

目 录

一、关于经销商·····	第 1—36 页
二、关于贸易商·····	第 36—66 页
三、关于营业收入·····	第 66—74 页
四、关于主要客户·····	第 75—90 页
五、关于毛利率·····	第 90—98 页
六、关于应收账款·····	第 98—105 页
七、关于存货·····	第 105—111 页
八、关于资金流水核查·····	第 111—122 页

关于东南电子股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的第二轮审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2022〕352 号

深圳证券交易所：

我们已对《关于东南电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函中有关财务事项的说明》（审核函〔2021〕011157 号，以下简称审核问询函）所提及的东南电子股份有限公司（以下简称东南电子公司或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于东南电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2021〕1816 号）。因东南电子公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。

一、关于经销商。根据申报材料和审核问询回复，报告期内发行人部分经销商存在向发行人持续大额采购的情形；三家名字中带“东南”字样的经销商与发行人合作较早，近几年销售规模逐步扩大，其中深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA 在报告期各期末向发行人采购商品的期末库存量较大；DONGNAN HK 前实际控制人郑乐野曾为发行人持股平台股东，但未在发行人处任职。请发行人：（1）按交易规模，说明报告期内经销商数量分布情况；同时，结合主要经销商的规模，详细论证报告期内部分经销商持续向发行人进行大额采购的原因，是否具有合理的商业逻辑。（2）说明深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与发行人业务合作历史、稳定性，与发行人签订的商号和商标授权使用协议的主要条款内容；三家经销商与发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员存在关联关系，是否存在发行

人前员工在以上公司任职或持股的情形；结合三家经销商的经营规模，说明报告期内向发行人大额采购的商业合理性。（3）说明报告期内发行人与深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 交易的公允性。（4）说明郑乐野的基本情况，是否曾在发行人任职，与发行人是否存在关联关系，其持有的发行人持股平台的股份转出的原因；郑乐野成立 DONGNAN HK 的背景、原因。

（5）结合对深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA 的订单情况、发货记录、发货数量等，说明报告期各期末以上两家经销商期末库存量较大的原因及合理性，发行人是否通过向经销商“压货”以增加销售收入，以上库存的期后销售情况。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并进一步说明对发行人经销模式下是否实现最终销售的核查过程及结论。（审核问询函问题 3）

（一）按交易规模，说明报告期内经销商数量分布情况；同时，结合主要经销商的规模，详细论证报告期内部分经销商持续向发行人进行大额采购的原因，是否具有合理的商业逻辑。

1. 按交易规模，说明报告期内经销商数量分布情况

报告期内，公司经销商数量分别为 10 家、11 家、和 11 家，较为稳定，按交易规模经销商的分布情况如下：

单位：万元、家

交易规模	2021 年			2020 年			2019 年		
	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数
1,000 万元及以上	4,493.59	67.57%	3	2,481.48	43.89%	2	2,244.88	44.48%	2
500~1,000 万（含 500 万元，下同）	—	—	—	1,420.65	25.13%	2	1,401.38	27.77%	2
200~500 万元	1,786.68	26.87%	6	1,495.34	26.45%	5	1,034.76	20.50%	4
0~200 万元	369.71	5.56%	2	256.84	4.54%	2	365.44	7.24%	2
合 计	6,649.98	100%	11	5,654.31	100%	11	5,046.46	100%	10

根据上表，2019 年至 2020 年，公司经销商在交易规模区间内的分布情况较为稳定，主要原因系公司与各经销客户签订了经销协议，达成了长期合作共识，该类客户往往有长期、稳定的采购计划。2021 年，因公司对深圳东南销售额增长，使得交易规模在 1,000 万元以上的经销商占比明显提升。此外，由于苏州思威的交易规模由 2020 年的 920.30 万元略微上升至 2021 年的 1,000.61 万元，

Switch Technology 的交易规模由 2020 年的 500.36 万元略微下降至 2021 年的 464.81 万元,故 2021 年交易规模在 500 至 1,000 万元区间的经销商数变为 0。

报告期内,公司各经销商根据交易规模、占比的数量分布情况具体如下:

单位:家、万元

2021 年					
交易规模	数量	序号	客户名称	交易规模	占经销商收入比重
1,000 万元以上	3	1	深圳市东南伟业电子有限公司	2,119.04	31.87%
		2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	1,373.95	20.66%
		3	苏州工业园区思威电子有限公司	1,000.61	15.05%
200~500 万元	6	4	Switch Technology (S) PTE LTD.	464.81	6.99%
		5	广州市一佳工控成套电气有限公司	332.42	5.00%
		6	上海静达实业有限公司	255.17	3.84%
		7	DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	250.91	3.77%
		8	厦门盈征普机电科技有限公司	245.76	3.70%
		9	苏州品仁电子科技有限公司	237.61	3.57%
0~200 万元	2	10	上海昕满电子有限公司	189.42	2.85%
		11	苏州市诺弗电器有限公司	180.29	2.71%
合计	11	—	—	6,649.98	100.00%

2020 年度					
交易规模	数量	序号	客户名称	交易规模	占经销商收入比重
1,000 万元以上	2	1	深圳市东南伟业电子有限公司	1,340.24	23.70%
		2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	1,141.24	20.18%
500~1,000 万元	2	3	苏州工业园区思威电子有限公司	920.30	16.28%
		4	Switch Technology (S) PTE LTD.	500.36	8.85%
200~500 万元	5	5	苏州品仁电子科技有限公司	481.83	8.52%
		6	厦门耀盈机电设备有限公司	341.30	6.04%
		7	苏州市诺弗电器有限公司	266.36	4.71%
		8	上海昕满电子有限公司	204.11	3.61%

		9	上海静达实业有限公司	201.74	3.57%
0~200 万元	2	10	DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	151.05	2.67%
		11	广州市一佳工控成套电气有限公司	105.79	1.87%
合 计	11	—	—	5,654.31	100.00%

2019 年度

交易规模	数量	序号	客户名称	交易规模	占经销商收入比重
1,000 万元以上	2	1	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	1,148.71	22.76%
		2	深圳市东南伟业电子有限公司	1,096.16	21.72%
500~1,000 万元	2	3	苏州工业园区思威电子有限公司	751.30	14.89%
		4	Switch Technology (S) PTE LTD.	650.08	12.88%
200~500 万元	4	5	厦门耀盈机电设备有限公司	343.94	6.82%
		6	苏州品仁电子科技有限公司	255.31	5.06%
		7	广州市一佳工控成套电气有限公司	222.10	4.40%
		8	苏州市诺弗电器有限公司	213.41	4.23%
0~200 万元	2	9	上海昕满电子有限公司	199.86	3.96%
		10	上海静达实业有限公司	165.59	3.28%
合 计	10	—	—	5,046.46	100.00%

2018 年度

交易规模	数量	序号	客户名称	交易规模	占经销商收入比重
1,000 万元以上	2	1	深圳市东南伟业电子有限公司	1,396.48	26.47%
		2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	1,095.34	20.76%
500~1,000 万元	2	3	Switch Technology (S) PTE LTD.	875.06	16.59%
		4	苏州工业园区思威电子有限公司	511.64	9.70%
200~500 万元	3	5	厦门耀盈机电设备有限公司	358.56	6.80%
		6	苏州品仁电子科技有限公司	304.74	5.78%
		7	苏州市诺弗电器有限公司	231.77	4.39%
0~200 万元	3	8	上海昕满电子有限公司	183.15	3.47%
		9	广州市一佳工控成套电气有限公司	182.79	3.46%

		10	上海静达实业有限公司	136.00	2.58%
合 计	10	—	—	5,275.52	100.00%

2. 结合主要经销商的规模，详细论证报告期内部分经销商持续向公司进行大额采购的原因，是否具有合理的商业逻辑

报告期内，公司主要经销商基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	合作开始时间	注册地	注册资本	人员规模	股权结构	主营业务	是否存在关联关系	信用政策及变化情况	是否专门销售公司产品	是否为当期新增经销商
1	深圳市东南伟业电子有限公司	2004-9-24 [注 1]	2004 年	深圳市龙岗区平湖街道禾花社区华南大道一号华南国际印刷纸品包装物流区（一期）P20 栋 135	500 万元人民币	20-50 人	杨辉兰持股 50.00%，曹海忠持股 50.00%	开关类产品销售	否	120 天信用期；无变化	否	否
2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	2006 年	2006 年	韩国京畿道富川市远美区跳跃路 261 号,C 栋 1201 号,1202 号, 1203 号（道堂洞，富川大字技术公园）	5000 万韩元	10-20 人	DH LEE 持股 100%	微动开关、接线端子的制造、销售	否	30 天信用期；无变化	否	否
3	苏州工业园区思威电子有限公司	2003-4-9	2003 年	苏州工业园区苏虹中路 225 号星虹大厦 1 幢 2302、2303 室	50 万元人民币	10-20 人	丁艳持股 80.00%，戚兴珍持股 20.00%	开关类产品销售	否	120 天信用期；无变化	否	否
4	Switch Technology (S) PTE LTD.	2000-10-18	2007 年	21 BUKIT BATOK CRESCENT #16-18 WCEGA TOWER SINGAPORE (658065)	10 万新加坡元	10 人以内	CHANG EN-NA 持股 80.00%, TAI CHANG CHI 持股 20.00%	电器及电线配件批发	否	60 天信用期；无变化	否	否
5	广州市一佳工控成套电气有限公司	2005-1-5 [注 2]	2017 年	广州市越秀区惠福西路 283 号地下	50 万元人民币	10 人以内	高献阳持股 100.00%	交流接触器、继电器、按钮开关等产品的销售	否	90 天信用期；无变化	否	否

序号	客户名称	成立时间	合作开始时间	注册地	注册资本	人员规模	股权结构	主营业务	是否存在关联关系	信用政策及变化情况	是否专门销售公司产品	是否为当期新增经销商
6	DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	2005-10-4	2020年	Room 1003, 10/F, Eastern Harbour Centre, 28 Hoi Chak Street, Quarry Bay, Hong Kong	1 万港元	10 人以内	郑乐野持股 50.00%，陈小寒持股 50.00%[注 3]	微动开关、扎线带及其他电子组件等产品的销售	否	120 天信用期；无变化	否	是；2020 年新增
7	苏州品仁电子科技有限公司	2012-3-13	2012年	苏州市南环东路 10 号 1 幢 903 室	100 万元人民币	20-50 人	左健持股 100.00%	开关、电容、继电器、断路器等产品的销售	否	90 天信用期；无变化	否	否
8	厦门耀盈机电设备有限公司	2004-4-21 [注 4]	2004年	中国（福建）自由贸易试验区厦门片区港中路 1696 号 203 单元	1,000 万元人民币	20-50 人	何一峰持股 80.00%，姚莹持股 20.00%	开关、插座的销售	否	90 天信用期；无变化	否	否

[注 1] 深圳市东南伟业电子有限公司、深圳市悦海电子有限公司和东莞市东南新能源科技有限公司受同一方控制，故合并披露为深圳市东南伟业电子有限公司。深圳东南注册于 2013 年 1 月 4 日，深圳市悦海电子有限公司注册于 2004 年 9 月 24 日，东莞市东南新能源科技有限公司注册于 2020 年 1 月 6 日，公司自 2004 年起先后与该等公司开展合作关系。下同

[注 2] 广东好太太科技集团股份有限公司成立于 2005 年 1 月 5 日，广州市一佳工控成套电气有限公司成立于 2017 年 12 月 13 日。2018 年以前，公司通过高献微介绍与客户广东好太太科技集团股份有限公司开展合作，后通过高献微亲属高献阳控制的广州市一佳工

控成套电气有限公司与其开展合作

[注 3] 香港 DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD 原股东郑乐野 2018 年因病逝世，目前尚未进行股权信息变更。下同

[注 4] 厦门耀盈机电设备有限公司实际控制人为何一峰，厦门盈征普机电科技有限公司实际控制人为何静榕，何静榕与何一峰为姐弟关系，故将厦门耀盈与厦门盈征普机电科技有限公司合并披露为厦门耀盈机电设备有限公司。厦门耀盈机电设备有限公司成立于 2004 年 4 月 21 日，厦门盈征普机电科技有限公司成立于 2019 年 12 月 27 日，公司自 2004 年起与厦门耀盈机电设备有限公司开始合作关系，后同时与厦门盈征普机电科技有限公司开展合作关系。下同

报告期内，公司经销商均具备了经销公司产品的相应规模，其持续向公司进行采购的原因主要系经销商的终端客户对微动开关产品具有购买需求，该等终端客户的主营业务主要与家电生产、汽车生产等相关，均具有合理的商业逻辑，具体如下：

（1）深圳市东南伟业电子有限公司（以下简称深圳东南）

报告期内，深圳东南向公司采购的金额分别为 1,096.16 万元、1,340.24 万元和 2,119.04 万元。深圳东南注册资本为 500 万元，其 2019 至 2021 年其各期营业收入分别约为 1,741 万元、2,044 万元和 3,548 万元。深圳东南采购产品主要销售至 28 家生产商、1 家贸易商，其中销售给贸易商数量较少，销售生产商主营业务包括家电生产、电机生产及充电枪、车辆连接器、电动车配件生产等。深圳东南持续向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

（2）DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.（以下简称 DONGNAN KOREA）

报告期内，DONGNAN KOREA 向公司采购的金额分别为 1,148.71 万元、1,141.24 万元和 1,373.95 万元。DONGNAN KOREA 注册资本为 5,000 万韩元，其 2019 年至 2020 年各期的营业收入分别约为 357,969 万韩元、374,390 万韩元（以 2021 年 12 月 31 日的汇率中间价折合人民币分别约为 1,919 万元、2,007 万元）。DONGNAN KOREA 采购公司产品主要销售至 6 家生产商、4 家贸易商；其生产商客户包括庆东、林内、三星等知名家电品牌及其代工厂；其贸易商客户包括庆东、SINDOH 等韩国当地知名家电、办公用品品牌的采购商。DONGNAN KOREA 持续向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

（3）苏州工业园区思威电子有限公司（以下简称苏州思威）

报告期内，苏州思威向公司采购的金额分别为 751.30 万元、920.30 万元和 1,000.61 万元。苏州思威注册资本为 50 万元，其 2019 年至 2021 年其向公司采购的金额占自身营业收入的比重均不超过 50%。苏州思威采购产品主要销售至 5 家生产商，该等生产商主营业务包括断路器附件、电子设备生产以及电子线束生产等。苏州思威持续向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(4) Switch Technology (S) PTE LTD.

报告期内, Switch Technology (S) PTE LTD 向公司采购的金额分别为 650.08 万元、500.36 万元和 464.81 万元。Switch Technology (S) PTE LTD 注册资本为 10 万新加坡元, 2019 年至 2021 年各期的营业收入约为 1,111 万美元~1,300 万美元(以 2021 年 12 月 31 日的汇率中间价折合人民币约为 7,083 万元~8,288 万元), 其采购产品主要销售至戴森品牌加工厂商。Switch Technology (S) PTE LTD 持续向公司进行大额采购, 主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求, 其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(5) 广州市一佳工控成套电气有限公司(以下简称广州一佳)

报告期内, 广州一佳向发行人采购的金额分别为 222.10 万元、105.79 万元和 332.42 万元。广州一佳注册资本为 50 万元, 其 2019 至 2021 年其各期营业收入分别约为 250 万元~437 万元。广州一佳采购产品主要销售至 1 家生产商, 该生产商主营业务为智能晾衣机、智能锁等智能家居产品和晾衣架产品的研发、生产和销售。广州一佳持续向公司进行大额采购, 主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求, 其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(6) DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD (以下简称 DONGNAN HK)

2020 年起, 公司与 DONGNAN HK 建立合作关系, 2020 年和 2021 年, DONGNAN HK 向公司采购的金额分别为 151.05 万元和 250.91 万元。DONGNAN HK 注册资本为 1 万港元, 其 2019 年至 2020 年各期的营业收入分别约为 445 万港元、503 万港元(以 2021 年 12 月 31 日的汇率中间价折合人民币分别约为 364 万元、411 万元)。DONGNAN HK 采购公司产品主要销售至 1 家生产商、1 家贸易商, 其中生产商主营业务为机电元件生产, 贸易商主营业务为电子元件、机电元件分销。DONGNAN HK 持续向公司进行大额采购, 主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求, 其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(7) 厦门耀盈机电设备有限公司(以下简称厦门耀盈)

报告期内, 厦门耀盈向公司采购的金额分别为 343.94 万元、341.30 万元和 245.76 万元。厦门耀盈注册资本为 1,000 万元, 2019 年至 2021 年其向公司采购的金额占自身营业收入的比重均不超过 50%。厦门耀盈采购公司产品主要销售至 4 家生产商, 该等生产商主营业务包括卷闸门及家用电器生产等。厦门耀盈持续

向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(8) 苏州品仁电子科技有限公司（以下简称苏州品仁）

报告期内，苏州品仁向公司采购的金额分别为 255.31 万元、481.83 万元和 237.61 万元。苏州品仁的注册资本为 100 万元，2019 至 2021 年其向公司采购的金额占其自身营业收入的比重均不超过 50%。苏州品仁采购公司产品主要销售至 9 家生产商，该等生产商主营业务包括扫地机器人、断路器、吸尘器等家用电器及配件生产以及汽车线束、电子线束生产等。苏州品仁持续向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑。

(二) 说明深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与发行人业务合作历史、稳定性，与发行人签订的商号和商标授权使用协议的主要条款内容；三家经销商与发行人控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员存在关联关系，是否存在发行人前员工在以上公司任职或持股的情形；结合三家经销商的经营规模，说明报告期内向发行人大额采购的商业合理性。

1. 主要经销商与公司业务合作历史、稳定性

(1) 深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与公司的业务合作历史、稳定性

深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与公司均已合作多年，且历年均有交易，合作具有稳定性，具体情况如下：

1) 深圳东南伟业电子有限公司

深圳市东南伟业电子有限公司、深圳市悦海电子有限公司（以下简称为深圳悦海）和东莞市东南新能源科技有限公司（以下简称为东莞东南新能源）受同一方控制，深圳东南注册于 2013 年 1 月 4 日，深圳悦海注册于 2004 年 9 月 24 日，东莞东南新能源注册于 2020 年 1 月 6 日。自 2004 年成立以来，深圳悦海的实际控制人均为曹海忠和杨辉兰夫妇，两人各持股 50.00%，未发生变化；自 2013 年成立以来，深圳东南的实际控制人均为曹海忠和杨辉兰夫妇，两人各持股 50.00%，未发生变化；自 2020 年成立以来，东莞东南新能源的实际控制人均为曹海忠和

杨辉兰夫妇，两人各持股 50.00%。曹海忠和杨辉兰均不属于公司员工、前员工，与公司以及公司董事、监事、高级管理人员、关键人员不存在关联关系。

深圳东南、深圳悦海、东莞东南新能源自 2004 年起先后与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系，报告期内，公司与其交易金额分别为 1,096.16 万元、1,340.24 万元和 2,119.04 万元，占营业收入比重分别为 4.84%、5.32% 和 7.01%。

深圳悦海成立初期是一家开关贸易企业，主要下游客户涉及家电、灯饰、办公设备、仪器仪表等行业。2004 年，深圳悦海客户广东伟仕达电器科技有限公司作为一家经营烤箱出口的生产厂家，需要采购一款门控定制微动开关，深圳悦海主动联系了公司，从此打开了广东家电行业市场。

2004 年至 2013 年期间，因东南电子产品质量好、交货速度快，双方展开了长期稳定的合作，各年均发生业务往来，交易具有持续性；深圳东南和深圳悦海的终端客户数量不断增加，且主要为家电生产及配件、汽车配件的制造企业。

随着双方合作的深入，公司为了更好的在广东以及国际市场推广公司产品，2013 年深圳东南注册成立，公司的产品更多的通过深圳东南销售给终端客户。2018 年 1 月 1 日，为了进一步规范管理、加强合作，双方签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

2) DONGNAN KOREA

DONGNAN KOREA 成立于 2006 年，自 2006 年起与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系，报告期内，公司与其交易金额分别为 1,148.71 万元、1,141.24 万元和 1,373.95 万元，占营业收入比重分别为 5.08%、4.53%和 4.55%。

2005 年，公司参与了香港环球资源电子展，在会展上结识了现 DONGNAN KOREA 股东 DH LEE，对方表达了合作意愿，会后与公司一直保持沟通。公司考虑到韩国是全球主要的家电生产市场、微动开关需求旺盛以及通过直销方式进入韩国市场较为困难等因素，双方于 2006 年正式达成合作。随着 DONGNAN KOREA 在韩国销售规模的扩大，并先后与三星、LG 等代工厂等合作，向公司的采购量不断提高。为了规范管理、进一步开拓东南电子的韩国市场，双方于 2018 年 1 月 1 日签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

3) DONGNAN HK

DONGNAN HK 成立于 2005 年 10 月 4 日，自 2020 年起与公司展开合作。2005 年至 2018 年期间，DONGNAN HK 主要经营扎线带、复合端子、耳机、轻触开关等产品的贸易业务。2017 年开始，DONGNAN HK 逐步开展微动开关销售的前期工作，包括客户接洽、产品送样等，并于 2020 年与公司产生微动开关产品交易。2020 年至 2021 年，公司与其交易金额分别为 151.05 万元和 250.91 万元，占营业收入比重分别为 0.60%和 0.83%，占比稳定。

2004 年，美国 E-Switch, Inc. 与公司洽谈业务，并希望公司能够为其代工微动开关产品。该公司为保障自身的权益并规避风险，要求公司聘请一家香港公司作为中间商提供服务。通过多方洽谈，双方决定由郑乐野先生于 2005 年成立 DONGNAN HK，以备后续开展各方业务。随后，在业务洽谈的深入过程中，美国 E-Switch, Inc. 提出了诸多公司难以完成的条件与要求，使得后续公司与美国 E-Switch, Inc. 之间的业务条款未能达成一致，双方未发生交易。

随着公司产能的扩大，公司需要不断开拓国内外市场，提高产品知名度和营业收入。因香港是亚太地区重要的国际贸易中心，在香港寻求合作能够帮助公司提高海外收入，公司与 DONGNAN HK 股东达成合作意向，并于 2018 年 1 月 1 日与 DONGNAN HK 签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。DONGNAN HK 的股东利用其在香港多年的贸易经验与积累，为公司不断积累客户，并于 2020 年开始产生销售收入。

综上所述，深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与公司合作稳定且具备可持续性。

(2) 其他主要经销商与公司的业务合作历史、稳定性

1) 苏州思威

苏州思威成立于 2003 年 4 月 9 日，自 2003 年起与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系，报告期内，公司与其交易金额分别为 751.30 万元、920.30 万元和 1,000.61 万元，占营业收入比重分别为 3.32%、3.66%和 3.31%。

2003 年，公司于上海展览馆的展会上结识了苏州思威。由于苏州思威需要为其客户的电饭煲产品采购合适的微动开关，其向公司提出合作意向。2003 年以来，苏州思威先后与未来电器、索玛自动化等品牌展开合作，与公司同时建立

了长期、稳定的合作关系。

2) Switch Technology (S) PTE LTD.

Switch Technology (S) PTE LTD. 成立于 2000 年 10 月 18 日, 自 2007 年起与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系, 报告期内, 公司与其交易金额分别为 650.08 万元、500.36 万元和 464.81 万元, 占营业收入比重分别为 2.87%、1.99%和 1.54%。

Switch Technology (S) PTE LTD. 位于新加坡, 靠近马来西亚、印度尼西亚等代工厂较多的国家, 主要从事电器及电线配件批发业务。2007 年, Switch Technology (S) PTE LTD. 需要为戴森的产品采购一款合适的微动开关, 经同业推荐向公司提出合作意愿。通过送样、检验与确认, 公司与 Switch Technology (S) PTE LTD. 于当年达成合作关系, 并展开了长期、稳定的合作。

3) 广州一佳

广州一佳成立于 2017 年 12 月 13 日, 自 2017 年起与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系, 报告期内, 公司与其交易金额分别为 222.10 万元、105.79 万元和 332.42 万元, 占营业收入比重分别为 0.98%、0.42%和 1.10%。

广东好太太科技集团股份有限公司成立于 2005 年 1 月 5 日, 主营业务为智能晾衣机、智能锁等家居产品和晾衣架产品的研发、生产和销售。2017 年 9 月, 通过高献微介绍, 广东好太太科技集团股份有限公司与公司开始开展业务合作关系。而后为提高业务管理水平, 实现双方业务关系的进一步拓展, 高献微亲属高献阳于 2017 年 12 月 13 日注册成立广州市一佳工控成套电气有限公司, 专为广东好太太科技集团股份有限公司提供包括公司微动开关产品在内的各种电子配件采购服务。2018 年 11 月起, 与公司微动开关产品的采购业务皆承接至广州一佳, 双方保持了长期、稳定的合作。

4) 厦门耀盈

厦门耀盈成立于 2004 年 4 月 21 日, 自 2004 年起与公司展开合作。2019 年 12 月 27 日, 厦门耀盈实际控制人何一峰姐姐设立厦门盈征普, 随即也与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系, 报告期内, 公司与其交易金额分别为 343.94 万元、341.30 万元和 245.76 万元, 占营业收入比重分别为 1.52%、1.36%和 0.81%。

厦门耀盈、厦门盈征普主营业务是开关、插座等产品的销售，主要下游客户集中在华南区域，以生产商为主。2004 年，厦门耀盈主动向公司提出合作意愿，采购公司的微动开关，以替代国外价格较高的产品，双方保持了长期、稳定的合作。

5) 苏州品仁

苏州品仁成立于 2012 年 3 月 13 日，自 2012 年起与公司展开合作。双方建立了长期稳定的合作关系，报告期内，公司与其交易金额分别为 255.31 万元、481.83 万元和 237.61 万元，占营业收入比重分别为 1.13%、1.91%和 0.79%。

苏州品仁主营业务是开关、电容、继电器、断路器等产品的销售，主要下游客户集中在江浙沪区域，以生产商为主。2012 年，经同业推荐，苏州品仁主动向公司提出合作意愿，采购公司的微动开关，双方保持了长期、稳定的合作。

综上所述，深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 等主要经销商与公司合作稳定且具备可持续性。

2. 深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 各自签订商号和商标授权使用协议的主要条款内容、时间、期限、主要考虑因素

(1) 主要条款内容

报告期内，公司的经销商中存在深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 使用公司商号、商标的情形。公司与上述 3 家经销商签订了《商号和商标授权使用协议》，协议约定的主要条款内容如下：

1) 公司授权经销商使用 “东南” “Dongnan” 的商号和商标（包括图形及其他经营标识）。

2) 公司将商号和部分商标许可经销商使用于其他产品的设计、生产和销售（包括但不限于向第三方提供设计图纸或其他相关资料等），经销商不得任意改变公司注册商标的文字、图案或其组合，并不得超越许可的商品范围使用公司的注册商标；经销商不得将 “东南” “Dongnan” 字样突出使用或单独使用，也不将上述字样使用在除共用商号的公司企业名称以外的任何地方。

3) 公司有权参与经销商的品牌管理工作指导，经销商应当保证使用注册商标的商品质量，具体措施为不定期抽查。

4) 未经公司授权，经销商不得以任何形式和理由将商标和商号授权第三方

使用。

5) 公司与经销商不存在投资或其他任何形式的关联关系，双方在对外宣传中不得对此有虚假宣传。经销商在获得相关注册商标/商标的许可使用权后，将严格遵守与公司签署的经销、代理协议，全面履行合同义务。经销商不得损害“东南”“Dongnan”的商号，或以损害公司名声的方式使用注册商标和商号。

(2) 时间、期限、主要考虑因素

深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 主要系为了规范管理商号和商标的使用范围，明确双方权利和义务以及纠纷解决机制，巩固公司与客户之间的合作，进一步开拓目标区域市场。公司与各方签订商号和商标授权使用协议的时间、期限等具体如下：

签署对象	签订时间	使用期限	考虑因素
深圳市东南伟业电子有限公司	2018 年 1 月 1 日	2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	为了规范管理，并进一步开拓广东家电、汽车市场，实现合作共赢并扩大公司品牌知名度
DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	2018 年 1 月 1 日	2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	为了规范管理，并进一步开拓韩国家电、汽车市场，实现合作共赢并扩大公司品牌知名度
DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD.	2018 年 1 月 1 日	2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	为了规范管理，并进一步开拓香港及海外市场，实现合作共赢并扩大公司品牌知名度

3. 主要经销商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员是否存在关联关系，是否存在公司前员工在以上公司任职或持股的情形

深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 等主要经销商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员关联关系情况及公司前员工在以上公司任职或持股情况如下：

序号	签署对象	是否存在 关联关系	是否存在 任职情形	是否存在 持股情形
1	深圳市东南伟业电子有限公司	否	是	否
2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	否	否	否
3	苏州工业园区思威电子有限公司	否	否	否
4	Switch Technology (S) PTE LTD.	否	否	否
5	广州市一佳工控成套电气有限公司	否	否	否

6	DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	否	否	否
7	厦门耀盈机电设备有限公司	否	否	否
8	苏州品仁电子科技有限公司	否	否	否

公司前员工林应辉曾在深圳东南任职，未持有深圳东南股权，简历如下：林应辉，男，1974 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，助理工程师。1994 年 7 月至 2005 年 9 月在广东美的电饭煲有限公司，任品质主管；2005 年 10 月至 2007 年 11 月在浙江苏泊尔电器有限公司，任品质部经理；2007 年 12 月至 2009 年 9 月在佛山西特电器有限公司，任副总经理；2009 年 10 月至 2012 年 6 月在中山龙德电器有限公司，任副总经理；2012 年 7 月至 2013 年 4 月，自由职业；2013 年 5 月至 2013 年 10 月在浙江达威电子有限公司，任质量部经理，2013 年 11 月至 2016 年 5 月在东南有限，任副总经理；2016 年 6 月至 2017 年 5 月在公司任公司副总经理。

由于林应辉在公司工作期间负责产品生产及质量，结识了作为客户的深圳东南股东。2018 年初，因深圳东南建立生产车间，需要该方面人才，故寻求林应辉帮助，因此在 2018 年 4 月任职于深圳东南，并于 2019 年 5 月离职。报告期内，林应辉未持有深圳东南股权。

报告期内，深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 等主要经销商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员均不存在关联关系，除林应辉作为公司前员工曾任职于深圳东南以外，均不存在公司前员工在以上公司担任主要股东、董事、监事、高级管理人员或持股的情形。

4. 结合三家经销商的经营规模，说明报告期内向公司大额采购的商业合理性

报告期内，深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 向公司大额采购具备商业合理性，具体分析详见本问询函回复一（一）2 之说明。

（三）说明报告期内发行人与深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 交易的公允性。

1. 深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 各系列产品的单价对比

报告期内，深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 各系列微动开关产品的平均销售单价与经销商平均销售单价对比如下：

单位：元/只

产品	平均单价	2021 年	2020 年	2019 年
KW 系列	深圳东南	0.71	0.72	0.75
	DONGNAN KOREA	0.62	0.64	0.68
	DONGNAN HK	0.60	0.62	/
	经销商平均单价	0.65	0.63	0.66
	经销商平均单价 (剔除上述三家公司)	0.64	0.60	0.62
WS 系列	深圳东南	1.73	1.76	1.92
	DONGNAN KOREA	2.14	3.57	3.97
	DONGNAN HK	3.41	3.29	/
	经销商平均单价	1.95	2.34	2.48
	经销商平均单价 (剔除上述三家公司)	2.70	2.93	2.80
MS 系列	深圳东南	1.17	1.18	1.21
	DONGNAN KOREA	1.17	1.21	1.36
	DONGNAN HK	1.28	1.41	/
	经销商平均单价	1.21	1.26	1.30
	经销商平均单价 (剔除上述三家公司)	1.25	1.26	1.22

(1) KW 系列

报告期内，公司 KW 系列产品经销平均单价分别为 0.66 元/只、0.63 元/只和 0.65 元/只，较为稳定，与三家公司平均单价相比无重大差异。其中，DONGNAN KOREA 与经销商平均单价较为接近，深圳东南和 DONGNAN HK 有一定差异，主要系产品结构差异导致，具体如下：（1）深圳东南的 KW 系列产品单价分别为 0.75 元/只、0.72 元/只和 0.71 元/只，相比均价较高，主要是深圳东南采购了较多单价较高的 KW4A 型号和 KW3A 型号产品；（2）DONGNAN HK 的 KW 系列产品 2021 年单价为 0.60 元/只，相比均价偏低，主要原因是，DONGNAN HK 采购了较多单价较低的 KW10 型号产品。

(2) WS 系列

报告期内，公司 WS 系列产品经销平均单价分别为 2.48 元/只、2.34 元/只和 1.95 元/只，与三家公司平均单价相比无重大差异。其中，深圳东南的 WS 系列产品单价低于经销商平均单价，DONGNAN KOREA 和 DONGNAN HK 的 WS 系列产品

单价高于经销商平均单价，具体如下：（1）报告期内，深圳东南的 WS 系列产品单价分别为 1.92 元/只、1.76 元/只和 1.73 元/只，相比较低，主要系深圳东南对单价较高的 WS2 型号产品采购较少，且其采购的 WS1 型号产品不包含线束或动臂等配件，成本相对较低；（2）报告期内，DONGNAN KOREA 的 WS 系列产品单价分别为 3.97 元/只、3.57 元/只和 2.14 元/只，相比均价较高，主要系 DONGNAN KOREA 对单价较高的 WS2 型号产品采购量不同，且其采购的 WS1 型号产品包含了线束或动臂等配件，成本相对较高；2021 年 DONGNAN KOREA 的 WS 系列产品单价下降的主要原因系单价较高的 WS2 型号产品采购较少；（3）2020 年、2021 年 DONGNAN HK 的 WS 系列产品单价分别为 3.29 元/只和 3.41 元/只，平均单价较高，主要原因系该客户采购量较小。

（3）MS 系列

报告期内，公司 MS 系列产品经销平均单价分别为 1.30 元/只、1.26 元/只和 1.21 元/只，与三家公司平均单价相比差异较小，各期变动主要系采购的型号有所不同所致，均具有公允性。

报告期内，公司与深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 各系列产品的销售价格与经销商价格相比无重大差异，销售定价分别依据各自需求，按照市场化原则，经双方比价、议价后确定，相关交易具备公允性。

2. 深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 的毛利率及对经销模式下毛利率的影响情况

报告期内，公司对深圳东南、DONGNAN HK 的毛利率水平略低于其他经销商，DONGNAN KOREA 的毛利率水平存在一定波动，具体情况如下：

单位：万元

类 别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
深圳市东南伟业电子有限公司	586.21	27.66%	454.40	34.04%	384.17	35.17%
DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	407.14	29.63%	467.96	41.02%	543.25	47.31%
DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD.	86.01	34.28%	63.54	42.06%	—	—
其他经销客户	1,097.70	38.17%	1,340.03	44.47%	1,275.17	45.54%
合 计	2,177.06	34.92%	2,325.93	42.25%	2,202.59	45.90%

由上表可知，报告期内深圳东南的主营业务毛利率分别为 35.17%、34.04%、27.66%，低于其他经销商；2019 年度 DONGNAN KOREA 的毛利率与其他经销商基本持平，最近两年低于其他经销商；DONGNAN HK 最近两年的毛利率低于其他经销商。具体分析如下：

(1) 深圳东南和 DONGNAN KOREA

公司对深圳东南和 DONGNAN KOREA 的主营业务毛利率整体低于其他经销商，主要原因系深圳东南和 DONGNAN KOREA 采购量较大且保持稳定、合作程度较深等，具体如下：

1) 销售量较大且保持稳定

报告期各期，公司对深圳东南和 DONGNAN KOREA 的销售收入情况如下：

单位：万元

公司	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
深圳东南	销售收入	2,119.04	1,340.24	1,096.16
	占营业收入比例	7.01%	5.32%	4.84%
	占经销收入比例	31.87%	23.70%	21.72%
DONGNAN KOREA	销售收入	1,373.95	1,141.24	1,148.71
	占营业收入比例	4.55%	4.53%	5.08%
	占经销收入比例	20.66%	20.18%	22.76%

由上表可知，报告期内公司对深圳东南和 DONGNAN KOREA 的销售收入和占比均保持较高水平，故公司对其销售的毛利率水平整体低于其他经销商。

2) 合作程度较深

公司与深圳东南和 DONGNAN KOREA 分别于 2004 年和 2006 年开始合作，合作时间较长，随着销售量和合作程度的不断加深，双方都有意进一步加深合作。

公司认为，珠三角地区和韩国地区是重要的家电、新能源汽车生产集群，微动开关市场巨大，但由公司自行开拓市场，成本较高；深圳东南和 DONGNAN KOREA 在珠三角地区和韩国地区拥有较好的客户资源和销售渠道，具有较好的现场沟通能力和客户服务水平，通过与其合作，采用经销方式开拓当地市场更加经济，且其公司名中冠以“东南”字样，更加有利于市场开拓。深圳东南和 DONGNAN KOREA 与公司合作情况良好，认可公司产品品质和服务，同样有意加深合作。因此，深圳东南和 DONGNAN KOREA 在公司名称中冠以“东南”、“dongnan”字样，继续与

公司开展合作。

通过长时间的合作和深入的磨合，公司与深圳东南和 DONGNAN KOREA 在珠三角地区、韩国地区市场建立了良好的经销生态。因此，公司对其销售的毛利率水平整体低于其他经销商。

综上所述，公司对深圳东南和 DONGNAN KOREA 的主营业务毛利率整体低于其他经销商，具有合理性。

(2) DONGNAN HK

公司对 DONGNAN HK 的主营业务毛利率低于其他经销商，主要原因包括 DONGNAN HK 主要采购的产品系毛利率相对较低的 KW 系列以及 MS 系列，以及公司拟通过 DONGNAN HK 打开香港市场等，具体如下：

1) 采购结构

DONGNAN HK 向公司采购的产品主要系 KW 系列和 MS 系列，该等系列产品的毛利率水平低于 WS 系列，故使得 DONGNAN HK 的毛利率水平低于其他经销商。具体情况如下：

单位：万元

主营业务收入	2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比
KW 系列	172.49	68.77%	89.78	59.44%
WS 系列	8.59	3.42%	4.25	2.81%
MS 系列	61.29	24.44%	47.80	31.65%
其他	8.46	3.37%	9.22	6.10%
合计	250.83	100.00%	151.05	100.00%

2020 年度、2021 年度，公司向 DONGNAN HK 销售的 KW 系列和 MS 系列占向其销售总额比例的 91.09%、93.20%，均超过 90%。KW 系列和 MS 系列产品的毛利率水平相对 WS 系列毛利率水平较低，从而使得 DONGNAN HK 的毛利率水平低于其他经销商。

2) 拟通过 DONGNAN HK 打开香港市场

报告期内，公司产品市场需求旺盛，产能长期处于较为饱和的状态。新厂区建成投产后，公司产能逐渐释放，除满足现有市场需求外，公司有意向进一步扩宽海外市场，提高产品知名度和营业收入。香港是亚太地区重要的国际贸易中心，

公司与 DONGNAN HK 达成合作意向，通过 DONGNAN HK 打开香港市场，挖掘香港乃至全球客户。因此，公司对 DONGNAN HK 的销售毛利率较低，使其产品销售价格更具有竞争力。

综上所述，公司对 DONGNAN HK 的主营业务毛利率低于其他经销商，具有合理性。

(四) 说明郑乐野的基本情况，是否曾在发行人任职，与发行人是否存在关联关系，其持有的发行人持股平台的股份转出的原因；郑乐野成立 DONGNAN HK 的背景、原因。

1. 说明郑乐野的基本情况，是否曾在公司任职，与公司是否存在关联关系

郑乐野为公司原间接股东，其不属于公司的员工、前员工，与公司以及公司董事、监事、高级管理人员、关键人员不存在关联关系。郑乐野及其家人于上世纪 90 年代开始在香港工作与生活，主要经营蜂鸣器、轻触开关、线扎带等产品的对外贸易。DONGNAN HK 系由郑乐野与陈小寒夫妇各出资 50.00% 设立，实际控制人为郑乐野与陈小寒夫妇；2018 年，郑乐野因病逝世，DONGNAN HK 实际控制人变更为陈小寒，至今未发生变化。DONGNAN HK 与公司不存在关联关系。

2. 郑乐野成立 DONGNAN HK 的背景、原因

2004 年，美国 E-Switch, Inc. 与公司洽谈业务并希望公司能够为其代工微动开关产品，该公司为保障自身的权益并规避风险，要求公司聘请一家香港公司作为中间商提供服务。通过多方洽谈，双方决定由郑乐野先生于 2005 年成立 DONGNAN HK，并引用东南电子商号，以备后续开展各方业务。随后，在业务洽谈的深入过程中，美国 E-Switch, Inc 提出了诸多公司难以完成的条件与要求，使得后续公司与美国 E-Switch, Inc 之间的业务条款未能达成一致，双方未发生交易。因此，DONGNAN HK 成立后未立即与公司进行合作，也未立即开展微动开关的销售工作。

3. 郑乐野持有的公司持股平台的股份转出的原因

2017 年，郑乐野通过众创投资持有公司 10 万股股份，持股比例 0.16%。2018 年因郑乐野因病过世，同时公司为进一步加强众创投资作为员工持股平台的目的，经过沟通，2019 年 6 月，该投资份额由众创投资执行事务合伙人仇文奎回购。

(五) 结合对深圳市东南伟业电子有限公司、DONGNAN KOREA 的订单情况、发货记录、发货数量等，说明报告期各期末以上两家经销商期末库存量较大的原因及合理性，发行人是否通过向经销商“压货”以增加销售收入，以上库存的期后销售情况。

1. 报告期内主要经销商各期末库存情况

报告期内，主要经销商各期末库存情况如下：

单位：万只

序号	客户名称	2021 年度/末			2020 年度/末			2019 年度/末		
		销售数量	期末库存量	期末库存量/销售数量	销售数量	期末库存量	期末库存量/销售数量	销售数量	期末库存量	期末库存量/销售数量
1	深圳东南	2,539.88	519.70	20.46%	1,683.16	210.19	12.49%	1,328.99	129.56	9.75%
2	DONGNAN KOREA	1,824.57	587.90	32.22%	1,602.81	598.52	37.34%	1,539.74	541.08	35.14%
3	苏州思威	1,237.95	58.69	4.74%	1,253.69	93.17	7.43%	1,049.04	50.09	4.77%
4	Switch Technology(S) Pte Ltd.	1,004.78	150.00	14.93%	1,009.05	66.00	6.54%	1,251.11	—	—
5	广州一佳	422.25	15.75	3.73%	120.21	7.03	5.85%	241.57	7.13	2.95%
6	DONGNAN HK	346.04	—	—	190.63	—	—	—	—	—
7	厦门耀盈	339.97	8.25	2.43%	462.51	6.99	1.51%	452.51	18.34	4.05%
8	苏州品仁	386.56	9.24	2.39%	918.74	13.93	1.52%	449.91	2.64	0.59%
合计		8,102.00	1,349.53	16.49%	7,240.80	995.83	13.75%	6,312.87	748.84	11.86%

根据上表，报告期内，公司主要经销商期末库存量占公司对其销售数量的比例分别为 11.86%、13.75%和 16.49%，有所增长，主要原因系终端客户需求增加、经销商提前备货等。其中，经销商苏州思威、苏州品仁和厦门耀盈各期末库存数量及变动比例均较小，其他经销商客户的各期库存情况变动分析具体如下：

(1) 报告期各期，深圳东南和 DONGNAN KOREA 的期末库存数量有所变动，具体详见本问询回复一（五）2 与一（五）3 之说明；

(2) 2021 年末，Switch Technology (S) Pte Ltd. 的期末库存量有所增长，主要原因系，终端客户对微动开关、电源开关、旋转开关等产品的需求量存在一定波动，且 2020 年起受马来西亚新冠疫情影响，部分生产厂商开工率不足，产量下降，对微动开关的需求有所延期；

(3) 报告期各期末，DONGNAN HK 期末未保留库存。报告期内，公司与 DONGNAN HK 的销售均为买断式销售，公司将产品销售给 DONGNAN HK 之后，由其独立承担对最终客户的销售风险。DONGNAN HK 主要依据终端客户的销售订单确定其向公司的采购数量，其订单主要存在两种发货模式：（1）公司将产品直接发往终端生产工厂供其生产使用；（2）公司将产品发至 DONGNAN HK 经营地点，其短期内将所收货品发送至终端生产工厂。DONGNAN HK 除特殊情况仅保留少量的待发产品，安全库存量较低或不储备安全库存，因此，DONGNAN HK 不存在期末库存量较大的情况，相关交易真实。

2. 深圳东南期末库存量较大的原因及合理性，公司是否通过向其“压货”以增加销售收入，以上库存的期后销售情况

报告期内，公司对深圳东南各期销售数量及其期末库存情况如下：

单位：万只

报告期	销售数量	客户期末库存数量	占比
2021 年	2,539.88	519.70	20.46%
2020 年	1,683.16	210.19	12.49%
2019 年	1,328.99	129.56	9.75%

根据上表，深圳东南的各期末库存数量占公司销售给深圳东南的产品数量比重分别为 9.75%、12.49%和 20.46%。报告期内，深圳东南各期末库存量具有合理性，其中 2021 年末库存量较大主要原因系：①终端客户需求提升，深圳东南的业务规模扩大，相应向公司采购产品的数量增加；②家电、汽车等行业的优质客

户的采购量增加，供货及时性要求提高，深圳东南增加了备货量；③新冠疫情因素影响，终端客户的部分订单延后发货。深圳东南订单数量、发货数量与销售数量基本匹配，不存在公司通过向经销商“压货”以增加销售收入的情形；以上库存的期后销售情况良好。具体情况如下：

（1）深圳东南日常备货的原因及合理性

深圳东南保有一定期末库存量，主要原因系公司自 2004 年开始与经销商深圳东南合作，该经销商在深圳、广东等地经营多年，终端客户主要为家电配件生产商、汽车配件生产商。相比其他经销商，深圳东南业务规模较大、终端客户数量较多、采购产品种类众多，故为确保产品供给种类齐全，深圳东南在经营当地设立自有仓库，对各型号的产品均备有一定的库存量。

此外，公司外地员工返乡人数较多且休假时间较长，公司春节前后一个月内产品产量较少。因此，为减少公司春节假期停工影响，深圳东南通常会根据自身经营计划，于春节前提前进行备货，以保证其产品供应的充足性。

（2）深圳东南 2021 年末库存量较大的原因及合理性

报告各期，深圳东南的期末库存量分别为 129.56 万只、210.19 万只、519.70 万只。其中，2021 年末深圳东南库存量较大，主要原因系：

1) 终端客户需求提升，业务规模扩大

深圳东南采购公司产品主要销售至 28 家生产商、1 家贸易商，该等终端客户的主营业务包括家电生产、电机生产及充电枪、车辆连接器、电动车配件生产等。报告期内，深圳东南的营业收入分别约为 1,741 万元、2,044 万元、3,548 万元，整体业务规模呈现上涨趋势。2019 年至 2021 年，深圳东南向公司采购产品的订单数量以及相应对外销售数量如下：

单位：万只

项目	2021 年	2020 年	2019 年
采购订单数量	2,214.88	2,114.40	1,372.33
对外销售数量	2,539.88	1,701.98	1,505.91

根据上表，2021 年，深圳东南的采购订单数量和对外销售数量呈同步增长趋势，且 2021 年采购金额较大，主要系：随着家电、汽车等行业的稳健发展，深圳东南部分终端客户业务规模逐步扩大，进而对公司产品的采购需求增长，深圳东南经营规模随之扩大。因此，为满足业务规模扩大之下的市场周转需求，深

圳东南的库存储备亦呈现上升趋势。

2) 优质客户采购量增加, 供货及时性要求提高

经过多年的经营积累, 深圳东南终端客户群体不断向优质化、规模化方向发展, 其中广东奥科伟业科技发展有限公司、朗科智能 (300543.SZ)、朗特智能 (300916.SZ)、立讯精密 (002475.SZ) 等家电、汽车行业的优质零配件生商与深圳东南建立了良好的业务合作关系。报告期内, 以上主要终端客户的具体情况如下:

单位: 万只

序号	终端客户名称	深圳东南向终端客户销售数量			基本情况	采购发行人产品主要用途
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	广东奥科伟业科技发展有限公司	304.64	239.20	273.00	注册资本为 6,800 万元, 主要从事门窗类电机与智能控制系统设计、生产、销售	用于电动晾衣架、电动窗帘马达的生产
2	深圳市朗科智能电气股份有限公司	99.36	13.00	12.00	A 股上市公司朗科智能 (300543.SZ), 注册资本为 26,816 万元, 专注于智能控制器及智能电源产品的研发、生产和销售	用于家电、汽车等智能控制器的生产
3	深圳朗特智能控制股份有限公司	60.20	26.00	12.00	A 股上市公司朗特智能 (300916.SZ), 注册资本为 6,378 万元, 专注于提供智能控制器产品及解决方案	用于家电、汽车等智能控制器的生产
4	爱源 (厦门) 电子有限公司	45.90	8.00	12.00	注册资本为 2,500 万元, 主营业务为小家电生产、销售	用于家用空气调节器的生产
5	立讯精密工业 (江苏) 有限公司	35.23	6.80	3.20	A 股上市公司立讯精密 (002475.SZ), 注册资本为 698,387 万元, 专注于连接器、连接线等产品的研发、生产和销售	用于汽车充电桩的生产
6	四川永贵科技有限公司	35.03	71.20	55.00	A 股上市公司永贵电器 (300351.SZ), 注册资本为 38,364 万元, 从事各类电连接器、连接器组件及精密智能产品的研发、制造、销售	用于汽车充电桩的生产

7	华星动力 (江苏)有限公司	23.67	—	—	注册资本为2,000万元, 主营业务为车用连接器、高压线束、动力系统产品的生产、销售	用于汽车充电桩的生产
合计		604.03	364.20	367.20	/	/

2021年,除四川永贵科技有限公司,以上主要终端客户向深圳东南采购发行人产品的数量实现明显增长。其中,朗科智能(300543.SZ)、朗特智能(300916.SZ)、立讯精密(002475.SZ)、永贵电器(300351.SZ)为A股上市公司,在产业链中处于相对强势地位,对上游厂商产品供应的及时性要求较高,为避免因断供失去优质客户,深圳东南2021年的备货需求相应提升。

此外,朗特智能(300916.SZ)、立讯精密(002475.SZ)、永贵电器(300351.SZ)、华星动力(江苏)有限公司皆为汽车产业链上的零配件供应商,该类客户对于自身生产效率、产品品质稳定性、交货及时性的要求都更为严格,相应其供应商的准入标准及日常管理标准都更高,故深圳东南需要相应增加库存储备以满足其持续的供应需求。

3) 新冠疫情因素影响,终端客户部分订单延后发货

深圳东南部分终端客户生产的家用电器产品并销往海外市场。2021年,受国外新冠疫情因素影响,部分国外客户的需求有所下降,对家电生产商的生产经营造成一定程度的负面影响,相应要求深圳东南延迟产品交期或暂停部分订单,故2021年末深圳东南个别型号产品的库存消耗放缓。2022年2月起,深圳东南已对该等终端客户陆续恢复供货。

(3) 深圳东南订单数量、发货数量与销售数量的匹配关系

单位:万只

客户名称	项目	2021年	2020年	2019年
深圳市东南伟业电子有限公司	订单数量	2,214.88	2,114.40	1,372.33
	发货数量	2,512.72	1,728.87	1,341.67
	销售数量	2,539.88	1,683.16	1,328.99

根据上表,报告期各期,深圳东南的订单数量、发货数量与销售数量基本匹配,无重大差异,故不存在公司通过向其“压货”以增加销售收入的情形。其中,深圳东南2020年订单数量高于发货数量、销售数量,及2021年发货数量、销售

数量高于订单数量，主要系 2020 年第四季度下单数量较多所致。

(4) 深圳东南的各季度末库存情况及期后销售情况

根据深圳东南提供的收发存数据及说明，2019 年至 2021 年，深圳东南库存的各季度末库存情况、期后实现销售情况如下：

单位：万只

项目	时间	各期末库存量 [注 1]	期后销售数量 [注 2]	期后销售比例 [注 3]
2019 年各季度 末库存情况	2019. 3. 31	205. 62	476. 44	100. 00%
	2019. 6. 30	105. 36	348. 34	100. 00%
	2019. 9. 30	115. 62	418. 88	100. 00%
	2019. 12. 31	129. 56	226. 38	100. 00%
2020 年各季度 末库存情况	2020. 3. 31	145. 26	372. 46	100. 00%
	2020. 6. 30	165. 55	489. 32	100. 00%
	2020. 9. 30	195. 36	613. 81	100. 00%
	2020. 12. 31	210. 19	551. 32	100. 00%
2021 年各季度 末库存情况	2021. 3. 31	322. 15	548. 09	100. 00%
	2021. 6. 30	558. 25	476. 35	85. 33%
	2021. 9. 30	521. 42	566. 38	100. 00%
	2021. 12. 31	519. 70	236. 07	45. 42%

[注 1] 报告期内，深圳东南仅向公司采购微动开关；以上各期末库存量均为深圳东南向公司采购产品的库存量

[注 2] 各期期后实现销售数量统计截止时间为下一期期末。其中，2021 年第四季度期后销售数量的统计截止时间为 2022 年 2 月 28 日

[注 3] 期后销售比例计算口径为期后销售数量占当期期末库存数量的比例，若期后销售数量大于等于当期期末库存数量，则列示为 100. 00%

报告期内，深圳东南期末库存占各期公司向其销售数量比例分别为 9. 75%、12. 49%和 20. 46%。2019 年至 2020 年期间，深圳东南各季度末的存货库存量较为平稳，未出现大幅变动情形；2021 年第一季度起，深圳东南期末库存量增幅较大，主要原因系① 终端客户需求提升，深圳东南的业务规模扩大，相应向发行人采购产品的数量增加；② 家电、汽车等行业的优质客户的采购量增加，供货

及时性要求提高，深圳东南增加了备货量；③ 新冠疫情因素影响，终端客户的部分订单延后发货。报告期内，深圳东南期末库存均系正常的周转备货，其各季度末库存量具备合理性。

综上所述，深圳东南各期末库存量具备合理性，不存在公司通过向其“压货”以增加销售收入的情形，产品实现最终销售良好。

3. DONGNAN KOREA 期末库存量较大的原因及合理性，公司是否通过向其“压货”以增加销售收入，以上库存的期后销售情况

报告期内，DONGNAN KOREA 各期末库存量具备合理性；DONGNAN KOREA 订单数量、发货数量与销售数量基本匹配，不存在公司通过向其“压货”以增加销售收入的情形；以上库存的期后销售情况良好。具体情况如下：

（1）DONGNAN KOREA 各期末库存量较大的原因及合理性

报告期内，公司对 DONGNAN KOREA 各期销售数量及其期末库存情况如下：

单位：万只

报告期	销售数量	客户期末库存数量	占比
2021 年	1,824.57	587.90	32.22%
2020 年	1,602.81	598.52	37.34%
2019 年	1,539.74	541.08	35.14%

根据上表，公司经销商 DONGNAN KOREA 的各期末库存数量占公司销售给 DONGNAN KOREA 的产品数量比重分别为 35.14%、37.34%和 32.22%，相比其他经销商较高，主要原因系：

1) 客户数量和产品种类较多

公司自 2006 年开始与经销商 DONGNAN KOREA 合作，该经销商在韩国经营多年，业务规模相比其他经销商较大，其终端客户数量较多，采购产品种类众多。考虑海外采购微动开关产品所需周期相对较长，为确保产品供给种类齐全，且达到进一步拓展韩国市场的目的，DONGNAN KOREA 在经营当地设立自有仓库，对各型号的产品均备有一定的库存量。

2) 终端客户对货物供应的及时性要求较高

DONGNAN KOREA 的终端客户主要包括了 LG、三星、庆东、林内、起亚等全球知名家电及汽车生产商的代工厂，该等生产商在产业链中处于强势地位，对上游厂商产品供应的及时性要求非常严格。同样，公司的主要客户，如美的集团、格

力电器和中山东菱等，亦均要求公司在其下单后的较短时间内将货物送达。DONGNAN KOREA 的终端客户与美的集团等较为相似，为保证货源的充足性和供货的及时性，避免因断供而丢失客户，DONGNAN KOREA 往往会预备较高的库存量。

3) 公司春节停产影响

单位：万只

公司向 DONGNAN KOREA 发货数量	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
第一季度	307.66	144.49	278.47	179.53
第二季度	426.47	446.93	356.76	450.49
第三季度	742.43[注]	473.47	309.01	314.51
第四季度	326.52	568.02	544.23	461.41
合 计	1,803.08	1,632.91	1,488.46	1,405.94

[注] 2021 年第三季度，公司对 DONGNAN KOREA 发货数量较大，主要系终端客户需求提升及 WS4 等系列产品需求增加所致

经查阅公司的发货记录，除 2021 年第四季度受第三季度发货数量较大影响，公司向 DONGNAN KOREA 的发货数量有所下降以外，报告期内，公司向 DONGNAN KOREA 第四季度发货量相比其他季度发货量较大，主要原因系：公司外来务工者较多，受春节假期影响，外地员工返乡人数较多且休假时间较长，公司春节前后一个月内的产品产量较少。而韩国当地春节期间休假时间较短，故 DONGNAN KOREA 为确保其自身经营的持续性不被国内春节假期的停工影响，同时考虑下游强势生产商送货的及时性要求，通常会在年末提前备货。

公司经销商 Switch Technology (S) PTE LTD. 主要经营地位于新加坡，其春节期间的假期较少，但该经销商的期末库存较少，与 DONGNAN KOREA 有所不同，主要原因系：Switch Technology (S) PTE LTD. 的终端客户数量少，均为戴森品牌加工厂，其采购产品型号主要为 KW10，较为单一。公司根据其稳定的年度采购计划供货，其收到货品即按计划发给下游客户，无需储备较大的库存。

(2) DONGNAN KOREA 订单数量、发货数量与销售数量的匹配关系

单位：万只

客户名称	项目	2021 年	2020 年	2019 年
DONGNAN	订单数量	1,611.07	1,699.59	1,518.65

ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	发货数量	1,803.08	1,632.91	1,488.46
	销售数量	1,824.57	1,602.81	1,539.74

根据上表，报告期各期，DONGNAN KOREA 的订单数量、发货数量与销售数量基本匹配，无重大差异，故不存在公司通过向其“压货”以增加销售收入的情形。其中，DONGNAN KOREA 在 2021 年期间的发货数量、销售数量高于订单数量，主要原因系部分 2020 年 11 月、12 月下发订单于 2021 年初陆续发货。

（3）DONGNAN KOREA 的各季度末库存情况及期后销售情况

根据 DONGNAN KOREA 提供的收发存数据及说明，2019 年至 2021 年，DONGNAN KOREA 的各季度末库存情况、期后实现销售情况如下：

单位：万只

项目	时间	各期末库存量 [注 1]	期后销售数量 [注 2]	期后销售比例 [注 3]
2019 年各季度 末库存情况	2019.3.31	359.24	338.87	94.33%
	2019.6.30	390.32	337.48	86.46%
	2019.9.30	388.02	287.08	73.99%
	2019.12.31	541.08	381.35	70.48%
2020 年各季度 末库存情况	2020.3.31	511.88	386.71	75.55%
	2020.6.30	543.71	347.91	63.99%
	2020.9.30	559.19	337.23	60.31%
	2020.12.31	598.52	464.93	77.68%
2021 年各季度 末库存情况	2021.3.31	446.87	488.26	100.00%
	2021.6.30	394.70	425.05	100.00%
	2021.9.30	577.57	454.11	78.62%
	2021.12.31	587.90	333.64	56.75%

[注 1] 报告期内，DONGNAN KOREA 向公司采购微动开关数量占其微动开关总采购量的比重约为 99%；以上各期末库存量均为 DONGNAN KOREA 向公司采购产品的库存量

[注 2] 各期期后实现销售数量统计截止时间为下一期期末。其中，2021 年第四季度期后销售数量的统计截止时间为 2022 年 2 月 28 日

[注 3] 期后销售比例计算口径为期后销售数量占当期期末库存数量的比例，

若期后销售数量大于等于当期期末库存数量，则列示为 100.00%

根据上表，报告期各季度末，DONGNAN KOREA 的期末库存量基本保持稳定，自 2019 年以来其各季度末库存量有所增长，主要原因系为加强市场竞争力，维护下游强势品牌商的代工厂或采购代理，稳定合作关系，确保及时供货，DONGNAN KOREA 战略性调增整体备货量。其中：1) 2019 年第四季度末较上期增长：受 RINNAIL、HANIL ELECTRIC 等品牌的销售量不及预期影响，其代工厂、采购代理的采购数量减少，使得 DONGNAN KOREA 的期末库存量增加，该部分库存已在期后逐步实现销售；2) 2020 年各季度末库存量较往年增长：2020 年初以来，韩国地区的新冠疫情未明显稳定，且国际贸易中的海运资源趋于紧张，DONGNAN KOREA 为保障微动开关的供应提高了安全库存。

报告期内，DONGNAN KOREA 期末库存占各期公司向其销售数量比例分别为 35.14%、37.34%和 32.22%，其期末库存均系正常的周转备货。

综上所述，DONGNAN KOREA 各期末库存量具备合理性，不存在公司通过向其“压货”以增加销售收入的情形，产品实现最终销售情况良好。

(六) 2021 年，发行人对深圳东南销售收入金额较大的原因及合理性

报告期内，公司对深圳东南各期的交易金额、交易占比、销售数量及各期末库存情况如下：

单位：万元、万只					
报告期	交易金额	占经销商收入比重	占营业收入比重	销售数量	客户期末库存数量
2021 年度/末	2,119.04	31.87%	7.01%	2,539.88	519.70
2020 年度/末	1,340.24	23.70%	5.32%	1,683.16	210.19
2019 年度/末	1,096.16	21.72%	4.84%	1,328.99	129.56

注：以上关于销售收入的披露口径为营业收入

根据上表，2021 年，公司与深圳东南的交易金额为 2,119.04 万元，占 2020 年交易金额的 158.11%，主要系 2021 年公司对其销售数量大幅增长以及公司对其销售产品单价有所增长。

1. 2021 年销售数量大幅增长

2021 年，公司向深圳东南销售量为 2,539.88 万只，占 2020 年的比重为 150.90%，主要原因系深圳东南终端客户的采购需求增加。具体情况如下：

深圳东南采购公司产品主要销售至 28 家生产商、1 家贸易商，该等终端客户的主营业务包括家电生产、电机生产及充电枪、车辆连接器、电动车配件生产等。报告期内，深圳东南的营业收入分别约为 1,741 万元、2,044 万元、3,548 万元，整体业务规模呈现上涨趋势。2019 年至 2021 年，深圳东南向公司采购产品的订单数量以及相应对外销售数量如下：

单位：万只

项目	2021 年	2020 年	2019 年
采购订单数量	2,214.88	2,114.40	1,372.33
对外销售数量	2,539.88	1,701.98	1,505.91

根据上表，2021 年，深圳东南的采购订单数量和对外销售数量呈同步增长趋势，且 2021 年采购金额较大，主要系：随着家电、汽车等行业的稳健发展，深圳东南部分终端客户业务规模逐步扩大，进而对公司产品的采购需求增长，深圳东南经营规模随之扩大。

2. 2021 年销售单价有所增长

2021 年 3 月 9 日，公司向客户发布关于 2021 年 3 月 20 日起产品单价上调的通知，并分别与客户就单价调整事项进行协商，以确定产品单价具体调整方案及最终调整幅度。2021 年，公司对深圳东南销售的部分型号产品的单价实现小幅上调，使得公司当期与深圳东南的交易金额有所增加，但总体影响金额有限，主要系：公司于 3 月份启动提价事宜，各项产品的提价系通过双方最终协商和谈判后逐步确定，同时涨价后的客户订单在下半年开始逐步确认收入，因此，产品提价对公司营业收入的影响具有一定的滞后性。

综上所述，2021 年，公司对深圳东南的销售收入金额较大具有合理性。

（七）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）获取经销商明细表，根据交易规模分析经销商数量分布情况；

（2）通过工商登记信息、邮件、企业信用信息公示系统查询等方式获取主要经销商的相关工商信息，包括成立时间、注册地、股东及董监高信息，同时查阅公司董监高及股东调查表，确认客户与公司不存在关联关系；通过网络查询等方式，获取公司主要经销商的官方网址、公司背景等信息，核实客户的真实性；

（3）获取主要经销商的确认函，了解报告期内主要经销商的经营规模；获取

主要经销商的主要终端客户清单及其销售数量，同时通过工商信息查询、网址查询等方式，了解终端客户的经营类别、产品类别，与公司产品功能的相关性，分析经销商持续向公司进行大额采购的原因及商业逻辑；

(4) 访谈公司总经理、销售部门负责人、销售人员，了解报告期内公司主要经销商的基本情况、交易模式、公司与主要经销商建立合作关系的过程、订单获取方式、合作历史、合作原因、具体合作情况；查阅公司董监高及股东调查表，核查主要经销商与公司是否存在关联关系；获取主要经销商的确认函，结合公司花名册，了解是否存在公司前员工在主要经销商任职或持股的情形；

(5) 访谈公司管理层，了解深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 名称与公司相近的原因、共用商号客户的销售政策；核查工商主管部门对商号使用的核准、查阅《商号和商标授权使用协议》；登录中国裁判文书网、信用中国、国家企业信用信息公示系统官方网站，网络查询公司与深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 的涉诉、纠纷情况；

(6) 获取销售明细表，计算深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 及其他经销商各系列的产品单价并进行对比；取得公司与经销商交易的报价单据、销货清单、发票等，就深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 与其他经销商采购类型、采购数量、销售单价、毛利率等进行对比，确认单价、毛利率的合理性；

(7) 访谈 DONGNAN HK 主要股东，了解郑乐野的基本情况、郑乐野是否与公司存在关联关系、郑乐野成立 DONGNAN HK 的背景、原因；访谈公司管理层，了解郑乐野是否曾在公司任职、郑乐野持有的公司持股平台的股份转出的原因；查阅公司董监高及股东调查表，核查郑乐野与公司是否存在关联关系；

(8) 获取公司经销商清单、订单及发货明细表，对于公司内销收入，抽查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、出库单、对账单等；对于出口收入，获取公司海关报关数据、电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、销售发票、提单等支持性文件；检查收入确认的时点、金额、数量是否准确；核实相关交易的真实性；

(9) 获取深圳东南、DONGNAN KOREA 的收发存明细表、各季度末库存信息、主要终端客户明细表；检查深圳东南、DONGNAN KOREA 的订单情况、发货情况、销售情况的匹配性；获取深圳东南、DONGNAN KOREA 的销售明细表，计算其各系

列产品单价；同时访谈公司销售部门负责人、销售人员，了解深圳东南、DONGNAN KOREA 期末库存量较大的原因，确认其期末库存量及最终销售流向的合理性，确认 2021 年公司对深圳东南销售收入金额较大的原因及合理性；

(10) 了解公司与经销收入相关的内控制度，对公司报告期内的所有经销商客户进行穿行测试，抽查销售合同、销售订单、邮件往来记录、发货单、出口报关单、货运单、提单、发票、回款凭证等，评价内控制度是否有效执行；

(11) 实地走访经销商客户 8 家，因疫情因素对 3 家境外经销商客户进行视频访谈，抽查经销商对外发货单、发票、出库记录等，查看境内经销商的生产经营场所、对境内经销商库存实施监盘，核查范围如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销商客户营业收入（万元）	6,649.98	5,654.31	5,046.46
核查覆盖收入（万元）	6,649.98	5,654.31	5,046.46
核查覆盖收入占比	100.00%	100.00%	100.00%

(12) 针对公司经销模式下是否实现最终销售，我们具体执行了以下核查程序：

类型	项目	核查情况
直接核查	函证、访谈情况	对报告期内全部 11 家经销商实施了函证、访谈程序，核查覆盖率 100%。
终端核查	覆盖比例	① 除 Switch Technology (S) PTE LTD. 以外，对公司其他经销商的终端客户均进行了核查，核查比例覆盖经销商销售收入的 87.12%、91.15%和 93.01%； ② 对经销商终端客户实施走访、函证、替代程序核查覆盖的最终销售数量占公司向经销商销售数量的比例分别为 56.27%、57.70%、57.67%。
	终端核查程序	① 获取经销商客户的主要终端客户清单及其销售数量，对该等客户通过工商信息查询、网址查询等方式，了解终端客户的经营类别、产品类别，与公司产品功能的相关性，客户采购的合理性； ② 获取经销商主要终端客户的主要股东、董监高信息，并核查终端客户的主要股东、董监高与公司是否存在关联关系； ③ 对各经销商客户的终端客户进行抽查并访谈，共访谈终端客户 36 家；对终端客户进行抽查并函证，共函证终端客户 51 家；访谈和函证内容包括经营类型、主要产品、关联关系、开展业务时间、采购规模等。
	替代程序	① 抽查经销商对终端客户的销售订单、发货单、发票等单据共 345 笔，与经销商销售客户及明细进行对比，核

		查了主要经销商销售的真实性，未发现异常； ② 由于 Switch Technology (S) PTE LTD. 的终端客户均为戴森加工厂，出于客户信息保密的考虑因素，未能对其终端客户进行访谈及函证，故对其进行替代程序，包括取得经销商客户对其终端客户的销售单、运输单等。
--	--	---

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司主要经销客户各期采购数量合理，相关交易具备商业实质，主要经销客户持续向公司进行大额采购，主要系其主要客户存在对公司微动开关产品的购买需求，其向公司持续进行大额采购具有合理的商业逻辑；

(2) 深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 等主要经销商与公司的合作稳定；主要经销商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员均不存在关联关系，除林应辉作为公司前员工曾任职于深圳东南以外，均不存在在公司前员工在以上公司担任主要股东、董事、监事、高级管理人员或持股的情形；深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 向公司大额采购具备商业合理性；

(3) 报告期内公司与深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 的交易价格具备公允性；公司对深圳东南、DONGNAN KOREA、DONGNAN HK 的毛利率水平整体低于其他经销商，具有合理性。

(4) 郑乐野为公司原间接股东，其不属于公司的员工、前员工，与公司以及公司董事、监事、高级管理人员、关键人员不存在关联关系；因郑乐野于 2018 年因病过世，且公司为进一步加强众创投资作为员工持股平台的目的，郑乐野于逝世次年退出众创投资；郑乐野成立 DONGNAN HK 主要原因系，作为中间商为美国 E-Switch, Inc. 与公司之间的业务往来提供服务；

(5) 报告期内，深圳东南、DONGNAN KOREA 各期末库存量具备合理性；不存在公司通过向经销商“压货”以增加销售收入的情形；以上库存期后销售情况良好；

(6) 2021 年，公司对深圳东南的销售收入金额较大，主要系深圳东南终端客户需求提升以及公司对其销售产品单价有所增长，具备合理性；

(7) 报告期内，公司经销模式下已实现最终销售。

二、关于贸易商。根据申报材料和审核问询回复，报告期内与发行人合作的贸易商数量分别为 117 家、161 家、264 家、183 家，实现收入占营业收入比

例为 4.68%、4.44%、5.65%、7.47%。请发行人：（1）说明对贸易商和经销商的划分标准，在销售价格、信用期限、交易方式（如买断式销售）等方面是否存在差异；按交易规模，报告期内贸易商数量分布情况。（2）说明报告期内贸易商数量大幅增加的原因及合理性，是否存在大量退出或不再交易的贸易商，对该类贸易商的销售情况，相关产品是否已实现最终销售。（3）量化分析同为直销客户，报告期内发行人对生产型客户的毛利率低于贸易商客户的原因及合理性；对生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并进一步说明对发行人贸易模式下是否实现最终销售的核查过程及结论。（审核问询函问题 4）

（一）说明对贸易商和经销商的划分标准，在销售价格、信用期限、交易方式（如买断式销售）等方面是否存在差异；按交易规模，报告期内贸易商数量分布情况。

1. 说明对贸易商和经销商的划分标准，在销售价格、信用期限、交易方式（如买断式销售）等方面是否存在差异

（1）对贸易商和经销商的划分标准

公司对贸易商与经销商的区别及划分标准主要包括：

1）经销协议：公司制定了严格的经销商选取标准，包括销售经验、专业服务、资金实力、库存管理能力等，并在选取合格经销商后，与对方签订经销协议，以建立长期稳定的合作关系；而贸易商因采购规模较小，且没有特定的代理品牌、长期采购和供应计划，采购时往往签署采购合同或订单，未与公司开展深度合作。

2）采购规模：公司经销商的采购规模明显高于贸易商的采购规模。公司选择的经销商具备丰富的客户资源、渠道以及稳定、连续的产品消化能力，报告期内，各经销商的采购规模均保持在 100 万元以上；受到自身业务规模、资本实力的约束，贸易商向公司采购的规模较小，报告期各期的交易金额均主要分布在 0~1 万元和 1~5 万元区间内，该区间贸易商数量的占比约为 76.40%、79.17%和 76.74%。

3）公司管理约束：公司经销商需向公司报备其终端客户信息，以便公司进行客户管理，另外，经销商在开拓新客户前需向公司报备，在公司确定无其他经销商报备后方能进行开拓；贸易商的采购规模较小，公司对其约束力较弱。

(2) 贸易商和经销商在销售价格、信用期限、交易方式（如买断式销售）等方面是否存在差异

1) 销售价格

报告期内，公司对于经销商的定价低于贸易商，主要原因系：①公司与经销客户合作时间较长，其采购量较大且保持稳定；②经销商在其客户资源或市场中推广公司产品，有利于增强公司在市场上的渗透率和占有率，有利于树立公司的品牌形象；③相较经销客户，贸易型直销客户的产品定制化程度较低，采购量较小或采购不够连续。在公司以销定产的经营模式之下，如此较小规模的采购订单将会造成较高的开工损耗和管理成本，故公司对采购规模较小的贸易型客户通常制定较高的销售价格；④贸易型客户议价能力相对较弱。

2) 信用期限

报告期内，除部分贸易商以先款后货方式结算以外，公司对贸易商和经销商的信用期限范围不存在较大差异，具体情况如下：

对于贸易型客户，公司基于采购规模、回款方式、双方合作历史、所属地区等因素对其提供不同的信用期限：①主要贸易型客户：公司为争取与其建立长期合作关系，主要给予其 60~90 天不等的信用期限，考虑到境外销售的信用风险及外汇风险较高，公司要求部分境外客户以先款后货方式进行结算；②其他贸易型客户：客户采购量和采购频率较低，公司与其开展合作的模式以先款后货为主。

对于经销型客户，公司经销型客户主要为拥有当地市场资源、具备持续稳定的产品消化能力的区域型经销商，其采购规模较大且与公司签订了经销协议，因此被给予 30~120 天不等的信用期限。

3) 交易方式

报告期内，除贸易商没有特定的代理品牌、长期采购和供应计划，及其未与公司签订经销协议或其他长期合作的框架协议以外，贸易商和经销商在交易方式方面不存在较大差异。公司对贸易商与经销商均采用买断式销售模式，公司将产品销售给贸易商或经销商之后，由其独立承担对最终客户的销售风险。

2. 按交易规模，报告期内贸易商数量分布情况

报告期各期，公司贸易商数量分别为 161 家、264 家和 258 家，呈增长趋势，其中大部分贸易商的采购规模较小，具体分布情况如下：

单位：万元、家

交易规模	2021 年			2020 年			2019 年		
	金额	占比	家数	金额	占比	家数	金额	占比	家数
100 万元及以上	1,022.58	40.10%	6	106.76	7.50%	1	112.42	11.17%	1
10~100 万元（含 10 万元，下同）	1,208.27	47.39%	39	982.16	69.04%	32	670.93	66.66%	21
5~10 万元	99.73	3.91%	15	154.62	10.87%	22	100.96	10.03%	16
1~5 万元	188.66	7.40%	73	138.16	9.71%	58	97.68	9.71%	39
0~1 万元	30.57	1.20%	125	40.91	2.88%	151	24.53	2.44%	84
合计	2,549.82	100%	258	1,422.61	100%	264	1,006.52	100%	161

注：以上关于交易金额的披露口径为营业收入

根据上表，与公司交易在 5 万元以下的贸易商数量占当期贸易商总数的比例分别为 76.40%、79.17%和 76.74%，主要系公司贸易商的采购规模较小，且没有特定的代理品牌、长期采购和供应计划，采购时签署采购合同或订单，双方未开展深度合作。

（二）说明报告期内贸易商数量大幅增加的原因及合理性，是否存在大量退出或不再交易的贸易商，对该类贸易商的销售情况，相关产品是否已实现最终销售。

1. 说明报告期内贸易商数量大幅增加的原因及合理性

报告期各期，公司贸易商数量分别为 161 家、264 家和 258 家，贸易商数量呈上升趋势。主要原因系：（1）随着公司产品知名度的不断提高、市场竞争力的加强，向公司采购产品的贸易商逐年增加；（2）随着公司产能的增长，公司在满足美的集团、格力电器等大型生产商的同时，可以进一步满足其他交易规模较小的贸易商的订单需求。因此，报告期内贸易商数量大幅增加具备合理性。

2. 是否存在大量退出或不再交易的贸易商，对该等贸易商的销售情况

报告期内，公司退出的贸易商数量共计 194 家，该等客户中报告期累计采购额小于 5 万元的数量为 174 家，占比 89.69%。上述退出贸易商对公司销售额影响较小，其中，2019 年退出贸易商数量为 25 家，该部分退出贸易商上年销售额为 150.21 万元；2020 年退出贸易商数量为 56 家，该部分退出贸易商上年销售额为 133.07 万元；2021 年退出贸易商数量为 113 家，该部分退出贸易商上年销售额为 154.15 万元。退出的贸易商均为采购额较小的零星客户，因其自身需求

因素，后续未向公司继续采购产品，具有合理性。

3. 相关产品是否已实现最终销售

报告期内，公司退出或不再交易的贸易商的销售均已实现，原因系：

(1) 买断式销售

报告期内，公司与贸易商的销售均为买断式销售，公司将产品销售给贸易商之后，由贸易商独立承担对最终客户的销售风险。贸易商除不是公司产品最终使用方外，其与公司之间的权利义务关系、风险转移时点与生产型直销客户并无实质区别。

(2) 退货条款

公司对贸易商的退货条款约定，除出现质量问题以外不允许退货，部分客户因订单错误、调整等因素经公司审批后允许换货。报告期内，公司与客户不存在重大产品退回争议、产品质量争议、货款纠纷等情形。各期贸易商退换货金额分别为 4.67 万元、5.53 万元、4.54 万元，不存在大额退换货情形。

(3) 收款情况良好

报告期内，公司退出的贸易商主要以先款后货的方式进行交易，收款情况良好，不存在大额坏账的情形。

综上，报告期内，公司与退出贸易商均采用买断式销售模式，期间不存在大额退换货情形且收款情况良好，故公司退出或不再交易的贸易商的销售均已实现，相关产品已实现最终销售。

(三) 量化分析同为直销客户，报告期内发行人对生产型客户的毛利率低于贸易商客户的原因及合理性；对生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平的原因及合理性。

1. 量化分析同为直销客户，报告期内公司对生产型客户的毛利率低于贸易商客户的原因及合理性

公司对生产型直销客户的毛利率低于贸易型客户毛利率，主要原因系部分大型生产型客户的采购量较大且连续，公司对其报价较低，毛利率水平偏低，从而拉低了生产型客户的平均毛利水平。

报告期内，公司对不同销售规模生产型客户的主营业务毛利率水平以及和贸易型客户的对比情况如下：

单位：万元

类别	2021 年		2020 年度		2019 年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
生产型客户	7,268.10	34.97%	7,580.82	41.96%	7,615.79	45.99%
其中：报告期各期前五大生产型客户	2,395.39	24.66%	3,115.44	33.72%	3,256.90	39.40%
其他生产型客户（A）	4,872.71	44.02%	4,465.38	50.58%	4,358.88	52.55%
贸易型客户（B）	1,014.31	39.83%	709.28	49.92%	556.47	55.43%
毛利率差异（A-B）	/	4.19%	/	0.65%	/	-2.88%

注：报告期各期前五大生产型客户包含美的集团股份有限公司、中山东菱威力电器有限公司、宁波博菱电器股份有限公司、菲尼克斯亚太电气（南京）有限公司、PANASONIC LIFE SOLUTIONS (H.K.) CO., LTD、珠海格力电器股份有限公司、E.M.B. CORPORATION、深圳市联创三金智能科技有限公司

由上表可知，报告期内，剔除各期前五大生产型客户后，其他生产型客户的毛利率水平与贸易型客户较为接近。2021 年其他生产型客户的毛利率水平高于贸易型客户，主要系贸易型客户的产品销售结构变化所致。

公司在与客户协商议价时，综合考量客户品牌口碑、订单规模、合作程度以及产品盈利水平、市场竞争情况、定制化程度、工艺复杂程度等多种因素，最终与客户达成一致。对于不同类型的客户，公司的定价惯例存在一定差异，对美的集团等家电头部生产企业的定价低于其他采购量较小的中小型生产企业与贸易型直销客户，主要原因包括：

（1）采购量大且保持稳定

家电头部生产企业均拥有丰富的产品线，生产、销售数量大，市场份额稳定。微动开关是家电产品重要的安全组件，客户对微动开关产品的需求量与其销售情况直接挂钩，采购量明显高于其他中小型生产企业或贸易型直销客户，而且采购型号稳定，订单连续性好，可预期性强。

在与该等客户合作时，由于其采购型号较为稳定、可预期性好，公司可以通过机器设备实现自动化生产，有利于形成规模效应，降低次品率，有效控制产品的生产成本。

（2）合作时间长，合作程度较深

公司与美的集团等部分家电头部生产企业的合作历史已超过十余年，合作情况良好，针对该等客户家电产品的使用环境和参数要求，为其设计并生产定制化的微动开关产品。相比其他中小型生产企业和贸易型直销客户，公司与部分家电头部企业的合作时间更长，合作程度更加深入。

（3）良好的品牌效应

成为美的集团、格力电器等家电头部生产企业的供应商，使得公司在市场上树立了良好的市场形象和口碑，有利于公司进行品牌宣传。其他中小型生产企业和贸易型客户获知美的、格力等品牌使用公司的微动开关产品后，主动联系公司采购相关产品。

（4）维护成本低

家电头部生产企业均拥有较为严格的供应商体系，对供应商的质量管理体系、生产工艺、供货能力、研发水平要求较高。供应商一旦进入该等客户的合格供应商名录，除发生重大质量问题或供货事故以外，通常不轻易更换供应商。

公司自成立至今，一直专注从事微动开关的研发、设计、生产及销售工作，在行业内拥有多年的竞争经验，凭借稳定的产品质量和服务水平，与该等客户保持长期良好的合作关系，并严格遵守相关廉洁协议，该等客户的维护成本较低。

（5）信誉度较高，运营规范，回款稳定

家电头部生产企业市场形象良好，信誉度较高，运营环节规范程度高，回款情况稳定，相比其他中小型生产企业和贸易型直销客户，该等客户的应收账款发生坏账损失的风险较低。

综上所述，公司对于美的集团等头部家电生产企业的定价低于其他采购量较小的客户具有合理性，故该等客户的毛利率水平偏低。而其他生产型客户的毛利率与贸易型直销客户较为接近，大型生产企业的低毛利率拉低了生产型客户的平均水平，从而使得生产型客户的毛利率低于贸易型客户。

2. 量化分析报告期内公司对生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平的原因及合理性

公司对生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平，主要原因系部分大型生产型客户的采购量较大且连续，公司对其报价较低，毛利率水平偏低，从而拉低了生产型客户的平均毛利水平。

报告期内，公司对不同销售规模生产型客户的主营业务毛利率水平以及和经销客户的对比情况如下：

单位：万元

类 别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
生产型客户	7,268.10	34.97%	7,580.82	41.96%	7,615.79	45.99%
其中：报告期各期前五大生产型客户	2,395.39	24.66%	3,115.44	33.72%	3,256.90	39.40%
其他生产型客户	4,872.71	44.02%	4,465.38	50.58%	4,358.88	52.55%
经销客户	2,177.06	32.89%	2,325.93	41.24%	2,202.59	43.70%

注：报告期各期前五大生产型客户包含美的集团股份有限公司、中山东菱威力电器有限公司、宁波博菱电器股份有限公司、菲尼克斯亚太电气（南京）有限公司、PANASONIC LIFE SOLUTIONS (H.K.) CO., LTD、珠海格力电器股份有限公司、E.M.B. CORPORATION、深圳市联创三金智能科技有限公司由上表可知，报告期内公司经销客户的毛利率高于各期前五大生产型客户，但低于其他生产型客户。

公司在与客户协商议价时，综合考量客户品牌口碑、订单规模、合作程度以及产品盈利水平、市场竞争情况、定制化程度、工艺复杂程度等多种因素，最终与客户达成一致。对于不同类型的客户，公司的定价惯例存在一定差异，对经销客户的定价高于美的集团等家电头部生产企业，但低于其他采购量较小的中小型生产企业，主要原因包括：

(1) 经销客户采购量和连续性与各类生产型客户存在差异

公司在选取经销商时，对经销商的客户资源、服务能力等方面均有较高的要求，故经销客户的每年的采购量和连续性均好于中小型生产企业，故对其定价通常低于中小型生产企业。

经销客户的采购型号和采购数量，最终取决于其客户资源的需求，故经销客户的采购数量、采购型号的集中性和可预期性相比于美的集团等家电头部企业，均存在较大的差异，定制化程度也低于该等企业。因此，公司对经销客户的销售定价通常高于家电头部企业。

(2) 品牌效应方面存在差异

公司产品用途广泛，市场容量较大，存在大量生产规模较小的企业。公司的

经销客户均拥有良好的客户资源，具有较好的市场开拓能力，经销商在其客户资源或市场中推广公司产品，有利于增强公司在市场上的渗透率和占有率，有利于树立公司的品牌形象。因此，公司对经销客户的定价通常低于中小型生产企业。

虽然经销商积极推广、宣传公司产品，但品牌效应仍弱于成为家电头部企业供应商带来的直接市场影响力，故公司对经销客户的销售定价通常高于家电头部企业。

(3) 经销客户的沟通、维护成本低于中小型生产企业

公司的经销客户数量较少，其大多已合作较长时间，经过双方的共同努力，共同构建了良好的经销生态。在与经销商的沟通、维护等方面，公司需要投入的人力、资源均低于中小型生产企业，故公司对经销客户的定价通常低于中小型生产企业。

(4) 经销客户承担了部分对终端客户服务职能

由于家用电器种类繁多，各家电生产商的产品设计结构不同，因此家电生产商对微动开关产品的各项参数指标、防护等级、使用寿命等需求有所不同，而当地经销商具有较强现场沟通能力，能够深入了解本地客户需求从而将公司产品推广至终端客户，为客户提供包括短途配送在内的更优质、更及时的服务。

由于经销客户承担了部分对终端客户服务职能，并对利润空间存在一定诉求，故公司对经销客户的定价通常低于中小型生产企业。

综上所述，公司对经销客户的销售定价高于家电头部生产企业，低于中小型生产企业具有合理性。故公司对经销客户的毛利率高于对头部家电生产企业的毛利率，但低于其他中小型生产企业，从而使得生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平。

3. 充分论证对经销客户的毛利率远低于贸易型客户的原因及合理性

报告期内，公司对经销客户和贸易型客户的主营业务毛利率对比情况如下：

单位：万元

类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
经销客户	2,177.06	32.89%	2,325.93	41.24%	2,202.59	43.70%
贸易型客户	1,014.31	39.83%	709.28	49.92%	556.47	55.43%

公司与经销客户合作时间较长，销售量较大且保持稳定，因此对经销客户的

定价较贸易型客户相对较低，从而使得经销客户的毛利率水平低于贸易型直销客户。具体分析如下：

(1) 经销客户的合作时间较长

公司与主要经销客户合作时间情况如下：

序号	客户名称	注册时间	合作历史
1	深圳市东南伟业电子有限公司	2013 年 1 月 4 日	2004 年开始合作
2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	2006 年成立，2011 年 12 月 6 日更名注册	2006 年开始合作
3	苏州工业园区思威电子有限公司	2003 年 4 月 9 日	2003 年开始合作
4	Switch Technology (S) PTE LTD.	2000 年 10 月 18 日	2007 年开始合作
5	广州市一佳工控成套电气有限公司	2005 年 1 月 5 日	2017 年开始合作
6	厦门耀盈机电设备有限公司	2004 年 4 月 21 日	2004 年开始合作
7	苏州品仁电子科技有限公司	2012 年 3 月 13 日	2012 年开始合作

由上表可知，公司与主要经销客户的合作年限均较长。通过长时间的合作，公司与经销客户建立了良好的合作关系，经销客户充分挖掘其客户资源，积极推广公司产品，为终端客户提供优质、及时的服务，提升公司产品的知名度和市场占有率；同时，经销客户及时向公司反馈客户需求和意见，为公司产品的持续改进提供建议。

另一方面，公司的贸易型客户中虽然存在部分合作年限较长的客户，但整体合作时间和合作程度均不及经销客户。

(2) 经销客户的销售量大且保持稳定

报告期内，公司对主要经销客户以及贸易型客户的销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	主营业务收入	占主营业务收入 收入比重	主营业务收入	占主营业务收入 收入比重	主营业务收入	占主营业务收入 收入比重
深圳市东南伟业电子有限公司	2,108.37	7.04%	1,335.07	5.31%	1,092.18	4.83%
DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	1,374.35	4.59%	1,140.68	4.54%	1,148.20	5.08%
苏州工业园区思威电子有限公司	998.85	3.34%	918.88	3.66%	750.92	3.32%
Switch Technology (S) PTE LTD.	464.81	1.55%	500.36	1.99%	650.08	2.88%
广州市一佳工控成套电气有限公司	332.37	1.11%	105.95	0.42%	222.02	0.98%

厦门耀盈机电设备有限公司	227.91	0.76%	333.85	1.33%	343.28	1.52%
苏州品仁电子科技有限公司	237.61	0.79%	481.83	1.92%	255.30	1.13%
全部贸易型客户	2,546.55	8.50%	1,420.70	5.65%	1,003.96	4.44%

由上表可知，报告期内公司对主要经销商的主营业务收入金额相对较大，且保持稳定。报告期内公司贸易型客户合计主营业务收入金额分别为 1,003.96 万元、1,420.70 万元、2,546.55 万元，各期第一大贸易型客户的主营业务收入金额均不超过 250 万元，销售规模较经销商客户有较大差距，且销售连续性亦不及经销客户。

公司与经销客户合作时间较长，销售量较大且保持稳定，公司与经销客户建立了良好稳定的合作关系，故公司对经销客户的定价较贸易型客户相对较低，从而使得经销客户的毛利率水平低于贸易型直销客户。

(四) 报告期内对主要贸易商的销售情况（销售金额大的、连续三年均有采购的、某一年有大幅采购的、名字与发行人类似的等等），销售金额、占贸易商收入比；以上主要贸易商的基本情况，逐个说明与发行人的合作历史、稳定性、售价的公允性；结合以上贸易商的经营规模、订单情况、发货情况，说明与发行人交易金额的匹配性；以上贸易商是否与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员存在关联关系，是否存在发行人前员工在以上公司任职或持股的情形

1. 报告期内对主要贸易商的销售情况（销售金额大的、连续三年均有采购的、某一年有大幅采购的、名字与公司类似的等等），销售金额、占贸易商收入比

(1) 各期交易金额前十大贸易商

报告期内，公司各期前十大贸易商的交易金额、交易占比情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	220.32	8.64%	0.73%	68.28	4.80%	0.27%	—	—	—
2	STARDAY S. R. L.	187.08	7.34%	0.62%	106.76	7.50%	0.42%	112.42	11.17%	0.50%

3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	185.16	7.26%	0.61%	74.10	5.21%	0.29%	—	—	—
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	170.90	6.70%	0.57%	85.40	6.00%	0.34%	—	—	—
5	杭州益安贸易有限公司	142.52	5.59%	0.47%	13.72	0.96%	0.05%	2.83	0.28%	0.01%
6	珠海森和谷科技有限公司	116.60	4.57%	0.39%	89.22	6.27%	0.35%	78.00	7.75%	0.34%
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	81.43	3.19%	0.27%	18.37	1.29%	0.07%	—	—	—
8	上海威贸电子股份有限公司	77.74	3.05%	0.26%	48.53	3.41%	0.19%	39.30	3.90%	0.17%
9	惠州市赛力特电子有限公司	70.54	2.77%	0.23%	0.06	0.00%	0.00%	—	—	—
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	70.32	2.76%	0.23%	67.72	4.76%	0.27%	69.56	6.91%	0.31%
11	恩瑞股份有限公司	65.96	2.59%	0.22%	31.85	2.24%	0.13%	34.57	3.43%	0.15%
12	广州市精控电子有限公司	55.46	2.18%	0.18%	31.79	2.23%	0.13%	26.55	2.64%	0.12%
13	鑫兴机械工业股份有限公司	41.12	1.61%	0.14%	32.77	2.30%	0.13%	69.13	6.87%	0.31%
14	深圳市中科百润电子有限公司	38.39	1.51%	0.13%	60.35	4.24%	0.24%	46.73	4.64%	0.21%
15	广州市施霸电器有限公司	32.24	1.26%	0.11%	27.16	1.91%	0.11%	37.63	3.74%	0.17%
16	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	—	—	—	—	—	—	49.16	4.88%	0.22%
合计		1,555.77	61.01%	5.15%	756.07	53.15%	3.00%	565.88	56.22%	2.50%

注：以上关于交易金额的披露口径为营业收入

(2) 连续三年均有采购的主要贸易商

报告期内，连续三年均有采购的主要贸易商如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年			2020 年			2019 年		
		交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重
1	STARDAY S. R. L.	187.08	7.34%	0.62%	106.76	7.50%	0.42%	112.42	11.17%	0.50%
2	杭州益安贸易有限公司	142.52	5.59%	0.47%	13.72	0.96%	0.05%	2.83	0.28%	0.01%
3	珠海森和谷科技有限公司	116.60	4.57%	0.39%	89.22	6.27%	0.35%	78.00	7.75%	0.34%
4	上海威贸电子股份有限公司	77.74	3.05%	0.26%	48.53	3.41%	0.19%	39.30	3.90%	0.17%
5	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	70.32	2.76%	0.23%	67.72	4.76%	0.27%	69.56	6.91%	0.31%
6	恩瑞股份有限公司	65.96	2.59%	0.22%	31.85	2.24%	0.13%	34.57	3.43%	0.15%
7	广州市精控电子有限公司	55.46	2.18%	0.18%	31.79	2.23%	0.13%	26.55	2.64%	0.12%

8	宁波实泽电子有限公司	41.80	1.64%	0.14%	1.82	0.13%	0.01%	0.73	0.07%	0.00%
9	鑫兴机械工业股份有限公司	41.12	1.61%	0.14%	32.77	2.30%	0.13%	69.13	6.87%	0.31%
10	广州市福泰科技贸易有限公司	38.78	1.52%	0.13%	26.15	1.84%	0.10%	24.46	2.43%	0.11%
11	深圳市中科百润电子有限公司	38.39	1.51%	0.13%	60.35	4.24%	0.24%	46.73	4.64%	0.21%
12	广州市施霸电器有限公司	32.24	1.26%	0.11%	27.16	1.91%	0.11%	37.63	3.74%	0.17%
13	上海赛博电器有限公司	16.54	0.65%	0.05%	23.20	1.63%	0.09%	25.65	2.55%	0.11%
合计		924.55	36.26%	3.06%	561.03	561.03	39.44%	2.23%	567.57	56.39%

注：以上关于交易金额的披露口径为营业收入

(3) 某一年有大幅采购的主要贸易商

报告期内，某一年有大幅采购的主要贸易商如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年			2020 年			2019 年		
		交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重	交易金额	占贸易商收入比重	占营业收入比重
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	220.32	8.64%	0.73%	68.28	4.80%	0.27%	—	—	—
2	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	185.16	7.26%	0.61%	74.10	5.21%	0.29%	—	—	—
3	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	170.90	6.70%	0.57%	85.40	6.00%	0.34%	—	—	—
4	杭州益安贸易有限公司	142.52	5.59%	0.47%	13.72	0.96%	0.05%	2.83	0.28%	0.01%
5	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	81.43	3.19%	0.27%	18.37	1.29%	0.07%	—	—	—
6	惠州市赛力特电子有限公司	70.54	2.77%	0.23%	0.06	0.00%	0.00%	—	—	—
7	恩瑞股份有限公司	65.96	2.59%	0.22%	31.85	2.24%	0.13%	34.57	3.43%	0.15%
8	嘉兴劲耀光电科技有限公司	56.16	2.20%	0.19%	8.57	0.60%	0.03%	—	—	—
9	宁波实泽电子有限公司	41.80	1.64%	0.14%	1.82	0.13%	0.01%	0.73	0.07%	0.00%
10	江西帝硕科技有限公司	37.86	1.48%	0.13%	6.54	0.46%	0.03%	—	—	—
11	宁波高歌国际贸易有限公司	3.58	0.14%	0.01%	15.13	1.06%	0.06%	14.53	1.44%	0.06%
12	SEB ASIA LIMITED	1.10	0.04%	0.00%	11.66	0.82%	0.05%	1.08	0.11%	0.00%
13	KLAUKE	—	—	—	27.80	1.95%	0.11%	21.83	2.17%	0.10%
14	VS2E S. A. R. L.	—	—	—	10.79	0.76%	0.04%	16.51	1.64%	0.07%
合计		1,077.33	42.25%	3.57%	374.09	26.30%	1.49%	92.08	9.15%	0.41%

注 1：以上关于交易金额的披露口径为营业收入

注 2：某一年有大幅采购的主要贸易商的筛选标准系：①筛选出报告期各期交易金额增幅超过 100%的贸易商；②从中挑选增长后交易金额排名前十且大于 10 万元的贸易商

2. 以上贸易商的基本情况

报告期内，以上贸易商的基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册地	注册资本	人员规模	股权结构	主营业务	是否存在关联关系	信用政策及变化情况	是否专门销售发行人产品	是否为当期新增贸易商
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	2017年9月18日	佛山市顺德区容桂细滘居委会联丰路四巷14号首层	100万元人民币	10人以内	林明球持股 70.00%，侯连枢持股 30.00%	微动开关及其他开关、连接器的销售	否	60天信用期；无变化	否	是：2020年新增
2	STARDAY S. R. L.	1984年11月27日	Via O. Serra 34, 40012 Calderara Di Reno	1.03万欧元	20-50人	FIORINI FRANCO 持股 50.00%，PASTORELLO GIULIO 持股 50.00%	电子元件贸易代理；电子、电气和机电零件及制成品批发	否	60天信用期；无变化	否	否
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	2005年7月6日 [注1]	Wareндorfer Straße 47 - 51 (Ortsteil Westkirchen) D-59320 Ennigerloh, Germany	2.50万欧元	50-100人	Condor-Werke Gebr. Frede GmbH 持股 100%	制造、销售压力开关、电机保护开关等	否	款到发货；无变化	否	是：2020年新增
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	1990年2月10日	韩国庆尚南道昌原市城山区星州路97街35号（南山洞）	69,872万韩元	100-200人	韩国 KOSDAQ 上市公司 SHINHUNG DELTA TECH 持股 100%	自营和代理家电部品进出口	否	90天信用期；无变化	否	是：2020年新增
5	杭州益安贸易有限公司	2015年8月24日	拱墅区丰潭路430号丰元国际大厦2幢1402室	100万元人民币	10人以内	姜晶晶持股 100.00%	电子产品、电子元器件批发等	否	90天信用期；无变化	否	否
6	珠海森和谷科技有限公司	2002年10月29日 [注2]	珠海市吉大园林路106号信海大厦6层6011室	50万元人民币	20-50人	罗坤持股 100.00%	美容美发器具开关的销售	否	90天信用期；无变化	否	否
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	2004年	DUONG TS3, INDUSTRIAL ZONE TIEN	—	200-300人	最终所有者为 MR MERLONI PAOLO	—	否	90天信用期；无变化	否	是：2020年新增

			SON , WARD DONG NGUYEN, THI COMMUNE TU SON, BAC NINH, Vietnam								
8	上海威贸电子股份有限公司	1998 年 6 月 23 日	上海市青浦区练塘镇 朱枫公路南 6181 号 58 幢	5,733.10 万元人民 币	200-300 人	周豪良持股 59.54%，高 建珍持股 17.31%，上海 威贸投资管理有限公司 持股 8.63%，周威迪持股 3.53%，三花控股集团有 限公司持股 1.65%，上海 申冉投资有限公司-上海 锡昶投资管理中心（有限 合伙）持股 1.46%，邱静 持股 1.28%，毛国标持股 1.01%，封志强持股 0.61%，潘建新持股 0.61%	产品包括前盖 组件、蒸汽开 关、蒸气按钮、 衡器量具、汽车 配件等	否	75 天信用 期；无变化	否	否
9	惠州市赛力特电子 有限公司	2008 年 8 月 19 日	惠州市仲恺高新区 34 号小区坚达公司厂房 局部	50 万元人 民币	10-20 人	周元青持股 51.00%；代 宁果持股 25.34%；曾琴 持股 15.70%；郭建军持 股 7.96%；	研发与销售小 型电源产品	否	款到发货； 无变化	否	是；2020 年新增
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED [注 3]	2013 年 6 月 7 日	Room 601, 6—F, Shing Yip Industrial, Building, 19-21 Shing Yip Street,	10 港元	20-50 人	英国上市公司 Discoverie Group PLC 持股 100.00%	电子元件供应	否	款到发货； 无变化	否	否

			Kwun Tong, Kowloon, Hong Kong								
11	恩瑞股份有限公司	1994 年 8 月 17 日	中国台湾新北市中和 区建一路 179 号 10 楼 之一	1,000 万 新台币	100-200 人	徐宗杰持股 98%，徐思原 持股 1%，曾玉菁持股 1%	电子零组件制 造业、有线通信 机械器材制造 等以及各类批 发、零售业	否	90 天信用 期；无变化	否	否
12	嘉兴劲耀光电科技 有限公司	2017 年 6 月 12 日	浙江省嘉兴市秀洲区 王店镇友谊路 199 号 二号厂房三层连廊东 侧区域	1,500 万 元人民币	20-50 人	奥普家居（603551.SH） 持股 52.00%，林敏持股 38.00%，奉涛 持股 5.00%，李仕泽持股 5.00%	研发、生产、加 工、销售照明器 具、卫厨、家用 电器、家电设 备、晾衣架、等	否	90 天信用 期；无变化	否	是：2020 年新增
13	广州市精控电子有 限公司	2017 年 10 月 27 日	广州市南沙区丰泽东 路 106 号(自编 1 号楼) X1301-F3533（集群注 册）（JM）	100 万元 人民币	10 人以内	黄东丽持股 50.00%，曹 精忠持股 50.00%	电子元器件批 发零售	否	60 天信用 期；无变化	否	否
14	宁波实泽电子有限 公司	2011 年 7 月 25 日	宁波市海曙区马园路 72 号〈2-10〉室	100 万元 人民币	10 人以内	苗磊持股 70.00%，封尚 持股 30.00%	公司研发制造 各项电子开关、 连接器等与代 理销售	否	30 天信用 期；无变化	否	否
15	鑫兴机械工业股份 有限公司	1983 年 5 月 17 日	中国台湾台北市士林 区承德路四段 58 巷 46 弄 6 号	1,000 万 新台币	20-50 人	周怡君持股 42%，苏盈予 持股 15%，苏彦璋持股 15%	工业用橡胶制 品制造业、机械 设备制造业、国 际贸易业；机械 批发、零售业等	否	款到发货； 无变化	否	否
16	广州市福泰科技贸	1999 年 6	广州市荔湾区多宝路	50 万元人	10 人以内	陈清匀持股 33.60%，李	生产、销售开	否	60 天信用	否	否

	易有限公司	月 17 日	250 号 4 楼 A13 单元	民币		燕山持股 33.20%，钟健文持股 33.20%	关、插座等		期；无变化		
17	深圳市中科百润电子有限公司	2011 年 1 月 14 日	深圳市南山区汉京大厦 7 楼 E019	50 万元人民币	10 人以内	杨焕杰持股 100.00%	电子产品、电子元器件销售及 其它国内贸易	否	60 天信用期；无变化	否	是；2019 年新增
18	江西帝硕科技有限公司	2017 年 10 月 20 日	江西省抚州市抚州高新技术产业开发区北至纬四路、东至纵五路	3,000 万元人民币	100-200 人	李发清持股 66.67%，李细清持股 33.33%	自行车制造、仪器仪表制造、电子元器件制造等	否	90 天信用期；无变化	否	是；2020 年新增
19	广州市施霸电器有限公司	2007 年 1 月 8 日 [注 4]	广州市天河区黄埔大道中路 124 号 902 室 (仅限办公用途)	50 万元人民币	10-20 人	王宗劲持股 95.00%，柯仕琼持股 5.00%	机电开关、家电开关等电器配件销售	否	60 天信用期；无变化	否	否
20	上海赛博电器有限公司	1994 年 4 月 27 日	上海市闵行区莘庄工业区申南路 398 号	13,975.1643 万元人民币	100-200 人	苏泊尔 (002032.SZ) 持股 100.00%	生产电熨斗、吸尘器、电饭煲等产品及零配件	否	120 天信用期；无变化	否	否
21	宁波高歌国际贸易有限公司	2004 年 3 月 9 日	江北区人民路 105 号 B-809 室	150 万元人民币	10 人以内	王政持股 70.00%；卢英明持股 30.00%；	家用电器配件销售	否	款到发货；无变化	否	否
22	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	2010 年 7 月 27 日	19H Maxgrand plaza, No.3 Tai Yau Street, San Po Kong, Kowloon, Hong Kong	1 万港元	10-20 人	揭群超持股 100.00%	开关、连接器、电感器等电子元件销售	否	款到发货；无变化	否	是；2019 年新增
23	VS2E S. A. R. L.	—	—	—	—	—	—	否	款到发货；无变化	否	否
24	SEB ASIA LIMITED	1988 年 8 月 19 日	RMS 901 & 903 9—F RMS 1001 1003 & 1004 10—F SKYWAY HOUSE 3	—	200-300 人	最终所有者系 SEB SA，为全球最大的小家电生产商之一	销售家居用品、电子产品、家用电器等	否	120 天信用期；无变化	否	否

			SHAM MUNG ROAD TAI KOK TSUI KL								
25	KLAUKE	—	—	—	—	—	电气和电子机械	否	款到发货; 无变化	否	否

[注 1] CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH 为德国 Condor-Werke Gebr. Frede GmbH 下属子公司，德国 Condor-Werke Gebr. Frede GmbH 由 August Frede 创立于 1893 年。下同

[注 2] 珠海森和谷科技有限公司实际控制人罗坤和珠海拓朴立科技有限公司、珠海拓林电子科技有限公司实际控制人李斌互为亲属关系，报告期内公司与珠海拓林电子科技有限公司未产生交易，故将珠海森和谷科技有限公司和珠海拓朴立科技有限公司合并披露为珠海森和谷科技有限公司。珠海拓林电子科技有限公司成立于 2002 年 10 月 29 日，珠海拓朴立科技有限公司成立于 2015 年 9 月 8 日，珠海森和谷科技有限公司成立于 2019 年 8 月 7 日，公司自 2003 年起先后与该等公司开展合作。下同

[注 3] CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED 和 CONTOUR ELECTRONICS LIMITED 受同一方控制，故合并披露为 CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED。下同

[注 4] 广州市施霸电器有限公司和佛山市南海施霸电器制品有限公司受同一方控制，故合并披露为广州市施霸电器有限公司。佛山市南海施霸电器制品有限公司成立于 2007 年 1 月 8 日，广州市施霸电器有限公司成立于 2013 年 2 月 27 日，公司自 2007 年起先后与该等公司开展合作。下同

[注 5] 少数贸易商客户因商业保密原因无法提供其终端销售情况

3. 以上贸易商与公司的合作历史、稳定性

序号	客户名称	开始合作时间	客户获取方式	交易金额			稳定性
				2021 年	2020 年	2019 年	

序号	客户名称	开始合作时间	客户获取方式	交易金额			稳定性
				2021 年	2020 年	2019 年	
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	2020	其他客户介绍	220.32	68.28	—	合作情况良好，销售收入增加
2	STARDAY S. R. L.	2011	其他客户介绍	187.08	106.76	112.42	合作情况良好，交易金额根据客户需求而变化
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	2020	该客户在 2018 年德国慕尼黑电子展上获取公司的名片，通过名片主动联系公司	185.16	74.10	—	合作情况良好，销售收入增加
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	2020	其他客户介绍	170.90	85.40	—	合作情况良好，销售收入增加
5	杭州益安贸易有限公司	2015	通过网络了解到公司	142.52	13.72	2.83	合作情况良好，各期采购金额较小
6	珠海森和谷科技有限公司	2003	其他客户介绍	116.60	89.22	78.00	合作情况良好，交易金额稳定
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	2020	通过公司官网了解到公司	81.43	18.37	—	合作情况良好，各期采购金额较小
8	上海威贸电子股份有限公司	2016	其他客户介绍	77.74	48.53	39.30	合作情况良好，各期采购金额较小
9	惠州市赛力特电子有限公司	2020	通过网络了解到公司	70.54	0.06	—	合作情况良好，各期采购金额较小
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	2016	通过网络了解到公司	70.32	67.72	69.56	合作情况良好，交易金额根据客户需求而变化
11	恩瑞股份有限公司	2009	通过网络了解到公司	65.96	31.85	34.57	合作情况良好，各期采购金额较小
12	嘉兴劲耀光电科技有限公司	2020	其他客户介绍	56.16	8.57	—	合作情况良好，各期采购金额较小
13	广州市精控电子有限公司	2018	其他客户介绍	55.46	31.79	26.55	合作情况良好，各期采购金额较小
14	宁波实泽电子有限公司	2016	通过网络了解到公司	41.80	1.82	0.73	合作情况良好，各期采购金额较小
15	鑫兴机械工业股份有限公司	2011	终端客户有公司产品样品，根据终端客户需求	41.12	32.77	69.13	合作情况良好，交易金额根据客户

序号	客户名称	开始合作时间	客户获取方式	交易金额			稳定性
				2021 年	2020 年	2019 年	
			主动联系公司				需求而变化
16	广州市福泰科技贸易有限公司	2007	于深圳国际电子展结识该客户	38.78	26.15	24.46	合作情况良好，各期采购金额较小
17	深圳市中科百润电子有限公司	2019	其他客户介绍	38.39	60.35	46.73	合作情况良好，各期采购金额较小
18	江西帝硕科技有限公司	2020	其他客户介绍	37.86	6.54	—	合作情况良好，各期采购金额较小
19	广州市施霸电器有限公司	2007	于中国顺德家电博览会结识该客户	32.24	27.16	37.63	合作情况良好，交易金额根据客户需求而变化
20	上海赛博电器有限公司	2013	SEB 集团有产品需求，通过该客户购买公司产品	16.54	23.20	25.65	合作情况良好，各期采购金额较小
21	宁波高歌国际贸易有限公司	2013	客户有产品需求，与公司达成合作	3.58	15.13	14.53	合作情况良好，各期采购金额较小
22	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	2019	丹麦 LINAK 有产品需求，通过该客户购买公司产品	1.10	—	49.16	交易金额根据客户需求而变化
23	VS2E S. A. R. L.	2010	通过公司官网了解到公司	—	10.79	16.51	合作情况良好，各期采购金额较小
24	SEB ASIA LIMITED	2011	SEB 集团有产品需求，通过该客户购买公司产品	—	11.66	1.08	合作情况良好，各期采购金额较小
25	KLAUKE	2018	通过公司官网了解到公司	—	27.80	21.83	合作情况良好，各期采购金额较小

4. 以上贸易商售价的公允性

单位：元/只

	客户名称	主要 产品 系列	产品均价			售价是否 公允
			2021 年	2020 年	2019 年	
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	KW	0.71	0.70	—	是
2	STARDAY S. R. L.	KW	0.89	0.85	1.00	是
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH[注 1]	KW	2.47	2.47	—	是
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	其他	2.80	2.86	—	是
5	杭州益安贸易有限公司[注 2]	KW	2.59	2.74	2.83	是
6	珠海森和谷科技有限公司	KW	0.58	0.55	0.57	是
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD. [注 1]	KW	2.79	2.61	—	是
8	上海威贸电子股份有限公司	KW	0.73	0.73	0.73	是
9	惠州市赛力特电子有限公司	KW	1.33	1.22	—	是
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	WS	6.69	5.76	7.14	是
11	恩瑞股份有限公司	KW	0.61	0.77	0.98	是
12	嘉兴劲耀光电科技有限公司	KW	1.15	1.15	—	是
13	广州市精控电子有限公司	KW、WS	0.83	0.87	0.81	是
14	宁波实泽电子有限公司	MS、WS	1.04	0.99	2.22	是
15	鑫兴机械工业股份有限公司	KW	0.75	1.09	1.11	是
16	广州市福泰科技贸易有限公司	KW	0.86	0.88	0.95	是
17	深圳市中科百润电子有限公司	KW	0.52	0.52	0.53	是
18	江西帝硕科技有限公司	WS	1.90	1.91	—	是
19	广州市施霸电器有限公司[注 3]	KW、MS、WS	2.28	1.76	1.57	是
20	上海赛博电器有限公司	KW	0.68	0.69	0.68	是
21	宁波高歌国际贸易有限公司	KW	1.45	1.34	1.30	是
22	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	MS	—	—	1.30	是
23	VS2E S. A. R. L.	KW	—	0.95	0.95	是
24	SEB ASIA LIMITED	KW	1.10	1.18	1.20	是

25	KLAUKE	其他	—	1.36	1.35	是
----	--------	----	---	------	------	---

[注 1] CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH、ARISTON THERMO VIETNAM LTD. 向公司采购了定制化 KW 产品，使得其对应均价相对较高；杭州益安贸易有限公司采购的 KW 产品型号体积较大、结构不同，使得其对应均价相对较高

[注 2] 杭州益安贸易有限公司采购的 KW 产品型号体积较大、结构不同，使得其对应均价相对较高

[注 3] 广州市施霸电器有限公司向发行人采购的 WS 产品型号体积较大、用料较多，故其对应单价相对较高，又 2021 年该部分产品采购比例有所提升，故整体均价上升

根据上表，报告期内，公司主要贸易商客户根据需求购买公司不同类型产品，各期价格均处于合理的区间，与公司各期微动开关的均价不存在重大差异。

5. 结合以上贸易商的经营规模、订单情况、发货情况，说明与公司交易金额的匹配性

报告期各期，公司向主要贸易商销售情况如下：

单位：万元

	客户名称	交易金额		
		2021 年	2020 年	2019 年
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	220.32	68.28	—
2	STARDAY S. R. L.	187.08	106.76	112.42
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	185.16	74.10	—
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	170.90	85.40	—
5	杭州益安贸易有限公司	142.52	13.72	2.83
6	珠海森和谷科技有限公司	116.60	89.22	78.00
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	81.43	18.37	—
8	上海威贸电子股份有限公司	77.74	48.53	39.30
9	惠州市赛力特电子有限公司	70.54	0.06	—
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	70.32	67.72	69.56
11	恩瑞股份有限公司	65.96	31.85	34.57
12	嘉兴劲耀光电科技有限公司	56.16	8.57	—
13	广州市精控电子有限公司	55.46	31.79	26.55

	客户名称	交易金额		
		2021 年	2020 年	2019 年
14	宁波实泽电子有限公司	41.80	1.82	0.73
15	鑫兴机械工业股份有限公司	41.12	32.77	69.13
16	广州市福泰科技贸易有限公司	38.78	26.15	24.46
17	深圳市中科百润电子有限公司	38.39	60.35	46.73
18	江西帝硕科技有限公司	37.86	6.54	—
19	广州市施霸电器有限公司	32.24	27.16	37.63
20	上海赛博电器有限公司	16.54	23.20	25.65
21	宁波高歌国际贸易有限公司	3.58	15.13	14.53
22	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	1.10	—	49.16
23	VS2E S. A. R. L.	—	10.79	16.51
24	SEB ASIA LIMITED	—	11.66	1.08
25	KLAUKE	—	27.80	21.83

(1) 主要贸易商的经营规模与公司交易金额的匹配性

贸易型客户的采购金额整体较小，除佛山市顺德区奥磊电子有限公司、STAR DAY S. R. L.、CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH、SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.、杭州益安贸易有限公司、珠海森和谷科技有限公司、CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED 以外，其余主要贸易型客户的采购金额均不存在报告期内累计采购超过 200 万元或单期采购超 100 万元的情形。前述客户的经营规模与发行人交易金额的匹配情况如下：

序号	客户名称	客户经营规模	与公司交易情况	匹配情况
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	2020 年营业收入约为 3,100 万元	2020 年度、2021 年度销售金额分别为 68.28 万元、220.32 万元	与发行人的交易金额占其收入比例不超过 10%，不存在异常情形
2	STAR DAY S. R. L.	2019 年、2020 年、2021 年各年营业收入分别约为 1,900 万欧元~2,750 万欧元（折合人民币约为 13,717 万元~19,854 万元）	报告期各期销售金额分别为 112.42 万元、106.76 万元、187.08 万元	与发行人的交易金额占其收入比例不超过 5%，不存在异常情形
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	2019 年、2020 年、2021 年各年营业收入约为 1,220 万~1,470 万欧元（折合人民币约为 8,808 万元~10,613 万	2020 年度、2021 年度销售金额分别为 74.10 万元、185.16 万元。	与发行人的交易金额占其收入比例不超过 5%，不存在异常情形

		元)		
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	2019 年、2020 年营业收入分别约为 8,485,539 万韩元、11,215,505 万韩元（折合人民币约为 45,484 万元、60,117 万元）	2020 年度、2021 年度销售金额分别为 85.40 万元、170.90 万元。	与发行人的交易金额占其收入比例不超过 5%，不存在异常情形
5	杭州益安贸易有限公司	未提供相关信息且无公开信息	报告期各期销售金额分别为 2.83 万元、13.72 万元、142.52 万元	未提供相关信息且无公开信息
6	珠海森和谷科技有限公司	2019 年、2020 年、2021 年营业收入分别约为 1,550 万元、930 万元、1,877 万元	报告期各期销售金额分别为 78.00 万元、89.22 万元、116.60 万元	与发行人的交易金额占其收入比例不超过 10%，不存在异常情形
7	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	实际控制人为英国上市公司 Discoverie Group PLC，市值超过 9 亿英镑，根据 2021 年披露的年度报告，其销售规模超过 4.5 亿英镑	报告期各期销售金额分别为 69.56 万元、67.72 万元、70.32 万元	与发行人的交易金额与其收入规模不存在不匹配的情形

注：根据中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的外汇牌价，以上外币兑人民币汇率均采用 2021 年 12 月 31 日当日的汇率中间价

(2) 主要贸易商的订单情况、发货情况与公司对其销售情况的匹配性

报告期内，以上主要贸易商的订单情况、发货情况和销售数量具体如下：

单位：万只

序号	公司名称	数量	2021 年	2020 年	2019 年
1	佛山市顺德区奥磊电子有限公司	订单数量	257.26	179.02	—
		发货数量	299.01	113.27	—
		销售数量	310.67	97.27	—
2	STARDAY S. R. L.	订单数量	209.43	143.80	75.92
		发货数量	209.43	126.96	112.86
		销售数量	209.43	125.71	112.86
3	CONDOR PRESSURE CONTROL GMBH	订单数量	45.00	45.00	15.00
		发货数量	45.00	30.00	—
		销售数量	75.00	30.00	—
4	SHINHUNG GLOBAL CO., LTD.	订单数量	59.90	40.70	—
		发货数量	60.30	29.90	—
		销售数量	61.10	29.90	—

5	杭州益安贸易有限公司	订单数量	55.00	5.00	1.00
		发货数量	55.00	5.00	1.00
		销售数量	55.00	5.00	1.00
6	珠海森和谷科技有限公司	订单数量	196.75	188.96	130.03
		发货数量	191.30	183.26	127.04
		销售数量	202.09	161.96	137.50
7	ARISTON THERMO VIETNAM LTD.	订单数量	25.00	11.20	—
		发货数量	29.15	7.05	—
		销售数量	29.15	7.05	—
8	上海威贸电子股份有限公司	订单数量	87.00	69.00	52.70
		发货数量	96.00	66.80	51.30
		销售数量	107.00	66.80	54.10
9	惠州市赛力特电子有限公司	订单数量	52.55	1.14	—
		发货数量	53.64	0.05	—
		销售数量	53.14	0.05	—
10	CONTOUR ELECTRONICS ASIA LIMITED	订单数量	10.51	12.48	9.75
		发货数量	10.51	11.49	9.75
		销售数量	10.51	11.76	9.75
11	恩瑞股份有限公司	订单数量	98.76	46.26	10.49
		发货数量	107.60	41.81	38.72
		销售数量	107.60	41.61	35.45
12	嘉兴劲耀光电科技有限公司	订单数量	42.35	18.55	—
		发货数量	44.43	13.77	—
		销售数量	48.81	7.45	—
13	广州市精控电子有限公司	订单数量	89.33	39.79	37.13
		发货数量	66.69	36.86	31.66
		销售数量	66.59	36.57	32.70
14	宁波实泽电子有限公司	订单数量	26.26	15.92	0.34
		发货数量	36.32	5.86	0.33
		销售数量	40.33	1.85	0.33

15	鑫兴机械工业股份有限公司	订单数量	55.00	30.00	52.50
		发货数量	55.00	30.00	62.50
		销售数量	55.00	30.00	62.50
16	广州市福泰科技贸易有限公司	订单数量	49.60	28.92	29.52
		发货数量	44.02	31.47	28.85
		销售数量	45.02	29.85	25.67
17	深圳市中科百润电子有限公司	订单数量	69.00	117.00	98.01
		发货数量	79.00	117.00	88.01
		销售数量	74.00	117.00	88.01
18	江西帝硕科技有限公司	订单数量	18.90	6.50	—
		发货数量	19.90	4.90	—
		销售数量	19.90	3.43	—
19	广州市施霸电器有限公司	订单数量	15.29	15.67	26.35
		发货数量	15.22	16.13	24.29
		销售数量	14.12	15.47	23.91
20	上海赛博电器有限公司	订单数量	26.50	34.95	36.50
		发货数量	24.50	33.45	38.00
		销售数量	24.50	33.45	38.00
21	宁波高歌国际贸易有限公司	订单数量	4.08	10.32	12.60
		发货数量	2.48	11.32	11.20
		销售数量	2.48	11.32	11.20
22	SEB ASIA LIMITED	订单数量	5.00	8.00	2.80
		发货数量	1.00	9.90	0.90
		销售数量	1.00	9.90	0.90
23	SUNSCENE ELECTRONICS COMPANY LIMITED	订单数量	—	—	37.91
		发货数量	—	—	37.91
		销售数量	—	—	37.91
24	VS2E S. A. R. L.	订单数量	—	11.30	17.30
		发货数量	—	11.30	17.30
		销售数量	—	11.30	17.30

25	KLAUKE	订单数量	—	12.00	24.61
		发货数量	—	20.20	16.41
		销售数量	—	20.50	16.11

由上表可得，主要贸易商的订单数量、发货数量和销售数量较为匹配。

6. 以上贸易商是否与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员存在关联关系，是否存在公司前员工在以上公司任职或持股的情形

报告期内，公司主要贸易商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员不存在关联关系，不存在公司前员工在以上公司担任主要股东、董事、监事、高级管理人员的情形。

（五）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）访谈公司总经理、销售部门负责人、销售人员，确认贸易商客户与经销商的划分标准，了解公司与主要贸易商的合作历史及稳定性、具体合作情况；分析贸易商与经销商在销售价格、信用期限、交易方式等方面是否存在实质性差异；

（2）获取贸易商明细表，根据交易规模分析贸易商数量分布情况；分析报告期内贸易商数量大幅增加的原因，及部分贸易商退出的合理性；结合公司与贸易商的交易方式、退换货政策、回款情况，确认对退出或不再交易的贸易商的销售是否已最终实现；

（3）访谈公司相关人员，了解公司对不同类型客户的定价惯例和合作情况；获取公司的收入成本明细表，分析各类客户毛利率差异的原因及合理性；

（4）了解贸易商客户的销售流程，对公司报告期内的部分贸易商客户进行穿行测试，抽查销售合同、销售订单、邮件往来记录、发货单、出口报关单、货运单、提单、发票、回款凭证等，确认相关内控制度是否有效执行；

（5）根据贸易商明细表，了解报告期内公司对主要贸易商的销售情况，销售金额、占贸易商收入比，并计算主要贸易商各期产品均价，对售价的公允性进行核查；陪同公司相关人员访问公司系统，获取以上贸易商的订单及发货信息，核查公司经营规模、订单情况、发货情况与交易金额的匹配性；

（6）通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道查询主要贸易商的法定代表人、董监高、主要股东名单，核查报告期内公司主要贸易商是否与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员存在关联关系，是否

存在公司前员工在以上公司担任主要股东、董事、监事、高级管理人员的情形；

(7) 对报告期内贸易商实施了函证、访谈程序，了解贸易商与公司之间的交易往来、交易金额，终端客户的名称、类型、分布等，累计核查贸易型客户 31 家，核查范围如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易型客户营业收入（万元）	2,549.82	1,422.61	1,006.52
核查覆盖收入（万元）	1,847.57	944.71	720.21
核查覆盖收入占比	72.46%	66.41%	71.55%

(8) 我们针对公司贸易模式下是否实现最终销售的核查情况具体如下：

报告期内，与公司交易在 5 万元以下的贸易商数量占当期贸易商总数的比例分别为 76.40%、79.17%和 76.74%，占比较高。公司贸易商的采购规模较小，双方未开展深度合作，且贸易商下游客户信息为贸易商的核心商业机密，故公司仅能获取部分贸易型直销客户的最终销售客户及其相关信息，具体原因如下：

1) 公司对贸易型直销客户的销售均为买断式销售

报告期内，公司对贸易型直销客户的销售均为买断式销售，公司将产品销售给贸易型直销客户之后，由贸易商客户独立承担对最终客户的销售风险。贸易型直销客户除不是公司产品最终使用方外，其与公司之间的权利义务关系、风险转移时点与生产型直销客户并无实质区别。

2) 公司对贸易型直销客户约束力较弱

贸易型直销客户非公司经销客户，没有特定的代理品牌、长期采购和供应计划，未与公司签订经销协议或其他长期合作的框架协议，在采购时与公司签署采购合同或订单，相较经销商，公司对其约束力较弱。因此，公司只能获取部分贸易型直销客户的最终销售情况。

3) 大部分贸易型直销客户将最终销售情况视为商业秘密

微动开关可应用于家用电器、专用设备、医疗仪器、电动工具、航空装置、乘用车等诸多下游领域。公司产品用途广泛，市场容量较大，同时，在家用电器等下游行业中，除了生产规模较大的美的集团、格力电器等企业以外，还存在大量生产规模较小的企业。公司的销售网络难以直接实现对下游应用领域的全面覆盖，尤其对于小规模家电生产企业，需要利用贸易型直销客户加强区域市场渗透。由于公司未与贸易型直销客户签订经销协议或其他长期合作的框架协议，且贸易

型直销客户的最终客户亦可向公司采购产品，故大部分贸易型直销客户以商业秘密为由未向公司提供其最终销售情况。

针对公司贸易模式下是否实现最终销售，我们具体执行了以下核查程序：

类型	核查程序
直接核查	① 核查主要贸易型客户订单情况及公司对其销售金额的季节波动性，核查单笔订单金额大小与分布，核查是否存在年底突击采购囤货的情形； ② 获取报告期内主要贸易商客户的库存情况，了解其退换货情况，确定各期末不存在大量的库存； ③ 核查与贸易商之间的销售回款情况，确认不存在大额未支付货款； ④ 核查报告期内公司关键人员个人银行流水，确认其不存在与贸易商客户异常、大额资金往来情形。
终端核查	① 获取贸易商主要终端客户的名称、类型、分布等，对报告期内贸易商实施了函证程序，核查比例覆盖公司贸易商销售收入的 38.71%、40.49%和 46.06%； ② 获取贸易商的主要终端客户，对该等客户通过工商信息查询、官方网站查询等方式，了解贸易商终端客户的经营类别、产品类别，与公司产品功能的相关性，终端客户采购的合理性，与公司是否存在关联关系，共计 39 家。

2. 核查结论

(1) 公司主要依据是否签订经销协议、采购规模及对其管理约束力来对贸易商和经销商进行区分；报告期内，公司对于经销商的定价低于贸易商；除部分贸易商以先款后货方式结算以外，公司对贸易商和经销商的信用期限范围不存在较大差异；除贸易商没有特定的代理品牌、长期采购和供应计划，及其未与公司签订经销协议或其他长期合作的框架协议以外，公司对贸易商与经销商均采用买断式销售模式，二者在交易方式方面不存在较大差异；报告期内，按交易规模贸易商的分布情况合理；

(2) 报告期内贸易商数量大幅增加具有合理性；存在贸易商退出的情形，主要因其自身需求因素，后续未向公司继续采购产品，公司对退出销售商的销售已最终实现；报告期内，公司退出或不再交易的贸易商的销售均已实现，相关产品已实现最终销售；

(3) 报告期内公司对生产型客户的毛利率低于贸易商客户，主要原因系考虑到采购量、合作历史、品牌效应、维护成本、回款情况等因素，公司对部分大型生产型客户的报价较低，毛利率水平偏低，从而拉低了生产型客户的平均毛利水平；报告期内公司对生产型客户的毛利率与经销商客户基本持平，主要原因系考

考虑到采购量、维护成本、品牌效应、服务职能等因素，公司对部分大型生产型客户的报价较低，毛利率水平偏低，从而拉低了生产型客户的平均毛利水平；公司与经销客户合作时间较长，销售量较大且保持稳定，因此对经销客户的定价较贸易型客户相对较低，从而使得经销客户的毛利率水平低于贸易型直销客户；

(4) 报告期内，公司主要贸易商与公司合作较为稳定，售价具有公允性，与公司交易金额具有匹配性；公司主要贸易商与公司控股股东、实际控制人、主要股东、董监高或关键管理人员不存在关联关系，不存在公司前员工在以上公司担任主要股东、董事、监事、高级管理人员的情形；

(5) 报告期内，公司贸易商模式下已实现最终销售。

三、关于营业收入。根据申报材料和审核问询回复：(1) 采用寄售仓模式的，公司根据客户的供应商系统领用数据或领用结算通知单确认收入。客户更新领用数据或出具领用通知结算单时，公司即享有现时收款权利，客户就该商品负有现时付款义务。(2) 未采用寄售模式的，公司根据对账单或结算单确认收入。公司通常根据客户习惯采用多种对账方式，包括签章对账单、电子邮件对账、社交工具对账等，对账确认同时也代表了公司产品已经客户验收合格。(3) 年降政策是指公司个别规模较大、采购量较大的客户利用其强势的市场地位，向公司提出成本控制需求的商业行为。由于客户的成本控制需求体现在与公司协商议价的过程中，没有明确的年降比例要求，而且该等客户采购产品型号多、金额大，难以精确量化其成本控制需求对产品价格波动带来的影响。请发行人说明：(1) 寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享有现时收款权利，与合同约定是否一致，依据是否充分，收入确认与宏昌科技及德业股份等上市公司是否一致。(2) 未采用寄售模式的，公司采取电子邮件对账、社交工具对账等多种对账方式的合规性及相关内部控制的有效性，是否符合合同约定及行业惯例，报告期内对账的差异及争议情况。(3) 报告期内年降政策的年降幅度及对公司财务数据的影响。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对经销客户、贸易型直销客户的收入核查情况，对供应商系统领用数据、对账单或结算单的核查情况，是否存在异常情形。(审核问询函问题 6)

(一) 寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享

有现时收款权利，与合同约定是否一致，依据是否充分，收入确认与宏昌科技及德业股份等上市公司是否一致。

寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享有现时收款权利，与合同约定一致，依据充分，收入确认与宏昌科技及德业股份等上市公司一致。

1. 寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享有现时收款权利，与合同约定是否一致，依据是否充分

公司国内销售采用寄售仓模式的客户为美的集团和格力电器。根据合同约定，客户更新领用数据或出具领用通知结算单时即表明该等货物已完成交付或最终验收，公司享有现时收款权利。公司与主要销售主体签订的销售合同中关于现时收款权利的约定条款情况如下：

客户	合同相关条款	实际执行流程	与合同约定是否一致	依据是否充分
美的集团	乙方（指公司）按照甲方订单交货，经甲方初步验收合格，办理入库单的，即为交付；交付物料后，符合结算付款条件的，应予以结算付款。物料完成交付的，甲方根据装机数量开具电脑制单的《入库单》，如《入库单》数据与 GSC 系统或 SRM 系统数据存在差异的，双方核实差异后进行调整。	公司按照客户在供应商管理系统上发布的需求将货物按时配送至指定地点，货物送达后双方确认入库数量，并在送货单上签字。客户领用货物后，在供应商管理系统中录入领用信息。	一致	充分
格力电器	货到甲方仓库并经甲方最终验收合格后，月度结算，甲方凭乙方提供的经双方确认后加盖乙方公章的价格确认资料、加盖乙方公章或合同专用章的《供货确认清单》及乙方开具的符合甲方要求的全额增值税专用发票，核对无误后，在双方约定的付款期限内以承兑或现汇的方式付款。 货物最终验收合格后，甲方通过供应链管理系统将供货信息提供乙方核对。	公司按照客户在供应商管理系统上发布的需求将货物按时配送至指定地点，货物送达后双方确认入库数量，并在送货单上签字。客户领用货物后，在供应商管理系统中录入领用信息或定期出具领用通知结算单。	一致	充分

因此，寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享有现时收款权利，与合同约定一致，依据充分。

2. 收入确认与宏昌科技及德业股份等上市公司是否一致

公司与宏昌科技及德业股份关于寄售仓模式下的收入确认原则如下：

公司名称	关于寄售仓模式下的收入确认原则
------	-----------------

公司	采用寄售仓模式的，客户从寄售仓领用后，公司根据客户的供应商系统领用数据或领用结算通知单确认收入。
宏昌科技	在公司产品已经发出并经客户检验合格领用后，公司根据客户确认的供应商系统或结算通知单确认销售收入，采用领用结算模式的主要客户为海尔集团、美的集团、宁波吉德、TCL 集团、海信集团、泉州科牧等
德业股份	公司将货物交付给购买方，购买方在收到货物后在其供应链管理系统里确认货物已接收，货物在实际领用后在其供应链管理系统里显示货物已交货，公司根据系统中已交货的数量与客户进行结算

由上表可知，公司与宏昌科技及德业股份等上市公司在寄售仓模式（领用结算）下的收入确认原则一致，均为根据供应商系统领用数据或结算通知单确认收入。

（二）未采用寄售模式的，公司采取电子邮件对账、社交工具对账等多种对账方式的合规性及相关内部控制的有效性，是否符合合同约定及行业惯例，报告期内对账的差异及争议情况。

未采用寄售模式的，公司采取电子邮件对账、社交工具对账等多种对账方式是与客户协商后双方真实意思表示，具有合规性；公司就多种对账方式设计了健全的内部控制，并得到有效执行；多种对账方式不存在违背合同约定的情况，符合行业惯例，报告期内公司与客户对账不存在重大差异或争议的情况。

1. 未采用寄售模式的，公司采取电子邮件对账、社交工具对账等多种对账方式的合规性及相关内部控制的有效性

公司对未采用寄售模式的客户，通常采用每月对账的方式结算货款并确认收入。在协商阶段，公司与客户就对账方式通过合同约定、邮件往来、电话协商、等多种方式达成一致，对账方式的确认是双方真实意思的表示，具有合规性。报告期各期，公司采取社交工具等对账方式对账的主营业务收入占内销主营业务收入的比例分别为 13.02%、11.30%、10.73%，占比不高且保持稳定。

公司关于对账环节的内部控制情况如下：

（1）公司销售人员与客户采购人员协商对账方式，一般采用签字、盖章后的对账单作为对账依据，对账单列明对账所属期间的产品规格、型号、数量、单价等。

（2）对于少部分客户，双方为提高工作效率，采用电子邮件、社交工具的方式对账。该种对账方式下，公司与客户确认对账人员的身份，包括获取对账人员的名片、电话、电子邮件、社交工具账号等。

(3) 销售人员将对账方式上报销售主管，经审批后与客户确定；合作过程中客户要求变更对账方式的，销售人员上报销售主管，经审批后变更。

(4) 对账日，销售人员结合前月末结算数据、当月发货数据等，与客户就当月结算数据进行对账，如发现不一致，立即分析原因，并及时与客户沟通。

(5) 销售人员每月对账后，将对账情况上报至销售主管。

(6) 销售人员将开票明细和对账单提交系统后，财务人员对照开票信息、对账情况、财务信息进行检查复核，如发现异常，要求销售人员复核对账结果。销售人员会同财务人员跟踪客户的发票开具、货款收取，确认与客户的对账金额不存在差异。

综上，报告期内，公司就对账环节设计了健全的内部控制，并得到有效执行。

2. 是否符合合同约定及行业惯例，报告期内对账的差异及争议情况

对于在合同中约定了对账方式的客户，公司与其按照合同约定的方式进行对账；对于未在合同中明确约定对账方式的客户，公司经与客户协商后确定对账方式。因此，公司与客户的对账方式均系合同约定或协商达成一致，不存在违反合同约定的情形。

公司对未采用寄售模式的客户，通常采用每月对账的方式结算货款并确认收入。主要原因系微动开关产品体积小、单价低、种类多，客户在日常经营过程中，往往会根据需求而连续下达多个采购订单，故为了提高结算效率，公司与客户约定在每月的固定时点对上个月的销售发货情况进行对账，以确认该期间的结算总额。在对账过程中，为了双方更加有效、便捷的沟通，公司通常根据客户习惯采用多种对账方式，包括签章对账单、电子邮件对账、社交工具对账等，对账确认同时也代表了公司产品已经客户验收合格。宏昌科技（301008）主要产品包括流体电磁阀、模块化组件及水位传感器，是生产各类家用电器的重要构件，其与客户之间存在通过电子邮件、QQ 等方式发送对账单的情形。因此，公司与客户间存在多种对账方式具有商业合理性，符合行业惯例。

报告期内，公司与客户对账不存在重大差异或争议的情况，公司不存在因对账问题出现与客户发生诉讼或重大纠纷的情形。

(三) 报告期内年降政策的年降幅度及对公司财务数据的影响。

报告期内，销售价格年降政策所涉及的主要客户系采购量较大且保持稳定的

大型家电生产企业，主要包括美的集团、格力电器和中山东菱及其下属部分采购量较大的子公司。

公司与上述客户签署的协议或合同中，不存在每年降低售价或类似意思表达的条款。公司与该等客户的销售价格主要通过定期或不定期的协商议价形成。该等客户基于其强势的市场地位、自身采购政策要求以及对其他零部件供应商的控制成本习惯等，在与公司的定期或不定期协商议价时，通常以原材料价格下降为由，或以增加采购份额或拓宽合作范围为条件，主动提出要求适当降低产品销售价格或反对公司上调销售价格的成本控制需求。

报告期各期，年降政策所涉客户的主要子型号产品销售价格波动对公司财务数据的影响情况如下：

单位：万元

主要子型号产品销售价格波动对主营业务收入金额的影响[注 1]	2021 年度	2020 年度	2019 年度
美的集团	132.69	-105.07	-68.49
格力电器	-6.11	-43.00	-8.10
中山东菱	60.87	18.77	-11.29
合计（A）	187.45[注 2]	-129.30	-87.88
上述客户主要子型号产品销售收入（B）	5,332.43	5,826.74	5,240.90
年降政策所涉客户主营业务收入（C）	7,661.67	7,560.67	6,601.77
主要子型号产品占相关客户当期主营业务收入的比例（B÷C）	69.60%	77.07%	79.39%
影响收入占相关客户当期主营业务收入的比例（A÷C）	2.45%	-1.71%	-1.33%
当期主营业务收入（D）	29,949.50	25,129.37	22,604.80
影响收入占当期主营业务收入的比例（A÷D）	0.63%	-0.51%	-0.39%

[注 1] 主要子型号产品价格波动对主营业务收入的影响=各子型号产品价格波动对主营业务收入的影响之和；各子型号产品价格波动对主营业务收入的影响=（当期单价-前期单价）×当期销量

[注 2] 2021 年因原材料涨价，公司提高了部分产品的销售价格

由上表可知，2019 年度、2020 年度、2021 年度年降政策所涉客户的主要子

型号产品的价格变动导致的主营业务收入变化金额分别为-87.88 万元、-129.30 万元、187.45 万元，金额较小，占该等客户当期主营业务收入的比例分别为-1.33%、-1.71%、2.45%，占公司当期主营业务收入的比例分别为-0.39%、-0.51%、0.63%，占比均较低。

(四)核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 取得了寄售仓模式下主要客户的销售合同，查阅并分析了商品交付、最终验收等与现时收款权利相关的条款；

(2) 通过公开渠道查阅了宏昌科技及德业股份等上市公司寄售或领用模式下的收入确认原则，查阅了宏昌科技与客户之间发送对账单的方式；

(3) 访谈了公司相关人员，了解与未采用寄售模式的对账情况和内部控制相关情况；对公司对账环节的内部控制实施了穿行测试和细节测试，核查了部分销售合同和订单，核查了部分客户对账人员的名片、电话、电子邮件、社交工具账号等，核查了部分财务部门的审批记录等；

(4) 抽查了报告期内主要客户的对账单，核查对账差异情况；

(5) 通过公开渠道查询公司是否存在重大诉讼或纠纷；

(6) 取得公司报告期内销售收入明细表，分析年降政策对公司财务情况的影响；

(7) 对经销客户、贸易型直销客户的收入确认进行核查，对供应商系统领用数据、对账单或结算单进行核查，检查是否存在异常情形

1) 对经销客户、贸易型直销客户的收入核查情况

① 通过工商登记信息、邮件、企业信用信息系统查询等方式获取主要经销商、主要贸易商的相关工商信息，包括成立时间、注册地、股东及董监高信息，同时查阅公司董监高及股东调查表，确认客户与公司不存在关联关系；通过网络查询等方式，获取公司主要经销商、主要贸易商的官方网址、公司背景等信息，核实客户的真实性；

② 访谈公司总经理、销售部门负责人、销售人员，了解报告期内公司主要经销商、主要贸易商的基本情况、交易模式、公司与主要经销商、主要贸易商建立合作关系的過程、订单获取方式、合作历史、合作原因、具体合作情况；

③ 获取主要经销商、贸易商的确认函，了解报告期内主要经销商、贸易商的经营规模；获取主要经销商、贸易商的主要终端客户清单及其销售数量，同时通过工商信息查询、网址查询等方式，了解终端客户的经营类别、产品类别，与公司产品功能的相关性，分析经销商持续向公司进行大额采购的原因及商业逻辑；

④ 获取公司经销商清单、订单及发货明细表，对于公司内销收入，抽查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、出库单、对账单等；对于出口收入，获取公司海关报关数据、电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、出口报关单、销售发票、提单等支持性文件；检查收入确认的时点、金额、数量是否准确；核实相关交易的真实性；

⑤ 访谈公司相关人员，了解公司对不同类型客户的定价惯例和合作情况；获取公司的收入成本明细表，分析各类客户毛利率差异的合理性；

⑥ 获取主要经销商的收发存明细表、主要终端客户明细表，同时访谈公司销售部门负责人、销售人员，确认主要经销商期末库存量及最终销售流向的合理性；

⑦ 了解公司与经销收入相关的内控制度，对公司报告期内的所有经销商客户、部分贸易商客户进行穿行测试，抽查销售合同、销售订单、邮件往来记录、发货单、出口报关单、货运单、提单、发票、回款凭证等，评价内控制度是否有效执行；

⑧ 实地走访经销商客户 8 家，因疫情因素对 3 家境外经销商客户进行视频访谈，抽查经销商对外发货单、发票、出库记录等；查看境内经销商的生产经营场所、对境内经销商库存实施监盘，核查范围如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销商客户营业收入（万元）	6,649.98	5,654.31	5,046.46
核查覆盖收入（万元）	6,649.98	5,654.31	5,046.46
核查覆盖收入占比	100.00%	100.00%	100.00%

⑨ 针对公司经销模式下是否实现最终销售，我们具体执行了以下核查程序：

类型	项目	核查情况
直接核查	函证、访谈情况	对报告期内全部 11 家经销商实施了函证、访谈程序，核查覆盖率 100%。
终端核查	覆盖比例	1、除 Switch Technology (S) PTE LTD. 以外，对公司其他经销商的终端客户均进行了核查，核查比例覆盖经

		销商销售收入的 87.12%、91.15%和 93.01%； 2、对经销商终端客户实施走访、函证、替代程序核查覆盖的最终销售数量占公司向经销商销售数量的比例分别为 56.27%、57.70%、57.67%。
	终端核查程序	1、获取经销商客户的主要终端客户清单及其销售数量，对该等客户通过工商信息查询、网址查询等方式，了解终端客户的经营类别、产品类别，与公司产品功能的相关性，客户采购的合理性； 2、获取经销商主要终端客户的主要股东、董监高信息，并核查终端客户的主要股东、董监高与公司是否存在关联关系； 3、对各经销商客户的终端客户进行抽查并访谈，共访谈终端客户 36 家；对终端客户进行抽查并函证，共函证终端客户 51 家；访谈和函证内容包括经营类型、主要产品、关联关系、开展业务时间、采购规模等。
	替代程序	1、抽查经销商对终端客户的销售订单、发货单、发票等单据共 345 笔，与经销商销售客户及明细进行对比，核查了主要经销商销售的真实性，未发现异常； 2、由于 Switch Technology (S) PTE LTD. 的终端客户均为戴森加工厂，出于客户信息保密的考虑因素，未能对其终端客户进行访谈及函证，故对其进行替代程序，包括取得经销商客户对其终端客户的销售单、运输单等。

⑩ 对报告期内贸易商实施了函证、访谈程序，了解贸易商与公司之间的交易往来、交易金额，终端客户的名称、类型、分布等，累计核查贸易型客户 31 家，核查范围如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易型客户营业收入（万元）	2,549.82	1,422.61	1,006.52
核查覆盖收入（万元）	1,847.57	944.71	720.21
核查覆盖收入占比	72.46%	66.41%	71.55%

⑪ 针对公司贸易模式下是否实现最终销售，我们具体执行了以下核查程序：

类型	核查程序
直接核查	1、核查主要贸易型客户订单情况及公司对其销售金额的季节波动性，核查单笔订单金额大小与分布，核查是否存在年底突击采购囤货的情形； 2、获取报告期内主要贸易商客户的库存情况，了解其退换货情况，确定各期末不存在大量的库存； 3、核查与贸易商之间的销售回款情况，确认不存在大额未支付货款； 4、核查报告期内公司关键人员个人银行流水，确认其不存在与贸易商客户异常、大额资金往来情形。
终端核查	1、获取贸易商主要终端客户的名称、类型、分布等，对报告期内贸易商实施了函证程序，核查比例覆盖公司贸易商销售收入的 38.71%、40.49%和

	46.06%; 2、获取贸易商的主要终端客户,对该等客户通过工商信息查询、官方网站查询等方式,了解贸易商终端客户的经营类别、产品类别,与公司产品功能的相关性,终端客户采购的合理性,与公司是否存在关联关系,共计 39 家。
--	---

2) 对供应商系统领用数据、对账单或结算单的核查情况

针对上述事项,我们履行了以下核查程序:

① 访谈了公司相关人员,了解公司与寄售仓模式的主要客户合作的具体情况、供应商系统的使用情况,了解公司与未采用寄售模式客户的对账情况以及相关内部控制情况;

② 对公司与客户对账的环节进行了穿行测试,了解对账环节各关键控制节点的控制有效性;

③ 对供应商系统领用数据、对账单或结算单等对账实施了细节测试,具体如下:对于寄售仓模式的主要客户,登陆了主要客户的供应商管理系统,检查了领用数据的更新情况,以及与收入确认数据的一致性;对于未采用寄售模式客户,抽查了公司与主要客户的对账单或结算单,核查对账情况、对账方式与约定情况的一致性,以及对账情况和收入确认数据的一致性;

④ 访谈了相关客户,了解主要客户与公司的合作情况以及对账情况。

2. 核查结论

(1) 寄售仓模式下客户更新领用数据或出具领用通知结算单时公司即享有现时收款权利,与合同约定一致,依据充分,收入确认与宏昌科技及德业股份等上市公司一致;

(2) 未采用寄售模式的,公司采取电子邮件对账、社交工具对账等多种对账方式具有合规性;公司就对账环节设计了健全的内部控制,并得到有效执行;公司与客户的对账行为不存在违背合同约定的情形,符合行业惯例;报告期内公司与客户对账不存在重大差异或争议的情况;

(3) 报告期内年降政策的所涉客户的主要子型号产品价格存在一定波动,对公司财务数据的影响较小;

(4) 公司对经销客户、贸易型直销客户的收入不存在重大异常情形,供应商系统领用数据、对账单或结算单均不存在重大异常情形。

四、关于主要客户。根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期内，公司主要客户珠海格力电器股份有限公司贡献的销售收入在 2020 年明显下降，2021 年上半年珠海格力电器股份有限公司不再属于公司前五大客户。（2）深圳市东南伟业电子有限公司、苏州工业园区思威电子有限公司、DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd 系公司主要经销商。报告期内，公司主要客户 DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd. 贡献的销售收入分别为 1,095.34 万元、1,148.71 万元、1,141.24 万元、534.88 万元，该客户由 DH LEE 持股 100%请发行人说明：

（1）公司报告期内与珠海格力电器股份有限公司的合作情况及收入变动合理性，珠海格力电器股份有限公司逐步退出公司前五大客户是否表明公司对主要客户的合作稳定性不强，产品转换成本较低，公司被替代的风险较大。（2）深圳市东南伟业电子有限公司、苏州工业园区思威电子有限公司、DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd 等主要经销商的设立目的、除经销公司产品的主营业务、相关产品销售比例，主要经销商与公司及关联方是否存在实质关联关系，其经销金额变动的合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 7）

（一）公司报告期内与珠海格力电器股份有限公司的合作情况及收入变动合理性，珠海格力电器股份有限公司逐步退出公司前五大客户是否表明公司对主要客户的合作稳定性不强，产品转换成本较低，公司被替代的风险较大。

1. 公司报告期内与珠海格力电器股份有限公司的合作情况及收入变动合理性

格力电器系公司主要生产型直销客户之一。格力电器自 2010 年开始与公司合作，其长期向公司采购微动开关及其他开关产品，双方保持十年以上稳定且良好的合作关系，合作情况良好。

报告期内，公司对格力电器各期的交易金额、交易占比、销售数量及收入排名情况如下：

单位：万元、万只

报告期	交易金额	占生产型直销收入比重	占营业收入比重	销售数量	营业收入排名	生产型直销收入排名
2021 年度	355.62	1.69%	1.18%	146.57	11	7
2020 年度	943.04	5.21%	3.75%	242.17	5	3
2019 年度	1,341.71	8.09%	5.93%	314.56	2	2

注：以上关于销售收入的披露口径为营业收入

根据上表，报告期内，公司对格力电器的销售收入呈下降趋势，其中 2020 年下降幅度较大，具体情况如下：

(1) 2019 年至 2021 年客户需求有所变化

2019 年至 2021 年，公司对格力电器的销售收入呈下降趋势，逐步退出公司前五大客户，主要原因系公司客户格力电器的采购需求有所变化。

1) 减少了部分采购量。公司对格力电器销售的产品主要为 WS 系列，该系列产品主要用于包含冷媒的压缩机的空调产品中，由于该空调在运行中若产生轻微的电火花泄漏都有可能引起爆炸，故需要使用具备防爆功能的 WS 系列产品。报告期内，由于格力电器自身产品结构有所调整，故其对公司 WS 系列产品的需求量亦有所减少。

2) 采购了更多单价较低的产品。报告期期初，格力电器主要向公司采购 WS2 型号产品，该型号产品的体积较大，单价较高，约为 9 元/只左右。随着格力电器空调产品型号的变更，以及新空调产品内部结构的调整，需要更多的向公司采购 WS6 型号产品，相比 WS2 型号产品，WS6 型号产品的体积相对较小，单价相对较低，约为 5 元/只左右。

(2) 2020 年新冠疫情影响

2020 年，受新冠疫情因素影响，空调行业终端产品需求整体下降，原材料需求减少。根据产业在线，2020 年家用空调产量为 14,490.50 万台，同比下降 5.17%；2020 年家用空调销量为 14,146.40 万台，同比下降 6.08%。由于格力电器采购公司微动开关产品主要应用于其空调产品，受空调行业整体下滑影响，从而减少了对公司微动开关产品的采购量。

综上，由于公司客户格力电器采购微动开关产品的型号变化以及需求量有所减少，同时受新冠疫情引起的空调行业下滑影响，公司报告期内对格力电器的销售收入呈下降趋势。报告期内，公司与格力电器合作情况良好，与格力电器的交易金额虽有所下降，但其 2021 年营业收入排名仍位列第 11 位，其收入变动具备合理性。

2. 珠海格力电器股份有限公司逐步退出公司前五大客户是否表明公司对主要客户的合作稳定性不强，产品转换成本较低，公司被替代的风险较大

格力电器逐步退出公司前五大客户主要系其自身采购需求变化及新冠疫情引起的空调行业终端需求整体下降所致，公司对主要客户的合作稳定性较强，产品转换成本较高，公司被替代的风险较小。具体情况如下：

(1) 公司对主要客户的合作稳定性较强

报告期内，公司各期前五名客户的合作情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	客户类型	开始合作年份	报告期内销售主要产品	2021 年	2020 年	2019 年
1	美的集团	生产型直销	1999 年	主要销售 KW 系列产品，可用于高温等特殊环境；防水、防尘开关占比相对较低	6,158.16	5,611.99	4,431.06
2	深圳东南	经销型	2004 年	各类型微动开关均有销售	2,119.04	1,340.24	1,096.16
3	DONGNAN KOREA	经销型	2006 年	各类型微动开关均有销售	1,373.95	1,141.24	1,148.71
4	中山东菱	生产型直销	2006 年	主要销售 KW 系列产品，可用于高温等特殊环境	1,141.86	1,006.12	830.24
5	苏州思威	经销型	2003 年	主要销售 KW、WS 系列产品	1,000.61	920.30	751.30
6	格力电器	生产型直销	2010 年	主要销售 WS 系列防水、防爆开关	355.62	943.04	1,341.71

根据上表，公司与主要客户合作均超过 10 年，最近 10 年每年均产生收入，未出现供应中断的情形，且合作期间不存在重大产品退回争议、产品质量争议、货款纠纷等情形，同时合作过程中客户对公司认可度较高，合作稳定性较强。

(2) 公司产品转换成本较高

公司的主要客户，如美的集团、格力电器等大型家电品牌生产商，对供应商的经营资质、生产能力、技术水平、管理水平、质量稳定性及供货及时性等诸多方面皆有严格的准入要求。供应商只有满足了以上要求并通过相应合格认证后，才能进入到该等生产商的供应商名单。

因大型家电品牌生产商对合格供应商的考核要求较高，合格供应商的审核周期较长、审核成本较高，使得供应商进入大型家电生产商供应链体系的壁垒较高。供应商一旦成功进入格力电器等大型家电生产商的供应链体系，基本等同于与其建立了长期稳定的战略合作关系。公司长期以来一直系格力电器等大型家电品牌生产商的合格供应商，在供应商体系进入壁垒较高的情况之下，格力电器对公司产品的转换成本较高。

(3) 公司被替代的风险较小

公司在微动开关行业具备一定竞争优势，被替代的风险较小，具体竞争优势如下：

1) 研发设计优势。微动开关下游应用领域广泛、产品种类繁多，下游客户通常对微动开关有着定制化需求，尤其对于格力电器这样的大型家电生厂商，其产品更新迭代较快、定制化需求较高。公司深耕微动开关行业二十余载，拥有从业经验丰富、创新意识突出的研发团队，具备国际标准的测试实验室及先进的生产设备，具有专业的模具设计和制造能力，故能够根据格力电器的产品需求提供相应性能的微动开关产品。

2) 技术优势。微动开关生产技术难度主要体现在产品结构设计、精密模具的设计与开发、多种材料的组合应用、品质检验等方面。经过数十年的持续积累，公司拥有大量的工艺技术储备。依托成熟的模具设计加工体系、完整的生产工艺，区别于大部分中小型微动开关生产企业，公司具备从模具开发、材料应用、技术测试到量产的每一个环节为客户提供全方位服务的综合能力。

3) 产品生产优势。公司在生产经营中积累了丰富的经验，总结了一整套适合企业自身特点的研发体系与生产模式。公司从采购环节即开始根据交货品种、产能负荷、生产周期制定计划，保障公司的生产运营；在生产过程中，针对不同材质、不同工序开展技术改进、优化排程以提升生产效率。经过多年生产积累，公司具备了先进的自动化生产线、完善的工艺体系和高效的经营管理体系，能够保证从研发设计、样品试制、改进工艺到稳定量产在较短的周期内完成，及时、全面地响应格力电器对产品及服务的需求，能够在快速变化的市场环境中为公司抢得市场先机。

4) 产品质量优势。公司通过建立完备的质量管理和控制体系，实现了对产品从概念设计、开发制样、供应商筛选、来料检验，到生产制程控制、成品检验、售后服务等全过程的监控与管理。公司在产品研发阶段制定了《产品质量先期策划控制程序》，规范样品的开发、检测、签样，将重大问题集中解决在开发制样阶段；在采购阶段制定《采购控制程序》，确保所采购的产品和服务均能符合要求；在生产阶段制定《生产过程控制程序》对生产过程中影响产品质量的各种因素加以控制，并严格执行工艺标准，保证质量控制的持久有效；在质量检测阶段，

公司拥有经验丰富的专业检测团队，建立了产品检测实验室，对产品进行严格的质量检验。

(二) 深圳市东南伟业电子有限公司、苏州工业园区思威电子有限公司、DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd 等主要经销商的设立目的、除经销公司产品的主营业务、相关产品销售比例，主要经销商与公司及关联方是否存在实质关联关系，其经销金额变动的合理性。

1. 深圳市东南伟业电子有限公司、苏州工业园区思威电子有限公司、DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd 等主要经销商的设立目的

(1) 公司采用经销模式的原因

公司采用经销模式主要是出于对公司产品市场覆盖率、服务水平和成本支出等因素的考虑。具体原因如下：

1) 提高市场覆盖率

微动开关可应用于家用电器、专用设备、医疗仪器、电动工具、航空装置、乘用车等。公司产品目前已广泛应用于微波炉、洗碗机、果汁机等家用电器以及汽车、电动工具等领域。

公司产品用途广泛，市场容量较大，同时，在家用电器等下游行业中，除了生产规模较大的美的集团、格力电器等企业以外，还存在大量生产规模较小的企业，因此，公司采用经销商模式可以利用经销商在当地的市场开拓、客户服务等优势，加强广东、江苏等家电生产商集中地区的市场渗透，并能够通过国外经销商开拓韩国、新加坡等海外市场，从而提高公司的营业收入及市场占有率。

2) 提高服务水平

与选取同行业公司的继电器、连接器等标准产品相比，微动开关产品定制化特征较为显著。由于家用电器种类繁多，各家电生产商的产品设计结构不同，因此家电生产商对微动开关产品的各项参数指标、防护等级、使用寿命等需求有所不同，而当地经销商具有较强现场沟通能力，能够深入了解本地客户需求从而将公司产品推广至终端客户，为客户提供包括短途配送在内的更优质、更及时的服务。

3) 减少成本支出

报告期内，公司对生产型客户的销售收入占比均在 70%左右，该等客户主要

系美的集团、格力电器、中山东菱等大型生产厂商。因此，公司为了集中资源更好的服务大型生产型客户，通过与经销商合作的方式服务中小型客户，从而降低人员管理和运营维护成本。

（2）主要经销商的设立目的

1）深圳东南

深圳东南、深圳悦海和东莞东南新能源受杨辉兰、曹海忠夫妇共同控制，与公司不存在关联关系。深圳东南注册于 2013 年 1 月 4 日，深圳悦海注册于 2004 年 9 月 24 日，东莞东南新能源注册于 2020 年 1 月 6 日，自 2004 年起先后与公司展开合作。

深圳悦海成立初期是一家开关贸易企业，主要下游客户涉及家电、灯饰、办公设备、仪器仪表等行业。2004 年，深圳悦海客户广东伟仕达电器科技有限公司作为一家经营烤箱出口的生产厂家，需要采购一款门控定制微动开关，深圳悦海主动联系了公司，从此打开了广东家电行业市场。因东南电子产品质量好、交货速度快，双方展开了长期稳定的合作，终端客户数量不断增加，且主要为家电生产及配件、汽车配件的制造企业。

随着双方合作的深入，公司为了更好的在广东以及国际市场推广公司产品，2013 年深圳东南注册成立，公司的产品更多的通过深圳东南销售给终端客户。2018 年 1 月 1 日，为了进一步规范管理、加强合作，双方签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

2）DONGNAN KOREA

DONGNAN KOREA 成立于 2006 年，DH LEE 为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2006 年起与公司展开合作。

2005 年，公司参与了香港环球资源电子展，在会展上结识了现 DONGNAN KOREA 股东 DH LEE，对方表达了合作意愿，会后与公司一直保持沟通。公司考虑到韩国是全球主要的家电生产市场、微动开关需求旺盛以及通过直销方式进入韩国市场较为困难等因素，双方于 2006 年正式达成合作。

随着 DONGNAN KOREA 在韩国销售规模的扩大，并先后与三星、LG 等代工厂等合作，向公司的采购量不断提高。为了规范管理、进一步开拓东南电子的韩国市场，双方于 2018 年 1 月 1 日签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期

限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。

3) 苏州思威

苏州思威成立于 2003 年 4 月 9 日，丁艳为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2003 年起与公司展开合作。

2003 年，公司于上海展览馆的展会上结识了苏州思威。因苏州思威需要为其客户的电饭煲产品采购合适的微动开关，其向公司提出合作意向。2003 年以来，苏州思威先后与断路器附件、控制器、家用电器、电动工具生产以及汽车线束、电子线束生产等生产商展开合作，与公司同时建立了长期、稳定的合作关系。

4) Switch Technology (S) Pte Ltd.

Switch Technology (S) PTE LTD. 成立于 2000 年 10 月 18 日，CHANG EN-NA 为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2007 年起与公司展开合作。

Switch Technology (S) PTE LTD. 位于新加坡，靠近马来西亚、印度尼西亚等代工厂较多的国家，主要从事电器及电线配件批发业务。2007 年，Switch Technology (S) PTE LTD. 需要为戴森的产品采购一款合适的微动开关，经同业推荐向公司提出合作意愿。通过送样、检验与确认，公司与 Switch Technology (S) PTE LTD. 于当年达成合作关系，并展开了长期、稳定的合作。

5) 广州一佳

广州一佳成立于 2017 年 12 月 13 日，高献阳为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2017 年起与公司展开合作。

广东好太太科技集团股份有限公司成立于 2005 年 1 月 5 日，主营业务为智能晾衣机、智能锁等家居产品和晾衣架产品的研发、生产和销售。2017 年 9 月，通过高献微介绍，广东好太太科技集团股份有限公司与公司开始开展业务合作关系。而后为提高业务管理水平，实现双方业务关系的进一步拓展，高献微亲属高献阳于 2017 年 12 月 13 日注册成立广州市一佳工控成套电气有限公司，专为广东好太太科技集团股份有限公司提供包括公司微动开关产品在内的各种电子配件采购服务。2018 年 11 月起，与公司微动开关产品的采购业务皆承接至广州一佳，双方保持了长期、稳定的合作。

6) DONGNAN HK

DONGNAN HK 成立于 2005 年 10 月 4 日，受陈小寒控制，与公司不存在关联

关系，自 2020 年起与公司展开合作。

2004 年，美国 E-Switch, Inc. 与公司洽谈业务，并希望公司能够为其代工微动开关产品。该公司为保障自身的权益并规避风险，要求公司聘请一家香港公司作为中间商提供服务。通过多方洽谈，双方决定由郑乐野先生于 2005 年成立 DONGNAN HK，以备后续开展各方业务。随后，在业务洽谈的深入过程中，美国 E-Switch, Inc 提出了诸多公司难以完成的条件与要求，使得后续公司与美国 E-Switch, Inc. 之间的业务条款未能达成一致，双方未发生交易。

随着公司产能的扩大，公司需要不断开拓国内外市场，提高产品知名度和营业收入。因香港是亚太地区重要的国际贸易中心，在香港寻求合作能够帮助公司提高海外收入，公司与 DONGNAN HK 股东达成合作意向，并于 2018 年 1 月 1 日与 DONGNAN HK 签订了《商号和商标授权使用协议》，授权使用期限为 2018 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。DONGNAN HK 的股东利用其在香港多年的贸易经验与积累，为公司不断积累客户，并于 2020 年开始产生销售收入。

7) 厦门耀盈

厦门耀盈成立于 2004 年 4 月 21 日，何一峰为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2004 年起与公司展开合作。

2019 年 12 月 27 日，厦门耀盈实际控制人何一峰姐姐设立厦门盈征普，随即也与公司展开合作。厦门耀盈、厦门盈征普主营业务是开关、插座的销售，主要下游客户集中在华南区域，以生产商为主。2004 年，厦门耀盈主动向公司提出合作意愿，采购公司的微动开关，以替代国外价格较高的产品，双方保持了长期、稳定的合作。

8) 苏州品仁

苏州品仁成立于 2012 年 3 月 13 日，左健为实际控制人，与公司不存在关联关系，自 2012 年起与公司展开合作。

苏州品仁主营业务是开关、电容、继电器、断路器等产品的销售，主要下游客户集中在江浙沪区域，以生产商为主。2012 年，经同业推荐，苏州品仁主动向公司提出合作意愿，采购公司的微动开关，双方保持了长期、稳定的合作。

2. 主要经销商除经销公司产品的主营业务、相关产品销售比例

报告期内，公司主要经销商除经销公司产品的主营业务、除经销公司产品外

销售其他产品的比例如下：

客户名称	除经销公司产品的主营业务	销售比例
深圳市东南伟业电子有限公司	电子锁、马达、电源开关等产品的销售	约为 20%
DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	接线端子、指拨开关等产品的销售	约为 15%
苏州工业园区思威电子有限公司	轻触开关及其他开关等产品的销售	约为 50%
Switch Technology (S) Pte Ltd.	连接器、温度保护器、磁簧开关等产品的销售	约为 90%
广州市一佳工控成套电气有限公司	船型开关、扎带等产品的销售	约为 15%
DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	扎线带及其他电子组件等产品的销售	约为 50%
厦门耀盈机电设备有限公司	插座、仪器仪表、阀门等产品的销售	约为 90%
苏州品仁电子科技有限公司	轻触开关及其他开关、线束、插座、端子、连接器等产品的销售	约为 60%

深圳东南、DONGNAN KOREA、苏州思威、广州一佳、DONGNAN HK 和苏州品仁销售公司产品的比例较高，主要原因系：（1）为了开拓广东、江苏、香港以及海外市场，公司与上述经销商建立了长期、稳定的合作关系，并与部分经销商签订了《商号和商标授权使用协议》；（2）基于公司品牌知名度较高、产品质量稳定等多方面因素，该等经销商更多的选择采购公司产品。但上述经销商的营销体系、定价政策、员工等均完全独立，均由经销商自身掌握销售渠道，包括下游客户的联系方式、产品需求等，除可经销公司产品外，也可转为销售其他品牌的产品。上述经销商与公司保持了互利共赢的良好合作关系，销售比例较高且具有合理性。

Switch Technology (S) Pte Ltd. 和厦门耀盈除经销公司产品外销售其他产品的比例均约为 90%，主要原因系该等经销商的主营产品品类较多，涉及开关、连接器、温度保护器、插座、仪器仪表等，微动开关的销售占比较低具有合理性。

3. 主要经销商与公司及关联方是否存在实质关联关系

公司主要经销商与公司及公司控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员或关键管理人员及上述人员关系密切的家庭成员不具有实质关联关系。

4. 主要经销商经销金额变动的合理性

报告期内，主要经销商的经销规模变动情况如下：

单位：万只，万元

序号	客户名称	报告期	销售数量	销售收入	占营业收入比重
----	------	-----	------	------	---------

1	深圳市东南伟业电子有限公司	2021 年	2,539.88	2,119.04	7.01%
		2020 年	1,683.16	1,340.24	5.32%
		2019 年	1,328.99	1,096.16	4.84%
2	DONGNAN ELECTRONICS KOREA Co., Ltd.	2021 年	1,824.57	1,373.95	4.55%
		2020 年	1,602.81	1,141.24	4.53%
		2019 年	1,539.74	1,148.71	5.08%
3	苏州工业园区思威电子有限公司	2021 年	1,237.95	1,000.61	3.31%
		2020 年	1,253.69	920.30	3.66%
		2019 年	1,049.04	751.30	3.32%
4	Switch Technology (S) Pte Ltd.	2021 年	1,004.78	464.81	1.54%
		2020 年	1,009.05	500.36	1.99%
		2019 年	1,251.11	650.08	2.87%
5	广州市一佳工控成套电气有限公司	2021 年	422.25	332.42	1.10%
		2020 年	120.21	105.79	0.42%
		2019 年	241.57	222.10	0.98%
6	DONGNAN ELECTRONICS (HK) CO., LTD	2021 年	346.04	250.91	0.83%
		2020 年	190.63	151.05	0.60%
		2019 年	—	—	—
7	厦门耀盈机电设备有限公司	2021 年	339.97	245.76	0.81%
		2020 年	462.51	341.30	1.36%
		2019 年	452.51	343.94	1.52%
8	苏州品仁电子科技有限公司	2021 年	386.56	237.61	0.79%
		2020 年	918.74	481.83	1.91%
		2019 年	449.91	255.31	1.13%

注：以上关于销售收入的披露口径为营业收入

随着近年下游家电、汽车行业的稳步发展，报告期内，公司经销商收入金额分别为 5,046.46 万元、5,654.31 万元、6,649.98 万元，整体呈增长趋势。其中，除深圳东南、Switch Technology (S) Pte Ltd.、苏州品仁以外，其他主要经销商各期经销金额不存在明显变动，具体如下：

(1) 深圳东南经销金额变动的合理性

报告期内，公司对深圳东南各期的交易金额、交易占比、销售数量及各期末库存情况如下：

单位：万元、万只

报告期	交易金额	占经销商收入比重	占营业收入比重	销售数量	客户期末库存数量
2021 年度/末	2,119.04	31.87%	7.01%	2,539.88	519.70
2020 年度/末	1,340.24	23.70%	5.32%	1,683.16	210.19
2019 年度/末	1,096.16	21.72%	4.84%	1,328.99	129.56

注：以上关于销售收入的披露口径为营业收入

根据上表，报告期内，深圳东南向公司采购的金额分别为 1,096.16 万元、1,340.24 万元、2,119.04 万元；经销金额占营业收入的比重分别为 4.84%、5.32%、7.01%。其中，2021 年，公司与深圳东南的交易金额为 2,119.04 万元，经销金额增幅较大，占 2020 年交易金额的 158.11%，主要系终端客户需求提升以及公司对其销售产品单价有所增长。

1) 终端客户需求提升

公司的下游客户主要为家电、汽车行业，深圳东南的下游客户与公司类似，随着家电、汽车行业的良好发展，公司和深圳东南的当期销售数量均较上年同期增长。2021 年，公司当期销售微动开关产品数量为 32,257.80 万只，占上年销售数量比重为 113.07%，深圳东南对外销售微动开关产品数量为 3,241.55 万只，占上年销售数量比重为 190.46%；公司与深圳东南当期销售数量均超过了上年销售数量的 100%。

由于下游行业的良好发展，深圳东南当期对外销售微动开关产品数量增加，从而使其向公司采购微动开关产品数量随之增加。

2) 2021 年销售单价有所增长

2021 年 3 月 9 日，公司向客户发布关于 2021 年 3 月 20 日起产品单价上调的通知，并分别与客户就单价调整事项进行协商，以确定产品单价具体调整方案及最终调整幅度。2021 年，公司对深圳东南销售的部分型号产品的单价已实现小幅上调，使得公司当期与深圳东南的交易金额有所增加，但总体影响金额有限，主要系：公司于 3 月份启动提价事宜，各项产品的提价系通过双方最终协商和谈判后逐步确定，同时涨价后的客户订单在下半年开始逐步确认收入，因此，产品

提价对公司营业收入的影响具有一定的滞后性。

综上所述，深圳东南 2021 年经销金额增加具有合理性。

(2) Switch Technology (S) Pte Ltd. 经销金额变动的合理性

Switch Technology (S) Pte Ltd. 为公司主要经销商之一，其主要从事电器及电线配件批发业务，自 2007 年与公司开始合作，合作时间较长且合作关系稳定，其主要客户均为戴森品牌的加工厂。报告期内，Switch Technology (S) PTE LTD 向公司采购的金额分别为 650.08 万元、500.36 万元和 464.81 万元；经销金额占营业收入的比重分别为 2.87%、1.99%、1.54%。

报告期内，Switch Technology (S) Pte Ltd. 经销金额减少，主要有以下原因：(1) 终端客户对微动开关、电源开关、旋转开关等产品的需求量存在一定波动，且 2020 年起受马来西亚新冠疫情因素影响，终端客户因生产节奏减缓要求 Switch Technology 延迟产品交期，故 Switch Technology 相应调整了对公司的采购需求；(2) 报告期各期，公司销售给 Switch Technology (S) Pte Ltd. 产品的均价分别为 0.52 元、0.50 元、0.46 元，有所下降，主要系公司为加强自身产品在东南亚市场的整体竞争力，对销售给该客户的产品交易价格进行了一定程度的下调；同时美元汇率有所下降使得公司结汇后的货款金额有所下降。

报告期内，Switch Technology (S) Pte Ltd. 营业收入排名分别为 7、8、8，其经销金额虽有所下降，但始终为公司前十大合作客户，其经销金额变动具备合理性。

(3) 苏州品仁经销金额变动的合理性

苏州品仁为公司主要经销商之一，其主营业务为开关、电容、继电器、断路器等产品的销售。公司自 2012 年起与该公司合作，双方建立了稳定且良好的业务合作关系。报告期内，苏州品仁向公司采购的金额分别为 255.31 万元、481.83 万元和 237.61 万元；经销金额占营业收入的比重分别为 1.13%、1.91%、0.79%。

苏州品仁 2020 年至 2021 年经销金额有所变动，主要原因系：苏州品仁采购公司产品主要销售至家用电器及配件生产商，其通常根据终端客户需求向公司进行采购。因该期间内苏州品仁终端客户对微动开关产品的需求量有所波动，故其对公司产品的采购规模亦随之调整。苏州品仁不属于报告期内新增客户，公司与其订单具有连续性和持续性，其经销金额变动具备合理性。

综上所述，报告期内，除深圳东南、Switch Technology (S) Pte Ltd.、苏州品仁以外，其他主要经销商各期经销金额不存在明显变动；主要经销商金额变动具备合理性。

(三) 公司对主要生产型客户的销售额、占比、获取方式、开始合作年份、基本情况等信息

1. 对主要生产型客户的销售情况

报告期内，公司各期前十大生产型客户合计共 11 家。报告期各期公司对该等客户的销售金额以及占生产型直销销售总额的比例情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年		2020 年		2019 年	
		销售额	占比	销售额	占比	销售额	占比
1	美的集团股份有限公司	6,158.16	29.30%	5,611.99	31.01%	4,431.06	26.73%
2	中山东菱威力电器有限公司	1,141.86	5.43%	1,006.12	5.56%	830.24	5.01%
3	宁波博菱电器股份有限公司	493.90	2.35%	593.79	3.28%	269.86	1.63%
4	菲尼克斯亚太电气（南京）有限公司	481.93	2.29%	245.88	1.36%	177.31	1.07%
5	PANASONIC LIFE SOLUTIONS (H. K.) CO., LTD	427.43	2.03%	243.82	1.35%	399.31	2.41%
6	杭州热威电热科技股份有限公司	366.10	1.74%	237.53	1.31%	301.01	1.82%
7	珠海格力电器股份有限公司	355.62	1.69%	943.04	5.21%	1,341.71	8.09%
8	E. M. B. CORPORATION	342.62	1.63%	291.94	1.61%	593.66	3.58%
9	瀚乐电子机械（南京）有限公司	315.94	1.50%	291.85	1.61%	361.13	2.18%
10	深圳市联创三金智能科技有限公司	311.55	1.48%	304.27	1.68%	223.37	1.35%
11	浙江科博电器有限公司	144.19	0.69%	121.81	0.67%	206.67	1.25%
合计		10,539.30	50.15%	9,892.05	54.67%	8,958.02	54.04%

[注 1] 以上关于销售金额的披露口径为营业收入。

2. 主要生产型客户的基本情况

报告期内，公司主要生产型客户的基本情况如下：

序号	客户名称	获取方式	开始合作年份	客户基本情况
1	美的集团股份有限公司	商业谈判	1999 年	美的集团（000333.SZ）注册资本为 698,131 万元；2019 年、2020 年、2021 年 1-9 月营业收入分别为 2,782.16 亿元、2,842.21 亿元、2,613.42 亿元；国内家电龙头企业，2020 年末共有员工 14.92 万人。

2	中山东菱威力电器有限公司	商业谈判	2006 年	注册资本为 18,750 万元；2019 年、2020 年、2021 年各年营业收入约为 220,000 万元-400,000 万元；国内知名家电品牌，产品覆盖洗衣机、微波炉等多个类型，员工超千人。
3	宁波博菱电器股份有限公司	商业谈判	2016 年	注册资本为 36,480 万元；2019 年、2020 年、2021 年 1-9 月营业收入分别约为 87,041 万元、169,564 万元、148,403 万元；已申报创业板 IPO，主营厨房小家电的研发、设计、生产和销售，2021 年 9 月末共有员工 2,454 人。
4	菲尼克斯亚太电气（南京）有限公司	商业谈判	2010 年	注册资本 39,052,344 美元；2019 年、2020 年、2021 年营业收入分别约为 250,000 万元、290,000 万元、350,000 万元；实际控制人为 PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG（菲尼克斯电气集团），总部位于德国，2020 年营业收入 24 亿欧元，全球员工 17100 人，提供创新的连接技术和自动化解决方案，业务范围涉及交通基础设施、电动汽车、清洁水、可再生能源、智能供应网络、节能机械制造和系统制造等各个领域。
5	PANASONIC LIFE SOLUTIONS (H.K.) CO., LTD	商业谈判	2010 年	实际控制人为日本松下电器产业株式会社，日本的大型电器制造企业，成立于 1918 年，全球知名品牌，2020 年销售额 66,988 亿日元，截至 2021 年 4 月 1 日拥有员工 24.35 万人。
6	杭州热威电热科技股份有限公司	商业谈判	2014 年	注册资本 36,000 万元，专业生产电加热元件、组件和系统，2020 年、2021 年各年营业收入分别为 16 亿元、18 亿元；其员工约 700 人，工厂建筑面积逾 20 万平米，2020 年 3 月已向浙江证监局提交辅导备案申请，目前正处于辅导中。
7	珠海格力电器股份有限公司	商业谈判	2010 年	格力电器（000651.SZ）注册资本为 601,573 万元；2019 年、2020 年、2021 年 1-9 月营业收入分别为 1,981.53 亿元、1,681.99 亿元、1,381.35 亿元；国内家电龙头企业，2020 年末共有员工 8.4 万人。
8	E. M. B. CORPORATION	商业谈判	2009 年	1972 年成立于美国肯塔基州，为高品质机电控制产品生产厂商，产品主要包括继电器、开关等，应用于家电行业、暖通空调行业等，2019 年、2020 年各年营业收入约为 700~800 万美元（折合人民币约为 4,463 万元~5,101 万元）。
9	瀚乐电子机械（南京）有限公司	商业谈判	2013 年	注册资本 1,500 万元人民币，2019 年、2020 年各年营业收入约为 1.5 亿元，员工人数约 200 人，母公司为 emz Management GmbH&Co. KG，总部位于德国，主要为全球白色家电生产企业提供锁定系统、传感器应用等。
10	深圳市联创三金智能科技有限公司	商业谈判	2006 年	母公司系深圳市联创科技集团有限公司，注册资本 20,390 万元人民币；联创科技集团成立于 1993 年，以小家电产业为核心，拥有十三家子公司和六大产业基地；集团 2019 年为地方财政缴纳税款 7,145.09 万元。
11	浙江科博电器有限公司	商业谈判	2011 年	注册资本 10,000 万元人民币，2019 年、2020 年各年营业收入约为 3.5 亿元-4 亿元；专业从事电磁阀的研发、生产、销售和服务，总部基地占地面积三万多平方米，现有员工 600 多名。

注：根据中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的外汇牌价，以上外币兑人民币汇率均采用 2021 年 12 月 31 日当日的汇率中间价

（四）核查程序及核查结论

1. 核查程序

（1）访谈公司销售部门负责人，了解公司与格力电器建立合作关系的过

订单获取方式、合作历史、合作原因、具体合作情况；分析对格力电器收入变动的原因及合理性；

(2) 访谈公司总经理、销售部门负责人、销售人员，了解公司与主要经销商建立合作关系的过程、订单获取方式、合作历史、合作原因、具体合作情况，核查主要经销商与公司是否存在关联关系；

(3) 取得公司主要经销商的说明性文件，了解主要经销商除经销公司产品的主营业务、相关产品的销售比例；

(4) 通过工商登记信息、邮件、企业信用信息系统查询等方式获取主要经销客户的相关工商信息，包括成立时间、注册地、股东及董监高信息，同时访谈公司实际控制人、主要股东、董事、监事和高级管理人员，并查阅公司董监高及股东调查表，确认主要经销客户与公司是否存在关联关系；

(5) 检查公司、公司控股股东、实际控制人及其控制的企业、董事（不包括独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的资金流水，核查是否存在与客户之间的大额异常资金往来；

(6) 访谈公司销售部门负责人、销售人员，并获取主要经销商各期末库存明细表、主要终端客户明细表，分析报告期内主要经销客户经销金额变动的原因及合理性；

(7) 访谈公司销售部门负责人并结合客户走访、网络查询等程序，了解公司对主要生产型客户的销售额、占比、获取方式、开始合作年份、基本情况等信息。

2. 核查结论

(1) 报告期内，公司向格力电器销售数量较多、销售金额较高，合作情况良好；报告期内，格力电器的收入变动具备合理性；格力电器逐步退出公司前五大客户主要系其自身采购需求变化及新冠疫情引起的空调行业终端需求整体下降所致，公司对主要客户的合作稳定性较强，产品转换成本较高，公司被替代的风险较小；

(2) 深圳东南、苏州思威、DONGNAN KOREA 等主要经销商的设立目的主要系提高产品市场覆盖率、提高服务水平和减少成本支出；公司主要经销商与公司及公司控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员或关键管理

人员及上述人员关系密切的家庭成员不具有实质关联关系；

(3) 报告期内，除深圳东南、Switch Technology (S) Pte Ltd.、苏州品仁以外，其他主要经销商各期经销金额不存在明显变动；深圳东南、Switch Technology (S) Pte Ltd.、苏州品仁，该等主要经销商经销金额变动具备合理性。

五、关于毛利率。根据申报材料和审核问询回复：(1) 报告期内，公司微动开关产品毛利率分别为 41.65%、45.93%、42.81%、37.40%，可比公司均值水平分别为 34.73%、34.19%、34.26%、33.28%。(2) 报告期内，航天电器主要产品为连接器、电机与继电器，其中连接器产品的毛利率分别为 41.26%、36.95%、35.70%、34.67%，继电器产品的毛利率分别为 43.25%、42.31%、42.89%、46.96%，毛利率水平较高，航天电器的产品主要应用于航空、航天、电子、舰船、兵器等领域。(3) 报告期内，公司研发费用率低于可比公司平均值，公司微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近，但研发费用率远低于航天电器。请发行人说明：(1) 公司专利技术与可比公司的比较情况，在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平的合理性。(2) 公司研发费用率远低于航天电器但微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近的合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。(审核问询函问题 8)

(一) 公司专利技术与可比公司的比较情况，在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平的合理性。

1. 公司专利技术与可比公司的比较情况

截至 2021 年 6 月末，公司专利技术与可比公司的比较情况如下：

公司	专利情况	主要产品	2020 年度营业收入（亿元）
徕木股份 (603633.SH)	已获得授权专利 112 项，其中发明专利 16 项，实用新型专利 94 项，外观专利 2 项	汽车、手机的连接器、屏蔽罩及相关组件	5.29
宏发股份 (600885.SH)	共拥有有效专利 1,344 项	继电器，广泛应用于家用电器、智能电表、工业控制、智能家居、通讯设施、汽车制造和新能源应用等诸多领域	78.19
三友联众 (300932.SZ)	已获得授权专利 457 项，其中发明专利 73 项，实用新型专利 368 项，外观专利 16 项		13.12

航天电器 (002025.SZ)	累计获得专利授权 1,457 项,其中发明专利 445 项(含国际发明专利)	高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件,主要面向航天、军工、高端装备等特殊行业	42.18
创益通 (300991.SZ)	共拥有专利 286 项,其中发明专利 5 项,实用新型专利 220 项,外观设计专利 61 项	数据存储互连产品及组件、消费电子互连产品及组件、新能源精密结构件等	4.62
公司	截止到 2021 年 12 月 31 日,已取得 78 项专利权,其中发明专利 4 项,实用新型专利 70 项,外观设计专利 4 项	微动开关产品,主要应用于家电和汽车行业	2.52

注:数据来源于上市公司 2021 年半年报、企查查等公开信息或网站

由上表可知,产品主要面向航天、军工、高端装备等特殊行业的航天电器专利数量最多,继电器行业的宏发股份、三友联众的专利数量少于航天电器,属于连接器行业的徕木股份、创益通发明专利数量相对较少。截至 2021 年 6 月 30 日,连接器行业中,徕木股份规模较大,发明专利较多,创益通发明专利为 5 项,与公司接近。公司的发明专利数量较少,主要原因系公司技术管理团队早期未重视专利申请工作,且发明专利的审核周期较长,因此公司早期通过技术秘密形式对相关技术、工艺等进行保护,未大量申请专利。公司近年已重视专利技术的申请,截至 2021 年末,公司已取得的发明专利共计 4 项,在申请中的发明专利共计 9 项。

公司主要从事微动开关业务,目前国内尚无与公司从事完全相同业务的上市公司。由于公司的微动开关产品属于电子元器件,其原材料、生产工艺、应用场景等均与继电器、连接器相似,故选取继电器、连接器行业的上市公司徕木股份(603633.SH)、宏发股份(600885.SH)、航天电器(002025.SZ)、三友联众(300932.SZ)、创益通(300991.SZ)作为可比公司。各可比公司与公司在细分行业、主要产品、经营规模等方面存在一定的差异,使得各可比公司与公司在专利技术数量存在一定差异,具体如下:

(1) 继电器行业——宏发股份、三友联众

截至 2021 年 6 月末,宏发股份共拥有有效专利 1,344 项,三友联众已获得授权专利 457 项,其专利数量高于公司以及连接器行业的可比公司徕木股份、创益通。

宏发股份、三友联众主要从事继电器业务，是国内最大的两家继电器生产商。继电器产品广泛应用于家用电器、智能电表、工业控制、智能家居、通讯设施、汽车制造和新能源应用等诸多领域，产品种类繁多；同时，宏发股份、三友联众经营规模较大，2020 年度宏发股份营业收入为 78.19 亿元，三友联众营业收入为 13.12 亿元，经营规模远大于公司以及徕木股份、创益通。因此，宏发股份、三友联众的专利数量高于公司具有合理性。

（2）连接器行业——徕木股份、创益通

截至 2021 年 6 月末，徕木股份共拥有专利 112 项，其中发明专利 16 项，数量高于公司；创益通共拥有专利 286 项，数量高于公司，其中发明专利 5 项，与公司较为接近。

徕木股份、创益通主要从事连接器业务，其中徕木股份的主要产品是汽车、手机的连接器、屏蔽罩及相关组件，创益通的产品按照应用领域主要包括数据存储互连产品及组件、消费电子互连产品及组件、新能源精密结构件等。连接器根据应用场景的不同，种类繁多，外形、结构等与微动开关差异较大。另一方面，徕木股份、创益通的经营规模均高于公司，2020 年度徕木股份营业收入 5.29 亿元，创益通营业收入 4.62 亿元，而公司营业收入 2.52 亿元。因此，徕木股份、创益通的专利数量高于公司具有合理性。

（3）航天电器

截至 2021 年 6 月末，航天电器累计获得专利授权 1,457 项，其中发明专利 445 项（含国际发明专利）。

航天电器主营业务为高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件的研制、生产和销售，产品线较为宽泛，其主导产品用于航天、航空、电子、兵器、船舶、通信、轨道交通、能源装备等高技术领域配套，主要面向航天、军工、高端装备等特殊行业。另一方面，航天电器的经营规模远高于公司，2020 年度航天电器营业收入 42.18 亿元。因此，航天电器的专利数量高于公司具有合理性。

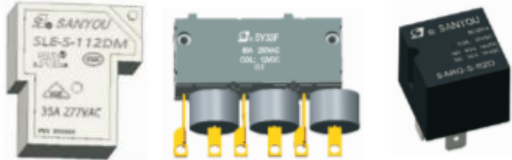
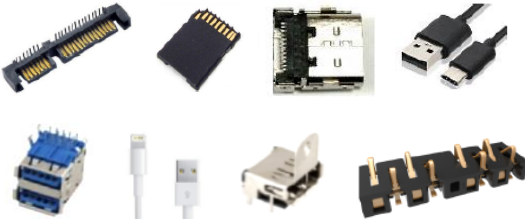
2. 在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平的合理性

在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下，公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平具有合理性，原因如下：

(1) 微动开关与可比公司的产品不同

由于国内尚不存在主营微动开关业务的上市公司，公司选取了继电器行业和连接器行业的部分上市公司作为可比公司。

微动开关与继电器、连接器在外形及功能方面存在一定差异，具体如下：

产品	功能	图示
微动开关	微动开关是一种具有微小接点间隔和快动机构的开关，原理是利用外机械力通过传动件传递至驱动机构上，使其末端的静电触点与动电触点快速接触或断开，从而实现控制电路通断的功能。	
继电器	继电器系电控制器件，通常应用于自动化的控制电路中，是用小电流去控制大电流运作的一种“自动开关”，在电路中起着自动调节、安全保护、转换电路等作用。	
连接器	连接器是一种借助电信号或光信号和机械力量的作用使电路或光通道接通、断开或转换的功能元件，用作器件、组件、设备、系统之间的电信号或光信号连接。	

除上述外形及功能方面的差异外，微动开关行业在市场规模、竞争格局、产品特性等诸多方面与继电器行业和连接器行业存在较大差异，因此不同行业、不同产品之间的研发费用率和毛利率可比性相对较弱。

(2) 公司长期专注微动开关产品的研发

公司自成立以来，持续专注于微动开关产品的研发，深耕微动开关细分领域，建立了紧密合作的研发团队。公司的研发团队具备长期的研发积累，达到了较高的研发水平，并在研发过程中取得了多项核心技术与产品专利。报告期各期，公司微动开关销售收入占主营业务收入的 95%左右，多年专注的研发积累，使得公司已经成为了微动开关细分行业中规模较大的生产商。

与公司专注于微动开关产品不同，可比公司主营产品的种类相对较多，其研发费用中包含了多项产品的研发投入：航天电器主要产品为高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件等；徕木股份主要产品包括连接器、屏蔽罩等；

宏发股份主要从事继电器、接触器等产品的研发、生产和销售；创益通主要向客户提供精密连接器、连接线等互连产品。

因此，由于公司长期专注微动开关产品的研发，与可比公司研发多种产品有所区别，使得各公司研发费用投入金额及占比有所不同。

（3）微动开关的单价较低

微动开关作为安全组件，为保障可靠性，通常使用机械力响应的方式控制电路通断。当施加的外机械力达到一定数值时，簧片发生形变，使其静电触点与动电触点快速接触或断开，从而实现控制电路通断的功能。相比光感、磁感等控制电路通断的方式，微动开关的机械力模式作用原理更简单，受外界干扰影响更小，可靠性更强。因此，微动开关产品的结构通常由塑料基座、按钮、驱动机构、簧片、电触点等组成，体积较小，单位成本较低，单价水平也偏低。

连接器产品的形态、种类繁多，计价方式、单价等与微动开关产品不具备可比性；继电器产品在整体形态、计价方式等方面与微动开关较为相似。根据宏发股份和三友联众2020年年度报告，宏发股份继电器产品平均单价为3.02元/只，三友联众继电器产品平均单价为2.24元/只。而报告期内，公司微动开关产品单价为0.90元/只、0.85元/只、0.89元/只。

因此，公司微动开关产品单位价值较低，较小的毛利变动会导致毛利率大幅变动。公司开关产品的平均售价约0.90元/只，平均成本约0.50元/只，假设平均售价增加0.20元/只，将会增加毛利率约10%。同时，公司产品主要应用于微波炉、空调、洗碗机等家电产品，其单位成本占家电整机的成本比重极小，故下游客户对微动开关单位售价的敏感性相对较低，有利于公司微动开关产品获得较高的毛利率水平。

（4）产品定位及议价能力存在一定差异

公司自成立至今，一直专注从事微动开关的研发、设计、生产及销售业务。公司主动放弃了竞争激烈的低端微动开关产品，主攻对安全认证、质量水平要求较高的行业头部客户，向其提供适用于各种电流等级、各种复杂应用环境下的微动开关产品。公司专注于中高端微动开关产品业务和行业头部客户，产品线种类繁多，质量稳定，性价比高，相比行业内其他产品品类较少、生产规模较小的微动开关生产企业，公司与客户议价能力相对较强，有利于公司保持相对较高的毛

利率水平。

由于微动开关行业与继电器、连接器行业的行业竞争环境存在一定差异，且公司与各可比公司的产品定位各有特点，因此在面对客户的议价能力方面，公司与可比公司之间存在一定差异。其中，宏发股份和三友联众的通用继电器产品、徕木股份和创益通的消费电子连接器产品等市场竞争激烈，面对下游客户的议价能力相对较弱，相应产品的毛利率水平相对较低。

(5) 不同产品的销售对象所处行业不同

微动开关、继电器、连接器作为控制电路通断、实现信号传输的关键电子元器件，均广泛应用于汽车、通信、计算机及外设、医疗、军工及航空航天、交通运输、家用电器、能源、工业、消费电子等多个领域。目前，公司主要客户为家电、汽车等行业，可比上市公司的主要客户包括了家电、汽车行业的同时，还包括了消费电子、工业、通信等多个领域。其中，三友联众的主营产品通用功率继电器以及创益通的主营产品之一消费电子连接器，均属于竞争较为激烈的消费电子等行业，在客户处难以获得较高的报价水平，毛利率水平整体偏低。

因此，销售对象所处行业不同，使得公司主营业务毛利率水平与同行业公司之间有所不同。

(6) 公司与可比公司所处地域不同

公司生产经营地为浙江省乐清市。乐清市系国内重要的电器类产品及配件产业集群，产业链配套完善，员工薪酬水平整体上低于可比公司所在的深圳、上海、东莞、厦门等经济相对发达地区。

综上所述，在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下，公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平具有合理性。

(二) 公司研发费用率远低于航天电器但微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近的合理性。

公司研发费用率远低于航天电器但微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近具有合理性，主要原因包括：公司与航天电器的主要产品不同，不同产品之间的研发费用率和毛利率可比性相对较弱；公司长期专注微动开关产品的研发，与航天电器研发多种产品有所区别，使得二者研发费用投入金额及占比有所不同；公司与航天电器在产品定位较为相似，对客户均具有较强的议价能力。

具体如下：

1. 与航天电器的产品不同

公司的主要产品系微动开关，微动开关产品在家电产品中主要起到控制、保护电路的作用，属于安全组件。航天电器的主要产品为高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件等。由于公司与航天电器的主要产品不同，不同产品之间的研发费用率和毛利率可比性相对较弱。

2. 长期专注微动开关产品的研发

公司自成立以来，持续专注于微动开关产品的研发，深耕微动开关细分领域，建立了紧密合作的研发团队。公司的研发团队具备长期的研发积累，达到了较高的研发水平，并在研发过程中取得了多项核心技术与产品专利。报告期各期，公司微动开关销售收入占主营业务收入的 95%左右，多年专注的研发积累，使得公司已经成为了微动开关细分行业中规模较大的生产商。

与公司专注于微动开关产品不同，航天电器的产品用于航天、航空、电子、兵器、船舶、通信、轨道交通、能源装备等高技术领域，同时该公司主要产品中为高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件等，与公司的研发内容、生产工艺和产品类别等方面差别较大。

因此，由于公司长期专注微动开关产品的研发，与航天电器研发多种产品有所区别，使得二者研发费用投入金额及占比有所不同。

3. 产品定位较为相似

公司自成立至今，一直专注从事微动开关的研发、设计、生产及销售业务。公司主动放弃了竞争激烈的低端微动开关产品，主攻对安全认证、质量水平要求较高的行业头部客户，向其提供适用于各种电流等级、各种复杂应用环境下的微动开关产品。相比普通的微动开关产品，公司专注于中高端微动开关产品业务和行业头部客户，有利于公司保持相对较高的毛利率水平。

航天电器的产品定位与公司较为相似，其主要定位于中高端产品，经营高毛利率产品，毛利率始终保持较高水平。

4. 对客户均具有较好的议价能力

(1) 公司对客户的议价能力情况

公司主要客户为家电、汽车等行业，微动开关单价较低，其单位成本占家电、

汽车整机的成本比重极小，使得下游客户对微动开关单位售价的敏感性相对较低。

微动开关是电器、设备重要的安全组件，且体积小、重量轻、单价较低。公司主要经营用于家电和汽车行业的中高端微动开关产品，客户高度注重产品的安全性，为降低产品质量导致的安全风险并保证生产的连续性，客户愿意付出相对更高的价格向产品质量可靠、供货稳定的供应商采购微动开关产品。

目前市场上，高端微动开关市场份额主要由部分美国、德国、日本企业占据，但该等产品产量较少、价格较高。目前国内微动开关市场集中度较低，具备中高端微动开关产品的研发、生产能力的企业较少，而公司常年专注于微动开关业务，凭借稳定的生产工艺、产品品质、供货能力以及良好的产品性价比，正逐步实现相关产品的进口替代。因此，相比行业内其他产品品类较少、生产规模较小的微动开关生产企业，公司在面对客户时拥有更强的议价能力。

（2）航天电器对客户的议价能力情况

航天电器主营业务为高端连接器、微特电机、继电器、光电器件、电缆组件的研制、生产和销售，其主导产品用于航天、航空、电子、兵器、船舶、通信、轨道交通、能源装备等高新技术领域配套。

由于航天电器的产品主要是面向航天、军工、高端装备等特殊行业，该等行业对产品的安全性、功能性要求高于传统汽车、消费电子等行业，市场供给较少，航天电器拥有较强的议价能力，毛利率保持较高水平。

综上所述，公司与航天电器的主要产品不同，不同产品之间的研发费用率和毛利率可比性相对较弱；公司长期专注微动开关产品的研发，与航天电器研发多种产品有所区别，使得二者研发费用投入金额及占比有所不同；公司与航天电器在产品定位较为相似，对客户均具有较好的议价能力。因此，公司研发费用率远低于航天电器但微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近具有合理性。

（三）核查程序及核查结论

1. 核查程序

（1）访谈了公司相关人员并查阅了公司的产品手册，了解公司的产品情况、销售对象、产业链议价能力等情况；

（2）通过检索同行业上市公司公开披露的信息以及其他公开渠道，查询了继电器行业、连接器行业以及公司可比上市公司的专利技术情况、产品情况、销售

对象、产业链议价能力和毛利率波动等情况，查阅了可比公司的研发情况和研发费用率情况；

(3) 访谈公司的主要客户和供应商，了解公司在产业链中的竞争情况。

2. 核查结论

(1) 公司专利技术与可比公司的差异具有合理性，在公司研发费用率低于可比公司平均值背景下公司微动开关产品毛利率明显高于可比公司均值水平具有合理性；

(2) 公司研发费用率远低于航天电器但微动开关产品毛利率与航天电器相关产品较为接近具有合理性。

六、关于应收账款。根据申报材料和审核问询回复：(1) 报告期各期末，公司应收账款原值分别为 4,810.68 万、6,183.10 万元、8,465.69 万元、9,590.85 万元，占当期营业收入比例分别为 21.70%、27.35%、33.69%、63.98%。(2) 报告期各期末，公司应收账款期末余额包含了美的集团的美易单、格力电器的融单，该等债权凭证期末余额的合计金额分别为 152.85 万元、1,060.91 万元、2,050.59 万元和 2,276.86 万元。请发行人说明：(1) 报告期内应收账款占营业收入比例逐年升高的合理性，应收账款回款周期是否拉长。(2) 应收账款期末余额包含的美的集团美易单、格力电器融单等债权凭证逐年明显增长的原因，该事项对还款周期的影响，是否表明公司对该类客户存在较大依赖。请保荐人、申报会计师发表明确意见。(审核问询函问题 9)

(一) 报告期内应收账款占营业收入比例逐年升高的合理性，应收账款回款周期是否拉长。

1. 报告期内应收账款占营业收入比例逐年升高的合理性

2018 年至 2020 年，公司应收账款、应收票据和应收款项融资合计金额占主营业务收入的比重整体较为稳定，其中应收账款占主营业务收入比例逐年升高主要系美的集团使用“美易单”作为货款支付方式的金额增加所致，具备合理性。具体分析如下：

(1) 公司应收款项合计金额占主营业务收入比例的变动分析

2018 年至 2021 年，公司应收账款、应收票据和应收款项融资情况具体如下：

单位：万元、%

项目	2021 年末/度	2020 年末/度	2019 年末/度	2018 年末/度
应收账款、应收票据和应收款项融资余额总额	10,588.23	10,947.56	9,272.96	9,069.30
主营业务收入	29,949.50	25,129.37	22,604.80	22,165.10
应收账款、应收票据和应收款项融资余额总额/主营业务收入	35.35%	43.56%	41.02%	40.92%

2018 年至 2021 年，部分客户在信用期结束时使用商业汇票进行结算，其对应的应收账款因此从应收账款项目转入应收票据和应收款项融资项目，导致各期末时点上三个项目列示金额的结构有所不同。从应收账款、应收票据和应收款项融资整体来看，各期三项合计数占主营业务收入的比例分别为 40.92%、41.02%、43.56%和 35.35%，较为稳定，其中 2020 年该比例有所增长，主要系新冠疫情影响下的家电市场需求增长，作为家电行业的上游供应商，公司 2020 年下半年期间收入快速增长，使得公司期末未到信用期的应收款项增长；2021 年，公司应收账款、应收票据和应收款项融资余额总额占主营业务收入的比例有所下降，主要系公司当年主营业务收入增长较快但主要集中在上半年，部分货款已经在下半年收回，未对期末应收账款余额产生较大影响。

(2) 公司应收账款占主营业务收入比例的变动分析

2018 年至 2021 年，公司应收账款情况具体如下：

单位：万元、%

项 目	2021 年末/度	2020 年末/度	2019 年末/度	2018 年末/度
应收账款余额	8,454.48	8,465.69	6,183.10	4,810.68
主营业务收入	29,949.50	25,129.37	22,604.80	22,165.10
应收账款余额/主营业务收入	28.23%	33.69%	27.35%	21.70%

2018 年至 2021 年各期末，公司应收账款余额分别为 4,810.68 万、6,183.10 万元、8,465.69 万元和 8,454.48 万元，占主营业务收入的比例分别为 21.70%、27.35%、33.69%和 28.23%，其中 2019 年和 2020 年该比例有所升高，主要原因系美的集团使用“美易单”替代银行承兑汇票支付货款的金额逐年增加；2021 年该比例有所下降，主要原因系公司 2021 年主营业务收入的增长主要在上半年，其产生的应收账款主要在下半年收回，使得年末未到信用期的应收账款余额较少。

2018 年至 2021 年，公司期末“美易单”余额的相关数据如下：

单位：万元、%

项 目	2021 年末/度	2020 年末/度	2019 年末/度	2018 年末/度
美易单余额	2,468.57	1,816.36	771.59	—
扣除美易单余额后的应收账款余额/主营业务收入	19.99%	26.46%	23.94%	21.70%

注：美的集团自 2019 年开始使用“美易单”与公司结算部分货款

根据上表，2018 年至 2021 年各期末，公司“美易单”余额分别为 0 万元、771.59 万元、1,816.36 万元和 2,468.57 万元，逐年增加。

“美易单”系美的集团下属公司通过与供应商或其他企业签订《美易单开立业务协议》后，作为应收账款债权确认凭证支付给交易对手，到期后由开单企业支付款项，美易单开立后一般 6 个月到期，期间由美的集团股份有限公司提供款项担保。由于美易单并非商业汇票，故公司取得后仍作为应收账款核算，美的集团使用“美易单”作为货款支付方式的金额逐年增加，导致期末列报于应收账款的“美易单”余额增长，公司应收账款占主营业务收入的比例逐年升高。

因此，公司各报告期期末的应收账款扣除“美易单”余额后，公司应收账款余额占主营业务收入的比重分别为 21.70%、23.94%、26.46%和 19.99%，整体较为平稳。

综上所述，2018 年至 2020 年，公司应收账款占主营业务收入比例逐年升高主要系客户的支付方式有所变化，具备合理性。

2. 应收账款回款周期是否拉长

2018 年至 2021 年，公司经营状况和现金流量良好，应收账款回款周期不存在拉长的情况。公司应收账款回款周期采用应收账款周转天数表示，具体情况如下：

单位：天

项 目	2021 年末/度	2020 年末/度	2019 年末/度	2018 年末/度
应收账款周转天数	102	106	89	77
剔除美易单、融单影响后应收账款周转天数	75	84	79	74

注：应收账款周转天数=365/（营业收入/应收账款平均余额）

2018 年至 2021 年，公司应收账款周转天数分别为 77 天、89 天、106 天、102 天，其中 2018 年至 2020 年逐期增长，主要原因系美的集团更多的使用“美

易单”结算到期货款，导致期末应收账款余额增长。

日常经营过程中，公司客户美的集团、格力电器主要采用美易单、融单等债权凭证和银行承兑汇票支付货款，公司基于谨慎性原则将未到期的美易单、融单余额列报在应收账款科目中。但该等债权凭证可进行背书转让或贴现，流动性较强，与银行承兑汇票无较大差异，剔除美易单、融单影响后的应收账款周转天数更能反映公司真实的回款周期情况。根据上表，若剔除美易单、融单影响后，公司应收账款周转天数分别为 74 天、79 天、84 天、75 天，整体较为平稳，因此公司应收账款回款周期不存在明显拉长的情况。

(二) 应收账款期末余额包含的美的集团美易单、格力电器融单等债权凭证逐年明显增长的原因，该事项对还款周期的影响，是否表明公司对该类客户存在较大依赖。

1. 应收账款期末余额包含的美的集团美易单、格力电器融单等债权凭证逐年明显增长的原因

2018 年至 2021 年，公司应收账款期末余额包含的美的集团美易单、格力电器融单等债权凭证的合计金额分别为 152.85 万元、1,060.91 万元、2,050.59 万元和 2,495.28 万元，逐年增长，主要原因系：报告期内，美的集团大力推广美易单，公司为与该客户保持长期友好合作，同时考虑该收款方式未对公司产生重大影响，故愿意接受该客户以美易单的方式支付部分款项，具体如下：

(1) 美的集团自 2019 年开始大力推广美易单

报告期初期，美的集团为提升结算效率开始向其供应商大力推广美易单。美易单系美的集团成员开具给交易对手的一种代表应收账款收款权的债权凭证，到期时由开单企业支付相应款项，美易单的期限一般为 6 个月，期间由美的集团股份有限公司提供款项担保，可在美易单流转平台上进行背书转让或贴现，其安全性和流动性较高。

公司与美的集团自 1999 年开始合作以来，一直保持长期、稳定的战略合作关系，且报告期各期美的集团始终系公司的第一大客户，为继续保持与美的集团的友好合作伙伴关系，公司愿意接受美的集团以安全性较高、流动性较强的美易单支付部分货款。

(2) 以美易单结算货款未对公司产生重大影响

报告期内，美的集团主要以美易单、银行承兑汇票支付货款。自 2019 年开始，公司接受美的集团使用美易单替代银行承兑汇票结算部分款项，该收款方式的改变，并未对公司收款产生重大影响，具体如下：

收款方式	期限	背书	贴现	流动性	到期是否如期付款
银行承兑汇票	6 个月	可背书给公司供应商	可贴现，贴现利率为 4%左右	较强	是
美易单	6 个月	可背书给美易单流转平台上的企业	可贴现，贴现利率为 4%左右	较强	是

注：报告期内，公司未发生美易单贴现业务

根据上表，银行承兑汇票和美易单的期限一般为 6 个月，且均可背书转让或贴现，流动性较强，美易单和银行承兑汇票的贴现利率为 4%左右，整体来看两者的差异较小，故公司接受美的集团以美易单结算部分货款不会对公司日常的生产经营造成较大的影响。公司收到的美易单与持有至到期的银行承兑汇票到期后均如期付款，未来回款风险较小。

2. 该事项对还款周期的影响，是否表明公司对该类客户存在较大依赖

(1) 该事项对还款周期的影响

报告期内，美的集团、格力电器主要以应收账款债权凭证、银行承兑汇票支付货款。美易单、融单等债权凭证的开单企业资质水平较高，回款风险较小，该类凭证开立后一般 6 个月到期，期间可背书转让或贴现，流动性较强，整体来看与银行承兑汇票的差异不大，因此，该类客户以债权凭证替代银行承兑汇票结算货款的金额增加不会对公司的还款周期产生较大影响。

2018 年至 2021 年，公司应收账款周转天数分别为 77 天、89 天、106 天、102 天，2018 年至 2020 年逐年增长；剔除美易单、融单影响后，公司应收账款周转天数分别为 74 天、79 天、84 天、75 天，相对稳定。公司基于谨慎性原则，将收到的美易单、融单列报在应收账款科目下，但由于其可随时变现，故剔除美易单、融单影响后的应收账款周转天数更能反映公司真实的还款周期情况。

(2) 是否表明公司对该类客户存在较大依赖

公司自身经营状况良好，对该类客户不存在较大依赖，原因系：

1) 公司基于自身流动资金充足、客户资信水平较高、双方的深度合作关系及债权凭证流动性较强等因素接受客户使用美易单、融单支付部分货款

公司愿意接受客户使用美易单、融单等债权凭证支付货款，主要系出于以下几点考虑，并不表明公司对该类客户存在较大依赖：①美的集团、格力电器系公司的主要客户，且双方始终保持良好的合作伙伴关系；②美的集团、格力电器的资信状况良好、业务发展稳定、还款能力较强；③银行承兑汇票和美易单均可背书转让和贴现，变现能力较强，两者不存在较大差异；④公司自身经营状况良好、流动资金充足，因此，客户更多的使用该等债权凭证支付货款不会对公司的日常生产经营造成较大影响。

2) 公司来自美的集团、格力电器的销售收入占比不属于《首发业务若干问题解答》问题 38 中所述对客户的重大依赖

①《首发业务若干问题解答》问题 38 关于重大依赖的主要条款

根据《首发业务若干问题解答》问题 38 的相关规定，公司来自单一大客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%以上的，表明公司对该单一大客户存在重大依赖。

②公司对美的集团、格力电器的销售收入占比

2018 年至 2021 年，公司对美的集团、格力电器的销售收入占当期收入的比例具体如下：

单位：万元

项 目	2021 年度		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
美的集团	6,158.16	20.38%	5,611.99	22.29%	4,431.06	19.58%	3,607.68	16.23%
格力电器	355.62	1.18%	943.04	3.75%	1,341.71	5.93%	1,556.05	7.00%

2018 年至 2021 年，公司对美的集团的销售收入占比分别为 16.23%、19.58%、22.29%和 20.38%，对格力电器的销售收入占比分别为 7.00%、5.93%、3.75%和 1.18%，均远低于 50%，不属于上述《首发业务若干问题解答》问题 38 中所述的单一客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%以上构成重大依赖的情形。

3) 公司来自该类客户的销售收入逐年增加契合行业发展情况，具备商业合理性

2018 年至 2021 年，公司来自美的集团的销售收入分别为 3,607.68 万元、4,431.06 万元、5,611.99 万元和 6,158.16 万元，增长趋势契合行业发展情况。公司微动开关主要应用于美的集团生产的微波炉、洗碗机等小家电产品中，在近

几年消费需求升级和 2020 年新冠疫情的影响下，我国小家电市场持续蓬勃发展，美的集团小家电领域的业务规模有所扩张，使得双方的交易规模增长。

2018 年至 2021 年，公司来自格力电器的销售收入分别为 1,556.05 万元、1,341.71 万元、943.04 万元和 355.62 万元，不断减少，主要受格力电器自身采购需求变化和 2020 年新冠疫情下空调行业终端产品需求整体下降的影响。

综上所述，公司对该类客户不存在较大依赖。

（三）核查程序及核查结论

1. 核查程序

（1）获取报告期内公司应收账款明细表、应收票据明细表和销售明细表，核查应收账款、应收票据和应收款项融资合计金额占主营业务收入比例的变动情况，并分析应收账款占主营业务收入比例逐年升高的原因及合理性；

（2）根据报告期各期公司应收账款和销售收入情况，计算公司应收账款周转天数；获取报告期内公司美易单台账和融单台账，计算剔除美易单、融单影响后的应收账款周转天数，核查公司应收账款回款周期是否拉长；

（3）获取并查阅“美易单”、“融单”债权凭证的相关协议，结合主要合同条款核查交易的合理性，了解该等债权凭证的流动性和公司对其的会计处理情况；

（4）向美的集团财务有限公司相关人员了解其银行承兑汇票的贴现利率，登录美易单流转平台了解美易单的贴现利率、贴现政策等，核查美易单与银行承兑汇票在贴现费用上的差异；筛选出与美的集团相关的票据记录，核查公司收到的美易单与持有至到期的银行承兑汇票是否均如期付款；

（5）结合美易单、融单台账，票据台账和公司对于美的集团、格力电器的销售情况，分析报告期内应收账款债权确认凭证逐年明显增长的原因；

（6）结合对美的集团、格力电器的实地走访记录和对公司销售经理的现场访谈记录，了解客户的基本情况、与公司的合作历史、结算方式等；

（7）根据公司的销售明细表，计算报告期各期公司对美的集团、格力电器的销售收入及其占比，分析公司对其是否存在较大依赖；

（8）结合美的集团、格力电器的财务报告、家电行业研究报告等公开披露资料，分析报告期内公司来自美的集团、格力电器的销售收入的变化趋势是否合理；

（9）对应收账款余额和公司对于客户的销售额执行函证程序，核查交易金额的

准确性与真实性；报告期内，公司应收账款期末余额的发函比例分别为 90.83%、92.37%和 92.50%，回函比例均为 100.00%、100.00%和 95.90%。

2. 核查结论

(1) 2018 年至 2020 年，公司应收账款占主营业务收入比例逐年升高主要系美的集团使用“美易单”替代银行承兑汇票支付货款的金额增加所致，具备合理性；报告期内，公司经营状况和现金流量良好，应收账款回款周期不存在拉长的情况；

(2) 报告期内，公司应收账款期末余额中包含的美易单、融单等债权凭证逐年明显增长，主要原因系美的集团大力推广美易单，公司为与该客户保持长期友好合作，同时考虑该收款方式未对公司产生重大影响，故愿意接受该客户以美易单的方式支付部分款项；美易单、融单等债权凭证可随时变现，流动性较强，与原结算工具银行承兑汇票无较大差异，故该事项不会对公司的还款周期产生较大影响；公司对该类客户不存在较大依赖。

七、关于存货。根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期内，公司存货跌价准备计提比例分别为 4.56%、4.01%、2.14%和 1.81%，公司存货跌价准备金额分别为 197.49 万元、169.26 万元、124.34 万元、138.37 万元，主要原因系报告期内公司不断改良生产工艺，加强成本管理，持续优化存货结构，同时陆续对外销售了一批库龄较长的库存商品，在生产中优先使用了库龄较长的原材料。（2）报告期各期末，公司库龄超过 1 年的存货主要由原材料和库存商品构成，余额分别为 311.12 万元、322.44 万元、252.28 万元、245.75 万元。请发行人说明：（1）公司存货跌价准备金额逐年下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降的合理性，对外销售库龄较长的库存商品的具体情况及其商业合理性，存货跌价准备计提是否充分。（2）公司库龄超过 1 年的存货的具体库龄情况，结合原材料获取的难易程度及相关订单不稳定的特点，说明对相关原材料进行备货的必要性，存货跌价准备计提是否充分。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 10）

（一）公司存货跌价准备金额逐年下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降的合理性，对外销售库龄较长的库存商品的具体情况及其商业合理性，存

货跌价准备计提是否充分。

1. 公司存货跌价准备金额逐年下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降的合理性

公司报告期各期末的存货跌价准备具体情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年末				2020 年末				2019 年末			
	账面 余额	占比	跌价 准备	计提 比例	账面 余额	占比	跌价 准备	计提 比例	账面 余额	占比	跌价 准备	计提 比例
原材料	3,425.30	45.64%	67.02	1.96%	2,710.22	46.71%	61.51	2.27%	1,948.79	46.18%	73.08	3.75%
在产品	513.43	6.84%	—	—	603.72	10.40%	—	—	353.09	8.37%	—	—
库存商品	2,163.64	28.83%	102.37	4.73%	1,201.03	20.70%	62.83	5.23%	915.48	21.69%	96.19	10.51%
发出商品	1,206.16	16.07%	—	—	1,147.46	19.77%	—	—	883.90	20.94%	—	—
委托加工物	195.88	2.61%	—	—	140.26	2.42%	—	—	119.02	2.82%	—	—
合 计	7,504.40	100.00%	169.39	2.26%	5,802.69	100.00%	124.34	2.14%	4,220.29	100.00%	169.26	4.01%

2019 年末、2020 年末、2021 年末，公司存货跌价准备金额分别为 169.26 万元、124.34 万元、169.39 万元；2020 年末，公司存货跌价准备计提比例为 2.14%，较 2019 年末的 4.01%下降较多。公司存货跌价准备金额下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降具有合理性，具体分析如下：

(1) 2019 年末存货跌价准备金额较 2018 年末下降的合理性

2018 年，公司出于长远战略计划，以较优惠的价格销售了部分 KW 系列子型号产品，因此在 2018 年末对该等型号库存商品进行减值测试后，对该等库存商品计提了 51.80 万元存货跌价准备。2019 年，该等库存商品完成销售，相关存货跌价准备全额转出；同时，2019 年公司改良了 KW 系列产品结构，使得该等型号产品单位成本下降，致使 2019 年末该等型号产品不再存在跌价迹象，无需计提存货跌价准备。因此，公司 2019 年末存货跌价准备金额较 2018 年末下降具有合理性。

(2) 2020 年末存货跌价准备金额较 2019 年末下降且存货跌价准备计提比例明显下降的合理性

1) 原材料存货跌价准备金额下降的合理性

报告期内，公司不断改良生产工艺，加强成本管理，持续优化存货结构，在

生产中优先使用了库龄较长的原材料，2019 年末计提了跌价准备的原材料在 2020 年陆续被使用，从而使得 2020 年末原材料的存货跌价准备金额有所下降。

2) 库存商品存货跌价准备金额下降的合理性

2019 年，公司配合客户研发进度，研发并生产了一批 WS 型号产品，由于该等型号产品在 2019 年度销售量较小，且未来能否完成该批产品的销售存在一定不确定性，故公司 2019 年末对该等产品全额计提了存货跌价准备，共 12.80 万元；2020 年，该等产品顺利实现销售，相关存货跌价准备相应转出。同时，2020 年公司还主动报废、拆解了部分难以销售库存商品，其中两款金额较大的子型号产品于 2019 年末共计提 17.64 万元存货跌价准备，报废、拆解后该等存货跌价准备全额转出。因此，2020 年末公司库存商品存货跌价准备金额下降具有合理性。

3) 2020 年末存货跌价准备计提比例明显下降的合理性

由于 2020 年末存货跌价准备金额为 124.34 万元，较 2019 年末的 169.26 万元有所下降，而 2020 年末的存货账面余额为 5,802.69 万元，较 2019 年末的 4,220.29 万元有所增加，从而使得 2020 年末存货跌价准备计提比例明显下降。

综上所述，公司存货跌价准备金额下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降具有合理性。

2. 对外销售库龄较长的库存商品的具体情况及其商业合理性

报告期各期，公司销售库龄超过 1 年的库存商品金额分别为 2.17 万元、8.13 万元、5.54 万元，金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
KW 系列	1.67	5.60	2.02
WS 系列	3.84	2.29	0.14
MS 系列	0.02	0.20	—
其 他	—	0.04	0.01
合 计	5.54	8.13	2.17

报告期内，随着公司治理的日趋完善，公司越来越重视长库龄存货的管理，积极为该等存货开拓销售渠道。由于公司微动开关产品的结构易于长期保存，公司为该等存货设立条件良好的仓库，故库存商品库龄较长不会导致产品出现质量

问题。因此，公司对外销售库龄较长的库存商品具有商业合理性。

3. 存货跌价准备计提是否充分

报告期内，公司的存货跌价准备主要由原材料和库存商品的跌价准备构成。公司对库存商品和原材料的存货跌价准备计提的具体方法如下：对于库存商品，将实际已发生的账面成本与同类商品资产负债表日后的销售价格，减去估计的销售费用和税费后的可变现净值比较，若存货账面价值高于可变现净值，则按差额计提跌价准备；对于原材料，将实际已发生的账面成本与同类商品资产负债表日后的销售价格，减去估计的完工成本、估计的销售费用和税费后的可变现净值比较，若存货账面价值高于可变现净值，则按差额计提跌价准备。

报告期各期，公司存货跌价准备计提比例分别为 4.01%、2.14%和 2.26%，公司对存货计提了充分的存货跌价准备，具体如下：

(1) 主要原材料价格未大幅下降且其通用性较强

公司原材料包括铜材、电触点、塑料粒子、塑料件等，主要由铜、银、塑料等大宗商品加工而成。报告期内，该等原材料的采购价格以及最终微动开关产品均不存在大幅下降的情形。另外，对于原材料中的金属配件，由于其具有良好的可再塑性，可以在经过冲压、裁剪等工序后，用于其它产品的生产，通用性较强，因此金属配件发生跌价的风险较小。

(2) 报告期各期末库存商品主要为市场通用产品

公司产品的生产模式为：①对于产量较大的通用产品，由于普遍存在客户要求交货周期较短、订单数量较多的特点，公司采用按照订单生产并保留适当库存的管理模式；②对于需求多样化、下游产品更新迭代较快的产品，主要采用定制化生产的方式，公司针对客户的订单采用多批量、多批次的方式组织生产。因此，公司报告期各期末保留的产品主要为通用产品，适配性较强，预计期后大部分能够对外销售。

(3) 存货的库龄和周转情况良好

报告期各期末，公司存货库龄主要在 1 年以内，金额占比分别为 92.36%、95.65%和 98.44%，占比较高，存货库龄状况良好。报告期各期，公司存货周转率分别为 2.86 次/年、2.90 次/年和 2.95 次/年，周转情况良好，不存在大额呆滞存货的情形。

(4) 产品毛利率持续为正

报告期内，公司产品毛利率分别为 45.94%、42.27%和 35.12%，均持续为正，报告期各期末不存在大额存货账面价值高于可变现净值的情形。

(5) 存货跌价准备计提比例与可比公司平均值较为接近

报告期内，公司存货跌价准备的计提比例为 2%至 4%之间，与同行业可比公司的平均值 3.5%左右相比较为接近。

综上所述，报告期各期，公司存货跌价准备计提充分。

(二) 公司库龄超过 1 年的存货的具体库龄情况，结合原材料获取的难易程度及相关订单不稳定的特点，说明对相关原材料进行备货的必要性，存货跌价准备计提是否充分。

1. 公司库龄超过 1 年的存货的具体库龄情况

公司库龄超过 1 年的存货的具体库龄情况如下：

单位：万元

科 目	库龄	2021 年末	2020 年末	2019 年末
原材料	1-2 年	45.37	61.72	52.02
	2-3 年	5.51	24.85	21.20
	3 年以上	21.56	104.94	175.23
	合计	72.45	191.52	248.45
库存商品	1-2 年	34.18	12.25	19.44
	2-3 年	9.28	8.16	5.95
	3 年以上	1.13	40.36	48.60
	合计	44.60	60.76	73.99

2. 结合原材料获取的难易程度及相关订单不稳定的特点，说明对相关原材料进行备货的必要性

公司对相关原材料进行备货具有必要性。对铜材、电触点、塑料粒子等原材料，公司主要根据生产计划和批量采购原材料的经济性进行备货；对端子、杠杆、支架、外壳、底座等配件，公司主要根据生产计划、连续生产的经济性和批量采购的经济性等进行备货。

(1) 原材料获取的难易程度

公司原材料主要包括铜材、电触点、塑料粒子以及该等材料加工而成的端子、杠杆、支架、外壳、底座等配件等。

其中，大部分原材料如黄铜、电触点、普通塑料粒子等市场供应充足，较为容易取得。对于该等原材料，公司按照生产计划和安全库存需求组织备货。

部分使用量较少但规格性能要求较高的原材料如铍铜、阻燃塑料粒子等，市场供应相对有限，获取难度高于其他原材料且交货时间较长。对于该等原材料，公司除按照生产计划和安全库存需求组织备货外，还综合考虑批量采购的经济性，适当提高备货量。

(2) 部分中小型客户的订单不稳定

公司的部分中小型客户的订单不稳定，要求的产品规格较为特殊且通用性较差。对于该等客户的订单，公司在组织生产前，提前与客户沟通该等产品未来的预计销售量和销售时间，并综合考虑批量采购或连续生产的经济性，确定该等产品的端子、杠杆、支架、外壳、底座等配件原材料的采购计划或生产计划，对于单次采购量或单批生产量高于短期销售需求的配件，多余部分配件作为原材料备货，待下次生产时直接使用。

3. 存货跌价准备计提是否充分

报告期内，公司原材料主要由铜银合金、电触点及塑料粒子以及将其粗加工而成的端子、杠杆、支架、外壳、底座等配件构成。

(1) 铜银合金、电触点及塑料粒子等大宗原材料的存货跌价准备计提情况

铜银合金、电触点及塑料粒子等大宗原材料市场供应较为充足，价格透明，经减值测试不存在减值迹象。同时，该等大宗原材料周转速度较快，不存在库龄超过 1 年的情形。

(2) 金属配件原材料的存货跌价准备计提情况

端子、杠杆、支架等配件的主要材料为铜材及其他金属合金。对于库龄较短流转较快的金属配件，经减值测试，不存在减值迹象，未计提存货跌价准备。对于库龄较长的金属配件，由于该等金属配件具有良好的可再塑性，可以在经过冲压、裁剪等工序后，用于其它产品的生产，且报告期内铜、银等大宗原材料价格未出现大幅下跌，故经减值测试，该等金属配件原材料未出现减值迹象，公司未对该等原材料计提存货跌价准备。

(3) 注塑件配件原材料的存货跌价准备计提情况

外壳、底座等注塑件配件系塑料粒子注塑加工而成。对于库龄较短流转较快的注塑件配件，经减值测试，不存在减值迹象，未计提存货跌价准备。对于库龄较长、短期内不再使用的注塑件配件，虽然该等配件经处理后可用于生产部分规格等级要求较低的产品，但处理成本高于金属合金的再加工。由于该等注塑件原材料通用性较差且短期内不再使用，同时再处理需要一定成本，公司对该等长库龄注塑件原材料全额计提了存货跌价准备。

综上所述，公司原材料存货跌价准备计提充分。

(四) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

(1) 访谈公司相关人员，了解公司存货管理情况、跌价测试情况、跌价准备计提情况等，了解公司库龄较长的库存商品销售情况，了解原材料采购和备货情况；

(2) 取得公司各项存货分布明细，了解存货减值的测试方法及存货跌价准备计提政策，检查存货跌价准备计提依据和方法是否合理；复核存货跌价准备计算过程，重新计算存货跌价准备；分析存货跌价准备金额逐年下降且 2020 年计提比例下降的合理性；

(3) 取得公司各期末库龄明细表，关注库龄 1 年以上存货的具体构成及形成原因；

(4) 核查了库龄较长库存产品的销售情况，分析销售的合理性；

(5) 对公司期末存货实施监盘，检查存货的数量、状况等；

(6) 通过公开渠道查阅了可比公司的存货跌价准备计提情况。

2. 核查结论

(1) 公司存货跌价准备金额逐年下降且存货跌价准备计提比例 2020 年明显下降具有合理性，对外销售库龄较长的库存商品具有商业合理性，存货跌价准备计提充分；

(2) 公司对相关原材料进行备货具有必要性，存货跌价准备计提充分；

八、关于资金流水核查。请保荐人、申报会计师对照《首发业务若干问题

解答》（2020 年 6 月修订）关于资金流水核查的要求，进一步说明相关核查范围的合理性、核查账户的完整性以及具体核查情况，支撑核查结论的依据是否充分。（审核问询函问题 11）

我们对发公司、实际控制人控制的企业、控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的银行账户资金流水进行了核查，具体核查情况如下：

（一）核查范围及其合理性

1. 核查范围的确定依据

根据《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）关于资金流水核查的要求，公司在报告期内存在以下情形的，保荐机构和申报会计师应考虑是否需要扩大资金流水核查范围：（1）公司备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形；（2）公司毛利率、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；（3）公司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；（4）公司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；（5）公司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；（6）公司重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问；（7）董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化；（8）其他异常情况。

在确定资金流水核查范围时，我们根据上述要求对各类情形进行了重点考量并得出结论，具体情况如下：

（1）公司备用金、对外付款等资金管理不存在重大不规范情形；

（2）报告期内，公司综合毛利率分别为 45.94%、42.27%和 35.12%，期间费用率分别为 15.41%、13.38%和 13.92%，销售净利率分别为 25.30%、25.38%和 19.95%，虽有所波动，但不存在不合理的较大异常变化，与同行业公司亦不存在重大不一致情形；

（3）报告期内，公司经销收入占主营业务收入比例分别为 22.30%、22.44%和 22.10%，公司直销为主、经销为辅的经营模式与部分同行业公司有所区别，主要系公司产品种类不同所致；公司经销毛利率分别为 43.70%、41.24%和 32.89%，

不存在较大异常情形；

(4) 公司因自身不具备电镀等工艺，存在委外加工零部件及材料的情形。报告期内，公司委托加工费金额分别为 1,374.91 万元、1,934.48 万元和 2,285.65 万元，随产量和加工费增加而有所增长，不存在委外加工费用大幅变动以及单位成本、毛利率大幅异于同行业的情形；

(5) 公司不涉及境外采购；报告期内，公司外销收入占营业收入的比重为 15%左右，占比较低，不存在销售总额中出口占比较高的情形，对应的销售单价、客户资质不存在较大异常；

(6) 公司重大购销交易、对外投资或大额收付款在商业合理性方面不存在疑问；

(7) 公司董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平未发生重大变化；

(8) 公司不存在其他异常情况。

结合上述情况和公司所处经营环境、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，我们在核查了公司、公司控股股东、实际控制人、董事（不包括独立董事，下同）、监事、高级管理人员的基础上，将实际控制人控制的企业、财务经理及出纳等关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人纳入核查范围，该核查范围具备合理性。

2. 具体核查范围

(1) 对公司资金流水的具体核查范围

我们获取并核查了报告期内（2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日）公司存续及注销的所有银行账户的资金流水，核查的账户情况具体如下：

序号	所属公司	开户银行	开户账号	币种	账号状态	销户时间
1	东南电子股份有限公司	中国银行股份有限公司乐清市支行	37145835****	人民币	正常	—
2	东南电子股份有限公司	中国工商银行股份有限公司乐清支行	120328202981460****	美元	撤销	2021.4.1
3	东南电子股份有限公司	中国工商银行股份有限公司乐清支行	120328200981460****	美元	正常	—
4	东南电子股份有限公司	中国工商银行股份有限公司乐清支行	120328200904504****	人民币	正常	—

公司不存在子公司或分公司。报告期内，公司存续及注销的账户共计 4 个，

其中 1 个美元账户为临时开立账户，2021 年 4 月 1 日因该账户下的业务结束而正常销户。

(2) 对实际控制人控制的企业的具体核查范围

序号	企业名称	与实际控制人的关系	账户数量 (个)	开户银行	币种	核查期间
1	乐清市众创投资管理合伙企业(有限合伙)	公司实际控制人之一仇文奎控制的员工持股平台，仇文奎担任其执行事务合伙人	1	中国工商银行乐清支行	人民币	2019.1.1—2021.12.31

(3) 对控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的具体核查范围

序号	姓名	职务或身份	账户数量 (个)	开户银行	核查期间
1	仇文奎	控股股东、实际控制人、董事长、总经理、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、其他核心人员	17	邮政储蓄银行等 4 家银行	2019.1.1—2021.12.31
2	管献尧	控股股东、实际控制人、董事、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东	20	邮政储蓄银行等 7 家银行	2019.1.1—2021.12.31
3	赵一中	控股股东、实际控制人、董事、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东	15	邮政储蓄银行等 7 家银行	2019.1.1—2021.12.31
4	张立	副董事长、副总经理、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东	14	邮政储蓄银行等 4 家银行	2019.1.1—2021.12.31
5	戴式忠	董事、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东	17	邮政储蓄银行等 6 家银行	2019.1.1—2021.12.31
6	李建朋	董事（2020 年 9 月 24 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，增加李建朋为公司第二届董事会成员）	5	邮政储蓄银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
7	舒克云	监事会主席	8	邮政储蓄银行等 8 家银行	2019.1.1—2021.12.31
8	仇旦旦	监事	12	邮政储蓄银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
9	仇旭军	职工代表监事	9	邮政储蓄银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
10	章加员	副总经理	4	邮政储蓄银行等 2 家银行	2019.1.1—2021.12.31

序号	姓名	职务或身份	账户数量(个)	开户银行	核查期间
11	谭迎兴	副总经理	9	邮政储蓄银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
12	鲁文杰	副总经理、其他核心人员 (2020 年 9 月 9 日, 公司召开第二届董事会第三次会议, 聘任鲁文杰为公司副总经理)	14	邮政储蓄银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
13	周爱妹	董事会秘书、财务总监 (2019 年 11 月 12 日, 公司召开第二届董事会临时会议, 聘任周爱妹为公司董事会秘书、财务总监)	11	邮政储蓄银行等 6 家银行	2019.1.1—2021.12.31
14	孙卫红	财务经理 (报告期内曾任公司财务总监, 2019 年 6 月 18 日起不再担任公司财务总监)	10	邮政储蓄银行等 7 家银行	2019.1.1—2021.12.31
15	管湘琴	出纳	11	邮政储蓄银行等 7 家银行	2019.1.1—2021.12.31
16	张并	持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东	9	邮政储蓄银行等 7 家银行	2019.1.1—2021.12.31
17	张良孚	报告期内曾任公司董事, 曾为持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东, 2019 年 6 月 18 日起不再担任公司董事, 2020 年 12 月 18 日转让其所持全部股权	9	中国银行等 5 家银行	2019.1.1—2021.12.31
18	徐良刚	报告期内曾任公司副总经理, 2019 年 6 月 18 日起不再担任公司副总经理	1	邮政储蓄银行	2019.1.1—2019.12.31
19	陈双燕	报告期内曾任公司董事会秘书, 2019 年 6 月 18 日起不再担任公司董事会秘书	12	邮政储蓄银行等 8 家银行	2019.1.1—2019.12.31

公司独立董事王伟定、张爱珠、黄锡楚因不参与公司具体经营和涉及个人隐私等原因, 未提供个人账户清单和资金流水, 我们主要结合公司报告期内的账户资金流水、银行日记账、现金日记账以及相关自然人、实际控制人控制的企业提供的资金流水进行替代性核查。

(二) 核查账户的完整性

1. 对公司的账户进行核查

我们在公司账户完整性方面进行了如下核查过程:

(1) 根据账户清单获取资金流水: 陪同公司授权代表前往基本户开户行获取

已开立银行结算账户清单，并根据账户清单前往公司各开户银行打印报告期内其存续及注销的所有银行账户的资金流水，相关纸质资料由银行经办人员亲自递交给我们，保证资料获取的独立性以及资料内容的完整性；

(2) 获取并查阅企业信用报告：陪同公司授权代表前往公司属地中国人民银行分支机构获取企业信用报告，并查阅报告中公司的账户信息；

(3) 核查资金流水中的对方户名：查阅公司、实际控制人控制的企业、所核查自然人的银行账户资金流水，筛选出往来单位名称或对方户名为公司名称的交易记录，核查该类交易的对方账户是否已纳入核查范围；

(4) 双向核查公司资金流水与货币资金日记账：获取公司报告期内的货币资金日记账，将公司账户的资金流水与货币资金日记账的交易记录进行双向核对，确认是否存在公司的银行账户应纳入核查而未纳入的情形；

(5) 函证账户信息：对公司报告期内所有存续及注销账户的开户银行执行函证程序，核查各期末公司的账户数量、账户类型、销户情况等相关信息；

(6) 取得账户完整性承诺函：在实施了上述核查程序的基础上，取得由公司出具的已提供报告期内所有银行账户的清单及资金流水的承诺函。

经核查，报告期内，公司存续及注销的账户共计 4 个，不存在银行账户应纳入核查而未纳入的情形。

2. 对实际控制人控制的企业的账户进行核查

对于公司实际控制人控制的乐清市众创投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称众创投资），我们在账户完整性方面进行了如下核查过程：

(1) 根据账户清单获取资金流水：陪同公司授权代表前往基本户开户行获取众创投资的已开立银行结算账户清单，并根据账户清单前往众创投资各开户银行打印报告期内其存续及注销的所有银行账户的资金流水，相关纸质资料由银行经办人员亲自递交给我们，保证资料获取的独立性以及资料内容的完整性；

(2) 获取并查阅企业信用报告：陪同公司授权代表前往当地中国人民银行分支机构获取企业信用报告，并查阅报告中众创投资的账户信息；

(3) 核查资金流水中的对方户名：查阅众创投资、公司、所核查自然人银行账户的资金流水，筛选出往来单位名称或对方户名为乐清市众创投资管理合伙企业（有限合伙）的交易记录，核查该类交易的对方账户是否已纳入核查范围；

(4) 双向核查众创投资资金流水与公司货币资金日记账：将众创投资报告期内所有账户的资金流水与公司货币资金日记账的交易记录进行双向核对，确认是否存在众创投资的银行账户应纳入核查而未纳入的情形；

(5) 取得账户完整性承诺函：在实施了上述核查程序的基础上，取得由众创投资出具的已提供报告期内所有银行账户的清单及资金流水的承诺函。

经核查，报告期内，众创投资存续及注销的账户共计 1 个，不存在银行账户应纳入核查而未纳入的情形。

3. 对控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的账户进行核查

对于控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人，我们在账户完整性方面进行了如下核查过程：

(1) 获取个人信用报告及银行账户清单：从大型国有商业银行、全国性股份制商业银行、浙江省及乐清市内主要区域性银行中，确定了中国银行、中国邮政储蓄银行、中国工商银行等 16 家银行作为主要核查银行，并陪同前述核查对象实地前往中国人民银行分支机构或其他可打印信用报告的银行打印个人信用报告、实地前往各开户银行现场查询或打印银行账户清单；

(2) 根据账户清单获取资金流水：陪同前述核查对象对照账户清单逐一打印核查期间内存续及销户账户的详式资金流水，相关纸质资料由银行经办人员亲自递交给我们，保证资料获取的独立性以及资料内容的完整性。针对部分贷记卡的资金流水，前述核查对象在我们的陪同下通过网上银行查询、邮件、电话等方式取得电子账单，保证资料来源的真实性以及资料内容的完整性；

(3) 通过第三方支付平台查询开户情况：以第三方支付平台支付宝或微信支付的银行账户查询及绑定功能为资金流水核查的辅助核查手段，将中国银行、中国邮政储蓄银行、中国工商银行等 14 家银行纳入核查范围，陪同前述核查对象通过支付宝或微信查询各银行的借记卡和信用卡开户情况并拍摄查询视频；

(4) 双向核对实地走访与第三方支付平台查询结果：将实地走访银行获取的开户信息和支付宝或微信支付查询获得的开户信息进行双向核对，经核查，二者提供的账户开立情况相一致；

(5) 核查工资卡账户的完整性：将前述核查对象提供的工资卡账号信息与其工资卡开户行账户清单所提供的开户信息进行双向核对，并对资金流水中与工资发放相关的交易进行核查，确保已将前述核查对象的工资卡账户纳入了核查范围；

(6) 核查证券交易结算资金第三方存管户的完整性：将前述核查对象提供的证券交易结算资金第三方存管户账号与其证券交易结算资金第三方存管户开户行账户清单所提供的开户信息进行双向核对，并对资金流水中与证券交易相关的交易进行核查，确保已将前述核查对象的证券交易结算资金第三方存管账户纳入了核查范围；

(7) 核查资金流水中的对方户名：查阅前述核查对象、公司、众创投资银行账户的资金流水，筛选出资金流水中所有往来单位名称或对方户名为前述核查对象姓名的交易记录，经核查，该类交易的对方账户均已纳入核查；

(8) 取得账户完整性承诺函：在实施了上述核查程序的基础上，取得了前述核查对象出具的已提供报告期内所有银行账户的清单及资金流水的承诺函。

(三) 具体核查情况

1. 对公司账户及资金流水的具体核查情况

我们根据公司所处经营环境、行业类型、业务规模、实际收付款情况、主要财务数据水平等因素，确定法人主体的大额核查标准，人民币账户的流水核查标准为单笔 10 万元，美元账户的流水核查标准为单笔 1.4 万美元。大额资金流水核查金额的占比情况具体如下：

单位：万元

核查期间	2021 年度	2020 年度	2019 年度
借方核查金额	29,685.37	24,661.53	27,626.29
贷方核查金额	26,603.15	23,017.70	26,222.03
借方发生交易总金额	33,867.05	28,176.24	30,524.47
贷方发生交易总金额	34,435.43	29,466.41	32,149.53
借方核查金额占比	87.65%	87.53%	90.51%
贷方核查金额占比	77.26%	78.12%	81.56%

注：根据中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的外汇牌价，计算过程中外币兑人民币汇率均采用 2021 年 12 月 31 日当日的汇率中间价

如上表所示，我们对公司报告期各期的流水核查金额均不低于各期资金流水

总金额的 75%，核查标准选取具有合理性。具体核查情况如下：

单位：笔、万元、万美元

期间	项目	流入		流出	
		人民币账户	外币账户	人民币账户	外币账户
2021 年	核查数量	520	127	454	10
	核查金额	23,102.06	549.13	24,480.57	629.30
	主要交易用途	①收取客户结算款 ②取得政府补助 ③发行人各账户间转账	①收取客户结算款	①支付供应商采购款 ②支付员工薪酬、奖金、社保、公积金等 ③缴纳税款 ④新厂房建设相关款项 ⑤购买无实物形态资产或服务 ⑥购买生产经营所需设备 ⑦发行人各账户间转账	①外币账户与人民币账户间转账
2020 年	核查数量	445	96	410	11
	核查金额	20,349.81	418.45	21,206.17	541.96
	主要交易用途	①收取客户结算款 ②取得政府补助 ③收取股东投资款 ④公司各账户间转账	①收取客户结算款	①支付供应商采购款 ②支付员工薪酬、奖金、社保、公积金等 ③缴纳税款 ④新厂房建设相关款项 ⑤购买生产经营所需设备 ⑥公司各账户间转账 ⑦归还贷款	①外币账户与人民币账户间转账
2019 年	核查数量	440	90	346	9
	核查金额	23,419.90	439.50	24,617.86	471.86

期间	项目	流入		流出	
		人民币账户	外币账户	人民币账户	外币账户
	主要交易用途	①收取客户结算款 ②取得政府补助 ③赎回投资理财 ④公司各账户间转账	①收取客户结算款	①支付供应商采购款 ②支付员工薪酬、奖金、社保、公积金等 ③缴纳税款 ④新厂房建设相关款项 ⑤购买无实物形态资产或服务 ⑥购买生产经营所需设备 ⑦购买银行理财 ⑧公司各账户间转账	①外币账户与人民币账户间转账

如上表所示，公司资金往来原因主要为日常经营产生的收付，支付员工薪酬、奖金、社保、公积金，缴纳税款，新厂房建设相关款项，公司各账户间转账等，不存在异常的情形。

2. 对实际控制人控制的企业的账户及资金流水的具体核查情况

我们根据员工持股平台资金流水往来的实际情况，对单笔金额大于等于 5 万元或相近时间内连续发生交易的资金流水进行重点核查。报告期内，对众创投资借、贷方资金流水的核查金额的占比分别为 99.41%、99.97%，核查标准具有合理性。具体核查情况如下：

单位：笔、元

期间	项目	流入	流出
2021 年度	核查数量	4	—
	核查金额	2.01	—
	主要交易用途	①利息收入	—
2020 年度	核查数量	4	2
	核查金额	2.45	400.00
	主要交易用途	①利息收入	①支付银行的函证费用
2019 年度	核查数量	4	42
	核查金额	151.71	702,077.50

期间	项目	流入	流出
	主要交易用途	①利息收入	①发放分红款 ②支付份额转让款 ③缴纳税款

如上表所示，员工持股平台众创投资的资金往来原因主要为收到员工投资款、支付份额转让款、发放分红款、缴纳税款等，不存在异常的情形。

3. 对控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的账户及资金流水的具体核查情况

我们综合考虑浙江乐清地区当前的收入水平、消费现状，结合前述核查对象的收入来源、财富水平、社会地位、消费能力、理财规模等情况，对控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员、持有公司 5%以上股份或表决权的主要股东、报告期内曾担任公司董监高的自然人的账户及资金流水中单笔或相近时间内多笔合计交易金额大于等于 5 万元，以及部分交易金额小于 5 万元但交易用途可疑的资金流水进行重点核查。具体核查情况如下：

单位：笔，万元

期间	项目	流入	流出
2021 年度	核查数量	351	339
	核查金额	21,309.03	22,050.78
	主要交易用途	①理财赎回或分红 ②个人不同银行账户间资金划转 ③亲属朋友间往来款 ④卖房收款 ⑤领取薪酬	①理财认购 ②个人不同银行账户间资金划转 ③亲属朋友间往来款 ④购房付款
2020 年度	核查数量	418	359
	核查金额	23,481.84	23,921.71
	主要交易用途	①理财赎回或分红 ②个人不同银行账户间资金划转 ③银证转账 ④亲属朋友间往来款 ⑤领取薪酬	①理财认购 ②个人不同银行账户间资金划转 ③亲属朋友间往来款 ④保险购买
2019 年度	核查数量	378	380
	核查金额	21,912.43	21,099.31

期间	项目	流入	流出
	主要交易用途	①理财赎回或分红 ②个人不同银行账户间资金划转 ③银证转账 ④亲属朋友间往来款 ⑤领取薪酬	①理财认购 ②银证转账 ③个人不同银行账户间资金划转 ④亲属朋友间往来款

注：报告期各期核查金额较大主要系各期发生的理财认购、赎回或分红金额较大所致

如上表所示，前述核查对象的资金往来主要为理财产品的申购与赎回、个人不同银行账户间的资金划转、证券买卖、保险产品购买、买卖住房款、亲属朋友间往来款等。经核查，前述核查对象的资金往来均有合理解释，主要资金流向或用途不存在异常。

（四）支撑核查结论的依据是否充分

我们针对核查范围的合理性、核查账户的完整性，已按照《首发业务若干问题解答》（2020年6月修订）关于资金流水核查的要求，结合重要性原则、公司实际情况以及支持核查结论的需要等，实施了相应的核查程序，获取了核查证据。因此，我们认为，通过对公司上述核查范围以及账户的核查，能够充分地支撑公司资金流水核查的核查结论。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

陈志维



中国注册会计师：

沈心英



二〇二二年三月二十一日