

**关于上海真兰仪表科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
审核中心意见落实函的专项核查意见**

容诚专字[2022]230Z1555号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·北京

关于上海真兰仪表科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

审核中心意见落实函的专项核查意见

容诚专字[2022]230Z1555 号

深圳证券交易所:

根据贵所审核函(2022)010356号《关于上海真兰仪表科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》(以下简称“审核中心意见落实函”)的要求,容诚会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“申报会计师”)对问询函中涉及本所的有关问题进行了专项核查。

说明:

1、如无特殊说明,本回复报告中的简称或名词释义与《上海真兰仪表科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书(上会稿)》(以下简称“招股说明书”)中简称一致。

2、本回复报告中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况,均为四舍五入所致。

3、本问询函回复中的字体:

问询函所列问题	黑体(加粗)
对问询函所列问题的回复	宋体(不加粗)
引用原招股说明书内容	宋体(不加粗)
本次对招股说明书、问询函回复的修改、补充	楷体(加粗)

目 录

2. 关于收入与毛利率	3
3. 关于销售费用	20
4. 关于信息披露	25

2. 关于收入与毛利率

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人客户数量较多，且涉及境外销售，经销及直销模式下产品销售单价存在一定差异；发行人商务谈判模式下膜式燃气表 and 智能燃气表的销售价格持续下滑，工商业燃气表 2019 年招投标模式下的销售价格高于商务谈判，2020 年招投标模式下的销售价格又低于商务谈判，发行人未充分说明变动原因。

(2) 发行人其他业务收入为废料收入，招股说明书未披露其他业务收入的变动原因及毛利率信息。

(3) 发行人 2021 年主要原材料镀锌板采购价格同比增长约 30%，塑料粒子价格同比亦大幅增长，发行人膜式燃气表单位材料成本同比增长 3.42%，接触式燃气表单位材料成本同比增长 0.42%，无线远传燃气表单位材料成本同比下降，发行人称单位材料成本的同比变化受提前备货和模组资费等其他原材料价格下降综合影响。

请发行人：

(1) 说明各期不同销售模式下（直销/经销、招投标/商务谈判）主要产品毛利率情况，并分析差异的合理性；说明商务谈判模式下，膜式燃气表及智能燃气表销售价格持续下滑的原因；工商业燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转的原因及合理性。

(2) 说明其他业务收入的变动原因及毛利率情况；结合废料收入相关的内部控制，说明各期原材料投入与废料产出的匹配关系、废料销售入账的完整性以及定价公允性。

(3) 结合模组资费、钢材、塑料等不同原材料在无线远传燃气表成本结构中的比例，说明无线远传燃气表的 2021 年单位材料成本变动情况与膜式燃气表不一致的原因及合理性。

(4) 结合 2020 年末囤货用原材料的耗用周期，说明 2020 年原材料的囤货金额是否足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响；结合 2021 年各季度主要原材料采购价格和结转的单位材料成本价格差异，说明前述主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格不一致的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）说明各期不同销售模式下（直销/经销、招投标/商务谈判）主要产品毛利率情况，并分析差异的合理性；说明商务谈判模式下，膜式燃气表及智能燃气表销售价格持续下滑的原因；工商业燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转的原因及合理性

1、不同销售模式下（直销/经销、招投标/商务谈判）主要产品毛利率情况

（1）按销售渠道分类毛利率对比情况

报告期内发行人产品以直销为主，近三年，直销业务收入占主营业务收入的比例分别为 92.99%、87.12%和 90.50%，经销收入主要为膜式燃气表销售收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	经销	直销	经销	直销	经销	直销
1、膜式燃气表	8,742.59	27,371.15	9,415.14	20,866.52	3,750.59	23,002.69
2、智能燃气表	793.20	43,998.89	1,135.82	35,265.62	443.93	20,051.32
3、其他	481.92	24,096.17	353.33	17,641.69	221.78	15,526.58
合计	10,017.71	95,466.21	10,904.29	73,773.82	4,416.29	58,580.58

注：除膜式燃气表和智能燃气表外，其他产品经销收入较少，近三年占主营业务收入比例分别为 0.35%、0.42%和 0.46%。

报告期内发行人膜式燃气表和智能燃气表产品经销、直销毛利率对比情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
1、膜式燃气表	经销	30.36%	41.44%	36.10%
	直销	26.82%	29.73%	26.00%
2、智能燃气表	经销	50.94%	53.41%	41.44%
	直销	45.30%	43.69%	48.47%

总体而言，经销产品毛利率高于直销产品毛利率，主要原因为经销产品主要为海外销售产品，海外产品单价高于内销产品单价。

中国国内燃气表市场竞争激烈，海外市场存在一定的准入门槛，取得国际

认证的国内企业相对较少。海外燃气表生产企业产品定价较高，中国企业在参与国际燃气表市场竞争过程中，产品价格具有一定的优势。总体而言，外销产品销售单价和毛利率高于内销产品。

①膜式燃气表

报告期内发行人膜式燃气表经销、直销单价和毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售单价 (元/台)	经销	86.38	107.63	98.90
	直销	78.83	81.32	82.80
	差异率	9.58%	32.36%	19.44%
毛利率	经销	30.36%	41.44%	36.10%
	直销	26.82%	29.73%	26.00%
	差异率	3.54%	11.71%	10.10%

注：经销、直销销售单价差异率=（经销单价-直销单价）/直销，毛利率差异=经销-直销，下同。

报告期内，发行人膜式燃气表经销产品毛利率高于直销产品毛利率，主要原因为经销产品主要为外销，海外产品平均单价和毛利率高于内销产品。

报告期内，发行人膜式燃气表经销产品内销占比较低，而直销产品内销占比较高。由于区域市场产品价格和毛利率存在一定的差异，同时，直销产品和经销产品中内外销占比不同，使得发行人膜式燃气表产品经销毛利率高于直销毛利率。

近三年发行人膜式燃气表不同区域销售收入分别占经销、直销产品收入比例如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销	内销	1.41%	4.13%	19.88%
	外销	98.59%	95.87%	80.12%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%
直销	内销	87.98%	98.49%	88.32%
	外销	12.02%	1.51%	11.68%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%

注：以上比例为各区域销售收入分别占经销收入或直销收入的比例。

报告期内，发行人膜式燃气表内外销产品销售单价、毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售单价 (元/台)	外销	85.30	109.66	98.30
	内销	78.38	80.89	81.69
	差异率	8.82%	35.57%	20.34%
毛利率	外销	27.43%	41.88%	32.48%
	内销	27.80%	29.58%	26.05%
	差异率	-0.38%	12.30%	6.43%

注：内外销销售单价差异率=（外销单价-内销单价）/内销单价，毛利率差异=外销毛利率-内销毛利率，下同。

2019 年度和 2020 年度，发行人外销产品毛利率高于内销产品毛利率，2021 年度外销产品毛利率与内销产品相当，主要系直销巴基斯坦产品毛利率较低所致。

②智能燃气表

近三年，发行人智能燃气表经销收入分别为 443.93 万元、1,135.82 万元和 793.20 万元，占智能燃气表销售收入的比例分别为 2.17%、3.12%和 1.77%，占主营业务收入的占比分别为 0.70%、1.34%和 0.75%。发行人智能燃气表以内销和直销为主。

报告期内发行人智能燃气表经销、直销单价和毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售单价 (元/台)	经销	256.70	347.14	205.68
	直销	246.68	240.26	231.12
	差异率	4.06%	44.49%	-11.00%
毛利率	经销	50.94%	53.41%	41.44%
	直销	45.30%	43.69%	48.47%
	差异率	5.63%	9.72%	-7.03%

外销智能燃气表产品销售价格和毛利率高于内销产品。报告期内，发行人智能燃气表经销产品销售单价和毛利率 2020 年度和 2021 年度高于直销产品，2019 年低于直销产品，主要为外销经销产品销售占比变化所致。2019 年度发行人智能燃气表外销经销收入仅 0.19 万元，2020 年度和 2021 年外销经销收入分

别为 578.66 万元和 372.04 万元，与内销经销收入较为接近。

报告期内，发行人智能燃气表内外销产品销售单价、毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售单价 (元/台)	外销	489.57	420.91	389.86
	内销	225.41	240.94	230.50
	差异率	117.20%	74.69%	69.14%
毛利率	外销	53.03%	60.46%	64.13%
	内销	43.94%	43.73%	48.31%
	差异率	9.08%	16.73%	15.81%

近三年发行人智能燃气表不同区域销售收入分别占经销、直销产品收入比例如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销	内销	53.10%	49.05%	99.96%
	外销	46.90%	50.95%	0.04%
	小计	100.00%	100.00%	100.00%
直销	内销	84.46%	100.00%	100.00%
	外销	15.54%	—	—
	小计	100.00%	100.00%	100.00%

受外销经销智能燃气表收入占经销智能燃气表收入的影响，2020 年度和 2021 年度经销智能燃气表毛利率高于直销产品毛利率。

综上所述，受内外销产品销售占比变化的影响，发行人直销产品和经销产品毛利率存在一定的差异具有合理性。

（2）按获客方式分类毛利率对比情况

报告期内，发行人招投标、商务谈判模式下收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标
1、膜式燃气表	21,967.73	14,146.00	18,216.88	12,064.78	20,443.21	6,310.07

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标
2、智能燃气表	15,377.69	29,414.40	12,867.51	23,533.93	9,616.63	10,878.61
3、工商业用燃气表	2,806.26	1,813.95	2,136.68	966.19	2,090.15	721.04
4、气体流量计	2,109.17	1,919.08	732.83	659.84	412.67	63.92
5、其他	15,213.68	715.94	13,165.33	334.15	12,395.51	65.06
合计	57,474.54	48,009.38	47,119.23	37,558.88	44,958.17	18,038.70

注：其他类招投标产品金额较小，主要包括零部件等。发行人的零部件收入主要为商务谈判模式下销售给河北华通的燃气表用塑料件、线路板等以及销售给真诺上海的水表用线路板。

近三年，发行人商务谈判模式下销售收入占主营业务收入的比例分别为 71.37%、55.65%和 54.49%；招投标模式下销售收入占主营业务收入的比例分别为 28.63%、44.35%和 45.51%，招投标模式下销售收入占比逐步提高。

报告期内，按招投标、商务谈判分类的主要产品毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
1、膜式燃气表	商务谈判	26.20%	29.21%	26.38%
	招投标	29.98%	39.66%	30.78%
2、智能燃气表	商务谈判	43.81%	45.89%	46.85%
	招投标	46.24%	42.96%	49.61%
3、工商业用燃气表	商务谈判	66.20%	65.08%	68.77%
	招投标	65.61%	63.75%	79.14%
4、气体流量计	商务谈判	40.08%	46.74%	20.25%
	招投标	55.10%	60.73%	38.97%

报告期内，发行人膜式燃气表在商务谈判模式下主要客户为智能燃气表制造商，招投标模式下主要客户为终端燃气运营商，终端招投标模式下产品毛利率相对较高。智能燃气表在不同获客方式下客户均以终端燃气运营商为主，不同模式下产品毛利率较为接近。

①膜式燃气表

报告期内，发行人膜式燃气表招投标获客方式下毛利率较商务谈判获客方式下高，商务谈判销售的膜式燃气表主要为对智能燃气表制造企业销售，产品单价相对较低。2019 年度和 2021 年度，不同获客方式下膜式燃气表毛利率差

异较小。2020 年度招投标模式下的膜式燃气表毛利率较高主要系招投标获取的海外客户销售收入占比较高，该类产品毛利率较高。

②智能燃气表

招投标价格和毛利率相对较高。2019 年度和 2021 年度，发行人智能燃气表招投标模式下毛利率略高于商务谈判模式。无线远传智能燃气表是近年来的新产品，为抢占市场，2020 年度，发行人在参与招投标过程中适当降低了投标价格，其中对浙江省能源集团城市燃气有限公司销售的智能燃气表价格和毛利率均较低。

③工商业用燃气表和气体流量计

工商业用燃气表和气体流量计产品单价和毛利率较高，但销售额相对较低。

工商业用燃气表 2020 年度及 2021 年度不同获客方式下毛利率不存在重大差异。2019 年度发行人工商业用燃气表与燃气表制造商商务谈判的价格低于终端燃气运营商招标价格，使得毛利率相应较低。

2019 年发行人气体流量计尚处于起步阶段，受销售规模影响，产品毛利率较低。同时，2020 年度和 2021 年度，发行人为拓宽气体流量计市场，降低了商务谈判模式下气体流量计的销售单价，使得 2020 年度及 2021 年度商务谈判模式下的毛利率低于招投标模式。

综上所述，发行人不同获客方式下毛利率差异具有合理性。

2、商务谈判模式下，膜式燃气表及智能燃气表销售价格持续下滑的原因

报告期内，发行人商务谈判获客方式下膜式燃气表和智能燃气表产品销售价格变动情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价
1、膜式燃气表	77.19	-7.27%	83.25	-0.53%	83.69
2、智能燃气表	213.83	-8.80%	234.46	12.03%	209.28
其中：IC 卡智能燃气表	163.91	-9.01%	180.14	-0.47%	180.99

无线远传智能燃气表	234.03	-12.27%	266.75	-3.49%	276.39
-----------	--------	---------	--------	--------	--------

燃气表产品终端客户为大型跨区燃气运营商或地方性燃气运营商，具有较强的议价能力。随着市场竞争的日益加剧，燃气表产品价格总体呈下降趋势。

发行人商务谈判获客方式下，膜式燃气表 and 智能燃气表销售均价 2020 年度同比相对稳定，2021 年度无线远传智能燃气表销售均价同比下降幅度相对较大。无线远传智能燃气表是近年来的新产品，产品价格和毛利率相对较高，为智能燃气表生产企业推广的主要产品。随着产品的成熟与市场竞争，该类产品 2021 年价格降幅较大。传统 IC 卡智能燃气表处于被无线远传智能燃气表逐步替代的过程，随着无线远传智能燃气表的逐步推广，传统 IC 卡智能燃气表产品价格逐步下降。

2021 年度，在国内市场，随着市场竞争的激烈，膜式燃气表产品价格下降；海外市场产品价格受人民币升值的一定影响，同时，为拓展海外市场，发行人对印度、哥伦比亚等区域经销商膜式燃气表产品实施了降价，使得商务谈判获客方式下，膜式燃气表产品价格相应下降。

3、工商业燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转的原因及合理性

报告期内，发行人不同获客方式下工商业用燃气表销售单价对比如下：

单位：元/台

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标	商务谈判	招投标
工商业用燃气表合计	897.46	887.37	905.68	888.12	1,057.29	1,368.46
其中：G6-G16	780.08	800.28	793.79	810.44	929.67	1,160.73
G25-G100	1,965.54	2,899.49	1,989.91	2,574.82	2,203.82	2,957.95

发行人工商业用燃气表 2019 年招投标模式下平均销售价格高于商务谈判模式下平均销售价格，而 2020 年度和 2021 年度商务谈判模式下平均销售价格较高，不同获客方式下销售价格变动主要系产品规格差异所致，2020 年度和 2021 年商务谈判模式下大口径工商业用燃气表销售占比的提升，提高了商务谈判模式下工商业用燃气表销售均价，工商业用燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转具有合理性。

工商业用燃气表用量小，价格高，不同规格产品价格差异较大，一般口径越大产品价格越高，G6至G16等较小口径的工商业用燃气表的销售单价远低于G25至G100口径的销售单价。

发行人通过商务谈判形成销售的工商业用燃气表，主要为销售给燃气表制造企业的工商业用膜式燃气表，由其组装工商业用智能燃气表后销售给终端燃气运营商，而通过招投标模式销售的工商业用燃气表为对终端销售，因此同一规格不同销售模式下产品存在差异，价格也存在差异。

综上所述，不同价格产品销售结构的变动导致的工商业用燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转具有合理性。

（二）说明其他业务收入的变动原因及毛利率情况；结合废料收入相关的内部控制，说明各期原材料投入与废料产出的匹配关系、废料销售入账的完整性以及定价公允性

1、其他业务收入的变动原因及毛利率情况

（1）其他业务收入的变动原因

近三年，发行人其他业务收入分别为130.49万元、296.56万元和810.25万元。发行人其他业务收入主要为壳体生产过程的废钢销售收入，近三年废钢收入分别为117.52万元、261.43万元和621.11万元；其他废料收入包括生产过程中产生的铁屑、铜屑、铝屑以及其他废品等。

随着发行人业务规模的扩大，原材料投入逐步增加，产生废料相应增加。

发行人子公司罗德精密于2018年成立，主要从事燃气表壳体的生产。2019年以来发行人自产壳体规模逐步扩大，近三年，发行人自产壳体数量分别为316.38万件、713.33万件和1,157.35万件，2020年度和2021年度同比增幅分别为125.47%和62.25%，生产过程中产生的钢材边角料等销售收入随之增长。

（2）其他业务收入毛利率情况

发行人报告期各期其他业务收入毛利率为100%。发行人生产领用材料成本计入产品生产成本，废料收入未分摊材料成本。

产品生产过程中存在合理的损耗，生产产生的边角料与采购原材料存在物质形态、用途、价值等多方面的差别，边角料承担的相应材料成本估算标准的客观性难以保障。报告期内，发行人壳体生产逐步增加，2019 年和 2020 年自产壳体规模和废料收入相对较小，基于谨慎性原则，发行人领用原材料计入产品生产成本，2021 年按一贯性原则保持了这一处理方式。

2、结合废料收入相关的内部控制，说明各期原材料投入与废料产出的匹配关系、废料销售入账的完整性以及定价公允性

（1）各期原材料投入与废料产出的匹配关系

发行人投入原材料主要产生的废料为壳体生产的废钢，相应原材料投入与废料产出的匹配关系如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
a.原材料投入量（吨）	7,291.37	4,963.36	2,170.34
b.废料产出量（吨）	2,034.26	1,272.63	594.86
c.废料产出比率（c=b/a）	27.90%	25.64%	27.41%

报告期内，发行人各年度产生的废钢量占各年领料总量的比例较为稳定，原材料的领用与所产生的废料数量相匹配。

（2）废料销售入账的完整性以及定价公允性

公司制定了《废品销售管理规定》，对废料的归集和处理进行明确规定。仓储部会同生产部定期对生产过程产生废料的累计数量、堆放情况、处置安排等提出意见，经审批后通知行政部及时联系收购单位。财务部门根据合同、称重单等文件资料计算、收取款项，并出具收据，收据作为门卫放行的依据。财务部门定期进行废品销售数据分析，对异常情况及时反馈。行政部组织多家废品收购单位进行报价，并将废品收购合同提交财务部门备案。

签订合同的收购单位应缴纳履约保证金，确保按合同诚信履约，如发现在后续废品交易过程中有失信行为，视情节轻重扣减保证金并可解除合同关系。每次废品销售必须至少有行政部人员和一名财务人员在场监督，按次称重，并在称重单上签字。公司在废品销售时根据废料销售价格和销售数量确认销售收入，通过“其他业务收入”科目进行核算。

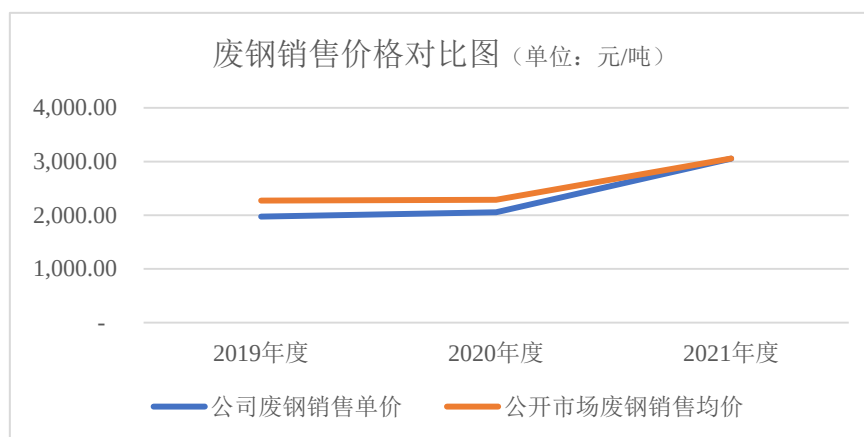
①废料销售入账的完整性

公司主要废料产品具有重量大、产品不规则、不易腐烂变质等特点，公司划定专门区域集中存放废料；在废料销售出库时，在堆放废料的仓库区域进行称重，根据销售的具体废钢种类分别过磅，过磅完毕后形成销售码单并由废料收购商签字确认，同时登记废料出库台账，并进行相应账务处理，公司废料具有完整的记录。

报告期内发行人废料销售数量、收入在合理范围内，废品、废料收入真实、准确、完整。

②废料定价公允性

近三年，发行人废钢销售均价与公开市场销售均价对比图如下：



注：公开市场废钢销售均价为全年均价，数据来源 wind。

报告期内，发行人废钢年均销售价格与公开市场废钢销售均价不存在重大差异。公司通过询价后协商定价的方式确定废料销售价格，公司财务部门、行政部门和生产部门三方通过了解市场价格，并向多家需求方询价的方式初步确定销售对象和销售价格，报公司审批。公司废料交易价格由交易双方参考市场价格，并结合所售废料实际可回收利用价值协商确定，交易价格公允。

综上，发行人报告期各期原材料投入与废料产出相匹配、废料销售入账完整、定价公允。

(三) 结合模组资费、钢材、塑料等不同原材料在无线远传燃气表成本结构中的比例，说明无线远传燃气表的 2021 年单位材料成本变动情况与膜式燃气

表不一致的原因及合理性

无线远传智能燃气表通过附加远传控制装置，实现了燃气用户的远程自动抄表、远程充值、远程控制等功能。无线远传智能燃气表所用通讯模组及资费成本占无线远传燃气表材料成本的比例较高，通讯模组及资费成本的下降是无线远传智能燃气表 2021 年单位成本变动情况与膜式燃气表不一致的主要原因，具有合理性。

2020 年和 2021 年无线远传智能燃气表中主要材料构成如下：

项目	2021 年度		2020 年度	
	金额（元/台）	占比	金额（元/台）	占比
直接材料成本合计	103.35	100.00%	109.90	100.00%
其中：				
1、模组及资费	28.75	27.82%	35.65	32.44%
2、线路板	27.77	26.87%	33.37	30.36%
3、钢材及壳体	16.63	16.09%	14.59	13.28%
4、塑料	9.90	9.58%	7.27	6.62%
5、其他材料	20.30	19.64%	19.02	17.31%

注：发行人存在外购钢材自产壳体和自产壳体成本的情况，上表中钢材及壳体成本为自产壳体所用钢材和外购壳体平均成本，线路板成本为外购线路板和自产线路板所用材料平均成本。

从上表可以看出，2020 年度模组及资费成本占无线远传智能燃气表直接材料成本的比例超过 30%。2021 年度发行人模组及资费采购单价同比下降 22.71%；2021 年度发行人线路板自产量增加，且用于无线远传智能燃气表线路板采购价格下降，使得无线远传智能燃气表耗用线路板成本下降，受此影响，无线远传智能燃气表单位成本下降。膜式燃气表无智能控制装置，不需使用模组及资费。

2021 年度钢材、工程塑料材料价格上涨，使得膜式燃气表单位材料成本上涨；材料成本占比较高的模组及资费采购价格的下降，使得无线远传智能燃气表 2021 年单位材料成本下降。发行人无线远传燃气表 2021 年单位材料成本变动情况与膜式燃气表不一致具有合理性。

（四）结合 2020 年末囤货用原材料的耗用周期，说明 2020 年原材料的囤货

金额是否足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响；结合 2021 年各季度主要原材料采购价格和结转的单位材料成本价格差异，说明前述主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格不一致的合理性

1、结合 2020 年末囤货用原材料的耗用周期，说明 2020 年原材料的囤货金额是否足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响

2021 年度发行人存货周转率为 3.99 次/年，存货平均周转天数为 90 天。发行人 2020 年末存货价值相当于发行人 2021 年度平均 3 个月的材料消耗，但不足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响。

近三年，发行人存货周转情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次/年）	3.99	5.01	5.32
存货周转天数（天）	90.32	71.90	67.70

注：存货周转率=营业成本/存货平均净额，存货周转天数=360/存货周转率。

2020 年末，发行人期末存货账面价值构成情况如下：

项目		2020 年 12 月 31 日
原料类 (万元)	原材料	4,513.41
	在产品	3,183.45
	委托加工物资	794.37
	a.小计	8,491.23
成品类 (万元)	库存商品	1,997.61
	发出商品	2,550.13
	b.小计	4,547.74
c.期末存货账面价值合计（万元）		13,038.97
d.2021 年度营业成本（万元）		64,934.39
e.2021 年度“营业成本-直接材料”（万元）		47,873.17
f.原料类库存/下一年度“营业成本-直接材料”（f=a/e）		17.74%
g.成品类库存/下一年度营业成本（g=b/d）		7.00%
h.各类别库存占相应成本比例合计（h=f+g）		24.74%

截至 2020 年末原料类库存占 2021 年度“营业成本-直接材料”的比例为 17.74%，2020 年末成品类库存占 2021 年度营业成本的比例为 7.00%，比例合计为 24.74%。从上述比例测算来看，发行人 2020 年末存货价值相当于 2021 年度

平均 3 个月的材料消耗，不足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响。

2、结合 2021 年各季度主要原材料采购价格和结转的单位材料成本价格差异，说明前述主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格不一致的合理性

（1）单位材料成本与采购价格情况

2020 年度和 2021 年度，发行人无线远传智能燃气表、膜式燃气表和接触式 IC 卡智能燃气表单位材料成本变动情况如下：

单位：元/台

项目	2021 年度	2020 年度	变动
1、无线远传智能燃气表-直接材料	103.35	109.90	-5.96%
2、膜式燃气表-直接材料	41.06	39.73	3.36%
3、接触式 IC 卡智能燃气表-直接材料	70.07	69.78	0.42%

2020 年度和 2021 年度主要原材料采购价格对比如下：

类别	2021 年度	2020 年度	变动率
1、模组及资费（元/件）	14.91	19.29	-22.71%
2、钢材（元/kg）	6.39	4.69	36.35%
3、工程塑料（元/kg）	15.89	11.21	41.78%
4、线路板（元/件）	37.32	35.87	4.05%

（2）主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格变动趋势差异具有合理性

2021 年度发行人模组及资费同期采购价格下降 22.71%，与无线远传智能燃气表单位材料成本变动趋势一致。2021 年度线路板平均采购价格同比小幅上升。发行人各种类线路板价格存在较大差异，剔除 2021 年度大批量采购的高单价非接触式 IC 卡智能燃气表用线路板影响后，其他线路板 2020 年度和 2021 年度采购单价分别为 33.11 元/件和 30.22 元/件，2021 年度同比下降 8.71%，与无线远传智能燃气表单位材料成本变动趋势一致。钢材和工程塑料尽管单价上升，但在无线远传智能燃气表成本中所占比例较小。受无线远传智能燃气表所用模组及资费、线路板采购价格下降的影响，2021 年度发行人无线远传智能燃气表单位材料成本同比下降。

2021 年度发行人钢材、工程塑料采购价格同比分别上涨 36.35%和 41.78%，与膜式燃气表、IC 卡线路板单位材料成本的变动趋势一致。2021 年度，发行人自产壳体、线路板等增加，生产线的延伸降低了材料采购价格上涨对单位材料成本的影响。

总体而言，2021 年度发行人主要产品单位材料成本变动与主要材料采购价格变动趋势差异具有合理性。

③结转的单位材料成本价格与原材料采购价格变动趋势一致，滞后于采购价格的变动

2021 年各季度主要材料采购价格和结转材料成本价格如下：

项目	2021Q1		2021Q2		2021Q3		2021Q4	
	采购单价	结转单价	采购单价	结转单价	采购单价	结转单价	采购单价	结转单价
1、模组及资费（元/件）	17.25	15.56	15.80	17.62	13.75	13.88	13.23	13.40
2、钢材（元/kg）	5.93	5.93	6.37	6.27	6.69	6.65	6.48	6.60
3、工程塑料（元/kg）	12.57	13.73	17.66	12.14	16.28	16.16	17.27	15.30
4、线路板	50.25	47.18	39.03	36.46	30.96	26.12	23.76	21.29

注：不同客户无线远传智能燃气表产品存在使用不同模组及资费的情形，各季度因结转产品不同，模组及资费结转单价与采购单价存在结构性差异。工程塑料种类较多，采购价格差异较大，因集中采购不同种类原材料，使得采购价格与结转单价存在一定差异。发行人存在向外采购高单价非接触式 IC 卡智能燃气表用线路板，以及外采和自产其他多种线路板的情况，导致线路板结转平均单价低于采购单价。

从主要原材料采购价格变动来看，2021 年度模组及资费采购价格下降；钢材、工程塑料等主要原材料采购价格上涨，其中第二季度和第三季度价格相对较高。从采购价格和结转价格对比来看，结转的单位材料成本与原材料采购价格变动趋势一致，结转价格变动滞后于采购价格的变动，发行人主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格差异具有合理性。

综上所述，2021 年度发行人结转的单位材料成本价格与原材料采购价格变动趋势一致，结转价格变动滞后于采购价格的变动；模组及资费采购价格的下降是无线远传智能燃气表单位材料成本下降的主要原因，膜式燃气表、IC 卡智能燃气表单位材料成本变动与钢材和工程塑料采购价格上涨趋势一致。

（五）中介机构意见

1、申报会计师核查程序

申报会计师履行了如下程序：

（1）取得发行人区分不同销售模式下的收入成本明细表，对主要客户执行走访程序及函证程序，在走访过程中了解客户基本情况、与发行人的合作情况、与发行人是否存在关联关系，与实际控制人及其关联方之间是否存在资金往来等；对发行人不同销售模式下的产品单价、单位成本、毛利率进行了测算分析，了解是否存在重大差异以及差异形成的原因；对发行人管理层和销售部门进行了访谈；

（2）查阅了发行人其他业务收入明细账，抽取发行人其他业务收入入账凭证，了解相关废料收入的真实性和内部控制情况；查阅了发行人废料收入台账，并将其与财务账面进行了对照，将发行人投料与废料产出进行了对比分析，对发行人管理层、财务部门、行政部门、生产部门进行了访谈，了解废料入账的完整性以及定价的公允性；

（3）取得发行人成本结构明细表、原材料采购明细表，了解无线远传燃气表直接材料成本下降的原因，并将其与膜式燃气表直接材料变动情况进行了对比分析，向财务部门了解上述燃气表直接材料变动的原因，向采购部门了解主要原材料价格变动情况，将主要产品单位材料成本与原材料采购价格变动进行了对比分析；

（4）向发行人管理层和生产部门负责人了解原材料的耗用周期，对发行人存货周转率、上年存货占本期营业成本比例进行了测算分析；对发行人 2021 年各季度主要原材料采购价格和结转价格进行了测算分析，了解相关价格差异情况，并向发行人采购部门和财务部门了解上述价格差异原因。

2、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期各期，受内外销产品销售价格和毛利率差异，以及外销收入占比变动等因素影响，发行人直销/经销模式下主要产品毛利率变动具有合理性；

发行人膜式燃气表不同获客方式下毛利率存在一定的差异，与相关产品销售客户类型有关，智能燃气表不同获客方式下毛利率相对稳定；工商业用燃气表 2019 年不同获客方式下毛利率差异与产品销售客户类型有关，2020 年度和 2021 年度不同获客方式下毛利率较为稳定；发行人气体流量计产品尚处于逐步开拓市场阶段，为进一步推广产品，发行人采取了降价的策略，使得不同获客方式下产品毛利率存在一定的差别，具有合理性。

发行人商务谈判获客方式下，膜式燃气表和智能燃气表销售均价 2020 年度同比相对稳定，2021 年度无线远传智能燃气表销售均价同比下降幅度相对较大；无线远传智能燃气表是近年来的新产品，产品价格和利润相对较高，为智能燃气表生产企业推广的主要产品；随着产品的成熟与市场竞争，该类产品价格逐年下降；

报告期内，不同价格产品销售结构的变动导致的工商业用燃气表不同模式下价格差异报告期内出现反转具有合理性；

（2）报告期内，随着发行人业务规模的扩大，尤其是壳体生产投入的加大，发行人其他业务收入逐年增长，发行人报告期各期原材料投入与废料产出相匹配、废料销售入账完整、定价公允；

（3）材料成本占比较高的无线远传燃气表用通讯模组及资费采购价格的下降是无线远传燃气表单位成本变动与膜式燃气表不一致的主要原因，具有合理性；

（4）2021 年度发行人存货平均周转天数为 90 天，与发行人 2020 年末结余存货平均消耗周期相当，但不足以充分抵消 2021 年原材料采购价格上升对材料成本的影响；

2021 年度发行人无线远传燃气表用通讯模组及资费采购价格下降，与无线远传智能燃气表单位材料成本下降趋势一致，同时由于上述材料成本占比较高，抵消了塑料、钢材采购价格上涨的影响；膜式燃气表、IC 卡智能燃气表单位材料成本的上涨与塑料、钢材价格的上涨趋势一致，发行人主要产品单位材料成本变动趋势与采购价格的差异具有合理性。

3. 关于销售费用

申请文件及问询回复显示，发行人各期市场拓展服务费金额较高，主要源于市场需求信息获取、区域市场订单竞争、产品宣传、市场维护等业务开拓支付相关服务费。

请发行人结合市场拓展服务费的费用明细、支付对象和发生背景，说明各期持续发生金额较高的原因；结合相关内部控制，说明该部分费用支出的真实性及完整性；对比同行业可比公司，说明费用支出是否符合行业惯例，是否存在向下游客户进行商业贿赂的情形。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，并说明对销售费用的核查过程及结论。

回复：

（一）结合市场拓展服务费的费用明细、支付对象和发生背景，说明各期持续发生金额较高的原因；结合相关内部控制，说明该部分费用支出的真实性及完整性；对比同行业可比公司，说明费用支出是否符合行业惯例，是否存在向下游客户进行商业贿赂的情形

1、结合市场拓展服务费的费用明细、支付对象和发生背景，说明各期持续发生金额较高的原因

近三年发行人销售服务费中，市场拓展服务费分别为 234.72 万元、1,139.13 万元和 972.03 万元。

发行人产品主要包括各类计量仪表及其零部件。发行人设立初期主要生产膜式燃气表，并逐步向终端市场销售智能燃气表、气体流量计等产品。2017 年下半年市场推出新的无线远传智能燃气表，各智能燃气表企业纷纷推广该类产品，抢占新产品市场份额。为拓展终端市场，发行人采取了加大宣传力度，积极参与各大产品展销会，委托第三方服务商提供产品市场、竞争信息，协助市场开拓和产品销售，进行区域市场维护等多项措施。报告期内，随着发行人业务规模的增长，市场拓展费金额相对较高。与同行业可比上市公司相比，发行人销售服务费及其占营业收入的比例处于行业中游。

根据发行人与第三方服务商签订的《销售服务协议》，第三方服务商为发

行人提供产品市场、竞争信息，协助市场开拓和产品销售，进行区域市场维护等。《销售服务协议书》约定了发行人销售产品的协议结算价，第三方服务商协助发行人实现销售产品的终端销售价格超出协议结算价的部分作为服务费用。近三年，发行人市场拓展费中，向第三方服务商支付的服务费分别为 143.96 万元、996.19 万元和 755.63 万元，主要支付情况如下：

单位：万元

支付对象	2021 年度	2020 年度	2019 年度
濮阳市星程电子科技有限公司	193.56	96.47	67.42
宁波鄞州安宁燃气设备服务部	177.68	91.86	—
广州华燃科技有限公司	70.54	—	—
山东尚燃新能源科技有限公司	40.04	14.64	16.57
四川凯九科技服务有限公司	39.75	3.71	—
河北和晟源信息科技有限公司	—	227.48	—
上海桥缘实业发展有限公司	—	179.99	3.95
上海滨晔仪表科技中心	39.46	136.77	2.00
蠡县禄群商务信息咨询有限公司	—	107.67	—
合计	561.03	858.59	89.94

发行人董事、监事、高级管理人员与上述支付对象及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，不存在资金往来。

除第三方服务商相关费用外，市场拓展费中其他费用分别为 90.76 万元、142.94 万元和 216.40 万元，为发行人参与展会，进行广告、市场宣传等相关费用，主要支付对象包括中国城市燃气协会、科诺莱恩国际会展（北京）有限公司、上海朗沃展览工程有限公司、上海高登商业展览有限公司等。

综上所述，报告期内，随着发行人业务规模的增长，市场拓展费金额相对较高。同行业可比上市公司销售费用中存在列报“市场费用”、“顾问及服务费”，“销售服务费”或“业务宣传费”等费用的情况。

2、结合相关内部控制，说明该部分费用支出的真实性及完整性

公司制定了《合同评审制度》，相关合同需经法务、财务、营销中心进行审核。对于日常零散的费用报销，公司制定了《财务报销及付款管理制度》，销售

部门由业务员发起申请，并经营销中心主管、财务部、总经理审批后进行支付，确保公司上述费用支出的真实性。同时，公司制定了《廉洁监察管理制度》，杜绝违法乱纪行为，同时员工入职签订廉洁自律承诺书。公司严格执行上述内部控制制度，该部分费用经各部门审核后方可支出。

在内部监察管理方面，为确保报销审核规范，所有费用真实、合理、完整，财务中心每月会同总经办组织内部抽查监督。发行人监事会定期对公司合同和财务账簿、内部控制等进行检查。

3、对比同行业可比公司，说明费用支出是否符合行业惯例，是否存在向下游客户进行商业贿赂的情形

近三年同行业可比上市公司市场拓展、销售服务相关费用金额与发行人市场拓展服务费对比如下：

单位：万元

期间	金卡智能	威星智能	先锋电子	新天科技	秦川物联	平均数	发行人
	市场费用	顾问及服务费	销售服务费	销售服务费	业务宣传费		市场拓展服务费
2021 年度	17,537.37	尚未披露	尚未披露	5,226.20	尚未披露	—	972.03
2020 年度	13,645.24	2,874.86	388.65	1,982.71	152.47	3,808.79	1,139.13
2019 年度	12,885.65	1,659.70	271.25	6,618.33	81.65	4,303.32	234.72

近三年同行业可比上市公司上述费用占同期营业收入的比例，与发行人市场拓展服务费占内销产品收入的比例对比如下：

期间	金卡智能	威星智能	先锋电子	新天科技	秦川物联	平均数	发行人
	市场费用	顾问及服务费	销售服务费	销售服务费	业务宣传费		市场拓展服务费
2021 年度	7.62%	尚未披露	尚未披露	4.38%	尚未披露	—	1.13%
2020 年度	7.05%	2.40%	1.10%	1.66%	0.50%	2.54%	1.53%
2019 年度	6.53%	1.55%	0.85%	5.60%	0.33%	2.97%	0.41%

注：同行业可比上市公司外销产品收入占比较低，发行人市场拓展服务费不含外销产品佣金，考虑数据可比性，上表比例为“市场拓展服务费/内销产品收入”。

金卡智能、威星智能销售费用中分别列报“市场费用”、“顾问及服务费”，先锋电子、新天科技列报“销售服务费”，秦川物联列报“业务宣传费”等项市场、销售相关服务费用。从上述费用比例来看，与同行业可比上市公司相比，发行人费用比例处于中游。

参加展会进行产品宣传是合理的市场营销行为，委托第三方服务商开拓市场销售产品，并按差价支付相关服务费用属于正常的商业行为，同行业可比上市公司存在支付市场费用或顾问费、服务费的情况，发行人市场拓展服务费的支出符合行业惯例。

报告期内，发行人与第三方服务商签订《销售服务协议》，并向第三方支付相应的销售服务费用。发行人制定了《合同评审制度》、《财务报销及付款管理制度》等，明确了合同签署、费用付款及报销流程、报销审核、单据要求等相关规定，对费用报销严格控制，以防止利用报销行贿等违法违规行为，防止与公司正常生产经营业务无关的费用报销。

发行人《廉洁检察管理制度》、《员工手册》等明确禁止行贿受贿行为，发行人监事会对公司自身行为予以监督，并对公司合同和财务账簿、内部控制等进行检查。同时，发行人已与多家客户签订了《廉洁合作协议书》。

报告期内，发行人不存在向下游客户进行商业贿赂的情形。

（二）中介机构意见

1、申报会计师核查程序

申报会计师履行了如下程序：

（1）获取发行人报告期各期销售费用明细，对销售费用的波动情况，销售费用与营业收入的匹配性进行分析，并将其与同行业可比上市进行对比分析；

（2）获取发行人报告期各期员工花名册及工资表，核查发行人列入销售费用人员构成、入职时间、基本工资和奖金情况，对发行人各期销售人员薪酬进行对比分析；

（3）查阅销售服务费明细账，获取发行人与第三方服务商签署的《销售服务协议》，查阅了相关服务费用支付凭证、相应的审批流转单据，查询第三方服务商工商信息，并对主要服务商进行了访谈，了解其是否与发行人存在关联关系，是否存在商业贿赂的情形；对发行人参与展会、进行广告宣传相关费用进行抽查，核查了相关合同和支付凭证；

(4) 访谈发行人外销负责人，了解海外业务佣金的交易背景、交易对手情况；获取发行人海外业务佣金计算明细表及付款回单等，结合与雷曼家族签订的《国际业务合作协议》对相关费用进行测算，核查报告期各期海外业务佣金金额的准确性，并向海外业务佣金交易对手执行函证程序；

(5) 访谈发行人销售部门负责人了解业务招待费、差旅费增长原因，查阅业务招待费、差旅费明细账，并对相关费用凭证予以抽查；

(6) 访谈发行人物流部门人员，结合对发行人报告期内运输费用明细表、运输费合同、付款单据、发票等支持性文件的检查，了解运输费变动与报告期收入规模、销量、发货数量及销售区域的匹配关系；选取重要运输供应商执行函证程序，核对交易和数据的真实性；

(7) 访谈发行人管理层、销售人员了解公司的销售条款，获取报告期发行人主要客户的销售合同，检查关于质量保证相关约定，并结合历史情况分析判断公司是否存在质量保证责任；获取公司报告期实际退货情况明细表，分析大额退货主要产品及客户，了解退货原因；

(8) 获取发行人费用报销管理制度，对发行人费用报销执行穿行测试及控制测试，结合凭证抽查程序、银行流水核查程序、董监高流水核查程序等，判断发行人报告期内是否存在通过费用报销实施商业贿赂的情形；

(9) 查阅发行人及其控股子公司住所地的市场监督管理局（工商行政管理局）出具的报告期内不存在行政处罚的证明，取得发行人主管部门出具的报告期内无违规证明；取得发行人及其控股子公司、实际控制人、非独立董事、监事及高级管理人员所在地法院、仲裁委出具的案件记录、查询证明；查阅发行人董事、监事、高级管理人员等人员在公安机关开具的无犯罪记录证明，取得相关人员出具的关于报告期内不存在商业贿赂行为的声明；

(10) 取得了发行签署的大额业务合同，对发行人主要客户、供应商进行了访谈，对发行人期后费用报销进行了检查，了解发行人销售费用入账的完整性。

2、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 为拓展终端市场，发行人采取了加大宣传力度，委托第三方服务商提供产品市场、竞争信息，协助市场开拓和产品销售，进行区域市场维护等多项措施；报告期内，随着发行人业务规模的增长，市场拓展费金额相对较高；

(2) 发行人市场拓展服务费相关内部控制制度健全且有效执行，报告期内市场拓展服务费支出真实、完整；

(3) 参加展会进行产品宣传是合理的市场营销行为，委托第三方服务商开拓市场销售产品，并按差价支付相关服务费用属于正常的商业行为，同行业可比上市公司存在支付市场费用或顾问费、服务费的情况，发行人市场拓展服务费的支出符合行业惯例；报告期内，发行人不存在向下游客户进行商业贿赂的情形；

(4) 报告期内，发行人销售费用列支符合企业会计准则的相关要求，销售费用的列报真实、准确、完整。

4. 关于信息披露

申请文件显示，发行人最近一期预付款项、交易性金融资产、长期股权投资等科目同比出现大幅变化；发行人投资收益 2021 年同比下滑约 50%，主要原因系河北华通的经营业绩下滑；发行人 2021 年政府补助金额同比增加约 100%。

请发行人：

(1) 在招股说明书中补充披露前述科目发生大幅变动的原因；结合河北华通的下游客户、产品结构、毛利率变化，分析说明河北华通的经营业绩下滑的原因，河北华通面临的市场环境或行业形势是否存在重大不利变化，是否存在持续恶化的风险。

(2) 说明新增大额政府补助的背景、按照收益性政府补助确认的依据、政府补助的可持续性，并在招股说明书中补充相应的风险提示。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）在招股说明书中补充披露前述科目发生大幅变动的原因；结合河北华通的下游客户、产品结构、毛利率变化，分析说明河北华通的经营业绩下滑的原因，河北华通面临的市场环境或行业形势是否存在重大不利变化，是否存在持续恶化的风险

1、补充披露前述科目发生大幅变动的原因

上述科目 2021 年末同比变动情况见下：

单位：万元

报表项目	2021 年 12 月 31 日余额	2020 年 12 月 31 日余额	变动金额	变动幅度
交易性金融资产	2,299.00	7,490.00	-5,191.00	-69.31%
预付款项	1,484.76	884.28	600.48	67.91%
长期股权投资	12,304.15	14,391.61	-2,087.46	-14.50%

（1）截至 2021 年 12 月 31 日，公司交易性金融资产余额同比减少 5,191.00 万元，降幅为 69.31%，主要系 2021 年末持有的理财产品减少所致。

（2）截至 2021 年 12 月 31 日，公司预付账款余额同比增加 600.48 万元，增幅为 67.91%，主要系本期预付模组及线路板款项增加所致。

（3）截至 2021 年 12 月 31 日，长期股权投资余额同比减少 2,087.46 万元，降幅为 14.50%，主要系联营企业河北华通本期分红所致。

2、结合河北华通的下游客户、产品结构、毛利率变化，分析说明河北华通的经营业绩下滑的原因，河北华通面临的市场环境或行业形势是否存在重大不利变化，是否存在持续恶化的风险

报告期内，河北华通营业收入、毛利率和净利润情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	23,645.13	47,493.39	57,300.07
毛利率	24.79%	30.10%	38.90%
净利润	3,155.58	9,505.22	14,638.59

报告期内，河北华通营业收入、毛利率和净利润逐年下降，其中 2021 年度

营业收入和净利润同比下降幅度较大。

河北华通为中国燃气控股的公司，中国燃气设立河北华通的主要目的是为了稳定供货渠道，实现燃气表自产自供。河北华通对中国燃气具有较大的依赖。近三年河北华通对中国燃气销售收入的下降是河北华通经营业绩下降的主要原因。

河北华通主要客户为中国燃气，销售情况具体如下：

序号	客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	中国燃气及其关联方（万元）	19,441.51	82.22%	39,441.77	83.05%	48,080.33	83.91%

注：中国燃气及其关联方主要包括中燃物资供应链管理（深圳）有限公司、中燃荣威能源设备（杭州）有限公司、河北中燃宝电气有限公司等。

近三年，河北华通对中国燃气及其关联方合计销售金额分别为 4.81 亿元、3.94 亿元和 1.94 亿元，收入占比分别为 83.91%、83.05%和 82.22%，报告期内销售额逐年下降。

在产品结构上，近三年，河北华通智能燃气表销售收入分别为 4.10 亿元、3.46 亿元和 1.00 亿元，收入占比分别为 71.63%、72.81%和 42.41%。报告期内，受中国燃气整体采购及发展战略的调整，河北华通的产品结构发生较大变化，2019 年度、2020 年度以智能燃气表为主，2021 年度以膜式燃气表为主，产品价格和销售毛利率逐年下滑，使得河北华通经营业绩逐年下降。

根据中国燃气披露的《2021/22 中期报告》（年报截止日为 3 月 31 日），2021 年中报（4 月至 9 月）营业收入同比增长 43.37%，净利润增长-17.93%，截至 2021 年 9 月 30 日，中国燃气累计接驳 4,188.03 万户居民用户，同比增长约 10.4%。

从中国燃气《2021/22 中期报告》来看，其营业收入和接驳居民用户同比增长，净利润同比下降。根据中国燃气公告的相关信息，2021 年湖北省十堰市张湾区发生燃气爆炸事故，中国燃气与东风汽车合资的十堰东风中燃城市燃气发展有限公司为事故区域的管道燃气供应商，该区域燃气管网和相关设施原为东风汽车所有，作为出资资产投入十堰东风中燃城市燃气发展有限公司。上述事故发生后，中国燃气在城市及乡镇燃气业务方面，狠抓安全管理，重塑安全、

工程、运营、客服等管控体系，新接驳用户开发速度有所放缓，一定程度上影响了河北华通对中国燃气的产品销售量。

河北华通作为中国燃气燃气表主要供应商之一，其 2021 年对中国燃气销售大幅减少，但中国燃气为河北华通间接控股股东，随着中国燃气燃气销售量的增长、接驳用户的增加，其燃气表需求量将有所增长，截至本回复报告出具之日，河北华通面临的市场环境或行业形势不存在重大不利变化，不存在持续恶化的风险。

发行人在招股说明书已披露“与参股公司交易及投资收益占比较高的风险”：公司与河北华通交易金额及公司对河北华通产生的投资收益较大，对公司营业利润贡献占比较高，未来若中国燃气要求河北华通增加对其他供应商的采购额或要求公司降低对河北华通的销售价格，公司将面临对河北华通销售或投资收益下降的风险。

（二）说明新增大额政府补助的背景、按照收益性政府补助确认的依据、政府补助的可持续性，并在招股说明书中补充相应的风险提示

报告期内发行人取得的政府补助主要包括增值税即征即退补贴、各级政府部门给予企业产业发展、科技创新、研发等方面的支持资金等。

1、新增大额政府补助的背景、按照收益性政府补助确认的依据

（1）新增大额政府补助的背景

2020 年度和 2021 年度，发行人与收益相关的政府补助分别为 2,474.62 万元和 5,168.00 万元，2021 年度同比增长 2,693.38 万元，增幅 108.84%，主要系收到增值税即征即退、与母公司及芜湖仪表科技对地方财政的贡献相关的产业扶持资金、高新技术成果转化专项扶持资金，以及与芜湖仪表科技投资项目相关的产业扶持资金增加所致。

发行人 2021 年度较 2020 年度新增的大额与收益相关的政府补助金额具体情况如下：

单位：万元

序号	政府补助项目	补助文件及依据	2021 年度	2020 年度	增加额
1	增值税即征即退	财税[2011]100 号财政部国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知	1,674.57	1,296.32	378.25
2	产业扶持资金-母公司	投资协议、财政扶持协议书	1,123.02	252.95	870.07
3	高新技术成果转化专项扶持资金	沪财企（2006）66 号高新技术成果转化专项资金扶持办法	792.70	384.20	408.50
4	产业扶持资金-芜湖仪表科技	投资协议书	560.76	52.63	508.13
合计			4,151.05	1,986.10	2,164.95

①产业扶持资金-真兰仪表

根据发行人与上海青浦出口加工区开发有限公司、上海青浦工业园区企业管理服务有限公司签订的《投资协议》及《财政扶持协议书》，上述机构对发行人每年对地方财政的贡献给予一定的奖励，2020 年度、2021 年度发行人分别收到 252.95 万元、1,123.02 万元。

②高新技术成果转化专项扶持资金

根据上海市《高新技术成果转化专项资金扶持办法》（沪财企（2006）66 号），主要用于对本市各类企业认定的高新技术企业扶持。2020 年度、2021 年度发行人分别收到 384.20 万元和 792.70 万元。

③产业扶持资金-芜湖仪表科技

根据芜湖县人民政府与发行人签订的《投资协议书》及补充协议的约定，对发行人在芜湖县投资给予房屋租赁、城镇土地使用税及投资企业对地方财政的贡献给予一定的产业扶持资金，2020 年度、2021 年度发行人分别收到 52.63 万元和 560.76 万元。

发行人及其子公司新增政府补助已获得有关主管机关、部门或机构的批准或同意，具有相关法规、政策依据，符合相关法律、法规、规章和规范性文件的规定。

（2）按照收益性政府补助确认的依据

公司收到的与收益相关的政府补助主要包括：税收返还、稳岗补贴及专项

资金财政贴息类政府补助；各级政府部门对产业发展、科技创新、研发等方面的补助；与疫情相关的政府补助及其他补助等。

报告期内，发行人取得的与收益相关的政府补助均具备明确的法律、政策依据或与政府相关部门签订的投资协议，未用于购建或以其他方式形成长期资产，均与收益相关，故认定为与收益相关政府补助，发行人已按照《企业会计准则第16号-政府补助》的规定进行账务处理。

2、政府补助的可持续性

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与收益相关的政府补助金额	5,168.00	2,474.62	2,517.89
减：增值税即征即退	1,674.57	1,296.32	890.31
小计	3,493.43	1,178.30	1,627.58
利润总额	24,900.01	20,573.90	17,682.49
占比	14.03%	5.73%	9.20%

发行人根据财政部、国家税务总局颁布的《关于软件产品增值税政策的通知》（财税【2011】100号）的相关规定，享受增值税即征即退税收优惠。若上述文件持续有效，且发行人能持续满足相应的税收优惠条件，公司享受的即征即退补贴具有可持续性。发行人已在招股说明书提示“税收优惠政策变化的风险”。

除增值税即征即退外，发行人获得的其他各项政府补助主要为各级政府部门给予的产业发展、科技创新、研发等方面的支持，属于非经常性损益，不具有可持续性。

3、风险提示情况

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”补充披露如下：

（四）政府补助收入金额较大，不可持续的风险

近三年发行人取得各级政府部门给予的产业发展、科技创新、研发等多项

补助金额分别为 1,627.58 万元、1,178.30 和 3,493.43 万元，占同期利润总额的比例分别为 9.20%、5.73%和 14.03%，金额较大，占利润总额的比例相对较高。

报告期内，发行人取得的上述补助属于非经常性损益。未来发行人若不能满足地方政府补助的相关标准，将不能持续取得相应补助。公司报告期内取得的上述政府补助不具可持续性，公司存在政府补助收入大幅下降的风险，政府补助收入的减少将对公司经营成果造成不利影响。

综上所述，报告期内，发行人获得的除增值税即征即退外的其他政府补助不具有可持续性；发行人已在招股说明书提示相关风险。

（三）中介机构意见

1、申报会计师核查程序

申报会计师履行了如下程序：

（1）对发行人会计报表科目的大幅变动进行了分析，查阅相关明细账，了解其变动原因；

（2）申报会计师实地对河北华通财务报表进行了审阅，保荐机构和申报会计师对河北华通财务报表进行了分析，对河北华通管理层进行了访谈，了解其业绩变动的原因；查阅了中国燃气公开披露的定期报告信息；

（3）查阅发行人 2021 年度新增大额政府补助相关的政策文件、银行凭证等资料，了解政策文件对该政府补助使用的具体规定，公司应承担的义务及对政府补助的会计处理等事项；了解公司关于与收益相关政府补助以及与资产相关政府补助的划分标准、会计处理方式、递延收益分配期限方法，与相关会计准则规定进行核对；分析报告期各期政府补贴金额对利润总额的影响，分析未来获取政府补助可持续性影响。

2、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）发行人已在招股说明书中补充披露最近一期预付款项、交易性金融资

产、长期股权投资等科目同比变化原因；

河北华通对中国燃气具有较大的依赖，近三年河北华通对中国燃气销售收入的下降是河北华通经营业绩下降的主要原因；

中国燃气为河北华通间接控股股东，随着中国燃气燃气销售量的增长、接驳用户的增加，其燃气表需求量将有所增长，截至本回复报告出具之日，河北华通面临的市场环境或行业形势不存在重大不利变化，不存在持续恶化的风险。

（3）发行人对新增大额政府补助背景披露准确，按照收益性政府补助确认依据充分，发行人获得的除增值税即征即退外的其他政府补助不具有可持续性；

发行人已在招股说明书补充披露“政府补助收入金额较大，不可持续的风险”。

(此页无正文,为上海真兰仪表科技股份有限公司容诚专字[2022]230Z1555号
报告之签字盖章页)



中国·北京

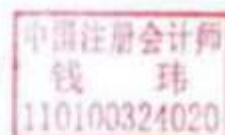
中国注册会计师: 汪玉寿
汪玉寿



中国注册会计师: 徐斌
徐斌



中国注册会计师: 钱玮
钱玮



2022年4月23日