账务处理情况

为提高公司高管的业务能力及管理水平，公司对高管的培训学费作为对高管的薪酬列报，并计入相应费用科目，相关的会计分录如下：

1、公司根据高管工作岗位及工作属性确认费用及应付职工薪酬

借：期间费用

贷：应付职工薪酬

2、公司支付高级管理人员学费

借：应付职工薪酬

贷：应交税费-个人所得税

银行存款

3、公司代缴个人所得税

借：应交税费-个人所得税

贷：银行存款

二、说明发行人前述相关内部控制的执行情况，分析发行人内控是否存在重大缺陷、是否有效

（一）超过十万元的资金支出相关的内部控制制度及执行情况

根据发行人《货币资金管理制度》第五条的规定，发行人资金支出超过 10 万元（含 10 万元）人民币需经董事长审批。经核查，现场检查前，由于发行人相关人员疏忽，发行人部分超过 10 万元的资金支出未经董事长审批，不符合发行人《货币资金管理制度》的相关规定。

发行人发现该情况后，发行人董事长已根据公司经营的实际情况于 2021 年 3 月 25 日出具《资金支出授权书》，将部分超过 10 万元（含 10 万元）、小于 500 万元的机电货款、佣金返利、研发服务费、模具费、行政类费用、薪资、保险等货币资金支出授权相关人员审批，且发行人已于 2021 年 4 月 21 日出具《关于货币资金管理制度执行情况承诺函》，承诺资金支出的审批流程与各节点审批权限均符合《货币资金管理制度》的规定，并确保内控制度得到有效执行。

（二）支付高管学费相关的内部控制制度及执行情况

根据发行人《公司章程》第一百一十三条第一款第（十）项的规定，发行人高级管理人员的薪酬需经董事会审议。经核查，由于发行人相关人员疏忽，发行人为高级管理人员刘欣支付 EMBA 学费未经董事会审议，不符合发行人《公司章程》的相关规定。

发行人发现该情况后，发行人已于 2021 年 4 月 6 日、2021 年 4 月 21 日分别召开第二届董事会第七次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认董事、监事、高级管理人员培训费用的议案》，对发行人为高级管理人员刘欣支付 EMBA 学费进行了追认且独立董事发表了独立意见。此外，发行人在第二届董事会第七次会议、2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于制定〈北京市九州风神科技股份有限公司董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度〉的议案》，且发行人已于 2021 年 4 月 21 日出具《关于董监高薪酬审议的承诺函》，承诺将严格按照《公司法》《公司章程》《董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度》的有关规定，由股东大会审议决定董事、监事薪酬，由董事会审议

决定高级管理人员薪酬。

根据中勤万信于 2021 年 9 月 13 日出具的勤信鉴字【2021】第 0047 号《北京市九州风神科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关具体规范的控制标准于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。

经核查，自现场检查后至本问询回复出具之日，发行人货币资金支出审批和高级管理人员薪酬审议未违反发行人的相关内控制度。

【中介机构核查】

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请保荐人、申报会计师的质控内核部门一并发表明确意见

一、保荐人、发行人律师意见

（一）核查程序

1、查阅发行人《公司章程》《货币资金管理制度》《董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度》；

2、对发行人相关人员进行访谈，了解发行人货币资金支出的内部控制流程及关键控制节点，抽取货币资金支出的相关凭证，验证内部控制的执行情况；

3、查阅发行人董事、监事、高级管理人员薪酬相关的董事会、监事会、股东大会会议文件；

4、查阅发行人出具的货币资金管理制度、《关于董监高薪酬审议的承诺函》及《资金支出授权书》；

5、查阅中勤万信出具的勤信鉴字【2021】第 0047 号《北京市九州风神科技股份有限公司内部控制鉴证报告》。

（二）结论意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人部分超过 10 万元的资金支出未经董事长审批、发行人部分高级管理人员的学费薪酬未经董事会审议不符合相关内控制度的规定，发行人发现上述

情形后已及时进行了相应整改并对相关内控制度进行了完善；同时，发行人已承诺加强内部控制管理，避免发生上述情形，发行人完成上述整改后，发行人内部控制不存在重大缺陷，发行人未来会严格按照内控制度执行。

二、保荐人、申报会计师的质控内核部门意见

（一）保荐人质控内核部门意见

就上述问题，保荐人的质控内核部门在问询回复和底稿检查的过程中，对发行人大额资金支出的核查进行了关注，并与保荐人项目组就发行人的货币资金管理制度、董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度等事项进行了充分讨论。

保荐人的质控内核部门针对保荐人项目组对发行人货币资金管理制度与董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度执行的程序、获取的证据及发表的核查结论进行了复核，具体如下：

- 1、查阅并复核保荐人项目组对发行人相关人员进行访谈的访谈记录；
- 2、查阅并复核发行人的《公司章程》《货币资金管理制度》《董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度》及《资金支出授权书》等文件；
- 3、查阅并复核发行人董事、监事、高级管理人员薪酬相关的董事会、监事会、股东大会会议文件；
- 4、查阅并复核发行人内部董事、监事、高级管理人员薪酬以及独立董事津贴发放流水。
- 5、查阅并复核发行人为部分高级管理人员支付大额薪酬相关会计凭证、OA 审批流程、银行付款凭证以及收款收据。
- 6、查阅中勤万信出具的勤信鉴字【2021】第 0047 号《北京市九州风神科技股份有限公司内部控制鉴证报告》。

经复核，报告期内，发行人部分超过 10 万元的资金支出未经董事长审批、发行人部分高级管理人员的学费薪酬未经董事会审议不符合相关内控制度的规定，发行人发现上述情形后已及时进行了相应整改并对相关内控制度进行了完善；同时，发行人已承诺加强内部控制管理，避免发生上述情形，发行人内部控制不存在重大缺陷。

（二）会计师质控内核部门意见

1、复核过程

（1）复核了项目组对发行人相关人员进行访谈的访谈记录；

（2）复核了发行人的《公司章程》《货币资金管理制度》《董事、监事、高级管理人员薪酬管理制度》及《资金支出授权书》等文件；

（3）复核了发行人董事、监事、高级管理人员薪酬相关的董事会、监事会、股东大会会议文件；

（4）复核了发行人内部董事、监事高级管理人员薪酬以及独立董事津贴发放流水。

（5）复核了发行人为部分高级管理人员支付大额薪酬相关会计凭证、OA审批流程、银行付款凭证以及收款收据。

2、复核结论

经复核，报告期内，发行人部分超过 10 万元的资金支出未经董事长审批、发行人部分高级管理人员的学费薪酬未经董事会审议系发行人相关人员疏忽导致，主观上并无故意，发行人发现上述情况后已及时进行了相应整改并对相关内控制度进行了完善。完成整改之后，发行人内部控制不存在重大缺陷，发行人内部控制能够得到有效执行。

问题六、关于经销收入核查

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期发行人经销模式销售收入分别为 30,578.93 万元、38,708.16 万元、63,556.45 万元，占主营业务收入比例分别为 74.23%、73.54%和 77.96%。

请发行人：

（1）进一步结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等充分说明选择经销商模式的必要性和商业合理性。

（2）进一步说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性，包括但不限于：经销商选取标准和批准程序、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况。

（3）进一步说明经销收入确认、计量原则，对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理，对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则，说明是否符合《企业会计准则》规定，是否与同行业可比公司存在显著差异。

（4）说明对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；如存在显著差异的情况，请说明产生差异的原因及合理性。

（5）说明经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式，或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况；经销商回款方式、应收账款规模合理性。

（6）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。

(7) 说明经销商构成及稳定性情况，是否存在经销商向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，请说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异。

(8) 说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等；经销商是否专门销售发行人产品。

(9) 说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理；

(10) 说明发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等；通过关联经销商实现的销售收入、毛利、毛利率，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异。

(11) 发行人与主要境外客户合作时间较长，发行人与主要客户 2010 年以来的交易金额、销量和单价情况。

请保荐人、申报会计师说明对如下情况的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据并得出核查结论，对经销商模式下收入的真实性发表明确意见：

(1) 经销商相关内控制度设计的合理性和执行的有效性的测试情况；实地访谈与经销相关的内控制度执行情况。

(2) 样本选取标准和选取过程，是否充分考虑了经销商类别、层级、数量、规模、区域分布、典型特征、异常变动（如新增或变化较大）等具体特点。

(3) 分析性复核情况：核查发行人、经销商相关合同、台账、销售发票、发货单、验收单/报关单/代销清单、回款记录等，核查发行人经销收入与经销商采购成本的匹配性，销货量与物流成本的匹配性，相互印证销售实现过程及

结果的真实性；核查发行人与经销商相关的信息管理系统可靠性，经销商信息管理系统进销存情况，与发行人其他业务管理系统、财务系统、资金流水等数据是否匹配。

（4）实地走访所选取的经销商及其终端客户，查看其主要经营场所，发行人产品在经营场所的库存状态，了解进销存情况；了解经销商实际控制人和关键岗位人相关信息、向发行人采购的商业理由，了解经销商经营情况、财务核算基础、信息管理系统等；核查经销商财务报表了解经销商资金实力。

（5）函证发行人主要经销商，函证内容包括各期销售给经销商的产品数量、金额、期末库存和应收款等；对经销商的期末库存进行抽查监盘，以核实经销商期末库存的真实性。

（6）核查发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商之间的资金往来。如发现异常情况，应适当扩大资金流水核查范围。

【发行人回复】

一、进一步结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等充分说明选择经销商模式的必要性和商业合理性

（一）公司主营业务基本情况及产品特点

公司主要从事以电脑散热器为核心的电脑硬件产品的研发、生产及销售，主要产品包括电脑散热器、机箱和电源等。

公司电脑散热器产品主要包括水冷电脑散热器、热管电脑散热器、基础电脑散热器、风扇等，其主要应用场景为电子竞技、大型编程、视频处理、音频处理、图像处理和直播等，也可满足一般的办公需求。电脑机箱和电源应用场景与电脑散热器基本相同。终端客户主要为组装个人电脑的个人消费者。

（二）公司采取经销模式的必要性

经销模式为电脑硬件产品行业常见的销售模式。其主要原因为：1、电脑硬件产品主要为 CPU、主板、显卡、内存、机箱、电源、电脑散热器等，终端消

费者往往倾向于购买组装整机或在同一地点购买上述产品后自行组装；因此，同一经销商销售多种多品牌的电脑硬件产品是行业主流情况；2、电脑硬件产品终端客户分布在世界各地，不同国家或地区的电脑硬件产品销售渠道以及客户沟通方式等存在一定的差异，选择合适的经销商有利于建立稳定的销售渠道，从而有利于产品在本地市场的开拓；3、经销商从地理区域和信息沟通方面，更为贴近终端客户，以其具有的信息优势及采购整合优势，对电脑硬件产品厂商制定区域市场的产品定位、产品及品牌的传播推广等策略具有重要作用。

公司自 2003 年成立后，就开始着手境外渠道开拓，通过 CES 国际消费电子展等国际展会、出境拜访客户推广以及原客户介绍等各类方式综合推广“DeepCool”品牌产品，已拥有一批稳定合作多年的经销商合作伙伴，大部分经销商客户合作都超过 5 年以上。

公司电脑散热器产品下游客户分布无明显区域性特征，分散在全世界五大洲的 74 个国家和地区；若公司采取直销方式在全球设立直销网点，管理难度超过了公司目前的营收水平及管理能力。

（三）同行业可比公司销售模式对比

经查阅公司同行业可比上市公司的定期报告，可比上市公司的主要销售产品及销售模式如下：

可比公司	主要产品	销售模式
超频三	PC 散热配件、LED 照明散热组件	PC 散热配件以经销为主，直销为辅；LED 照明散热组件均为直销
美商海盗船	游戏周边设备、游戏组件和系统	经销为主，与包括亚马逊、百思买（Best Buy）、京东、Media Market 和沃尔玛等全球主要经销商和零售商以及直接面向消费者的销售渠道建立了长期的合作关系
曜越科技	电脑机箱、散热器模组、电源、电竞周边产品	经销为主，以其自有品牌“Thermaltake (Tt)”在全球进行销售。曜越科技在美国、法国、荷兰、德国、澳大利亚、日本、巴西等地区设有分公司，在全球多个地区拥有代理商及经销商。
超众科技	散热模组、散热片等	直销，向 INTEL、DELL、广达等知名 CPU 制造商或电脑主机厂提供 OEM/ODM 散热产品
锐新科技	电力电子散热器、汽车轻量化部件、自动化设备与医疗设备精密部件	直销，直接面对终端客户

美商海盗船、曜越科技等以电脑硬件及周边产品为主营业务的可比上市公司销售模式采用经销为主的销售模式，超频三的 PC 散热配件业务亦采取经销

为主的销售模式。以 LED 或电力电子为主工业类别散热业务，如锐新科技及超频三的 LED 散热组件业务以及以 OEM/ODM 为主的超众科技销售模式为直销。

综上，公司主营业务主要为电脑散热器为主的 PC 硬件产品，公司销售模式与同行业可比公司销售模式具有一致性，公司采用以经销为主的销售模式具备合理性。

二、进一步说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性，包括但不限于：经销商选取标准和批准程序、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况

发行人为了实现对经销商的规范化管理，结合公司的实际情况设计及制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）、《代理商管理规程》（境内）、《零售事业部客户返点管理规程》（境外）、《销售返点管理规程》（境内）、《零售事业部产品报价管理规程》等多项内控制度，并要求公司零售事业部及相关部门在日常经营管理中严格按照各相关制度的规定执行。

（一）经销商选取标准和批准程序

发行人为了实现对公司经销商系统的规范化管理，结合公司零售事业部的实际情况，制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）与《代理商管理规程》（境内），发行人对经销商的新客户开发以地域划分为境内与境外。

境外新客户的选取标准如下：

- 1、单次发货金额满足区域的最小发货需求。
- 2、新客户与区域内其他客户不存在合同或法律条款的冲突限制。
- 3、在满足上述两项条件下，需满足如下其中一种情况：
 - （1）新客户的预估未来一年的销售额满足 30 万美元；
 - （2）新客户是本区域的国家单一代理；
 - （3）新客户所在国家或地区内市占率在 5%以上；

(4) 客户所在国家或地区内渠道或同一客户类型排行前二十的客户。

如不能满足上述条款，但公司对该区域或国家市场有特殊发展需求的，销售经理需调研完成客户的基本情况，说明对客户开发的原因及未来的规划内容，上报销售总监申请特殊审批，经由销售总监同意，可开展与客户的合作。

境内客户开发标准如下：

- 1、与当地市场主流零售商户有良好的商业合作关系，且有一定的客户数量基础。
- 2、对当地批发市场具较强的分销与控制能力。
- 3、有当地的装机商资源，且有一定的客户数量基础。
- 4、与当地的主流网络销售平台有良好的商业合作关系。

销售业务员对已调研后形成资信报告或了解基本情况的新客户进行初步判定，判定可满足公司选取标准的，上报零售事业部销售总监审批（需提供调研的基本情况作为附件），销售总监对上报的新客户申请进行审批，审批通过后与客户签署合作协议。

（二）不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理

发行人为充分了解和掌握客户的信誉、资信状况，规范企业客户信用管理工作，避免销售活动中因客户信用问题给企业带来损失，制定了《零售事业部客户管理规程》（境外）及《代理商管理规程》（境内）。

发行人根据经销商下游客户的类型将公司经销商分为零售商、分销商和装机商。其中零售商采购公司产品主要通过电商平台、线下门店等方式直接向终端消费者销售，如京东自营、俄罗斯 DNS 等；分销商采购公司产品的分销对象为下游渠道商，如俄罗斯 MER、俄罗斯 INLINE 等；装机商采购九州风神自有品牌产品，主要用于组装成品电脑后向下游客户销售，如美国 BUY、德国 CSL 等。发行人对经销商客户进行持续的跟踪与管理，但不干涉客户在同一区域内选择其下游渠道商。发行人对经销商客户的销售为买断式销售，经销商购买公司产品再向同一区域内下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，公司不做限制。发行人经销商管理体系中不包括二级经销商。

发行人对经销商的管理制度主要包含有经销商档案管理、经销商日常工作沟通管理及定期拜访等。

1、经销商档案管理

（1）发行人针对不同的客户建立《客户信息资料卡》，以确保销售业务的顺利开展，及时掌握客户的变化以及信用状况。客户资料卡包括了客户的基本资料与业务资料。

（2）发行人完整保留经销商合作相关的文件，主要包括有经销商的营业执照等基础资料、订单与往来邮件等交易资料及各项合作协议。

2、定期拜访

发行人的各销售经理会持续保持与经销商的联系，进行电话沟通、实地考察、拜访，跟踪及协助经销商各项业务的开展，在与经销商的沟通与拜访过程中，全面地收集信息与意见，了解经销商的运营情况及市场开发情况，并协助经销商做好销售分析，以确保经销商实现每季度销售额。

3、经销商日常工作沟通管理

（1）准确、及时地传达公司销售政策、策划方案及产品信息等，并做好政策及方案的解释工作，确保经销商准确理解，积极配合。

（2）对经销商的业务人员进行业务培训，以便高质量地完成公司各项销售任务。

（3）公司各业务人员随时向销售总监反馈经销商合同执行过程中的异常情况 & 经销商的特殊要求，并提出处理方案，报销售总监审批。

（4）业务人员对经销商合作过程中的合同执行情况及营运状况进行定期评价，每个季度末向销售总监汇报销售工作总结，每年末向销售总监反馈经销商评价结果。

（三）定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制

1、产品定价机制

发行人制定了《零售事业部产品报价管理规程》以确定公司产品的报价原则与价格调整审批流程。发行人的产品价格确定原则为以产品制造成本价格为基础，参考市场同类产品的价格，结合自身产品的性能和市场定位综合确定。

销售业务员需严格按照报价单内的价格执行，不允许私自与客户沟通低价或降低价格达成销售额。如果存在调整价格的需求，销售业务员须根据价格调整比例幅度上报销售总监或零售事业部总经理审批，审核通过后可执行。

销售总监需对销售业务员执行的价格进行监控，查看订单中或其他的销售出库数据中的价格，确保业务员按照正确的价格执行。

2、运输费用承担机制

发行人物流管理分为境内与境外两种不同模式，运输费用责任承担划分如下：

境内外经销运输费用的承担方式	
境内经销	发行人承担将货物运送至客户或平台用户指定地点的运输费用
境外经销	FOB贸易模式：公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用
	CIF贸易模式：公司承担将货物运送至目的港相关的运输费及保险费，即FOB+运费+保险费
	DDP贸易模式：公司承担将货物运送至客户指定境外收货地点的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费和清关税费等

3、折扣与返利机制

发行人会在年初结合销售目标和市场情况，制定当年的销售返利计划。公司根据境内经销商与境外经销商划分具体的返利政策。公司对每个境外经销商单独制定返利政策，主要包括两类：一是签订年度 MDF（Marketing Development Fund）协议，约定总销售额的返利比例；二是根据客户的新增订单或重点产品订单、常规促销产品订单等进行单次直接返利。

关于境内经销商的返利政策，公司对京东自营按单次销售订单进行返利，

对除京东自营之外的境内经销商按产品类型执行返利政策。

报告期内，公司对经销商的具体返利政策如下：

返利政策	具体内容
境外经销商：按经销商单独制定返利政策	
对经销商全年销售额达标的返利（MDF返利）	1、原则：公司与经销商在本年初或者上年末确定目标销售额，对不同的目标销售额给予不同的返利比例 2、计算公式：返利金额=目标销售额*返利比例
对增量订单予以整个订单的促销返利	1、原则：在经销商增加订单量的情况下，给予一定的返利 2、计算公式：返利金额=订单金额*返利比例
对部分重点产品进行促销返利	1、原则：对于重点产品或产品线，为鼓励经销商下单或者多下单，在其购买达到一定金额或数量的情况下，给予特定的支持 2、计算公式：返利金额=订单金额*返利比例
每月的常规促销活动	1、原则：每个月每个重点国家或市场，一般会有常规性的促销活动，活动类型包含但不限于：1）组合促销（如机箱+电源，机箱+散热器等）；2）固定折扣；3）清仓特价 2、计算公式：返利金额=订单金额*返利比例
境内经销商（不含京东自营）：按产品型号制定返利政策为主	
每月对具体型号产品的返利	1、原则：公司约定相应型号的产品达到规定销售数量后，每件产品给予相应的返利金额。返利金额每月核算，经销商获得按产品计算的返利金额的前提条件是，达到年初公司对其制定的月度目标销售额的50% 2、计算公式：某一型号产品的返利金额=销售数量*返利金额
季度销售额达标对部分产品销售返利	1、原则：经销商的季度销售额达到季度总体目标且水冷、机箱、电源或热管类产品销售额占季度总销售额的一定比例以上，享受水冷、机箱、电源或热管类产品销售额一定比例的返利奖励。 2、计算公式：返利金额=水冷、机箱、电源或热管类产品季度销售总额*返利比例
京东自营：单次订单返利	
按单次订单进行销售返利	1、原则：京东自营对终端消费者进行产品促销时，公司会根据京东自营的促销价格进行一定比例的销售返利。 2、计算公式：返利金额=单笔订单销售数量*（产品市场价格-产品促销价格）*比例（一般为50%）

当销售经理有新增的销售返点需求申请，如产品有促销活动或者价格特殊需要调整返点时，需上报销售总监审批。

4、退换货机制

销售模式	退换货条款或约定
境内线下经销	发行人与境内线下经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，消费者可以联系经销商进行退换货或赔付，也可以直接联系发行人售后服务人员
境内线上经销-京东自营	发行人接受京东自营任何原因的退换货要求。消费者通过京东自营采购的商品，发生退换货可直接联系京东自营的平台客服，京东自营平台进行退换货后再向发行人进行处理

境外经销	发行人与境外经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的质保期内产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行退换货或赔付，境外经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系发行人售后服务人员
------	--

（四）物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度

1、物流管理模式

发行人物流管理分为境内与境外两种不同模式，承运义务划分如下

境内外经销运输义务的划分	
境内经销	公司负责将货物运送至客户或平台用户指定的地点
境外经销	FOB贸易模式：公司负责将货物运送至码头 CIF贸易模式：公司负责将货物运送至码头 DDP贸易模式：公司负责将货物运送至客户指定境外收货地点

发行人按经销商的订单或合同，将产品发送至其指定地址，不存在直接发给终端客户的情形。

2、信用及收款管理制度

（1）境外经销商

发行人为控制境外回款风险，对境外经销商给予了较为严格的信用政策。发行人向中信保办理了信用保险，对经销商授予一定的信用期限，授予信用额度以中信保授予额度为上限，信用期限一般为 30 天到 90 天。新开发经销商、交易量较小的经销商或中信保未给予信用额度的经销商均采用先款后货的模式进行销售。报告期内，发行人与境外经销商的订单合同中分别约定付款条件，境外经销商一般是提单日后的 30 天到 90 天付款，部分经销商约定的付款期限少于 30 天。

（2）境内经销商

发行人给予京东的账期为 52 天（2018 年 12 月 31 日前为 45 天），以采购订单最后一个入库单日期为起始日，账期后，京东自营采购员与发行人确认本期需结算的货物清单，确认无误后京东自营与发行人结算货款。除京东自营外的其他境内经销商客户，公司会充分考虑客户综合实力、结合历史合作情况及市场环境等给予客户一定账期或信用额度。

3、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度

(1) 结算制度

根据公司财务制度要求，发行人只接受银行转账一种结算方式，目前公司与境内经销商及境外经销商均通过银行转账方式进行结算，未有其他结算方式。

(2) 库存管理机制、对账制度等制度

发行人对境外经销商的销售主要采用海运和铁路运输的方式，运输时间相对较长，境外经销商客户一般预留 1-3 个月左右销售量作为库存。境内物流运输便捷，运输距离相对较近，境内经销商从下单到取得货物的时间相比境外经销商相对较短，一般只需预留一个月以内的销售量作为库存。发行人业务人员与经销商客户持续保持沟通，就近期的工厂生产出货节奏、运输时长、客户的销售情况等进行信息的反馈及沟通，根据经销商的库存情况或采购订单提供建议。发行人与经销商客户的交易为买断式销售，经销商的库存备货及采购等由各经销商自主决定，发行人无法对其进行干涉，因此发行人未制定经销商的库存管理制度。

发行人采取定期对账制度，会定期与经销商客户进行对账。公司业务系统数据作为双方对账时的参考依据，在与经销商协商确认无误后，发行人将对账单数据进行保存。

三、进一步说明经销收入确认、计量原则，对销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理，对附有退货条件、给予购销信用、前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下经销收入确认、计量原则，说明是否符合《企业会计准则》规定，是否与同行业可比公司存在显著差异

(一) 经销收入确认、计量原则

报告期内，公司各类经销收入确认时点、退货条件、购销信用等情况如下：

项目	境内		境外	
	京东	线下经销商	FOB、CIF 贸易模式	DDP贸易模式
收入确认时点	京 东 签 收 入 库 日期	经销商签收 日期	提单日	将产品运送至客户指 定目的地并办理完当 地进口清关手续日期

项目	境内		境外	
	京东	线下经销商	FOB、CIF 贸易模式	DDP贸易模式
合同附退货条款	发行人接受京东任何原因的退换货要求	经销商合同未约定退换货条款，实际执行中公司接受因产品质量问题发生的退货		
购销信用	部分经销商授予一定的信用期间和信用额度，到期日付款，不存在分期收款等特殊信用政策			
前期铺货借货	不存在	不存在	不存在	不存在
经销商作为居间人参与销售	不存在	不存在	不存在	不存在

报告期内，公司不存在向经销商前期铺货借货、经销商作为居间人参与销售等特别方式下的经销收入。

2020年1月1日开始，公司执行新收入准则，收入计量原则为：

合同中包含两项或多项履约义务的，在合同开始时，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。公司确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。预期将退还给客户的款项作为负债不计入交易价格。合同中存在重大融资成分的，按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

由于同行业公司美商海盗船、曜越科技等均为境外上市公司，境内同行业公司除超频三外，锐新科技下游主要为工业客户，可比性较低。因此，选取具有类似业务模式的上市公司，对比收入确认原则如下：

可比公司	销售类型	收入确认政策	退换货政策
张小泉 (301055.SZ)	京东自营	在京东签收确认收货后确认收入	接受京东平台库存过剩或滞销品、残次品、质量问题产品及“冷静期”退货
	境内线下经销	客户签收确认收入	无退货约定；质保期内质量问题可以换货，不受换货额度限

可比公司	销售类型	收入确认政策	退换货政策
			制；换货金额≤上一年度发货总额1%或2%。
	境外销售	取得报关单并取得提单	未披露
倍轻松 (688793.SH)	京东自营	收到电商平台对账清单核对无误后确认收入	未披露
	境内线下经销	客户签收确认收入	非质量问题经销商一般不能退货
	境外销售	FOB模式，根据报关单确认收入	非质量问题经销商一般不能退货
小熊电器 (002959.SZ)	京东自营	根据合同约定时间，收到客户对账清单确认无误后确认收入	京东商城设置一定的入库期限，在入库期限内未出售的货物及退货均退回公司
	境内线下经销	客户签收确认或交付给客户指定物流公司	1、经销售自行维修的，向经销商提供一定比例的不退换奖励和易损配件支持；2、对退回产品按情况进行打折回收，折算的金额以销售折扣方式给予兑现；3、不接受经销商积压超过180天以上的退货。
	境外经销	主要采用FOB模式，取得装船提单或货运运单确认收入	
超频三 (300647.SZ)	京东自营	未披露	未披露
	国内销售	客户收货并取得签收凭证	未披露
	境外销售	取得报关单确认收入	未披露
稳健医疗 (300888.SZ)	京东自营	电商平台仓库入库签收时点	入仓后30天内未完成销售的，可无理由退货
	国内销售	客户确认收货时点	无账期客户仅质量问题可退货；有账期客户滞销品、过季品或不符合质量要求产品可退货
	境外销售	FOB/CIF模式报关装船后确认收入；DDP/DDU模式以产品交付予买方指定收货地点	

根据上述上市公司披露的各类经销模式下收入确认时点，公司线下经销和境外销售收入确认时点与上述公司基本一致。针对京东自营的收入确认时点，目前上市公司收入确认时点主要有两类，一类是根据京东签收入库时点来确认收入，如张小泉、稳健医疗；一类是对账后确认收入，如小熊电器、倍轻松等。公司对京东自营经销模式的收入确认时点与张小泉、稳健医疗的收入确认时点一致。

报告期内，京东自营退换货金额占其销售收入比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
退货金额	144.20	305.23	290.90	236.76

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
京东自营销售收入	2,803.17	6,535.37	4,761.80	3,340.46
占比	5.14%	4.67%	6.11%	7.09%

报告期内，公司京东自营的退货金额占其销售收入比例相对较低。

根据公司与京东自营签署的《产品购销协议》，产品所有权自京东自营签收入库后转移至京东自营，入库前的一切费用及风险责任由公司承担。即京东自营验收入库后产品的风险和报酬转移至京东自营，且产品销售金额已经确定，相关的经济利益很可能流入，产品的成本能够可靠计量，符合《企业会计准则》关于收入确认的条件。

公司自 2020 年 1 月 1 日开始执行新收入准则，根据《企业会计准则第 14 号-收入（2017 年修订）》的第四条规定“企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入”；第三十二条规定“对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本”。针对公司与京东自营约定的销售退货条款，公司基于历史经验水平，从 2020 年 1 月 1 日开始，对各报告期末最后一个月京东确认的签收入库金额，按 7%的退货率水平计提预计退货金额。

（二）销售补贴或返利、费用承担、经销商保证金的会计处理

1、销售补贴或返利的会计处理

报告期内，公司存在销售返利情形，公司对经销商的支持形式全部为现金返利，通过冲减经销商货款的方式实现。公司与经销商签订经销协议时，一般会与其约定销售目标（如月度/季度/年度销售额）及销售目标达成后给予经销商的销售返利。除与目标销售额挂钩的销售返利外，经销商如因地区市场开拓、战略客户销售、大额订单等原因需要获取销售支持时，公司也可对该经销商进行评估后对年底新增订单、特殊订单、产品促销订单等进行销售返利。

报告期内，公司对经销商的返利直接冲减主营业务收入，具体会计处理如

下：

A、公司通过银行转账或扣减应收账款的方式支付客户当期的返利时，直接冲减当期的销售收入，相关的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：应收账款、银行存款

B、截至期末，公司当期应向客户支付但未支付的返利，计入预计负债，相关的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：预计负债

C、本期支付上期预提返利，直接冲减已计提预计负债

借：预计负债

贷：银行存款、应收账款

2、费用承担的会计处理

报告期内，经销商销售涉及的相关费用主要是售后服务费用和广告费。其中，售后服务费用是公司在质保期内承担售后服务发生的客诉赔偿、维修、补发配件等费用。经销商销售的产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行售后服务，经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系公司售后服务人员；境内消费者可直接联系公司售后人员进行处理。

广告费用主要分为两部分，一部分是全球性或区域性影响比较大的媒体宣传，由公司直接与媒体等签订合同并支付款项；另一部分是地区性的广告宣传费，公司在每年度制定各区域广告宣传费用预算，公司区域经理与客户紧密沟通，由经销商发生的广告宣传费用，根据经销商提供的广告费用合同、发票等，公司在预算范围内向经销商支付款项或抵扣应收账款。

京东的费用结算包括信息技术服务费用、广告费用和运费。信息技术服务费用是京东按照销售额的一定比例收取的平台服务费，广告费用是公司购买京东平台推出的“京准通”广告业务。此外，公司与京东存在少量的运费结算，

公司负责将货物运输至京东指定的全国各地京东仓库，公司可灵活选择物流运输公司，部分货物使用京东物流运输，京东物流向公司开具运费发票，以直接扣减应收账款方式结算运费。

公司与经销商的费用结算和会计处理情况总结如下：

项目	境内		境外	
	京东	线下经销商	FOB、CIF 贸易模式	DDP 贸易模式
费用结算内容	运费、信息技术服务费用、广告费用	售后服务费用	售后服务费用、广告费用	
付款方式	运费及信息技术服务费用抵扣应收账款；广告费用充值打款	打款或抵扣应收账款	打款或抵扣应收账款	打款或抵扣应收账款
会计处理	销售费用	销售费用	销售费用	销售费用

3、经销商保证金的会计处理

报告期内，公司存在向京东自营缴纳保证金的情形。根据公司与京东自营签订的《产品购销协议》，公司自签订协议起 7 个工作日内，需以电汇方式向京东自营交纳保证金；若公司未按约定时间支付保证金的，公司认可京东自营有权自应结账款中扣除相应金额作为保证金，京东自营在收到汇款或账扣后，向公司出具保证金收据。截至 2021 年 6 月 30 日，公司向京东自营缴纳的保证金为 10 万元，公司在账上列报为其他应收款-京东自营保证金。

除京东自营外，公司与其他经销商之间不存在收取或缴纳保证金的情形。

四、说明对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、销售收入及占比、毛利及占比、毛利率情况；如存在显著差异的情况，请说明产生差异的原因及合理性

（一）经销及直销的销售情况对比分析

报告期内，公司销售模式为经销模式和直销模式。其中，直销模式包含线上直销和 OEM/ODM 模式，对比不同销售模式下的销售金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

金额单位：万元；数量单位：万 PCS

销售模式	2021年1-6月						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
直销模式	7,748.18	99.26	78.06	19.78%	3,655.60	24.19%	47.18%
其中：线上	2,823.95	12.36	228.52	7.21%	2,032.07	13.44%	71.96%
OEM/ODM	4,924.23	86.90	56.66	12.57%	1,623.53	10.74%	32.97%
经销模式	31,431.52	382.54	82.16	80.22%	11,458.65	75.81%	36.46%
合计	39,179.70	481.81	81.32	100.00%	15,114.25	100.00%	38.58%
销售模式	2020年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
直销模式	17,970.90	196.88	91.28	22.04%	9,350.14	27.12%	52.03%
其中：线上	7,788.22	31.92	243.99	9.55%	5,700.61	16.53%	73.20%
OEM/ODM	10,182.68	164.96	61.73	12.49%	3,649.53	10.59%	35.84%
经销模式	63,556.45	862.44	73.69	77.96%	25,126.90	72.88%	39.53%
合计	81,527.35	1,059.32	76.96	100.00%	34,477.04	100.00%	42.29%
销售模式	2019年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
直销模式	13,925.07	249.89	55.72	26.46%	6,047.41	29.71%	43.43%
其中：线上	4,391.03	28.98	151.52	8.34%	2,786.09	13.69%	63.45%
OEM/ODM	9,534.04	220.91	43.16	18.11%	3,261.32	16.02%	34.21%
经销模式	38,708.16	717.26	53.97	73.54%	14,308.33	70.29%	36.96%
合计	52,633.23	967.15	54.42	100.00%	20,355.74	100.00%	38.67%
销售模式	2018年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
直销模式	10,615.22	263.04	40.36	25.77%	4,040.57	29.28%	38.06%
其中：线上	2,537.02	11.17	227.13	6.16%	1,455.84	10.55%	57.38%
OEM/ODM	8,078.20	251.87	32.07	19.61%	2,584.73	18.73%	32.00%
经销模式	30,578.93	608.62	50.24	74.23%	9,758.07	70.72%	31.91%
合计	41,194.15	871.66	47.26	100.00%	13,798.64	100.00%	33.50%

注：2020 年度、2021 年 1-6 月上述毛利、毛利率计算不含合同履行成本。

报告期各期间，公司的经销收入占主营业务收入比例分别为 74.23%、73.54%、77.96%和 80.22%，经销模式的收入金额、收入占比、毛利占比和数量均高于直销。从各销售模式的平均单价看，报告期各期间，直销模式中

OEM/ODM 销售的平均单价均低于经销模式，OEM/ODM 销售根据客户需求提供定制化生产，产品价格根据客户需求产品类型和工艺要求确定；直销模式中的线上销售平均单价均高于经销模式，主要系线上直销直接面向终端消费者销售，单价相对较高，具有较高的毛利率，符合正常的商业逻辑，具有商业合理性。

从经销和直销的毛利率水平看，报告期各期间，直销的毛利率水平均高于经销，主要系直销模式中的线上直销主要面向终端客户销售，具有较高的毛利率水平。

（二）境内外销售情况对比分析

报告期内，公司销售区域为境内销售和境外销售。对比不同销售区域下的销售金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

金额单位：万元；数量单位：万 PCS

销售区域	2021年1-6月						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
境内	9,197.84	150.00	61.32	23.48%	3,040.17	20.11%	33.05%
境外	29,981.86	331.81	90.36	76.52%	12,074.08	79.89%	40.27%
合计	39,179.70	481.81	81.32	100.00%	15,114.25	100.00%	38.58%
销售区域	2020年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
境内	19,761.40	311.01	63.54	24.24%	7,073.54	20.52%	35.79%
境外	61,765.95	748.32	82.54	75.76%	27,403.50	79.48%	44.37%
合计	81,527.35	1,059.32	76.96	100.00%	34,477.04	100.00%	42.29%
销售区域	2019年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
境内	13,624.58	319.64	42.62	25.89%	4,771.15	23.44%	35.02%
境外	39,008.65	647.51	60.24	74.11%	15,584.59	76.56%	39.95%
合计	52,633.23	967.15	54.42	100.00%	20,355.74	100.00%	38.67%
销售区域	2018年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
境内	10,837.21	234.94	46.13	26.31%	3,065.98	22.22%	28.29%

境外	30,356.94	636.72	47.68	73.69%	10,732.66	77.78%	35.35%
合计	41,194.15	871.66	47.26	100.00%	13,798.64	100.00%	33.50%

报告期各期间，公司境外收入占主营业务收入比例分别为 73.69%、74.11%、75.76%和 76.52%，公司以境外销售为主，公司境外销售收入金额、数量、收入占比和毛利占比均高于境内销售。

报告期各期间，公司境外销售的平均单价和毛利率水平均高于境内，主要受产品竞争环境和产品定价策略的影响。

由于境内与境外的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致发行人产品境内外的竞争环境存在较大差异。在境外，电脑散热器、机箱电源的主要厂商为美商海盗船、酷冷至尊和猫头鹰等品牌，该等品牌的受欢迎程度较高，发行人的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈、消费者对价格敏感度高于境外，从而导致公司产品境内销售毛利率低于境外。

公司的产品定价策略主要根据销售区域的市场竞争环境、购买力水平及竞争对手同类产品的价格区间等因素综合确定，受销售区域市场环境的影响，整体上境外的平均价格高于境内。

（三）不同类别经销商的销售情况对比分析

报告期内，根据公司经销商下游客户的类型将公司经销商分为零售商、分销商和装机商。

零售商：主要收入来源为向终端客户直接售卖电脑硬件产品，其中包括线上网站及线下店铺销售。

分销商：主要收入来源为向下级经销商或其他零售商销售电脑硬件产品。

装机商：主要收入来源为向终端消费者售卖电脑整机，较少单独售卖电脑硬件零部件。

对比不同经销商类型的销售金额、销售数量、平均单价、收入占比、毛利、毛利占比及毛利率等如下：

金额单位：万元；数量单位：万 PCS

经销商类型	2021年1-6月						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
零售商	8,262.56	74.94	110.26	21.09%	3,358.21	22.22%	40.64%
分销商	18,342.56	268.77	68.25	46.82%	6,632.28	43.88%	36.16%
装机商	4,826.40	38.83	124.28	12.32%	1,468.16	9.71%	30.42%
经销合计	31,431.52	382.54	82.16	80.22%	11,458.65	75.81%	36.46%
主营业务收入	39,179.70	481.81	81.32	100.00%	15,114.25	100.00%	38.58%
经销商类型	2020年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
零售商	19,183.84	198.92	96.44	23.53%	8,082.17	23.44%	42.13%
分销商	36,852.53	574.35	64.16	45.20%	14,430.82	41.86%	39.16%
装机商	7,520.07	89.17	84.33	9.22%	2,613.91	7.58%	34.76%
经销合计	63,556.45	862.44	73.69	77.96%	25,126.90	72.88%	39.53%
主营业务收入	81,527.35	1,059.32	76.96	100.00%	34,477.04	100.00%	42.29%
经销商类型	2019年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
零售商	11,756.20	146.84	80.06	22.34%	4,683.54	23.01%	39.84%
分销商	24,600.47	524.98	46.86	46.74%	8,794.44	43.20%	35.75%
装机商	2,351.50	45.45	51.74	4.47%	830.35	4.08%	35.31%
经销合计	38,708.16	717.26	53.97	73.54%	14,308.33	70.29%	36.96%
主营业务收入	52,633.23	967.15	54.42	100.00%	20,355.74	100.00%	38.67%
经销商类型	2018年度						
	销售收入	销售数量	平均单价	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
零售商	10,121.26	140.11	72.24	24.57%	3,244.40	23.51%	32.06%
分销商	19,011.21	440.00	43.21	46.15%	6,004.46	43.51%	31.58%
装机商	1,446.47	28.51	50.73	3.51%	509.21	3.69%	35.20%
经销合计	30,578.93	608.62	50.24	74.23%	9,758.07	70.72%	31.91%
主营业务收入	41,194.15	871.66	47.26	100.00%	13,798.64	100.00%	33.50%

报告期各期间，公司经销商类型中分销商收入占主营业务收入比例分别为46.15%、46.74%、45.20%和46.82%，公司经销商类型中分销商占比较高，分销商销售收入、销售数量、收入占比及毛利占比均高于零售商和装机商。

从各经销商类型的平均单价看，2018 年度至 2020 年度，零售商的平均单价相对较高，其次为装机商和分销商，平均单价差异主要系各类经销商采购产品类别存在差异。2021 年 1-6 月，装机商的平均单价较高，主要是俄罗斯 DNS 同时包含装机收入和零售收入，俄罗斯 DNS 装机收入中机箱产品安装了电源等部分零部件，平均单价较高。

2018 年度，装机商毛利率高于零售商和分销商，主要是美国地区的装机商客户毛利率水平相对较高，2018 年度，零售商、分销商和装机商收入中来自于美国地区的收入占比分别为 15.14%、2.46%和 59.68%，装机商来自于美国地区的收入占比较高，提高了装机商的综合毛利率。

2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，零售商毛利率高于分销商和装机商。报告期内，公司零售商主要是京东和俄罗斯 DNS。报告期各期间，公司对京东销售收入、毛利率情况及对俄罗斯 DNS 的零售业务销售收入金额、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率
俄罗斯DNS	2,255.71	34.99%	8,147.55	39.53%
京东	2,803.17	38.99%	6,535.37	42.37%
小计	5,058.88	37.21%	14,682.93	40.80%
占零售商收入比例	61.23%	-	76.54%	-
项目	2019年度		2018年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率
俄罗斯DNS	4,609.62	36.61%	4,285.48	29.95%
京东	4,761.80	40.91%	3,340.46	32.30%
小计	9,371.43	38.50%	7,625.94	30.31%
占零售商收入比例	79.71%	-	75.35%	-

注：俄罗斯DNS同时有装机业务和零售业务，两部门独立向公司采购，上述销售收入为其零售业务销售收入。

1、俄罗斯 DNS

2019 年度开始，公司对俄罗斯 DNS 同时有装机类型收入和零售类型收入，分别由俄罗斯 DNS 的装机部门和零售部门分别向公司下单采购。报告期各期间，

公司对俄罗斯 DNS 的装机收入和零售收入金额和毛利率情况如下：

单位：万元

期间	装机收入		零售收入		综合收入	综合毛利率
	金额	毛利率	金额	毛利率		
2021年1-6月	1,830.32	20.23%	2,255.71	34.99%	4,086.03	28.38%
2020年度	639.81	21.52%	8,147.55	39.53%	8,787.36	38.21%
2019年度	153.71	21.11%	4,609.62	36.61%	4,763.34	36.11%
2018年度	-	-	4,285.48	29.95%	4,285.48	29.95%

2018 年度，俄罗斯 DNS 的毛利率较低，主要受电源产品的影响。2017 年末，公司电源供应商东莞市智华电子科技有限公司因经营不善停止生产，公司将电源采购供应商转为朝冠科技。朝冠科技为电源生产商侨威科技（中国台湾上市公司，股票代码 3078.TWO）的经销商，产品质量以及产品交期能够得到更好的保障。过渡期间，公司原承接的俄罗斯 DNS 电源产品订单，产品报价是按照向东莞市智华电子科技有限公司采购电源产品的价格为基础确定。由于相同类型的产品，朝冠科技产品价格相对较高，2018 年初，公司在手订单的执行降低了 2018 年度电源产品的毛利率。2018 年度，电源产品毛利率为 5.94%。

2019 年度，俄罗斯 DNS 的综合毛利率相比 2018 年度大幅度提高，主要受美元汇率变化影响。2018 年度至 2020 年度，向俄罗斯 DNS 销售的美元和人民币金额如下：

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度
	综合收入	同比变化	综合收入	同比变化	金额
美元	1,273.69	84.62%	689.91	5.62%	653.18
人民币	8,787.36	84.48%	4,763.34	11.15%	4,285.48
汇率	6.8992	-0.07%	6.9043	5.23%	6.5610

此外，2019 年度、2020 年度，俄罗斯 DNS 综合毛利率相比 2018 年度增加还受销售产品结构变化影响。2018 年度至 2020 年度，毛利率相对较高的风扇、热管电脑散热器和水冷电脑散热器占俄罗斯 DNS 综合收入比例分别为 31.49%、33.49%和 38.47%。

2021 年 1-6 月，俄罗斯 DNS 综合毛利率相比 2020 年度下降明显，主要是

对其装机类型销售收入占比增加和美元兑人民币平均汇率下降影响。

2019 年度至 2021 年 1-6 月，俄罗斯 DNS 装机收入占其收入比例分别为 3.23%、7.28%和 44.79%，由于装机收入毛利率较低，装机收入占比增高导致 2021 年 1-6 月综合毛利率下降。此外，毛利率下降还受美元兑人民币汇率波动影响。2021 年 1-6 月，公司向俄罗斯 DNS 销售收入的美元兑人民币平均汇率为 6.4922，相比 2020 年度下降 5.90%。

2、北京京东世纪贸易有限公司

报告期各期间，公司对京东的销售毛利率分别为 32.30%、40.91%、42.37% 和 38.99%，京东的销售收入产品构成主要以电脑散热器为主，报告期各期间，电脑散热器占京东收入比例分别为 92.86%、89.69%、88.96%和 85.22%。

京东销售收入中电脑散热器产品占比和毛利率情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率
京东收入（B）	2,803.17	38.99%	6,535.37	42.37%
其中：电脑散热器（A）	2,388.93	40.03%	5,813.96	44.40%
占比（A/B）	85.22%	-	88.96%	-
项目	2019年度		2018年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率
京东收入（B）	4,761.80	40.91%	3,340.46	32.30%
其中：电脑散热器（A）	4,270.84	43.09%	3,101.82	33.26%
占比（A/B）	89.69%	-	92.86%	-

2019 年度，京东毛利率相比 2018 年度明显增加，主要是从 2018 年下半年开始，公司减少外协比例，将部分产品由委外加工改为自产，电脑散热器毛利率提高。

以京东销售收入占比较高的 GP/C-玄冰 400（V4）产品为例，2018 年度和 2019 年度，GP/C-玄冰 400（V4）向京东平台的销售的情况如下：

单位：万元

GP/C-玄冰400（V4）	2019年度	2018年度
销售收入	1,245.51	1,113.78
占京东总收入比例	26.16%	33.34%
毛利率	39.44%	28.68%
平均单价	63.66	62.83
平均成本	38.56	44.81

2018 年度、2019 年度，GP/C-玄冰 400（V4）的平均单价波动较小，2019 年度平均成本相比 2018 年度下降 13.96%，主要系 2019 年度京东销售的 GP/C-玄冰 400（V4）主要为自产，2018 年度主要为外协生产，自产的平均成本低于外协生产。

2021 年 1-6 月，京东毛利率相比 2020 年度下降 3.38%，主要是高端水冷电脑散热器销售收入占比下降。报告期各期间，京东收入构成中水冷电脑散热器收入占比分别为 27.71%、26.62%、27.06%和 21.41%。

五、说明经销商信用政策及变化，给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售模式，或对部分经销商信用政策显著宽松于其他经销商，说明是否存在通过放宽信用政策调节收入的情况；经销商回款方式、应收账款规模合理性

（一）经销商信用政策及变化

报告期内，公司对境外客户的信用政策主要原则包括：公司与新客户交易前需充分了解客户的资信状况，与新客户主要采用先收款后发货的交易形式；优质品牌商或地区知名客户、与公司合作稳定的优质客户需要赊销或调整信用政策的，公司充分考虑客户综合实力并结合中信保出具的资信报告和信用限额审批单判断是否给予客户信用账期及额度，与客户约定的支付方式需满足中信保的承保条件，信用期限及信用额度不高于中信保信用限额审批单中审批的信用期限及金额。

报告期内，公司对境内客户的信用政策主要原则包括：公司与新客户交易前需充分了解客户的资信状况，与新客户主要采用先收款后发货的交易形式；优质品牌商或地区知名客户、与公司合作稳定的优质客户需要赊销或调整信用政策的，公司充分考虑客户综合实力、结合历史合作情况及市场环境等给予客

户一定账期或信用额度。

1、报告期内，公司前十大经销商信用政策及变化情况

报告期内，公司前十大经销商信用政策及变化情况如下：

序号	客户名称	报告期内信用政策
1	俄罗斯 DNS	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2020 年 7 月 100 万美元；2020 年 8 月-2021 年 3 月 300 万美元；2021 年 4 月-2021 年 6 月 400 万美元
2	俄罗斯 INLINE	信用期限：2018 年-2021 年 4 月为提单日 60 天；2021 年 5-6 月为提单日 90 天 信用额度：2018 年-2020 年 3 月 80 万美元；2020 年 4 月-2020 年 9 月 120 万美元；2020 年 10 月-2021 年 6 月 170 万美元
3	俄罗斯 MER	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年度 150 万美元，2019 年-2020 年 3 月 120 万美元，2020 年 4 月-2021 年 6 月 180 万美元
4	立 陶 宛 ACME	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2020 年 2 月 20 万美元；2020 年 3 月-4 月 40 万美元；2020 年 5 月-7 月 60 万美元；2020 年 8 月-2021 年 6 月 100 万美元
5	乌 克 兰 Spline	交易主体：FIRM IT COMPONENTS AND SOLUTIONS LLC 信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2019 年 4 月 20 万美元；2019 年 5 月-2021 年 6 月 40 万美元
		交易主体：IT-LINK TRADING LLC（2019 年开始交易） 信用期限：提单日 30 天 信用额度：10 万美元
		交易主体：TD IT EQUIPMENT LLC（2020 年开始交易） 信用期限：2020 年-2021 年 2 月为 100%预付款；2021 年 3 月-6 月为提单日 30 天 信用额度：2021 年 3 月-6 月 10 万美元
6	德国 CSL	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2019 年 10 月 50 万美元；2019 年 11 月-2021 年 3 月 60 万美元；2021 年 4 月-2021 年 6 月 70 万美元
7	美国 NE	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年度 160 万美元；2019 年 120 万美元；2020 年-2021 年 6 月 200 万美元
8	美国 BUY	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2020 年 5 月 50 万美元；2020 年 6 月-2021 年 6 月 150 万美元
9	加拿大 CC	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2020 年 4 月 50 万美元；2020 年 5 月-11 月 80 万美元；2020 年 12 月-2021 年 6 月 100 万美元
10	巴西 MP	信用期限：2018 年 1 月-6 月为 30%预付+70%提单日 30 天；2018 年 7 月-2021 年 6 月为提单日 60 天 信用额度：2018 年 1 月-7 月 20 万美元；2018 年 8 月-2019 年 11 月 30 万美元；2019 年 12 月-2021 年 6 月 50 万美元

序号	客户名称	报告期内信用政策
11	韩国 BIGS	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年-2019 年 2 月 50 万美元；2019 年 3 月-4 月 80 万美元；2019 年 5 月-2020 年 11 月 100 万美元；2020 年 12 月-2021 年 6 月 80 万美元
12	菲律宾 JTP	信用期限：2018 年度为 100%预付款；2019 年-2021 年 6 月提单日 30 天 信用额度：2019 年-2020 年 7 月 40 万美元；2020 年 8 月-2020 年 11 月 100 万美元；2020 年 12 月-2021 年 6 月 50 万美元
13	京东	信用期限：2018 年度签收入库后 45 天；2019 年-2021 年签收入库后 52 天 信用额度：未设信用额度
14	惠州众盛	信用期限：出库之后 60 天 信用额度：人民币 200 万元
15	南京宏钻翼	信用期限：信用额度内循环使用 信用额度：人民币 200 万元

客户的信用政策主要包括信用期限和信用额度，报告期内，公司授予客户的信用期限变化较少，主要是信用额度的调整。公司对客户信用额度的调整，主要是伴随客户采购规模的增加，在约定信用期限内待结算金额超出原授予的信用额度，公司向中信保申请保额增加获得审批通过后，会适当调整授予客户的信用额度。

境内外客户信用政策存在差异主要原因一是境内电脑散热领域厂商众多，市场竞争激烈，除京东自营外，经销商的规模相对较小，抗风险能力相对较低，2021 年 5 月份开始，公司为境内授予信用期客户购买了中信保保险；境外主要客户多为当地知名品牌商或经销商，客户规模较大或与公司合作多年、合作稳定，抗风险能力相对较高，公司为境外授予信用期客户均购买了中信保保险。二是境内销售运输距离相对较近，物流运输便捷，产品的销售周期相对较短；境外销售运输距离较远，运输周期长，产品的销售周期相对较长。公司在充分考虑境内外客户差异及市场环境存在差异的情况下，对境外客户的信用策略宽松于境内客户，具有合理性。

2、报告期内，经销商信用政策和直销客户信用政策对比说明

报告期内，公司销售模式包括经销模式和直销模式。其中，直销模式主要是对 OEM/ODM 客户的销售及通过线上 B2C 平台开设旗舰店的方式对终端消费者直接销售。报告期内，公司给予主要 OEM/ODM 直销客户的信用政策如下：

序号	客户名称	报告期内信用政策
1	德国 BE	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年 1 月-10 月 49 万美元；2018 年 11 月-2019 年 3 月 80 万美元；2019 年 4 月-2020 年 8 月 130 万美元；2020 年 9 月-2021 年 6 月 150 万美元
2	德国 EKL	信用期限：2021 年 6 月前为出厂日 7 天；2021 年 6 月始调整为出厂日 30 天 信用额度：2021 年 6 月前未设信用额度；2021 年 6 月始为 30 万美元
3	日本 TW	信用期限：提单日 15 天 信用额度：15 万美元
4	比利时 TR	信用期限：提单日 60 天 信用额度：2018 年 1-4 月为 5 万美元；2018 年 5 月-2021 年 6 月为 60 万美元
5	北京 ABB	信用期限：确认收货之后 90 天 信用额度：2021 年 3 月前未设信用额度，2021 年 3 月-6 月为 750 万元

报告期内，公司根据不同客户基本情况、销售规模、合作历史及其所处国家或地区的政治经济环境、市场环境等给予了不同的信用政策，公司给予经销商和 OEM/ODM 直销客户的信用政策具有一致性，不存在给予经销商的信用政策显著宽松于其他销售模式的情况。

3、报告期内，是否存在放宽信用政策调节收入的说明

报告期内，公司主要客户信用政策中信用期限变动不大。公司对主要客户信用期限的小幅调整主要是基于与客户前期的合作情况和当期客户的采购需求、公司产品生产和供货能力，根据客户的规模实力、品牌信誉、合作历史、客户性质、客户所在国家或地区的政治经济环境等方面，结合中信保的承保条件进行调整。

报告期内，公司给予境外客户的信用额度变化主要受其采购需求影响，客户采购量增加，给予客户的信用额度不足以覆盖客户的采购金额时，公司需要调增信用额度。公司根据客户的需求变化调整信用额度并向中信保申请额度调整，中信保进行审批并出具信用限额审批单确认其承保的支付方式、信用期限及金额等，公司在中信保承保范围内确认增加或减少信用额度。

总体上，公司境外经销商信用政策略宽松于境内经销商，规模较大、品牌知名度高、综合实力强、所处国家或地区政治经济环境稳定、合作时间较长且交易稳定的经销商客户信用政策宽松于规模较小、综合实力较弱的经销商客户。

的信用政策，存在部分经销商信用政策宽松于其他经销商的情况。

境内经销商除京东自营外，其他经销商的规模相对较小，抗风险能力相对较低。公司仅对资金实力相对较强、合作时间相对较强的部分经销商给予了信用期，多数境内经销商采取“先款后货”的方式进行销售。

公司给予经销商的信用政策是根据客户的具体情况及市场环境进行制定及调整，符合公司业务发展需要，同时满足中信保的承保条件，报告期内不存在大幅异常变化，不存在通过放宽信用政策调节收入的情况。

（二）经销商回款方式、应收账款规模合理性

1、经销商回款方式

报告期内，公司经销商客户的回款方式均为银行转账回款，不存在现金回款。报告期内，公司存在第三方回款，第三方回款内容详见招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“（4）第三方回款情况”披露信息。

公司对部分信用较好的经销商授予一定的信用额度，该类经销商可以在信用额度内及信用期限内进行“先货后款”方式结算；其他经销商则采用“先款后货”方式结算。根据公司与经销商签订的协议，经销商需要将货款汇至公司指定的银行账户，公司不接受经销商的现金回款，所有回款均需通过公司银行账户结算。对于“先款后货”的客户，公司在确认所有款项已收讫，核对付款人与签订合同主体一致以及收款金额与订单金额一致后，向经销商安排发货并开具增值税发票。

对于授予一定信用额度的客户，根据公司财务制度中的坏账核销管理相关规定，由财务部门定期与业务部门沟通催收应收款项，按月跟踪，提示超账龄账款风险，业务部门负责应收账款的催收。对于款项的回收，公司制定了《货币资金管理制度》，该制度规定，公司不接受任何性质的现金收款，且有义务指导付款人将款项安全转入公司银行账户。

2、应收账款规模合理性

报告期各期末，公司应收账款及应收款项融资账面价值分别为 6,257.32 万

元、6,357.45 万元、7,941.38 万元和 7,460.33 万元，受公司销售规模增长影响，应收账款呈逐年增长趋势。报告期各期末，公司各期账龄在 1 年以内的应收账款均在 99%左右，应收账款回收情况良好，坏账准备计提政策稳健、谨慎，不存在发生大额坏账损失的风险。

（1）应收账款规模合理性分析

公司收入主要来源于销售电脑散热器、机箱和电源等产品，产品销售形成的应收账款占公司总应收账款余额的比例均为 100.00%。由于公司产品销售信用期主要在 2 个月以内，因此报告期各期末产品销售形成的应收账款主要受报告期各期末前 2 个月销售额所影响。结合销售信用期因素，对公司产品销售形成的应收账款余额情况进行分析，如下表所示：

单位：万元

日期	应收账款及应收款项 融资账面余额	各期间最后两个月销 售额（含税）	占比
2021 年 6 月 30 日	7,859.45	13,255.66	59.29%
2020 年 12 月 31 日	8,361.90	15,242.87	54.86%
2019 年 12 月 31 日	6,698.70	11,965.14	55.99%
2018 年 12 月 31 日	6,595.85	7,535.96	87.53%

注：销售额（含增值税）=当期外销营业收入+当期内销营业收入×（1+适用增值税税率）。

报告期内，公司给予客户的信用期限主要在 2 个月以内，由上表可以看出，报告期各期末公司应收账款及应收款项融资余额占各期间最后两个月销售额的比例分别为 87.53%、55.99%、54.86%和 59.29%，符合逻辑。

2018 年末、2019 年末应收账款及应收款项融资余额基本保持稳定。2020 年末应收账款及应收款项融资账面余额较 2019 年度增加 24.83%，2020 年度公司营业收入较 2019 年度增加 54.81%，应收账款规模增加主要受收入增长影响，应收账款余额增长幅度小于营业收入增长幅度主要原因是公司执行严格的应收账款信用管理政策，积极催收应收账款，应收账款周转率提高。

六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

（一）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况

1、经销商的终端客户构成情况

公司向经销商销售的产品主要为电脑散热器、机箱、电源等，产品主要应用于台式机电脑，受产品性质影响，公司产品的终端客户主要为个人消费者，个人消费者中游戏玩家为主要的消费群体。

2、各层级经销商的定价政策

报告期内，经销模式下，公司直接发货给经销商，经销商采购后销售给其下游客户，公司与经销商客户的交易为买断式销售，经销商购买公司产品再向下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，公司不做限制。公司经销商管理体系中不存在二级经销商。

公司向境外经销商客户销售定价政策：根据产品生产成本及销售成本计算最低 FOB 报价，各销售区域业务人员根据该区域的历史销售价格、市场同类产品的价格和订单成交方式等，在 FOB 报价的基础上保留一定的利润进行报价。

公司向境内经销商客户销售定价政策：产品定义阶段完成市场调研和竞品分析，在充分考虑生产成本、销售成本和利润的前提下制定产品的建议零售价，开发完成后，以建议零售价为基础对客户进行报价。

3、经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况

（1）报告期内，公司前十大经销商期末库存及期后销售情况

2020 年度及 2021 年 1-6 月，公司前十大经销商客户期末发行人产品库存情况如下：

①2021 年 6 月 30 日

单位：万 PCS

序号	客户名称	客户期末库存数量	公司年度销售数量 (2020.7-2021.6)	期末库存占比	客户产品销售周期
1	俄罗斯 DNS	40.12	122.53	32.74%	3 个月左右
2	京东	2.04	59.13	3.45%	1 个月左右
3	美国 NE	0.44	8.01	5.49%	1-2 个月左右
4	俄罗斯 INLINE	13.59	46.79	29.04%	3 个月左右
5	韩国 BIGS	4.59	11.05	41.54%	2 个月左右
6	立陶宛 ACME	3.71	11.22	33.07%	3 个月左右
7	德国 CSL	客户拒绝提供	12.38	-	-
8	俄罗斯 MER	客户拒绝提供	90.21	-	-
9	惠州众盛	0.74	27.21	2.72%	1 个月左右
10	乌克兰 Spline	2.50	13.59	18.40%	3 个月左右

注：韩国 BIGS 期末库存占比较高的主要原因是 2021 年 1-6 月韩国 BIGS 向公司采购 GP/H-GAMMAXX 400 系列的散热器产品数量较大，公司 2021 年 1-6 月向韩国 BIGS 销售 GP/H-GAMMAXX 400 系列的产品数量为 4.13 万 PCS，韩国 BIGS 期末 GP/H-GAMMAXX 400 系列产品的期末库存量为 2.11 万 PCS，占韩国 BIGS 期末库存比例为 46.01%；该产品库存在 2021 年 7-8 月基本销售完成。

②2020 年 12 月 31 日

单位：万 PCS

序号	客户名称	客户期末库存数量	公司年度销售数量 (2020 年度)	期末库存占比	客户产品销售周期
1	俄罗斯 DNS	37.93	118.92	31.90%	3 个月左右
2	京东	1.80	57.27	3.15%	1 个月左右
3	俄罗斯 INLINE	9.05	46.03	19.67%	3 个月左右
4	俄罗斯 MER	16.71	101.64	16.44%	3 个月左右
5	美国 NE	1.34	6.41	20.94%	1-2 个月左右
6	加拿大 CC	2.56	10.18	25.16%	2-3 个月左右
7	美国 BUY	12.07	34.46	35.02%	1-2 个月左右
8	韩国 BIGS	1.60	12.21	13.14%	2 个月左右
9	惠州众盛	0.92	31.55	2.92%	1 个月左右
10	立陶宛 ACME	3.19	11.00	29.00%	3 个月左右

注：俄罗斯 DNS 主要通过自营线下零售商店及线上平台进行销售，其门店数量较多、地域分布较广、铺货周期较长，一般会保持 16-20 周的库存，总体备货量较大，库存比例相对较高；美国 BUY 采购公司产品主要用于组装机后再出售，存货周转相对较慢，库存比例相对较高。

公司向经销商客户的销售为买断式销售，公司经销商管理体系中不存在二级经销商。公司经销商根据其下游客户的需求和库存情况向公司进行采购，产品交货后的仓储保管及销售风险等均由客户自行承担。境外经销商客户的库存比例总体上高于境内经销商库存比例主要受产品运输周期和销售周期的影响。

对比公司主要经销商客户 2020 年末和 2021 年 6 月末的库存数据与公司年度销售数量，公司主要经销商客户的期末库存占公司年度销量的比例均在合理范围内，客户库存数量具备合理性，客户向下游销售产品的情况良好，不存在经销商压货的情况。

报告期内，除 2020 年下半年因水冷产品质量问题产生批量退回的情况外（详见本问询回复“问题九、关于销售费用”中关于 2020 年水冷产品退回的相关说明），未发生其他大额异常退换货情况；报告期末至本问询回复出具之日，未发生大额异常退换货情况。

4、各层级经销商回款情况

截至 2021 年 8 月 31 日，公司客户的期后回款情况如下：

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
应收账款和应收款项融资账面余额	7,859.45	8,361.90	6,698.70	6,595.85
截至 2021 年 8 月 31 日期后回款金额	7,745.38	8,300.30	6,692.36	6,590.67
期后回款占比	98.55%	99.26%	99.91%	99.92%

报告期各期末，公司应收账款的期后回款情况较好，主要原因是公司建立了良好的应收账款管理制度。同时，为确保应收账款不出现重大的坏账风险，公司向中信保投保出口信用保险。

公司在建立客户关系时会重点考虑客户的信用情况、财务情况和经营情况等给予客户一个较为合理的付款期限，在识别出客户存在资金问题时，立即采取暂停发货或先款后货的措施。对于新合作的客户一般采用先款后货的合作方式，对于建立长久合作关系的客户，会根据其回款情况、整体经营情况、财务情况等在其中信保额度内给予信用额度。

截至 2021 年 8 月 31 日，公司 2021 年 6 月 30 日应收账款期后未回款金额

为 114.07 万元。主要是部分客户因疫情原因存在回款延期，对于已超过或即将要超过信用期尚未回款的客户，公司已与客户进行联系，要求其尽快回款。

（二）如存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。

报告期内，公司直销模式包含向 OEM/ODM 客户直接销售产品和公司通过亚马逊、天猫旗舰店、京东 POP 和拼多多向终端消费者直接销售产品的情况。除工业类散热产品，公司主要产品为电脑散热器、机箱、电源等，主要用于装配台式机使用，终端用户主要为个人消费者。消费者可以选择从公司在京东、淘宝、拼多多及亚马逊等线上平台设立的直销网店、经销商线上销售平台或其线下零售门店、经销商下游零售商等多种途径购买公司产品，不能排除存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，采用两种销售模式的原因及合理性如下：

公司采用两种销售模式主要受产品性质决定，公司主要产品包括电脑散热器、机箱和电源，为通用型消费类产品，终端用户主要为个人消费者，终端用户购买后可自行与其他电脑配件进行组装或直接购买含公司产品的组装电脑产品。

公司产品的终端用户零散分部在全球各地，公司通过经销和直销两种模式可以扩大销售区域，更好的推广公司产品及品牌。两种销售模式下，个人消费者可以自主选择购买渠道。

公司选择经销模式为主的业务模式合理性及必要性详见本问询回复之“问题六”之“发行人回复”之“一、进一步说明采用经销模式合理性”。

综上，公司同时对终端客户采用两种销售模式主要受产品性质和终端用户性质影响，与同行业可比公司销售模式具有一致性，公司销售模式具备合理性。

七、说明经销商构成及稳定性情况，是否存在经销商向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，请说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

（一）经销商构成

1、经销商分类情况

报告期内发行人经销商主要从事电脑硬件产品或周边产品销售，可进一步细分为零售商、分销商、装机商等三类，其主要分类标准如下：

零售商：主要收入来源为向终端客户直接售卖电脑硬件产品，其中包括线上网站及线下店铺销售。

分销商：主要收入来源为向下级经销商或其他零售商销售电脑硬件产品。

装机商：主要收入来源为向终端消费者售卖电脑整机，较少单独售卖电脑零部件。

报告期各期间，上述类型经销商对应营业收入及主营收入占比情况如下：

单位：万元

经销商类型	2021 年 1-6 月		2020 年度	
	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比
零售商	8,262.56	21.09%	19,183.84	23.53%
分销商	18,342.56	46.82%	36,852.53	45.20%
装机商	4,826.40	12.32%	7,520.07	9.22%
经销商类型	2019 年度		2018 年度	
	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比
零售商	11,756.20	22.34%	10,121.26	24.57%
分销商	24,600.47	46.74%	19,011.21	46.15%
装机商	2,351.50	4.47%	1,446.47	3.51%

报告期各期间，公司零售商、分销商比例基本保持稳定，2020 年度装机商占比上升较快，主要原因为 2020 年度新开发了法国 LDLC 等较大规模的装机商，此外设立美国子公司对美国 POWER 以及美国 BUY 等装机商的销售促进较大所

致。

2、经销商分层及稳定性情况

公司报告期内经销商分层情况已于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务及主要产品情况”之“（二）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（1）经销模式”中披露如下：

2018 年度至 2020 年度，发行人经销商按照销售收入 50 万元以下、50 万元-100 万元、100-500 万元、500-1,000 万元、1,000 万元以上为标准进行分层。其不同层级经销商数量情况如下：

单位：家

分层	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	家数	占比	家数	占比	家数	占比
50 万元以下	62	34.44%	87	48.07%	100	55.87%
50-100 万元	26	14.44%	31	17.13%	21	11.17%
100-500 万元	63	35.00%	44	24.31%	46	25.70%
500-1,000 万元	14	7.78%	13	7.18%	8	4.47%
1,000 万元以上	15	8.33%	6	3.31%	5	2.79%
合计	180	100.00%	181	100.00%	180	100.00%

注：发行人部分小规模经销商一年内仅下单 1-2 次，以年度计算新增退出情况

报告期内，发行人经销商相对较为分散，其中发行人与各期超过 1,000 万元销售收入经销商均不晚于 2018 年度开始合作且无新增合作首年销售收入即超过 1,000 万元的客户。

2018 年度至 2020 年度，发行人各期均产生交易额的经销商境外共计 66 家，境内共计 39 家，总计 105 家。上述经销商对应销售金额的情况如下：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
各期均产生交易经销商销售金额	54,410.74	35,829.33	28,216.93
总经销收入	63,556.45	38,708.16	30,578.93
占比	85.61%	92.56%	92.28%

2018 年度至 2020 年度，发行人各期均产生交易的经销商销售总金额保持在 85%至 92%左右，经销商总体保持稳定，未发生较大变化。向公司采购客户

绝大部分为注册法人主体，其中较大规模经销商为所在国家或地区较为知名的电脑硬件销售主体。

公司部分主要经销商报告期内收入规模已于招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（三）主要客户情况”之“3、报告期内，公司前十大境外客户基本情况”中进行披露，不存在向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况。

（二）个人经销商情况

报告期内，发行人存在少量经销商以自然人身份经营的情形，该等个人经销商均为境内经销商。公司存在个人经销商的主要原因为国内电脑硬件经营者较为灵活、分散，部分历史合作客户和新接触客户未注册公司。报告期内，公司逐渐规范个人经销商，要求较大规模的个人经销商注册公司，并清退较小规模个人经销商。公司个人经销商具体情况如下：

1、个人经销商数量

报告期各期，发行人个人经销商数量如下：

单位：位				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
个人经销商数量	1	3	16	14

公司 2019 年度个人经销商数量相对 2018 年度有所增加；主要原因为公司 2019 年度尝试采用与直播主播合作方式促进公司高单价产品在国内的销售，部分直播主播未注册公司，导致 2019 年度的个人经销商数量及收入有所增加。后续因销售效果以及加强公司自身合规性等原因综合考虑，自 2019 年末开始停止上述业务合作并清退该类型个人经销商。

报告期各期，个人经销商数量下降较为明显。

2、个人经销商收入及毛利占比

单位：万元				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
个人经销商收入	69.45	62.91	158.34	71.64
主营业务收入	39,179.70	81,527.35	52,633.23	41,194.15

收入占比	0.18%	0.08%	0.30%	0.17%
个人经销商毛利	11.92	13.94	26.76	15.64
毛利占比	0.08%	0.04%	0.13%	0.11%

报告期各期间，个人经销商非为公司的核心经销商，对应的收入及毛利占比较低，对公司收入无重大影响。

除上述个人经销商外，公司无其他非法人实体经销商情况。

3、同行业可比公司情况

经查询同行业可比公司披露文件，未发现有关于个人经销商的叙述；公司个人经销商销售金额较低，且查询公司个人经销商与公司实际控制人、主要关联方、董事、监事、高管及员工无重合，对公司销售收入无重大影响。

八、说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等；经销商是否专门销售发行人产品

报告期内，公司前十大经销商的基本情况如下：

1、俄罗斯 DNS

客户名称	ATLAS LLC（以下简称“俄罗斯DNS”）
官网地址	https://www.dns-shop.ru
成立时间	2015年4月23日
注册资本	1,000,000卢布
注册地址	100-Letiya Vladivostoka avenue,155, corp 3 office 5, Vladivostok, Primorsky kray, 690068, Russian Federation （俄罗斯符拉迪沃斯托克）
股权结构	Mr Alekseev, Dmitriy Yuryevich 100%
核心管理人员	Mr Kitaev, Vitaliy Viktorovich
员工人数	俄罗斯DNS集团拥有超过35,000名员工
主营业务	计算机、计算机周边设备和软件的批发贸易
合作历史	公司与俄罗斯DNS集团于2009年开始合作至今
是否仅销售发行人产品	否

注：客户的基本信息来源于中信保资信报告、客户访谈、客户提供的资料信息、客户官网及公开信息查询等。

俄罗斯 DNS 集团成立于 1998 年，是俄罗斯知名的以销售电子产品为主的

零售商。ATLAS LLC 和 DNS LOGISTIC LLC 为俄罗斯 DNS 集团内关联方，负责俄罗斯 DNS 集团的海外采购业务。报告期内，俄罗斯 DNS 主要通过 ATLAS LLC 与公司进行交易，2020 年末新增 DNS LOGISTIC LLC 向公司进行采购，DNS LOGISTIC LLC 基本情况如下：

客户名称	DNS LOGISTIC LLC（简称“俄罗斯DNS”）
官网地址	https://www.dns-shop.ru
成立时间	2015年12月8日
注册资本	10,000卢布
注册地址	100-letiya Vladivostoka street, 155, bld. 3, office 5, Vladivostok, Primorsky kray, 690068, Russian Federation （俄罗斯符拉迪沃斯托克）
股权结构	OOO“DNS GRUPP”100%
核心管理人员	Mr Kitaev, Vitaliy Viktorovich
员工人数	未公开相关信息
主营业务	计算机及周边设备的批发贸易

俄罗斯 DNS 的主营产品包括电脑、电视、电子书、电脑软件、手机、音像设备、照相及摄像设备、家用电器等。除发行人外，其合作品牌主要包括华为、小米、苹果、三星、LG、德商必酷、美商海盗船和 NZXT 等。

研究机构 Data Insight 对俄罗斯 2018 年度至 2020 年度电子商务网站销售额进行排名，DNS-Shop 分别排第 5 名、第 5 名和第 4 名；商业数据平台 Statista 对俄罗斯 2020 年度在线商店销售额进行排名，DNS-Shop 排名第 4 名。

2、俄罗斯 INLINE

客户名称	OOO ONLAYN TREYDING（简称“俄罗斯INLINE”）
官网地址	http://www.inline-online.ru
成立时间	2015年4月9日
注册资本	100,000卢布
注册地址	Akademika Pontryagina street 21, corp. 1/1, VII, Moscow, Moscow region, 117042, Russian Federation（俄罗斯莫斯科）
股权结构	Mr Medvedev Maksim Yuryevich 100%
核心管理人员	Mr Maer, Anton Nikolaevich
员工人数	120余人
主营业务	计算机和计算机周边设备的批发贸易
合作历史	公司与俄罗斯INLINE集团于2010年开始合作至今

是否仅销售发行人产品	否
------------	---

俄罗斯 INLINE 集团成立于 1991 年，在俄罗斯 IT 市场运营超过 20 年，是计算机设备、组件、平台和周边设备的广泛 IT 分销商。OOO ONLAYN TREYDING 和 OOO INLAYN 为俄罗斯 INLINE 集团内关联方，负责俄罗斯 INLINE 的海外采购业务。除发行人外，其合作品牌主要包括微星、英伟达、CHIEFTEC、德商必酷、PCCooler 和 TP-LINK 等。报告期内，俄罗斯 INLINE 集团主要通过 OOO ONLAYN TREYDING 与公司进行交易。

3、俄罗斯 MER

客户名称	HASKEL LLC（简称“俄罗斯MER”）
官网地址	https://merlion.com
成立时间	2003年4月2日
注册资本	2,000,000,000卢布
注册地址	Stoiteley blvd 4, corp 1, floor 8, office 819, Krasnogorsk, Moscow region, 143401, Russian Federation（俄罗斯莫斯科）
股权结构	OOO MERLION DISTRIBUTSIYA 99.999% MERLION GROUP LIMITED 0.001%
核心管理人员	Mr Vinogradov,Dmitriy Yuryevich
员工人数	俄罗斯MER集团拥有超过17,000名员工
主营业务	家用电器的批发贸易
合作历史	2012年至今
是否仅销售发行人产品	否

俄罗斯 MER 集团成立于 1992 年，是俄罗斯知名的信息技术、电子和家用电器、文具和办公家具经销商，业务包括分销、零售、系统集成、制造和服务，合作品牌超过 800 家。HASKEL LLC 为俄罗斯 MER 集团内企业，负责俄罗斯 MER 海外采购业务。除发行人外，其合作品牌主要包括苹果、华为、联想、戴尔、三星、华硕、英特尔和美商海盗船等。

俄罗斯 MER 集团在《福布斯》杂志评选的 2019 年和 2020 年“俄罗斯 200 家最大的私人公司”中排名分别为第 33 和第 28 位。研究机构 Data Insight 对俄罗斯 2018 年度至 2020 年度电子商务网站销售额进行排名，俄罗斯 MER 集团内的线上电商平台 Citilink 分别排第 2 名、第 2 名和第 3 名。商业数据平台 Statista 对俄罗斯的在线商店以 2020 年度销售额进行排名，Citilink 排名第 3。

4、立陶宛 ACME

客户名称	UAB ACC DISTRIBUTION（简称“立陶宛ACME”）
官网地址	http://www.accdistribution.eu
成立时间	1998年4月17日
注册资本	691,856欧元
注册地址	Raudondvario pl. 131B, Kaunas, Kaunas region, Kaunas city municipality, LT-47191, Lithuania（立陶宛考纳斯）
股权结构	UAB ACME Grupe 59.66%、Mr Orunas Albertas Urbonas 36.92%、Mr Buozius,Regimantas 3.42%
核心管理人员	Mr Bausys,Zymantas、Mr Buozius,Regimantas
员工人数	300
主营业务	计算机和IT产品的批发贸易
合作历史	2011年至今
是否仅销售发行人产品	否

立陶宛 ACME 是波罗的海国家知名的分销商之一，合作对象包括 200 多家 IT 技术、硬件、软件、音频、视频和摄影、游戏和家用电器的供应商和品牌。除发行人外，其合作品牌主要包括苹果、戴尔、联想、华硕、宏碁、微软、LG 和三星等。

5、乌克兰 Spline

客户名称	FIRM IT COMPONENTS AND SOLUTIONS, LTD（简称“乌克兰 Spline”）
官网地址	https://www.it-link.com.ua/index.php
成立时间	2016年12月13日
注册资本	300,000 乌克兰格里夫纳
注册地址	18-B Narodnogo Opolchennya str., off. 1, Kiev, 03151, Ukraine（乌克兰基辅）
股权结构	Mr Sednev Dmytro Viktotovich 99% Mr Korol Oleksandr Myhaylovich 1%
核心管理人员	Mr Sednev Dmytro Viktotovich
员工人数	60
主营业务	销售计算机及周边设备和软件
合作历史	2005年开始与乌克兰IT-Link集团进行合作
是否仅销售发行人产品	否

乌克兰 IT-Link 集团是一家全国性的计算机组件批发商，于 1997 年在乌克兰

兰基辅成立，主营 IT 组件和配件分销，其客户包括分销商和零售连锁店、组装商店、网上商店等。除发行人外，其合作品牌主要包括 AMD、NVIDIA、三星、Western Digital、CHIEFTRONIC 等。

FIRM IT COMPONENTS AND SOLUTIONS, LTD（乌克兰 Spline）、IT-LINK TRADING LLC 和 TD IT EQUIPMENT LLC 为乌克兰 IT-Link 集团内关联方。报告期内乌克兰 IT-Link 集团主要通过乌克兰 Spline 与公司进行交易，2020 年新增 TD IT EQUIPMENT LLC 向公司进行采购。

IT-LINK TRADING LLC 基本情况如下：

客户名称	IT-LINK TRADING LLC
官网地址	https://www.it-link.com.ua/index.php
成立时间	2018年4月10日
注册资本	300,000 乌克兰格里夫纳
注册地址	32 Mytropol'na Vasylyi Lypkivskogo str., off.110, Kyiv, 03035,Ukraine (乌克兰基辅)
股权结构	Mr Dmytrenko Dmytro Leonidovych 95% Mr Bilozir Vasyl Eduardovych 5%
核心管理人员	Mr Slavikov Maksym Mykolayovich
主营业务	销售计算机及周边设备和软件

TD IT EQUIPMENT LLC 基本情况如下：

客户名称	TD IT EQUIPMENT LLC
官网地址	https://www.it-link.com.ua/index.php
成立时间	2020年6月2日
注册资本	75,000乌克兰格里夫纳
注册地址	40 USHYN'SKOGO STR., KYIV, 03151, UKRAINE (乌克兰基辅)
股权结构	Korol Oleksandr Myhaylovych 100%
核心管理人员	Korol Oleksandr Myhaylovych
主营业务	销售计算机及周边设备和软件

6、德国 CSL

客户名称	CSL-COMPUTER GMBH & CO. KG（简称“德国CSL”）
官网地址	https://www.csl-computer.com
成立时间	1999年
注册资本	50,000欧元

注册地址	Registered Address Sokelantstr. 33-35 Hannover 30165 Germany (德国汉诺威)
股权结构	CSL Holding GmbH 100%
核心管理人员	Benjamin Lüke 、 Dennis Möller
员工人数	200
主营业务	计算机及周边设备制造
合作历史	2013年至今
是否仅销售发行人产品	否

德国 CSL 主要向终端消费者提供定制化电脑装配服务，德国 CSL 向发行人采购产品用于电脑整机组装，消费者可在德国 CSL 官方网站选择电脑显卡、主板、硬盘、机箱、风扇等相关组件后下单购买，德国 CSL 提供装配、送货及相关的售后服务。德国 CSL 被《COMPUTER BILD》杂志和商业数据平台 Statista 授予“德国 Top Shop 2021”质量标志。

8、美国 BUY

客户名称	AMERICAN FUTURE TECHNOLOGY CORP. (简称“美国BUY”)
官网地址	https://www.ibuypower.com/
成立时间	1997年4月16日
注册资本	未获得相关信息
注册地址	529 N Baldwin Park Blvd City Of Industry, CA 91746 United States of America (美国加利福尼亚州工业城)
股权结构	未获得相关信息
核心管理人员	ALEX HOU 、 DARREN SU
员工人数	120
主营业务	销售计算机及其周边设备产品
合作历史	2016年至今
是否仅销售发行人产品	否

美国 BUY 致力于为游戏玩家打造优质的游戏系统，其主要销售“iBUYPOWER”品牌的组装台式机和销售其他品牌的笔记本电脑及其他相关产品。除发行人外，其合作品牌包括英特尔、英伟达、AMD、微软、西部数据、华硕、微星等。

7、美国 NE

客户名称	MAGNELL ASSOCIATE, INC.（简称“美国NE”）
官网地址	https://www.newegg.com/
成立时间	1990年8月1日
注册资本	68,477,167美元
注册地址	17560 Rowland St City Of Industry, CA 91748 United States of America （美国加利福尼亚州工业城）
股权结构	杭州联络互动信息科技股份有限公司（002280.SZ）61.328%
核心管理人员	JAMES WU、CRAIG HAYES
员工人数	采购和营销部门约有100多人
主营业务	电子产品的销售
合作历史	2014年至今
是否仅销售发行人产品	否

美国 NE 是北美领先的专注于技术的电子零售商，业务遍及欧洲、南美、亚太地区和中东，为数千万的注册用户提供了最新的消费电子、娱乐、智能家居和游戏等产品。Newegg 的总部位于加利福尼亚州的工业市，在美国和加拿大设有北美分销机构。2017 年杭州联络互动信息科技股份有限公司（002280.SZ）完成对美国 NE 的收购，成为美国 NE 的控股股东。

9、加拿大 CC

客户名称	CANADA COMPUTERS INC.（简称“加拿大CC”）
官网地址	http://www.canadacomputers.com
成立时间	1991年
注册资本	未公开相关信息
注册地址	75 West Wilmot Street, Richmond Hill, Ontario, L4B 1K1 Canada （加拿大安大略省）
股权结构	Fan Lei、Chan Gordon
核心管理人员	Fan Lei、Chan Gordon
员工人数	1,000余人
主营业务	计算机和消费电子产品的零售和电子商务
合作历史	2013年至今
是否仅销售发行人产品	否

加拿大 CC 成立于 1991 年，是个人计算机、IT 和组件以及消费类电子产品

的零售商。除发行人外，其合作品牌包括微软、英特尔、华硕、华为、三星、美商海盗船、Thermaltake 和罗技等。

10、巴西 MP

客户名称	SOLID IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA （简称“巴西MP”）
官网地址	http://www.solidpower.com.br
成立时间	2013年6月26日
注册资本	710,000巴西雷亚尔
注册地址	RUA JOSE GALL, Nº. 1.115, GALPOES 13, 25 E 26 EDIFICIO CENTRO EMPRESARIAL ITAJAÍ – BAIRRO CARVALHO 88307-102 - ITAJAÍ/SC BRAZIL （巴西圣卡塔琳娜州）
股权结构	DANIEL FERNANDES ROSA 100%
核心管理人员	DANIEL FERNANDES ROSA 、 Rony
员工人数	30
主营业务	计算机设备的进口、出口和批发以及销售
合作历史	2013年至今
是否仅销售发行人产品	否

巴西 MP 公司地址位于巴西南部圣卡塔琳娜州，是一家经营电脑零配件的经销商，所经销的产品分布在巴西全国各地。除发行人外，其合作品牌主要包括 Redragon、LIAN LI、thermal grizzly、NZXT、GAMDIAS 等。

11、韩国 BIGS

客户名称	BRAVOTEC CO.,LTD. （简称“韩国BIGS”）
官网地址	http://www.bravotec.co.kr
成立时间	2010年7月22日
注册资本	20亿韩元
注册地址	Rm.601, 158, Wonhyo-ro, Yongsan-gu, Seoul （韩国首尔）
股权结构	JIN,SANG-EON 50%、LEE,SUNG-SOO 30%、KIM,HYUNG-CHEOL 20%
核心管理人员	JIN,SANG-EON、LEE,SUNG-SOO、JIN,HEE-CHEON
员工人数	21
主营业务	计算机周边设备的制造
合作历史	2012年至今
是否仅销售发行人产品	否

韩国 BIGS 主要从事电脑散热解决方案及电脑散热器、机箱、电源等电脑周边产品的销售，包括其自有品牌“BRAVOTEC”和其他品牌的销售。除发行人外，其合作品牌主要包括 NZXT、JONSBO、STEALTH 的产品等。

12、菲律宾 JTP

客户名称	JT PHOTOWORLD, INC.（简称“菲律宾JTP”）
官网地址	http://jtphotoworld.com
成立时间	2005年3月30日
注册资本	40,000 美元
注册地址	1434 General Luna Street, Paco, Manila 1007, Philippines （菲律宾马尼拉）
股权结构	未公开相关信息
核心管理人员	TAN,JOHNNY T.、TAN,NATY C.、TAN,JERALD C.
员工人数	55
主营业务	销售IT相关产品及配件
合作历史	2012年至今
是否仅销售发行人产品	否

菲律宾 JTP 成立于 2005 年，总部位于马尼拉，早期主要销售相机、镜头等摄影相关的产品，2009 年开始新增并拓展电脑配件产品的销售业务，目前其电脑配销售业务占其总体业务量的 80%左右，除发行人外，主要合作品牌包括 NZXT、SEASONIC、ZOTAC、CRUCIAL 等。

13、北京京东世纪贸易有限公司

客户名称	北京京东世纪贸易有限公司（简称“京东”）
官网地址	https://www.jd.com/
成立时间	2007年4月20日
注册资本	1,397,985,564美元
注册地址	北京市北京经济技术开发区科创十一街18号C座2层201室
股权结构	京东香港国际有限公司 100%
核心管理人员	刘强东、徐雷、缪晓虹
员工人数	超过320,000名员工
主营业务	京东是中国的综合网络零售商，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等数万个品牌商品。
合作历史	2007年至今

是否仅销售发行人产品	否
------------	---

京东公司地址位于北京市，综合网络零售商，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品、在线旅游等 13 大类数万个品牌商品。

14、惠州市众盛电子有限公司

客户名称	惠州市众盛电子有限公司（简称“惠州众盛”）
官网地址	无
成立时间	2010年4月9日
注册资本	100.00万元人民币
注册地址	博罗县龙溪镇宫庭村第五小组那沟
股权结构	李怀艳 90.00% 谭丽兰 10.00%
核心管理人员	李怀艳、谭丽兰、吴三林
员工人数	超过300人
主营业务	经销各类散热器产品
合作历史	从2011年至今
是否仅销售发行人产品	否

惠州市众盛电子有限公司地址位于惠州，成立于 2010 年，主要业务为经销各类散热器产品，主要覆盖广东省内地区的销售。除发行人外，主要合作品牌包括酷冷至尊、华硕等。

15、南京宏钻翼电子商务有限公司

客户名称	南京宏钻翼电子商务有限公司（简称“南京宏钻翼”）
官网地址	无
成立时间	2015年2月10日
注册资本	100.00万元
注册地址	南京市珠江路688号卓越大厦827室
股权结构	顾彬 50.00%、季珍妹 50.00%
核心管理人员	顾彬
员工人数	11人
主营业务	电脑配件销售
合作历史	2005年已经使用其他主体与九州风神开展合作，公司成立以后至今一直

	与九州风神开展合作。
是否仅销售发行人产品	否

南京宏钻翼电子商务有限公司地址位于江苏省南京市，主要业务为江苏省内的电脑配件销售，主要经营的产品为九州风神的散热器产品，覆盖江苏省内的各个商超渠道以及线上销售。除发行人外，主要合作品牌包括酷冷至尊等。

九、说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理

1、公司前五大经销商采购频率、单次采购量、销售周期及备货周期情况

报告期各期间，公司前五大经销商客户销售收入情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	俄罗斯 DNS	4,086.03	8,787.36	4,763.34	4,285.48
2	京东	2,803.17	6,535.37	4,761.80	3,340.46
3	美国 NE	1,859.18	2,029.04	827.39	765.25
4	俄罗斯 INLINE	1,062.05	3,179.85	2,186.17	1,273.27
5	韩国 BIGS	795.95	1,394.39	1,631.14	1,123.27
6	俄罗斯 MER	660.04	2,913.90	2,580.79	2,175.35
合计		11,266.42	24,839.91	16,750.63	12,963.07
经销模式收入金额		31,431.52	63,556.45	38,708.16	30,578.93
前五大经销商收入占比		35.84%	39.08%	43.27%	42.39%

注：俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE 以及京东为报告期各期前五大经销商客户，俄罗斯 MER 为 2018 年度至 2020 年度前五大经销商客户，韩国 BIGS 为 2018、2019 年度及 2021 年 1-6 月前五大客户，美国 NE 为 2020 年度及 2021 年 1-6 月前五大经销商客户

报告期各期间，上述各经销商客户的采购频率、单次采购量、销售周期及备货周期情况如下：

(1) 俄罗斯DNS

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度/2018 年末
订单次数	16	67	38	37
订单采购数量	39.31	117.45	82.57	62.76

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度/2018 年末
订单金额	3,824.81	8,728.92	4,838.44	3,511.91
平均单次采购量	2.46	1.75	2.17	1.70
平均单次采购金额	239.05	130.28	127.33	94.92
采购频率	11 天/次	5 天/次	10 天/次	10 天/次
经销商期末库存数量	33.51	31.77	19.96	12.26
平均日销售量	0.24	0.33	0.22	0.23
测算期末库存销售天数	138 天	98 天	89 天	54 天
备货周期	3 个月左右			

注1：2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；

注2：平均日销量是根据向俄罗斯DNS各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量；

注3：上述俄罗斯DNS期末库存数量为扣除其他类产品导热膏的库存数量；

注4：订单金额与收入金额差异是时间差异导致，采购经理提前向公司下达采购订单，公司在约定时间发货，根据取得的提单日期确认收入。

2020 年度，俄罗斯 DNS 的订单次数相比 2018 年度、2019 年度明显增多，主要受市场环境影响，2020 年度市场销售状况较好，公司及同行业公司 2020 年度的销售量均大幅度上升。俄罗斯 DNS 主要通过线上商城和线下门店向终端消费者销售，其根据库存数量情况向公司下达采购订单，2020 年度订单量增加，单次采购数量与以前期间基本平稳。

报告期各期末，俄罗斯DNS的期末存货数量呈增加趋势。主要受俄罗斯DNS销售门店数量增加影响。俄罗斯DNS主要通过线上商城和线下门店向终端消费者销售，报告期各期末俄罗斯DNS的门店数量情况如下：

期间	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
门店数量（个）	2,601	2,300	1,850	1,400
期末存货数量(万 PCS)	40.12	37.93	23.56	18.47
平均单个门店备货量（PCS）	154	165	127	132

从俄罗斯DNS的门店数量看，平均单个门店的备货量在2020年末和2021年6月末相比以前期间小幅增加，主要是2020年末以来，受全球货运紧张的形势影响，货运在途时间增加，发行人客户备货量略有增加。

受俄罗斯DNS的门店数量及货运在途时间增加影响，2021年6月末，俄罗斯DNS期末库存增加。同时，由于第二季度相对为销售淡季叠加因显卡等DIY计算

机硬件产品价格大幅度上涨，市场对电脑散热器需求降低，2021年1-6月平均日销量下降，导致以2021年1-6月平均日销量测算的库存销售天数延长。

（2）京东

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
订单次数	25	62	58	55
订单采购数量	25.69	57.26	44.11	33.00
订单金额	3,344.11	7,545.59	5,737.91	4,402.79
平均单次采购量	1.03	0.92	0.76	0.60
平均单次采购金额	133.76	121.70	98.93	80.05
采购频率	7天/次	6天/次	6天/次	7天/次
经销商期末库存数量	1.80	2.04	未取得	未取得
平均日销售量	0.14	0.16	0.12	0.09
测算期末库存销售天数	13	13	-	-
备货周期	访谈确认京东除“大促”期间，其他期间均为实销实备，无固定备货期，京东的销售周期一般为一个月左右			

注：公司未取得京东提供的2018年末、2019年末经销商库存数量；2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；平均日销量是根据向京东各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量。

报告期内，京东每年度的采购订单次数基本稳定，平均每周下达1次采购订单，如遇产品缺货等特殊情況，京东会与公司协调额外下单，额外下单情况主要根据库存销售情况确定。基于境内采购、出库、运输流程的便利性，京东无需集中大批量下单，采购的产品频率相对较高。

（3）美国NE

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
订单次数	11	27	22	20
订单采购数量	6.37	7.31	4.10	4.23
订单金额	1,982.39	2,264.75	1,016.51	871.01
平均单次采购量	0.58	0.27	0.19	0.21
平均单次采购金额	180.22	83.88	46.21	43.55
采购频率	16天/次	14天/次	17天/次	18天/次
经销商期末库存数量	1.34	0.44	0.82	0.60

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
平均日销售数量	0.03	0.02	0.01	0.01
测算期末库存销售天数	40	28	72	53
备货周期	1-2个月左右			

注：2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；平均日销量是根据向美国NE各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量。

报告期内，美国NE每年度的采购订单次数基本稳定，每月下达1-3次采购订单，美国NE主要通过其电商平台向终端消费者销售，下单次数根据库存销售情况确定。2020年末库存数量相对降低，主要是2020年度市场状况销售较好，期末库存数量下降。

（4）俄罗斯INLINE

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
订单次数	5	14	14	14
订单采购数量	7.87	53.43	31.89	22.27
订单金额	704.92	3,653.00	2,106.02	1,321.59
平均单次采购量	1.57	3.82	2.28	1.59
平均单次采购金额	140.98	260.93	150.43	94.40
采购频率	36天/次	26天/次	26天/次	26天/次
经销商期末库存数量	13.59	9.05	5.19	5.57
平均日销售量	0.08	0.13	0.09	0.06
测算期末库存销售天数	171	72	59	87
备货周期	2个月左右			

注：2018年末、2019年末经销商库存数量根据其访谈确认库存金额和平均采购单价测算；2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；平均日销量是根据向俄罗斯INLINE各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量。

报告期内，俄罗斯INLINE每年度的采购订单次数基本稳定，每月下达1-2次采购订单，主要根据库存销售情况确定。2021年6月末，俄罗斯INLINE的库存数量增加，主要是受全球货运紧张的形势影响，货运在途时间延长，发行人客户备货量增加。此外，第二季度相对为销售淡季，因显卡等DIY计算机硬件产品价格大幅度上涨，市场对电脑散热器需求降低，2021年1-6月平均日销量下降，导致以2021年1-6月平均日销量测算的库存销售天数延长。

(5) 韩国BIGS

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
订单次数	8	14	14	12
订单采购数量	7.68	13.48	14.11	14.68
订单金额	914.07	1,499.36	1,586.81	1,123.27
平均单次采购量	0.96	0.96	1.01	1.22
平均单次采购金额	114.26	107.10	113.34	93.61
采购频率	23天/次	26天/次	26天/次	30天/次
经销商期末库存数量	4.59	1.60	2.97	0.94
平均日销售量	0.04	0.03	0.04	0.04
测算期末库存销售天数	118	48	70	21
备货周期	2个月左右			

注：2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；平均日销量是根据向韩国BIGS各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量。

报告期内，韩国BIGS每年度的采购订单次数基本稳定，每月下达1-2次采购订单，主要根据库存销售情况确定。2021年6月末，韩国BIGS的库存数量增加，以2021年1-6月平均日销量测算的期末库存销售天数增加较多，主要是第二季度相对为销售淡季，平均日销量较低，以2021年1-6月平均日销量测算的库存消化天数延长。此外，受全球货运紧张的形势影响，货运在途时间延长，发行人客户备货量增加。

(6) 俄罗斯MER

数量单位：万PCS;金额单位：万元

期间	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
订单次数	9	17	20	17
订单采购数量	47.30	107.26	99.57	78.72
订单金额	1,107.63	3,009.79	2,703.55	2,071.10
平均单次采购量	5.26	6.31	4.98	4.63
平均单次采购金额	123.07	177.05	135.18	121.83
采购频率	20天/次	21天/次	18天/次	21天/次
经销商期末库存数量	拒绝提供	16.71	访谈未提供	访谈未提供
平均日销售量	0.14	0.28	0.26	0.25

期间	2021 年 1-6 月 /2021 年 6 月末	2020 年度 /2020 年末	2019 年度 /2019 年末	2018 年度 /2018 年末
测算期末库存销售天数	-	60	-	-
备货周期	3 个月左右			

注：2021年1-6月采购频率为 $180 \div$ 订单次数，其他各期间为 $365 \div$ 订单次数；平均日销量是根据向俄罗斯MER各期间销售数量完全实现销售，不考虑期初期末库存影响的平均日销售量。

报告期内，俄罗斯MER每年度的采购订单次数基本稳定，每月下达1-2次采购订单，主要根据库存销售情况确定。2020年末，俄罗斯MER的库存数量销售天数为60天。其他各期期末，俄罗斯MER均未提供其期末存货数量或金额。2021年1-6月平均日销量减少，主要是第二季度相对为销售淡季，2021年1-6月平均日销量减少。

2、经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期与经销商进销存的匹配情况

（1）经销商一般备货周期

报告期内，公司经销商客户的备货周期主要在 1 个月-3 个月不等，主要经销商客户的备货周期详见本题公司前五大经销商采购频率、单次采购量、销售周期及备货周期情况和本问询回复之“问题六、关于经销收入核查”之“发行人回复”之“六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“（一）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“3、经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”之“（1）报告期内，公司前十大经销商期末库存及期后销售情况”中的相关说明。

公司经销商客户的备货周期主要受客户性质、规模大小和铺货周期等影响，总体上境外客户的备货周期略长于境内客户备货周期。境外经销商如俄罗斯 DNS 备货周期在 3 个月左右，周期较长主要原因是俄罗斯 DNS 通过其线上平台和线下零售商店向终端用户销售，其 2600 余家零售商店零散分布在俄罗斯境内及周边国家，俄罗斯 DNS 在符拉迪沃斯托克收货后向俄罗斯全境铺货，铺货周期较长。境内经销商如京东除“大促”期间，其他期间均为实销实备，无固定备货期，主要原因是京东通过其线上平台向终端用户销售，京东作为境内知名的电商平台，其用户量大、仓储物流管理完善，货物流转速度快，备货周期较

为灵活。

（2）经销商进销存

根据公司与境内、境外经销商签订的销售协议，经销商接受商品签收入库之后，拥有现实权利主导该商品的使用，有权利在合理范围内自行确定销售价格，并从中获得全部的经济利益，即经销商获得了该产品的控制权，上述销售行为属于买断式销售，即公司不存在对经销商的销售定价权，不存在对经销商的进销存进行管理的权利。日常管理中，公司销售人员根据市场情况、经销商的回款情况等，了解其销售情况，并据此调整公司的生产计划、市场策略等。

公司境外主要经销商客户的库存数据及占比、客户备货周期信息详见本问询回复之“问题六”之“发行人回复”之“六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“（一）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“3、经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”。

经与境内经销商进行充分沟通协调，保荐人取得了部分经销商 2020 年 12 月末和 2021 年 6 月末的库存数据，发行人境内前五大经销商库存产品数量及占该经销商购买数量的比重如下：

①2021 年 6 月 30 日

单位：万 PCS

序号	公司名称	客户 库存数量	2020.7-2021.6 销售数量	库存占比
1	北京京东世纪贸易有限公司	2.04	59.13	3.45%
2	惠州市众盛电子有限公司	0.74	27.21	2.72%
3	南京宏钻翼电子商务有限公司	0.54	19.71	2.74%
4	惠州市华贯电子科技有限公司	0.39	12.91	3.02%
5	武汉京天鼎承科技有限公司	0.46	5.57	8.26%

②2020 年 12 月 31 日

单位：万 PCS

序号	公司名称	客户 库存数量	2020 年度 销售数量	库存占比
1	北京京东世纪贸易有限公司	1.80	57.27	3.15%
2	惠州市众盛电子有限公司	0.92	31.55	2.92%
3	南京宏钻翼电子商务有限公司	0.48	20.99	2.30%
4	东莞市龙潮电子科技有限公司	0.10	3.42	2.79%
5	上海英耐电子有限公司	0.77	8.03	9.54%

经销商提供的证明资料，2020 年末及 2021 年 6 月末，发行人主要境内经销商的库存数量占发行人最近一年向其销售量的比例不超过 10%，不存在大规模囤货的情况，经销商库存占比合理，产品终端销售情况良好。

（3）报告期内，发行人经销商退换货情况

报告期内，公司经销商的退换货的政策如下：

销售模式	退换货条款或约定
京东自营	发行人接受京东自营任何原因的退换货要求。消费者通过京东自营采购的商品，发生退换货可直接联系京东自营的平台客服，京东自营平台进行退换货后再向发行人进行处理
境内其他经销	发行人与境内其他经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的产品若发生质量问题，消费者可以联系经销商进行退换货或赔付，也可以直接联系发行人售后服务人员
境外经销	发行人与境外经销商合同未明确约定退换货条款，经销商销售的产品若发生质量问题，境外消费者直接联系经销商进行退换货或赔付，境外经销商未能妥善处理的，消费者可以直接联系发行人售后服务人员

除京东外，公司与其他经销商未明确约定退换货条款；公司整体的退货率较低。

报告期内，公司的退换货率具体情况如下：

①境内经销商退换货率，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
京东自营退换货金额	144.20	305.23	290.90	236.76
京东自营营业收入	2,803.17	6,535.37	4,761.80	3,340.46
退换货金额占营业收入比	5.14%	4.67%	6.11%	7.09%
其他经销商退换货金额	85.01	74.05	17.44	21.61
其他经销商营业收入	4,888.06	10,798.81	7,105.06	6,188.46

退换货金额占营业收入比	1.74%	0.69%	0.25%	0.35%
-------------	-------	-------	-------	-------

②境外经销商退换货率，具体如下：

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	438.81	691.12	6.88	33.19
营业收入	23,740.29	46,222.27	26,841.30	21,050.01
退换货收入占营业收入比	1.85%	1.50%	0.03%	0.16%

报告期内，公司对产品的质量控制良好，公司退换货率整体较低。

十、说明发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等；通过关联经销商实现的销售收入、毛利、毛利率，销售价格和毛利率与非关联经销商是否存在显著差异

经查询公司控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高管及关键岗位人员填写的调查表；查询境外经销商中信保资信报告内的股东信息；经国家企业信用信息公示网及企查查等网站穿透查询公司境内经销商股东情况。核查了发行人及其实际控制人、主要股东、董事（不含独立董事）、监事、高管及关键岗位人员报告期内的资金流水记录并匹配比对大额流水对手方是否与前述名单存在重合；现场走访及视频访谈过程中对经销商交易情况及是否存在关联关系或其他利益安排等事项进行访谈确认。

经核查，发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户无关联关系或其他利益安排。

发行人的境外经销商玻利维亚 Evercool 的公司全称为 DEEPCOOL THERMAL CORP SRL，其中包含“DeepCool”字样，主要原因为该客户股东在注册该公司前就与九州风神合作多年，成立该公司主要目的为销售公司产品，在南美地区有公司名称包含主要经营产品品牌的习惯；该客户其股东及关键岗位人员与公司无关联关系，除销售公司产品外亦销售 BitFenix 品牌机箱等其他

电脑硬件产品；公司未授权公司商标给该客户。报告期各期间，发行人向玻利维亚 Evercool 的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入	296.76	600.05	269.75	335.87
主营业务收入占比	0.75%	0.73%	0.51%	0.81%

玻利维亚 Evercool 的销售收入占比较低，对公司收入无重大影响。除上述客户外，公司与经销商间不存在其他特殊关系或业务合作。

发行人及实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商间不存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持。

十一、发行人与主要境外客户合作时间较长，发行人与主要客户 2010 年以来的交易金额、销量和单价情况

经查询公司账户历史流水并核对序时账中收款记录，公司报告期各期前十大境外客户自 2010 年以来的销售收入、销售数量、平均单价情况如下：

1、俄罗斯 DNS

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
俄罗斯 DNS	2010 年度	639.39	24.91	25.67
	2011 年度	1,901.16	54.47	34.91
	2012 年度	2,630.94	69.99	37.59
	2013 年度	2,605.41	61.98	42.03
	2014 年度	2,177.63	42.03	51.81
	2015 年度	2,463.76	43.36	56.82
	2016 年度	1,947.31	57.03	34.15
	2017 年度	5,338.13	112.32	47.52
	2018 年度	4,285.48	83.42	51.37
	2019 年度	4,763.34	81.77	58.26
	2020 年度	8,787.36	118.92	73.89
	2021 年 1-6 月	4,086.03	43.76	93.37

注：2010 年度至 2015 年度财务数据未经审计，下同

2、德国 BE

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
德国 BE	2013 年度	229.47	15.41	14.89
	2014 年度	218.91	9.86	22.21
	2015 年度	627.95	12.45	50.43
	2016 年度	1,838.13	15.15	121.30
	2017 年度	1,706.67	17.12	99.67
	2018 年度	2,630.00	21.97	119.71
	2019 年度	3,881.76	27.40	141.69
	2020 年度	4,222.38	29.77	141.85
	2021 年 1-6 月	1,601.51	13.43	119.25

公司与德国 BE 自 2013 年开始合作，收入统计自 2013 年度开始。

3、俄罗斯 INLINE

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
俄罗斯 INLINE	2010 年度	76.09	4.20	18.12
	2011 年度	291.60	11.67	24.99
	2012 年度	756.93	30.25	25.02
	2013 年度	720.91	20.74	34.76
	2014 年度	1,102.44	25.66	42.96
	2015 年度	434.70	6.71	64.74
	2016 年度	994.28	22.04	45.10
	2017 年度	1,799.88	36.30	49.58
	2018 年度	1,273.27	22.00	57.88
	2019 年度	2,186.17	31.89	68.55
	2020 年度	3,179.85	46.03	69.08
	2021 年 1-6 月	1,062.05	14.32	74.16

4、俄罗斯 MER

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
俄罗斯 MER	2012 年度	243.19	11.11	21.88

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
	2013 年度	1,139.60	41.95	27.16
	2014 年度	1,811.79	51.18	35.40
	2015 年度	1,160.29	42.69	27.18
	2016 年度	1,643.84	77.19	21.29
	2017 年度	2,672.37	111.18	24.04
	2018 年度	2,175.35	89.35	24.35
	2019 年度	2,580.79	93.88	27.49
	2020 年度	2,913.90	101.64	28.67
	2021 年 1-6 月	660.04	25.31	26.08

公司与俄罗斯 MER 自 2012 年开始合作，收入统计自 2012 年度开始。

5、美国 NE

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
美国 NE	2014 年度	272.33	2.88	94.48
	2015 年度	1,141.87	4.83	236.52
	2016 年度	1,485.92	6.98	213.01
	2017 年度	784.02	5.17	151.57
	2018 年度	765.25	4.14	184.95
	2019 年度	827.39	3.75	220.45
	2020 年度	2,029.04	6.41	316.59
	2021 年 1-6 月	1,859.18	6.04	307.98

公司与美国 NE 自 2014 年开始合作，收入统计自 2014 年度开始。

6、加拿大 CC

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
加拿大 CC	2013 年度	98.25	2.04	48.15
	2014 年度	130.39	2.50	52.09
	2015 年度	356.97	3.02	118.27
	2016 年度	378.54	3.94	96.05
	2017 年度	578.58	5.09	113.57
	2018 年度	883.41	6.29	140.51

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
	2019 年度	779.63	4.97	156.73
	2020 年度	1,923.28	10.18	189.01
	2021 年 1-6 月	491.16	2.52	195.02

公司与加拿大 CC 自 2013 年开始合作，收入统计自 2013 年度开始。

7、美国 BUY

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
美国 BUY	2016 年度	26.14	0.09	291.76
	2017 年度	280.33	1.65	169.58
	2018 年度	516.2	14.56	35.46
	2019 年度	342.55	10.03	34.16
	2020 年度	1,530.65	34.46	44.41
	2021 年 1-6 月	502.13	8.04	62.46

公司与美国 BUY 自 2016 年开始合作，收入统计自 2016 年度开始。

8、韩国 BIGS

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
韩国 BIGS	2012 年度	33.10	0.58	57.27
	2013 年度	123.81	2.52	49.09
	2014 年度	40.52	1.79	22.63
	2015 年度	461.38	6.53	70.61
	2016 年度	805.24	11.38	70.74
	2017 年度	739.89	10.25	72.18
	2018 年度	1,123.27	16.08	69.85
	2019 年度	1,631.14	15.38	106.05
	2020 年度	1,394.39	12.21	114.22
	2021 年 1-6 月	795.95	7.01	113.53

公司与韩国 BIGS 自 2012 年开始合作，收入统计自 2012 年度开始。

9、立陶宛 ACME

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
立陶宛 ACME	2011 年度	29.97	1.86	16.11
	2012 年度	62.46	3.43	18.21
	2013 年度	79.24	3.11	25.49
	2014 年度	134.87	3.91	34.47
	2015 年度	133.97	2.07	64.58
	2016 年度	144.82	3.11	46.52
	2017 年度	177.32	2.61	67.90
	2018 年度	307.66	3.27	94.00
	2019 年度	325.19	3.33	97.54
	2020 年度	1,273.17	11.00	115.77
	2021 年 1-6 月	723.43	4.89	147.93

公司与立陶宛 ACME 自 2012 年开始合作，收入统计自 2012 年度开始。

10、迪拜 SDC

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
迪拜 SDC	2018 年度	165.95	0.68	242.79
	2019 年度	376.75	2.51	150.15
	2020 年度	1,102.80	5.13	214.93
	2021 年 1-6 月	523.03	1.92	272.90

公司与迪拜 SDC 自 2018 年开始合作，收入统计自 2018 年度开始。

11、德国 CSL

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
德国 CSL	2013 年度	61.35	2.15	28.51
	2014 年度	200.70	10.03	20.01
	2015 年度	226.50	2.05	110.39
	2016 年度	762.98	11.07	68.93
	2017 年度	844.49	13.39	63.06
	2018 年度	464.52	2.61	178.26

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
	2019 年度	937.25	10.74	87.27
	2020 年度	1,002.90	10.56	95.01
	2021 年 1-6 月	715.45	5.32	134.59

公司与德国 CSL 自 2013 年开始合作，收入统计自 2013 年度开始。

12、日本 TW

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
日本 TW	2010 年度	128.35	4.61	27.87
	2011 年度	281.62	16.13	17.46
	2012 年度	459.59	20.04	22.93
	2013 年度	589.65	19.48	30.27
	2014 年度	579.87	13.85	41.87
	2015 年度	497.06	12.19	40.78
	2016 年度	679.17	26.04	26.09
	2017 年度	717.87	20.59	34.86
	2018 年度	979.02	20.54	47.67
	2019 年度	1,340.32	28.06	47.76
	2020 年度	959.43	19.07	50.30
	2021 年 1-6 月	468.47	5.38	87.03

13、德国 EKL

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
德国 EKL	2010 年度	2,115.05	79.61	26.57
	2011 年度	2,720.20	104.15	26.12
	2012 年度	1,987.20	78.82	25.21
	2013 年度	2,460.56	75.33	32.66
	2014 年度	2,100.40	75.91	27.67
	2015 年度	1,418.85	40.40	35.12
	2016 年度	1,101.77	56.35	19.55
	2017 年度	1,213.66	57.38	21.15
	2018 年度	1,074.63	63.96	16.80

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
	2019 年度	1,155.61	51.30	22.53
	2020 年度	934.34	27.16	34.40
	2021 年 1-6 月	563.58	9.59	58.78

14、比利时 TR

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
比利时 TR	2012 年度	84.10	7.66	10.98
	2013 年度	316.74	16.33	19.40
	2014 年度	619.25	27.99	22.12
	2015 年度	971.88	45.02	21.59
	2016 年度	865.56	58.14	14.89
	2017 年度	1,331.05	86.29	15.43
	2018 年度	1,173.14	67.29	17.43
	2019 年度	907.59	52.76	17.20
	2020 年度	677.82	34.11	19.87
	2021 年 1-6 月	365.45	26.57	13.75

公司与比利时自 2012 年开始合作，收入统计自 2012 年度开始。

15、乌克兰 Spline

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
乌克兰 Spline	2010 年度	187.75	10.66	17.61
	2011 年度	184.20	10.27	17.94
	2012 年度	162.68	6.40	25.42
	2013 年度	198.83	6.52	30.48
	2014 年度	177.09	5.13	34.49
	2015 年度	289.20	4.70	61.53
	2016 年度	376.30	9.30	40.46
	2017 年度	511.02	12.08	42.30
	2018 年度	386.61	8.23	46.98
	2019 年度	529.69	8.66	61.16
	2020 年度	907.11	11.61	78.15

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
	2021 年 1-6 月	602.01	7.26	82.97

16、巴西 MP

金额单位：万元；数量单位：万 PCS；单价单位：元/PCS

客户名称	期间	销售收入	销售数量	平均单价
巴西 MP	2013 年度	26.05	3.45	7.55
	2014 年度	62.90	2.35	26.75
	2015 年度	89.35	1.41	63.56
	2016 年度	88.81	2.22	39.98
	2017 年度	393.69	5.91	66.59
	2018 年度	417.40	5.28	79.10
	2019 年度	817.47	12.28	66.59
	2020 年度	1,024.69	17.54	58.43
	2021 年 1-6 月	597.62	7.06	84.61

公司与巴西 MP 自 2013 年开始合作，收入统计自 2013 年度开始。

【中介机构核查】

一、经销商相关内控制度设计的合理性和执行的有效性的测试情况；实地访谈与经销相关的内控制度执行情况

（一）核查程序、核查方法及取得的核查证据

1、查阅公司与经销相关的内部控制制度，访谈公司业务部门负责人，了解与经销商相关内部控制的实际执行情况；取得的核查证据为公司内部控制制度、访谈记录。

2、针对经销商合同签订流程进行内部控制测试。境内客户的销售合同每年签订一次，保荐人获取各期境内前五大客户的合同签订审批流程。

3、针对与销售收入确认相关的内部控制制度，执行内部控制测试。2018 年度至 2021 年 1-6 月，对销售收入执行穿行测试。境外抽查样本数量分别为 60 个、60 个、60 个和 30 个，由客户收入确认凭证追查至合同、订单、销售出库单、报关单、提单（FOB、CIF 贸易模式）或签收单（DDP 贸易模式）和收款。境内抽查样本数量分别为 24 个、32 个、24 个及 24 个，由客户收入确认凭证追

查相应的订单、出库单、签收单、发票、收入凭证和收款凭证。

4、保荐人针对信用政策审批的内部控制，执行内部控制测试。获取全部授予信用政策境外客户的中信保信用限额审批单，并与实际授予境外客户的信用政策进行对比；获取公司前十大经销商客户信用政策变化及审批流程的 OA 截图，确认流程执行和审批情况。

（二）核查比例

1、了解内部控制制度

截至本核查报告出具之日，公司建立的销售与收款相关主要内控制度如下：

序号	销售与收款相关内控制度	主要制度
1	线上销售	《天猫平台运营管理规程》《京东自营平台运营管理规程》《亚马逊运营管理规程》《国内自营电商平台售前售后接待规程》《国内自营电商平台评价管理规程》《海外客服人员工作管理规程》
2	产品管理	《设计和开发控制程序》《产品试制过程控制程序》《新产品规划管理规程》《电源机箱产品设计和开发管理规程》《产品停产管理规程》《新产品包装制作管理规程》《包装设计管理规程》《产品价格管理规程》《备货库存管理规程》
3	客户管理	《代理商管理规程》《海外业务操作管理规程》《销售返点管理规程》《代理商订货发货管理规程》《跟单管理规程》
4	售后服务管理	《顾客投诉处理程序》《顾客满意度评定管理程序》《不合格品控制程序》
5	收款管理	《第三方回款管理规程》《国内客户应收管理规程》《国外客户应收管理规程》《银行外币收付款管理规程》

公司针对经销商销售模式已建立相对完善的内控制度，内部控制制度设计完整

2、合同签订流程测试

针对经销商合同签订流程进行内部控制测试。根据公司的相关管理制度，境内客户的销售合同每年签订一次，保荐人获取各期境内前五大客户的合同签订审批流程；公司境外客户签订合同一般为无固定期限的框架合同，根据发行人《国外客户应收管理规程》，年交易金额预计达到 20 万元美元客户需与发行人签订框架协议。保荐人选取各期销售收入 100 万元人民币以上的境外新增客户，确认发行人与其合同的签订审批流程执行情况。

（1）报告期内，境内主要客户合同签订审批情况

序号	客户名称	合同签订审批情况
1	北京京东世纪贸易有限公司	已审批并签订合同
2	惠州市众盛电子有限公司	已审批并签订合同
3	南京宏钻翼电子商务有限公司	已审批并签订合同
4	惠州市华贯电子科技有限公司	已审批并签订合同
5	武汉京天鼎承科技有限公司	已审批并签订合同
6	东莞市龙潮电子科技有限公司	已审批并签订合同
7	上海英耐电子有限公司	已审批并签订合同

经核查，发行人与境内客户销售合同的签订流程，2019 年 3 月份以前主要通过线下纸质文件审批，2019 年 2 月份开始通过线上 OA 流程审批。

(2) 报告期内，境外新增年销售金额 100 万元人民币以上客户，合同签订审批情况如下：

序号	客户名称	合同签订审批情况
1	印度ACR	2020年新增客户，已审批并签订框架合同
2	法国LDLC	2020年新增客户，未签订框架合同
3	沙特PCD	2020年新增客户，已审批并签订框架合同
4	阿根廷CG	2020年新增客户，已审批并签订框架合同
5	埃及VN	2020年新增客户，未签订框架合同
6	西班牙ASE	2020年新增客户，已审批并签订框架合同
7	台湾TUL	2019年新增客户，已审批并签订框架合同
8	沙特IF	2019年新增客户，已审批并签订框架合同
9	西班牙GLM	2019年新增客户，已审批并签订框架合同
10	迪拜SDC	2018年新增客户，已审批并签订框架合同

2020 年度，公司新增加年销售额 100 万元以上的客户法国 LDLC、埃及 VN 未签订框架合同。

经核查了解，法国 LDLC 采购发行人产品用于电脑组装，为发行人 2020 年新增客户，且 2020 年与发行人的交易额超过 20 万美元。发行人与法国 LDLC 交易量自 2021 年 3 月后较小，公司基于订单合同开展合作，法国 LDLC 基于其交易习惯未与发行人签订长期合作的框架协议。埃及 VN 为发行人 2020 年度新增加客户，报告期内仅发生一笔交易，公司基于订单合同开展合作，未签订长期合作的框架合同。

3、销售与收款流程测试

对公司销售与收款流程执行穿行测试，境外抽查样本数量分别为 60 个、60 个、60 个和 30 个，由客户收入确认凭证追查至合同、订单、销售出库单、报关单、提单（FOB、CIF 贸易模式）或签收单（DDP 贸易模式）和收款。境内抽查样本数量分别为 24 个、32 个、24 个及 24 个，由客户收入确认凭证追查相应的订单、出库单、签收单、发票、收入凭证和收款凭证。经核查，公司的销售收入确认与收款相关的内控完整、有效。

4、信用政策审批流程测试

根据公司内部控制制度，公司客户信用政策审批流程（包含首次授予信用政策审批流程和信用政策变更审批流程）主要为：销售业务员根据客户情况，判断客户申请的账期、额度是否符合公司要求，提交《客户账期及额度申请表》；销售部门总监对销售业务员 OA 中提交的《客户账期及额度申请表》的账期、额度进行审核及批复；中信保管理员根据《客户账期及额度申请表》申请内容，向中信保提交“信用限额申请”，并及时反馈中信保的批复结果；销售业务员根据中信保批复结果，整合出客户的账期、额度，并向销售总监提交合同及订单等文件；销售部门负责人基于销售业务员的需求与中信保的批复结果，评估并设定申请客户的账期、额度，确保客户的账期、额度未超出中信保所批复的范围；事业部总经理根据事业部当前中信保批复的总账期、额度情况，对客户申请的账期、额度进行审批；报表会计、财务总监根据公司应收账款、中信保批复情况，对销售部门申请客户的账期、额度同时进行审批；应收账款专员根据审批通过的内容更新《应收信用情况表》，并在系统中设置客户的账期、额度，及按中信保的保单期限设置客户账期、额度的失效日期。

经对公司前十大经销商客户信用政策变化及审批流程执行情况进行核查，公司针对客户信用政策变更均按照内部控制制度要求执行了审批流程，执行情况良好。公司在 2019 年 11 月以前通过线下纸质审批方式签报；2019 年 11 月开始，通过 OA 流程进行审批。

（三）核查结论

报告期内，发行人与经销商相关内部控制制度设计合理，执行有效。

二、样本选取标准和选取过程

保荐人、申报会计师以及发行人律师针对发行人经销模式下收入真实性，主要通过以下手段进行财务核查：

- 1、对发行人部分境内外客户进行现场走访或视频访谈，并同步获取其库存以及最终销售相关资料。
- 2、对发行人经销客户进行函证，获取报告期各期间经销商客户的销售金额、期末应收账款金额。
- 3、对销售收入进行穿行测试、细节测试、截止性测试；确认经销收入总体真实性。

针对上述核查手段中的样本选取标准以及选取过程，保荐人、申报会计师核查如下：

（一）核查程序

- 1、获取各类经销商核查样本清单，比对报告期各期发行人经销收入情况。
- 2、对视频访谈及现场走访核查方式的经销商清单，确认客户属性、客户分层情况、客户所属地区，确认是否符合发行人经销模式销售特征。
- 3、对函证、穿行测试、细节测试及截止性测试核查方式的经销商清单，确认核查样本选取标准以及选取过程。

（二）核查意见

1、走访样本选取情况

（1）境外走访样本选取

2019 年末，保荐人、申报会计师及发行人律师核查小组（以下简称“核查小组”）已经着手计划境外访谈，选定拟现场走访名单并尝试对韩国 BIGS 进行现场走访。2020 年初，因“新冠”疫情影响，对拟访谈境外客户名单进行现场访谈存在困难，因此中介机构主要通过视频访谈结合现场访谈的方式对境外经销客户进行核查。截至本问询回复出具之日，已选取 31 家经销客户计入境外访谈样本，并完成全部 31 家经销客户的现场访谈或视频访谈工作（美国 BUY 由

保荐人及发行人律师完成)。

在境外经商访谈样本的选取中，核查小组制订计划时主要考虑行程的可完成性，并综合考虑经销商类别、数量、规模、区域分布等特征，最终完成访谈名单。具体情况如下：

①经销商类别覆盖情况

发行人经销商主要分为分销商、零售商以及装机商三类，其具体区别详见本问询回复之“问题六”之“七、说明经销商构成及稳定性情况”。核查小组选取境外走访经销商样本的分类别情况如下：

经销商类别	家数	对应比例
分销商	25	80.65%
零售商	2	6.45%
装机商	4	12.90%
总计	31	100.00%

核查小组选取的境外经销商走访样本已经覆盖全部三类经销商；其中零售商比例相对较低，主要原因为发行人除俄罗斯 DNS、美国 NE 等零售商外，其余零售商规模均较小且主要分布于沙特、马其顿、毛里求斯、阿塞拜疆等国家，走访难度较大，走访实现度可能性较低。

②样本层级覆盖情况

境外经销商走访样本选取均为一级经销商，原因为发行人对经销商客户的销售为买断式销售，经销商购买公司产品再向下游客户销售的环节属于经销商自主决策的范畴，公司不做限制。发行人经销商管理体系内无二级经销商。

③样本收入规模覆盖情况

核查小组选取的境外经商走访样本对应的 2020 年度收入分层情况如下：

单位：个

分层	2020年度	
	家数	占比
100-500万元	9	29.03%
500-1,000万元	9	29.03%
1,000万元以上	13	41.94%

分层	2020年度	
	家数	占比
合计	31	100.00%

注：部分样本客户为 2019 年及 2020 年新增客户，因此选取有参考性的 2020 年度数据展示

境外经商走访样本收入分层分布较为均匀，未有过访谈某一层级经销商的情况，并可以保证较大规模经销商的样本覆盖度。

④样本区域分布特征

发行人境外收入已经覆盖全球 74 个国家和地区，境外经商走访样本中的 31 家经销商涉及俄罗斯、美国、澳大利亚、日本、德国、巴西等 25 个国家，对应的分大洲统计如下：

单位：个

所属大洲	家数	比例
欧洲	11	35.48%
亚洲	10	32.26%
美洲	8	25.81%
大洋洲	2	6.54%
总计	31	100.00%

上述地区分布符合发行人分地区收入顺序，覆盖区域包括北欧、西欧、东欧、中亚、东亚、中东、东南亚、南亚、南美以及北美区域，可以充分了解发行人产品在世界各地的销售特征。

⑤异常变动样本选取情况

报告期各期，发行人境外经销商客户基本保持稳定，无异常变动情况，中介机构核查小组对收入增长较快的客户进行了样本选取。

报告期各期，发行人境外经销商客户基本保持稳定，无异常变动情况，核查小组将报告期内的新增规模较大的客户纳入选取样本。

其中，核查小组选取了 2018 年新增的较大规模客户迪拜 SDC 于 2021 年 1 月进行了现场走访，2019 年新增的规模较大客户保加利亚 PC 于 2020 年 5 月进行视频访谈；2020 年新增的较大规模客户印度 ACR 以及法国 LDLIC 分别于

2021 年 7 月及 8 月进行了视频访谈。

（2）境内经销商走访样本选取

核查小组在选择境内经销商走访样本时，主要标准为满足境内经销收入核查比例，截至本问询回复出具之日，核查小组已经完成 18 家境内经销商客户的现场走访及视频访谈，对应 2020 年度境内经销收入占比为 78.52%。

在此基础上，核查小组在地域上选取北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、南京、郑州、天津等 13 个客户集中的国内主要城市，覆盖华北、华中、华南、西南等国内主要区域。

在经销商类别方面，选取了 2 家零售商，3 家装机商，13 家分销商；能够覆盖各类型经销商。

因境内经销商较为分散，且小型经销商较多。境内销售商走访样本选取了境内销售规模的前五大经销商，并选择部分小型经销商，其中小型经销商年度收入最低已低于 10 万元，覆盖层级符合公司境内经销业务特点。

2、函证样本选取情况

申报会计师、保荐人选取函证样本的标准为抽取的样本量不低于样本总体的 80%，抽样方式为非统计抽样，具体步骤如下：

（1）确定重大、性质特殊的客户样本，对这部分客户的抽取比例为 100%；重大的客户是指期末余额超过可容忍错报的，性质特殊的客户是指本期新增的、交易额异常变化（如有）的客户。

（2）非重大、非性质特殊的客户样本

根据非重大、非性质特殊的客户收入金额和应收账款规模，将非重大、性质特殊的客户随机抽取一部分作为函证客户样本，满足样本数量要求。

（3）计算抽取的经销商客户样本量对应的应收或预收合计余额、交易额总额分别占本期财务报表应收或预收账款的期末余额、营业收入的比例，复核抽样比例是否达到标准。

报告期各期间，申报会计师、保荐人对经销收入的发函比例均不低于 80%。

3、穿行测试、细节测试样本选取情况

穿行测试及细节测试样本选取中，保荐人以随机性保证整体样本选取有效性，具体选取标准如下：

（1）穿行测试样本选取标准

保荐人项目组以报告期各年度收入为标准，选取年度收入前 40 名客户，按收入金额从大到小排列，每月随机选择 4 家客户，以其发票序时簿中最高金额一笔订单进行穿行测试核查。

（2）细节测试样本选取标准

保荐人项目组选取境外销售收入细节测试样本程序为：报告期各期按当期收入订单金额从大到小排序，选择一定金额以上的全部订单后在剩余订单中间隔抽取，确认所选样本金额不低于当期境外收入（不含亚马逊）的 70%。

保荐人项目组选取境内销售收入细节测试样本程序为：报告期各期单笔收入前 50%全部进行细节测试。

（3）截止性测试样本选取标准

保荐人项目组抽取报告期 12 月、1 月的收入确认凭证，核查是否存在收入跨期的情形。

（三）核查结论

综上，保荐人在选取经销收入走访相关样本时，结合公司经销业务实际情况以及走访可能性，并充分考虑了经销商类别、数量、规模、区域分布等特征，选取的客户样本符合发行人电脑硬件行业的行业特征；报告期各期间，发行人的经销商较为稳定，针对新增较大规模的经销商，保荐人项目组进行同步样本更新。

此外，在经销收入整体层面的函证、穿行测试以及细节测试等环节，保荐人项目组、申报会计师根据经销收入特点，在考虑覆盖度的基础上完成了相关测试环节。

三、分析性复核情况：核查发行人、经销商相关合同、台账、销售发票、发货单、验收单/报关单/代销清单、回款记录等，核查发行人经销收入与经销商采购成本的匹配性，销货量与物流成本的匹配性，相互印证销售实现过程及结果的真实性；核查发行人与经销商相关的信息管理系统可靠性，经销商信息管理系统进销存情况，与发行人其他业务管理系统、财务系统、资金流水等数据是否匹配

（一）核查程序、核查方法及核查证据

1、访谈发行人销售人员，了解公司销售的模式、流程和贸易方式等；获取并核查发行人主要客户的合同或订单，获取发行人与中国出口信用保险公司的保险合同、发行人境外主要客户的海外资信报告和信用限额审批单，核查合同或订单中的经销商客户的身份信息；查阅发行人境内客户的工商信息资料及境内外客户公开网站信息，了解发行人经销客户的基本信息情况及主营业务是否与发行人销售的产品相匹配，印证发行人经销商的真实性。取得核查证据主要是合同、信用限额审批单、境内客户工商资料及境外客户的中信保资信报告。

2、取得发行人报告期内的销售明细，执行细节测试。境外销售核查收入确认的合同、订单、销售出库单、报关单、提单（FOB、CIF 贸易模式）或签收单（DDP 贸易模式）等文件；境内销售抽查订单、销售出库单、物流运输单、签收单等文件；并对境内外销售收入回款进行核查，比对银行回单金额、付款主体和应收账款序时账。取得的境外核查证据为合同、订单、销售出库单、报关单、提单或签收单及银行回单等；取得的境内核查证据为订单、销售出库单、物流运输单、签收单和银行回单。

3、针对发行人经销收入与经销商采购成本的匹配性，向经销商函证确认其采购金额，并获取了部分主要客户的销售毛利率数据。取得的核查证据包括函证、经销商回复的毛利率数据邮箱截图。

4、对销售费用中的运输费分析其构成，按境内运输费、境外运输费等对运输费的构成与占比进行分析，将运输费、销售量与营业收入占比进行分析。对大额的货运公司运输费进行函证，确认各期的运输费用，对主要的货运公司进行访谈。取得的核查证据主要是函证、访谈记录。

5、了解发行人经销商相关信息系统建设情况，获取发行人海关电子口岸数据。将发行人 ERP 系统供应链模块销售数据与销售收入、境外电子口岸数据、银行回款进行核对；获取发行人报告期出口退税汇总申报表及出口退税明细账，测试并核查发行人销售收入与出口退税的匹配性。取得的核查证据主要包括供应链模块导出的销售明细、电子口岸导出数据及核对分析。

6、了解经销商客户的信息系统建设情况，查询美国 NE、京东自营的系统数据，与公司财务系统收入进行核对。

（二）核查比例说明

1、细节测试情况

（1）对发行人的境内收入执行细节测试

对发行人的境内收入执行细节测试，根据发行人报告期内的销售收入明细，核查客户的订单、出库单、签收单、销售发票、银行回单等支持性资料，确认境内销售收入真实、准确。报告期各期间，保荐人项目组对境内收入执行的细节测试比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
境内收入（不含线上直销）	8,873.44	18,811.84	12,545.30	10,045.36
核查金额	4,600.45	9,700.25	6,336.63	5,471.86
核查比例	51.85%	51.56%	50.51%	54.47%

（2）对发行人的境外收入执行细节测试

对发行人的境外收入执行细节测试，根据发行人的境外销售收入明细，核查客户的合同、出库单、报关单、提单（FOB、CIF 贸易模式）或签收单（DDP 贸易模式）及银行回单。报告期各期间，保荐人项目组对境外销售收入执行的细节测试比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
境外销售收入（不含亚马逊）	27,482.31	54,927.29	35,696.89	28,611.77
核查金额	22,042.77	45,700.19	26,498.51	22,470.71
核查比例	80.21%	83.20%	74.23%	78.54%

2、经销收入与经销商采购成本的匹配性

保荐人、申报会计师未能取得经销商财务报表，无法直接核对发行人经销收入与经销商采购成本匹配关系。报告期内，保荐人、申报会计师向经销商函证确认销售金额，主要经销商客户对函证数据进行确认。

此外，保荐人、申报会计师取得了境外主要经销商的毛利率数据，根据公司境外线上直销和境外经销商的毛利率水平差异，确认经销商向下游客户销售毛利率水平的合理性。

近三年，公司主要境外经销商的毛利率水平如下：

客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
俄罗斯 DNS	20%-30%	20%-30%	20%-30%
俄罗斯 INLINE	10%-15%	10%-15%	10%-15%
俄罗斯 MER	拒绝提供	拒绝提供	拒绝提供
美国 NE	13.05%	14.59%	13.34%
加拿大 CC	拒绝提供	拒绝提供	拒绝提供
韩国 BIGS	20%-25%	20%-25%	20%-25%
德国 CSL	拒绝提供	拒绝提供	拒绝提供
境外-线上直销毛利率（A）	75.85%	66.73%	64.27%
境外-经销毛利率（B）	41.20%	38.62%	34.34%
差异（A-B）	34.65%	28.11%	29.93%

注：俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE、韩国 BIGS 的毛利率水平为其销售公司产品的综合毛利率；俄罗斯 MER、加拿大 CC 及德国 CSL 拒绝提供其销售公司产品的毛利率水平。

俄罗斯 DNS 销售公司产品的毛利率相对较高，主要是俄罗斯 DNS 通过线下 2,601 家零售商店和线上平台向终端用户直接销售，具有较高的毛利率水平。

俄罗斯 INLINE 和韩国 BIGS 主要通过分销渠道代理销售公司的产品。其中，俄罗斯 INLINE 销售公司产品的毛利率为 10%-15%，低于韩国 BIGS 销售公司产品的毛利率。主要是因为俄罗斯 INLINE 代理销售公司产品包括电脑散热器、电源和机箱等，韩国 BIGS 主要代理销售中高端的电脑散热器产品，相应具有较高的毛利率。

美国 NE 主要通过线上网站向其平台用户直接销售商品，未能直接取得其销售发行人产品的毛利率水平，根据其母公司联络互动（002280.SZ）披露的

2018 年度至 2020 年度电商及经销收入综合毛利率分别为 13.34%、14.59%和 13.05%。

3、销售数量与物流成本的匹配性

（1）境内物流成本匹配性

保荐人统计发行人境内产品销售数量，并对比境内物流运输成本，各期间单位成本对比如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售数量（万PCS）	106.66	240.76	203.94	186.08
物流成本（万元）	148.03	358.39	261.80	226.86
单位成本（元/PCS）	1.39	1.49	1.28	1.22

注：境内销售数量不含其他配件类产品的销售数量。

公司境内物流成本主要受总发货量、单笔发货数量、产品规格大小及客户所在位置的综合影响。报告期各期间，境内平均物流运输成本基本均衡，波动较小。

（2）境外物流成本匹配性

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
销售数量（万PCS）	276.19	626.08	554.41	524.43
物流成本（万元）	971.02	1,679.16	1,179.95	518.80
单位成本（元/PCS）	3.52	2.68	2.13	0.99

注：境外销售数量不含其他配件类产品的销售数量。

报告期内，公司境外销售物流成本主要受发货量、贸易模式、单笔发货数量、产品规格大小、成交方式、物流运输方式及客户所在位置的综合影响。报告期内，单位物流成本呈逐年增加趋势，主要原因是 2018 年度公司境外销售主要使用 FOB 贸易模式，物流成本主要为将产品从深圳工厂运输至深圳附近港口产生的运输费用，运输距离近、单位运输成本较低；2019 年度美国部分客户开始使用 DDP 贸易模式，同时亚马逊销售收入大幅增长，单位运输成本增加；2020 年度主要受美国区域和亚马逊销售收入的大幅增长影响，单位运输成本增加；2021 年 1-6 月主要受疫情影响，市场运费持续上涨，单位运输成本增加。

4、发行人与经销商信息管理系统可靠性

报告期内，发行人通过 ERP 系统供应链模块对客户的发货、开票和收入确认流程进行管理，除此外，发行人未单独建立与经销商相关的信息管理系统。发行人的 ERP 系统包括财务会计模块、供应链模块等，财务会计模块的销售收入与 ERP 供应链模块差异主要是销售返利、期末预计退货的计提及其他业务收入，除该部分差异外，ERP 供应链模块能够直接对应至具体的收入确认凭证号，与收入确认金额一致。

（三）核查结论

经核查，发行人与经销商交易的相关订单、发货单据、报关单、提单/验收单、销售发票和账面记录等具有一致性。核查境内客户的回款记录，除 2018 年度、2019 年度及 2020 年度京东自营部分回款通过邦汇保理回款外，其他经销商回款单位与订单、合同主体等一致。境外客户存在通过第三方回款，报告期各期间，境外客户第三方回款金额分别为 3,802.14 万元、2,195.90 万元、2,716.04 万元和 1,320.28 万元。

根据经销商的函证回复和获取的主要经销商毛利率数据，发行人对经销商的销售收入真实、销售毛利率合理。

境内销售的销货量与物流成本具有匹配性；境外销售的销售量与物流成本的波动符合实际情况，具有合理性。获取的发行人内外部资料信息能够相互印证，发行人的销售实现过程真实且具备合理性。除 ERP 系统供应链模块外，发行人未单独建立与经销商相关的信息管理系统，发行人 ERP 系统供应链模块的销售数据可靠，与收入确认凭证具有对应关系。

经核查，发行人与经销商客户的交易为买断式销售，经销商客户的采购决策、库存管理和产品销售均由其自主决定，发行人未开发经销商信息管理系统管理经销商的进销存。除美国 NE 向发行人开放了查询网址、京东自营开发了仓储管理系统外，其他客户均未开发或向发行人开放其供应商管理平台，部分客户明确拒绝提供相关信息。美国 NE 开放的网址可查询发行人产品实时库存情况及一段时间内的销售数量信息，同时美国 NE 定期向发行人发送库存报告；俄罗斯 DNS、加拿大 CC 通过其管理系统每月、每周向发行人发送其销售和库

存数据。

发行人日常业务活动中主要通过客户定期发送或向客户询问的方式获经销商客户销售数据或库存数据。分析比对通过访谈和询问所获取的经销商客户销售及库存信息，经销商客户所持有发行人产品相关的销售及库存数据不存在重大异常，结合发行人的销售记录、回款记录等内外部支持性证据，发行人的销售实现过程真实且具备合理性。

四、实地走访所选取的经销商及其终端客户，查看其主要经营场所，发行人产品在经营场所的库存状态，了解进销存情况；了解经销商实际控制人和关键岗位人相关信息、向发行人采购的商业理由，了解经销商经营情况、财务核算基础、信息管理系统等；核查经销商财务报表了解经销商资金实力

（一）核查程序

中介机构选取了发行人报告期境内外各期营业收入占比较高的经销商客户，实地走访并访谈客户的主要负责人或采购业务负责人，中介机构通过对经销商的访谈了解经销商客户的基本情况和经营规模、股东结构、实际控制人、关键岗位人员信息；下游经销商及终端客户的基本情况；与发行人开展合作的时间、向发行人采购的商业理由；采购交易的流程；每年采购数量、库存数量及最终实现销售情况；与发行人结算方式、获得的账期及发行人在当地市场份额等信息。发行人经销商客户除美国 MS 为上市公司之外，其他主要为非上市公司，未披露且不提供财务报表，因此发行人仅获取美国 MS 的财务报表。

1、境内经销商实地走访情况

中介机构选取了发行人报告期各期营业收入占比较高的境内经销商客户作为访谈样本并进行实地走访，截至本问询函回复出具之日，中介机构已经对 16 家境内经销商进行了实地走访，具体如下：

序号	走访对象	获取资料	访谈地点
1	北京京东世纪贸易有限公司	访谈记录、受访者名片、访客证明、访谈合照、与被访谈人照片	北京市京东总部办公室
2	惠州市众盛电子有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、与发行人签订的合同复印件、库存明细、访谈合照、客户仓库照片	广东省广州市天河区客户办公室

序号	走访对象	获取资料	访谈地点
3	深圳市墨融科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、与发行人签订的合同复印件、库存明细、访谈合照、客户仓库照片	广东省深圳市福田区客户办公室
4	南京宏钻翼电子商务有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、名片、线上交易清单、客户工商档案、客户的营业执照、走访行程车票、住宿票据，访谈照片、客户仓库照片	江苏省南京市玄武区客户办公室
5	北京薄利恒通科技有限公司	访谈记录、受访人身份证复印件、营业执照、访谈合照、客户仓库照片	北京海淀区中关村客户办公室
6	北京天创意隆科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、受访者身份证复印件、客户出库信息、与发行人签订的合同复印件、访谈合照、客户仓库照片	北京海淀区中关村客户办公室
7	东莞市龙潮电子科技有限公司	访谈记录、受访人身份证复印件、营业执照、访谈合照、客户仓库照片、签字人身份证、代签说明	广东省东莞市石碣镇客户办公室
8	河南真好网络科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、与发行人签订的合同复印件、访谈合照、客户仓库照片	河南省郑州市金水区客户办公室
9	济南领速电子科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、线上交易清单、访谈合照、客户仓库照片、客户营业执照	山东省济南市历下区客户办公室
10	宁波科杰计算机有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、线上交易清单、访谈合照、客户仓库照片、客户营业执照	浙江省宁波市高新区客户办公室
11	上海捷冷电子有限公司	访谈记录、受访者名片、线上交易清单、访谈照片、客户仓库照片、客户营业执照	上海市徐汇区客户办公室
12	深圳市英喆科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、客户确认的线上销售清单、访谈合照、客户仓库照片	广东省深圳市龙华区客户办公室
13	石家庄盛赞商贸有限公司	访谈记录、受访者名片及身份证复印件、营业执照、与发行人签订的合同复印件、库存明细、访谈合照、客户仓库照片	河北省石家庄太和电子城客户办公室
14	武汉无极网科技有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、访谈合照、仓库照片	湖北省武汉市黄陂区客户办公室
15	郑州玩家散热商贸有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、法定代表人名片、访谈合照、客户仓库照片	河南省郑州市金水区客户办公室
16	天津市凌宇科技开发有限公司	访谈记录、受访者身份证复印件、营业执照、访谈合照、客户仓库照片	天津市南开区客户办公室

2、境外经销商实地走访情况

（1）基本情况

截至本问询函回复出具之日，中介机构已经对 11 家境外经销商进行了实地

走访：

序号	走访对象	获取资料	其他资料	访谈地点
1	韩国BIGS	访谈记录、受访者身份证复印件和名片、工商登记文件、与九州风神签订的合同复印件、询证函	与被访谈人合照、客户仓库照片、客户下游零售商及销售市场照片	客户办公室（901 Hana BLD, 92-5, Wonhyoro 2-ga, Yongsan-gu, Seoul, 140-090, Korea）
2	澳大利亚LEADER	访谈记录、客户库存清单	访谈及被访人员合照、客户仓库照片	澳大利亚墨尔本客户办公地址及仓库（35-37 Overseas Drive Noble Park, Melbourne）
3	澳大利亚Mittoni	访谈记录、受访者驾照与名片	访谈及被访人员合照、客户仓库照片	澳大利亚墨尔本客户办公地址及仓库（88 Logis Boulevard, Dandenong South Vic 3175, Melbourne）
4	美国MS	访谈记录、受访者名片、客户期末库存清单	访谈及被访人员合照、客户仓库及库存照片	客户美国圣何塞办公地（San Jose Headquarters 2075 North Capitol Avenue）
5	迪拜SDC	访谈记录、客户存货抽盘表、存货清单、客户实现销售清单	访谈及被访人员合照、客户仓库照片，客户下游零售商走访及终端销售照片	迪拜客户办公地址及仓库、其下游零售商（109, BMI Building, Khalid Bin Al Waleed Rd Bur Dubai, Dubai, UAE）
6	美国POWER	访谈记录	访谈视频，客户办公地址外围照片、客户仓库外围及客户库存中九州产品照片	中介机构核查小组美国住所、受访对象住所
7	美国NE	访谈记录、受访者名片	访谈及被访人员合照、客户仓库照片	客户美国洛杉矶工业城办公地及仓库（17560 ROWLAND ST CITY OF INDUSTRY, CA 91748 USA）
8	美国BUY	访谈记录	访谈视频，客户办公地址外围照片、客户仓库外围照片	中介机构核查小组美国住所、受访对象公司
9	俄罗斯DNS	访谈记录、受访者名片、库存清单及抽盘记录、店铺走访记录	访谈及被访人员合照、客户仓库及库存照片	客户俄罗斯符拉迪沃斯托克总部及仓库（Block 3, 100-letiya Vladivostok Ave.155, Russia）
10	俄罗斯INLINE	访谈记录、受访者名片、库存清单及抽盘记录、下游经	访谈及被访人员合照、客户仓库及库存照片	客户俄罗斯莫斯科总部及仓库（Dmitrovskoe

序号	走访对象	获取资料	其他资料	访谈地点
		销商及店铺走访记录		highway, 157, building 12)
11	俄罗斯 MER	走访总部、下游经销商走访记录	客户办公地址外围照片、客户提货点照片以及网站购买记录	客户总部地址 (Block B, Business Centre Kubik., Build 4, Stroiteley blvd, Krasnogorsk)

(2) 具体现场走访安排

①俄罗斯走访情况

2021 年 10 月，保荐代表人、签字会计师以及签字律师（以下简称“俄罗斯核查小组”）前往俄罗斯，对主要经销商客户俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE 以及俄罗斯 MER 进行了现场走访，主要执行的程序为如下：

1) 俄罗斯 DNS

2021 年 10 月 18 日至 19 日，俄罗斯核查小组在俄罗斯海参崴 DNS 总部现场访谈电脑零件采购负责人以及装机业务负责人，取得了访谈对象的名片、公司注册资料、销售合同、采购、销售和库存数据等；走访俄罗斯 DNS 海参崴仓库，并抽盘确认其持有发行人产品数量。

2021 年 10 月 18 日至 10 月 26 日，俄罗斯核查小组随机走访俄罗斯 DNS 海参崴直营店铺 3 家，莫斯科直营店铺 5 家，了解上述店铺销售发行人产品情况。

2) 俄罗斯 MER

因俄罗斯“新冠”疫情较为严重，俄罗斯 MER 公司电脑硬件采购负责人明确拒绝现场访谈。2021 年 10 月 16 日，俄罗斯核查小组现场走访 MER 总部地址，确认其持续经营情况。2021 年 10 月 26 日至 31 日，俄罗斯核查小组分别走访 MER 子公司 Positronica 以及 Citilink 的 5 家线下门店或提货点，通过 Citilink 的线上销售系统购买发行人产品并于线下提货点取货。

3) 俄罗斯 INLINE

2021 年 10 月 22 日，俄罗斯核查小组在俄罗斯 INLINE 位于莫斯科的公司总部，现场访谈其电脑零部件采购部门经理，取得了访谈对象的名片、公司注

册资料、销售合同、采购、销售和库存数据等；走访俄罗斯 INLINE 莫斯科仓库，抽盘确认其持有发行人产品数量。

2021 年 10 月 24 日至 28 日，俄罗斯核查小组分别访谈俄罗斯 INLINE 下游经销商及下游零售门店共 4 家，了解发行人产品向终端客户的销售情况。

②美国走访情况

1) 美国 NE 现场走访情况

2021 年 1 月 11 日，保荐机构、发行人律师至美国 NE 总部所在地洛杉矶工业市，现场访谈美国 NE 国际销售运营部门高级副总裁。同日，保荐机构、发行人律师走访美国 NE 位于加州的仓库，了解发行人产品的库存情况。

2) 美国 MS 走访情况

2021 年 1 月 11 日，保荐机构、发行人律师走访美国 MS 位于加州的仓库，了解发行人产品库存情况。2021 年 1 月 14 日，保荐机构、发行人律师前往旧金山圣何塞现场访谈美国 MS 电脑硬件采购负责人。

3) 美国 POWER 及美国 BUY 走访情况

受疫情影响，美国 BUY 和美国 POWER 工作人员拒绝了现场访谈，经沟通后，保荐机构、发行人律师在美国完成了对两家公司的视频访谈程序。2021 年 1 月 19 日，保荐机构、发行人律师现场走访了美国 POWER 以及美国 BUY 两家公司位于美国洛杉矶工业城的办公地址以及仓库地址；走访美国 POWER 仓库时向其员工了解发行人产品的库存情况。

③阿联酋走访情况

2021 年 1 月 2 日，保荐机构、发行人律师前往迪拜 SDC 办公室所在地，现场访谈其采购负责人。2021 年 1 月 3 日，保荐机构、发行人律师现场走访迪拜 SDC 位于迪拜保税区的仓库，并抽盘确认其持有发行人产品数量。

现场走访期间，保荐机构、发行人律师在迪拜前往 Computer Plaza（迪拜电脑城）中的 Bright Apollo、Dubai shopper、AI Rayan Gate、ALPHA STREET 等多家店铺中了解发行人产品销售情况。

④韩国走访情况

2019年10月30日，保荐机构、发行人律师及申报会计师前往韩国 BIGS 办公场所对其实际控制人进行访谈，并走访其位于首尔的仓库，确认发行人产品库存情况，并走访首尔销售发行人产品的零售店铺，了解发行人产品销售情况。

⑤澳大利亚走访情况

2020年11月23日及11月25日，保荐机构分别前往澳大利亚 LEADER、澳大利亚 Mittoni 位于墨尔本的办公场所对其采购负责人员进行访谈，并分别走访澳大利亚 LEADER、澳大利亚 Mittoni 的墨尔本仓库，确认发行人产品的库存情况。

（二）核查比例

1、境内经销商实地走访比例

单位：万元				
项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
境内经销收入	7,691.23	17,334.18	11,866.86	9,528.92
境内经销商实地走访金额	5,205.02	12,641.36	8,692.64	6,463.60
境内经销商实地走访收入占比	67.67%	72.93%	73.25%	67.83%

2、境外经销商实地走访比例

2020年12月至2021年11月，中介机构陆续完成发行人位于俄罗斯、美国、澳大利亚、阿联酋等国家的主要客户现场走访，境外经销商实地走访比例如下：

单位：万元				
项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
境外经销收入	23,740.29	46,222.27	26,841.30	21,050.01
实地走访境外经销客户的销售收入	10,991.79	23,835.92	14,111.81	11,206.20
实地走访境外经销客户的销售收入占境外经销收入比例	46.30%	51.57%	52.57%	53.24%

（三）核查结论

中介机构根据经销商走访样本选取标准选取了样本进行实地走访，查看其经营场所；经销商相关人员进行访谈，了解经销商注册资本、主营业务、主要

产品、市场地位、主要客户、合作历史、定价方式、结算方式、发行人的销售额占其采购的比例等，了解其与发行人和发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员之间是否存在关联关系或未披露的其他利益安排。有效核查了经销收入，核查方法可执行性强。经核查，发行人经销收入真实、准确、完整，经销商终端销售情况良好。

五、函证发行人主要经销商，函证内容包括各期销售给经销商的产品数量、金额、期末库存和应收款等；对经销商的期末库存进行抽查监盘，以核实经销商期末库存的真实性

（一）核查程序、核查方法及核查证据

1、向经销商客户函证确认各期销售金额、往来余额。其中，针对境内客户函证，保荐人、申报会计师通过发送纸质快递形式进行发函和回函；针对境外客户函证，保荐人、申报会计师将询证函扫描件通过电子邮件形式发送至客户，2018 年度、2019 年度客户签字或盖章确认后将询证函纸质快递至保荐人、申报会计师。“新冠疫情”发生后，客户签字或盖章确认后将扫描件通过电子邮件形式发送至保荐人、申报会计师邮箱。取得的证据包括纸质询证函、快递发函及回函的物流回单、指向经销商客户的发函及回函电子邮箱截图。此外，为佐证境外经销商客户电子邮箱的真实性，取得业务人员与函证电子邮箱的日常沟通邮件，邮箱首页搜索函证电子邮箱的搜索结果截图。

2、向主要经销商客户访谈确认各期销售金额、采购数量及期末库存数量。其中，境内客户主要是现场走访，查看经销商仓库，重点关注发行人产品的生产日期。具有零售门店的经销商实地查看零售店铺的运营情况；境外经销商客户核查采用视频访谈和实地走访相结合。取得的核查证据主要是经销商签字确认的书面访谈记录。

3、保荐人向经销商客户电子邮件确认报表日的库存数量，取得的核查证据主要是电子邮箱回复截图。

4、保荐人、申报会计师登录京东、美国 NE 的存货管理系统，查看库存数量；取得的核查证据主要是存货管理系统显示存货金额页面截图。俄罗斯 DNS 的存货管理系统发行人无登陆权限，系统会定期向发行人指定邮箱发送库存信

息，保荐人、申报会计师取得库存邮件，并向俄罗斯 DNS 确认供应商存货管理模式。

（二）核查比例

1、保荐人、申报会计师向经销商函证确认应收账款期末余额、销售金额。报告期各期间，经销商收入函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销收入（A）	31,431.52	63,556.45	38,708.16	30,578.93
其中：境内（B）	7,691.23	17,334.18	11,866.86	9,528.92
境外（C）	23,740.29	46,222.27	26,841.30	21,050.01
回函确认经销收入（D）	25,559.82	54,667.66	33,909.93	26,332.98
其中：境内（E）	6,126.57	16,256.77	10,597.85	8,400.94
境外（F）	19,433.25	38,410.89	23,312.08	17,932.04
函证确认比例（D/A）	81.32%	86.01%	87.60%	86.11%
其中：境内（E/B）	79.66%	93.78%	89.31%	88.16%
境外（F/C）	81.86%	83.10%	86.85%	85.19%

报告期各期末，经销商应收账款余额函证情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
经销商应收账款余额（A）	5,872.13	6,748.08	5,074.81	4,992.95
其中：境内（B）	2,077.63	1,691.02	1,305.85	886.58
境外（C）	3,794.49	5,057.06	3,768.96	4,106.36
回函确认金额（D）	5,267.11	6,062.70	4,562.03	4,363.05
其中：境内（E）	1,950.26	1,621.10	1,248.51	803.53
境外（F）	3,316.85	4,441.61	3,313.52	3,559.52
函证确认比例（D/A）	89.70%	89.84%	89.90%	87.38%
其中：境内（E/B）	93.87%	95.87%	95.61%	90.63%
境外（F/C）	87.41%	87.83%	87.92%	86.68%

2、报告期各期末，主要通过访谈或邮件确认的形式向经销商确认报表日库存数量（部分经销商提供为库存金额）。

2018 年末、2019 年末，经销商库存数量主要通过访谈方式取得。根据访谈

过程中与经销商客户的沟通，在访谈或函证时点取得经销商存货中发行人的存货数量具有一定的难度，主要原因是访谈或函证时点距离报表日有一定的时间间隔，公司的经销商均代理销售其他品牌的散热器产品，倒退计算报表日持有的存货数量具有一定的难度。经沟通，2020 年开始，保荐人对经销商客户的存货数量主要采用邮件形式确认，在报表日提前 1-2 天向经销商客户发送邮件，要求确认在报表日持有发行人的存货数量。

报告期各期末，主要经销商客户的期末存货数量详见本问询回复之“问题六、关于经销收入核查”之“六、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况”之“（一）说明经销商的终端客户构成情况”之“3、经销商期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况”。

3、报告期内，保荐人、申报会计师对境内主要经销商客户进行实地走访，境外经销商客户以视频访谈或实地走访形式进行核查，具体走访比例详见本问询回复之“问题六”之“中介机构意见”之“四、实地走访所选取的经销商及其终端客户，查看其主要经营场所，发行人产品在经营场所的库存状态，了解进销存情况；了解经销商实际控制人和关键岗位人相关信息、向发行人采购的商业理由，了解经销商经营情况、财务核算基础、信息管理系统等；核查经销商财务报表了解经销商资金实力”。

4、报告期内，境内经销商客户主要是京东，京东存货确认通过查看后台管理系统的存货金额进行确认。境外实施实地走访程序客户主要是俄罗斯、美国、澳大利亚、韩国和阿联酋主要客户。其中，中介机构项目组现场走访俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE 以及迪拜 SDC 并对其存货实施抽盘，抽盘结果相符，未发现异常，并对其他主要现场走访客户的仓库进行走访核查，确认库存发行人产品情况。

（三）核查结论

经核查，公司向经销商客户销售真实，应收账款期末余额真实、准确。经销商客户期末持有的存货数量符合实际经营情况，不存在异常。实地走访经销商客户仓库，经销商客户持有发行人产品的生产日期较近，不存在经销商大规

模备货无法销售的情形。

六、核查发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商之间的资金往来。如发现异常情况，应适当扩大资金流水核查范围

（一）核查程序

1、保荐人、申报会计师获取了发行人、发行人实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的银行账户资金流水。

2、保荐人、申报会计师取得发行人及其子公司所有单笔发生额人民币 50 万元以上、港元 50 万元以上、美元 7 万元以上和欧元 6 万元以上的资金往来，将资金流水按实际收（付）方名称汇总为流水对手方清单，与发行人关联方清单进行对比，查验是否存在无业务背景异常资金往来，是否存在关联方代发行人收取经销商客户款项的情形。

3、对于人民币和港币 100 万元（含）以上的，美元 10 万元以上的大额资金流水，保荐机构和申报会计师逐笔检查其中发行人与经销商的收款，检查至原始凭证，检查资金进出、财务入账的情况，复核款项对手方账面记录名称及银行流水记录名称是否一致、是否存在真实交易背景、交易金额是否存在异常等事项。

4、保荐人、申报会计师取得发行人实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员单笔 5 万元以上的全部资金流水（含 5 万元），并逐笔查看单笔 5 万元以上的资金流向和款项性质，以核查是否存在异常情形。

5、核对发行人实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员单笔 5 万元以上的银行流水交易对方，与发行人经销商客户、经销商客户主要股东、经销商客户董事、监事、高级管理人员清单进行比对，核查其是否发生过转账。

（二）核查比例

1、保荐人与申报会计师获取的发行人各主体银行账户数量如下：

序号	开户主体	报告期内发行人 使用银行账户数量（个）	报告期内发行人 已注销银行账户数量（个）
1	九州风神	8	5
2	北京鑫全盛	21	2
3	深圳鑫全盛	5	2
4	东莞鑫全盛	2	1 ^注
5	惠州鑫全盛	3	0
6	香港子公司	1	0
7	美国子公司	1	0
8	荷兰子公司	1	0
9	台湾办事处	2	0
-	合计	44	10

注：截至 2021 年 2 月 26 日，东莞鑫全盛的银行账户已全部注销。

保荐人与申报会计师已经获取上述账户的全部报告期内流水，包括注销账户的报告期初至注销前的全部资金流水。

2、保荐人、申报会计师核查个人范围包括 31 人，合计个人银行账户 265 个，具体如下：

序号	姓名	与公司关系	核查账户数量（个）	账户主要用途
1	夏春秋	实际控制人、董事长、总经理	16	收取工资、报销款、分红款；日常消费；投资理财；亲朋往来；公积金；医保等
2	韩小娜	实际控制人、董事、副总经理	30	
3	刘赫丽	董事会秘书	12	
4	李兰芳	董事、财务总监	13	
5	刘阳	外部董事	2	
6	陈英	外部董事	2	
7	黄从利	董事、副总经理	10	
8	徐东进	副总经理、董事（曾任）	6	
9	刘欣	副总经理	8	
10	陈哲义	监事	10	
11	边志愿	外部监事	14	
12	刘扉	监事	15	
13	史嫦慧	出纳（曾任）	7	
14	王桂芳	出纳	17	
15	谢叶林	深圳鑫全盛财务	5	

序号	姓名	与公司关系	核查账户数量（个）	账户主要用途
16	夏春冬	实际控制人直系亲属、夏春秋胞弟	16	
17	宁世爱	实际控制人直系亲属、夏春秋母亲	2	
18	夏九州	实际控制人直系亲属、夏春秋与韩小娜儿子	3	
19	夏长礼	实际控制人直系亲属、夏春秋父亲	1	
20	李雪娜	实际控制人直系亲属、韩小娜母亲	3	
21	韩天雨	实际控制人直系亲属、韩小娜父亲	3	
22	崔伟	国内业务部门负责人	8	
23	王洪侠	国内业务部门-线上销售	9	
24	张晓鹏	国内业务部门-线上销售	10	
25	林霜霜	国内业务部门-线上销售	8	
26	卫晓慧	海外业务部门-俄语区	8	
27	张东方	海外业务部门-亚太区	7	
28	黄巧云	深圳鑫全盛出纳	4	
29	涂生群	惠州鑫全盛出纳	6	
30	伍桔载	惠州鑫全盛财务	4	
31	李程	采购经理	6	
合计			265	—

（三）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为，报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员与经销商之间的资金往来不存在异常情形，交易记录均真实发生，不存在未入账情况。

问题七、关于收入及毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 2015 年至 2020 年，发行人毛利率分别为 25.01%、30.20%、32.90%、33.50%、38.67%、42.29%。毛利率逐年大幅提升。

(2) 报告期各期，发行人通过亚马逊进行境外线上销售收入金额分别为 1,745.17 万元、3,311.76 万元、6,838.66 万元，占比分别为 4.22%、6.26%、8.35%。公开资料显示，近期部分中国亚马逊卖家被封号。

(3) 俄罗斯核心电竞玩家人数为 560 万人。

请发行人：

(1) 量化分析说明 2015 年至今毛利率持续大幅显著提升的原因，列表说明报告期内收入、毛利率、净利润等主要财务数据与报告期前的对比情况并分析合理性。

(2) 结合俄罗斯电竞玩家数量、各年对俄罗斯销售数量、散热器更换周期、发行人市场占有率等，分析发行人向俄罗斯销售收入的合理性。

(3) 说明报告期内亚马逊平台销售大幅增长的原因，在亚马逊平台销售过程中是否存在刷单、刷好评或其他违反亚马逊平台规定的情况，是否存在被封号风险，如果被封号对发行人经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、量化分析说明 2015 年至今毛利率持续大幅显著提升的原因，列表说明报告期内收入、毛利率、净利润等主要财务数据与报告期前的对比情况并分析合理性

(一) 2015 年度至 2021 年 1-6 月毛利率波动原因量化分析

不考虑新收入准则实施对 2020 年度及 2021 年 1-6 月毛利率的影响，2015 年度至 2021 年 1-6 月，公司主营业务收入毛利率分别为 25.01%、30.20%、32.90%、33.50%、38.67%、42.29%和 38.58%。公司主营业务收入毛利率呈逐

年增加趋势，主要受各类型产品毛利率波动和产品销售结构变化的影响。

1、2016 年度主营业务毛利率的变动分析

公司 2015 年度财务数据未经审计，无分产品明细的销售数据，无法进行具体的量化分析。2015 年度、2016 年度，公司主营业务毛利率分别为 25.01%、30.20%，2016 年度毛利率增加主要受美元兑人民币汇率波动及境外销售占比增加的影响。

2015 年度、2016 年度，美元兑人民币平均汇率变动情况如下：

单位：元/美元		
项目	2016年度	2015年度
美元兑人民币平均汇率	6.6423	6.2284
相比去年同期变动幅度	6.65%	-

数据来源：国家统计局。

2016 年度，美元兑人民币的平均汇率相比 2015 年度增加 6.65%。公司境外销售主要以美元定价和结算，公司记账以人民币为本位币，在美元定价不变的情况下，美元兑人民币汇率增加将提高人民币记账单价，进而影响公司境外销售产品的毛利率。同时，2016 年度，公司境外销售占比增加，由 2015 年度的 55.05%提高至 2016 年度的 59.77%，综合导致 2016 年度公司毛利率相比 2015 年度明显增加。

2、2017 年主营业务毛利率的变动分析

对比 2016 年度、2017 年度主营业务收入毛利率波动和收入结构变化对毛利率影响情况如下：

项目	毛利率		占主营业务收入比例		综合毛利率贡献度		综合毛利率贡献变动
	2017年	2016年	2017年	2016年	2017年	2016年	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
电脑散热器	33.79%	30.57%	64.78%	71.09%	21.89%	21.73%	0.16%
工业散热器	45.05%	46.62%	6.25%	5.44%	2.82%	2.54%	0.28%
机箱	29.34%	26.21%	16.06%	13.57%	4.71%	3.56%	1.16%
电源	20.37%	14.30%	8.49%	5.04%	1.73%	0.72%	1.01%
其他	39.75%	33.84%	4.41%	4.86%	1.75%	1.65%	0.11%
合计	32.90%	30.20%	100.00%	100.00%	32.90%	30.20%	2.70%

2017 年度相比 2016 年度的主营业务综合毛利率变动因素分解情况如下：

产品类别	综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入占比变动影响
	$G=H+I$	$H=C*(A-B)$	$I=B*(C-D)$
电脑散热器	0.15%	2.08%	-1.93%
工业散热器	0.28%	-0.10%	0.38%
机箱	1.16%	0.50%	0.65%
电源	1.01%	0.52%	0.49%
其他	0.11%	0.26%	-0.15%
合计	2.70%	3.26%	-0.56%

2017 年度，公司主营业务毛利率为 32.90%，相比 2016 年度增加 2.70%。其中，电脑散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.15%，工业散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.28%，机箱产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 1.16%，电源产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 1.01%。

从上述各类型产品的毛利率波动看，毛利率变化明显的主要是电脑散热器，2017 年度，电脑散热器毛利率相比 2016 年度增加 2.08%，对比 2017 年度、2016 年度电脑散热器平均单价和平均成本情况如下：

单位：元/pcs

项目	2017年度		2016年度
	金额	同比增长比例	金额
平均单价	37.63	82.23%	20.65
平均成本	24.91	73.71%	14.34
毛利率	33.79%	-	30.57%

2017 年度，公司电脑散热器的平均单价和平均成本相比 2016 年度均大幅度增加，主要是公司 2017 年开始调整产品结构，减少部分低端产品销售，2017 年度公司产品平均单价、平均成本和毛利率增加。

对比 2016 年度、2017 年度各层次电脑散热器产品的收入占比情况如下：

产品平均销售单价区间	2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比
100元以上	9,232.01	33.24%	7,338.84	27.93%

产品平均销售单价区间	2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比
50元-100元	7,767.21	27.96%	8,094.01	30.81%
50元以下	10,778.29	38.80%	10,838.69	41.26%
合计	27,777.51	100.00%	26,271.54	100.00%

综上，由于 2017 年度电脑散热器销售收入中单价相对较高产品占比增加，导致 2017 年度电脑散热器的平均单价和平均成本均相比 2016 年度明显增加。由于价格较高产品的毛利率相对较高，导致 2017 年度电脑散热器毛利率增加。

3、2018 年主营业务毛利率的变动分析

对比 2017 年度、2018 年度主营业务收入毛利率波动和收入结构变化对毛利率影响情况如下：

产品类别	毛利率		占主营业务收入比例		综合毛利率贡献度		综合毛利率贡献变动
	2018年	2017年	2018年	2017年	2018年	2017年	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
电脑散热器	34.16%	33.79%	64.94%	64.78%	22.18%	21.89%	0.29%
工业散热器	43.74%	45.05%	7.64%	6.25%	3.34%	2.82%	0.53%
机箱	30.47%	29.34%	16.60%	16.06%	5.06%	4.71%	0.35%
电源	16.34%	20.37%	6.66%	8.49%	1.09%	1.73%	-0.64%
其他	43.88%	39.75%	4.16%	4.41%	1.82%	1.75%	0.07%
合计	33.50%	32.90%	100.00%	100.00%	33.50%	32.90%	0.59%

2018 年度相比 2017 年度的主营业务毛利率变动因素分解情况如下：

产品类别	综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入占比变动影响
	G=H+I	H=C* (A-B)	I=B* (C-D)
电脑散热器	0.29%	0.24%	0.05%
工业散热器	0.53%	-0.10%	0.63%
机箱	0.35%	0.19%	0.16%
电源	-0.64%	-0.27%	-0.37%
其他	0.07%	0.17%	-0.10%
合计	0.59%	0.23%	0.37%

2018 年度，公司主营业务毛利率为 33.50%，相比 2017 年度增加 0.59%，变动较小。其中，电脑散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加

0.29%，工业散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.53%，机箱产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.35%，电源产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率降低 0.64%。

4、2019 年主营业务毛利率的变动分析

对比 2018 年度、2019 年度主营业务收入毛利率波动和收入结构变化对毛利率影响情况如下：

产品类别	毛利率		占主营业务收入比例		综合毛利率贡献度		综合毛利率贡献变动
	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
电脑散热器	40.95%	34.16%	66.98%	64.94%	27.43%	22.18%	5.25%
工业散热器	43.92%	43.74%	4.97%	7.64%	2.18%	3.34%	-1.16%
机箱	34.32%	30.47%	16.39%	16.60%	5.63%	5.06%	0.57%
电源	16.51%	16.34%	7.79%	6.66%	1.29%	1.09%	0.20%
其他	55.52%	43.88%	3.87%	4.16%	2.15%	1.82%	0.32%
合计	38.67%	33.50%	100.00%	100.00%	38.67%	33.50%	5.18%

2019 年度相比 2018 年度的主营业务毛利率变动因素分解情况如下：

产品类别	综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入占比变动影响
	G=H+I	H=C* (A-B)	I=B* (C-D)
电脑散热器	5.25%	4.55%	0.70%
工业散热器	-1.16%	0.01%	-1.17%
机箱	0.57%	0.63%	-0.06%
电源	0.20%	0.01%	0.18%
其他	0.32%	0.45%	-0.13%
合计	5.18%	5.65%	-0.48%

2019 年度，公司主营业务毛利率为 38.67%，相比 2018 年度增加 5.18%。其中，电脑散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 5.25%，工业散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率降低 1.16%，机箱产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.57%，电源产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.20%。

2019 年度，电脑散热器毛利率相比 2018 年度增加较多，对比 2018 年度、

2019 年度电脑散热器平均单价、平均成本如下：

单位：元/PCS

项目	2019年度		2018年度
	金额	同比变动	金额
平均单价	56.62	20.43%	47.01
平均成本	33.43	7.99%	30.96
毛利率	40.95%	-	34.16%

电脑散热器 2019 年度相比 2018 年度的平均单价、平均成本波动，主要受产品结构、境外销售美元兑人民币汇率、委外生产占比等因素影响。

（1）产品结构

2018 年度、2019 年度，电脑散热器销售产品结构变化导致电脑散热器平均单价增加。2018 年度、2019 年度，电脑散热器产品结构变化导致电脑散热器平均单价增加。报告期内，公司电脑散热器主要包括水冷电脑散热器、热管电脑散热器、基础电脑散热器、风扇和笔记本电脑散热器，2018 年度、2019 年度，上述各类别收入金额及占比情况如下：

收入单位：万元；单价单位：元/PCS

项目	2019年度			2018年度		
	收入	占比	平均单价	收入	占比	平均单价
热管电脑散热器	18,701.30	53.04%	74.31	13,500.24	50.47%	70.03
水冷电脑散热器	7,900.62	22.41%	343.84	5,279.23	19.73%	308.17
基础电脑散热器	4,047.73	11.48%	19.67	3,705.26	13.85%	17.50
风扇	3,400.33	9.64%	27.83	2,467.46	9.22%	21.15
笔记本电脑散热器	1,206.36	3.42%	60.05	1,798.74	6.72%	58.71
合计	35,256.35	100.00%	56.62	26,750.92	100.00%	47.01

2019 年度，平均单价相对较高的热管电脑散热器、水冷电脑散热器占比相比 2018 年度增加 5.25%。其中，水冷电脑散热器 2019 年度平均单价相比 2018 年度显著增加，主要是 2018 年度新推出的堡垒系列等产品在 2019 年度销售额快速增长。

（2）汇率波动

对比 2018 年度、2019 年度境外电脑散热器毛利率情况如下：

境外	境外	
	毛利率	占比
2019年度（A）	42.97%	66.52%
2018年度（B）	37.17%	64.87%
变化（A-B）	5.80%	1.65%

公司境外销售主要以美元定价和结算，公司记账以人民币为本位币，美元兑人民币汇率波动影响公司境外销售产品人民币记账单价，进而影响公司的销售毛利率。2018 年度、2019 年度，电脑散热器境外销售的毛利率分别为 37.17%、42.97%，测算美元兑人民币汇率波动对境外毛利率影响如下：

平均汇率单位：元/美元；收入单位：万元

项目	以2018年平均汇率测算 2019年度人民币收入	实际销售毛利率	
		2019年度	2018年度
美元收入	3,399.79	3,399.79	2,622.26
人民币收入	22,497.75	23,453.43	17,352.56
美元兑人民币平均汇率	6.6174	6.8985	6.6174
毛利率	40.55%	42.97%	37.17%

平均汇率数据来源：国家统计局公布的年度平均汇率。

根据上述测算，2019 年度电脑散热器境外毛利率相比 2018 年度增加 5.80%，其中，因汇率波动影响导致的毛利率增加为 2.42%。

（3）委外加工

2019 年度，公司电脑散热器的毛利率相比 2018 年度明显上升，主要是受产品生产模式影响。公司在 2018 年度委外生产的比例较高，境内外电脑散热器 2018 年度、2019 年度委外生产的产品收入占比如下：

单位:万元

电脑散热器	境内		境外	
	2018年度	2019年度	2018年度	2019年度
委外生产收入	3,241.09	111.92	3,519.91	1,123.75
占电脑散热器收入比例	34.49%	0.95%	20.28%	4.79%

由于委外生产需要给外协厂商一定的利润空间，平均成本高于自产。2019 年度，公司委外生产产品的收入占比大幅度下降，毛利率增加。

5、2020 年主营业务毛利率的变动分析

对比 2019 年度、2020 年度主营业务收入毛利率波动和收入结构变化对毛利率影响情况如下：

产品类别	毛利率		占主营业务收入比例		综合毛利率贡献度		综合毛利率贡献变动
	2020年	2019年	2020年	2019年	2020年	2019年	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
电脑散热器	46.57%	40.95%	63.93%	66.98%	29.77%	27.43%	2.34%
工业散热器	40.26%	43.92%	3.08%	4.97%	1.24%	2.18%	-0.94%
机箱	37.39%	34.32%	18.39%	16.39%	6.87%	5.63%	1.25%
电源	17.90%	16.51%	10.63%	7.79%	1.90%	1.29%	0.62%
其他	62.84%	55.52%	3.97%	3.87%	2.50%	2.15%	0.35%
合计	42.29%	38.67%	100.00%	100.00%	42.29%	38.67%	3.61%

注：2020 年度毛利率不含因新会计准则实施计入营业成本的合同履约成本，下同；

2020 年度相比 2019 年度的主营业务毛利率变动因素分解情况如下：

产品类别	综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入占比变动影响
	G=H+I	H=C*（A-B）	I=B*（C-D）
电脑散热器	2.34%	3.59%	-1.25%
工业散热器	-0.94%	-0.11%	-0.83%
机箱	1.24%	0.56%	0.68%
电源	0.62%	0.15%	0.47%
其他	0.35%	0.29%	0.06%
合计	3.61%	4.48%	-0.87%

2020 年度，公司主营业务毛利率为 42.29%，相比 2019 年度增加 3.61%。其中，电脑散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 2.34%，工业散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率降低 0.94%，机箱产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 1.24%，电源产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.62%。

2020 年度，电脑散热器、机箱的毛利率相比 2019 年度增加较多，平均单价和平均成本相比 2019 年度的变动情况如下：

单位：元/PCS

产品类别	项目	2020年度		2019年度
		金额	同比变动	金额
电脑散热器	平均单价	73.64	30.06%	56.62
	平均成本	39.35	17.70%	33.43
	毛利率	46.57%	-	40.95%
机箱	平均单价	204.13	-1.40%	207.03
	平均成本	127.80	-6.01%	135.98
	毛利率	37.39%	-	34.32%

2020 年度，电脑散热器的平均单价、平均成本相比 2019 年度分别增加 30.06%和 17.70%。电脑散热器平均单价的增加，主要受线上直销比例变化、中高端产品销售占比增加的影响。

2020 年度，机箱的平均单价、平均成本相比 2019 年度分别下降 1.40%和 6.01%。主要原因是 2020 年度高端机箱产品四叉星的销售金额下降，导致 2020 年度机箱的平均单价和平均成本有所降低。四叉星平均单价较高，平均销售单价在 2,000 元/PCS 左右，2019 年度、2020 年度四叉星的销售收入分别为 374.07 万元、165.24 万元。此外，2020 年度，公司收购永聿电子资产后，部分机箱产品开始自产，平均单位成本下降。

6、2021 年 1-6 月主营业务毛利率的变动分析

2020 年度、2021 年 1-6 月主营业务收入毛利率波动和收入结构变化对毛利率影响情况如下：

产品类别	毛利率		主营业务收入占比		综合毛利率贡献度		综合毛利率贡献变动
	2021年1-6月	2020年	2021年1-6月	2020年	2021年1-6月	2020年	
	A	B	C	D	E=A*C	F=B*D	
电脑散热器	44.48%	46.57%	55.95%	63.93%	24.89%	29.77%	-4.89%
工业散热器	32.32%	40.26%	4.45%	3.08%	1.44%	1.24%	0.20%
机箱	36.85%	37.39%	19.92%	18.39%	7.34%	6.87%	0.47%
电源	16.49%	17.90%	15.54%	10.63%	2.56%	1.90%	0.66%
其他	56.75%	62.84%	4.14%	3.97%	2.35%	2.50%	-0.15%
合计	38.58%	42.29%	100.00%	100.00%	38.58%	42.29%	-3.71%

注：2021 年 1-6 月毛利率不含因新会计准则实施计入营业成本的合同履约成本，下同。

2021 年 1-6 月相比 2020 年度的主营业务毛利率变动因素分解情况如下：

产品类别	综合毛利率贡献变动	产品毛利率变动影响	收入占比变动影响
	$G=H+I$	$H=C*(A-B)$	$I=B*(C-D)$
电脑散热器	-4.89%	-1.17%	-3.72%
工业散热器	0.20%	-0.35%	0.55%
机箱	0.47%	-0.11%	0.57%
电源	0.66%	-0.22%	0.88%
其他	-0.15%	-0.25%	0.10%
合计	-3.71%	-2.10%	-1.62%

2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率为 38.58%，相比 2020 年度降低 3.71%。其中，电脑散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率降低 4.89%，工业散热器产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.20%，机箱产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.47%，电源产品收入占比和毛利率波动导致综合毛利率增加 0.66%。

2021 年 1-6 月，电脑散热器的毛利率相比 2020 年度下降较多，平均单价和平均成本相比 2020 年度的变动情况如下：

单位：元/PCS

产品类别	项目	2021年1-6月		2020年度
		金额	同比变动	金额
电脑散热器	平均单价	76.69	4.14%	73.64
	平均成本	42.58	8.21%	39.35
	毛利率	44.48%	-	46.57%

2021 年 1-6 月，电脑散热器的平均单价、平均成本相比 2020 年度分别增加 4.14%和 8.21%。电脑散热器平均成本增加比例高于平均单价，平均成本的变化主要受产品结构、2021 年 1-6 月铝材等原材料采购价格上涨影响，平均单价变化主要是产品结构、境外销售美元兑人民币汇率波动等影响。

（二）2015 年至 2021 年 1-6 月主要财务数据对比分析

2015 年度至 2021 年 1-6 月，公司的主营业务收入、毛利率和净利润等财务指标对比如下：

单位：万元

期间	主营业务收入	毛利率	净利润
2021年1-6月	39,179.70	38.58%	3,963.87
2020年度	81,527.35	42.29%	10,371.36
2019年度	52,633.23	38.67%	2,853.47
2018年度	41,194.15	33.50%	3,996.53
2017年度	42,878.59	32.90%	3,738.39
2016年度	36,997.02	30.20%	3,132.41
2015年度	28,754.68	25.01%	1,529.24

注：2015 年财务数据未经审计；2020 年度、2021 年 1-6 月毛利率计算不包含计入营业成本的合同履约成本，下同。

1、主营业务收入变化分析

2015 年度至 2021 年 1-6 月，公司主营业务收入的境内外收入金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	境内主营业务收入		境外主营业务收入		主营业务收入合计
	金额	占比	金额	占比	
2021年1-6月	9,197.84	23.48%	29,981.86	76.52%	39,179.70
2020年度	19,761.40	24.24%	61,765.95	75.76%	81,527.35
2019年度	13,624.58	25.89%	39,008.65	74.11%	52,633.23
2018年度	10,837.21	26.31%	30,356.94	73.69%	41,194.15
2017年度	11,273.65	26.29%	31,604.94	73.71%	42,878.59
2016年度	14,882.99	40.23%	22,114.02	59.77%	36,997.02
2015年度	12,924.47	44.95%	15,830.21	55.05%	28,754.68

2015 年度至 2020 年度，除 2018 年度营业收入相比 2017 年度略有下降外，其他各年度主营业务收入均呈增加趋势。从上述境内外收入金额和占比看，公司主营业务收入大幅度增加主要来自于境外销售规模的扩大。

各区域的销售收入占比情况如下：

区域	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度
中国大陆	23.48%	24.24%	25.89%	26.31%	26.29%	39.35%
欧洲	37.23%	38.98%	41.64%	41.64%	43.86%	32.34%
亚洲（不含中国大陆）	17.30%	15.22%	15.87%	13.63%	14.51%	14.92%

区域	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度	2016年度
美洲	19.19%	18.87%	14.74%	15.65%	12.90%	10.91%
大洋洲	2.54%	2.39%	1.61%	2.35%	2.16%	2.27%
非洲	0.27%	0.30%	0.25%	0.42%	0.28%	0.22%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

从上述 2016 年以来各区域销售收入的占比看，中国大陆销售收入占比从 2016 年度的 39.35%下降至 2021 年 1-6 月的 23.48%，整体呈下降趋势；欧洲和美洲的销售收入占比分别从 2016 年度的 32.34%、10.91%增加至 2020 年度的 38.98%、18.87%，呈增加趋势。

中国大陆销售收入占比下降，境外美洲、欧洲等区域销售占比增加，是公司品牌战略、市场竞争环境、区域市场规模等因素综合影响所致。

（1）品牌战略

自 2003 年开始，公司开始开展海外业务，并在 2008 年创设“DeepCool”品牌，公司海外业务的开拓至今已近 20 年，公司致力于实现品牌和产品的全球化。为扩大品牌影响力，公司重视产品的质量管理和销售市场开拓。

A、质量管理

公司已在电脑散热器领域积累了十余年的生产管理及销售经验，作为行业内拥有一定实力与规模、具备自主知识产权、具有创新设计能力的散热器生产商，已经成为多个国内外知名企业、电商平台和品牌的供应商，在行业内拥有一定的知名度。为提高公司生产管理能力，加强产品质量控制，公司于 2018 年下半年聘请黄从利为深圳鑫全盛总经理主管生产制造事业部，其后聘任为公司董事和副总经理，黄从利入职后，逐步加大产品的自产比例，增强产品的生产质量把控。

B、市场开发

针对销售市场的开发，公司在线下开拓具有一定市场影响力的客户，如俄罗斯 DNS、俄罗斯 MER、俄罗斯 INLINE、美国 NE、加拿大 CC、德国 BE、德国 CSL 等，上述客户或其所属集团公司具有数十年的发展历史，是当地或全球知名的零售商、经销商或品牌商，公司与上述客户已建立稳定的合作关系。

为进一步开拓境外市场，公司于 2018 年 11 月设立台湾办事处，2018 年 12 月设立美国子公司，2021 年 1 月设立荷兰子公司，不断完善的销售网络，公司境外销售收入从 2015 年以来呈现逐年增加趋势。

公司线上销售在京东、天猫、亚马逊和拼多多开设了直销网店，公司重视线上销售网络的建设。从 2016 年公司第一个亚马逊站点设立以来，截至 2021 年 6 月 30 日，公司已在亚马逊平台开设了美国、英国、法国、德国、意大利、西班牙、日本、加拿大、澳大利亚、阿联酋、新加坡、荷兰、瑞典、波兰、土耳其和沙特阿拉伯等 16 个站点。

（2）市场竞争环境

由于我国与欧美等发达国家的消费文化不同，市场的成熟度不同，导致发行人产品境内外的竞争环境存在较大差异。在境外，电脑散热器、机箱电源的主要厂商为美商海盗船、酷冷至尊和猫头鹰等品牌，该等品牌的受欢迎程度较高，发行人的产品较上述厂商的同类产品具备一定的性价比优势。而在境内，PC 散热领域厂商众多、竞争激烈、消费者对价格敏感度高于境外。从而导致公司产品境内销售毛利率低于境外，相对较高的境外毛利率使得公司更加重视境外市场的开拓。经过多年的发展，公司建立了完善的境外销售体系，特别是在欧洲等区域，凭借长期稳定的合作关系和良好的产品质量，公司已在境外形成了一定的品牌影响力。

（3）市场规模

近年来，移动游戏市场和电脑游戏市场均呈现增长趋势。根据行业研究公司“JPR（Jon Peddie Research）”数据，2018 年度，电脑专业硬件市场规模超过 350 亿美元（该统计数据包括 DIY 装机、硬件升级、键鼠外设与音频周边设备等），2020 年度电脑专业硬件市场规模有望达到 400 亿美元。根据 Newzoo 的报告，2019 年全球移动游戏市场规模达到 684 亿美元，占比为 45%；2019 年电脑游戏市场规模 350 亿美元，占比为 23%；2022 年全球电脑游戏市场规模将达到 392 亿美元，较 2019 年的年均复合增长率为 3.85%，预计 2022 年后全球电脑游戏市场将以 3.5% 的年均复合增长率增长，全球电脑游戏市场规模的增加将带来更多的业务发展机遇。

此外，受 2020 年“新冠”疫情影响，海外居家工作及娱乐对个人电脑的需求较高。据 SuperData 发布的 2020 游戏业年度报告显示，受到疫情的推动，数字游戏市场规模在 2020 年达到 1,266 亿美元，增幅 12%；其中移动游戏市场规模 738 亿美元，PC 数字游戏市场规模 331 亿美元，主机数字游戏市场规模 197 亿美元。公司及同行业竞争对手如美商海盗船、曜越科技等 2020 年度的营业收入明显增加。

综上，公司 2015 年以来主营业务收入变动符合公司实际情况，具有合理性。

2、毛利率变化分析

2015 年度，公司毛利率为 25.01%，由于 2015 年公司未上线供应链管理系统，未能对 2015 年销售收入进行产品明细拆分。2016 年度至 2021 年 1-6 月，公司分产品的主营业务收入占比及毛利率情况如下：

期间	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
电脑散热器	55.95%	44.48%	63.93%	46.57%	66.98%	40.95%
工业散热器	4.45%	32.32%	3.08%	40.26%	4.97%	43.92%
机箱	19.92%	36.85%	18.39%	37.39%	16.39%	34.32%
电源	15.54%	16.49%	10.63%	17.90%	7.79%	16.51%
其他	4.14%	56.75%	3.97%	62.84%	3.87%	55.52%
合计	100.00%	38.58%	100.00%	42.29%	100.00%	38.67%
期间	2018年度		2017年度		2016年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
电脑散热器	64.94%	34.16%	64.78%	33.79%	71.09%	30.57%
工业散热器	7.64%	43.74%	6.25%	45.05%	5.44%	46.62%
机箱	16.60%	30.47%	16.06%	29.34%	13.57%	26.21%
电源	6.66%	16.34%	8.49%	20.37%	5.04%	14.30%
其他	4.16%	43.88%	4.41%	39.75%	4.86%	33.84%
合计	100.00%	33.50%	100.00%	32.90%	100.00%	30.20%

2015 年度至 2020 年度，公司的综合毛利率呈现增加趋势。根据上述 2016 年度以来各细分产品类别的毛利率，公司的电脑散热器、机箱和其他类别的毛利率整体呈增长趋势；工业散热器毛利率除 2019 年度相比 2018 年度略有增加外，其他各期间均呈现下降趋势；电源的毛利率 2016 年度、2017 年度呈现增

长趋势，2018 年度回落后，2019 年度、2020 年度略有增长。2021 年 1-6 月，公司综合毛利率相比 2020 年度下降，主要受境外销售美元兑人民币汇率波动等因素影响。

2017 年度，公司电脑散热器的毛利率相比 2016 年度明显增加，主要系公司从 2017 年开始进行产品结构调整，减少了部分价格较低产品的销售，毛利率有所增加；2018 年度的电脑散热器毛利率与 2017 年度相比基本平稳；2018 年下半年开始，公司加大了自产比例，减少委外生产，同时 2019 年美元兑人民币平均汇率的波动，综合导致 2019 年度公司电脑散热器毛利率相比 2018 年度明显增加；2021 年 1-6 月，公司电脑散热器毛利率相比 2020 年度下降，主要受境外销售美元兑人民币汇率波动、铝材等原材料价格上涨所致。

2020 年度、2021 年 1-6 月，工业散热器毛利率相比 2019 年度明显下降，主要是北京 ABB 毛利率相对较低，其销售收入占工业散热器比例逐年增加。2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月，北京 ABB 销售收入占工业散热器收入比例分别为 5.74%、36.76%和 48.37%。

报告期内，公司的电源产品均为外采，电源产品销售区域主要为境外，电源产品毛利率波动主要受产品构成、美元兑人民币汇率波动和直销比例变化的影响。其中，2018 年度电源的毛利率相比 2017 年度下降明显，主要受供应商变更影响。2017 年末，公司电源供应商东莞市智华电子科技有限公司因经营不善停止生产，公司将电源采购供应商转为朝冠科技。朝冠科技为电源生产商侨威科技的经销商，产品质量以及产品交期能够得到更好的保障。

2015 年度至 2019 年度，公司的机箱产品均为外采，2020 年开始，公司完成永丰电子资产收购，部分机箱产品实现自产。机箱产品销售区域主要为境外，机箱产品毛利率波动主要受产品构成、美元兑人民币汇率波动和直销比例变化的影响。

2015 年度以来，公司毛利率变动符合公司实际情况，具有合理性。

3、净利润变化分析

单位：万元

科目	主营业务收入	净利润	扣除非经常性损益后的净利润
2021年1-6月	39,179.70	3,963.87	4,158.91
2020年度	81,527.35	10,371.36	9,450.06
2019年度	52,633.23	2,853.47	6,846.97
2018年度	41,194.15	3,996.53	4,139.42
2017年度	42,878.59	3,738.39	4,624.69
2016年度	36,997.02	3,132.41	2,882.55
2015年度	28,754.68	1,529.24	1,342.01

2015 年度至 2021 年 1-6 月，公司净利润分别为 1,529.24 万元、3,132.41 万元、3,738.39 万元、3,996.53 万元、2,853.47 万元、10,371.36 万元和 3,963.87 万元，扣除非经常损益后的净利润分别为 1,342.01 万元、2,882.55 万元、4,624.69 万元、4,139.42 万元、6,846.97 万元、9,450.06 万元和 4,158.91 万元，扣除非经常损益后的净利润与公司营业收入变动趋势保持一致。2015 年度至 2020 年度，公司非经常性损益金额主要是政府补助和对员工股权激励确认的股份支付金额，其中，2017 年度、2018 年度及 2019 年度，分别确认股份支付金额 1,227.48 万元、351.05 万元和 4,617.60 万元。

2015 年度至 2021 年 1-6 月，公司的净利润主要来自主营业务收入，伴随公司营业规模的扩大，公司扣除非经常性损益后的净利润呈现增加趋势，公司净利润波动具有合理性。

二、结合俄罗斯电竞玩家数量、各年对俄罗斯销售数量、散热器更换周期、发行人市场占有率等，分析发行人向俄罗斯销售收入的合理性

（一）俄罗斯电竞玩家数量、各年对俄罗斯销售数量、散热器更换周期

首轮问询回复引用的 Newzoo 统计数据显示，2018 年俄罗斯核心电竞玩家人数为 560 万人。由于 2020 年疫情因素影响，Newzoo 加入这一变量后更新了数据统计模型，根据更新后的统计数据，2019 年、2020 年俄罗斯核心电竞玩家人数分为 486 万人、534 万人；2020 年俄罗斯普通游戏玩家人数为 7,688 万人，世界排名第六。

俄罗斯是发行人境外销售收入最大的国家。报告期各期间，来源于俄罗斯的销售收入分别为 8,025.00 万元、10,163.02 万元、15,552.70 万元及 6,107.95 万元，发行人对俄罗斯产品的销量也相应地逐年提高，具体如下：

金额单位：万元；数量单位：万 PCS

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
对俄罗斯产品销量	86.83	274.63	215.47	200.84
对俄罗斯销售额	6,107.95	15,552.70	10,163.02	8,025.00

发行人生产的散热器产品主要用于 CPU 散热，装机商或者消费者在组装电脑时会一并配套购买散热器，散热器的更换周期与 CPU 的更换周期一致。

（二）发行人市场占有率

根据俄罗斯进出口市场研究机构 VVS（LLC VLADVNESHSERVICE）公司获取的俄罗斯海关进口数据，2020 年度俄罗斯进口的计算机风扇、风冷散热器、液冷散热器、笔记本散热器四类商品（海关编码分别为 84145、84733、8479899708），由中国进口的上述四类商品占对应总进口量的 85.31%，是俄罗斯相关产品第一进口来源国，供应来源具有高度集中的特点。俄罗斯海关的统计数据显示，2020 年，俄罗斯共向 224 家外国公司进口了上述四类商品。发行人是上述四类商品俄罗斯进口份额最大的外国公司，占据 2020 年度进口总额的 31.31%。2018 年至 2020 年发行人占俄罗斯同类商品进口市场份额分别为：

项目	2020年度	2019年度	2018年度
来源于发行人产品份额	31.31%	32.31%	30.94%

（三）发行人向俄罗斯销售收入的合理性

1、发行人在俄罗斯进口同类产品中占据较高份额

根据俄罗斯海关的统计数据，报告期内，在计算机风扇、风冷散热器、液冷散热器、笔记本散热器四类商品中，发行人均占据 30%以上的进口份额。

主流电脑散热器品牌均未在俄罗斯设厂，因此俄罗斯进口市场份额可一定程度印证发行人在俄罗斯市场的份额。

2、发行人主要竞争对手未充分重视俄罗斯市场

俄罗斯虽然位于欧洲，但不属于欧盟国家，与西欧国家在贸易往来方面存

在一定屏障，发行人的主要竞争对手如美商海盗船、酷冷至尊等品牌并未把业务重心放在俄罗斯，而是更关注较为成熟的欧美市场。而发行人较其他主要竞争对手，更加重视俄罗斯市场的开拓，进行差异化竞争。

3、发行人与俄罗斯主要的大型商家建立了稳定合作关系

发行人前五大客户中的俄罗斯 DNS、俄罗斯 MER、俄罗斯 INLINE 等都是俄罗斯的大型消费电子产品商家，公司与俄罗斯 DNS 自 2009 年起逐步建立了长期稳定的合作关系。2010 年至 2012 年，公司与俄罗斯 INLINE、俄罗斯 MER 接触并开始合作，开启了长期稳定的合作关系。

俄罗斯 DNS 的店铺数多达 2601 家，覆盖俄罗斯全境及哈萨克斯坦部分地区。研究机构 Data Insight 对俄罗斯 2018 年度和 2019 年度电子商务网站进行了排名，DNS-Shop 均排名第 5。俄罗斯 MER 在《福布斯》杂志评选的 2019 年“俄罗斯 200 家最大的私人公司”中排名第 33 位。研究机构 Data Insight 对俄罗斯 2018 年度和 2019 年度电子商务网站进行了排名，俄罗斯 MER 的线上电商平台 Citilink 均排名第 2。公司依靠高性价比的产品及优质的服务通过俄罗斯的大型零售商与经销商进入俄罗斯市场，并逐渐渗透至俄罗斯全境，进而取得俄罗斯市场高比例份额。公司多年以来深耕俄罗斯的各个客户，保持了良好的客户关系。

综上，上述因素导致了发行人来源于俄罗斯的销售收入占比较高，发行人向俄罗斯销售收入具有合理性。

三、说明报告期内亚马逊平台销售大幅增长的原因，在亚马逊平台销售过程中是否存在刷单、刷好评或其他违反亚马逊平台规定的情况，是否存在被封号风险，如果被封号对发行人经营业绩的影响

（一）说明报告期内亚马逊平台销售大幅增长的原因

2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司亚马逊平台销售收入分别为 1,745.17 万元、3,311.76 万元、6,838.66 万元和 2,499.55 万元。2019 年度，公司在亚马逊平台销售收入较 2018 年度增加 1,566.59 万元，增幅 89.77%；2020 年度，公司在亚马逊平台销售收入较 2019 年度增加 3,526.90 万元，增幅 106.50%。

近三年，亚马逊平台的销售收入呈现快速增长趋势，增长的主要原因是：

1、公司重视亚马逊站点的销售管理，保障亚马逊站点销售的货物供应，增加各亚马逊站点的产品种类和数量，使消费者通过站点采购时能够及时响应并供货。

2、公司持续增强在亚马逊平台上的拓展力度，逐年增加亚马逊站点数量，从 2018 年末的 7 个站点，增加到报告期末的 16 个站点，加强了公司的亚马逊销售渠道。

报告期各期间，公司在亚马逊开设站点情况如下：

期间	数量	具体站点
2018年末	7	英国、法国、德国、意大利、西班牙、美国和加拿大
2019年末	8	英国、法国、德国、意大利、西班牙、美国、加拿大和日本
2020年末	12	美国、加拿大、英国、法国、德国、意大利、西班牙、日本、阿联酋、新加坡、澳大利亚和荷兰
2021年6月末	16	美国、英国、法国、德国、意大利、西班牙、日本、加拿大、澳大利亚、阿联酋、新加坡、荷兰、瑞典、波兰、土耳其和沙特

3、自 2020 年以来，境外疫情致使消费者通过亚马逊等电商购物需求增加，同时居家隔离政策使得消费者对居家办公需求增长较快，上述因素致使 2020 年度公司通过在亚马逊平台对终端消费者销售规模呈现较大增长。

（二）在亚马逊平台销售过程中是否存在刷单、刷好评或其他违反亚马逊平台规定的情况，是否存在被封号风险，如果被封号对发行人经营业绩的影响

公司在亚马逊平台开设站点，进行产品的线上销售。公司安排专门销售人员负责亚马逊日常运营管理，具体工作内容包括：产品上架及下架、价格监测及调整、店铺或产品宣传推广、平台沟通等。公司对站点的运营情况、客户满意度、平台反馈等方面进行考核。

自 2021 年 6 月起，部分跨境出口电商卖家被亚马逊封号，根据媒体报道，主要是刷单、刷评论等原因被封。亚马逊平台对于卖家刷单、刷好评、向外导流等方面有非常严格的规定。

报告期内，发行人在亚马逊平台进行线上销售不存在刷单、刷好评的情况，但报告期内发行人曾因违反亚马逊平台其他规则而遭受临时性措施及处罚的情形，主要有警告、禁止显示及停止销售等，停止销售包括产品停止销售与站点

停止销售。在报告期内，发行人发生过的被亚马逊平台禁止显示与停止销售的违规有如下情形：

1、买家负面体验通知

亚马逊平台为了实现良好的买家体验，如果商家所售产品的最近订单不满意率远远高于类似商品，亚马逊平台有权禁止显示这些商品。随后邮件通知商家其所售的商品因买家不满意率较高而被停售，商家需要解决商品差评率高的问题，并向买家主动沟通反馈。差评问题解决后商品可重新上架销售。

2、潜在的定价错误

亚马逊会定期监控商品在平台上的价格（包括运费），并将其与提供给买家的其他价格进行比较。为了防止有损买家信任的定价行为，如果商家设置的商品价格明显高于或低于亚马逊商城或其他平台提供的当前价格，亚马逊可能会移除购买按钮、删除商品。发行人在亚马逊平台上销售的商品标价若超出亚马逊的最高价格与最低价格范围，将会被亚马逊平台限制销售，在修改商品标价后方可继续正常销售。

3、违规创建无效变体清单

变体是亚马逊平台上的一个概念，指的同款产品的不同型号，比如不同颜色、不同尺寸等。变体主要被用于多属性商品，每个尺寸、颜色都称为一个变体，共同存在同一个商品详情页面中。变体关系商品信息可让买家根据不同的属性（包括尺寸、颜色或其他特性），通过商品详情页面上提供的选项比较和选择商品。亚马逊平台不允许卖家添加无效的变体，如将新旧不同版本、型号及不同品牌的产品放在同一个商品详情页面内。如果亚马逊平台商家多次添加无效的变体，亚马逊平台有权停售商品。

4、违反增值税管理规定

2019 年 2 月春节假期期间，英国税务局向发行人亚马逊英国站点发送税务调研邮件。因春节假期期间无人维护邮箱，发行人未及时反馈调研邮件，导致英国税务局通知亚马逊平台暂停发行人英国站点的销售。节后发行人及时邮件回复及说明情况后，亚马逊英国站点随之恢复销售。

5、KYC 账号验证

亚马逊 KYC（Know Your Customer）账号验证，是对账户持有人的条件审查和备案（对欧洲平台卖家身份审核）。根据欧洲监管机构的有关要求，亚马逊平台需要对欧洲站开店的卖家进行身份审核，只有 KYC 审核通过的卖家，才能在亚马逊欧洲站销售产品。2019 年 10 月，因为亚马逊对发行人欧洲站点进行 KYC 审核，导致发行人在全欧洲站点发生数天的停售。发行人向亚马逊平台申请之后，随之恢复销售。

报告期内，发行人不存在被亚马逊封号的情况。发行人曾因违反电商平台规则而遭受亚马逊对其实施临时性措施及处罚的情形，其中三次涉及发行人的站点停售，短暂地影响公司相关站点的销售。发行人整改或提交说明之后，亚马逊也随之恢复了站点的销售，具体如下：

序号	停售涉及站点	停售持续时间	停售原因	备注
1	英国站	2019年2月8日-23日	英国税局税务调研，发行人由于春节假期未及时提交资料，导致应该税务局通知亚马逊停售	提交说明后，恢复销售
2	欧洲站点	2019年10月10日-16日	KYC账户审核	向平台申请后，恢复销售
3	英国站	2020年4月16日-7月7日	发行人多次错误使用变体关系	提交申诉后随即恢复销售

发行人的违规行为是因为发行人对亚马逊平台相关规则理解错误或操作失误导致，并非故意违反。

就 2021 年上半年大规模的“封号”事件，亚马逊此前做出回应称，封号的绝大多数是因为被平台审查出“不当使用评论功能”“向消费者索取虚假评论”“通过礼品卡操纵评论”等违规行为。发行人自从亚马逊开设站点销售以来一直遵守亚马逊平台规则，未通过刷单、虚假评论等方式谋取短期利益，不存在被封号的风险。发行人也将持续地加深对亚马逊平台运营规则的理解，逐步提升在亚马逊平台的运营能力。

2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司亚马逊平台销售收入分别为 1,745.17 万元、3,311.76 万元、6,838.66 万元和 2,499.55 万元，占发行人当期主营业务收入比例分别为 4.24%、6.29%、8.39%和 6.38%。发行人在

亚马逊平台的销售收入增长较快，但占主营业务收入比例不高，假设发行人被亚马逊平台永久性封号的情况发生，也不会对发行人业绩产生重大不利影响。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

1、访谈发行人实际控制人和产品经理，了解发行人的产品发展和未来产品规划，同行业竞争对手的产品差异、竞争状况、销售区域及外协加工情况等。

2、查阅同行业竞争对手的年度报告、招股说明书及相关公开信息等，准确了解同行业已上市公司的收入、毛利率状况、产品信息、销售区域和外协比例等。

3、取得发行人产品分类明细表，对比发行人与同行业竞争对手产品单价信息。

4、取得发行人产品销售收入、成本、数量明细表，对比上下年度产品的毛利率波动情况，并结合产品的平均单价和平均成本进行具体分析。

5、查阅行业相关资料，了解俄罗斯电竞玩家人数及市场规模。

6、获取并查阅俄罗斯海关近三年进口统计数据，了解发行人在俄罗斯进口的同类型产品所占的份额，分析发行人向俄罗斯销售收入的合理性。

7、对发行人负责亚马逊平台运营的相关人员进行访谈，确认报告期内公司不存在刷单、虚构交易、违规提升信誉等违规行为。

8、查阅发行人的亚马逊平台卖家通知页面并进行截图，查阅发行人亚马逊平台的后台数据，搜索发行人是否存在“刷单”、“刷好评”的情况。

9、核查销售费用明细账、发行人银行流水，未发现有“刷单”相关联情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，公司产品毛利率波动符合公司实际情况，具有合理性。

2、报告期内，公司主营业务收入变动主要受公司品牌战略、市场竞争环境、

区域市场规模等因素综合影响所致；公司产品毛利率波动主要受产品结构、美元兑人民币汇率等因素综合影响；公司净利润主要来自主营业务收入。2015 年以来，公司主营业务收入、净利润和毛利率波动具有合理性。

3、报告期内，发行人的散热器产品在俄罗斯进口的同类型商品所占的份额均在 30%以上，发行人向俄罗斯销售收入具有合理性。

4、发行人在亚马逊平台销售过程中不存在“刷单”、“刷好评”的情况。发行人在亚马逊平台销售时曾存在违反电商平台规则而遭受亚马逊对发行人实施临时性措施及处罚的情形。该等平台规则仅作为平台约束商家经营活动的内部规则，相应临时性措施及处罚未对发行人在上述电商平台销售产生重大不利影响，发行人不存在被封号风险。

5、发行人在亚马逊平台的销售收入增长较快，但占主营业务收入比例不高，若发行人被亚马逊平台永久性封号不会对发行人业绩产生重大不利影响。

问题八、关于应收账款

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 发行人披露除 OEM/ODM 客户德国 EKL 未申请中信保额度，给予了 7 天的信用期限外，发行人对其他客户只有中信保办理了信用保险的客户才授予一定的信用期限，授予信用额度以中信保授予额度为上限。

(2) 保荐人、申报会计师对境外客户的收入及应收账款主要以电子函证为主,由发行人提供其客户的电子邮箱地址，保荐人、申报会计师对邮箱地址进行核查比对确认后，将发行人盖章的询证函扫描件独立发送到境外客户办公电子邮箱，经被函证客户盖章（部分以签字形式）确认后，将回函扫描件直接发送到保荐人、申报会计师邮箱。

请发行人说明报告期各期末对德国 EKL 的应收账款金额，对于境外其他客户的应收账款，中信保是否均已承保、承保的金额、如客户不能付款的赔付比例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明如何核实电子邮箱地址的真实性，为相关人员个人邮箱地址还是客户内部办公邮箱地址，说明主要客户的回函是公司回函、部门回函还是个人回函，以及各类回函方式的家数、销售金额及占比、应收账款金额及占比，公司回函及部门回函未盖章的具体情况。

【发行人回复】

请发行人说明报告期各期末对德国 EKL 的应收账款金额，对于境外其他客户的应收账款，中信保是否均已承保、承保的金额、如客户不能付款的赔付比例

报告期各期末，发行人对德国 EKL 的应收账款余额如下：

单位：万元				
项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
应收账款余额（美元）	3.44	9.35	18.48	8.08
应收账款余额（人民币）	22.20	61.04	128.95	55.47
期后回款时间	2021-7-14	2021-1-5	2020-1-7	2019-1-3

2018 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 14 日，发行人未就德国 EKL 向中信保申请

保额，公司授予德国 EKL 的信用期为提单日后 7 天内付款，德国 EKL 均在信用期限内支付货款，未发生逾期情况。2021 年初，公司就德国 EKL 向中信保申请保额，根据中信保于 2021 年 3 月 15 日出具的信用限额审批单，德国 EKL 信用额度为 60 万美元，信用期限 60 天，生效日期为 2021 年 3 月 15 日。

截至 2021 年 6 月末，公司授予信用额度或给予一定账期的境外客户均已申请办理中信保保险，中信保均已承保。根据公司每年度与中信保签署的《短期出口信用保险综合保险单》《短期出口信用保险续转保险单明细表》等，报告期内，中信保承保金额和协议约定赔付比例情况如下：

单位：万美元

单位：万美元

投（续） 保时间	2021-6-25	2020-6-23	2019-6-25	2018-5-6	2017-7-27
有效期间	2021-6-25至 2022-6-24	2020-6-25至 2021-6-24	2019-6-25至 2020-6-24	2018-6-25至 2019-6-24	2017-6-25至 2018-6-24
投保金额	10,000.00	5,000.00	4,200.00	4,300.00	3,142.00
最高赔偿限额	1,000.00	1,000.00	1,200.00	1,200.00	800.00
赔付比例	注1	买方拒收风险赔偿比例 90%，本保单另有约定的 除外。		买方拒收风险赔偿比例 80%，本保单另有约定的 除外。	
		拖欠、破产风险赔偿比例90%；政治风险赔偿比例90%； 信用证风险赔偿比例90%；本保单另有约定的除外。			

注 1：信用证项下赔偿比例：开证行商业风险所致损失的赔偿比例为 90%，政治风险所致损失的赔偿比例为 90%，但本保单另有约定的除外；非信用证项下赔偿比例：买方破产或无力偿付债务、拖欠风险所致损失的赔偿比例为 90%，买方拒绝接收货物或拒绝对已完成的服务进行确认风险所致损失的赔偿比例为 90%，政治风险所致损失的赔偿比例为 90%，但本保单另有约定的除外。

综上，报告期各期末，发行人对德国 EKL 的应收账款余额分别为 55.47 万元、128.95 万元、61.04 万元和 22.20 万元。截至报告期末，公司对境外授予信用政策客户办理了中信保保险，中信保均已承保，具体赔付比例根据客户逾期原因确定。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明如何核实电子邮箱地址的真实性，为相关人员个人邮箱地址还是客户内部办公邮箱地址，说明主要客户的回函是公司回函、部门回函还是个人回函，以及各类回函方式的家数、销售金额及占比、应收账款金额及占比，公司回函及部门回函未盖章的具体情况

（一）核查程序

1、获取并查阅报告期内发行人与中信保签署的相关协议及单个客户的信用限额审批单，根据信用限额审批单注明的中信保授予发行人客户信用政策，与发行人的客户实际信用政策进行比对。

2、利用发行人账户登陆中信保信息系统，查看发行人中信保投保情况和索赔记录。

3、对比发行人中信保投保金额和应收账款规模，测试应收账款风险敞口。

4、针对境外客户电子邮箱地址的真实性核查，取得业务人员与境外客户电子邮件地址的往来邮件，查阅电子邮件发送时间、邮件内容、邮件电子名片与公司客户信息是否一致；在公司业务人员邮箱首页搜索境外客户电子邮箱地址，查看邮件数量，并将搜索结果截图。

5、查阅境外客户回函电子邮箱地址，比对境外客户回函电子邮箱地址后缀与发函电子邮箱后缀、访谈名片、官网邮箱后缀是否一致。

6、查阅境外客户回函信息，对盖章或单独签字形式的回函，将回函印章或签字与客户签订的正式合同印章或签字进行比对，存在签字差异的要求客户进行单独的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、报告期各期末，发行人对德国 EKL 的应收账款余额分别为 55.47 万元、128.95 万元、61.04 万元和 22.20 万元。截至 2021 年 6 月 30 日，发行人对境外授予信用政策的客户均进行了中信保投保，2017 年 6 月 25 日至 2018 年 6 月 24 日中信保投保金额为 3,142.00 万美元，2018 年 6 月 25 日至 2019 年 6 月 24 日中

信保投保金额为 4,300.00 万美元，2019 年 6 月 25 日至 2020 年 6 月 24 日中信保投保金额为 4200.00 万美元，2020 年 6 月 25 日至 2021 年 6 月 24 日中信保投保金额为 5,000.00 万美元，2021 年 6 月 25 日至 2022 年 6 月 24 日中信保投保金额为 10,000.00 万美元。境外客户发生应收账款逾期不能付款情形，中信保根据逾期原因赔付比例为 80%或 90%。

2、经核查，境外客户函证电子邮箱地址为客户的日常业务沟通地址，有业务量相匹配的日常往来沟通记录。除 2020 年度墨西哥 MCE 和印尼 AE 使用个人邮箱地址回函，其他境外客户均使用公司电子邮箱回函，函证电子邮箱地址后缀与发行人客户官网保持一致，不存在异常。

3、根据回函形式，对报告期内境外回函结果进行分类统计

针对境外函证，按照回函者身份，分类为公司回函、部门回函及个人回函。其中，公司回函为被函证对象加盖公司印章进行回函；部门回函为被函证对象加盖公司具体部门章进行回函；个人回函为被函证对象按照国际惯例个人签章回函。

按照回函方式分类，公司的境外函证回函分为书面回函和电子邮箱回函。书面回函为回函人通过快递直接回复函证原件的方式回函，邮件回函分为企业个人邮箱的回函和私人电子邮箱回函。

报告期内，发行人境外回函不存在部门回函（被函证对象加盖公司具体部门章进行回函）；不存在通过企业公共邮箱（不能指向具体个人，由某个部门使用的企业邮箱）的回函。

（1）2018 年度

①按回函方式分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
纸质邮寄回函	27	17,572.15	71.97%	3,399.59	73.90%
电子邮箱回函	11	6,844.05	28.03%	1,200.53	26.10%
其中：个人邮箱	-	-	-	-	-

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
公司邮箱	11	6,844.05	28.03%	1,200.53	26.10%
合计	38	24,416.20	100.00%	4,600.12	100.00%

②按回函身份分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
个人回函（仅签名）	13	7,854.94	32.17%	1,890.57	41.10%
公司回函（盖章）	25	16,561.26	67.83%	2,709.55	58.90%
合计	38	24,416.20	100.00%	4,600.12	100.00%

（2）2019 年度

①按回函方式分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
纸质邮寄回函	27	22,572.88	73.09%	3,398.70	76.87%
电子邮箱回函	11	8,310.24	26.91%	1,022.71	23.13%
其中：个人邮箱	-	-	-	-	-
公司邮箱	11	8,310.24	26.91%	1,022.71	23.13%
合计	38	30,883.12	100.00%	4,421.41	100.00%

②按回函身份分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
个人回函（仅签名）	13	9,222.88	29.86%	1,113.07	25.17%
公司回函（盖章）	25	21,660.24	70.14%	3,308.34	74.83%
合计	38	30,883.12	100.00%	4,421.41	100.00%

（3）2020 年度

A、按回函方式分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
纸质邮寄回函	2	1,912.13	4.12%	346.71	6.61%
电子邮箱回函	39	44,447.41	95.88%	4,897.30	93.39%
其中：个人邮箱	2	914.30	1.97%	123.05	2.35%
公司邮箱	37	43,533.11	93.90%	4,774.25	91.04%
合计	41	46,359.53	100.00%	5,244.01	100.00%

B、按回函身份分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
个人回函（仅签名）	13	11,065.53	23.87%	1,465.31	27.94%
公司回函（盖章）	28	35,294.00	76.13%	3,778.70	72.06%
合计	41	46,359.53	100.00%	5,244.01	100.00%

(3) 2021年 1-6 月

A、按回函方式分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
纸质邮寄回函	-	-	-	-	-
电子邮箱回函	38	22,222.03	100.00%	4,313.64	100.00%
其中：个人邮箱	1	723.56	3.26%	108.75	2.52%
公司邮箱	37	21,498.47	96.74%	4,204.88	97.48%
合计	38	22,222.03	100.00%	4,313.64	100.00%

B、按回函身份分类

单位：万元

分类	数量	对应收入金额		对应应收/预收金额	
		金额	占比	金额	占比
个人回函（仅签名）	16	7,773.28	34.98%	1,171.94	27.17%
公司回函（盖章）	22	14,448.75	65.02%	3,141.69	72.83%
合计	38	22,222.03	100.00%	4,313.64	100.00%

2018 年度、2019 年度，发行人客户通过电子邮件回函不存在使用个人电子邮箱情形。

2020 年度、2021 年 1-6 月，发行人客户中的印尼 AE 使用的是个人电子邮箱回函。印尼 AE 与发行人日常沟通使用的均为个人电子邮箱，保荐人、申报会计师核查了发行人与境外客户邮箱往来记录，邮件正文及附件内容包括发行人客户向发行人支付货款的汇款记录、订单信息等。印尼 AE 的回函签字人员 Hutama 与合同签字人员一致，根据中信保资信报告，其职务为董事长，并持有印尼 AE 的股权比例为 35.00%。

2020 年度，发行人客户中的墨西哥 MCE 使用的是个人电子邮箱回函。墨西哥 MCE 的回函个人电子邮箱地址与中信保资信报告中的邮箱地址一致，根据中信保资信报告，回函签字人员 Silvestre Leyba 职务为董事长、法定代表人，持有墨西哥 MCE 的股权比例为 90.00%。

境外部分客户的回函为个人签名回函，未加盖发行人客户印章，保荐人、申报会计师核查了回函签字人员与中信保资信报告登记的人员信息、合同签字人员信息等，未发现异常。

4、2020 年函证截至目前未要求客户寄回原件的原因

报告期内，向客户的应收账款函证均有要求客户寄回原件，主要受多次函证及“新冠”疫情影响，境外客户邮寄回函意愿度较低。

“新冠”疫情发生前，发行人 2018 年度及 2019 年度审计报告相关的函证主要通过纸质原件寄回。疫情发生后，保荐人、申报会计师与客户多次沟通，2017 年至 2020 年 3 月 31 日的三年一期连续审计报告相关境外函证由客户先扫描并以电子邮箱回函后再邮寄纸质原件，其中视频访谈客户的函证原件和访谈记录一同寄回，纸质邮寄回函金额占发函金额的比例约为 75%；2020 年度审计报告和 2021 年半年度审计报告相关的函证，客户主要以扫描函证原件的形式通过电子邮箱回函。发行人境外主要客户如俄罗斯 DNS、俄罗斯 INLINE、俄罗斯 MER、德国 BE、美国 NE、加拿大 CC、韩国 BIGS、日本 TW 等各期均有回函。

根据《中国注册会计师审计准则问题解答第 2 号——函证》中的“注册会

计师可以通过电子询证函平台实施函证程序”的说明，通过邮件方式获取函证符合核查要求，相关的核查程序详见本问询回复之“问题八、关于应收账款”之“中介机构核查”之“（一）核查程序”。中介机构说明报告期各期发行人外销销售中采用 FOB 和 DDP 结算方式的销售金额，通过邮件获取境外客户函证具备合理性。

问题九、关于销售费用

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人销售退货金额分别为 513.17 万元、664.76 万元、1,696.79 万元，预计负债计提比例分别为 4.83%、4.56%、2.60%，实际发生的售后服务费分别为 701.75 万元、383.07 万元、246.73 万元，其中 2018 年实际发生的售后服务费高于退货金额，其他年度均远低于退货金额，2018 年售后服务费金额及 2020 年退货金额较高均系由于水冷产品存在漏液问题，2020 年退货金额大幅增加但预计负债计提比例以及实际发生的售后服务费均大幅减少。

(2) 报告期各期，发行人运输费分别为 745.66 万元、1,441.75 万元和 2,037.55 万元，主要受亚马逊销售收入的增长和 DDP 结算方式影响，运输费随收入的增长而增长，对于通过亚马逊销售以及采用 DDP 结算方式的销售，发行人承担境内外运输费用及相关税费。

请发行人：

(1) 说明 2018 年实际发生的售后服务费高于退货金额，其他年度均远低于退货金额的原因，报告期内退货的处理方式、是否均已出售、如未出售是否应当计提存货跌价准备、计提是否充分；2020 年退货金额大幅增加但预计负债计提比例以及实际发生的售后服务费均大幅减少的原因，发行人 2018 年及 2020 年产品均存在质量问题，发行人产品质量是否符合相关标准、与直接及间接客户是否存在质量纠纷、质量问题是否影响发行人与相关客户的业务合作；结合发行人产品发生质量问题、退货换金额较高等分析并说明预计负债计提是否充分。

(2) 说明报告期各期发行人外销销售中采用 FOB 和 DDP 结算方式的销售金额，境外运输费、海关税费与 DDP 结算方式的销售金额、对亚马逊的销售金额的匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明 2018 年实际发生的售后服务费高于退货金额，其他年度均远低于退货金额的原因，报告期内退货的处理方式、是否均已出售、如未出售是否应当计提存货跌价准备、计提是否充分；2020 年退货金额大幅增加但预计负债计提比例以及实际发生的售后服务费均大幅减少的原因，发行人 2018 年及 2020 年产品均存在质量问题，发行人产品质量是否符合相关标准、与直接及间接客户是否存在质量纠纷、质量问题是否影响发行人与相关客户的业务合作；结合发行人产品发生质量问题、退货换金额较高等分析并说明预计负债计提是否充分

（一）2018 年实际发生的售后服务费高于退货金额，其他年度均远低于退货金额的原因，报告期内退货的处理方式、是否均已出售、如未出售是否应当计提存货跌价准备、计提是否充分

1、2018 年实际发生的售后服务费高于退货金额，其他年度均远低于退货金额的原因

（1）售后服务费

公司售后服务费主要基于公司对已售产品承担的质保责任。报告期内，公司的售后服务费用主要是因水冷产品漏液产生的赔付，赔付金额包括水冷产品价值和因漏液问题造成的买家硬件设备损失而产生的附加赔付，且附加赔付金额远大于产品价值。此外，售后服务费用包括产品售后维修、补发配件等。

根据公司的保修条款，公司保证其“DeepCool”品牌产品在保修期内无材料和工艺上的缺陷，提供正常、适当和预期的使用。如果在保修期内证明产品在材料或工艺上存在缺陷，则公司将全权选择以相同产品或类似产品维修或更换该产品。公司主要产品保修期限如下：

类别	保修期
水冷电脑散热器	3年
热管电脑散热器	个别高端产品5年，其他产品根据具体产品类别及所在销售区域提供1年、2年或3年保修期
风扇	1年、2年或3年，具体根据产品类别及所在销售区域
电源	金牌电源10年，白牌电源、铜牌电源5年，无牌电源3年

类别	保修期
配件及其他	根据产品类别及所在销售区域1年或2年

2018 年度至 2021 年 1-6 月，公司发生的售后服务支出金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
预计负债借方金额	126.36	246.73	243.92	537.38
其中：水冷产品	111.83	195.87	238.32	523.33
非水冷产品	14.52	50.85	5.59	14.05

报告期内，公司发生的售后服务支出金额主要是水冷产品赔付，赔付金额包括水冷产品价值和因漏液问题造成的买家硬件设备损失而产生的附加赔付。

从 2015 年公司推出水冷产品以来，公司持续推动水冷产品的技术升级，以降低水冷产品漏液率。2017 年 8 月，公司对水冷产品的工艺进行改进，在原冷头结构装置上加装卡环，从而解决因密封套没有限位容易松动导致的漏液问题；2019 年底，公司升级水冷产品，应用公司新研发的专利技术，水冷产品可根据水冷排管压力变化自动调节内部压力，使水冷排管保持内外压平衡，进一步降低漏液率。

（2）退货

报告期各期间，公司各期间退货金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
退货金额	904.30	1,696.79	664.76	513.17
其中：线上销售退货	365.11	868.24	637.48	457.98

2018 年度、2019 年度，公司的退货主要是线上销售无理由退货期内发生的退货等。伴随线上销售增加，京东自营和亚马逊店铺退换货金额增加。2020 年度，因公司在亚马逊平台的销售增长，亚马逊退货金额较 2019 年度增长了 211.79 万元。2020 年度、2021 年 1-6 月的线下销售退货金额较高，主要是生产日期为 2020 年 7 月 14 日至 7 月 24 日的批次水冷产品存在质量问题导致的退货，该批次产品销售收入为 1,109.06 万元，其在 2020 年度的退货金额为 566.92 万元，2021 年 1-6 月退货金额为 426.67 万元，尚未退回部分 115.47 万元。

报告期内，公司售后服务实际发生金额主要取决于公司水冷电脑散热器产品漏液率和处于保修期内的产品规模，公司退货金额主要受产品质量和线上销售规模的影响。公司售后服务实际发生金额和退货金额之间关联度较低。2018年度售后服务费金额较高，主要是因公司2016年1-11月生产批次的水冷产品存在漏液风险相对较高，导致2017年至2018年实际发生的售后服务费支出金额较大。2016年12月开始，公司持续对水冷产品进行技术改进，水冷漏液率下降。2019年度和2020年度，公司实际发生的售后服务费用下降明显。

综上，公司2018年度实际支出的售后服务金额高于退货金额，其他年度低于退货金额符合公司实际情况，具有合理性。

2、报告期内退货的处理方式、是否均已出售、如未出售是否应当计提存货跌价准备、计提是否充分

公司因水冷产品漏液导致赔付的退货，因附加赔付部分远高于产品价值，将赔付金额直接计入销售费用；其他退回货物经批准作为退货处理后，冲减原确认的收入、成本金额。境内发生的退货产品需运输回公司，境外销售产品发生的零星退货，考虑产品价值、运输成本等，一般在境外直接做报废处理，存货成本计入管理费用，少部分基于产品技术改进等需求退回至公司。

公司收到退货后，由品保部门对货物进行检查分类，主要分三种情形处理：

一是包装破损或已开封但产品未使用发生退货，产品本身不存在质量问题。由包装车间领料出库进行包装物更新，更换材料成本等计入产品完工成本，完工后办理正常的产品入库。该类型存货重新入库不单独区分，按照公司存货管理规程正常销售出库。报表日，公司根据存货的结存情况进行减值测试，对存在减值的产品计提减值准备，公司的减值测试已充分考虑该部分退货产品，存货减值准备计提充分。

二是产品已安装使用后发生退货，公司对产品进行拆解。拆解后可继续使用的零部件办理原材料入库，生产过程中正常领用；无法使用或存在外观瑕疵的零部件进行报废处理。

三是产品因存在质量问题批量退回，产品未使用，公司进行返修处理。报告期内，公司存在因产品质量批量退回的未拆箱产品，为2020年7月14日至7

月 24 日期间生产水冷电脑散热器产品，因质量问题导致 2020 年度发生退货金额 566.92 万元，2021 年 1-6 月发生退货金额 426.67 万元。针对该部分因产品质量问题批量退回的产品，公司在 2021 年 6 月末对其进行存货减值测试。该部分返修产品需更换防水圈、防冻液及标签，返修材料金额较小。根据工程技术部门预计的返修材料费用、人工成本等，经减值测试，可变现净值高于成本，不计提减值准备。

（二）2020 年退货金额大幅增加但预计负债计提比例以及实际发生的售后服务费均大幅减少的原因

2020 年退货金额大幅增加的原因是 2020 年 7 月 14 日至 7 月 24 日批次水冷产品导致的退货金额为 566.92 万元；此外，随着在亚马逊平台的销售不断增长，亚马逊平台退货金额较上年增长了 211.79 万元。

2020 年 7 月 14 日至 7 月 24 日生产批次水冷产品导致的退货金额为 566.92 万元。该批次水冷产品退货原因是产品存在质量瑕疵。2020 年 10 月 9 日，公司销售人员收到客户反馈水冷产品存在漏液情况。2020 年 10 月 14 日，公司品保部收到客户退回的样品并进行检测，于 2020 年 10 月 15 日形成检测报告，确定漏液原因为防水圈失效导致不完全回弹，在水嘴旋转或不稳定内压情况下，导致产品表面有渗漏的印痕。防水圈不完全回弹的原因是供应商在防水圈生产过程中，将部分批次防水圈的硫化时间由 280 秒调整为 210 秒，模具四周温度未达到设定值，从而造成防水圈欠硫，导致防水圈使用不完全回弹。

该批次产品销售收入 1,109.06 万元，其中 2020 年度退货金额为 566.92 万元，对于退货部分公司冲减销售收入，产品入库返修处理。根据公司对退货部分的拆箱检查和技术部门的检测结果，预计未退回部分的漏液率不足 1%，考虑质保期间和可能产生的附加赔付，对截至 2020 年底未退回部分公司按 8%计提了售后服务费 43.37 万元，计入预计负债-售后服务费。

报告期内，公司实际发生的售后服务支出金额主要是水冷产品赔付，赔付金额包括水冷产品本身和因漏液问题造成的买家硬件设备损失而产生的附加赔付。公司水冷产品质保期为 3 年，公司售后服务实际发生金额主要取决于公司水冷产品漏液率和处于保修期内的产品规模。因公司 2016 年 1-11 月生产批次

的水冷产品存在漏液风险相对较高，导致 2017 年至 2018 年实际发生的售后服务费支出金额较大。2016 年 12 月开始，公司对水冷产品进行技术改进，并于 2019 年开发出安全性能更高的水冷产品，水冷漏液率下降。2019 年度和 2020 年度，公司实际发生的售后服务费用下降明显。

2020 年度，公司退货金额较高，但实际发生的售后服务费金额较小符合公司实际情况，具有合理性。

（三）发行人 2018 年及 2020 年产品均存在质量问题，发行人产品质量是否符合相关标准、与直接及间接客户是否存在质量纠纷、质量问题是否影响发行人与相关客户的业务合作。

报告期内，公司需要进行质量认证产品均已取得相关的产品质量认证证书，认证证书等具体情况详见招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、主要固定资产及无形资产情况”之“（三）特许经营权及业务资质情况”之“公司产品质量认证”，公司产品符合相关质量标准。

水冷产品漏液是行业普遍存在的问题，目前的技术手段尚无法做到彻底消除漏液，只能采用技术手段加强产品质量，降低漏液率。报告期内，公司持续提高产品生产技术，加强产品质量的把控和对原材料采购检测，水冷产品漏液情况明显改善。

报告期内，公司与直接或间接客户不存在因产品质量问题导致的纠纷，公司根据售后服务条款承担相应的售后责任。报告期内，公司客户未因产品质量影响合作关系，公司的主要客户稳定。

针对水冷产品的漏液风险，公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”之“（五）水冷电脑散热器漏液风险”进行了风险提示。

（四）结合发行人产品发生质量问题、退换货金额较高等分析并说明预计负债计提是否充分。

1、售后服务费的计提

（1）2016 年以来，公司产品质量问题情况

公司容易产生质量问题的产品主要是水冷系列相关产品。水冷系列相关产

品散热原理主要是使用冷却液体在泵的带动下强制循环带走散热器的热量，主要用于高端台式电脑 CPU 的散热，优点是散热效率高、噪音小，缺点是存在漏液风险，漏液可能会导致电脑机箱内的 CPU、显卡等零部件因短路导致损毁等。

公司水冷系列产品从 2015 年开始陆续推向市场，2015 年至今，公司水冷产品存在两次因产品质量导致发生漏液现象增多的问题。

①2016 年 1-11 月，水冷产品漏液问题

2016 年 8 月，公司注意到漏液产品明显增多，经技术部门检测主要原因系公司水冷产品零部件水排管与水冷液在使用过程中受热发生化学反应产生气体，导致冷排管内压力变化从而发生液体渗出，更换供应商并经 3 个月的烧机检测后，水冷漏液情况明显改善，公司从 2016 年 11 月 16 日开始，更换了水排管的供应商。

公司水冷产品的质保期为 3 年，公司对终端消费者进行售后服务时，根据其购买付款记录的时间等来计算质保期，2016 年 1-11 月期间生产的产品，水冷产品漏液主要发生在 2017 年度、2018 年度。2017 年度至 2020 年度，公司水冷产品售后服务费实际发生金额分别为 472.60 万元、523.33 万元、238.32 万元和 195.87 万元，2017 年度、2018 年度，公司的售后服务费金额较高，2019 年开始，水冷产品售后服务费金额下降明显。

②2020 年 7 月，水冷产品漏液问题

2020 年 7 月 14 日至 2020 年 7 月 24 日之间所生产的水冷产品存在漏液风险，主要原因是公司 2020 年 5 月采购的一批次部分防水圈存在质量问题导致不完全回弹，在水嘴旋转或不稳定内压情况下，导致产品表面有渗漏的印痕。防水圈不完全回弹是供应商在防水圈生产过程中，将部分批次防水圈的硫化时间由 280 秒调整为 210 秒，模具四周温度未达到设定值，从而造成防水圈欠硫，导致防水圈使用不完全回弹。经进一步核查，存在质量缺陷的防水圈进料日期为 2020 年 5 月 8 日。根据该批次防水圈的领料日期及生产成品入库情况，确定使用该批次防水圈的水冷产品为 7 月 14 日至 7 月 24 日生产入库的特定批次水冷产品。

该批次产品的销售收入为 1,109.06 万元，其中 2020 年度退货金额为 566.92

万元，对于退货部分公司冲减销售收入，产品入库返修处理。根据公司对退货部分的拆箱检查和技术部门的检测结果，预计未退回部分的漏液率为 1%，考虑质保期间和可能产生的附加赔付，对截至 2020 年底未退回部分产品按 8%计提了售后服务费 43.37 万元，计入预计负债-售后服务费。

（2）质量改进措施

公司持续加强水冷产品的技术升级和材料更新，以降低水冷产品漏液率。

①2016 年 11 月，更换水排管供应商

2016 年 8 月，公司注意到漏液产品明显增多，经技术部门检测主要原因系公司水冷产品零部件水排管与水冷液在使用过程中受热发生化学反应产生气体，导致冷排管内压力变化从而发生液体渗出；更换供应商并经 3 个月的烧机检测后，水冷产品漏液情况明显改善，公司从 2016 年 11 月 16 日开始，更换了水排管的供应商。

②2017 年 8 月，加装卡环

2017 年 8 月，公司对水冷产品的工艺进行改进，在原冷头结构装置上加装卡环，从而解决因密封套没有限位容易松动导致的漏液问题。

③2018 年 1 月份，水冷液更新

2018 年 1 月份，为提高水冷产品的稳定性，采用冰点为-10 度黄色制冷液代替原来的-8 度绿色制冷液，水冷产品的稳定性得到提高。

④2019 年 4 月，增加泄压装置

2019 年 4 月，公司新开发出内置泄压装置的水冷产品，该装置可根据水冷排管内部压力变化自动调节，使水冷排管保持内外压平衡，从而进一步降低漏液事故发生率，该技术已于 2020 年 4 月取得了实用新型专利。

⑤2019 年 7 月，水冷泵头更新

2019 年 7 月，公司技术部门研发出具有更好密封性的五代水冷泵头系统，并将水排管更换为拉伸强度、撕裂强度更好的 EPDM+IIR 水管。

水冷产品漏液会对公司产品的市场美誉度、产品销售等带来一定的不良影

响。公司高度重视水冷产品的质量稳定性，除上述材料更新和技术应用外，公司加强对原材料采购的质量把控。

2020 年度，针对因供应商密封圈质量瑕疵导致水冷产品批量退货，公司加强供应商原材料采购的管控措施。主要措施包括：供应商采购的水冷配件材料每批次中的每包来料抽检比例提高至 5%进行质量检测，如有不良，整批退货处理；针对水冷成品质检，压降测试仪 150Kpa 注入产品内腔，保压 45s，测试水冷产品各个连接点，如有压降超 200Pa，整批产品管控；针对水冷成品质检，每批次产品产线 60 度烧机测试 2 小时，烧机完成后专人检测产品周边，确认无漏液情况，如有不良，整批产品管控等。

(3) 预计负债-售后服务费的计提

报告期内，公司评估的境内、境外漏液率分别为 0.2%、0.3%，考虑附加赔付后公司境内、境外售后服务费计提比例分别为 1.60%、2.40%，境内外计提比例差异主要考虑运输过程如境外海运时间较长、运输过程颠簸等因素对漏液率的影响。

报告期内，发行人水冷产品售后服务费的测算和实际计提情况如下：

单位：万元					
项目	预计负债	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初金额	预计负债期初余额	386.23	247.06	262.02	664.86
	其中：境内（A）	13.83	-	14.83	181.29
	境外（B）	372.40	247.06	247.19	483.57
计提过程	境内水冷产品销售额（C）	1,670.37	4,712.97	2,913.59	2,323.44
	境外水冷产品销售额（D）	5,491.33	10,113.27	5,158.24	3,860.84
	合计	7,161.70	14,826.24	8,071.83	6,184.28
	预计漏液率-境内（E）	0.20%	0.20%	0.20%	0.20%
	预计漏液率-境外（F）	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
	计提比例-境内（G=8*E）	1.60%	1.60%	1.60%	1.60%
	计提比例-境外（H=8*F）	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%
	应计提金额	158.52	318.13	170.42	129.84
	其中：境内（I=C*G）	26.73	75.41	46.62	37.18
	境外（J=D*H）	131.79	242.72	123.80	92.66

项目	预计负债	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
	预计负债贷方发生额（实际计提金额）	163.31	385.90	228.96	134.54
	其中：境内（K）	31.52	101.20	73.07	34.93
	境外（L）	131.79	284.70	155.89	99.61
	预计负债借方发生额	126.36	246.73	243.92	537.38
发生金额	其中：境内（M）	45.35	87.37	87.90	201.39
	境外（N）	81.01	159.36	156.02	335.99
	预计负债期末余额	423.18	386.23	247.06	262.02
期末余额	其中：境内（O）	-	13.83	-	14.83
	境外（P）	423.18	372.40	247.06	247.19

2019 年以来，公司存在境内水冷产品售后服务费计提金额小于实际发生金额的情形，主要是以前年度对境内水冷产品售后服务费的计提存在不足。考虑境内水冷产品售后服务费计提金额与实际发生金额差异相对较小，公司不对境内水冷产品售后服务费计提比例进行变更，公司将持续关注水冷产品的漏液发生情况。

报告期内，公司针对水冷产品售后服务费的计提，主要是根据产品质量、技术检测数据等进行评估确定。公司水冷产品从 2015 年推向市场，水冷产品的质保期为 3 年。公司水冷产品推出市场时间相对较短，水冷产品漏液率目前尚缺乏行业公开数据，同行业公司均未披露水冷产品漏液情况、售后服务费计提比例等。水冷产品的质量提升和技术进步是一个持续的过程，需要一定的时间来进行技术优化和沉淀。从目前的水冷产品漏液情况看，水冷产品漏液导致的售后服务费支出整体呈下降趋势，若后续持续存在实际发生售后服务费金额与计提金额差异较大，公司将对水冷产品售后服务费计提比例进行重新评估。

2、预计退货计提

报告期内，公司退货金额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
退货金额	904.30	1,696.79	664.76	513.17
其中：线上销售退货	365.11	868.24	637.48	457.98
主营业务收入	39,179.70	81,527.35	52,633.23	41,194.15

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
占比	2.31%	2.08%	1.26%	1.25%

注：上述线上销售包含京东自营、京东 POP 店、淘宝旗舰店、拼多多店铺和亚马逊店铺。

2018 年度、2019 年度，公司的退货金额主要是线上销售，由于无理由退货期等发生的退货。2020 年度、2021 年 1-6 月的线下销售退货金额较高，主要是生产日期为 2020 年 7 月 14 日至 7 月 24 日的批次水冷产品存在质量问题导致的退货，该批次产品销售收入为 1,109.06 万元，其在 2020 年度的退货金额为 566.92 万元，2021 年 1-6 月退货金额为 426.67 万元，尚未退回部分 115.47 万元。

2020 年 1 月 1 日起，根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十二条规定：“对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本”，公司对于附有销售退回条款的销售，根据销售产品的历史经验和数据计算退货率，并根据预计的退货率计算退货金额冲减收入及成本。

公司基于 2017 年度至 2019 年度的平均退货率预计 2020 年度线上退货率为 7.00%、线下退货率为 0.16%。公司对线上销售按照报告期最后一个月销售额乘以预计退货率 7.00%，对线下销售按照报告期最后一个月销售额乘以 0.16%的预计退货率冲减收入及成本。2020 年末，公司计提预计退货款金额 171.78 万元。2021 年 6 月末，公司计提预计退货金额为 144.62 万元。

2020 年末计提的预计退货金额如下：

单位：万元			
项目	收入金额	计提比例	预计退货金额
2020年12月线上销售	2,361.86	7.00%	165.33
2020年12月线下销售	4,034.11	0.16%	6.45
计提金额合计	6,395.97	-	171.78
2021年1月的实际退货金额	-	-	54.46

2021 年 6 月末计提的预计退货金额如下：

单位：万元

项目	收入金额	计提比例	预计退货金额
2021年6月线上销售	1,974.79	7.00%	138.24
2021年6月线下销售	3,992.80	0.16%	6.39
计提金额合计	5,967.60	-	144.62
2021年7月的实际退货金额	-	-	70.89

公司的销售退货主要集中在实现销售后一个月内，公司 2020 年末计提的预计退货金额大于 2020 年资产负债表日后 30 天的退货统计金额。公司预计退货金额计提充分。

综上，公司重视产品质量，持续进行产品质量的技术升级和工艺改进。从 2020 年开始，公司对预计退货金额进行了计提，计提金额充分；报告期内，公司对境内水冷产品预计负债-售后服务费用的计提小于实际发生金额，差异较小，考虑公司水冷产品推出市场时间相对较短，水冷产品漏液率目前尚缺乏行业公开数据，暂不对境内水冷产品漏液率进行调整，若持续存在实际发生售后服务费金额与计提金额差异较大，公司将对水冷产品售后服务费计提比例进行重新评估。

二、说明报告期各期发行人外销销售中采用 FOB 和 DDP 结算方式的销售金额，境外运输费、海关税费与 DDP 结算方式的销售金额、对亚马逊的销售金额的匹配关系

1、报告期发行人外销销售中采用 FOB 和 DDP 结算方式的销售金额

报告期内，发行人境外销售主要采用FOB结算方式，受美国加征关税的影响，美国部分客户在2019年逐步采用DDP结算方式；主要受境外疫情影响，集装箱流转速度放慢，集装箱、舱位较难预定，少部分客户于2020年末开始部分订单采用CIF结算方式。

报告期内，发行人境外亚马逊直销、FOB、DDP及CIF贸易模式的销售金额如下所示：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
亚马逊	2,499.55	6,838.66	3,311.76	1,745.17

项目	2020年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
FOB	22,757.19	49,371.36	34,172.50	28,611.77
DDP	2,960.94	5,074.58	1,524.39	-
CIF	1,764.18	481.35	-	-
境外销售合计	29,981.86	61,765.95	39,008.65	30,356.94

公司不同销售方式承担的费用情况为：亚马逊销售，需要将产品发送至亚马逊境外仓库，公司需承担入库前的全部境内外运输费用；FOB贸易模式，公司承担将货物运送至码头相关的报关费、陆运费、码头装卸费等境内运输费用；CIF贸易模式，即FOB+运费+保险费，公司承担货物到达指定目的港前的运费及保险费；DDP贸易模式，公司承担将货物运送至客户指定收货地点的境内外运输费用，包括报关费、陆运费、码头装卸费、海运费、保险费和清关税费等。

2、境外运输费、海关税费与 DDP 贸易模式的销售金额、对亚马逊的销售金额的匹配关系

（1）发行人 DDP 贸易模式的销售收入和运杂费、海关税费的匹配关系

单位：万元

项目	DDP 销售收入	运杂费	占收入比例	海关税费	占收入比例
2021年1-6月	2,960.94	234.35	7.91%	182.49	6.16%
2020年度	5,074.58	267.43	5.27%	114.21	2.25%
2019年度	1,524.39	127.24	8.35%	130.10	8.53%
2018年度	-	-	-	-	-

注：运杂费包含境内报关费用、装卸运输费、保险费、海运费、境内外陆运费等，税费包含境外关税和境外进口相关税费等。

2019 年度受美国加征关税的影响，公司与美国部分客户的交易由 FOB 变更为 DDP 贸易模式，与 FOB 贸易模式相比，DDP 贸易模式下公司需多承担保险费、海运费、境外运费及清关税费等。

2020 年度，随 DDP 贸易模式对应的销售收入大幅增长，运杂费金额随之增长，但运杂费增幅小于销售收入增幅，运杂费占收入比例下降，其原因主要是销售的产品结构有所变化。2019 年度 DDP 贸易模式对应的销售中机箱和散热器的销售额占比分别在 48%和 46%左右，2020 年度 DDP 贸易模式对应的销售中机箱和散热器的销售额占比分别在 27%和 62%左右。水冷散热器平均单价

高于机箱平均单价、部分热管散热器单价高于机箱单价，机箱的体积一般大于散热器体积，装机产品中机箱和散热器组装后相对于单件机箱产品体积不变、货值增加，同样的货柜装载不同的产品或组装产品总价值存在差异，2020 年度受散热器销售比重上升和装机产品增加影响，同样的运输条件下单柜装柜货值增加，运输费相对降低。2021 年 1-6 月受疫情影响，集装箱、舱位较难预定，市场运费上涨，运输费增加。

2020 年度，DDP 销售收入大幅增长，海关税费金额及占比下降的主要原因是 2019 年 10 月至 2020 年 12 月公司台式电脑散热器、笔记本电脑散热器、电脑机箱和电源享受关税豁免，2019 年 1-5 月公司主要产品的关税税率为 10%，2019 年 6-9 月公司主要产品关税税率为 25%。2021 年 1-6 月，公司主要产品关税税率为 25%，海关税费随税率变动而变化。

（2）发行人亚马逊销售收入和运杂费、海关税费的匹配关系

单位：万元

项目	亚马逊销售收入	运杂费	占收入比例	海关税费	占收入比例
2021年1-6月	2,499.55	82.12	3.29%	70.28	2.81%
2020年度	6,838.66	260.91	3.82%	290.87	4.25%
2019年度	3,311.76	166.65	5.03%	257.47	7.77%
2018年度	1,745.17	81.20	4.65%	65.91	3.78%

上表亚马逊相关的运输费用为公司将产品运送至亚马逊仓库产生的运费。

报告期内，亚马逊美国站点和其他站点的销售收入如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
美国亚马逊	806.07	32.25%	3,115.98	45.56%	1,850.23	55.87%	955.96	54.78%
其他站点	1,693.48	67.75%	3,722.68	54.44%	1,461.53	44.13%	789.21	45.22%
合计	2,499.55	100.00%	6,838.66	100.00%	3,311.76	100.00%	1,745.17	100.00%

报告期内，受亚马逊站点的增加和销售收入快速增长影响，相关运输费逐年增加。

2019 年度运杂费占收入比例相对较高，主要是由于部分亚马逊站点缺货，

海运货物不能及时入仓，为缓解缺货紧张状况，公司发运部分产品使用了空运运输（空运无需预约，可以直接入仓），空运费用相对较高。2020 年随销售量的大幅增长，发货量增加，公司基本使用整柜海运出货，运费占收入比例略有下降。

2018 年度至 2020 年度，亚马逊销售中美国站点的销售额占亚马逊销售额比例在 50%左右。2019 年度主要受美国加征关税影响，亚马逊销售相关的海关税费金额大幅增长、占收入比例增加；2020 年度受主要产品关税豁免影响，在亚马逊收入大幅增长的情况下，海关税费较 2019 年度变化较小，占收入比例略有下降。

2021 年 1-6 月，受疫情持续影响，境外物流流转速度较慢，亚马逊严格控制库存并限制入仓规模，公司发货量减少，2021 年 1-6 月亚马逊的入库金额下降。随着亚马逊站点的增加，美国亚马逊销售收入占比下降至 32%左右。受发货量减少和亚马逊美国站点收入占比下降影响，运杂费和清关税费比例均略有下降。

【中介机构核查】

（一）核查程序

- 1、取得报告期内的退货明细，了解退货原因。
- 2、询问研发人员、品保人员，了解发行人水冷产品的生产工艺技术、售后服务政策和漏液率情况等。
- 3、查阅发行人产品保修条款，了解产品保修期，获取发行人报告期内售后服务费用明细，评估发行人计提预计负债的合理性。
- 4、查阅发行人同行业可比公司对水冷产品的售后服务政策及售后服务费用发生金额。
- 5、查阅发行人对水冷退货产品的邮件沟通记录、OA 审批流程等内部处理文件，核查发行人对水冷退货产品的处理过程。
- 6、询问业务人员不同模式贸易和不同区域的运输方式、途径及周期等。
- 7、获取发行人销售费用明细账，查阅发行人费用凭证及附件信息，对比海

关单据及货代单据信息，查阅公开信息，分析运费数据变动的合理性。

（二）核查意见

1、报告期内，发行人售后服务实际发生金额主要取决于水冷产品漏液率和处于保修期内的产品规模，发行人退货金额主要受产品质量和线上销售规模的影响。发行人售后服务实际发生金额和退货金额之间关联度较低。发行人 2018 年度实际支出的售后服务金额高于退货金额，其他年度低于退货金额符合发行人实际情况，具有合理性。

2、2020 年度，因质量问题导致批量退货金额 566.92 万元，该部分产品目前尚未实现销售。发行人对该部分产品进行减值测试，保荐人和申报会计师对发行人减值准备测试过程进行了复核，不存在减值情形。发行人存货减值准备计提充分、合理。

3、2020 年退货金额大幅增加的原因是 2020 年 7 月 14 日至 7 月 24 日批次水冷产品导致的退货金额为 566.92 万元；此外，随着在亚马逊平台的销售增长，亚马逊平台 2020 年度退货金额较上年增加 211.79 万元。发行人售后服务实际发生金额主要取决于水冷产品漏液率和处于保修期内的产品规模。因发行人 2016 年 1-11 月生产批次的水冷产品存在漏液风险相对较高，导致 2017 年至 2018 年实际发生的售后服务费支出金额较大。2016 年 12 月开始，发行人持续对水冷产品进行技术升级和工艺改进，水冷漏液率下降。2019 年度和 2020 年度，发行人实际发生的售后服务费用下降明显。因此，2020 年度公司退货金额较高，但实际发生的售后服务费金额较小符合发行人实际情况，具有合理性。

4、报告期内，发行人产品符合相关质量标准；发行人与直接或间接客户不存在因产品质量问题导致的纠纷，发行人根据售后服务条款承担相应的售后责任。报告期内，发行人客户未因产品质量影响合作关系，主要客户稳定。

5、报告期内，发行人针对水冷产品漏液导致的赔付预提售后服务费。2019 年度开始，境内水冷产品预提的售后服务费小于实际发生金额，差异金额较小，主要是以前年度的售后服务费计提存在不足，考虑水冷产品推出时间相对较短，行业缺乏可参考相关数据，暂不对水冷产品预计负债售后服务费计提比例进行调整，公司将持续关注水冷产品的漏液发生情况；境外水冷产品预提的售后服

务费金额充足。

2020 年开始，公司对产品销售退货进行预计退货率的计提，根据 2017 年度至 2019 年的退货率水平，对线上销售按照 7%，线下销售 0.16%的退货率计提销售退货，销售退货计提充足。

6、报告期内，发行人运输费用的变动主要受销售收入的增长和成交方式变化影响。2019 年度和 2020 年度主要受美国加征关税和疫情影响，发行人境外销售部分客户的订单贸易模式由 FOB 变更为 DDP 或 CIF，运输费用随之增长；受亚马逊销售收入大幅增长影响，亚马逊销售相关的运输费用增加；报告期内，运输费用的变化具备合理性。

问题十、关于股份支付

申请文件及首轮问询回复显示，2018 年和 2019 年，发行人确认股份支付费用分别为 351.05 万元、4,617.60 万元，均为各年 12 月份发生，且一次性计入当年非经常性损益。

请发行人结合股权激励涉及股权工商登记变更时间、与被激励对象是否约定服务期限等分析并说明股份支付确认时间以及一次性计入非经常性损益是否准确、合理。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）报告期内发行人历次股权激励情况

1、韩小娜转让鑫全盛管理（北京）合伙份额给 6 名员工（以下简称“第一次股权激励”）

2018 年 12 月 28 日，韩小娜通过持股平台北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙），将其持有公司 59,000 股以每股 13.00 元的价格转让给符合条件的员工，明细如下：

序号	股东名称	实缴资本（万元）	持股数量（股）
1	李萍	19.50	15,000.00
2	李伟超	19.50	15,000.00
3	刘婉珠	2.60	2,000.00
4	刘欣	18.20	14,000.00
5	于海波	3.90	3,000.00
6	张伟	13.00	10,000.00
-	合计	76.70	59,000.00

2、黄从利认购发行人定向增发股份 250 万股股份（以下简称“第二次股权激励”）

2019 年 5 月 23 日，公司召开了第一届董事会第十六次会议，审议通过了《公司 2019 年度第一次股权激励计划》《公司 2019 年度第一次股票发行方案》等相关议案。上述议案于 2019 年 6 月 10 日公司召开的 2019 年第二次临时股东

大会审议通过。

本次股票发行为确定发行对象的股票发行，发行对象为一名公司董事。本次股票发行的认购对象、认购数量及认购方式具体情况如下：

序号	姓名	职务	认购数量（股）	认购金额（元）	认购方式
1	黄从利	董事	2,500,000	7,350,000	现金
合计			2,500,000	7,350,000	现金

3、韩小娜转让鑫全盛管理（北京）合伙份额给 36 名员工（以下简称“第三次股权激励”）

2019 年 12 月 5 日，公司召开了第一届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第三次股权激励计划>的议案》。上述议案于 2019 年 12 月 20 日公司召开的 2019 年第七次临时股东大会审议通过。

2019 年 12 月，韩小娜将其持有的北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）合伙份额转让给 36 名激励对象，激励股数 109 万股，每股 4.5 元/股，具体明细如下：

序号	股东名称	实缴资本（万元）	持股数量（股）
1	张东方	40.50	90,000
2	刘欣	31.50	70,000
3	李兰芳	31.50	70,000
4	崔伟	31.50	70,000
5	刘磊	27.00	60,000
6	卫晓慧	22.50	50,000
7	刘婉珠	22.50	50,000
8	李萍	20.25	45,000
9	刘秀明	20.25	45,000
10	李德芳	18.00	40,000
11	赵玉萍	15.75	35,000
12	于海波	15.75	35,000
13	王桂芳	15.75	35,000
14	李伟超	15.75	35,000
15	吴柳阳	13.50	30,000

序号	股东名称	实缴资本（万元）	持股数量（股）
16	吴国成	13.50	30,000
17	李飞	9.00	20,000
18	石开元	9.00	20,000
19	刘玉堂	9.00	20,000
20	刘扉	9.00	20,000
21	李程	9.00	20,000
22	王洪侠	6.75	15,000
23	林鑫	6.75	15,000
24	陈玉彩	6.75	15,000
25	赵涛	6.75	15,000
26	张伟	6.75	15,000
27	姚嘉瑞	6.75	15,000
28	杨甫蓉	6.75	15,000
29	姜耀邦	6.75	15,000
30	刘春堂	6.75	15,000
31	赖路香	6.75	15,000
32	赵川	4.50	10,000
33	张道勇	4.50	10,000
34	姚制奎	4.50	10,000
35	康春辉	4.50	10,000
36	赵丽	4.50	10,000
-	合计	182.25	1,090,000

4、刘赫丽认购发行人定向增发股份 64.50 万股；夏春秋和韩小娜转让股份给刘赫丽共计 5.5 万股股份（以下简称“第四次股权激励”）

2019 年 11 月 14 日，公司第一届董事会第二十三次会议审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第二次股权激励计划>》《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第三次股票发行方案>》等相关议案。上述议案于 2019 年 11 月 29 日公司召开的 2019 年第六次临时股东大会审议通过。

本次股票发行为确定发行对象的股票发行，发行对象为公司董事会秘书、副总经理。本次股票发行的认购对象、认购数量及认购方式具体情况如下：

序号	姓名	职务	认购数量（股）	认购金额（元）	认购方式
1	刘赫丽	董事会秘书 副总经理	645,000	1,896,000	现金
合计			645,000	1,896,000	现金

同时，夏春秋和韩小娜分别向刘赫丽转让持股平台北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）的合伙份额 0.5 万股和 5 万股。

（二）结合股权激励涉及股权工商登记变更时间、与被激励对象是否约定服务期限等分析并说明股份支付确认时间以及一次性计入非经常性损益是否准确、合理

1、股份支付会计处理相关依据

（1）股份支付确认时点相关依据

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》“第五条 授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。授予日，是指股份支付协议获得批准的日期。”及财政部会计司编写的《企业会计准则讲解 2010——股份支付》，“20X1 年 12 月 1 日，甲公司董事会确定了股权激励对象及授予股份数量，该日企业与职工就股份支付的协议条款或条件已达成一致。因此，该股份支付交易的授予日应为 20X1 年 12 月 1 日。”

（2）股份支付一次性计入当期损益相关依据

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。”

2、第一次股权激励相关股份支付会计处理

时间	事项
2018年12月28日	鑫全盛管理（北京）原合伙人及新增合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）变更决定书》，鑫全盛管理（北京）全体合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）合伙企业修正案》。
2018年12月28日	鑫全盛管理（北京）全体合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）入伙协议》及《认（实）缴出资确认书》。

时间	事项
2018年12月28日	鑫全盛管理（北京）份额受让方李萍等6人将合伙企业份额转让款支付给转让方韩小娜。
2019年1月16日	此次合伙企业份额转让工商变更完成，鑫全盛管理（北京）取得了换发的营业执照。

（1）公司第一次股权激励授予日为 2018 年 12 月 28 日

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关会计准则及会计准则讲解对授予日的界定，授予日为激励对象及授予股份数量确定日期，在该日，企业与职工就股份支付的协议条款或条件已达成一致，工商变更登记并非确定授予日的必要条件。

公司第一次股权激励的授予日为 2018 年 12 月 28 日。2018 年 12 月 28 日，鑫全盛管理（北京）原合伙人及新增合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）变更决定书》。在该日，股权激励对象已经确定为 6 名员工，《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）入伙协议》及《认（实）缴出资确认书》已经签署，相关的协议条款达成一致，授予人员、授予股份数量已经确定，因此 2018 年 12 月 28 日为此次股权激励的授予日。

（2）公司第一次股权激励的激励对象未约定服务期限条款

公司此次股份支付没有约定服务期限且为立即授予的股份，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》，该事项原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。因此，公司此次股权激励的股份支付费用作为偶发事项一次性计入非经常性损益。

3、第二次股权激励相关股份支付会计处理

时间	事项
2019年5月23日	2019年5月23日，公司召开了第一届董事会第十六次会议，审议通过了《公司2019年度第一次股权激励计划》《公司2019年度第一次股票发行方案》等相关议案。
2019年6月10日	上述议案于2019年6月10日公司召开的2019年第六次临时股东大会审议通过。
2019年6月18日	中勤万信会计师事务所（特殊普通合伙）出具勤信验字[2019]第0026号《验资报告》，截至2019年6月14日止，公司已收到认购对象汇入的货币资金人民币7,350,000.00元。
2019年6月28日	全国股转公司出具了《关于北京市九州风神科技股份有限公司股票发行

时间	事项
	股份登记的函》（股转系统函〔2019〕2630号），此次股票发行2,500,000股，其中限售2,500,000股，不予限售0股。
2019年7月15日	2019年7月15日，北京市海淀区市场监督管理局核准了此次变更并换发了营业执照。

（1）公司第二次股权激励授予日为 2019 年 6 月 10 日

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关会计准则及会计准则讲解对授予日的界定，授予日为激励对象及授予股份数量确定日期。2019 年 6 月 10 日，公司股东大会审议通过了《公司 2019 年度第一次股权激励计划》《公司 2019 年度第一次股票发行方案》等相关议案。公司第二次股权激励的授予日为 2019 年 6 月 10 日，在该日，此次股权激励计划为确定发行对象的股票发行，相关发行方案中确定了发行对象、认购数量及认购方式等具体事项，相关的协议条款达成一致，授予数量已经确定，因此 2019 年 6 月 10 日为此次股权激励的授予日。

（2）公司第二次股权激励的激励对象未约定服务期限条款

公司此次股份支付没有约定服务期限且为立即授予的股份，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》，该事项原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。因此，公司此次股权激励的股份支付费用作为偶发事项一次性计入非经常性损益。

4、第三次股权激励相关股份支付会计处理

时间	事项
2019年12月5日	公司第一届董事会第二十四次会议及第一届监事会第十四次会议审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司2019年度第三次股权激励计划>的议案》等议案。
2019年12月20日	2019年第七届临时股东大会审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司2019年度第三次股权激励计划>的议案》。
2019年12月20日	鑫全盛管理（北京）原合伙人及新增合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）变更决定书》《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）合伙企业修正案》。
2019年12月20日	鑫全盛管理（北京）全体合伙人签署了《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）入伙协议》及《认（实）缴出资确认书》。
2019年12月26日	此次合伙企业份额转让工商变更完成，鑫全盛管理（北京）取得了换发的营业执照。

时间	事项
2019年12月20日-2020年2月7日	2019年12月20日-2020年2月7日，鑫全盛管理（北京）份额受让方张东方等36人合伙企业份额转让款支付给转让方韩小娜。

（1）公司第三次股权激励授予日为 2019 年 12 月 20 日

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关会计准则及会计准则讲解对授予日的界定，授予日为激励对象及授予股份数量确定日期，为 2019 年 12 月 20 日，2019 年第七届临时股东大会审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第三次股权激励计划>的议案》。同日，鑫全盛管理（北京）原合伙人及新增合伙人签署的《北京鑫全盛管理咨询合伙企业（有限合伙）变更决定书》，相关的协议条款达成一致，授予数量已经确定。股权激励对象已经确定为 35 名员工，相关入伙协议及出资确认书已经签署，因此 2019 年 12 月 20 日为此次股权激励的授予日。

（2）公司第三次股权激励的激励对象未约定服务期限条款

公司此次股份支付没有约定服务期限且为立即授予的股份，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》，该事项原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。因此，公司此次股权激励的股份支付费用作为偶发事项一次性计入非经常性损益。

5、第四次股权激励相关股份支付会计处理

时间	事项
2019年11月14日	公司第一届董事会第二十三次会议审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司2019年度第二次股权激励计划>》的议案、《关于<北京市九州风神科技股份有限公司2019年度第三次股票发行方案>》的议案、《关于签署附生效条件的<股份认购协议>》等议案。
2019年11月29日	上述议案于2019年11月29日公司召开的2019年第六次临时股东大会审议通过。
2019年12月6日	中勤万信会计师事务所（特殊普通合伙）出具勤信验字[2019]第0067号《验资报告》，截至2019年12月5日止，公司已收到本次认购对象刘赫丽汇入的货币资金人民币1,896,300.00元。
2020年1月20日	2020年1月20日，北京市海淀区市场监督管理局核准了此次变更并换发了营业执照。

（1）公司第四次股权激励授予日为 2019 年 11 月 29 日

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关会计准则及会计准则讲解

对授予日的界定，授予日为激励对象及授予股份数量确定日期，在该日，公司第六次临时股东大会审议通过了《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第二次股权激励计划>》的议案、《关于<北京市九州风神科技股份有限公司 2019 年度第三次股票发行方案>》的议案、《关于签署附生效条件的<股份认购协议>》等议案。公司第四次股权激励的授予日为 2019 年 11 月 29 日，在该日，此次股权激励计划为确定发行对象的股票发行，相关发行方案中确定了发行对象、认购数量及认购方式等具体事项，相关的协议条款达成一致，授予数量已经确定，因此 2019 年 11 月 29 日为此次股权激励的授予日。

（2）公司第四次股权激励的激励对象未约定服务期限条款

公司此次股份支付没有约定服务期限且为立即授予的股份，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》，该事项原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。因此，公司此次股权激励的股份支付费用作为偶发事项一次性计入非经常性损益。

【中介机构核查】

（一）核查程序

保荐人和申报会计执行了以下核查程序：

1、查阅《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关会计准则及讲解，复核发行人发生的股份变动是否涉及股份支付，复核会计处理是否符合会计准则的规定。

2、查阅发行人历次股权激励相关工商档案，确认历次股权激励工商变更时间。

3、获取发行人《股份认购协议》及其《补充协议》《股权转让协议》，核查其是否含有服务期限条款，对比《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》确认公司股份支付确认计入非经常性损益是否合理。

4、获取发行人股权激励费用的计算及分摊过程，复核股权激励费用计算的准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：发行人股份支付确认时间合理。相关股份支付未约定服务期限，一次性计入非经常性损益，相关会计处理符合企业会计准则的规定。

问题十一、关于存货

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期末，发行人发出商品余额分别为 382.77 万元、356.94 万元、1,569.35 万元，2020 年增加较多，保荐人、申报会计师仅通过查看相关单据核查发出商品。

(2) 报告期各期末，发行人存货账面余额分别为 5,885.94 万元、7,056.55 万元、11,682.70 万元，保荐人、申报会计师监盘比例分别为 83.45%、86.50%、51.88%，2020 年大幅下降，发行人分析为发出商品增加以及增加存放在美国 King Speed 仓库存货 360.89 万元导致。

请发行人说明 2020 年发出商品增加的原因、对应的主要客户、期后确认收入及收回款项的时间。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并结合发出商品及存放在美国 King Speed 仓库存货的金额及占比说明上述原因对存货监盘比例下降的影响，并说明存货监盘比例下降的其他影响因素。

【发行人回复】

请发行人说明 2020 年发出商品增加的原因、对应的主要客户、期后确认收入及收回款项的时间

2018 年末至 2021 年 6 月末，公司发出商品情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
存货金额	12,325.10	5.50%	11,682.70	65.56%	7,056.55	19.89%	5,885.94
其中：发出商品	1,784.61	13.72%	1,569.35	339.67%	356.94	-6.75%	382.77

(一) 2020 年末发出商品增加原因

报告期各期末，发行人的存货发出商品余额分别为 382.77 万元、356.94 万元、1,569.35 万元和 1,784.61 万元。

2020 年末，发行人存货发出商品余额大幅度增加，主要原因如下：

1、在手订单金额增加

2020 年末的发出商品增加主要受销售规模扩大影响。受“新冠”疫情影响，居家办公人群数量增加，同时，2020 年度全球个人电脑出货量增加，对电脑和相关散热配件设备的需求增多，2020 年度，公司实现主营业务收入 81,527.35 万元，达到 2019 年度主营业务收入的 154.90%；截至 2020 年末的在手订单金额相比 2019 年末的在手订单增加 155.35%。

2、贸易模式改变

受中美贸易摩擦影响，2019 年度，部分美国客户贸易模式由 FOB 调整为 DDP 模式。FOB 模式下，公司将货物报关出口取得提单即完成控制权转移，DDP 模式需要将货物送到境外客户指定地点，交货期延长，导致发出商品增加。截至 2020 年末，不考虑退货在途的产品金额，采用 DDP 贸易模式客户的发出商品金额为 264.76 万元。

3、国际货运形势变化

受“新冠”疫情影响，2020 年四季度以来全球海运出现货柜紧张的情形，导致海运成本上涨，部分俄语区国家如俄罗斯、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦等区域的客户，更多选择采用铁路运输方式。海上运输方式下货物从工厂出库到取得提单时间一般为 7-10 天左右，铁路运输方式下货物从工厂出库到取得提单的时间一般大于 10 天，运输方式变更后取得提单时间延长。铁路运输方式下，根据公司与客户的贸易结算条款，一般以货运提单日作为收入确认时间，取得提单时间延长导致发出商品金额增加。

4、产品退货影响

截至 2020 年 12 月 31 日，发出商品余额包含客户退回产品 168.06 万元。退回产品金额较大，主要是 2020 年 7 月 14 日至 2020 年 7 月 24 日之间所生产的水冷电脑散热器产品可能存在因原材料质量问题导致的漏液风险，公司与客户协商后退货处理。

(二) 2020 年末发出商品主要客户及收入确认时间、收款时间

单位：万元

序号	客户名称	贸易模式及主要运输方式	出库日期	发出商品金额	占比	收入确认时间	收款时间
1	MagnellAssociate,Inc. (美国NE)	DDP-海运	-	104.90	6.68%	客户退货在途	-
			2020-11-05	32.61	2.08%	2021-1-05	2021-01-18
			2020-12-04	34.19	2.18%	2021-1-07	2021-02-05
			2020-12-15	40.38	2.57%	2021-2-09	2021-02-19
			2020-12-16	0.27	0.02%	2021-1-06	2021-03-01
2	CSL-ComputerGmbH&Co.KG (德国CSL)	FOB-海运	2020-12-28	115.13	7.34%	2021-1-08	2021-03-01
			-	63.16	4.02%	客户退货在途	-
3	北京ABB	境内销售	2020-11-06、 2020-11-13、 2020-12-18	163.49	10.42%	2021-1-29	2021-05-07
4	OOO"ONLAYNTREYDING" (俄罗斯 INLINE)	FOB-铁路运输	2020-12-25	31.01	1.98%	2021-1-07	2021-03-02
			2020-12-26	87.76	5.59%	2021-1-07	
5	ListanGmbH (德国BE)	FOB-海运	2020-12-29	97.84	6.23%	2021-1-04	2021-03-19
			2020-12-28	10.06	0.64%	2021-1-02	2021-02-18
6	ITExpress,Corporation (美国MS)	DDP-海运	2020-11-23	19.77	1.26%	2021-1-14	2021-01-27
			2020-12-02	18.30	1.17%	2021-1-09	2021-01-20
			2020-12-22	21.18	1.35%	2021-1-27	2021-03-04

序号	客户名称	贸易模式及主要运输方式	出库日期	发出商品金额	占比	收入确认时间	收款时间
			2020-12-24	18.42	1.17%	2021-1-26	2021-03-04
7	NZXT,INC.（美国NZ）	DDP-海运	2020-12-21	79.64	5.07%	2021-2-21	2020-12-21
8	VENDERLLP（哈萨克AL）	FOB-铁路运输	2020-11-18	18.62	1.19%	2021-1-05	2021-01-19
			2020-11-28	30.89	1.97%	2021-1-02	2021-01-19
9	PCLAPTOPSLLC（美国PC）	FOB-海运	2020-12-29	39.21	2.50%	2021-1-10	2021-02-18
10	AllianceElectronics（吉尔吉斯AE）	FOB-铁路运输	2020-11-28	39.20	2.50%	2021-1-02	2020-11-24 、 2020-11-30
合计				1,066.03	67.93%	-	-

注：北京 ABB 的发出商品金额较大，主要是根据公司与北京 ABB 签署的协议，公司需将货物送达至北京 ABB 指定第三方仓库，北京 ABB 根据其实际领用时间作为风险和报酬转移时间，因此导致对北京 ABB 的发出商品金额较大。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并结合发出商品及存放在美国 King Speed 仓库存货的金额及占比说明上述原因对存货监盘比例下降的影响，并说明存货监盘比例下降的其他影响因素

（一）核查程序

- 1、查阅公司与客户签订的销售合同等，确定各销售模式下的收入确认时点。
- 2、取得各报告期末的存货发出商品明细表，并针对发出商品，核查相关的订单、报关单和提单等单据，确认发出商品的准确性和真实性。
- 3、针对 2020 年末和 2021 年初收入执行截止性测试，确认发出商品完整性和收入确认的真实准确。
- 4、取得发行人的存货盘点计划、盘点时间和盘点人员安排；保荐人及申报会计师参与存货监盘并抽盘，盘点前了解各类存货的摆放地点，盘点过程中停止存货的移动。
- 5、计算抽盘金额和监盘比例，并对报告期内的存货监盘比例计算过程进行检查。
- 6、核查报告期末发出商品余额，取得发出商品对应的出库单、报关单及提单等。
- 7、对美国 King Speed 仓库期末存货余额进行函证，确认函证结果。

（二）核查意见

- 1、2020 年末，公司发出商品相比上年度大幅度增加主要受公司在手订单金额增加、货物运输方式变化、贸易模式变化及客户退回货物在途的影响，2020 年末，公司发出商品金额增加具有合理性，发出商品期末金额真实、准确。
- 2、经保荐人、申报会计师进一步核查梳理，2020 年末存货监盘金额下降，除受发出商品增加、美国 King Speed 仓库存货的影响外，其他影响原因主要是统计口径未统一。首轮问询函回复中 2018 年末、2019 年末统计金额为存货监盘金额，2020 年末的监盘金额 6,061.04 万元为实际抽盘金额，监盘金额应为 8,907.51 万元。根据《CPA 审计准则第 1311 号——存货监盘》第三条规定，

“本准则所称存货监盘，是指 CPA 现场观察被审计单位存货的盘点，并对已盘点的存货进行适当检查。”因此，抽盘金额是在实际监盘过程中对发行人已盘点存货进行重新检查的金额，现场抽盘是实施存货监盘程序时的必要核查手段。

更正后的监盘比例如下所示：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
存货金额	12,325.10	11,682.70	7,056.55	5,885.94
监盘金额	9,598.92	8,907.51	6,104.18	4,911.66
监盘比例	77.88%	76.25%	86.50%	83.45%

2020 年末、2021 年 6 月末，保荐人、申报会计师对存货监盘比例下降主要受发出商品增加、美国 King Speed 仓库存货的影响，上述影响的存货金额比例如下：

单位：万元

项目	2021年6月末		2020年末	
	金额	占比	金额	占比
发出商品	1,784.61	14.48%	1,569.35	13.43%
King Speed仓库	257.18	2.09%	360.89	3.09%
合计	2,041.79	16.57%	1,930.24	16.52%
存货金额	12,325.10	100.00%	11,682.70	100.00%

项目	2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比
发出商品	356.94	5.06%	382.77	6.50%
King Speed仓库	-	-	-	-
合计	356.94	5.06%	382.77	6.50%
存货金额	7,056.55	100.00%	5,885.94	100.00%

报告期各期末，发行人发出商品金额占存货金额比例分别为 6.50%、5.06%、13.43%和 14.48%，2020 年末，发出商品占期末存货金额的比例上升明显。针对发出商品，保荐人、申报会计师核查发出商品相关合同、订单、出库单、签收单、报关单和提单等，根据相关商品的出库日期、提单日期或签收日期确定发出商品的准确性。其中，签收单、报关单或提单均为外部证据，也是收入确认的主要依据文件。

2020 年下半年，公司在美国设立 King Speed 仓库，保荐人、申报会计师向 King Speed 函证确认各期末的存货数量和占用面积，King Speed 公司回函相符。2021 年 11 月 4 日，申报会计师走访美国的 King Speed 仓库，现场查看公司产品占用的仓库面积和产品的生产日期，并对 2021 年 11 月 4 日当天的 King Speed 仓库的公司存货数量进行现场盘点确认。

问题十二、关于 2018 年和 2019 年发行人与关联方永聿电子供应商重合

申报文件及首轮问询回复显示，2018 年和 2019 年，发行人与关联方永聿电子存在重合的供应商，发行人向重合供应商采购金额分别为 1,594.53 万元、2,302.93 万元。

请发行人说明永聿电子向重合供应商的采购金额、与重合供应商的资金往来金额、资金往来与采购金额是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

请发行人说明永聿电子向重合供应商的采购金额、与重合供应商的资金往来金额、资金往来与采购金额是否匹配

2018 年度、2019 年度，发行人与关联方永聿电子存在重合的供应商的情况，公司及永聿电子向东莞市丰生电子科技有限公司等重合供应商（以下简称“重合供应商”）主要采购成品风扇、塑胶料原料、五金材料和光源等，该等材料为公司和永聿电子部分产品的基础原材料。

（一）永聿电子向重合供应商采购金额及资金往来情况

1、采购金额情况

2018 年度及 2019 年度，永聿电子向重合供应商含税采购金额具体如下：

单位：万元

供应商名称	永聿电子主要采购内容	永聿电子采购金额	
		2019年度	2018年度
东莞市丰生电子科技有限公司	成品风扇	8.05	-
东莞市金佰源塑胶原料有限公司	塑胶原料	139.25	31.66
深圳市腾博兴电子科技有限公司	五金线材	51.13	-
深圳市创亿通途科技有限公司	光源控制板	52.47	16.96
深圳市凯柏瑞电子有限公司	导光板	6.87	16.95
东莞市远涵五金制品厂	螺丝	19.95	-
东莞市日发硅胶制品有限公司	橡胶圈	3.62	-
深圳市新诚旺彩纸品包装有限公司	说明书	18.58	-
东莞市宏顺金属材料有限公司	钢材	39.34	70.27

供应商名称	永聿电子主要采购内容	永聿电子采购金额	
		2019年度	2018年度
佛山市南海区金沙西联晨鹏五金厂	机箱铁网	39.94	-
东莞市起程实业有限公司	螺丝	6.49	6.53
东莞市展宇实业有限公司	成品风扇	24.44	57.45
东莞市建昌实业有限公司	机箱面板	-	30.05
采购金额小计	-	410.13	229.87
永聿电子原材料总采购金额（含税）	-	3,295.06	2,586.36
占比	-	12.45%	8.89%

2、资金往来金额情况

根据永聿电子提供材料，报告期内，永聿电子仅有向重合供应商支付资金，未有收到资金的情况。2020年1月1日，永聿电子将其固定资产、存货等出售给九州风神后，未继续生产经营，但仍按照约定账期支付供应商货款并于2020年4月全部支付完毕。

2018年度至2020年度，永聿电子向重合供应商支付的金额如下：

单位：万元

供应商名称	永聿电子向其支付的金额		
	2020年度	2019年度	2018年度
东莞市丰生电子科技有限公司	1.79	6.26	-
东莞市金佰源塑胶原料有限公司	28.23	142.69	-
深圳市腾博兴电子科技有限公司	27.82	23.31	-
深圳市创亿通途科技有限公司	19.11	36.06	14.23
深圳市凯柏瑞电子有限公司	-	12.76	11.05
东莞市远涵五金制品厂	14.03	5.91	-
东莞市日发硅胶制品有限公司	2.22	1.40	-
深圳市新诚旺彩纸品包装有限公司	2.60	15.99	-
东莞市宏顺金属材料有限公司	5.85	44.65	65.79
佛山市南海区金沙西联晨鹏五金厂	25.16	14.20	-
东莞市起程实业有限公司	1.31	6.93	4.77
东莞市展宇实业有限公司	3.43	46.01	32.45
东莞市建昌实业有限公司	-	1.96	35.75
合计支付金额	131.55	358.12	164.04

（二）资金往来与采购金额匹配情况

报告期内，永聿电子向重合供应商含税采购金额以及往来资金额的差额情况如下：

单位：万元			
供应商名称	采购金额合计	支付金额合计	差额
东莞市丰生电子科技有限公司	8.05	8.05	-
东莞市金佰源塑胶原料有限公司	170.91	170.91	-
深圳市腾博兴电子科技有限公司	51.13	51.13	-
深圳市创亿通途科技有限公司	69.42	69.39	-0.03
深圳市凯柏瑞电子有限公司	23.81	23.81	-
东莞市远涵五金制品厂	19.94	19.94	-
东莞市日发硅胶制品有限公司	3.62	3.62	-
深圳市新诚旺彩纸品包装有限公司	18.58	18.58	-
东莞市宏顺金属材料有限公司	109.61	116.29	6.68
佛山市南海区金沙西联晨鹏五金厂	39.94	39.37	-0.57
东莞市起程实业有限公司	13.01	13.01	-
东莞市展宇实业有限公司	81.90	81.90	-
东莞市建昌实业有限公司	30.05	37.70	7.65

永聿电子向重合供应商采购金额以及往来资金额的差距较小，其中东莞市宏顺金属材料有限公司以及东莞市建昌实业有限公司涉及的差额为支付 2017 年四季度应付采购账款。根据永聿电子提供资料，下游供应商一般给予其 3 个月左右的应收账款账期，上述差额符合以上情况。

佛山市南海区金沙西联晨鹏五金厂涉及差额，为永聿电子注销前以其存放在佛山市南海区金沙西联晨鹏五金厂处的废旧模具冲抵 0.57 万元货款。

综上，永聿电子与重合供应商间的资金往来与采购金额匹配度较高，无异常情况。永聿电子不存在通过向上述供应商多支付货款等方式代发行人承担成本的情况。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、查阅永聿电子原股东提供的重合供应商采购金额明细表。
- 2、随机抽取重合供应商部分月份的采购订单，对应核查采购金额明细表金额。
- 3、获取永聿电子银行账户流水，核查永聿电子与重合供应商间资金流水情况。

（二）核查结论

经核查，保荐人及申报会计师认为：

永聿电子与重合供应商间的资金往来与采购金额匹配度较高，无异常情况。
永聿电子不存在通过向重合供应商多支付货款等方式代发行人承担成本的情况。

问题十三、关于被平台处罚

首轮问询回复显示，报告期内，发行人存在被京东、亚马逊等平台实施违规商品持续下架、系统下架、停用产品列表、不得继续销售产品、停止销售产品、出具安全合规检测报告等各类处罚，发行人均认为未对销售产生不利影响。

请发行人说明未对销售产生不利影响的原因，被平台处罚涉及的具体产品目前在相关平台的销售情况，是否已重新上架，如后续继续受到处罚是否会导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法在相关平台销售。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【发行人回复】

请发行人说明未对销售产生不利影响的原因，被平台处罚涉及的具体产品目前在相关平台的销售情况，是否已重新上架，如后续继续受到处罚是否会导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法在相关平台销售

（一）平台处罚未对销售产生不利影响的原因

报告期内，发行人未因遭受京东、天猫、亚马逊等电商平台处罚而被平台强行关闭店铺、清退店铺、终止合作的情形，亦未因此遭受政府有关部门的行政处罚，发行人仍可在电商平台正常销售产品，且报告期内发行人被电商平台要求下架并不得销售产品的营业收入总额占发行人报告期内营业收入总额的比例约 0.025%，营业收入占比非常小，因此，电商平台处罚未对发行人在电商平台销售产品产生不利影响。

（二）平台处罚涉及的具体产品目前在相关平台的销售情况，是否已重新上架

报告期内，发行人被电商平台处罚涉及的具体产品的情况如下：

平台名称	平台处罚涉及具体产品	是否已重新上架及目前在平台销售情况
天猫	未涉及产品下架的处罚	不适用
拼多多	未涉及产品下架的处罚	不适用
京东	N80笔记本散热器	因买家评价较低，未重新上架，故未继续在京东平台销售
加拿大亚马逊	堡垒、船长、玄冰等23个产品，包括水冷散热器、风冷散热器、	已重新上架并继续在亚马逊平台销售

平台名称	平台处罚涉及具体产品	是否已重新上架及目前在平台销售情况
	机箱风扇、笔记本散热器、机箱及配件	
	RGB Convertor转换精灵	因买家评价较低，未重新上架，故未继续在亚马逊平台销售
	N80 RGB笔记本散热器、Fryzen 支架	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
美国亚马逊	堡垒、船长、玄冰等35个产品，包括水冷散热器、风冷散热器、机箱风扇、笔记本散热器、机箱、电源及配件	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	大霜塔、船长等29个产品，包括风冷散热器、水冷散热器、机箱风扇、笔记本散热器、机箱及配件	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
	RGB Convertor转换精灵	因买家评价较低，未重新上架，故未继续在亚马逊平台销售
意大利亚马逊	堡垒、玄冰等12个产品，包括风冷散热器、水冷散热器及配件	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	LUCIFER V2 风冷散热器、Dukase Liquid 机箱、EXTRA AM4 Bracket配件	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
	RGB Convertor转换精灵	因买家评价较低，未重新上架，故未继续在亚马逊平台销售
英国亚马逊	堡垒、玄冰等14个产品，包括风冷散热器、水冷散热器、机箱风扇及配件	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	大霜塔、水元素等6个产品，包括风冷散热器、机箱风扇、笔记本散热器	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
	RGB Convertor转换精灵	因买家评价较低，未重新上架，故未继续在亚马逊平台销售
西班牙亚马逊	Castle 240 RGB V2水冷散热器、GAMMAXX400风冷散热器、FH-10集线器、MDESK-F1支架	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	船长、玄冰等16个产品，包括风冷散热器、笔记本散热器、机箱及配件	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
法国亚马逊	CASTLE 360RGB V2 堡垒散热器、CF120 3IN1 散热器、N80 RGB笔记本散热器、FH-10集线器、GH01支架	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	船长、玄冰等6个产品，包括风冷散热器、笔记本散热器及配件	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售
德国亚马逊	堡垒、玄冰等10个产品，包括水冷散热器、机箱风扇及配件	已重新上架并继续在亚马逊平台销售
	堡垒、玄冰等10个产品，包括风冷散热器、笔记本散热器、机箱及配件	因型号较旧或销量不佳，产品已下架，故未继续在亚马逊平台销售

平台名称	平台处罚涉及具体产品	是否已重新上架及目前在平台销售情况
日本亚马逊	Castle 360 RGB 堡垒散热器、Gammxx GT BK 玄冰散热器、RGB Convertor 转换精灵	已重新上架并继续在亚马逊平台销售

（三）后续继续受到处罚是否会导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法在相关平台销售

若发行人在电商平台销售产品违反电商平台的相关规则，发行人可能会继续受到电商平台处罚，并可能导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法在相关平台销售。根据电商平台的相关规则，发行人受到处罚导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法销售属于较严重的违规情形，包括但不限于销售假冒伪劣产品、刷单刷好评、违反产品安全政策、多次违反电商平台规则等，发行人已采取措施避免发生严重违规情形，如组织负责电商平台销售的员工学习和培训平台规则、督促员工严格遵守电商平台的各项规则、严禁“刷单”“刷好评”等违规行为、加强产品品质管理及售后服务等，确保发行人能够在电商平台持续、稳定的经营。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

- 1、查看发行人亚马逊、京东、天猫、拼多多电商平台的卖家后台系统，并进行检索查询。
- 2、对负责电商平台运营的相关人员进行访谈。
- 3、查询亚马逊、京东、天猫、拼多多电商平台的相关规则。

（二）结论意见

经核查，保荐人、申报会计师及发行人律师认为：

发行人未因遭受电商平台处罚而被平台强行关闭店铺、清退店铺、终止合作的情形，亦未因此遭受政府有关部门的行政处罚，且发行人被电商平台要求下架且不得销售产品的营业收入总额占发行人报告期内营业收入总额的比例非常小，故电商平台处罚未对发行人在电商平台销售产品产生不利影响；除部分

产品属于型号较旧、销量不佳或买家评价较低的产品已下架未在电商平台继续销售外，电商平台处罚涉及的产品均已重新上架并继续在电商平台销售；发行人继续受到处罚可能会导致发行人账号被封、发行人部分商品或全部商品无法在相关平台销售，但发行人已采取措施避免发生该等情形，确保发行人能够在电商平台持续、稳定的经营。

问题十四、关于银行理财

申报文件显示，报告期各期末，发行人理财产品分别为 3,650 万元、9,801.76 万元、6,824.71 万元，根据发行人列示的各类理财产品期末余额，各期末人民币理财产品余额分别为 650 万元、700 万元、0 万元，美元理财产品余额分别为 0 万元、1,300 万元、640 万元。

请发行人说明报告期各期末理财产品余额与各类理财产品余额合计是否匹配，并说明不匹配的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

请发行人说明报告期各期末理财产品余额与各类理财产品余额合计是否匹配，并说明不匹配的原因

（一）匹配情况及差异原因

2018 年末、2019 年末及 2020 年末，公司披露的理财产品余额和披露的期末持有各类理财产品未到期金额匹配情况如下：

单位：万元				
项目		2020年末	2019年末	2018年末
理财产品余额		6,824.71	9,801.76	3,650.00
其中：本金		6,785.90	9,769.06	3,650.00
公允价值变动		38.81	32.70	-
披露理财产品本金明细合计		4,175.94	9,769.06	650.00
其中：人民币理财产品原值		-	700.00	650.00
美元理财产品	美元原值	640.00	1,300.00	-
	汇率	6.5249	6.9762	-
	人民币金额	4,175.94	9,069.06	-
差异金额		2,609.96	-	3,000.00

2018 年末及 2020 年末，公司披露的理财产品余额与披露的期末持有各类理财产品未到期明细金额合计存在差异，差异金额分别为 3,000.00 万元和 2,609.96 万元。差异原因为部分理财产品存在当期购买下期赎回的跨期情况，在招股说明书相关章节披露理财产品明细时按照赎回日期进行归集本金金额，

未归入购买期间的期末余额中披露，导致理财产品明细中期末未到期金额与理财产品余额出现金额差异。

上述差异对应的两笔理财产品如下：

投资主体	产品发行主体	产品名称	投资金额	购买日	赎回日	涉及时间节点
北京鑫全盛	宁波银行	可选期限理财 1 号	人民币 3,000.00 万元	2018.12.05	2019.01.23	2018 年末
北京鑫全盛	宁波银行	宁欣固定收益类封闭式美元理财 2 号	美元 400.00 万元	2020.12.16	2021.6.16	2020 年末

（二）调整后的理财产品明细

按照公司各期间持有的理财产品明细，对理财产品进行梳理。调整后发行人及其子公司 2018 年度、2020 年度购买的理财产品明细披露如下：

（1）2018 年度，发行人及其子公司购买的理财产品明细

①人民币无固定期限理财产品

单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	期初本金金额	本期购买本金	本期赎回本金	期末本金余额	赎回确认投资收益
1	九州风神	中国工商银行	“e 灵通”净值型法人无固定期限人民币理财	900.00	-	900.00	-	4.30
2	九州风神	中国工商银行	法人“添利宝”净值型理财产品	-	1,200.00	1,200.00	-	0.83
3	深圳鑫全盛	招商银行	朝招金 7007 号	-	180.00	180.00	-	0.05
4	深圳鑫全盛	招商银行	朝招金 7008 号	-	1,379.70	1,329.70	50.00	3.10
5	北京鑫全盛	中国工商银行	“e 灵通”净值型法人无固定期限人民币理财	500.00	-	500.00	-	2.43
6	北京鑫全盛	中国工商银行	“添利宝”净值型理财产品	-	900.00	900.00	-	1.12
7	北京鑫全盛	宁波银行	智能活期理财 1 号	-	3,790.00	3,190.00	600.00	22.34
8	北京鑫全盛	宁波银行	智能活期理财 2 号	-	1,843.00	1,843.00	-	4.05
-	合计	-	-	-	-	-	-	38.22

②美元无固定期限理财产品

本金单位：万美元；投资收益单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	期初本金金额	本期购买本金	本期赎回本金	期末本金余额	赎回确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能活期理财 3 号	-	1,600.00	1,600.00	-	4.26
-	合计	-	-	-	-	-	-	4.26

③人民币固定期限理财产品

单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	投资本金金额	购买日	赎回日	投资天数	该产品确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财 11 号	2,000.00	2018.10.25	2018.11.29	定期 35 天	7.38
2	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财 11 号	1,700.00	2018.12.05	2018.12.12	定期 7 天	1.04
3	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财 11 号	1,000.00	2018.12.14	2018.12.21	定期 7 天	0.61
4	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财 11 号	700.00	2018.12.14	2018.12.28	定期 14 天	0.89
5	北京鑫全盛	宁波银行	可选期限理财 1 号	3,000.00	2018.12.05	2019.01.23	定期 49 天	15.71
-	合计	-	-	-	-	-	-	25.63

④美元固定期限理财产品

本金单位：万美元；投资收益单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	投资本金金额	购买日	赎回日	投资天数	该产品确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财 1 号	50.00	2018.08.22	2018.10.25	定期 63 天	1.25
-	合计	-	-	-	-	-	-	1.25

发行人截至 2018 年 12 月 31 日理财产品的余额为：

单位：万元

项目	2018年12月31日
1、人民币理财无固定期限产品本金余额（人民币）	650.00
2、人民币理财固定期限产品本金余额（人民币）	3,000.00
本金余额合计（人民币）	3,650.00
调整交易性金融资产期末公允价值变动损益（人民币）	
人民币理财产品余额小计（人民币）	3,650.00

项目	2018年12月31日
1、美元理财无固定期限产品本金余额（美元）	-
2、美元理财固定期限产品本金余额（美元）	-
本金余额合计（美元）	-
按期末美元汇率折算金额（人民币）	-
调整交易性金融资产期末公允价值变动损益（人民币）	-
美元理财产品余额小计（人民币）	
合计（人民币）	3,650.00

(2) 2020 年度，发行人及其子公司购买的理财产品明细

①人民币无固定期限理财产品

单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	期初本金金额	本期购买本金	本期赎回本金	期末本金余额	赎回确认投资收益
1	九州风神	中国工商银行	法人“添利宝”净值型理财产品	700.00	2,970.00	3,670.00	-	22.12
2	九州风神	招商银行	朝招金 7007 号	-	1,200.00	1,200.00	-	2.39
3	九州风神	招商银行	日日鑫 80008 号	-	500.00	500.00	-	1.98
4	九州风神	招商银行	朝招金 7008 号	-	100.00	100.00	-	0.39
5	北京鑫全盛	宁波银行	净值型理财 1 号	-	3,700.00	3,700.00	-	2.36
6	北京鑫全盛	中国工商银行	法人“添利宝”净值型理财产品	-	2,710.00	2,710.00	-	2.10
-	合计	-	-	-	-	-	-	31.34

②美元无固定期限理财产品

本金单位：万美元；投资收益单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	期初本金金额	本期购买本金	本期赎回本金	期末本金余额	赎回确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能活期理财 4 号	1,300.00	-	660.00	640.00	30.76
-	合计	-	-	-	-	-	-	30.76

③人民币固定期限理财产品

单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	投资本金金额	购买日	赎回日	投资天数	该产品确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财11号	400.00	2020.03.16	2020.03.24	定期7天	0.21
2	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财11号	290.00	2020.03.16	2020.03.31	定期14天	0.32
3	北京鑫全盛	宁波银行	智能定期理财11号	600.00	2020.03.24	2020.04.01	定期7天	0.32
-	合计	-	-	-	-	-	-	0.84

④美元固定期限理财产品

本金单位：万美元；投资收益单位：万元人民币

序号	投资主体	产品发行主体	产品名称	投资本金金额	购买日	赎回日	投资天数	该产品确认投资收益
1	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	480.00	2020.02.24	2020.03.31	定期35天	6.20
2	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	500.00	2020.04.10	2020.05.15	定期35天	4.41
3	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	520.00	2020.05.15	2020.06.22	定期35天	2.84
4	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	226.30	2020.05.08	2020.07.10	定期63天	4.14
5	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	500.00	2020.06.24	2020.07.29	定期35天	2.37
6	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	203.80	2020.05.08	2020.08.07	定期91天	6.04
7	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	520.00	2020.07.30	2020.09.03	定期35天	0.68
8	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	460.00	2020.09.07	2020.10.12	定期35天	0.60
9	北京鑫全盛	宁波银行	美元智能定期理财1号	110.00	2020.08.19	2020.11.19	定期91天	1.10
10	北京鑫全盛	宁波银行	宁欣固定收益类封闭式美元理财1号	500.00	2020.09.28	2020.12.28	定期92天	8.69
11	北京鑫全盛	宁波银行	宁欣固定收益类封闭式美元理财2号	400.00	2020.12.16	2021.6.16	定期183天	12.51
-	合计	-	-	-	-	-	-	49.60

发行人截至2020年12月31日理财产品的余额为：

单位：万元

项目	2020年12月31日
1、人民币理财无固定期限产品本金余额（人民币）	-
2、人民币理财固定期限产品本金余额（人民币）	-
本金余额合计（人民币）	
调整交易性金融资产期末公允价值变动损益（人民币）	-
人民币理财产品余额小计（人民币）	-
1、美元理财无固定期限产品本金余额（美元）	640.00
2、美元理财固定期限产品本金余额（美元）	400.00
本金余额合计（美元）	1,040.00
按期末美元汇率折算金额（人民币）	6,785.90
调整交易性金融资产期末公允价值变动损益（人民币）	38.81
美元理财产品余额小计（人民币）	6,824.71
合计（人民币）	6,824.71

发行人已在招股书中更新报告期各期末理财产品的披露明细，更新后的各类理财产品未到期金额与理财产品余额匹配。

【中介机构核查】

请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

- 1、访谈发行人管理层，询问购买理财产品业务的流程和审批程序。
- 2、查看发行人记账凭证、银行对账单，并与银行提供的购买理财业务对账单进行核对。
- 3、取得发行人购买理财产品的明细，对照理财合同或理财产品说明书检查其投资的具体内容、收益率、期限等信息；检查理财产品购买及赎回的凭证，根据银行流水记录核对其是否准确、完整。
- 3、对期末未到期的理财产品进行函证。

（二）核查结论

经核查，2018 年末及 2020 年末发行人理财产品余额与各类理财产品余额合计不匹配，主要是发行人按照赎回日期进行理财产品明细的归集导致，发行

人已更新招股书中理财产品的披露，更新后的报告期各期末理财产品余额与各类理财产品余额合计可以匹配。

问题十五、关于股东核查

请保荐人、发行人律师按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》《监管规则适用指引——发行类第2号》的要求，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

【中介机构核查】

（一）核查程序

保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人公司章程、自成立以来的工商登记档案材料、发行人出具的股东名册。取得发行人全套工商资料，查阅发行人设立以来历次股东大会、董事会和监事会会议资料、增资协议及补充协议、验资报告、股权转让协议、股权价款支付凭证等资料，核实发行人历次增资、股权转让过程中的法律依据和程序完备性。

2、查阅发行人历次增资的验资报告、投资款或股权转让款的银行凭证、股东入股账户的银行流水以及股权激励相关间接股东的入股账户流水。

3、查阅发行人股东出具的《调查问卷》《股份清晰承诺函》。

4、查阅发行人部分间接股东出具的《股东信息核查询证函》。

5、查阅《北京市九州风神科技股份有限公司关于申请首次公开发行股票并在创业板上市股东信息披露的相关承诺》。

6、查阅发行人申报前12个月内新增股东出具的承诺函、调查问卷，并对发行人新增股东进行访谈，确认其入股情况。

7、检索查询国家企业信用信息公示系统、企查查、中国证券投资基金业协会官方网站等公开网络资料，对公司股东股份代持、突击入股、股东入股价格、股东的适格性等情况进行了核查。

8、保荐人向中国证券监督管理委员会北京监管局提交股东信息查询申请，经北京证监局邮件答复，发行人股东中不存在证监会系统离职人员。

（二）核查结论

经核查，保荐人及发行人律师认为：

保荐人、发行人律师已按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》《监管规则适用指引—发行类第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，充分关注并全面核查后披露相关股东信息情况，并确认发行人自然人股东不涉及证监会系统离职人员入股的情况。

保荐人、发行人律师已向深圳证券交易所提交了《中天国富证券有限公司关于北京市九州风神科技股份有限公司股东信息披露的专项核查报告》《中天国富证券有限公司关于北京市九州风神科技股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》和《广东君言律师事务所关于北京市九州风神科技股份有限公司股东信息披露的专项核查报告》和《广东君言律师事务所关于北京市九州风神科技股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》。

(本页无正文，为《关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

法定代表人： 

夏春秋

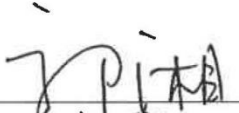
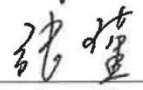
北京市九州风神科技股份有限公司

2022年1月20日



（本页无正文，为中天国富证券有限公司《〈关于北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函〉的回复报告》之签署页）

保荐代表人：


郭 湘

张 瑾



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读北京市九州风神科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复报告的全部内容，了解审核问询函的回复报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函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：



王 颢

