

北京市君合律师事务所
关于广东德尔玛科技股份有限公司
在中国境内首次公开发行人民币普通股股票
并在创业板上市的

补充法律意见（二）



君合律师事务所

二〇二二年一月

北京总部 电话: (86-10) 8519-1300
传真: (86-10) 8519-1350

杭州分所 电话: (86-571) 2689-8188
传真: (86-571) 2689-8199

海口分所 电话: (86-898) 6851-2544
传真: (86-898) 6851-3514

硅谷分所 电话: (1-888) 886-8168
传真: (1-888) 808-2168

上海分所 电话: (86-21) 5298-5488
传真: (86-21) 5298-5492

成都分所 电话: (86-28) 6739-8000
传真: (86-28) 6739 8001

天津分所 电话: (86-22) 5990-1301
传真: (86-22) 5990-1302

广州分所 电话: (86-20) 2805-9088
传真: (86-20) 2805-9099

青岛分所 电话: (86-532) 6869-5000
传真: (86-532) 6869-5010

香港分所 电话: (852) 2167-0000
传真: (852) 2167-0050

深圳分所 电话: (86-755) 2587-0765
传真: (86-755) 2587-0780

大连分所 电话: (86-411) 8250-7578
传真: (86-411) 8250-7579

纽约分所 电话: (1-212) 703-8702
传真: (1-212) 703-8720

目 录

目 录	2
第一部分《审核问询函》回复	5
问题 4：关于应收账款、应收票据和第三方回款	5
问题 10：关于重大资产重组及商标授权.....	10
问题 13：关于生产经营的合法合规性	17
问题 14：关于直播带货.....	19
问题 15：关于资金流水核查.....	41
问题 16：关于实际控制人认定	66
第二部分 已出具律师文件相关情况的更新	69
《关于广东德尔玛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》（以下简称“《首轮问询函》”）问题 16：关于销售模式、线上直销 之一项回复	69
《首轮问询函》问题 18：关于经销模式 之二项回复.....	77
《首轮问询函》问题 30：关于未决诉讼和预计负债 之一、三、五项回复	78

北京市君合律师事务所
关于广东德尔玛科技股份有限公司
在中国境内首次公开发行人民币普通股股票
并在创业板上市的补充法律意见（二）

广东德尔玛科技股份有限公司：

北京市君合律师事务所（以下简称“本所”）接受广东德尔玛科技股份有限公司（以下简称“德尔玛”、“公司”或“发行人”）的委托，作为其在中国（指中华人民共和国，就本补充法律意见而言，不包括中华人民共和国香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区）境内首次公开发行人民币普通股股票并在深圳证券交易所创业板上市（以下简称“本次发行上市”）的特聘法律顾问，根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“《管理办法》”）、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》和《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》等法律、行政法规、规章、规范性文件和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）及深圳证券交易所（以下简称“深交所”）的有关规定，就发行人本次发行上市事宜已出具了《北京市君合律师事务所为广东德尔玛科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市出具法律意见的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《北京市君合律师事务所关于广东德尔玛科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的法律意见》（以下简称“《法律意见》”）、《北京市君合律师事务所关于广东德尔玛科技股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市的补充法律意见（一）》（以下简称“《补充法律意见（一）》”，《律师工作报告》《法律意见》与《补充法律意见（一）》合并简称为“已出具律师文件”）。

鉴于深交所上市审核中心于2021年11月3日下发了《关于广东德尔玛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]011240号）（以下简称“《审核问询函》”），本所现就《审核问询函》中要求本所律师核查的事项所涉及的法律问题以及已出具律师文件中相关情况变化所涉及的法律事项，出具本补充法律意见。

本补充法律意见是对《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》的补充，并构成《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》不可分割的一部分。除有特别说明外，本所在《律师工作报告》《法律意见》《补充法律意见（一）》中发表法律意见的前提、声明、简称、释义和假设同样适用于本补充法律意见。对于本补充法律意见所说明的事项，以本补充法律意见的说明为准。

本补充法律意见仅依据中国现行有效的法律、法规、规章和规范性文件的有关规定发表法律意见。

本补充法律意见仅就与本次发行上市有关的法律问题发表意见，并不对会计、审计、资产评估、投资决策、市值预估等事宜发表意见。在本补充法律意见中对有关审计报告、验资报告、资产评估报告、内控审核报告、预计市值的分析报告等专业报告中某些数据和结论的引述，并不意味着本所对这些数据、结论的真实性和准确性作出任何明示或默示保证，本所并不具备核查并评价该等数据、结论的适当资格和能力。

为出具本补充法律意见，本所审查了发行人提供的有关文件及其复印件，并基于发行人向本所作出的如下保证：发行人已提供了出具本补充法律意见所必须的、真实、完整的原始书面材料、副本材料、复印件或口头证言，不存在任何遗漏或隐瞒；其所提供的副本材料或复印件与正本材料或原件完全一致，各文件的原件的效力在其有效期内均未被有关政府部门撤销，且于本补充法律意见出具日均由其各自的合法持有人持有；其所提供的文件及文件上的签名和印章均是真实的；其所提供的文件及所述事实均为真实、准确和完整。所有已签署或将签署文件的各方，均依法存续并取得了适当授权以签署该等文件。对于出具本补充法律意见至关重要而又无法得到独立的证据支持的事实，本所采取了与相关当事人访谈、查询有关公开信息、赴相关部门独立调查等方式，依赖有关政府部门或者其他有关机构出具的证明性文件和/或发行人及相关当事人的说明、确认及承诺出具本补充法律意见。

本所及经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及本补充法律意见出具日以前已经发生或者存在的事实，履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了核查验证，保证本补充法律意见所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

本补充法律意见仅供发行人本次发行上市之目的使用，不得用作任何其它目的。本所律师同意发行人将本补充法律意见作为其申请本次发行上市的申请材料的组成部分，并对本补充法律意见承担相应责任。

本所同意发行人按照深交所的审核要求引用本补充法律意见的相关内容，但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。

本所律师根据《证券法》《管理办法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》的要求，按照《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》的相关规定及中国律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人提供的文件及有关事实进行了审查和验证，现出具本补充法律意见。

第一部分《审核问询函》回复

问题 4：关于应收账款、应收票据和第三方回款

前次审核问询回复显示：

（1）报告期内，公司存在有追索权债权转让的应收账款保理业务，主要系公司为了加快资金回笼进行了应收账款保理，公司对于附追索权的应收账款不终止确认并按照原有账龄计提坏账准备；

（2）公司的商业承兑汇票于报告期内在应收票据核算，银行承兑汇票于 2018 年度在应收票据核算，2019 年起公司执行新金融工具准则，鉴于公司取得的银行承兑汇票主要用于背书支付供应商货款以及贴现，因此将应收银行承兑汇票调整至应收款项融资科目核算；

（3）报告期各期末，公司对可能存在应收账款不能回收风险的客户相关的应收账款单项计提了坏账准备；发行人对苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心、上海毕钵罗贸易有限公司、Mentrade for Import & Agencies、上海谱拉斯文化传播有限公司等客户存在逾期应收账款尚未回款的情形；

（4）报告期内，公司第三方回款主要为客户关联企业回款，该类第三方回款金额分别为 18,023.02 万元，44,408.81 万元、57,133.00 万元和 21,041.84 万元，主要为京东平台关联方的回款，此外，发行人还存在其他客户关联方、个人代客户付款和境外公司代付款的情形，其中 2020 年境外公司代付款金额为 1,255.91 万元，金额大幅上升。

请发行人：

（1）说明报告期内发行人应收账款保理业务涉及的金额和占比、应收账款保理对手方，具体的会计处理方法及其合规性；

（2）结合应收票据的性质和贴现或背书事项的发生频率，说明将部分应收票据列报为应收款项融资的依据，是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（3）说明单项坏账准备计提的标准和依据，对应客户及应收账款无法回收的原因，发行人对苏宁易购等客户存在逾期应收账款尚未回款的原因、逾期时间、预计回款时间及坏账准备计提的充分性；

（4）说明客户关联企业回款主要为京东集团通过其关联方回款的原因，是否符合京东集团的结算和支付惯例，其他客户关联方、个人代客户付款和境外公司代付款的具体性质，是否在销售合同中明确约定上述回款方的信息；2020 年境外公司代付款的主体、销售客户、销售金额及回款金额，2020 年通过境外公司代付款金额大幅上升的原因合理性，客户应付款项与第三方回款的币种是否存在不一致的情况，如果存在不一致的情况，是否符合外汇管理的相关规定。

请保荐人、申报会计师对上述问题发表明确意见，说明函证是否存在差异及处理意见；并请保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定发表明确意见，列示付款方与合同约定方的相关关系，主要第三方回款人是

否与发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工存在关联关系，是否存在其他利益安排。

回复：

一、保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定逐项发表意见，具体结论如下：

（一） 第三方回款是否与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性

根据发行人的说明及天健回复意见，报告期内，发行人涉及第三方回款的情况具体如下：

单位：万元

代付类型	代付关系	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户关联企业回款	京东平台关联方	21,041.84	16.87%	57,127.25	25.64%	44,408.81	29.28%	17,639.56	18.25%
	其他关联方	-	-	5.74	0.00%	-	-	383.46	0.40%
	小计	21,041.84	16.87%	57,133.00	25.64%	44,408.81	29.28%	18,023.02	18.64%
个人代客户付款	客户股东、法定代表人	-	-	30.00	0.01%	-	-	4.68	0.00%
	客户股东、法定代表人直系亲属	-	-	-	-	10.00	0.01%	-	-
	客户员工	23.75	0.02%	333.47	0.15%	683.51	0.45%	-	-
	小计	23.75	0.02%	363.47	0.16%	693.51	0.46%	4.68	0.00%
境外公司代付款		-	-	1,255.91	0.56%	11.38	0.01%	-	-
合计		21,065.59	16.89%	58,752.38	26.37%	45,113.70	29.74%	18,027.70	18.65%

根据发行人的说明及天健回复意见，客户关联企业回款主要为京东集团通过其关联方回款。报告期内，公司与北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司签署销售协议，部分货款实际由上海邦汇商业保理公司、网银在线（北京）科技有限公司回款，上海邦汇商业保理有限公司和网银在线（北京）科技有限公司均为京东集团的关联方。上述关联方第三方回款符合交易惯例，具有必要性和合理性。

除上述客户关联企业回款外，公司第三方回款金额为 4.68 万元、704.88 万元、1,619.38 万元和 23.75 万元，占营业收入比例分别为 0.00%、0.46%、0.73%和 0.02%，占比较小，对收入不构成重大影响。其中境外公司代付款主要原因系境外客户基于换汇和仓储物流等方面考虑，选择由承运商代为向公司付款，双方已就订单签订代付协议。个人代客户付款主要是客户

成立初期，基于操作方便等方面考虑，由客户的股东、法定代表人或其亲属、员工代付支付。

（二） 第三方回款的付款方是否为发行人的关联方

根据发行人的说明及天健回复意见，报告期内，发行人第三方回款中付款方与合同约定方的具体情况如下：

合同约定方	付款方	相关关系
北京京东世纪贸易有限公司	上海邦汇商业保理有限公司	京东集团关联方
北京京东世纪贸易有限公司	网银在线（北京）科技有限公司客户备付金	京东集团关联方
北京京东世纪信息技术有限公司	上海邦汇商业保理有限公司	京东集团关联方
TCL 家用电器（中山）有限公司	TCL 集团财务有限公司	合同签定方关联方
芒果超媒股份有限公司	快乐购有限责任公司	合同签定方关联方
唯品会（中国）有限公司	上海品众商业保理有限公司	唯品会关联方
安徽州驰科技有限公司	*建玲	合同签定方股东、法定代表人的亲属
金华悦华电子商务有限公司	*文巍	合同签定方员工
厦门米家严选网络科技有限公司	*旭锋	合同签定方员工
深圳丰学国际贸易有限公司	*凯	合同签定方股东、法定代表人
深圳麦斯特雷通讯有限公司	**柳	合同签定方员工
深圳市福田区远望数码商城长欣宏通讯产品商行	*良	合同签定方员工
	*煜	合同签定方员工
	*晓琪	合同签定方员工
	*小莎	合同签定方员工
	*文群	合同签定方员工
	*协国	合同签定方员工
	*峻烽	合同签定方员工
	*盛榆	合同签定方员工
	*训华	合同签定方员工
	*邱婷	合同签定方员工
深圳中恒科源科技有限公司	*涛强	合同签定方员工

合同约定方	付款方	相关关系
苏州维亿电子商务有限公司	*贾荣	合同签订方员工
CONG TY TNHH THUONG MAI DICH VU XUAT NHAP KHAU MIHOUSE	SUNWAY INVESTMENT HOLDING (MACAO) COMPANY LIMITED	无关联关系付款代理商
LOK GAA TECHNOLOGY TRADING LIMITED	POPHONG TECHNOLOGY INDUSTRY CO., LI	无关联关系付款代理商
SMART DISTRIBUTION, LTD	SHOOCHTN INTL SOURCES	无关联关系付款代理商
	RATK TRADE KORLATOLT FELELOSSEGU TA	无关联关系付款代理商
	IGORIA TRADE SA	无关联关系付款代理商
	PROLOGIX FZE	无关联关系付款代理商
	MARART TRADE LTD	无关联关系付款代理商
	HEAD TREAD LLP	无关联关系付款代理商
	ATLANT MONOLITH PTE LTD	无关联关系付款代理商
	EPRO ELECTRONICS TECHNOLOGY (HK) LIMITED	无关联关系付款代理商
	TEXTRADE PROM KFT	无关联关系付款代理商

由上表可知，付款方主要为合同签订方的关联方、股东、法定代表人、员工及无关联关系付款代理商。

其中，CONG TY TNHH THUONG MAI DICH VU XUAT NHAP KHAU MIHOUSE 为公司境外线下直销客户，主要在越南等地开展业务，基于换汇方面考虑，其委托第三方代付机构 SUNWAY INVESTMENT HOLDING (MACAO) COMPANY LIMITED 向公司进行付款，公司、客户及付款主体通过签订委托付款协议对代付事项进行约定。

LOK GAA TECHNOLOGY TRADING LIMITED 为公司境外线下直销客户，主要在泰国等地开展业务，基于换汇方面考虑，其委托第三方代付机构 POPHONG TECHNOLOGY INDUSTRY CO., LI 向公司进行付款，公司、客户及付款主体通过签订委托付款协议对代付事项进行约定。

综上，报告期内，发行人第三方回款人与发行人、发行人控股股东、实际控制人及董监高、发行人职工不存在关联关系，不存在其他利益安排。

(三) 第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，申报会计师已对第三方回款及销售确认相关内部控制有效性发表明确核查意见

根据天健回复意见，本所律师认为报告期内，发行人第三方回款均基于真实交易背景，回

款真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形。第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性。

（四）能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围

报告期内，发行人第三方回款的相关金额以及与营业收入的占比具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方付款金额	21,065.59	58,752.38	45,113.70	18,027.70
剔除京东关联方付款后第三方付款金额	23.75	1,625.13	704.88	388.14
剔除京东关联方付款后第三方付款金额占营业收入比例	0.02%	0.73%	0.46%	0.40%

报告期内，发行人能够对不同类别第三方回款进行合理区分。报告期各期，发行人第三方回款金额占营业收入的比例处于合理可控范围内，剔除京东关联方付款后，报告期各期发行人第三方付款金额占营业收入比例分别为 0.40%、0.46%、0.73%和 0.02%，占比较低。

二、保荐人、申报会计师、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定逐项对第三方回款进行核查

本所律师主要履行了以下核查程序：

（1）对公司财务负责人及财务部门相关人员进行访谈，了解、测试和评价公司与销售和收款流程相关的内部控制的设计和运行有效性；

（2）获取并查阅了公司、客户及回款方签署的代付货款协议并对财务部门、业务部门相关人员进行访谈，了解客户委托付款行为的交易背景，判断其商业合理性，同时确认是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

（3）通过企查查等公开网站查询发行人控股股东、实际控制人及董监高或其他关联方与付款方、付款方与委托方之间是否存在关联关系；

根据天健回复意见，本所律师认为：

（1）报告期内，发行人第三方回款均基于真实的交易背景，客户通过其关联方、集团内财务公司、保理商或客户的股东、法定代表人、员工回款，具有一定的必要性和合理性，符合行业经营特点和公司实际经营情况，不存在虚构交易或调节账龄情形；

（2）报告期内，发行人第三方回款形成收入占营业收入的比例分别为 18.65%、29.74%、

9.46%、16.89%，剔除京东关联方付款后，报告期各期发行人第三方付款金额占营业收入比例分别为 0.40%、0.46%、0.73%和 0.02%，占比较低；

（3）发行人的交易对方通过第三方向发行人付款的原因，具有必要性和商业合理性，符合公司实际经营情况及交易惯例；

（4）发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；

（5）报告期内发行人存在的境外第三方回款情况均基于真实的交易背景，具有合理的商业理由，符合发行人经营模式和行业经营特点，相关代付行为合法合规；

（6）报告期内发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

（7）报告期内，发行人存在签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的情形，主要系境外客户基于换汇和仓储物流等方面考虑，选择由承运商代为向公司付款所致，具有合理性；

（8）报告期内公司涉及第三方回款的销售收入涉及的资金流、实物流与合同约定及商业实质相符，资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

问题 10：关于重大资产重组及商标授权

申报材料与前次审核问询回复显示：

（1）皇家飞利浦对非医疗相关业务持续退出并向发行人出售水健康业务以及授予商标使用许可，报告期内飞利浦品牌产品销售收入占发行人主营业务收入比例较大；

（2）华帝股份向发行人授权使用其商标前，曾向华帝厨卫授权使用华帝商标开展相同业务，发行人替代华帝厨卫开展此部分业务，华帝厨卫不再从事相关业务；因此，华帝股份和发行人计算商标使用费的业绩基础，参考了华帝厨卫的历史销售收入情况；

（3）华帝股份与发行人的商标授权许可未约定独家排他条款，华帝股份全资子公司存在使用华帝商标并销售与发行人被授权同类产品的情形；

（4）2018 年，发行人对皇家飞利浦品牌的商标使用费率低于约定的 3%，主要是由于 2018 年上半年发行人作为皇家飞利浦的线上经销商，对外销售皇家飞利浦的相关产品，此部分经销收入未计入飞利浦商标许可费的计算基数；

（5）报告期内，上海水护盾与皇家飞利浦之间的商标许可费按季度结算，上海水护盾在各月末均按照净营业额对商标许可费进行计提，并于完整季度结束后的 30 天内向品牌方支付；华聚卫浴与华帝股份之间的商标许可费按年度结算，年度授权费用按照许可人认可的被许可人授权商品的年度销售收入（含税）总额的 2%进行计提；因此，发行人品牌许可费于报告期各期末存在预提；

（6）根据中介机构与华帝股份的访谈确认，华帝股份与发行人续签商标许可合同的可能性较大，华帝品牌授权相关收入具有较大可持续性。

请发行人：

(1) 说明皇家飞利浦退出非医疗相关业务后，对飞利浦水健康业务相关产品品牌推广、技术研发、更新换代等方面是否存在不利影响，发行人拟采取的应对措施；

(2) 说明华帝股份发行人替代华帝厨卫开展业务的背景及原因，华帝股份与华帝厨卫关于商标使用权是否存在纠纷并影响对发行人的授权，发行人商标使用费的业绩基础参考华帝厨卫历史销售收入的合理性；

(3) 说明在发行人与华帝股份子公司销售同类产品的情况下，双方针对产品定价的约定以及产品质量安全纠纷的责任划分情况；

(4) 剔除 2018 年度对皇家飞利浦的经销收入后，计算并分析当年度商标使用费率的合理性；

(5) 说明品牌许可费预提和实际发生的差异和调整情况，说明对费用计提是否存在跨期的影响；

(6) 说明华帝股份与发行人续签商标的进展情况及合作可持续性的判断依据。

请保荐人、发行人律师和申报会计师发表明确意见。

回复：

一、 发行人说明

(一) 说明皇家飞利浦退出非医疗相关业务后，对飞利浦水健康业务相关产品品牌推广、技术研发、更新换代等方面是否存在不利影响，发行人拟采取的应对措施

经查询公开信息，近年来皇家飞利浦逐步退出非医疗相关业务，将多个非医疗的业务板块（包括照明业务、电视机业务、净水业务、家电业务等）通过品牌授权方式交由第三方经营，并由其内部的品牌授权团队（Brand Licensing Division）统一负责其对外品牌授权及相关授权业务的后续管理。皇家飞利浦的品牌授权团队隶属于其 Intellectual Properties and Standards 部门（IP&S），该部门成立于 2000 年，负责管理皇家飞利浦的相关无形资产，并为皇家飞利浦及其合作伙伴的创新发展、新业务机会开发提供咨询支持。

根据发行人的说明，水健康业务在被收购前，即在皇家飞利浦体系内作为独立的业务单元运营，组建了以中国区团队为核心的独立业务团队，该团队主导水健康相关产品的产品策划、技术研发、产品推广、产品销售、售后服务等业务，飞利浦（中国）投资有限公司（皇家飞利浦的子公司）的品质、法务、专利等集团职能部门对水健康业务进行相关的管理和支持。

具体而言，本次收购前：(1) 在销售与推广方面，飞利浦水健康业务即已成立独立的团队，通过线上线下多渠道进行产品推广及营销；(2) 在产品策略和产品开发方面，由水健康业务团队独立发起新品立项及开发程序，相关产品的开发需满足相应国家或地区的技术标准及飞利浦的企业标准，产品开发的过程中，皇家飞利浦品质、专利、法务等部门会对产品的合规性进行审核；(3) 本次收购前，水健康业务均通过外协方式进行生产，皇家飞利浦相关部门组建供应商审核团队共同对供应商进行审核，并通过与供应商签署委托生产合同并对产品质量进行约定。

发行人收购水健康业务后，保留了其原有的业务体系和核心人员，水健康业务在品牌推广、技术研发、产品更新换代等方面的运营方式在收购前后于重大方面均保持一致。

根据《飞利浦商标许可协议》及其补充协议，上海水护盾与皇家飞利浦之间关于所授权商标涉及的产品品牌推广、技术研发、更新换代方面的主要约定情况如下：

事项	相关主要约定
品牌推广	每个营销计划和所有营销材料应将产品定位为优质和高品质的产品；皇家飞利浦和被许可方应针对营销计划和营销材料的前期参考设计达成一致，在皇家飞利浦和被许可方就此类参考设计达成一致后，应允许被许可方在未经皇家飞利浦事先同意的情况下，根据参考设计制定和实施营销材料并进行有限修改，如果修改不符合约定的参考设计，皇家飞利浦仍有权要求被许可方采取纠正措施
技术研发	许可方与被许可方在技术研发方面无专门约定
产品更新换代	如果被许可方希望引进新的产品类型，被许可方应当提出产品路线图、规格、制造和分销时间表、以及上市时间计划，并取得皇家飞利浦的批准。在开始任何产品类型的商业分销和销售之前，或者在实质影响先前批准的产品类型的产品的性能或外观的组建改动之前，被许可方应当获得皇家飞利浦的批准 针对新产品类型，被许可方应当遵守协议约定的管制物质要求，在引进新产品类型之前并经皇家飞利浦的请求，被许可方应当向皇家飞利浦提供相关认证或者试验机构出具的测试报告

根据发行人的说明，在日常运营中，由发行人水健康业务的相关人员自行负责设计、研发、营销计划，并根据《商标许可协议》的约定在新品上线、主要品牌管理及推广方案等方面获得皇家飞利浦的事前批准，以保证相关产品及其传递的品牌形象符合飞利浦要求；此运营方式与水健康业务被收购前的运营方式一致，皇家飞利浦在全球范围内退出非医疗业务未对发行人飞利浦水健康业务产生重大不利影响。

此外，根据发行人的说明，发行人已在品牌推广、技术研发、产品更新换代方面建立了健全的业务体系，并保持与皇家飞利浦的良好沟通渠道，确保水健康业务的品牌推广、技术研发、新品更新换代可满足其业务板块的战略方向和业绩要求，具体包括：

（1）在品牌管理以及推广方面，发行人制定了《飞利浦水健康品牌体验手册》《飞利浦水健康门店管理手册》，组建了专门的品牌推广与营销团队，通过线上数字营销、线下促销活动、飞利浦品类联动等方式进行相关产品的营销推广，并通过定期月度会议、季度会议的形式与皇家飞利浦沟通主要的品牌及营销活动；在重大的品牌推广方案与宣传投入实施前，发行人会提前将相关效果图、文案等提交皇家飞利浦审核并获得其同意。截至本补充法律意见出具日，发行人未因品牌推广相关事项与皇家飞利浦发生过纠纷或存在潜在纠纷，双方保持了良好的沟通与合作机制。

（2）在技术研发与产品更新换代方面，发行人建立了《IPD 集成产品开发制度》，组建了专门的研发团队，并遵照《飞利浦商标许可协议》的相关执行标准（如适用）、皇家飞利浦的产

品企业标准及皇家飞利浦关于品牌形象的相关指引对产品进行研发与设计；新产品投入销售前，发行人会将所需的产品资料等提交皇家飞利浦审核并获得其同意，皇家飞利浦主要对产品的外观形象、相关产品的环保要求等进行事前审核，相关产品具体的技术、功能等情况由发行人根据相应国家或地区的技术标准予以执行。截至本补充法律意见出具日，发行人未因技术研发与产品更新换代相关事项与皇家飞利浦发生过纠纷或存在潜在纠纷。

（3）在产品质量把控方面，在新品设计开发的验证、供应商的评估与管理、产品销售后的质量投诉处理及分析改进等全流程，发行人均建立了文件规范及并监督水健康事业部遵照执行；此外，根据《飞利浦商标许可协议》的约定，皇家飞利浦有权审核发行人的质量控制程序并有权检查授权制造商的制造设施，皇家飞利浦亦有权要求发行人提供相关产品的质量报告或对产品是否合格进行抽查。截至本补充法律意见出具日，发行人未因质量把控及监督相关事项与皇家飞利浦发生过纠纷或存在潜在纠纷。

从实际运营业绩而言，报告期内，发行人水健康业务持续增长，较收购前收入及盈利能力均较大幅提升。飞利浦退出非医疗业务对发行人收购的水健康业务未产生不利影响。

（二）说明华帝股份发行人替代华帝厨卫开展业务的背景及原因，华帝股份与华帝厨卫关于商标使用权是否存在纠纷并影响对发行人的授权，发行人商标使用费的业绩基础参考华帝厨卫历史销售收入的合理性

1. 发行人替代华帝厨卫开展业务的背景及原因

根据对华帝股份、华帝厨卫的访谈及发行人的说明，经访谈华帝股份、华帝厨卫并了解双方的合作历史，华帝厨卫原为华帝股份的品牌授权商，其实际控制人为与华帝股份合作多年的经销商，双方在线下厨房电器领域合作时间较长，后因电商行业兴起，经与华帝股份协商，其以华帝厨卫作为主体，经华帝股份授权在线上渠道开展五金卫浴相关产品的研发、生产及对外销售；后因五金卫浴相关产品授权到期，华帝股份调整其对外授权品类策略，应华帝股份的要求，并该双方协商，华帝股份将对华帝厨卫的授权品类由五金卫浴类调整为吊顶类。另一方面，发行人因曾为华帝股份从事电商代运营业务，与华帝股份建立了良好的业务合作关系；同时，发行人认为借助其在电商运营方面优势有能力开展五金卫浴类产品线上销售业务。在此背景下，经与华帝股份协商，发行人子公司华聚卫浴替代华帝厨卫开展五金卫浴的授权业务。

2. 华帝股份与华帝厨卫关于商标使用权是否存在纠纷，是否影响对发行人的授权

经访谈华帝股份、华帝厨卫，双方合作期间及合作终止后，均不存在关于华帝商标使用权的纠纷；另经公开网络核查，其双方不存在因华帝商标使用权引发的诉讼或纠纷。因此，华帝股份与华帝厨卫关于商标使用权不存在纠纷，也不影响对发行人的授权。

3. 发行人商标使用费的业绩基础参考华帝厨卫历史销售收入的合理性

根据对华帝股份的访谈及发行人的说明，对华帝股份而言，发行人接替华帝厨卫运营华帝在五金卫浴方面的品牌授权业务，属于华帝股份同一项业务的延续，仅是更换了授权经营主体，因此华帝股份要求延续此前华帝厨卫的历史销售收入作为发行人商标使用费的计算基础，属于华帝股份内部管理的需要，具备合理性。从发行人的角度，发行人基于其发展五金卫浴业务的战略布局及此前的电商运营经验，认为此业绩条件具备可达成的现实性和合理性，可以接受。

因此经双方协商一致，发行人商标使用费的业绩基础参考此前被授权主体华帝厨卫的历史销售业绩，对双方而言均具备合理性。

（三）说明在发行人与华帝股份子公司销售同类产品的情况下，双方针对产品定价的约定以及产品质量安全纠纷的责任划分情况

根据华帝股份与华聚卫浴签署的《商标授权使用许可合同》，及华帝股份与其子公司中山市华帝智慧家居有限公司（以下简称“华帝智慧家居”）签署的《商标授权使用许可合同》，各方针对产品定价的约定以及产品质量安全纠纷的责任划分情况的约定如下：

合同	针对产品定价的约定	针对产品质量安全纠纷的责任划分
华帝股份与华聚卫浴《商标授权使用许可合同》	无约定	（1）客户因质量问题不满意投诉到工商局或公众媒体造成品牌负面影响的，华聚卫浴须承担华帝股份因此遭受的一切损失并处以违约金 10 万元/次；（2）因授权商标商品的质量问题导致产品事故的（伤人、着火等），华聚卫浴应及时处理，并按相关法律规定向用户赔偿，同时，华聚卫浴须向华帝股份支付违约金 10 万元/次。 因授权商标产品售后服务、产品质量等引起的相关诉讼费、律师费、赔偿费等均由华聚卫浴承担，对华帝股份商标品牌造成负面影响的，构成重大违约，华聚卫浴须向华帝股份支付 50 万元/次的违约金及赔偿华帝股份因此造成的一切损失。
华帝股份与华帝智慧家居《商标授权使用许可合同》	无约定	（1）客户因质量问题不满意投诉到工商局或公众媒体造成品牌负面影响的，华帝智慧家居须承担华帝股份因此遭受的一切损失并处以违约金 10 万元/次；（2）因授权商标商品的质量问题导致产品事故的（伤人、着火等），华帝智慧家居应及时处理，并按相关法律规定向用户赔偿，同时，华帝智慧家居须向华帝股份支付违约金 10 万元/次。 因授权商标产品售后服务、产品质量等引起的相关诉讼费、律师费、赔偿费等均由华帝智慧家居承担，对华帝股份商标品牌造成负面影响的，构成重大违约，华帝智慧家居须向华帝股份支付 50 万元/次的违约金及赔偿华帝股份因此造成的一切损失。

如上表所示，华帝股份与华聚卫浴、华帝智慧家居之间均无关于产品定价的约定；华帝股份与华聚卫浴之间的关于产品质量安全纠纷责任划分的相关约定，与华帝股份与华帝智慧家居之间的相关约定一致。华聚卫浴与华帝智慧家居之间不存在关于商标许可、授权商标相关产品定价和产品质量安全纠纷的直接协议约定；双方之间也不存在因一方对华帝品牌形象造成损害，而另一品牌被授权方可以向该方提起赔偿的直接约定。

根据上述约定，若华聚卫浴、华帝智慧家居对外销售的华帝授权产品出现产品质量问题或安全纠纷，则由实际生产和销售产品的商标被授权方（即华聚卫浴和华帝智慧家居）承担相应的损失或责任，华聚卫浴及华帝智慧家居之间不存在需互相承担责任的约定。报告期内，华聚

卫浴及华帝智能家居亦不存在因华帝股份商标授权事项而需向另一方或替另一方承担任何责任的情形，也未出现因一方认为另一方对华帝品牌形象造成损害，向该方或向华帝股份提出索赔的情形。

（四）剔除 2018 年度对皇家飞利浦的经销收入后，计算并分析当年度商标使用费率的合理性

根据发行人的说明，2018 年，飞利浦品牌相关收入合计为 13,694.52 万元，剔除 2018 年上半年发行人作为皇家飞利浦的线上经销商、对外销售皇家飞利浦相关产品的收入后，2018 年发行人开展飞利浦品牌授权业务的收入为 10,283.30 万元；以当年度飞利浦商标许可费 290.98 万元计算，对应商标使用费率为 2.83%。该费率略低于商标许可协议约定费率 3%，主要系由于 2018 年品牌预提费略低于实际发生金额，但由于差异金额占利润总额的比例较低，影响较小，故未对相关差额进行跨期调整。

（五）说明品牌许可费预提和实际发生的差异和调整情况，说明对费用计提是否存在跨期的影响

根据发行人的说明及天健回复意见，报告期各期末，公司品牌许可费的预提和实际发生的情况如下：

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
预提金额	941.16	1,409.89	905.53	304.93
其中：华帝品牌使用费	226.42	377.36	491.32	163.88
飞利浦品牌使用费	714.75	1,032.53	414.21	141.05
期后实际发生情况	725.27	1,419.68	905.53	321.77
其中：华帝品牌使用费	不适用	377.36	491.32	163.88
飞利浦品牌使用费	725.27	1,042.32	414.21	157.89
差异金额	-10.52	-9.79	-	-16.84
差异金额占利润总额比例	-0.20%	-0.05%	0.00%	-0.28%

注：发行人尚未与华帝股份结算 2021 年 1-6 月品牌许可费，故差异金额仅比较飞利浦预提品牌使用费和飞利浦期后实际品牌使用费的差异。

由上表可见，公司品牌许可费预提金额与实际发生金额之间差异较小；根据发行人的说明及天健回复意见，报告期内，发行人品牌使用费计提虽存在跨期，但涉及金额较小，对报表利润总额的影响分别为-0.28%、0.00%、-0.05%、-0.20%，影响较小，故未对相关跨期费用进行调整。

（六）说明华帝股份与发行人续签商标的进展情况及合作可持续性的判断依据

根据与华帝股份相关业务人员的访谈并由华帝股份对相关访谈问卷的确认，发行人与华帝股份合作期间，双方未曾产生纠纷或存在任何潜在纠纷，发行人亦未出现可能导致商标许可合同终止的情形，华帝股份与发行人续签商标许可合同的可能性较大。截至本补充法律意见出具日，华聚卫浴与华帝股份已完成 2022 年授权合同的续签；华帝股份目前没有寻找第三方替代华聚卫浴作为被授权方的计划，发行人已获得华帝股份关于相关访谈问卷的盖章确认。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了以下核查程序：

1. 查阅皇家飞利浦官方网站、年度报告、公开介绍资料等相关信息，了解其品牌授权业务的管理与运营情况；
2. 查阅《飞利浦商标许可协议》及其补充协议，了解上海水护盾与皇家飞利浦之间关于所授权商标涉及的产品品牌推广、技术研发、更新换代方面的主要约定；
3. 访谈水健康相关业务人员，了解其收购前后的业务运营情况、与皇家飞利浦的沟通情况；
4. 访谈华帝股份、华帝厨卫，了解其与华帝厨卫开展业务的相关情况，了解发行人替代华帝厨卫开展业务的背景，确认其双方是否存在诉讼与纠纷情况；
5. 公开网络核查华帝股份与华帝厨卫是否存在诉讼与纠纷情况；
6. 访谈华帝股份与发行人，了解发行人商标使用费的业绩基础参考华帝厨卫历史销售收入的合理性；
7. 查阅华帝股份与华聚卫浴签署的《商标授权使用许可合同》、华帝股份与华帝智慧家居签署的《商标授权使用许可合同》，比对其在定价、产品质量与安全纠纷方面的条款；
8. 访谈华帝股份，了解其与华帝智慧家居开展业务的相关情况；
9. 访谈发行人管理层，了解 2018 年飞利浦商标使用费率与 3% 存在差异的合理性，了解报告期各期品牌许可费预提和实际发生的差异和调整情况；
10. 查阅华帝股份与华聚卫浴签署的 2022 年《商标授权使用许可合同》；访谈华帝股份与发行人，了解华帝股份与发行人未来合作的可持续性，获得由华帝股份盖章确认的访谈问卷。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1. 皇家飞利浦退出非医疗相关业务后，对飞利浦水健康业务相关产品品牌推广、技术研发、更新换代等方面未产生不利影响；发行人在品牌推广、技术研发、新品更新换代方面建立了健全的业务体系，并保持与皇家飞利浦的良好沟通渠道；
2. 发行人替代华帝厨卫开展五金卫浴授权业务，系由于华帝股份与华帝厨卫在五金卫浴

产品的品牌授权到期后，经该双方协商，华帝股份将授权品类由五金卫浴类调整为吊顶类；此外，发行人因历史合作与华帝股份建立了良好的合作关系，且发行人有意布局五金卫浴业务，经与华帝股份协商，发行人接替华帝厨卫开展五金卫浴授权业务；华帝股份与华帝厨卫关于商标使用权不存在纠纷，不会影响对发行人的授权；发行人商标使用费的业绩基础参考华帝厨卫历史销售收入具有合理性；

3. 华帝股份子公司与发行人之间未建立直接协议约定；华帝股份与此双方之间均无关于产品定价的约定，华帝股份与此双方之间在产品质量安全纠纷责任划分的约定条款一致；若华聚卫浴、华帝智慧家居对外销售的华帝授权产品出现产品质量问题或安全纠纷，则由产品的生产、销售方即华聚卫浴、华帝智慧家居分别承担因其各自原因导致的损失或责任，华聚卫浴及华帝智慧家居之间不存在需互相承担责任的约定；

4. 剔除 2018 年度对皇家飞利浦的经销收入后，对应商标使用费率为 2.83%，略低于 3% 主要由于 2018 年品牌使用费预提金额略低于实际发生金额，但由于差异金额占利润总额的比例较低，影响较小，故未对相关差额进行跨期调整；

5. 发行人报告期各期末的品牌许可费预提金额与实际发生金额存在少许差异，涉及金额较小，占利润总额的比例较低，故未对相关跨期费用进行调整；

6. 截至本补充法律意见出具日，华聚卫浴与华帝股份已完成 2022 年授权合同的续签；华帝股份目前没有寻找第三方替代华聚卫浴作为被授权方的计划。发行人已获得华帝股份关于相关访谈问卷的盖章确认。

问题 13：关于生产经营的合法合规性

申报材料及前次审核问询回复显示：报告期内，发行人子公司德尔玛禾米曾因销售不合格产品受到杭州市余杭区市场监督管理局行政处罚，发行人已缴纳罚款并对涉案产品整改合格。

请发行人说明子公司德尔玛禾米销售不合格产品的主要类型、数量及原因，对涉案产品整改的具体措施、是否得到相关主管部门的认可以及整改后的销售情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

根据杭州市余杭区市场监督管理局的《行政处罚决定书》（杭余市管网罚处字[2018]J862 号），该项行政处罚下：德尔玛禾米天猫专卖店于 2017 年 9 月 8 日至 2017 年 9 月 24 日期间销售的不合格产品为一款加湿器产品，销售该产品合计 1,114 笔，销售金额 77,868.6 元。该产品被处罚系因产品被检测不合格，具体为“电源端子骚扰电压、骚扰功率”不符合《家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容要求 第 1 部分发射》（GB4343.1-2009）标准要求。

就上述不合格产品，根据发行人的说明及提供的整改报告，发行人在收到产品不合格的抽查结果后即停止销售并将相关产品下架，对出现不合格原因进行了分析，并通过对产品结构进

行重新设计、增加抗干扰配件等措施进行整改。经整改后，发行人委托凯威检测技术有限公司（拥有中国强制性产品认证指定认证及检测机构、国家日用电器质量检验检测中心资质）对经过整改的上述型号产品进行检测。凯威检测技术有限公司于 2018 年 4 月 17 日出具了《检测报告》（No.WTS2019-6838），检测结果为产品符合《家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容要求 第 1 部分发射》（GB4343.1-2009）。

根据行政处罚作出当时有效的《流通领域商品质量抽查检验办法》（已于 2020 年 1 月 1 日被《产品质量监督抽查管理暂行办法》废止）第二十一条：“对经抽检并依法认定为不合格商品的，工商行政管理部门应当责令被抽样的经营者立即停止销售；消费者要求退货的，经营者应当负责退货。”

根据国家工商行政管理总局《关于加强和规范网络交易商品质量抽查检验的意见》（工商消字[2015]189 号），对经网络商品抽检并依法认定为不合格商品的，工商行政管理部门应当责令被抽样的网络商品经营者立即停止销售；消费者要求退货的，经营者应当负责退货。

经咨询杭州市余杭区市场监督管理局，对于上述抽检不合格的产品，需由企业自行整改并检测合格后方可再次销售，企业不需要将相关检测报告资料提交给市场监督管理局。

综上所述，就德尔玛禾米上述行政处罚，相关法律法规并未明确要求整改措施需得到处罚机关的认可；另经咨询该处罚的作出机构，相关抽检不合格产品由企业自行整改并检测合格后可再次销售，无需将相关检测报告资料提交给市场监督管理局。发行人在收到产品不合格的抽查结果后，已依法对相关产品做下架处理并进行整改，整改后的产品符合相关标准，并已按处罚决定书的要求缴纳罚款。发行人的整改情况符合《流通领域商品质量抽查检验办法》《关于加强和规范网络交易商品质量抽查检验的意见》的相关规定。

根据发行人的说明，自 2018 年 4 月 17 日第三方机构出具整改合格的《检测报告》后，2018 年 5 月至 2021 年 6 月，发行人合计销售该产品 7,033 台，合计销售金额为 52.77 万元，金额较小，该产品不是报告期内发行人的主要销售产品。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了以下核查程序：

1. 取得并查阅相关行政处罚的处罚决定书，不合格产品的检测报告；
2. 取得并查阅发行人就不合格产品的整改报告、委托专业机构进行检测的检测报告；
3. 咨询作出行政处罚的市场监督管理局，了解关于被处罚产品重新上线销售前需履行的程序；
4. 取得并查询市场监督部门出具的合规证明；
5. 核查相关产品的销售数据。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1. 德尔玛禾米就相关不合格产品，在收到产品不合格的抽查结果后即停止销售并将相关产品下架，对出现不合格原因进行了分析，并通过对产品结构进行重新设计、增加抗干扰配件等措施进行整改，经整改后检测合格；

2. 就德尔玛禾米上述行政处罚，相关法律法规并未明确要求整改措施需得到处罚机关的认可；经咨询该处罚的作出机构，相关抽检不合格产品由企业自行整改并检测合格后可再次销售，无需将相关检测报告资料提交给市场监督管理局；发行人的整改情况符合《流通领域商品质量抽查检验办法》《关于加强和规范网络交易商品质量抽查检验的意见》的相关规定；整改完成后，该产品于报告期内的销售收入金额较低，该产品不是报告期内发行人的主要销售产品。

问题 14：关于直播带货

申报材料及前次审核问询回复显示：

（1）发行人主要合作的 MCN 公司中，谦寻（杭州）文化传媒有限公司的实际控制人为董海锋，董海锋同时为公司股东，持股数量为 1,050.00 万股，持股比例为 2.84%；

（2）报告期内，发行人与和翊电子商务存在线下差额费用的利益分配方式，线下差额费用基于直播单价、佣金、供货价、税费、结算销售数量等因素确定；

（3）2020 年末，发行人押金保证金大幅上升系 2020 年 9 月广东水护盾与和翊电子商务开展商务合作，发行人为了备货向和翊电子商务收取一定备货定金，双方已确认的预期产能对应订单总额为 19,794.53 万元，协议约定按订单总额的 20%交付定金，广东水护盾对和翊电子商务的备货定金期末余额为 3,958.91 万元；2021 年 1-6 月，和翊电子商务未完成约定的推广目标，经过双方友好协商，延长了合作推广期限，针对未完成约定目标对应的订单，公司保留相应直播电商备货定金。

请发行人：

（1）对比报告期内发行人与其他主要合作 MCN 公司或主播线上佣金费率、线下坑位费的约定情况以及谦寻（杭州）文化传媒有限公司对其他客户的收费标准，说明发行人与谦寻（杭州）文化传媒有限公司交易定价的公允性，是否存在利益输送的情形或其他利益安排；

（2）说明报告期内发行人与和翊电子商务关于线下差额费用的具体结算依据、过程及结果，线下差额费用的分配方式是否符合行业惯例；

（3）说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况、备货要求和备货存放地点，尚未完成约定推广目标的原因和合理性，合作推广期限延长周期，若仍未完成推广目标的惩罚措施，针对未达销售预期的情形是否对该部分存在计提存货跌价准备减值的情形；

（4）说明报告期内发行人向 MCN 公司、主播支付费用是否与合同约定一致，是否存在通过员工、关联方等个人银行账户向 MCN 公司、主播支付款项或其他配合 MCN 公司、主播偷税漏税的违规行为。

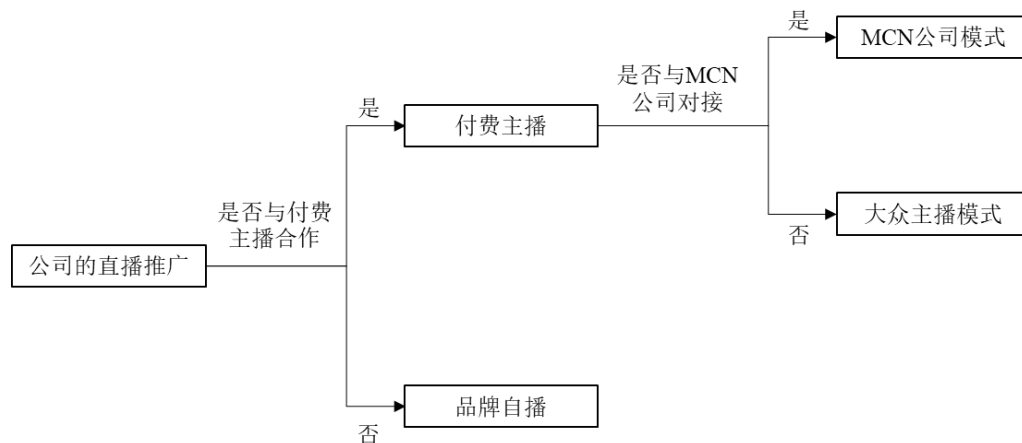
请保荐人、申报会计师和发行人律师发表明确意见。

回复：

一、 发行人说明

（一） 公司电商直播推广的业务模式

根据发行人的说明，公司的直播推广模式按是否与付费主播合作划分，可以分为付费主播模式和品牌自播模式，其中，付费主播模式按是否与 MCN 公司对接，又可以进一步划分为 MCN 公司模式和大众主播模式，具体如下：



1. 付费主播模式及品牌自播模式

根据发行人的说明，按是否与付费主播合作划分，公司的直播推广模式可以分为付费主播模式和品牌自播模式，具体如下：

直播推广模式	具体业务模式
付费主播	付费主播模式下，公司与 MCN 公司签署直播推广合同和订单或与大众主播达成直播推广合作意向和方案，由外部付费主播进行直播推广 直播推广时，付费主播在约定的直播时段对公司的具体产品进行介绍与推广，消费者可通过直播页面中的商品链接跳转至相应电商平台进行下单购买，公司负责备货、发货、退换货、售前、售后等事宜 付费主播模式下，根据不同的合作模式，公司需支付线上佣金、线下坑位费、线下差额等费用

直播推广模式	具体业务模式
品牌自播	品牌自播模式下，由公司内部员工直接进行直播推广活动 直播推广时，公司内部员工直接在直播平台介绍与推荐具体产品，消费者可通过直播页面中的商品链接跳转至直播平台对应的电商平台商品详情页进行下单购买 品牌自播模式下，直播平台、电商平台对直播推广活动不收取促销推广费

2. MCN 公司模式及大众主播模式

根据发行人的说明，按是否与 MCN 公司对接划分，公司的付费主播模式又可以进一步划分为 MCN 公司模式和大众主播模式，具体如下：

付费主播模式类型	具体业务模式
MCN 公司模式	头部或腰部主播一般由所属 MCN 公司管理，公司与 MCN 公司就产品、价格、主播、利益分成、直播平台、直播日期等进行协商沟通，并与 MCN 公司直接签署直播电商推广合同和订单 MCN 公司模式下的主播由于一般为头部或腰部主播，直播推广一般能够实现较高销售额
大众主播模式	大众主播一般为个人主播，无 MCN 公司管理，公司一般与该等主播沟通后直接达成直播合作意向和方案并通过线上平台结算线上佣金 大众主播模式下由于一般为个人主播，直播推广实现的销售额一般较小

（二） 电商直播推广活动中涉及的相关费用情况

1. 付费主播模式

根据发行人的说明，付费主播模式下，电商直播推广活动涉及的相关费用情况如下表所示：

费用项目	合同约定情况	计算公式	费用支付条件和支付情况
线上佣金	约定线上佣金费率并由电商平台根据成交额和佣金费率自动划扣	线上佣金=订单实际成交额（不含运费及进口税）×佣金比率	直播推广线上佣金由电商平台系统在买家确认收货之后自动划扣，线上佣金后续由电商平台、直播平台、MCN 公司及主播根据平台规则或协议约定再进行结算和分配，后续的结算、分配与公司无关
线下坑位费	约定每场直播活动的含税费用并通过对公转账支付	按直播场次收取固定费用，双方根据主播、直播日期和时间、产品等因素协商确定，线下坑位费一	根据合同约定一般在直播推广开始前向 MCN 公司支付含税线下坑位费，金额与合同约定一致并通过对公转账支付含税线下坑位费

费用项目	合同约定情况	计算公式	费用支付条件和支付情况
		一般为几万元到几十万元不等	
线下差额费用	约定线下差额的结算方式并通过对公转账支付。线下差额费用仅存在公司与和翊电子商务和广州辛选网络信息科技有限公司（以下合称“和翊电子商务及其关联方”）的直播推广合作中，线下差额费用为和翊电子商务及其关联方与品牌方一贯的合作利益分配方式	不考虑税金和运输费等其他费用的线下差额一般计算公式为：线下差额=（直播单价-直播单价×线上佣金费率-供货价）×实际销售量，实际销售量=淘宝后台导出量-售后退货退款数量	对账确认后公司向 MCN 公司支付线下差额费用，通过对公转账支付含税线下差额费用

2. 品牌自播模式

根据发行人的说明，在品牌自播模式下，公司员工直接在直播平台介绍与推荐具体产品，消费者可通过直播页面中的商品链接跳转至直播平台对应的电商平台商品详情页进行下单购买。直播平台、电商平台对直播推广活动不收取促销推广费。

（三）对比报告期内发行人与其他主要合作 MCN 公司或主播线上佣金费率、线下坑位费的约定情况以及谦寻（杭州）文化传媒有限公司对其他客户的收费标准，说明发行人与谦寻（杭州）文化传媒有限公司交易定价的公允性，是否存在利益输送的情形或其他利益安排

根据发行人的说明，发行人自 2020 年开始与谦寻（杭州）文化传媒有限公司（以下简称“谦寻文化”）进行直播推广合作，发行人与谦寻文化约定的费用情况、发行人与其他主要 MCN 公司约定的费用情况、谦寻文化对其他客户的收费标准以及行业情况对比如下：

1. 线上佣金费率

根据发行人的说明及相关直播推广协议，直播推广的线上佣金由电商平台直接根据结算成交额和佣金费率自动扣减，公司与谦寻文化约定的线上佣金费率情况、公司与其他主要 MCN 公司约定的线上佣金费率情况、谦寻文化对其他客户的线上佣金费率标准以及行业情况对比如下：

项目	主要 MCN 公司	主要主播	主要线上佣金费率
公司与谦寻文化的约定情况	谦寻文化	薇娅	已申请豁免披露
公司与其他主要合作 MCN 公司的约	和翊电子商务及其关联方	辛巴	
		蛋蛋	

项目	主要 MCN 公司	主要主播	主要线上佣金费率
定情况		时大漂亮	
		徐婕	
		安九	
	春雨听雷网络科技（天津）有限公司	陈赫	
	杭州目焦电子商务有限公司	陈赫	
	成都星野未来科技有限公司	罗永浩	
	深圳星空野望科技有限公司	罗永浩	
	杭州华焱文化传媒有限公司	ASM 安娜	
	杭州京火网络传媒有限公司	张庭	
	愿景未来（上海）传媒科技有限公司	张庭	
	杭州辰范网络科技有限公司	雪梨	
谦寻文化对其他客户的收费标准	已申请豁免披露		
行业情况	行业头部主播一般为 20%		

注：谦寻文化与其他客户的约定情况通过访谈、查阅谦寻文化与其他第三方家电品牌约定的线上佣金费率情况确认；行业情况数据来自 36 氪《2020 年中国直播电商行业研究报告》、华泰证券《网红经济：重塑“人货场”》。

由上表可见，公司与谦寻文化约定的线上佣金费率情况、公司与其他主要 MCN 公司约定的线上佣金费率情况、谦寻文化对其他客户的线上佣金费率标准以及行业情况相比，不存在重大差异。

2. 线下坑位费

根据发行人的说明及相关直播推广协议，直播推广的线下坑位费是按直播场次收取的固定费用，公司与谦寻文化约定的线下坑位费情况、公司与其他主要 MCN 公司约定的线下坑位费情况、谦寻文化对其他客户的坑位费标准以及行业情况对比如下：

项目	主要 MCN 公司	主要主播	主要线下坑位费（含税）
公司与谦寻文化的约定情况	谦寻文化	薇娅	已申请豁免披露
公司与其他主要合作 MCN 公司的约定情况	和翊电子商务及其关联方	辛巴	
		蛋蛋	
		时大漂亮	
		徐婕	
		安九	
	春雨听雷网络科技（天津）有限公司	陈赫	

项目	主要 MCN 公司	主要主播	主要线下坑位费（含税）
	杭州目焦电子商务有限公司	陈赫	
	成都星野未来科技有限公司	罗永浩	
	深圳星空野望科技有限公司	罗永浩	
	杭州华焱文化传媒有限公司	ASM 安娜	
	杭州京火网络传媒有限公司	张庭	
	愿景未来（上海）传媒科技有限公司	张庭	
	杭州辰范网络科技有限公司	雪梨	
谦寻文化对其他客户的收费标准	已申请豁免披露		
行业情况	行业中头部主播除了分佣外还有几万到几十万不等的额外坑位费		

注 1：谦寻文化与其他客户的约定情况通过访谈、查看阿里 V 任务平台公开报价确认；行业情况数据来自 36 氪《2020 年中国直播电商行业研究报告》、华泰证券《网红经济：重塑“人货场”》。

注 2：阿里 V 任务是阿里巴巴官方内容营销服务平台，是联结商家、品牌与创作者的生态桥梁，商家、品牌方可在该平台寻找主播等推广内容创作者。

由上表可见，公司与谦寻文化约定的线下坑位费情况、公司与其他主要 MCN 公司约定的线下坑位费情况、谦寻文化对其他客户的坑位费标准以及行业情况相比，不存在重大差异。

综上所述，公司与谦寻文化约定的费用情况、公司与其他主要 MCN 公司约定的费用情况、谦寻文化对其他客户的收费标准以及行业情况相比，不存在重大差异，因此发行人与谦寻文化的交易定价具备公允性，不存在利益输送的情形或其他利益安排。

（四）说明报告期内发行人与和翊电子商务关于线下差额费用的具体结算依据、过程及结果，线下差额费用的分配方式是否符合行业惯例

根据发行人的说明，不考虑税金和运输费等其他费用的情况下，发行人与和翊电子商务及其关联方约定的线下差额费用的基础计算公式为：线下差额=（直播单价-直播单价×线上佣金费率-供货价）×实际销售量，实际销售量=淘宝后台导出量-售后退货退款数量。实际合作中，发行人与和翊电子商务及其关联方综合考虑税费等因素确定具体的线下差额计算方式。

根据发行人的说明及天健回复意见，公司与和翊电子商务及其关联方基于上述基础公式计算线下差额费用，并依据对账进行结算，报告期内，公司与和翊电子商务及其关联方关于线下差额费用的结算过程及结果已申请豁免披露。根据发行人的说明，上述费用项目中，直播单价为直播推广时的销售价格，供货价的设置是为了保障品牌方的利润空间，直播单价和供货价由公司与和翊电子商务及其关联方依据具体产品情况、市场情况、推广目标等因素协商确定。在具体产品的直播推广中，公司与和翊电子商务及其关联方也会基于直播推广效果、粉丝福利等因素协商确定运输费、优惠等其他费用，并在线下差额费用中一并计算。公司与和翊电子商务及其关联方就线下差额费用定期通过账单进行结算，并按结算净额付款。

根据发行人的说明，线下差额费用的结算方式是和翊电子商务及其关联方与其他品牌方一贯的合作模式，快手平台的部分主播也存在此种利益分配方式，符合行业惯例。

（五）说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况、备货要求和备货存放地点，尚未完成约定推广目标的原因和合理性，合作推广期限延长周期，若仍未完成推广目标的惩罚措施，针对未达销售预期的情形是否对该部分存在计提存货跌价准备减值的情形

1. 说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况、备货要求和备货存放地点，尚未完成约定推广目标的原因和合理性

（1）公司与和翊电子商务的具体合作模式

根据发行人的说明，在直播推广合作中，公司与和翊电子商务及其关联方基于推广产品、推广目标等因素协商确定具体的合作模式，双方具体合作模式如下：

合作模式	费用情况	推广目标
线上佣金	公司与和翊电子商务及其关联方约定线上佣金费率，电商平台按结算成交额和线上佣金费率直接划扣线上佣金	双方对直播推广目标不存在有约束力的约定

合作模式	费用情况	推广目标
线上佣金+线下坑位费	公司与和翊电子商务及其关联方约定线上佣金费率，电商平台按结算成交额和线上佣金费率直接划扣线上佣金，同时公司按直播活动场次支付固定线下坑位费	
线上佣金+线下差额费用	公司与和翊电子商务及其关联方约定线上佣金费率，电商平台按结算成交额和线上佣金费率直接划扣线上佣金，同时公司与和翊电子商务及其关联方结算线下差额费用	
线上佣金+线下差额费用+推广目标	公司与和翊电子商务及其关联方约定线上佣金费率，电商平台按结算成交额和线上佣金费率直接划扣线上佣金，同时公司与和翊电子商务及其关联方结算线下差额费用	双方约定具体产品的订单推广数量目标，和翊电子商务按订单总货款的 20% 支付保证金

(2) “线上佣金+线下差额费用+推广目标”合作模式的背景及收取保证金的合理性

根据发行人的说明，公司于 2020 年 6 月开始与辛巴所属的和翊电子商务开展直播电商推广合作，合作初期包括“614 直播活动”在内的多场直播活动取得了良好的推广效果，单次直播推广实现的销售金额较高，双方预期未来良好的直播推广效果能够持续，公司判断与和翊电子商务进行直播推广可有效促进销售。为了加强、深化与和翊电子商务的合作，公司子公司广东水护盾与和翊电子商务通过签署合作协议进一步加深双方合作关系。

根据发行人的说明，为了保证直播推广产品能够及时发货给消费者，和翊电子商务要求公司对通过订单确认的直播推广产品进行提前备货，而公司考虑到水健康相关产品单价较高、直播推广销售数量存在一定不确定性，如提前大量备货对公司存在一定资金压力及风险，经过协商，双方确认和翊电子商务按订单供货价确认的总货款的 20% 向公司支付保证金，已下订单但未能通过推广完成销售产品的未售库存责任由和翊电子商务承担，双方将根据结算后直播推广目标的最终完成情况处理保证金。

发行人与和翊电子商务仅在“线上佣金+线下差额费用+推广目标”的合作模式下存在有约束力的订单推广数量目标，同时收取相应保证金，公司与和翊电子商务及其关联方的其他合作模式、公司与其他 MCN 公司、主播不存在有约束力的订单推广数量目标、保证金的情况。

综上所述，“线上佣金+线下差额费用+推广目标”的合作模式可以降低公司资金压力及风险，系基于双方协商确定，有利于加深双方的业务合作关系，具有商业合理性。

(3) 发行人与和翊电子商务附有销售推广目标的协议签署、推广目标和完成情况

在“线上佣金+线下差额费用+推广目标”的合作模式下，公司子公司广东水护盾与和翊电子商务根据双方的实际合作情况签署了多份协议，协议签署的基本情况如下：

时间	协议	协议签署基本情况
2020 年 9 月	《品牌推广合作协议》	为了加深合作关系，双方开始了“线上佣金+线下差额费用+推广目标”的合作模式
2021 年 2 月	《关于品牌推广合作协议的补充协议》	直播推广效果未达预期，为保护公司的权益，双方进一步明确直播推广的期限、未完成直播推广目标的惩罚措施等事宜
2021 年 7 月	《关于品牌推广合作协议的补充协议（二）》	考虑到产品更新换代、新产品市场推广前景更好、产品推广策略等因素，双方对部分直播推广产品进行了调整
2021 年 11 月	《关于品牌推广合作协议的补充协议（三）》	由于临近约定的直播推广截止日期，直播推广效果始终未达预期，基于不同产品的实际推广和销售情况、双方合作情况等因素，双方调整了和翊电子商务的直播推广义务 双方进一步明确了未完成直播推广目标的惩罚措施，以及惩罚措施的具体执行程序等事宜，以期促使和翊电子商务尽快完成约定的直播推广合作事宜

上述协议的具体签署情况和执行情况如下：

1) 2020 年 9 月框架性《品牌推广合作协议》的签署情况

根据发行人的说明，随着直播电商的兴起，发行人积极抓住直播带货趋势，与“薇娅”、“辛巴”等知名主播进行直播推广合作。发行人于 2020 年 6 月开始与辛巴所属的和翊电子商务开展直播电商推广活动，合作初期包括“614 直播活动”在内的多场直播推广活动取得了良好的推广效果。

根据发行人的说明，随着双方的不断合作，基于和翊电子商务未来良好的直播推广效果能够持续的预期，公司子公司广东水护盾于 2020 年 9 月与和翊电子商务签署了框架性《品牌推广合作协议》以进一步加深双方的合作关系，合作期限自 2020 年 9 月 14 日起至 2021 年 9 月 13 日止。

根据发行人的说明，为了保证直播推广产品能够及时发货给消费者，和翊电子商务要求公司对通过订单确认的直播推广产品进行提前备货，而公司考虑到水健康相关产品

单价较高、直播推广销售数量存在一定不确定性，如提前大量备货对公司存在一定资金压力及风险，经过协商，双方确认和翊电子商务按订单供货价确认的总货款的 20%向广东水护盾支付保证金，双方对直播订单的实际销售数量、未售库存和保证金等进行结算，如和翊电子商务完成订单推广目标，则广东水护盾退还相应保证金；如和翊电子商务未完成订单推广目标，则广东水护盾可以直接从 20%的保证金中抵扣未售库存结算款，如 20%的保证金不足以抵扣未售库存结算款，则和翊电子商务应当进一步支付以完成补差。

双方在《品牌推广合作协议》中约定的主要权利义务关系如下：

①公司的主要权利和义务

事项	主要约定内容
推广授权	公司与和翊电子商务合作期间，应当授权和翊电子商务从事品牌的销售推广活动
产品质量、资质、所有权	①公司保证通过或取得所销售的商品需要的各项审批、许可资质或授权，符合法律法规，公司对所销售的商品享有唯一的、合法的所有权，不存在抵押、担保等影响正常销售的权利限制，且商品销售和交付不会侵犯任何第三方的权利 ②公司保证所销售的商品是全新的，质量符合原产国产品质量标准以及销售国相关规定及相关标准、和翊电子商务留样样品 ③若公司销售旧货、二手货、假冒伪劣产品、与描述不符等问题商品或因相关商品造成人身损害或财产损失的，则公司承担相应的赔偿责任并承担退回的运费等 ④公司应对其销售的商品承担质量保证责任
产品信息资料	公司保证其提供给和翊电子商务的产品说明、介绍、图片等信息资料不存在虚假、不侵犯任何第三方的合法权益，并且符合相关法律、法规、政策等
发货和售后	①公司应在和翊电子商务直播销售结束后安排发货，现货商品 3 天内发完货，订单有特殊约定的以订单约定为准；预售商品在订单确定的期限内发货 ②公司提供商品售后服务，并履行其他保障消费者权的义务；公司应对售后问题未在约定期限内及时处理的，和翊电子商务可以先行赔付消费者，并将此费用作为违约金处理
消费者信息、和翊电子商务	①公司除为履行本合同约定的售后服务外，不得收集、使用、泄露消费者信息；公司不得对消费者有任何侮辱、诽谤等行为，因公司原因导致

事项	主要约定内容
及其主播肖像 权等权利使用 限制	消费者精神损害的，公司需承担相关责任，若和翊电子商务代为赔偿，和翊电子商务有权向公司追偿 ②公司仅能在合作期间产品链接所在的店铺使用和翊电子商务或者和翊电子商务主播的姓名、艺名、网名、肖像等权益，不得在该店铺以外的其他店铺或者场合使用

②和翊电子商务的主要权利和义务

事项	主要约定内容
授权范围限制	和翊电子商务应当在公司授权范围内进行产品宣传、销售、推广产品，不得以和翊电子商务名义经营其他产品业务或销售其他产品等
产品质量	①和翊电子商务有权根据产品质量管控需要，随时对公司的生产过程进行现场监控，对原材料、半成品、成品进行抽样检验或全数检验，以确保产品的质量要求，必要时，对公司的核心原材料供应商进行审核、监管和检验 ②和翊电子商务在监督检查、验货或者风险评估后告知公司不可以发货，需等待和翊电子商务确认或验货的产品，若公司依旧发货，和翊电子商务有权根据严重程度对公司进行处罚，同时公司承担因此造成的一切费用
直播定价	和翊电子商务有权决定指定商品的直播售价，和翊电子商务决定后通知公司，公司对电商平台相关产品价格进行调整
广东水护盾的 货款保证金	和翊电子商务在双方确定订单后三日内，将按照该笔确认订单中的总货款的 20%向广东水护盾支付货款保证金
未完成广东水 护盾推广销量 目标的约定	双方确认的推广订单中的备货产品，在协议约定的期限内仍然无法通过直播推广方式完成全部销量目标的，未售库存责任由和翊电子商务承担

根据发行人的说明及天健回复意见，上述协议签署后，双方通过直播推广订单确认具体产品以及对应产品的直播单价等内容。

2) 截至 2020 年末订单推广目标和结算完成情况

截至 2020 年 12 月 31 日，双方确认的全部订单推广目标和结算完成情况如下：

序号	产品型号	推广数量目标 (万台)	完成销售数量 (万台)	未售数量 (万台)	保证金余额(万 元)
----	------	----------------	----------------	--------------	---------------

序号	产品型号	推广数量目标 (万台)	完成销售数量 (万台)	未售数量 (万台)	保证金余额(万元)
1	飞利浦温度显示保温杯 AWP2780	6.00	5.85	0.15	具体型号对应 保证金余额已 申请豁免披露
2	飞利浦 RO 厨下反渗透净 水器 AUT2015	2.00	0.82	1.18	
3	飞利浦 RO 厨下反渗透净 水器 AUT2019	3.50	-	3.50	
4	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	3.30	0.40	2.90	
5	飞利浦即热饮水机 ADD4812	2.00	-	2.00	
6	飞利浦电热水器 AWH1254/93 (30YA)	3.00	-	3.00	
7	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	5.00	0.40	4.60	
8	飞利浦智能坐便盖 AIB2251	3.00	-	3.00	
合计		27.80	7.47	20.33	3,958.91

3)2021年2月《关于品牌推广合作协议的补充协议》(以下简称“《补充协议(一)》”)的签署

根据发行人的说明及网络公开信息,2020年末,由于负面新闻的影响及直播电商竞争不断加剧,和翊电子商务的直播推广效果未达公司预期,双方确认的具有推广目标的订单未完成推广目标。考虑到和翊电子商务仍然拥有较强的直播推广能力,且双方对公司的其他产品仍持续开展直播推广合作,针对直播推广未达预期的情况,为保护公司权益,双方通过协商于2021年2月签署《补充协议(一)》进一步明确直播推广的期限、未完成直播推广目标的惩罚措施等事宜,主要补充约定如下:

①双方确认截至补充协议签署之日,全部订单及履行情况如下:

序号	产品型号	推广数量目标 (万台)	完成销售数量 (万台)	未售数量(万台)
1	飞利浦温度显示保温杯	6.00	5.85	0.15

序号	产品型号	推广数量目标 (万台)	完成销售数量 (万台)	未售数量(万台)
	AWP2780			
2	飞利浦RO厨下反渗透净水器 AUT2015	2.00	0.82	1.18
3	飞利浦RO厨下反渗透净水器 AUT2019	3.50	-	3.50
4	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	3.30	0.40	2.90
5	飞利浦即热饮水机ADD4812	2.00	-	2.00
6	飞利浦电热水器AWH1254/93 (30YA)	3.00	-	3.00
7	飞利浦智能坐便盖AIB2253	5.00	0.40	4.60
8	飞利浦智能坐便盖AIB2251	3.00	-	3.00
合计		27.80	7.48	20.32

②对于飞利浦温度显示保温杯 AWP2780，和翊电子商务已基本完成销售目标，双方互相豁免未售数量的继续销售义务和备货义务，确认该款产品已经完成销售，广东水护盾退回对应保证金 52.40 万元。

③对于其他尚未销售完毕的产品，和翊电子商务承诺在 2021 年 12 月 31 日前全部销售完毕，如在 2021 年 12 月 31 日前未完成销售，和翊电子商务向广东水护盾支付未销售完毕产品的货款（对应产品定金转为货款，多退少补），广东水护盾将该等未销售完毕的产品交付至和翊电子商务指定地点。

4) 截至 2021 年 6 月末订单推广目标和结算完成情况

截至 2021 年 6 月 30 日，双方确认的全部推广目标和结算完成情况如下：

序号	产品型号	推广数量目标 (万台)	完成销售数量 (万台)	未售数量 (万台)	保证金余额 (万元)
1	飞利浦温度显示保温杯AWP2780	6.00	6.00	-	具体型号对应 保证金余额已 申请豁免披露
2	飞利浦RO厨下反 渗透净水器 AUT2015	2.00	0.82	1.18	

序号	产品型号	推广数量目标（万台）	完成销售数量（万台）	未售数量（万台）	保证金余额（万元）
3	飞利浦RO厨下反渗透净水器 AUT2019	3.50	-	3.50	
4	飞利浦净化加热一体机ADD6800	3.30	0.49	2.81	
5	飞利浦即热饮水机 ADD4812	2.00	-	2.00	
6	飞利浦电热水器 AWH1254/93 (30YA)	3.00	0.12	2.88	
7	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	5.00	0.41	4.59	
8	飞利浦智能坐便盖 AIB2251	3.00	-	3.00	
合计		27.80	7.84	19.96	3,906.51

5) 2021 年 7 月《关于品牌推广合作协议的补充协议（二）》（以下简称“《补充协议（二）》”）的签署

根据发行人的说明，考虑到产品更新换代、新产品市场推广前景更好、产品推广策略等因素，双方经协商于 2021 年 7 月进一步签署《补充协议（二）》对部分直播推广产品进行了调整，双方补充约定如下：新增 AUT2017 作为新的推广型号，仅新增型号，不新增销售推广目标以及保证金，AUT2015、AUT2017 和 AUT2019 的销售推广目标、销售数量均合并计算。

根据发行人的说明，后续在实际推广合作中，考虑到 AUT2015、AUT2017 和 AUT2019 产品差异和推广前景的差异，AUT2017 合并结算，AUT2019 仍单独结算。

6) 截至 2021 年 9 月末订单推广目标和结算完成情况

根据发行人的说明及天健回复意见，截至 2021 年 9 月 30 日，双方确认的全部推广目标和结算完成情况如下：

序号	产品型号	推广数量目标（万台）	完成销售数量（万台）	未售数量（万台）	保证金余额（万元）
1	飞利浦温度显示保温杯AWP2780	6.00	6.00	-	具体型号对应保证金余额已申请豁免披露
2	飞利浦RO厨下反渗透净水器AUT2015和AUT2017	2.00	0.82	1.18	
3	飞利浦RO厨下反渗透净水器AUT2019	3.50	0.69	2.81	
4	飞利浦净化加热一体机ADD6800	3.30	0.52	2.78	
5	飞利浦即热饮水机ADD4812	2.00	-	2.00	
6	飞利浦电热水器AWH1254/93（30YA）	3.00	0.11	2.89	
7	飞利浦智能坐便盖AIB2253	5.00	0.41	4.59	
8	飞利浦智能坐便盖AIB2251	3.00	-	3.00	
合计		27.80	8.56	19.24	3,906.51

注：截至 2021 年 9 月 30 日飞利浦电热水器 AWH1254/93（30YA）的完成销售数量少于截至 2021 年 6 月 30 日的完成销售数量，系期间发生少量退货，双方通过对账进一步确认完成销售数量情况。

7) 2021 年 11 月《关于品牌推广合作协议的补充协议（三）》（以下简称“《补充协议（三）》”）的签署

根据发行人的说明，由于临近直播推广截止日期（2021 年 12 月 31 日），和翊电子商务直播推广效果仍未达公司预期，预计和翊电子商务难以完成约定的直播推广目标，基于不同产品的实际推广和销售情况、合作情况等因素，双方经协商于 2021 年 11 月通过进一步签署《补充协议（三）》调整了和翊电子商务的直播推广义务并进一步明确了未完成直播推广目标的惩罚措施，以及惩罚措施的具体执行程序等事宜，以期促使和翊电子商务尽快完成约定的直播推广合作事宜。

根据发行人的说明及《补充协议（三）》，结合公司的产品推广计划、相关产品库存备货情况，以及相关产品的整体销售情况，公司豁免了和翊电子商务部分产品的推广义务，明确了和翊电子商务继续进行直播推广的产品，并在继续进行直播推广的产品中重新分配对应保证金。同时考虑到临近直播推广截止日期，双方通过补充协议进一步明确对账确认后，如果和翊电子商务完成继续直播推广产品的全部推广销售目标，广东水护

盾将退还全部保证金，否则和翊电子商务将以选择购买继续销售产品或支付违约金的方式作为惩罚措施，并对惩罚措施的具体执行程序进行了约定。

《补充协议（三）》的主要约定如下：

①双方确认，截至 2021 年 9 月 30 日，双方已确认订单的履行情况如下：

序号	产品型号	推广数量目标（万台）	完成销售数量（万台）	未售数量（万台）	保证金余额（万元）
1	飞利浦温度显示保温杯 AWP2780	6.00	6.00	-	具体型号对应保证金余额已申请豁免披露
2	飞利浦RO厨下反渗透净水器 AUT2015和AUT2017	2.00	0.82	1.18	
3	飞利浦RO厨下反渗透净水器 AUT2019	3.50	0.69	2.81	
4	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	3.30	0.52	2.78	
5	飞利浦即热饮水机ADD4812	2.00	-	2.00	
6	飞利浦电热水器AWH1254/93（30YA）	3.00	0.11	2.89	
7	飞利浦智能坐便盖AIB2253	5.00	0.41	4.59	
8	飞利浦智能坐便盖AIB2251	3.00	-	3.00	
合计		27.80	8.56	19.24	3,906.51

②双方同意豁免和翊电子商务对飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2015 和 AUT2017、飞利浦即热饮水机 ADD4812、飞利浦智能坐便盖 AIB2251（以下统称“豁免产品”）产品的未售产品数量的直播推广义务以及公司的备货义务，豁免产品订单终止执行。

③双方将豁免产品的保证金余额在飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2019、飞利浦净化加热一体机 ADD6800、飞利浦电热水器 AWH1254/93（30YA）、飞利浦智能坐便盖 AIB2253（以下统称为“续销产品”）之间进行重新分配，并重新约定续销产品截至 2021 年 12 月 31 日的继续销售数量目标，具体情况如下：

序号	产品型号	截至2021年9月30日 未售数量（万台）	2021年12月31日前继续 销售数量目标（万 台）	重新分配后的 保证金余额（万 元）
1	飞利浦RO厨下反渗透净水器AUT2019	2.81	1.82	具体型号对应 保证金余额已 申请豁免披露， 合计3,906.51万 元
2	飞利浦净化加热一体机ADD6800	2.78	1.50	
3	飞利浦电热水器 AWH1254/93 (30YA)	2.89	1.76	
4	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	4.59	1.30	

如上述续销产品在 2021 年 12 月 31 日前（含当天）全部销售完毕，双方在对账确认后，公司退还全部保证金。

如上述任意续销产品截至 2021 年 12 月 31 日仍有未销售完毕的，则和翊电子商务需选择购买续销产品或支付违约金（就未销售完毕的数量，和翊电子商务只能选择全部购买或者全部支付违约金，不能选择部分型号购买、部分型号支付违约金）。

违约金=该款产品对应重新分配后的保证金×（该款产品继续销售数量目标-2021 年 9 月 30 日起至 2021 年 12 月 31 日该款产品的实际销量）/该款产品的继续销售数量目标

8）截至目前《补充协议（三）》的执行情况

2022 年 1 月，双方就《补充协议（三）》约定的续销产品的直播推广情况进行对账确认，根据发行人的说明，截至 2022 年 1 月 17 日，续销产品的直播推广情况如下表所示：

序号	产品型号	继续销售数量 目标（万台）	完成销售数量 （万台）	未售数量 （万台）
1	飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2019	1.82	1.68	0.14
2	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	1.50	0.68	0.82
3	飞利浦电热水器 AWH1254/93 (30YA)	1.76	0.85	0.91
4	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	1.30	0.46	0.84

注：2022 年 1 月 1 日至 2022 年 1 月 17 日对账确认期间和翊电子商务就上述产品也进行了直播推广，经双方协商，对账确认期间实现的推广数量也计入完成销售数量中。

针对飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2019，由于和翊电子商务已基本完成直播推广目标，根据发行人的说明，经双方协商，该款产品视为已完成直播推广目标。针对其他未完成直播推广目标的产品，根据《补充协议（三）》的约定，和翊电子商务选择按订单确认的供货价购买相关未完成直播推广目标的产品，和翊电子商务已向公司发出《提货通知函》，公司将把未完成推广目标的相关产品发送至和翊电子商务指定的仓库。双方按多退少补的原则结算和翊电子商务购买相关产品的货值金额与公司已收保证金余额，具体如下：

序号	产品型号	未售数量 (万台)	未售数量对应货值 (万元)	保证金余额 (万元)
1	飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2019	-	-	1,166.14
2	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	0.82	841.23	975.95
3	飞利浦电热水器 AWH1254/93 (30YA)	0.91	915.01	1,117.17
4	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	0.84	663.27	647.24
合计		2.57	2,419.51	3,906.51

注：飞利浦 RO 厨下反渗透净水器 AUT2019 由于已基本完成直播推广目标，经双方协商，视为已完成直播推广目标。

截至本补充法律意见出具日，根据发行人的说明，公司已经完成部分产品的发货并由和翊电子商务签收确认，剩余产品将在 2022 年春节后陆续完成发货。

根据发行人的说明，由于保证金余额总额大于未售数量对应货值总额，因此公司需退还和翊电子商务部分保证金。根据协议约定和双方初步对账确认的情况，公司应退保证金总额为 1,487.00 万元。截至本补充法律意见出具日，公司已退还大部分保证金，考虑到公司尚未完成全部发货、后续仍有可能发生退换货等情况，根据双方协议约定，剩余部分保证金 390.65 万元（保证金总额*10%）将在剩余产品完成发货并经和翊电子商务签收确认，并由公司与和翊电子商务再次对账完成后根据协议约定退还。

根据发行人的说明，按照和翊电子商务购买相关产品的金额以及广东水护盾 2021 年末期末相关产品存货结存成本初步测算，和翊电子商务购买相关产品的测算毛利率情

况如下：

序号	产品型号	毛利率
1	飞利浦净化加热一体机 ADD6800	约 30%
2	飞利浦电热水器 AWH1254/93（30YA）	约 39%
3	飞利浦智能坐便盖 AIB2253	约 34%

由上表可见，和翊电子商务购买的相关产品能够实现较高毛利率，2021 年末不存在对相关产品大规模计提跌价准备的情况。

（4）尚未完成约定推广目标的原因和合理性

根据发行人的说明，由于负面新闻的影响及直播电商竞争不断加剧，和翊电子商务直播推广效果未达公司预期，具有商业合理性。

（5）备货要求和备货存放地点

根据发行人的说明及天健回复意见，和翊电子商务仅对上述产品进行直播推广导流，公司在线上直销等渠道直接销售上述产品，上述产品的销售不完全依赖和翊电子商务的直播推广，因此公司基于上述产品的整体销售情况、生产情况等备有一定库存现货，相关产品的部分存货存放于公司仓库，部分存放于外协生产商的代管仓库，上述未达推广目标产品仅在 2020 年末和 2021 年 6 月末有库存商品余额，具体存放情况已申请豁免披露。

2. 合作推广期限延长周期，若仍未完成推广目标的惩罚措施

根据发行人的说明，针对附有销售推广目标的产品，双方签署了多份协议，具体情况参见本题回复之“一、发行人说明”之“（五）说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况……”之“1.说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况……”之“（3）发行人与和翊电子商务附有销售推广目标的协议签署、推广目标和完成情况”。

双方就上述未完成销售推广目标的产品通过《补充协议（三）》进行了进一步约定，主要约定的惩罚措施为购买未完成销售推广的相关产品或支付违约金，具体情况参见本题回复“一、发行人说明”之“（五）说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况……”之“1.说明发行人和和翊电子商务的具体合作模式、推广目标和完成情况……”之“（3）发行人与和翊电子商务附有销售推广目标的协议签署、推广目标和完成情况”之“7）2021 年 11 月《关于品牌推广合作协议的补充协议（三）》（以下简称“《补充协议（三）》”）的签署”及“8）截至目前《补充协议（三）》的执行情况”。

3. 针对未达销售预期的情形是否对该部分存在计提存货跌价准备减值的情形

根据发行人的说明及天健回复意见，报告期内，上述未达推广目标产品仅在 2020 年末和 2021 年 6 月末有库存商品余额，存货余额和跌价准备情况已申请豁免披露。和翊电子商务仅对未达推广目标的产品进行直播推广导流，公司在线上直销等渠道也直接销售相关产品，相关产品的销售不完全依赖和翊电子商务的直播推广，公司基于上述产品的整体销售情况、生产情况等备有一定库存现货。上述产品的库龄主要在 1 年以内，具体已申请豁免披露。根据发行人的说明及天健回复意见，公司不存在因和翊电子商务未达销售预期而计提存货跌价准备的情形。报告期各期末，公司采用产成品成本与可变现净值比较的方式对包括和翊电子商务推广产品在内的全部存货进行存货跌价测试。公司对上述未达销售推广目标的产品均按无销售订单的库存商品进行存货跌价测试，公司选取最近一个季度的平均售价作为预计售价，以预计售价减去估计的销售费用及税金后的金额确定其可变现净值，相关存货的库龄主要在 1 年以内，存货跌价准备计提充分。

（六）说明报告期内发行人向 MCN 公司、主播支付费用是否与合同约定一致，是否存在通过员工、关联方等个人银行账户向 MCN 公司、主播支付款项或其他配合 MCN 公司、主播偷税漏税的违规行为

根据发行人的说明及天健回复意见，报告期内，对于个人主播，公司与该等主播沟通后直接达成直播合作意向和方案，费用为线上佣金，双方依据平台协议由平台直接结算和划扣线上佣金；对于 MCN 公司，公司与 MCN 公司签署合同，不与该等 MCN 公司的主播个人签署合同，费用包括线上佣金、线下坑位费和线下差额费用。线上佣金、线下坑位费和线下差额费用的合同约定及支付情况如下：

费用项目	合同约定	费用实际支付情况	费用支付情况是否与合同约定一致
线上佣金	约定线上佣金费率并由电商平台自动划扣	电商平台按约定的佣金费率在买家确认收货之后自动划扣，线上佣金后续由电商平台、直播平台、MCN公司及主播根据平台规则或协议约定再进行结算和分配，后续的结算、分配与公司无关	是

费用项目	合同约定	费用实际支付情况	费用支付情况是否与合同约定一致
线下坑位费	约定每场直播活动的费用并通过对公转账支付	根据合同约定一般在直播推广开始前向MCN公司支付含税线下坑位费，金额与合同约定一致并通过对公转账支付含税线下坑位费	是
线下差额费用	约定线下差额的结算方式并通过对公转账支付	对账确认后公司向MCN公司支付线下差额费用，通过对公转账支付含税线下差额费用	是

报告期内，公司向 MCN 公司、主播结算和支付费用的情况与平台协议、合同约定的情况一致，不存在通过员工、关联方等个人银行账户向 MCN 公司、主播支付款项的情况。

就线上佣金而言，线上佣金由电商平台自动划扣，同时，公司取得了主要合作主播由电商平台或 MCN 公司开具的线上佣金发票；就线下坑位费和线下差额费用而言，由 MCN 公司根据合同约定向公司开具发票。

在直播推广合作中，公司严格按照直播推广合同、平台协议、平台规则等与 MCN 公司和付费主播进行合作，不存在配合 MCN 公司、主播偷逃税款等税务违规行为。

《网络直播营销管理办法（试行）》第十六条规定：“直播营销平台应当提示直播间运营者依法办理市场主体登记或税务登记，如实申报收入，依法履行纳税义务，并依法享受税收优惠。直播营销平台及直播营销人员服务机构应当依法履行代扣代缴义务。”根据该规定，直播营销平台及直播营销人员服务机构负有相关税款的代扣代缴义务。

报告期内公司及子公司不存在因配合付费主播偷逃税款等税务违规情况被税务主管机关调查或行政处罚的情况。公司及子公司亦已取得税务主管机关出具的合规证明，报告期内，除 2021 年 4 月 29 日广东水护盾因未及时向消费者开具发票而被处以罚款 100 元外，公司及子公司不存在因税务违法违规行为受到税务行政处罚的情况。同时，公司及子公司也不存在因配合主播偷逃税款等税务违规情况被平台处罚的情形。

综上所述，在直播推广合作中，公司不存在配合 MCN 公司、主播偷逃税款等税务违规情况。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一） 核查程序

本所律师主要履行了以下核查程序：

1. 访谈发行人业务人员，了解直播推广模式等情况；访谈主要 MCN 公司，了解直播电商行业情况、合作模式、直播相关费用等情况；
2. 获取发行人与主要 MCN 公司签署的合同，比较谦寻文化与其他 MCN 公司线上佣金、线下坑位费的约定情况；获取直播电商相关行业研究报告，了解直播电商行业线上佣金费率、线下坑位费的行业情况；查看阿里 V 任务平台薇娅直播坑位费的公开报价；访谈谦寻文化相关人员，了解谦寻文化与其他客户的收费约定情况；查阅谦寻文化与其他第三方家电品牌约定的线上佣金费率情况；
3. 访谈主要 MCN 公司相关人员，了解线下差额费用是否符合行业惯例；
4. 访谈发行人相关业务人员，了解发行人与和翊电子商务具体合作模式、推广目标和完成情况、备货要求和备货存放地点等情况；获取发行人与和翊电子商务的合同，了解发行人与和翊电子商务签订的合作条款；获得和翊电子商务出具的提货通知函；获取发行人与和翊电子商务存在推广目标的产品明细，分析是否存在因未达销售预期而计提存货跌价准备的情形；
5. 获取平台协议以及发行人与主要 MCN 公司签署的合同，查阅费用约定情况。

（二） 核查意见

经核查，本所律师认为：

1. 发行人与谦寻文化约定的线上佣金费率、线下坑位费与其他主要 MCN 公司不存在重大差异，与谦寻文化对其他客户的收费标准不存在重大差异，发行人与谦寻文化的交易定价具备公允性，不存在利益输送的情形或其他利益安排；
2. 发行人与和翊电子商务线下差额费用的分配方式符合行业惯例；
3. 发行人与和翊电子商务“线上佣金+线下差额费用+推广目标”的合作模式可以降低发行人资金压力及风险，系基于双方协商确定，有利于加深双方的业务合作关系，具有商业合理性；发行人与和翊电子商务存在推广目标的产品未达销售预期主要由于负面新闻的影响及直播电商竞争不断加剧，具备合理性；与推广目标的相关产品不存在因未达销售预期而计提存货跌价准备的情形；
4. 发行人不存在通过员工、关联方等个人银行账户向 MCN 公司、主播支付款项的情况或其他配合 MCN 公司、主播偷税漏税的违规行为。

问题 15：关于资金流水核查

申报材料及前次审核问询回复显示：

（1）张浙丰、洪登升作为发行人的创始人，在发行人开始筹划上市后，退出并转让其所持有的发行人股份；中介机构未能获取张浙丰、洪登升报告期内的完整流水，仅以二人的承诺替代资金流水核查；

（2）前次审核问询回复未能详细说明发行人控股股东及关联方、关联自然人的资金流水具体用途及对应金额，未体现相关核查过程。

请发行人进一步说明张浙丰、洪登升作为发行人的创始人，在发行人开始筹划上市后，退出并转让其所持有的发行人股份的原因和合理性，且不提供资金流水的原因；

请保荐人、申报会计师、发行人律师：

（1）对上述事项发表明确意见；

（2）说明以张浙丰、洪登升的承诺替代资金流水核查的核查程序是否充分；

（3）补充说明对发行人控股股东及关联方、关联自然人的资金流水的具体核查情况，是否存在异常情形的判断标准和判断依据，取得的相关证明文件，按照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 54、资金流水核查”的规定逐条核查并发表明确结论。

回复：

一、 发行人说明

（一） 张浙丰、洪登升作为发行人的创始人，在发行人开始筹划上市后，退出并转让其所持有的发行人股份的原因和合理性

根据发行人的说明及对张浙丰、洪登升的访谈、确认，蔡铁强、张浙丰、洪登升于 2011 年创立发行人前身德尔玛有限，其中蔡铁强负责德尔玛有限的经营管理，张浙丰、洪登升投资德尔玛有限主要出于财务投资目的。

根据对洪登升的访谈及其确认及发行人的说明，2017 年底，洪登升知悉德尔玛开始筹划上市并计划引入外部投资者，考虑到上市存在较大不确定性，且引入投资者会进一步摊薄其持股比例；另考虑到作为创始投资人，洪登升彼时退出德尔玛及飞鱼电商的估值可为其带来较为满意的投资回报，因此，2017 年 12 月，洪登升作为飞鱼电商的股东之一，同意飞鱼电商将所持德尔玛有限 80%的股权转让给飞鱼电器。因洪登升未在飞鱼电器持股，故该次股权转让后洪登升不再持有发行人股权。

根据对张浙丰的访谈及其确认及发行人的说明，2018 年，德尔玛有限 A 轮融资过程中，上海磐茂与德尔玛有限当时全体股东签署《A 轮股东协议》，要求在特定情形下特定股东对上海磐茂股权进行回购，张浙丰作为股权回购义务方之一，认为上述安排对其设置了较重的义务。此外，公司于 2018 年收购飞利浦水健康业务，未来发展整合及业绩表现存在较大不确定性。同时，考虑到作为创始投资人，德尔玛有限彼时估值可为其带来较为满意的投资回报，因此，2019 年 8 月至 2019 年 11 月，张浙丰将直接及间接持有的发行人股权转让给其控制的合伙企业，后续其控制的合伙企业将持有的发行人股权转让给珠海鱼池后，张浙丰实现对德尔玛的完全退出。

综上所述，张浙丰、洪登升在发行人开始筹划上市后，退出发行人股份具有合理性。根据张浙丰、洪登升出具的确认函，并经与其访谈确认，张浙丰、洪登升退出德尔玛股权时均已知悉德尔玛上市计划，对于退出德尔玛的过程不存在争议。

（二） 张浙丰、洪登升不提供资金流水的原因

根据张浙丰的访谈及发行人的说明，张浙丰投资发行人主要出于财务投资目的，考虑到报告期内曾作为发行人监事，其向发行人提供了自 2018 年 1 月 1 日至其退出发行人股份前的个人资金流水。2019 年 10 月后，张浙丰退出发行人股份，不再担任发行人监事，基于个人隐私原因考虑，未提供个人资金流水。根据洪登升的访谈及发行人的说明，洪登升投资发行人主要出于财务投资目的，历史上未实际参与发行人的经营管理，其于 2017 年 12 月退出发行人股份，报告期内未担任发行人董事、监事、高级管理人员等职务，基于个人隐私原因考虑，未提供个人资金流水。

二、 中介机构核查程序及核查意见

（一） 核查程序

本所律师主要履行了以下核查程序：

1. 获取并查阅张浙丰、洪登升退出发行人涉及的股权转让协议、交易凭证、工商档案等资料；
2. 获取并查阅张浙丰 2018 年 1 月 1 日至退出发行人股份前的个人资金流水；
3. 针对退出德尔玛的原因及退出过程，以及不提供资金流水的原因，对张浙丰、洪登升进行访谈，获得其出具的确认函。

（二） 核查意见

经核查，本所律师认为：

1. 张浙丰、洪登升在发行人开始筹划上市后，退出并转让其所持有的发行人股份

具有合理性；张浙丰、洪登升退出德尔玛股权时均已知悉德尔玛上市计划，对于退出德尔玛的过程不存在争议；

2. 张浙丰、洪登升投资发行人主要出于财务投资目的。张浙丰退出发行人股份后，不再担任发行人监事，基于个人隐私原因考虑，未提供退出后的个人资金流水，具有合理性；洪登升历史上未实际参与发行人的经营管理，于 2017 年 12 月退出发行人股份，报告期内未担任发行人董事、监事、高级管理人员等职务，基于个人隐私原因考虑，未提供个人资金流水，具有合理性。

三、说明以张浙丰、洪登升的承诺替代资金流水核查的核查程序是否充分

如上文所述，张浙丰未提供报告期内全部个人资金流水，洪登升未提供报告期内个人资金流水，本所律师对其执行了如下专项核查程序：

（1）取得了张浙丰自 2018 年 1 月 1 日至其退出发行人股份期间的个人资金流水核查情况，根据天健的回复意见并经本所律师查阅，天健筛选单笔超过 5 万元或者交易对方为个人及关联方的资金流水进行核查，资金用途主要包括支付租金、消费、装修款、购房款、投资理财、朋友间往来借款等，不存在与发行人及其关联方、发行人客户、发行人供应商之间的异常资金往来，不存在异常情况；

（2）取得发行人及其子公司报告期内的银行账户信息及资金流水，取得控股股东、实际控制人及其一致行动人、实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其一致行动人的配偶、董事（除独立董事和外部董事）、监事（除外部监事）、高级管理人员、关键岗位人员（涵盖采购、销售、生产、研发、人力资源、IT、质量控制等部门主要负责人员）、主要财务人员以及出纳报告期内的银行账户信息及资金流水，根据天健的回复意见并经本所律师查阅，确认相关主体与张浙丰、洪登升不存在异常资金往来；

（3）取得保荐人、天健对张浙丰、洪登升进行访谈的记录，并取得其承诺函，确认张浙丰、洪登升不存在利用本人名义的银行卡亦不存在直接或间接拥有、使用、管理他人账户，以帮助发行人代收代付或进行其他利益输送的情形；

（4）对发行人主要客户、供应商进行访谈，根据发行人主要客户、供应商的访谈确认，不存在张浙丰、洪登升与发行人客户、供应商存在大额资金往来，或代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形；

（5）根据《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）的相关要求，保荐人、天健结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等因素，对资金流水核查范围进行了审慎考虑，经本所律师与保荐人、天健讨论、沟通，本所律师认为不需要扩大资金流水核查范围。

在查阅相关资金流水资料过程中，本所律师对与法律相关的业务事项，履行了法律专业人士特别的注意义务；对于其他业务事项，履行了普通人一般的注意义务。

综上所述，本所律师通过交叉比对、访谈、问询及获取资料等多种手段对张浙丰、洪登升资金流水进行专项核查，并取得了张浙丰、洪登升关于资金流水的承诺，履行的核查程序具备充分性。

四、补充说明对发行人控股股东及关联方、关联自然人的资金流水的具体核查情况，是否存在异常情形的判断标准和判断依据，取得的相关证明文件，按照《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》“问题54、资金流水核查”的规定逐条核查并发表明确结论

（一）发行人控股股东及关联方、关联自然人的资金流水的具体核查情况

1. 资金流水核查范围

本所律师核查了控股股东、实际控制人及其一致行动人、实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其一致行动人的配偶、董事（除独立董事和外部董事）、监事（除外部监事）、高级管理人员、关键岗位人员、主要财务人员和出纳报告期内的银行账户信息及资金流水，具体情况如下：

序号	姓名	职位	银行	账户数量
1	蔡铁强	实际控制人、董事长、总经理	中国农业银行	9
2			广东顺德农村商业银行	6
3			中国招商银行	3
4			广发银行	2
5			上海浦东发展银行	1
6	陈婷婷	实际控制人配偶、供应链总监	中国银行	2
7			中国招商银行	2
8			广发银行	1
9			广东顺德农村商业银行	1
10	蔡演强	实际控制人一致行动人、董事、副总经理	上海浦东发展银行	4
11			中国招商银行	4
12			中国农业银行	4

序号	姓名	职位	银行	账户数量
13			广发银行	2
14			广东顺德农村商业银行	3
15			浙江网商银行	1
16			中国招商银行（香港）	1
17	廖湘娜	实际控制人一致 行动人配偶	中国工商银行	5
18			中国银行	4
19			广东顺德农村商业银行	3
20			中国交通银行	2
21			中国招商银行	2
22			中国农业银行	2
23			中国建设银行	1
24			浙江网商银行	1
25	孙斐	副总经理、财务总监	中国银行	10
26			中国银行（香港）	2
27			中国建设银行	2
28			中国光大银行	1
29			广发银行	1
30			中国农业银行	1
31			中国招商银行	1
32			广东顺德农村商业银行	1
33	孙秀云	副总经理、董事会 秘书	中国农业银行	4
34			中国工商银行	2
35			中国招商银行	2
36			广发银行	1
37	Alex Rishoej	副总经理	中国工商银行	1

序号	姓名	职位	银行	账户数量
38			Rabobank Amsterdam	1
39	谭玉珍	监事	广发银行	1
40			中国招商银行	1
41			中国建设银行	1
42			广东顺德农村商业银行	1
43	莫蕴诗	监事	中国农业银行	6
44			广发银行	1
45			中国招商银行	1
46	张浙丰	离任监事	广东顺德农村商业银行	2
47			广发银行	1
48			中国招商银行	1
49			中国农业银行	1
50	叶志荣	人力资源中心总监	中国工商银行	2
51			中国银行	2
52			中国建设银行	3
53			中国交通银行	2
54			广发银行	1
55			上海浦东发展银行	1
56			广东顺德农村商业银行	1
57			中国招商银行	1
58			中信银行	1
59	张永才	品质中心总监	广东顺德农村商业银行	5
60			中国银行	3
61			中国农业银行	3
62			上海浦东发展银行	1

序号	姓名	职位	银行	账户数量
63			中国民生银行	1
64			中国建设银行	1
65	温文聪	IT中心及IoT项目 总监	中国农业银行	5
66			中国工商银行	3
67			广发银行	1
68			中国银行	1
69			广东顺德农村商业银行	1
70			中国招商银行	1
71			兴业银行	1
72	陈绍斌	营销中心总经理	中国银行	4
73			汇丰银行	3
74			上海浦东发展银行	1
75			中国招商银行	1
76	陈龙	首席产品官	中国农业银行	5
77			中国工商银行	2
78			广东顺德农村商业银行	2
79			广发银行	1
80			中国招商银行	1
81			中国交通银行	1
82	张明	财务经理	中国农业银行	2
83			中国建设银行	2
84			兴业银行	1
85			中国招商银行	1
86			广东顺德农村商业银行	1
87	黄婷	财务经理	中国工商银行	13

序号	姓名	职位	银行	账户数量
88			中国建设银行	2
89			中国招商银行	2
90			中国农业银行	1
91	冯敏然	出纳	中国农业银行	4
92			广东顺德农村商业银行	2
93			广发银行	1
94			中国招商银行	1
95			中国银行	1
96	曾诗颖	出纳	兴业银行	1
97			广发银行	1
98			广东顺德农村商业银行	1
99			上海浦东发展银行	1
100	程薇萍	出纳	中国工商银行	2
101			中国银行	2
102			中国农业银行	2
103			广发银行	1
104			中国邮政储蓄银行	1
105			中国建设银行	1
106			中国招商银行	1
107	张柳梅	出纳	广东顺德农村商业银行	4
108			中国农业银行	2
109			中国建设银行	1
110			上海浦东发展银行	1
111			兴业银行	1
112	何颖欣	出纳	中国农业银行	2

序号	姓名	职位	银行	账户数量
113			上海浦东发展银行	2
114			中国招商银行	1
115	飞鱼电器	控股股东	广东顺德农村商业银行	1
116			中国农业银行	1
117	佛山鱼聚	实际控制人控制的其他企业	广东顺德农村商业银行	1
118	珠海鱼池	实际控制人控制的其他企业	中国工商银行	4
119			广东顺德农村商业银行	2
120	珠海鱼塘	实际控制人控制的其他企业	广东顺德农村商业银行	1
121			中国工商银行	1
122	珠海聚强	实际控制人控制的其他企业	广东顺德农村商业银行	1
123	广东飞鱼电子商务有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	广东顺德农村商业银行	4
124			广发银行	2
125			中国农业银行	2
126			中国工商银行	2
127			中国银行	1
128			中国招商银行	1
129	佛山市飞鱼海域网络科技有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
130	广东顺德小小家具有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	广发银行	1
131			中国农业银行	1
132	佛山市德尔玛商用电器有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
133	佛山市德尔玛佰	实际控制人控制	中国农业银行	1

序号	姓名	职位	银行	账户数量
	才电器科技有限公司	的其他企业，已注销		
134	佛山市德尔玛武俞电器科技有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
135	佛山市德尔玛莉达电器科技有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
136	广东飞鱼小冰网络科技有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
137	广东顺德飞鱼趣睡科技有限公司	实际控制人控制的其他企业，已注销	中国农业银行	1
合计		-		270

注 1：获取流水的起始时间以 2018 年 1 月 1 日和自然人入职时间或公司成立时间孰晚为准，截止时间以 2021 年 6 月 30 日和自然人离职或公司转让、注销时间孰早为准。

注 2：报告期内，实际控制人转让的其所控制的公司，无法获取银行流水和账户清单；注销的其所控制的公司，无法获取账户清单，且部分银行无法打印注销账户的银行流水。

2. 银行账户完整性核查

保荐人、天健前往获取公司控股股东、实际控制人及其一致行动人、实际控制人控制的其他企业、实际控制人及其一致行动人的配偶、董事（除独立董事和外部董事）、监事（除外部监事）、高级管理人员、关键岗位人员、主要财务人员和出纳的银行账户清单及报告期各银行账户对账单，对于因疫情无法实地前往境外开户银行的情形，天健通过获取网银流水的方式进行复核，本所律师取得并查阅了保荐人、天健履行前述核查程序所取得的相关资料。

为核查上述资金流水的完整性，保荐人、天健主要履行了以下核查程序：

（1）根据获取的各银行账户清单，检查在该银行的银行对账单是否获取完整；

(2) 通过对已获取的银行对账单进行交叉核对, 补充获取核对过程中发现的尚未获取的相关银行账户清单及对账单;

(3) 获取上述核查对象出具的承诺函, 上述核查对象已就提供的银行账户流水的完整性、真实性等事项作出了承诺并确认。

3. 是否需要扩大资金流水核查范围

根据《首发业务若干问题解答》(2020年6月修订)的相关要求, 保荐人及天健充分结合行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等因素, 对资金流水核查范围进行了审慎考虑, 本所律师参与了前述讨论, 了解保荐人、天健确定发行人资金流水核查主体范围的过程, 具体情况如下:

序号	事项	发行人是否存在相关情形	扩大核查范围情况
1	发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形	发行人备用金、对外付款等资金管理不存在重大不规范情形	不适用
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化, 或者与同行业公司存在重大不一致	报告期内, 发行人主营业务毛利率分别为33.23%、36.37%、32.26%和27.78%, 期间费用率分别为25.84%、26.14%、22.99%和23.72%, 销售费用率分别为13.73%、16.92%、15.41%和15.11%, 各期指标不存在较大异常变化, 与同行业公司不存在重大不一致情形	不适用
3	发行人经销模式占比较高或大幅高于同行业公司, 且经销毛利率存在较大异常	报告期内, 发行人经销模式收入占主营业务收入比例分别为18.87%、23.93%、23.37%和29.26%, 不存在大幅高于同行业公司的情形, 且经销毛利率不存在较大异常	不适用
4	发行人将部分生产环节委托其他方进行加工的, 且委托加工费用大幅变动, 或者单位成本、毛利率大幅异于同行业	发行人将部分生产环节委托其他方进行加工, 委托加工费用不存在大幅变动, 单位成本、毛利率与同行业公司不存在重大不一致情形	不适用
5	发行人采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高, 且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常	发行人采购总额中进口占比较低, 销售总额中出口占比较低, 对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质不存在重大异常	不适用

序号	事项	发行人是否存在相关情形	扩大核查范围情况
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面不存在疑问	不适用
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化	发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员薪酬水平未发生重大变化	不适用
8	其他异常情况	发行人不存在其他异常情况	不适用

综上所述，本所律师根据保荐人及天健的专业核查意见并结合上述资金流水核查情况认为：发行人不需要扩大资金流水核查范围。

4. 重要性标准的确定依据、异常情形的判断标准

经本所律师向保荐人、天健了解，重要性标准确定依据、异常情形的判断标准如下：

项目	发行人及子公司	关联自然人	实际控制人控制的其他企业
重要性标准确定依据	(1) 单笔交易金额100万元以上的资金往来 (2) 与发行人关联方及曾经的关联方的资金往来 (3) 其他异常情形	(1) 单笔交易金额5万元以上的资金往来 (2) 与发行人之间除了正常工资放以外的其他资金往来 (3) 与发行人主要关联方及曾经的关联方、主要客户、供应商等主体之间发生的资金往来 (4) 其他异常情形	(1) 单笔交易金额100万元以上的资金往来 (2) 与发行人、发行人主要关联方及曾经的关联方、主要客户、供应商等主体之间发生的资金往来 (3) 其他异常性情形
异常情形的判断标准	(1) 发行人银行开户数量等与业务需要不符 (2) 发行人大额资金往来与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配 (3) 发行人与关联方之间存在大额资金往来，且无合理解释 (4) 发行人存在大额或频繁的取现，且无合理解释 (5) 发行人购买大额无实物形态的资产或服务，且不符合商业合理性的 (6) 发行人同一账户或不同账户存在日期、金额相近的大额资金进出，且无合理解释 (7) 发行人存在大额资金往来，且未说明资金来源或用途的		

项目	发行人及子公司	关联自然人	实际控制人控制的其他企业
	(8) 关联方之间存在大额资金往来，且无合理解释 (9) 关联方与发行人客户或供应商之间存在大额资金往来，且无合理解释 (10) 发行人实际控制人及其控制的企业企业存在较多的大额资金往来以及频繁的大额存取现等情况，且无合理解释		

5. 具体核查情况统计及取得的相关证明文件

根据上述重要性水平，经本所律师取得并查阅保荐人、天健对资金流水的核查情况，对控股股东、实际控制人及其控制的其他公司、相关自然人的银行流水核查情况如下：

（1）实际控制人、相关自然人资金流水核查统计

单位：万元、万美元、万港元

期间	往来事项	流入						流出					
		人民币账户		美元账户		港币账户		人民币账户		美元账户		港币账户	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
2021年 1-6月	个人账户、家庭内部账户互转	12,078.49	407	-	-	129.38	4.00	10,743.57	509	-	-	38.00	1
	投资理财	11,842.38	136	-	-			15,966.36	159	-	-	103.50	6
	资金借贷	1,335.84	52	-	-	26.00	2.00	422.63	67	-	-		
	领取薪酬及报销款	590.32	196	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	出售车辆收入	28.00	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	消费	-	-	-	-	-	-	1,034.32	69	-	-		
	缴纳税金	-	-	-	-	-	-	24.32	2	-	-		
	合计	25,875.04	792	-	-	155.38	6.00	28,191.20	806	-	-	141.50	7
2020	资金借贷	37,906.61	132	-	-	-	-	15,221.87	120	5.00	1	-	-

期间	往来事项	流入						流出					
		人民币账户		美元账户		港币账户		人民币账户		美元账户		港币账户	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
年度	投资理财	28,584.20	381	19.50	7	-	-	41,972.86	332	19.50	7	-	-
	个人账户、家庭内部账户互转	13,589.18	494	-	-	-	-	13,660.08	686	-	-	-	-
	领取薪酬及报销款	680.01	227	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	出售房屋车辆收入	185.83	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	股权转让款	63.00	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	现金存银行	7.66	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	收到补贴款	5.08	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	消费	-	-	-	-	-	-	2,094.89	90	-	-	-	-
	缴纳税金	-	-	-	-	-	-	1,471.08	14	-	-	-	-
	员工持股平台出资	-	-	-	-	-	-	60.72	8	-	-	-	-
	提取现金	-	-	-	-	-	-	1.49	1	-	-	-	-
	合计	81,021.56	1,247	19.50	7	-	-	74,482.99	1,251	24.50	8	-	-

期间	往来事项	流入						流出					
		人民币账户		美元账户		港币账户		人民币账户		美元账户		港币账户	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
2019 年度	投资理财	2,997.81	137	98.73	19	11.60	1	3,622.70	98	104.13	25	7.20	1
	资金借贷	2,694.23	96	94.99	3	-	-	1,315.54	81	104.50	8	-	-
	个人账户、家庭 内部账户互转	1,255.96	316	-	-	-	-	1,357.86	430	-	-	-	-
	领取薪酬及报销 款	555.54	210	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	出售车辆收入	80.00	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	收到补贴款	14.51	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	现金存银行	4.30	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	消费	-	-	-	-	-	-	443.48	66	-	-	-	-
	提取现金	-	-	-	-	-	-	13.30	1	-	-	-	-
	缴纳税金	-	-	-	-	-	-	7.67	1	-	-	-	-
	合计	7,602.36	769	193.72	22	11.60	1	6,760.56	677	208.63	33	7.20	1
2018 年度	个人账户、家庭 内部账户互转	2,187.20	255	-	-	-	-	1,977.05	329	-	-	-	-
	资金借贷	1,082.62	77	-	-	-	-	3,009.11	111	-	-	-	-

期间	往来事项	流入						流出					
		人民币账户		美元账户		港币账户		人民币账户		美元账户		港币账户	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
	投资理财	826.91	25	1.00	1	-	-	4,064.67	43	1.00	1	-	-
	领取薪酬及报销款	762.38	165	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	现金存银行	6.00	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	股权转让款	5.10	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	消费	-	-	-	-	-	-	751.43	64	-	-	-	-
	缴纳税金	-	-	-	-	-	-	25.50	1	-	-	-	-
	合计	4,870.21	524	1.00	1	-	-	9,827.76	548	1.00	1	-	-

(2) 控股股东、实际控制人控制的其他公司资金流水核查统计

单位：万元

期间	往来事项	流入		流出	
		人民币账户		人民币账户	
		金额	数量	金额	数量
2021年 1-6月	投资理财	26,034.46	7	15,647.00	6
	同一法人主体 内部账户互转	12,412.00	3	12,412.75	4
	资金借贷	1.10	2	800.10	2
	收到注资款	10,000.00	8	-	-
	支出日常经营 款项	-	-	18.35	14
	合计	48,447.56	20	28,878.20	26
2020 年度	投资理财	33,775.63	18	43,343.60	15
	收到日常经营 款项	222.91	4	-	-
	同一法人主体 内部账户互转	56,520.48	11	6,454.93	9
	资金借贷	53,585.02	23	153,377.74	63
	收到注资款	52,662.73	51	-	-
	收到股权转让 款	496.00	2	-	-
	支出日常经营 款项	-	-	3,539.52	26
	支付注资款	-	-	3,237.88	5
	支付股权转让 款	-	-	63	1

期间	往来事项	流入		流出	
		人民币账户		人民币账户	
		金额	数量	金额	数量
	合计	197,262.78	109	210,016.68	119
2019 年度	收到日常经营款项	1,150.42	5	-	-
	同一法人主体内部账户互转	40,325.65	3	40,325.65	3
	资金借贷	35,394.76	34	6,170.43	21
	收到注资款	13,500.00	9	-	-
	投资理财	3,413.00	7	3,545.00	6
	收到股权转让款	28.61	3		
	支出日常经营款项	-	-	1,350.02	25
	支付股权转让款	-	-	40,346.55	3
	支付注资款	-	-	21.01	1
	合计	93,812.43	61	91,758.66	59
2018 年度	收到日常经营款项	11,291.36	36	-	-
	资金借贷	14,861.15	78	17,006.14	38
	收到股权转让款	3,147.00	9	-	-
	收到注资款	801.00	1	-	-
	收到分红款	265.99	1	-	-
	支出日常经营	-	-	9,831.30	411

期间	往来事项	流入		流出	
		人民币账户		人民币账户	
		金额	数量	金额	数量
	款项				
	合计	30,366.50	125	26,837.44	449

(3) 取得的相关证明文件

针对上述不同类型的交易内容，本所律师除核查银行对账单、与相关人员进行访谈外，取得的相关证明文件如下表所示：

序号	交易类型	取得证明文件
1	股权转让款	股权转让协议、工商登记资料等
2	投资理财	投资协议、股权转让协议、理财产品购买及赎回记录等
3	资金借贷	借款协议、借款及还款记录等
4	个人账户、家庭内部账户互转、同一法人主体内部账户互转	转账记录等
5	领取薪酬及报销款	公司记账凭证、费用报销单、发票等
6	出售房屋、车辆收入	房屋买卖合同、车辆转让合同等
7	收到补贴款	政府补贴文件等
8	实际控制人控制的其他企业收到注资款、股权转让款、分红款	投资协议、股权转让协议、分红决议等
9	实际控制人控制的其他企业收到货款等日常经营款项、日常经营支出款项	交易合同、订单、发票、签收单等
10	消费	房屋买卖合同、车辆转让合同、保险合同、装修合同等消费合同、收据、发票、房产证、车辆行驶证等

序号	交易类型	取得证明文件
11	缴纳税金	完税凭证等
12	实际控制人控制的其他企业支付 注资款、股权转让款	投资协议、股权转让协议、被投资企业工商登 记资料等
13	员工持股平台出资	持股平台合伙协议、持股平台工商登记资料、 持股平台认缴确认书等
14	现金存银行、提取现金	现金存、取款记录等

如上表所述，报告期内控股股东、实际控制人及其控制的其他公司、自然人的大额资金往来原因包括领取薪酬、与银行或亲友同事或实际控制人控制的其他企业等进行资金借贷、投资理财、购买保险、购房购车等消费行为、个人账户、家庭内部账户相互转账、实际控制人控制的其他企业的日常经营款项、实际控制人控制的其他企业的注资款、股权转让款、分红款等，不存在异常情形。

（二）按照《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》“问题 54、资金流水核查”的规定逐条核查并发表明确结论

本所律师与保荐人、天健就《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》“问题 54、资金流水核查”的核查要求进行了讨论沟通，并取得、查阅了保荐人、天健的相关核查资料，在查阅相关资金流水资料过程中，本所律师对与法律相关的业务事项，履行了法律专业人士特别的注意义务；对于其他业务事项，履行了普通人一般的注意义务。

1. 发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

本所律师获取并查阅了发行人的《资金管理制度》《资金结算管理办法》《财务审批制度》《资金预算与执行考核方案》等资金管理相关内部控制制度；根据天健回复意见，天健核查了财务岗位设置，包括货币资金支付的审批与执行、出纳与稽核岗位设置等；根据天健回复意见，天健对发行人资金管理相关内部控制制度的设计和执行情况进行测试，评价发行人内部控制有效性。

本所律师根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况认为：发行人制定了《资金管理制度》等较为严格的内部控制制度，明确了银行账户管理、审批管理、付款管理等业务流程，建立了完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，发行人资金管理相关内部控制制度不存在重大缺陷。

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

天健前往发行人及其子公司基本户开户行获取开户清单，与发行人编制的银行账户清单、银行询证函进行核对，此外通过将银行对账单中出现的银行账户与开户清单核对的方式验证发行人及其子公司银行账户的完整性。同时，取得发行人报告期内全部银行流水并针对 100 万元人民币或等值外币以上金额的明细，将对账单与发行人银行日记账进行双向核对，核查资金流水是否均已入账。

天健对发行人财务负责人及出纳访谈，了解银行账户的管控情况，了解账户开户时间、开户地点和销户情况，相关情况与公司经营业务的发展阶段匹配，部分银行账户销户主要是由于该等账户下业务往来减少所致的正常销户。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：发行人能够控制其银行账户，并在财务核算中进行了全面反映，公司银行开户数量等符合业务需要。

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

天健取得发行人及其子公司报告期内银行对账单，结合发行人业务规模、资金往来规模等特点，重点核查单笔交易金额 100 万元以上的银行流水。此外，大额资金流水中账款性质涉及客户或供应商的，核查记账凭证、银行回单等，并与公司银行日记账核对，核查资金交易是否真实并及时入账；涉及购买固定资产等，核查合同、付款审批单、银行回单等验证交易背景；涉及银行借款、对外投资等大额交易，核查合同、银行回单等验证交易背景。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等活动相匹配。

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

天健按照前述抽样标准抽取发行人银行流水发生额，将其与公司银行存款日记账明细进行核对；同时，获取公司控股股东、实际控制人、董事（除独立董事和外部董事）、监事（除外部监事）、高级管理人员、关键财务人员及出纳报告期内的个人银行流水、员工花名册及工资明细表，对上述文件进行多方核对、相互验证。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：除招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系、关联交易”之“（二）报告期内关联交易情况”中披露的资金往来外，发行人与控股股东、实际控制人、实际控制人控制的其他企

业、董事、监事、高管、关键岗位人员等的大额资金流水主要为工资、奖金发放、备用金及日常报销，不存在异常的大额资金往来。

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

天健获取报告期内公司银行账户资金流水，核查公司是否存在大额或频繁取现的情形；抽取公司各银行账户大额资金往来，复核对应的记账凭证及原始单据等资料，核查其交易背景及真实性，核查是否存在金额、日期相近的大额资金进出的情形，判断其合理性。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：报告期内，公司不存在大额或频繁取现的情形；公司同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

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

天健获取发行人的银行已开立账户清单，并根据前述抽样标准核查公司流水情况，同时获取了公司的无形资产清单以及相关费用科目明细表进行比对分析。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：报告期内发行人收购上海水护盾 100%股权和香港水护盾 100%股份，上海水护盾作为被许可方，获得飞利浦商标使用权，相关交易具有商业合理性，不存在其他大额购买无实物形态资产或服务的情形。

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

天健查阅发行人实际控制人的个人账户资金流水，对报告期内单笔金额在 5 万元或等值外币以上的流水逐笔核查，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析，询问资金实际用途等，并取得必要的交易背景资料，核查实际控制人个人账户大额资金往来的合理性。

本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：报告期内，实际控制人个人账户资金往来有合理理由，不存在异常情形。

8. 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金

流向或用途存在重大异常

(1) 现金分红

根据发行人的说明，报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人获得现金分红款的情形。

(2) 薪酬情况

天健取得了公司员工花名册及工资明细表，结合个人银行流水信息交叉核验。本所律师取得并查阅了天健履行前述相关核查程序所取得的相关资料，根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况，本所律师认为：董事、监事、高管、关键岗位人员的薪酬不存在异常情况。

(3) 资产转让情况

根据发行人提供的资料并经发行人确认，报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人处获得的资产转让情况如下：

单位：万元

时间	出让方	受让方	转让资产	金额	主要资金用途
2018年3月	飞鱼电商	发行人	飞鱼品牌76.8%股权、 飞鱼供应链57.6%股权	359.15	偿还银行借款
2018年3月	佛山市飞鱼互 联网络有限公 司	发行人	飞鱼耀世81.6%股权	208.14	偿还银行借款
2018年6月	飞鱼电商	发行人	飞鱼净水97.8%股权	606.56	偿还银行借款
2018年6月	鹤山洁丽	华聚卫 浴	鹤山洁丽相关资产	1,282.75	偿还银行借款

(4) 转让发行人股权获得股权转让款

根据发行人提供的资料并经发行人确认，报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员存在转让发行人股权获取股权转让款的情形（不包括交易双方受同一主体控制的情形），具体如下：

单位：万元

时间	转让方	受让方	金额	主要资金用途
2018年3月	飞鱼电器	佛山鱼聚	336	其中购买理财约200万元；日常经营约136

时间	转让方	受让方	金额	主要资金用途
				万元
	蔡演强		63	购买理财
	张浙丰		21	日常消费
2019年11月	遵义厚载	珠海鱼池	6,918.75	其中支付税金约620.13万元；购买房产约1,050万元；购买理财约5,248.62万元
2020年3月	珠海鱼池	A+轮投资者	33,630	其中偿还贷款约1亿元；支付税金约4,599万元；支付股权款约1.9亿元
2020年7月	珠海鱼池	B轮投资者	33,000	其中偿还贷款约1亿元；支付税金约5,347万元；购买房产约4,050万元；购买理财约1.3亿元
	蔡演强	金镒投资	5,000	其中购买理财约4,900万元；支付税金约100万元

本所律师获取了相关协议、理财合同、房产证书、纳税凭证及银行对账单等资料，并对转让方进行了访谈，了解其主要资金用途。

本所律师根据天健的专业核查意见并结合上述查阅情况认为：报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管及关键岗位人员未从公司处获得现金分红款，其薪酬不存在重大异常，从发行人处获得的大额资产转让款及转让发行人股权获得的大额股权转让款，其资金流向或用途不存在重大异常。

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

本所律师履行了如下程序：

（1）向天健了解发行人银行对账单交易明细情况并取得、查阅相关资料；

（2）获取公司控股股东、实际控制人、实际控制人控制的其他公司、董事、监事、高级管理人员、创始股东出具的与公司主要客户、供应商关于不存在资金往来或其他利益安排的承诺函；

（3）对公司主要客户、供应商进行访谈，确认其与公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要关联方是否存在资金往来、利益安排等情形。

本所律师根据天健的专业核查意见并结合上述核查情况认为：报告期内，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管及关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商之

间不存在异常大额资金往来。

10. 是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

本所律师履行了如下程序：

（1）向天健了解其获取前述核查范围内公司及自然人银行账户资金流水情况并取得、查阅相关资料；

（2）取得公司控股股东、实际控制人、实际控制人控制的其他公司、董事、监事、高级管理人员、创始股东出具的与公司主要客户、供应商关于不存在资金往来或其他利益安排的承诺函；

（3）对公司主要客户、供应商进行访谈，并由对方确认公司不存在由关联方代为收取客户款项或代为支付供应商款项的情形。

本所律师根据天健的专业核查意见并结合上述核查情况认为：报告期内，不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

问题 16：关于实际控制人认定

申报材料显示：发行人的实际控制人为蔡铁强，蔡演强是蔡铁强的兄弟，直接持有发行人 8.65%的股份并兼任发行人的董事、副总经理，二人为一致行动人关系。

请发行人根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，说明未将蔡演强认定为共同实际控制人的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、 发行人说明

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 的相关规定，对公司实际控制人认定的基本原则和共同实际控制人的认定要求主要包括：

1、基本原则：确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认；

2、共同实际控制人：法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况；实际控制人的配偶、直系亲属，如其持有公司股份达到 5%以上或者虽未超过 5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，

保荐人、发行人律师应说明上述主体是否为共同实际控制人。

发行人未将蔡演强认定为公司的共同实际控制人的具体原因如下：

1. 从持股比例上，蔡演强直接持有发行人 8.65% 的股份，且未控制发行人其他股东，而蔡铁强通过其控制的飞鱼电器、佛山鱼聚和珠海鱼池间接控制发行人 44.61% 的股份及其对应的表决权，蔡演强控制的股权比例及对应的表决权比例与蔡铁强控制的股权比例及其对应的表决权比例存在较大差距，蔡铁强自身可以直接实现对发行人的控制；

2. 从经营管理上，蔡铁强作为发行人的董事长兼总经理，负责发行人整体业务的经营管理；蔡演强作为发行人的董事之一兼副总经理，在业务上仅承担发行人小家电事业部相关业务的管理工作，发行人水健康事业部、卫浴事业部均不属于其主要管理的范畴，因此蔡演强在发行人整体层面并不具备较强的经营管理权，其本人也无与蔡铁强共同控制发行人的意愿；

3. 从发行人历史沿革上，发行人前身德尔玛有限成立初期蔡演强并非为发行人股东，而是随着其后续对小家电事业部的贡献增强，成为发行人主要自然人股东之一，且蔡演强在发行人历史沿革上较蔡铁强的持股比例始终存在较大差距；

4. 从亲属关系上，蔡演强虽系蔡铁强兄弟，且于发行人处的持股比例超过 5% 并担任发行人董事、高级管理人员，但其并非蔡铁强的配偶或直系亲属；

5. 从发行人股东确认上，根据由发行人历次融资时经当时全体股东签署的股东协议及相关投资文件之终止协议，蔡铁强均作为唯一的实际控制人签署前述协议。

综上，蔡演强作为持股 5% 以上的股东和发行的董事、高级管理人员，发行人未将其认定为发行人的共同实际控制人具有合理性，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 9 的相关规定。

蔡演强作为发行人实际控制人的一致行动人，亦满足对于实际控制人合规性的相关监管要求，具体包括：最近三年内，蔡演强作为发行人控股股东的一致行动人，不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，不存在受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。此外，蔡演强已比照对控股股东、实际控制人的要求，就股份锁定、同业竞争、关联交易等事项作出了承诺。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师主要履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人及其相关股东的工商登记资料及公司章程、合伙协议，查阅发行人股东出具的调查问卷、承诺函，了解发行人历史沿革；
2. 对蔡铁强、蔡演强进行访谈，了解发行人历史沿革及控制权归属；
3. 查阅核查发行人组织架构图，了解发行人内部管理分工；
4. 查阅发行人历次融资时经当时全体股东、蔡铁强签署的股东协议及相关投资文件之终止协议。

（二） 核查意见

经核查，本所律师认为：

蔡演强作为持股 5%以上的股东和发行的董事、高级管理人员，未将其认定为发行人的共同实际控制人具有合理性，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 9 的相关规定。

第二部分 已出具律师文件相关情况的更新

《关于广东德尔玛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》（以下简称“《首轮问询函》”）问题 16：关于销售模式、线上直销 之一项回复

除已出具律师文件中答复的内容以外，更新如下：

一、 发行人说明

（二） 结合与主要渠道商在权利义务、定价政策、扣点分成、售卖产品品牌、物流运输、退换货政策、是否买断等方面的约定及实际履行情况（包括退换货率、退换货高发时段等），列表说明各主要销售模式、主要渠道商的差异及原因；针对退换货率是否计提预计负债，是否符合行业惯例。

1. 主要渠道商在权利义务、定价政策、扣点分成、售卖产品品牌、物流运输、退换货政策、是否买断等方面的约定及实际履行情况（包括退换货率、退换货高发时段等）

根据发行人的说明及与主要渠道商的协议，发行人各销售渠道主要渠道商在权利义务、定价政策、扣点分成、售卖产品品牌、物流运输、退换货政策、是否买断等方面的约定及实际履行情况（包括退换货率、退换货高发时段等）具体如下：

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
线上直销	第三方B2C平台（天猫商城、小米有品、京东POP等）	权利：入驻平台，享受平台提供的软件服务、互联网信息服务等 义务：按合同要求支付保证金、平台服务费等费用；对店铺负有管理义务；按相关法律法规及平台规则履行消费者权益保障义务	在成本核算的基础上结合市场定价	一般根据平台协议约定的比例支付平台服务费	德尔玛、飞利浦、薇新、华帝	公司一般直接向终端消费者发货	平台无理由退货期限内可进行退货，或针对产品质量问题进行退货	是	2.68%、3.37%、2.65%、3.65%	消费者确认收货后，退换货高发时段为7天无理由退货期
电商平台	电商平台（京东、唯品会、云集）	权利：根据合同约定向电商平台销售产品，并收取货款或通过电商平台销售货物，向平台收取货款 义务：按合同的约定及电商平台提供的采购货品清单进行供货；按相关法律法规及合同约定履行产品质量保证责任	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售价格、费用、毛利空间等因素后协商定价	一般根据平台协议约定的比例支付平台服务费	德尔玛、飞利浦、薇新、华帝	公司向平台仓库发货，由平台根据订单配送给消费者，或由公司直接进行快递配送	电商平台入仓模式下，平台客户可针对滞销品、残次品进行批量退货；一件代发模式下，消费者在平台无理由退货期限内可进行退货，或针对产品质量问题进行退货	京东、云集主要为买断模式，唯品会根据实际销售情况结算	4.79%、6.61%、7.05%、7.59%	平台入仓模式下，退换货高发时段为促销活动后；一件代发模式下，退换货高发时段为无理由退货期内
线上经销	线上经销商	权利：根据合同约定向经销商销售产品，并收取货款；由经销商负责授权网店的产品市	参考产品的终端销售	部分客户根据经销商	德尔玛、飞利浦、薇新、华	代发货模式下公司直接向终端消费	一般针对批量质量问题或保修期内发行人原因造成货物质量问	是	0.31%、8.21%、4.31%、	确认收货后，由双方协商进行

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
		场地位的开发、推销和销售活动 义务：公司向经销商按照质量手册提供质量保证服务；根据合同约定向经销商提供市场支持	价 格 及 平 台 / 客 户 销 售 费 用、毛 利 空 间 等 综 合 因 素 后 协 商 定 价	协 议 进 行 返 利	帝	者发货；经销商发货模式下公司向经销商发货，一般由经销商负责后续快递配送	题进行退换货		2.79%	退换货，不存在显著的退换货高发时段
线下直销	贸易商、大型企业团体、家电零售商等	权利：根据订单向渠道商销售产品，并收取货款 义务：按合同的约定及订单进行供货，并承担运输费用；按相关法律法规及合同约定履行产品质量保证责任	参 考 产 品 的 终 端 销 售 价 格 及 平 台 / 客 户 销 售 费 用、毛 利 空 间 等 综 合 因 素 后 协 商 定 价	无	德尔玛、飞利浦、薇新、华帝	一般由公司 向线下直销客户发货	客户应自到货之日起七天内以书面形式向公司提出退货要求，逾期不提视为满足双方约定，产品全部合格	是	1.19%、0.80%、0.71%、1.44%	确 认 收 货 后，由双方协商进行退换货，不存在显著的退换货高发时段
线下经销	线下经销商	权利：根据订单向渠道商销售产品，并收取货款；经销商在	参 考 产 品 的 终	部 分 客 户 根 据	德尔玛、飞利浦、	一般由公司 向线下经销	一般针对产品批量质量问题或经销商提出	是	0.27%、0.42%、	确 认 收 货 后，由双方

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
		被授权的期限、地域或渠道销售指定商品 义务：按合同的约定及订单进行供货；按相关法律法规及合同约定履行产品质量保证责任	端销售价格及平台/客户销售费用、毛利空间等综合因素后协商定价	经销商协议进行返利	薇新	商发货，线下经销商负责后续物流及快递配送	异议确认后进行退换货		0.79%、1.11%	协商进行退换货，不存在显著的退换货高发时段
线下代销	小米销售渠道	权利：向小米集团销售公司生产的商品，并可在小米渠道陈列并销售产品；按照合同约定就已售出商品结算价款 义务：根据小米集团需求将商品先调拨至小米集团指定的仓库，并委托小米集团进行保管；公司商品在小米集团保管期间的毁损灭失等风险均由公司承担	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售费用、毛利空间等综合因素后协商定价	无	德尔玛、薇新	公司向小米集团指定仓库发货，小米集团负责后续产品中管理	客户可视经营需要办理退货；由于商品不符合双方约定的要求，或不符合国家相关法律规定、产品执行标准等的强制要求等质量问题可以退货	否	0、0.25%、1.94%、3.79%	确认收入后，由双方协商进行退换货，不存在显著的退换货高发时段

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
ODM	品牌客户	权利: 根据订单约定收取货款 义务: 接受客户委托生产产品, 并按相关产品标准及客户的要求生产	在成本的基础上双方协商定价	米家ODM模式下, 根据协议进行分成 其他ODM模式下, 无分成	贴牌产品	公司向品牌客户发货	米家ODM模式下, 主要由小米来承接面向用户的售后维修/售后服务/线上线下客服业务。公司负责提供售后服务所需的技术、专用维修设备/工具及其他相关资料和相应培训, 以及所有保修期内退、换、维修所需的物料 其他ODM模式下, 公司接受因产品质量问题造成的退货。	是	0、0.00%、1.04%、2.31%	确认收入后, 由双方协商进行退换货, 不存在显著的退换货高发时段
境外线上直销	第三方B2C平台 (亚马逊、Lazada等)	权利: 入驻第三方B2C平台, 享受平台提供的软件服务、互联网信息服务 义务: 按合同要求支付平台服务费等费用; 对店铺负有管理义务; 按相关法律法规及平台规则履行消费者权益保障义务	在成本的基础上结合市场定价	一般根据平台协议约定的比例支付佣金	德尔玛、薇新	公司一般直接向终端消费者发货	平台无理由退货期限内可进行退货, 或针对产品质量问题进行退货	是	0、0.05%、2.87%、3.73%	报告期内, 退换货金额较小, 退换货频率较低, 不存在显著的退换货高发时段

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
境外电商平台	电商平台（亚马逊等）	权利：根据合同约定向电商平台销售产品，并收取货款；运输费用由双方在实际订货时另行确定 义务：按订单进行供货；承担产品质量保证责任	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售费用、毛利空间等因素后协商定价	无	德尔玛、飞利浦	一般由公司 向平台仓库发货	对存在产品质量问题、不符合相关法律法规规定或合同约定的产品核实后退换货	是	0、0、3.49%、4.19%	报告期内，退换货金额较小，退换货频率较低，不存在显著的退换货高发时段
境外线上经销	境外线上经销商	权利：根据合同约定向经销商销售产品，并收取货款；由经销商负责授权网店的产品市场地位的开发、推销和销售活动 义务：公司向经销商按照质量手册提供质量保证服务；根据合同约定向经销商提供市场支持	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售费用、毛利空间等因素后协商定价	无	德尔玛、飞利浦	一般由公司 向境外线上经销商发货	对存在产品质量问题、物流损坏等核实后处理	是	均为0	退换货率均为0，无退换货高发时段

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
			价							
境外线下直销	贸易商、大型企业团体、家电零售商等	权利:根据合同约定向客户销售产品,并收取货款 义务:按合同的约定及订单进行供货,并承担运输费用;按相关法律法规及合同约定履行产品质量保证责任	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售价格、毛利空间等因素后协商定价	无	德尔玛、飞利浦、薇新	一般由公司 向境外线下 直销客户发 货	一般未约定退换货条款,实际执行过程中,对存在产品质量问题、不符合相关法律法规规定或合同约定的产品核实后退换货	是	0、0、0.03%、0.15%	报告期内,退换货金额较小,退换货频率较低,不存在显著的退换货高发时段
境外线下经销	境外线下经销商	权利:根据订单向渠道商销售产品,并收取货款;由经销商负责授权区域/渠道内的产品市场地位的开发、推销和销售活动 义务:按合同的约定及订单进行供货;按相关法律法规及合同约定履行产品质量保证责任	参考产品的终端销售价格及平台/客户销售价格、毛利空间等因素综合	部分客户根据经销商协议进行返利	德尔玛、飞利浦、薇新	一般由公司 向境外线下 经销商发 货,经销商 负责后续物 流及快递配 送	对存在产品质量问题、不符合相关法律法规规定或合同约定的产品核实后退换货	是	均为0	退换货率均为0,无退换货高发时段

模式	渠道	权利和义务	定价政策	扣点分成	售卖产品品牌	物流运输	退换货政策	是否买断	退换货率	退换货高发时段
			因素后协商定价							
境外 ODM	境外品牌客户	权利：按实际订单向客户销售产品，并收取货款 义务：负责产品的设计和生 产；向客户分享产前测试和生 产抽查测试在内的所有测试 结果，不符合客户要求的，公 司提供解决方案	在成本加成的基础上双方协商定价	无	贴牌产品	一般由公司 向品牌客户 发货	一般未约定退换货条款，实际执行过程中，质量问题经核实后处理	是	均为0	退换货率均为0，无退换货高发时段

注：退换货率=退换货金额/（退换货金额+收入金额），顺序为 2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月。

《首轮问询函》问题 18：关于经销模式 之二项回复

回复：

除已出具律师文件中答复的内容以外，更新如下：

二、关于线下经销 ①主要经销商与公司合作的主要模式和条款，如付款模式、货物销售为买断还是代理、退货约定等；②主要线下经销商的基本情况，如注册地、经营范围、与公司交易历史，公司产品在其销售体系中的地位等；③对经销渠道的管理控制措施，报告期各期各类产品的最终销售、使用情况，公司对经销商是否存在销售返利、退货政策及会计处理方法；④结合经销商的进入、退出及存续情况说明与经销商之间的合作稳定性

（三）对经销渠道的管理控制措施，报告期各期各类产品的最终销售、使用情况，公司对经销商是否存在销售返利、退货政策及会计处理方法

3. 公司对经销商是否存在销售返利、退货政策及会计处理方法

（1）经销商销售返利及会计处理

根据发行人的说明，报告期内，公司小家电事业部、卫浴事业部无经销商返利政策，仅水健康事业部存在经销商返利政策。

根据发行人的说明，水健康事业部境内经销商返利政策主要包括售前/售后产品补贴、净水产品经销商返利计划等；水健康事业部境外经销商返利政策主要包括售前/售后产品补贴、净水产品经销商返利计划、市场营销推广补贴、专属产品补贴及捆绑销售补贴等。

根据发行人的说明，返利计划中的返利/奖励发放不以现金形式发放，而是在返利/奖励核准之后，将返利/奖励转入公司系统中的经销商账户，可直接用作经销商下次进货使用。

根据天健回复意见，公司的销售部门在每月末根据客户销售目标完成情况进行评估，并根据合同中的返利约定条款计算月末应确认的返利金额，计提销售返利并冲减销售收入。公司在报告期各期末估计应计提的返利金额，确认冲减收入的同时确认预计负债，并将预计需在一年以内支付的返利列报于“其他流动负债”项目；公司与经销商结束合作关系时，尚未结算的销售返利会通过冲抵货款的方式进行冲，借记“其他流动负债”，贷记“应收账款”。

（2）经销商退货政策及会计处理

根据发行人的说明及其与主要线下经销商的协议约定及实际执行情况，一般在以下情况进行退换货：①批量质量问题经鉴定确认后视情况给予保修或换货；②客户收货验收后若有异议，公司自收到客户异议之日起七个工作日内予以查验和解决；③对存在产品质量问题、不符合相关法律法规规定或合同约定的产品核实后退换货。根据天健回复意见，退换货会计处理为客户确认收货之后的退换货按照相应金额冲减收入。

《首轮问询函》问题 30：关于未决诉讼和预计负债 之一、三、五项回复

回复：

除已出具律师文件中答复的内容以外，更新如下：

一、 上述诉讼发生的背景、原因、进展情况；对应的会计处理，相关资产损失计提是否充分，尚未计提预计负债的原因及合理性。

根据发行人提供的诉讼文件及发行人的说明，截至本补充法律意见出具日，发行人及其控股子公司尚未了结的单笔涉诉金额在 100 万元以上（含 100 万元）的诉讼、仲裁案件情况及其对应的会计处理如下：

1. 发行人或其子公司作为原告

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	进展情况	对应会计处理	会计处理合理性
1	华聚卫浴	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心、苏宁易购集团股份有限公司	156.08 万元	被告苏宁易购集团股份有限公司为华聚卫浴的客户，通过其分公司苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心向华聚卫浴采购货物；因合作过程中被告拖欠华聚卫浴货款，故华聚卫浴对苏宁易购集团股份有限公司及苏宁采购中心提起诉讼	已立案，尚未开庭审理	2021 年末根据账龄计提应收账款坏账准备	本案件于 2022 年 1 月完成立案。截至本补充法律意见出具日，发行人判断相关款项仍具有可回收性，故于 2021 年末按照账龄计提应收账款坏账准备，后续将持续跟进案件进展，评估相关款项的可回收性，确定相应的会计处理

2. 发行人或其子公司作为被告

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	进展情况	对应会计处理	会计处理合理性
1	美的饮水机	上海水护盾；东莞京东立昇贸易有限公司	1,800 万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、东莞京东立昇贸易有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水器侵害其拥有的 ZL201820455278.1 “净水机和用于净水机的主机”实用新型专利，故对上海水护盾及相关方提起诉讼	已开庭审理，法院尚未作出一审判决	未计提预计负债	根据发行人委托的广东圭峰律师事务所诉讼代理律师（以下简称“诉讼律师”）出具的意见： （1）此 5 起诉讼的涉案专利的申请时间为 2018 年 4 月 2 日，而发行人方已取得第三方生产的、公开销售日期早于前述专利申请日前的同类型产品（以下简称“证据产品”），该产品可以作为现有技术抗辩的对比证据。诉讼律师认为，广东水护盾及上海水护盾销
2		广东水护盾；浙江艾波特环保科技有限公司；	350 万元	原告美的饮水机认为广东水护盾、浙江艾波特环保科技有限公司、飞利浦（中国）投资有限公司制造/销售/许	已开庭审理，法院尚未作出一	未计提预计负债	

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	进展情况	对应会计处理	会计处理合理性
		飞利浦（中国）投资有限公司		诺销售的某型号净水机侵害其持有的 ZL201820458920.1 “净水机” 实用新型专利，故对广东水护盾及相关方提起诉讼	审判决		售的被告产品与涉案专利对应的技术特征与证据产品的结构完全相同或无实质性差异
3		广东水护盾；浙江艾波特环保科技有限公司	450 万元	原告美的饮水机认为广东水护盾、浙江艾波特环保科技有限公司制造/销售的某型号净水机侵害其持有的 ZL201820455278.1 “净水机与用于净水机的主机” 实用新型专利，故对广东水护盾及相关方提起诉讼	已开庭审理，法院尚未作出一审判决	未计提预计负债	（2）根据《中华人民共和国专利法》（2008 年修正） ¹ 第六十二条的规定“在专利侵权纠纷中，被控侵权人有证据证明其实施的技术或者设计属于现有技术或者现有设计的，不构成侵犯专利权。”《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释》（法释（2009）21 号）第十四条的规定“被诉落入专利权保护范围的全部技术特征，与一项现有技术方案中的相应技术特征相同或者无实质性差异的，人民法院应当认定被诉侵权人实施的技术属于专利法第六十二条规定的现有技术”
4		上海水护盾；溢泰（南京）环保科技有限公司；东莞京东立昇贸易有限公司	100 万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、溢泰（南京）环保科技有限公司、东莞京东立昇贸易有限公司制造/销售/许诺销售的某型号净水机侵害其持有的 ZL201820455278.1 “净水机与用于净水机的主机” 实用新型专利，故向上海水护盾及相关方提起诉讼，故对上海水护盾及相关方提起诉讼	已开庭审理，法院尚未作出一审判决	未计提预计负债	（3）发行人方提交的证据产品公开销售时间早于涉案专利申请日，该证据产品的内部结构属于法律规定的“一项现有技术方案”，结合发行人方提交的证据链，法院在五项案件中认定被告产品所实施的技术方案属于现有技术具有较大可能性，进而依据上述法
5		上海水护盾；溢泰（南京）环保科技有限公司；	120 万元	原告美的饮水机认为上海水护盾、溢泰（南京）环保科技有限公司、东莞京东立昇贸易有限公司制造/销售/许	已开庭审理，法院尚未作出	未计提预计负债	

¹根据《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释（二）》（2020 年修改）第二十二条的规定：“对于被诉侵权人主张的现有技术抗辩或者现有设计抗辩，人民法院应当依照专利申请日时施行的专利法界定现有技术或者现有设计。”因此需适用涉案专利申请时施行的专利法。

序号	原告	被告	涉诉金额	背景、原因	进展情况	对应会计处理	会计处理合理性
		东莞京东立昇贸易有限公司		诺销售的某型号净水机侵害其持有的 ZL201820455278.1 “净水机与用于净水机的主机” 实用新型专利，故对上海水护盾及相关方提起诉讼	审判决		律规定，基于发行人方提交的证据及庭审情况，诉讼律师认为上述五项案件有较大的胜诉机会，被判令承担相应法律责任的可能性较小 基于此，发行人未对该等诉讼计提预计负债

三、报告期内发行人是否存在侵犯他人知识产权等行为，是否构成重大违法违规及本次发行上市的法律障碍，目前发行人是否存在知识产权侵权或失效等风险，是否存在纠纷或潜在纠纷。

(二) 目前发行人是否存在知识产权侵权或失效等风险，是否存在纠纷或潜在纠纷

1. 是否存在知识产权侵权的风险

截至本补充法律意见出具日，发行人及子公司作为被告被提起诉讼且尚未了结的知识产权案件共 9 个（其中涉诉金额在 100 万元以上（含 100 万元）的诉讼 5 个）。具体如下：

(1) 5 个案件为美的饮水机起诉上海水护盾及相关方侵犯专利号为 ZL201820455278.1 及 ZL201820458920.1 实用新型专利的专利侵权案件。

广东圭峰律师事务所律师已出具意见，认为：此 5 起诉讼的涉案专利的申请时间晚于相关证据产品的公开销售时间，且被诉产品与涉案专利对应的技术特征与证据产品的结构完全相同或无实质性差异；该证据产品的内部结构属于法律规定的“一项现有技术方案”，根据《中华人民共和国专利法》（2008 年修正）和《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释》（法释（2009）21 号）的规定，法院在 5 项案件中认定被诉产品所实施的技术方案属于现有技术具有较大可能性。依据上述法律规定，基于发行人方提交的证据及庭审情况，诉讼律师认为上述五项案件有较大的胜诉机会，被判令承担相应法律责任的可能性较小。

截至本补充法律意见出具日，此 5 起诉讼均已开庭审理，法院尚未作出一审判决。

(2) 3 个案件为中山市鑫能电器制造有限公司起诉发行人侵犯专利号为 ZL202020248405.8 实用新型专利、专利号为 ZL201930104681.X 外观设计专利、专利号为 ZL202020248403.9 实用新型专利的专利侵权案件。

根据发行人提供的文件，发截至本补充法律意见出具日，此 3 起诉讼均已开庭审理，法院尚未作出一审判决。

(3) 1 个案件为小田（中山）实业有限公司起诉发行人侵犯专利号为 201120446035.X 实用新型专利的专利侵权案件。根据发行人的说明，该案件尚在诉前调解阶段。根据国家知识产权局核发的《无效宣告请求受理通知书》，发行人已向国家知识产权局申请宣告上述专利无效，并已获得国家知识产权局受理。

综上所述，就上述发行人作为被告的知识产权纠纷，法院均尚未作出一审判决或尚

未开庭审理。若最终判决结果对发行人不利，则发行人可能存在知识产权侵权风险。除上述情况外，发行人不存在其他知识产权侵权的风险。

2. 是否存在知识产权失效的风险

截至本补充法律意见出具日，除下述情形外，发行人不存在商标、专利被宣告无效或可能被决定撤销的情形：

(1) 2020 年 6 月，发行人以飞科电器等为被告，向人民法院起诉要求飞科电器等停止以制造、销售和许诺销售的方式实施发行人拥有的专利号为 ZL201830310222.2 的“除毛球机”外观设计专利，销毁被控侵权产品库存，并销毁用于制造被控侵权产品的专用模具等。根据发行人的说明，该诉讼案件已于 2021 年 9 月 1 日经法院裁定撤诉。

在上述诉讼的背景下，飞科电器就上述专利向国家知识产权局提出专利无效申请。2021 年 8 月，国家知识产权局作出决定，宣告上述专利全部无效；根据发行人提供的资料及其说明，就上述决定，发行人目前已向人民法院提起行政诉讼，人民法院已受理立案。

(2) 根据发行人提供的资料，发行人拥有的第 11322213 号“空净”商标、第 21228811 号“AIRBREATH 空净”商标、第 27418259 号“图形”商标分别被绿色时代（广州）健康投资有限公司、自然人刘玉荣依据《中华人民共和国商标法》第四十九条的规定，以发行人连续三年不使用该等商标为由，向国家知识产权局申请撤销该等商标。

《中华人民共和国商标法》第四十九条第二款规定：“注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。商标局应当自收到申请之日起九个月内做出决定。有特殊情况需要延长的，经国务院工商行政管理部门批准，可以延长三个月。”

截至本补充法律意见出具日，上述第 11322213 号“空净”商标、第 21228811 号“AIRBREATH 空净”商标已被国家知识产权局决定撤销，发行人正在依据相关规定申请复审；上述第 27418259 号“图形”商标撤销案件尚未审理完毕，发行人正在准备相关证据材料并拟向国家知识产权局提交。

除上述情况外，截至本补充法律意见出具日，发行人不存在商标、专利被申请宣告无效或被申请撤销的未决案件，发行人其他主要境内外商标、专利，均为有效注册状态。除上述外观设计专利、商标存在失效或撤销风险外，发行人主要知识产权不存在被宣告无效或被决定撤销的风险。

3. 是否存在纠纷或潜在纠纷

截至本补充法律意见出具日，除上述情况外，发行人及其控股子公司未收到其他针

对发行人知识产权有效性的正式诉求，不存在其他纠纷或潜在纠纷。

五、 核查程序及核查意见

（一） 本所律师主要履行了如下核查程序：

1. 访谈公司管理层、法务部负责人，了解报告期内公司涉及的主要诉讼情况以及尚未完结诉讼的具体情况；

2. 获取尚未完结的法律文书和相关诉讼材料，包括但不限于民事起诉状、调解书、受理通知书、审查决定书等；查询最高法和公司当地法院网站，了解公司相关诉讼所处阶段及进展；

3. 取得公司相关涉诉专利的专利权属证明，通过国家知识产权局网站核查相关专利的取得方式，并就核心专利是否存在诉讼/质押情况核查中国裁判文书网、人民法院公告网、国家知识产权局网站等网站；

4. 与发行人相关部门负责人就核心专利的范围及该等专利在产品及其生产过程中的应用形式及应用场景进行沟通，并核实涉诉专利是否属于发行人核心技术范畴；

5. 获取并查阅专利代理机构出具的《专利无效分析评估意见书》，以合理判断公司是否存在专利侵权；

6. 查阅发行人及子公司就涉诉产品与供应商签署的采购合同及关于供应商所致第三方侵权责任的承担方式条款；

7. 查阅对涉诉专利申请无效的申请材料、国家知识产权局的决定，查阅申请撤销商标的申请材料、发行人向国家知识产权局提交的证据材料；

8. 评估未决诉讼涉案金额、原由及最新进展，分析该未决诉讼对财务的影响，取得诉讼案件代理律师出具的关于诉讼案情分析的法律意见；

9. 获取管理层就公司不存在知识产权侵权、产品质量和虚假宣传等事项的声明；

10. 查阅发行人制定的关于防止知识产权侵权、产品质量、虚假宣传等方面的内部制度、文件；

（二） 经核查，本所律师认为：

1. 根据本所律师向天健了解，且本所律师仅根据法律专业知识所能够做出的判断，公司对未决诉讼事项未计提预计负债存在合理性；

2. 涉诉专利不涉及公司的核心专利技术，公司核心专利技术不存在纠纷或潜在纠纷，上述未决诉讼若败诉，对公司经营业绩、经营及成长性、品牌美誉度不会构成重大

不利影响；

3. 报告期内，公司不存在被人民法院裁判认定侵犯他人知识产权等行为，未构成重大违法违规或本次发行上市的法律障碍；除因发行人作为被告涉及的知识产权案件存在导致发行人被人民法院认定为知识产权侵权的风险外，发行人不存在其他知识产权侵权的风险；截至本补充法律意见出具日，除 1 项外观设计专利被宣告无效、2 项商标经第三方申请被决定撤销、1 项商标正在被第三方申请撤销外，发行人其他知识产权不存在被宣告无效或决定撤销的风险；除上述情况外，发行人不存在其他知识产权纠纷或潜在纠纷；

公司已制定防止知识产权侵权、产品质量、虚假宣传等保障性措施，并得到有效执行，发行人已在《招股说明书》中补充披露。

（以下无正文）

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



单位负责人：
华晓军

经办律师：
黄晓莉

经办律师：
姚继伟

经办律师：
叶坚鑫

2022年 1 月 29 日