

关于山东亚华电子股份有限公司
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的专项核查意见

容诚专字[2022]230Z1696号

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

**关于山东亚华电子股份有限公司
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的专项核查意见**

容诚专字[2022]230Z1696 号

深圳证券交易所：

深圳证券交易所（以下简称贵所）于 2022 年 4 月 13 日出具的《关于山东亚华电子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》（审核函〔2022〕010359 号）（以下简称《审核落实函》）已收悉。根据贵所出具的《审核落实函》要求，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称本所或申报会计师）对审核落实函中涉及本所的有关问题进行了专项核查。

除另有说明外，本专项核查中的简称或名词的释义与山东亚华电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中一致。

现就《审核落实函》提出的有关问题向贵所回复如下：

目 录

2、关于申报前 12 个月内新增股东。	1
3、关于期间费用。	6
4、关于港通医疗等客户合作情况及毛利率。	25
5、关于供应商。	55
6、关于资金流水。	64

2、关于申报前 12 个月内新增股东。

申报材料显示：发行人申报前 12 个月内多次增发，有较多新增股东。

请发行人说明申报前 12 个月内新增股东是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排，新股东是否具备法律、法规规定的股东资格，是否存在商业贿赂情形，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

请发行人说明申报前 12 个月内新增股东是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排，新股东是否具备法律、法规规定的股东资格，是否存在商业贿赂情形，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他利益安排。

发行人申报前 12 个月内新增股东的姓名/名称、持股数量、投资金额、取得股份的时间、入股原因、入股价格和定价依据如下：

新增股东姓名/名称	取得股份方式	新增股份数量（股）	新增投资金额（元）	取得股份的时间	入股原因	取得股份的价格（元/股）	定价依据
曹茂彬	增资	70,000	161,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
赵永章	增资	100,000	230,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
张国华	增资	110,000	253,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
张连科	增资	110,000	253,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
楚亚周	增资	70,000	161,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
李世健	增资	75,000	172,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
陈磊	增资	65,000	149,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
周磊	增资	130,000	299,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
宋庆	增资	85,000	195,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
董同新	增资	50,000	115,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
向晖	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
邢辉	增资	40,000	92,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格

唐泽远	增资	80,000	184,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
王怀鑫	增资	100,000	230,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
张均	增资	70,000	161,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
崔克	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
刘天昶	增资	35,000	80,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
白政锋	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
宋可鑫	增资	90,000	207,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
李新蕾	增资	30,000	69,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
段立营	增资	20,000	46,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
翟利明	增资	40,000	92,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
郭英	增资	35,000	80,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
张洪波	增资	35,000	80,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
宫磊	增资	35,000	80,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
巩家雨	增资	45,000	103,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
任宪勇	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
孙先锋	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
谭启春	增资	45,000	103,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
王德山	增资	80,000	184,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
邢汉旭	增资	45,000	103,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
周璞	增资	35,000	80,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
曹玉鑫	增资	70,000	161,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
刘天成	增资	60,000	138,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
屈云庆	增资	55,000	126,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
贾坤坤	增资	55,000	126,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
姜文朋	增资	55,000	126,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
孟建军	增资	40,000	92,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
孟媛媛	增资	20,000	46,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
王云军	增资	20,000	46,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格

任云杰	增资	45,000	103,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
余斌	增资	50,000	115,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
罗小贵	增资	50,000	115,000.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
张朋	增资	45,000	103,500.00	2020.07.09	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
于雷	增资	100,000	230,000.00	2020.09.15	股权激励	2.30	参照公司前次增资价格
江苏人才四期	增资	1,600,000	14,992,000.00	2020.09.30	扩大公司规模，引入外部投资者	9.37	协商定价
太付咨询	增资	790,000	7,402,300.00	2020.09.30	扩大公司规模，引入外部投资者	9.37	协商定价
君尚合钰	增资	535,000	5,012,950.00	2020.09.30	扩大公司规模，引入外部投资者	9.37	协商定价
华宸财金	增资	535,000	5,012,950.00	2020.09.30	扩大公司规模，引入外部投资者	9.37	协商定价

注：上述取得股份时间系发行人完成工商变更登记的时间。

1、增资入股背景

发行人申报前 12 个月内的新增股东中，自然人股东全部为发行人员工，其增资入股背景系发行人的股权激励计划；江苏人才四期、太付咨询、君尚合钰、华宸财金系机构股东，其增资入股背景如下：江苏人才四期、太付咨询、君尚合钰、华宸财金等四家机构股东经淄博市高新区财政金融局、淄博市高新区招商促进局等发行人主管机关及相关人员引荐，对发行人进行实地考察，由于相关机构股东具有智慧医疗相关行业或股权投资的背景，并看好发行人的未来发展前景，恰逢发行人处于经营规模迅速扩张期且存在引入机构投资者的相关计划，双方遂达成合作意向，由江苏人才四期、太付咨询、君尚合钰、华宸财金通过增资形式入股发行人。

2、机构股东的出资背景及登记备案情况

发行人申报前 12 个月内的新增机构股东中，江苏人才四期及华宸财金系国有股东参股的私募投资基金；君尚合钰系专门从事拟 IPO 企业股权投资业务的私募投资基金，其基金管理人具有多年股权投资领域的从业经验，并拥有较多成功案例；太付咨询由自然人张景丽、李韵琪、郁永军和吕验其共同设立，其中普通合伙人张景丽长期致力于股权投资，除发行人以外，还投资了上海新相微电子股

份有限公司、知行汽车科技（苏州）有限公司等公司，太付咨询设立至今不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，未委托基金管理人进行管理，也未参与募集设立或管理私募投资基金，因此，太付咨询不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规定的私募投资基金管理人或私募投资基金，无需办理相关登记备案手续。

发行人申报前 12 个月内的新增机构股东中，江苏人才四期、君尚合钰及华宸财金属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规定的私募投资基金，具体备案情况如下：

序号	股东名称	基金管理人名称	基金备案编号	基金管理人备案编号
1	江苏人才四期	南京毅达股权投资管理企业(有限合伙)	SET515	P1032972
2	君尚合钰	苏州君尚投资管理有限公司	SLT274	P1069299
3	华宸财金	山东华宸股权投资管理有限公司	SGC031	P1029961

经核查，发行人于 2020 年 7 月 9 日及 2020 年 9 月 15 日新增的自然人股东全部为发行人员工，以上人员均为具有完全民事行为能力的中国公民，不存在《公司法》等相关法律、法规规定的不适合担任公司股东的情形，具备法律、法规规定的股东资格；发行人于 2020 年 9 月 30 日新增的机构股东江苏人才四期、太付咨询、君尚合钰、华宸财金为发行人引入的外部投资者，均系依法设立并合法存续的合伙企业，不存在法律法规及合伙协议规定应当解散的情形，不存在法律法规规定的禁止担任发行人股东的情形，具备法律、法规规定的股东资格；前述新增股东均直接持有发行人股份，不存在委托持股、信托持股或其他利益安排；不存在商业贿赂情形；与发行人的主要客户、供应商不存在关联关系或其他利益安排。

二、核查过程

申报会计师执行了以下核查程序：

1、取得并审阅发行人的工商档案、历次股东（大）会和董事会决议、股权转让协议、增资协议、股权增资或转让涉及的银行回单、验资报告等，核查发行

人申报前 12 个月内新增股东的相关情况；

2、取得并审阅申报前 12 个月内新增股东出具的调查表及承诺函；

3、对申报前 12 个月内新增股东进行访谈；

4、对发行人报告期内的主要客户、供应商进行访谈；

5、取得并审阅中国证券监督管理委员会山东证监局出具的《关于反馈证监会系统离职人员信息查询比对结果的函》；

6、查阅《公司法》《中华人民共和国公务员法》《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关法律法规关于公司股东资格的相关规定；

7、取得并审阅发行人以及申报前 12 个月内新增机构股东出具的关于入股发行人相关情况的说明；对负责发行人引进投资者的相关人员进行访谈；

8、登录国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、中国证券投资基金业协会网站（<http://www.amac.org.cn/>）查询发行人申报前 12 个月内新增机构股东，新增机构股东的对外投资情形，报告期内发行人主要客户、供应商的基本情况。

三、核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人申报前 12 个月内新增股东不存在委托持股、信托持股或其他利益安排，新股东具备法律、法规规定的股东资格，不存在商业贿赂情形，与发行人主要客户、供应商不存在关联关系或其他利益安排。

四、申报会计师质控部门的意见

1、申报会计师质控部门的核查程序

针对上述事项，申报会计师的质控部门履行了以下质量控制程序：

（1）对项目组获取的相关工作底稿进行了检查、验收，主要包括：发行人申报前 12 个月内各次增资的股东大会决议、董事会决议、增资协议、验资报告；发行人申报前 12 个月内新增股东出具的调查表、承诺函；项目组对发行人申报

前 12 个月内新增股东的访谈记录；发行人以及申报前 12 个月内新增机构股东出具的关于入股发行人相关情况的说明；对负责发行人引进投资者的相关人员进行访谈；申报前 12 个月内新增私募投资基金股东及其管理人的登记备案情况；山东证监局出具的《关于反馈证监会系统离职人员信息查询比对结果的函》等；

（2）审阅了项目组提交本次落实函回复的全套文件，就相关事项与项目组进行了沟通及问询；

（3）督促项目组对审核期间底稿关注事项进行落实、回复。

2、申报会计师质控部门的意见

经过上述质量控制工作，申报会计师质控部门认为：同意项目组关于“问题 2、关于申报前 12 个月内新增股东。”的回复内容、核查程序及意见，同意将申请文件对外报送。

3、关于期间费用。

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人业务开展过程中，不需对终端医院客户发生相应的费用支出，主要系发行人产品作为医院信息化建设的一部分，在医院建设投资中的占比很小。实践中，医院等医疗机构的工程项目建设普遍采用总承包制的管理方式，通常将信息化建设板块分包至弱电集成商、医用气体工程集成商等总承包商，故发行人的直接客户以各类医院建设集成商为主，较少与终端医院直接建立商务关系，而对于医院的相关维护支出也基本由建设集成商承担。

（2）2015 年 6 月 4 日，亚华有限召开股东会，审议同意公司增加注册资本 2,500 万，增资后的注册资本为 3,000 万元，增资价格为 1 元/出资额，增资价格低于每股公允价格，同时为获取职工服务，涉及股份支付。经测算，本次增资的股份支付费用为 3,862.38 万元，公司未进行股份支付会计处理。

（3）2019 年 12 月 18 日，亚华电子召开股东大会决议，拟向向晖、周磊、唐泽远、张连科、郭英、巩家雨等共计 44 名自然人员工定向增发股份共计 259.00 万股，发行价格为 2.30 元/股，共计募集资金 595.70 万元。公司与定增对象约定，认购对象承诺自 2019 年定向发行新增股份登记之日起六十个月不得离职，如出现公司在限售期内完成境内首次公开发行股票并上市的情形，则取消上述六十

个月限售期。公司将股份支付费用在服务期限内分摊计入管理费用。

请发行人说明：

(1)以医院费用主要由集成商维护证明发行人销售费用较低的原因是否准确充分，发行人维护集成商客户的费用具体体现，前五大客户占比仅 10%左右的情形下，发行人如何获取集成商中标信息并获取其订单，相关的区域布局及客户获取费用体现，相关销售费用构成及比例与同行业的差异情况及其合理性。

(2) 2015 年股权激励计划的主要约定条款，是否存在服务期限，发行人是否应进行摊销，对发行人报告期内的财务数据造成的影响。

(3)如发行人在限售期内上市并取消六十个月限售期，股份支付的会计处理对发行人上市后业绩的影响。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

(一)以医院费用主要由集成商维护证明发行人销售费用较低的原因是否准确充分，发行人维护集成商客户的费用具体体现，前五大客户占比仅 10%左右的情形下，发行人如何获取集成商中标信息并获取其订单，相关的区域布局及客户获取费用体现，相关销售费用构成及比例与同行业的差异情况及其合理性。

1、销售费用分析

报告期各期，发行人的销售费用分别为 2,274.72 万元、2,464.04 万元及 3,056.41 万元，销售费用率分别为 13.82%、10.53%及 10.63%。报告期内，发行人的销售费用率略高于同行业可比公司平均值，但整体销售费用率的绝对额并不高，主要原因包括：一方面，发行人的客户结构中，以医用气体集成商、医用弱电集成商等医院建设项目中的总包商为主，业务开展过程中，主要由下游医院建设集成商维护终端用户，发行人直接面向终端医院的情况较少，故相关销售费用支出亦较少；另一方面，发行人的业务模式中，主要通过展会推广、深耕细分领域多年积累的品牌效应、辐射全国各地的营销网络布局、协助医院建设集成商参与终端医院招投标、与部分大型医院建设集成商保持长期稳定的合作关系等方式

推广产品、获取订单，该种业务模式下，销售费用主要为职工薪酬、业务招待费、差旅费、展会费、营销办事处房屋租赁费等，具体分析如下：

(1) 发行人的订单获取方式

报告期内，发行人的销售业务模式及订单获取方式主要包括：

1) 发行人与业内港通医疗（合作起始于 2001 年度）、联帮医疗（合作起始于 2001 年度）、和佳医疗（合作起始于 2013 年度）等大型医院建设集成商合作历史较长、合作情况良好。为了使双方产品能够更好地发挥协同效应，部分项目自方案设计阶段就开始相互配合，同时，发行人与大型医院建设集成商会不定期地针对产品进行培训交流。因此，基于发行人与部分医院建设集成商良好的合作历史、双方产品协同效应、下游对发行人产品的深入了解，医院建设集成商主动寻求与发行人的合作机会、邀请发行人协助其参与部分终端用户的招投标工作的情形较多，发行人能够据此获取其订单。

2) 发行人布局了辐射全国各地的营销网络，销售人员积极关注所在片区终端医院的建设及改造计划，通过千里马等招投标信息网站查询医院病区建设及改造的招投标信息，并通过主动拜访医院建设集成商，并配合样机演示、产品方案介绍、标杆项目展示等方式推广自身产品，在获取医院建设集成商的认可后能够获取部分订单。

3) 根据发行人的营销策略，发行人会积极参与各种展会接洽潜在客户，寻求潜在合作机会，并配合客户拜访、样机演示、产品方案介绍、标杆项目展示等方式推广自身产品，了解下游客户中标信息，并能够获取部分订单。报告期内，发行人参与了 CMEF 国际医疗仪器设备展览会、CHCC 全国医院建设大会、CHINC 中华医院信息网络大会等多个大型展会，在产品推广、订单获取方面取得一定成效。

4) 发行人已深耕医院智能通讯交互领域逾二十年，已经累计服务约 420 万张病床、8,500 家医院，凭借深厚的经验积累、稳定的产品品质、较高的性价比、良好的售后服务，在终端医院中取得了较高的认可度，产品具有较好的品牌效应。在部分医院建设项目中，发行人可以从终端医院处了解医院建设集成商的信息，并通过客户拜访、样机演示、产品方案介绍等方式推广产品，获取部分订单。

（2）维护集成商客户的费用体现

根据上述业务模式，发行人在维护集成商客户关系、订单获取方面的销售费用主要包括：1）布局营销网络、招聘销售人员，积极拜访下游客户、进行样机演示、产品方案介绍、标杆项目展示等过程中发生的销售人员薪酬、差旅费、业务招待费等；2）积极响应终端用户需求、提供良好售后服务、维护品牌效应过程中发生的售后人员薪酬、差旅费、业务招待费等；3）在全国多地设立营销办事处发生的房屋租赁费等；4）积极参与各种展会发生的展会费等广告宣传费等。

报告期内，发行人上述维护集成商客户关系的销售费用具体如下：

单位：万元

费用类别	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	1,632.35	1,220.81	1,144.05
差旅费	419.33	338.61	306.05
业务招待费	268.70	172.36	94.39
广告宣传费	297.29	318.69	359.17
营销办事处房屋租赁费	114.15	117.44	93.98
合计	1,338.49	1,180.36	953.78

注：2019 年度及 2020 年度，发行人的办事处租赁费记入“销售费用——办公费用”；自 2021 年 1 月 1 日起，发行人开始执行新租赁准则，根据《企业会计准则》的相关要求，将办事处租赁费记入“销售费用——折旧与摊销”。

（3）下游客户分布情况分析

报告期各期，发行人对前五大客户的销售收入分别为 2,129.32 万元、3,093.68 万元及 2,920.38 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.94%、13.22%及 10.16%，客户分布较为分散，主要原因包括：单个终端用户需求有限；产品耐用、更新换代有一定周期；医院建设集成行业集中度较低等。

尽管发行人对前五大客户的销售占比相对较低，但发行人与多数医院建设集成商客户保持着良好的合作关系，报告期各期，发行人对拥有两年以上合作历史的医院建设集成商的销售情况具体如下：

单位：家、万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

发行人当期客户中拥有两年以上合作历史的医院建设集成商数量	517	489	427
来自于拥有两年以上合作历史的医院建设集成商的销售收入	11,458.43	10,669.21	7,949.87
发行人对医院建设集成商的销售收入总额	21,583.84	17,140.46	12,242.66
占比	53.09%	62.25%	64.94%

注：划分标准为截至报告期各期末，发行人与该医院建设集成商客户的合作历史覆盖两个以上完整的公历年度。

如上表所示，发行人对医院建设集成商的销售收入主要来自于拥有两年以上合作历史的医院建设集成商，发行人与该等医院建设集成商保持着良好的合作关系，因此能够及时获取相关医院建设集成商的中标信息、获取相关订单，具有合理性。

（4）客户的区域分布情况

报告期各期，发行人对医院建设集成商客户的销售收入分别为 12,242.66 万元、17,140.46 万元及 21,583.84 万元，发行人的医院建设集成商客户的数量分别为 951 家、1,067 家及 1,265 家，其区域分布具体如下：

单位：家、万元

地区	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
	客户数量	数量占比	销售收入	收入占比	客户数量	数量占比	销售收入	收入占比	客户数量	数量占比	销售收入	收入占比
华东地区	586	46.32%	9,371.20	43.42%	488	45.74%	8,388.36	48.94%	411	43.22%	5,116.40	41.79%
西南地区	170	13.44%	4,024.96	18.65%	151	14.15%	3,028.91	17.67%	118	12.41%	2,273.94	18.57%
华北地区	172	13.60%	2,477.71	11.48%	146	13.68%	2,099.93	12.25%	165	17.35%	1,742.80	14.24%
华南地区	92	7.27%	1,817.83	8.42%	57	5.34%	959.57	5.60%	66	6.94%	746.15	6.09%
西北地区	60	4.74%	1,546.89	7.17%	57	5.34%	923.52	5.39%	48	5.05%	907.65	7.41%
东北地区	83	6.56%	1,194.84	5.54%	80	7.50%	1,119.80	6.53%	77	8.10%	904.56	7.39%
华中地区	94	7.43%	1,076.26	4.99%	88	8.25%	620.36	3.62%	66	6.94%	551.16	4.50%
境外地区	8	0.63%	74.16	0.34%	—	—	—	—	—	—	—	—
合计	1,265	100.0%	21,583.84	100.0%	1,067	100.0%	17,140.46	100.0%	951	100.0%	12,242.66	100.0%

如上表所示，报告期内，发行人的医院建设集成商及其收入分布较为稳定，医院建设集成商客户的地域分布与相应的销售收入分布较为接近，不存在重大差

异。

报告期内，发行人已布局了能够辐射全国各地的营销网络，各地营销办事处的分布情况具体如下：

单位：家

地区	2021 年度	2020 年度	2019 年度
华东地区	6	4	4
西南地区	1	1	1
华北地区	4	2	1
华南地区	2	1	1
西北地区	2	2	2
东北地区	1	1	1
华中地区	2	2	2
合计	18	13	12

如上表所示，报告期内发行人营销办事处的地域分布，与医院建设集成商客户及其收入的地域分布较为接近，不存在重大差异。

2、销售费用结构的同行业对比分析

报告期内，发行人的销售费用结构与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司	项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
来邦科技	职工薪酬	2,435.66	62.97%	1,493.64	63.46%	1,202.22	50.46%
	业务宣传费	486.46	12.58%	302.15	12.84%	538.07	22.58%
	差旅费	406.00	10.50%	234.04	9.94%	238.52	10.01%
	运输费	—	—	—	—	174.75	7.33%
	办公费	75.41	1.95%	54.39	2.31%	39.24	1.65%
	业务招待费	138.18	3.57%	42.14	1.79%	22.53	0.95%
	其他	326.22	8.43%	227.40	9.65%	167.32	7.02%
	合计	3,867.93	100.00%	2,353.76	100.00%	2,382.63	100.00%
荣科科技	职工薪酬	6,740.52	58.61%	4,798.98	62.25%	4,762.36	66.10%

	差旅交通费	1,101.28	9.58%	826.99	10.73%	724.12	10.05%
	招待费	1,465.01	12.74%	845.43	10.97%	394.43	5.47%
	办公费用	222.23	1.93%	344.01	4.46%	482.02	6.69%
	业务宣传费及广告费	814.99	7.09%	451.56	5.86%	553.53	7.68%
	其他	1,157.33	10.06%	441.80	5.73%	288.67	4.00%
	合计	11,501.36	100.00%	7,708.76	100.00%	7,205.13	100.00%
思创医惠	职工薪酬	4,491.80	30.04%	4,122.33	42.30%	3,984.21	31.05%
	办公、招待费用	1,524.11	10.19%	1,614.48	16.57%	1,728.62	13.47%
	市场推广费	4,535.08	30.33%	1,465.84	15.04%	1,353.22	10.55%
	广告宣传费	391.00	2.61%	844.82	8.67%	1,436.38	11.19%
	代理费及佣金	130.48	0.87%	654.85	6.72%	2,039.10	15.89%
	运杂费	—	—	—	—	821.04	6.40%
	折旧及摊销	2,414.55	16.15%	55.40	0.57%	11.01	0.09%
	其他	1,467.22	9.81%	988.58	10.14%	1,457.76	11.36%
	合计	14,954.23	100.00%	9,746.30	100.00%	12,831.33	100.00%
亚华电子	职工薪酬	1,632.35	53.41%	1,220.81	49.55%	1,144.05	50.29%
	差旅费	419.33	13.72%	338.61	13.74%	306.05	13.45%
	办公费用	199.75	6.54%	329.11	13.36%	185.10	8.14%
	广告宣传费	297.29	9.73%	318.69	12.93%	359.17	15.79%
	业务招待费	268.70	8.79%	172.36	7.00%	94.39	4.15%
	运输费	—	—	—	—	140.41	6.17%
	其他	238.98	7.82%	84.46	3.43%	45.55	2.00%
	合计	3,056.41	100.00%	2,464.04	100.00%	2,274.72	100.00%

如上表所示，同行业可比公司的销售费用主要以职工薪酬、差旅费、业务招待费、广告宣传费、办公费等组成，报告期内，以上费用占销售费用的比例基本在 80%以上，为销售费用的主要组成部分，与发行人不存在重大差异。

3、销售费用率的同行业对比分析

报告期内，发行人的销售费用率与同行业可比公司对比分析如下：

单位：万元

公司	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售费用	营业收入	销售费用率	销售费用	营业收入	销售费用率	销售费用	营业收入	销售费用率
来邦科技	3,867.93	22,894.81	16.89%	2,353.76	22,356.36	10.53%	2,382.63	20,959.93	11.37%
荣科科技	11,501.36	81,730.97	14.07%	7,708.76	78,789.65	9.78%	7,205.13	72,376.65	9.96%
思创医惠	14,954.23	96,154.99	15.55%	9,746.30	145,525.57	6.70%	12,831.33	157,399.36	8.15%
行业平均数	10,107.84	66,926.92	15.50%	6,602.94	82,223.86	9.00%	7,473.03	83,578.65	9.83%
亚华电子	3,056.41	28,752.44	10.63%	2,464.04	23,410.10	10.53%	2,274.72	16,456.65	13.82%

如上表所示，报告期内，亚华电子的销售费用率分别为 13.82%、10.53%和 10.63%，占比整体较为稳定；2020 年度和 2019 年度，同行业可比公司平均销售费用率分别为 9.83%和 8.98%，因同行业可比公司营业收入规模大于亚华电子致使其销售费用率略低于亚华电子，具有合理性；2021 年度，同行业可比公司平均销售费用率为 15.50%，发行人销售费用率低于同行业可比公司平均值，主要原因系：2021 年度同行业可比公司的销售费用中，职工薪酬、折旧与摊销等较为固定的销售费用稳中有升，但营业收入未随销售费用的上升而增长，故同行业可比公司 2021 年度的销售费用率较 2020 年度上升较多，造成亚华电子 2021 年度的销售费用率低于同行业可比公司平均水平。

综上所述，亚华电子的销售费用结构和销售费用率与同行业可比公司均不存在重大差异，具有合理性。

（二）2015 年股权激励计划的主要约定条款，是否存在服务期限，发行人是否应进行摊销，对发行人报告期内的财务数据造成的影响。

1、2015 年度增资的基本情况

2015 年 6 月 4 日，亚华有限召开股东会并决议增加注册资本 2,500.00 万元，增资后注册资本为 3,000.00 万元，增资价格为 1 元/出资额，增资前后亚华有限的股权结构具体如下：

单位：万元

序号	股东名称/姓名	增资前		增资情况		增资后	
		出资额	出资额占比	出资额	出资额占比	出资额	出资额占比

1	耿玉泉	371.75	74.35%	13.75	0.55%	385.50	12.85%
2	孙成立	97.00	19.40%	35.00	1.40%	132.00	4.40%
3	耿斌	27.50	5.50%	47.50	1.90%	75.00	2.50%
4	吕萍	2.50	0.50%	12.50	0.50%	15.00	0.50%
5	陈磊	1.25	0.25%	27.10	1.08%	28.35	0.95%
6	中亚华信	—	—	2,160.00	86.40%	2,160.00	72.00%
7	周磊	—	—	30.90	1.24%	30.90	1.03%
8	向晖	—	—	22.50	0.90%	22.50	0.75%
9	赵永章	—	—	21.15	0.85%	21.15	0.71%
10	张连科	—	—	18.30	0.73%	18.30	0.61%
11	张国华	—	—	16.65	0.67%	16.65	0.56%
12	董同新	—	—	16.20	0.65%	16.20	0.54%
13	耿勇	—	—	14.40	0.58%	14.40	0.48%
14	李世健	—	—	13.50	0.54%	13.50	0.45%
15	邢辉	—	—	13.35	0.53%	13.35	0.45%
16	曹茂彬	—	—	10.65	0.43%	10.65	0.36%
17	相立伟	—	—	9.45	0.38%	9.45	0.32%
18	楚亚周	—	—	8.70	0.35%	8.70	0.29%
19	宋庆	—	—	8.40	0.34%	8.40	0.28%
合计		500.00	100.00%	2,500.00	100.00%	3,000.00	100.00%

2、2015 年度股权激励计划的主要约定条款

发行人本次股权激励相关的股东会决议、增资确认协议等文件中除了对增资金额、增资对象、增资价格、增资前后的股权结构、出资情况等基本条款进行约定外，未与增资对象约定服务期。

根据发行人与本次增资对象签署的《关于山东亚华电子股份有限公司之增资确认协议》，发行人与本次增资对象之间未约定服务期或隐含的服务期，亦未对增资对象的离职或股份限售等情况进行限制。

因此，本次股权激励不涉及股份支付费用的分摊。

3、2015 年度增资的股份支付费用及其对发行人财务数据的影响情况

发行人 2015 年度的增资价格为 1 元/出资额，增资价格低于每股公允价格，增资对象为老股东及发行人员工，系为获取职工服务，因此本次增资涉及股份支付。

(1) 股份支付费用的计算过程

本次增资前后，实际控制人的持股变动情况具体如下：

单位：万元

项目	增资前		增资后	
	出资额	出资额占比	出资额	出资额占比
耿玉泉的直接持股情况	371.75	74.35%	385.50	12.85%
耿斌的直接持股情况	27.50	5.50%	75.00	2.50%
耿斌通过中亚华信的间接持股情况	—	—	1,710.00	57.00%
合计	399.25	79.85%	2,170.50	72.35%

如上表所示，本次增资前实际控制人耿玉泉、耿斌合计直接持有亚华有限 79.85%的股权；本次增资后实际控制人耿玉泉、耿斌分别直接持有亚华有限 12.85%、2.50%的股权，实际控制人耿斌通过中亚华信间接持有亚华有限 57.00%的股权，实际控制人合计持有亚华有限 72.35%的股权，本次增资前后，实际控制人的持股比例未提高，故本次增资中实际控制人的相关增资不涉及股份支付。

本次增资中涉及股份支付的增资额具体如下：

单位：万元

项目	出资额
本次增资额合计	2,500.00
减：实际控制人耿玉泉的直接增资额	13.75
实际控制人耿斌的直接增资额	47.50
实际控制人耿斌通过中亚华信的间接增资额	1,710.00
本次增资中涉及股份支付的增资额	728.75

如上表所示，本次增资中涉及股份支付的增资额合计为 728.75 万元。

本次增资以 2015 年度每股收益计算的股份支付费用具体如下：

项目	金额
2015 年度的每股收益（元/出资额）（a）	0.63
本次增资股份的公允价值（元/出资额）（b=a*市盈率）	6.30
本次增资价格（元/增资额）（c）	1.00
本次增资中涉及股份支付的增资额（万元）（d）	728.75
本次增资的股份支付费用（万元）（e=d*（b-c））	3,862.38
2015 年末的未分配利润（万元）（f）	3,984.15
假设确认股份支付，2015 年末的未分配利润（万元）（g=f-e）	121.77

注 1：2015 年度的每股收益以及 2015 年末的未分配利润已经中天运会计师事务所（特殊普通合伙）审计；
注 2：测算本次增资股份支付费用及其对未分配利润的影响时，市盈率谨慎使用拟上市公司 IPO 前股权融资估值范围（通常为 8~12 倍）的中间值 10 倍。

经谨慎测算，本次增资的股份支付费用为 3,862.38 万元。

（2）确认股份支付费用不会对发行人净资产产生影响

若确认本次增资的股份支付费用 3,862.38 万元，亚华有限 2015 年末的未分配利润将为 121.77 万元，但不会对发行人净资产产生影响，具体分析如下：

根据《企业会计准则》的相关规定，若发行人确认本次增资的股份支付费用，会计处理如下：

借：管理费用 3,862.38 万元

贷：资本公积 3,862.38 万元

如上所述，若发行人确认本次增资的股份支付费用，将通过损益结转减少 2015 年末的未分配利润 3,862.38 万元，同时增加确认资本公积 3,862.38 万元，属于所有者权益内部的调整，不会对发行人 2015 年末的净资产产生影响。

若发行人确认本次增资的股份支付费用，2015 年末所有者权益项目的变动情况如下：

单位：万元

项目	未确认股份支付前的金额	若确认股份支付后的金额	影响数
实收资本	3,000.00	3,000.00	—
资本公积	—	3,862.38	3,862.38

盈余公积	386.20	386.20	—
未分配利润	3,984.15	121.77	-3,862.38
所有者权益合计	7,370.35	7,370.35	—

注：为简化测算，未考虑假设确认股份支付费用对计提盈余公积的影响。

如上表所示，若发行人确认本次增资的股份支付费用 3,862.38 万元，亚华有限 2015 年末权益类报表项目将调增资本公积 3,862.38 万元，同时调减未分配利润 3,862.38 万元，但不会对发行人净资产产生影响；此外，发行人若确认本次增资的股份支付费用 3,862.38 万元，2015 年度未分配利润将为 121.77 万元，亦不会造成未分配利润为负的情形。

（3）确认股份支付费用不会对发行人报告期初的财务数据产生影响

2016 年 2 月，亚华有限以 2015 年 12 月 31 日为股改基准日，整体变更为股份有限公司。亚华有限整体变更为股份有限公司时，以截至 2015 年 12 月 31 日经审计的账面净资产 7,370.35 万元为基数（其中未分配利润为 3,984.15 万元），折合成股份公司股本 5,000.00 万元，其余 2,370.35 万元计入资本公积。因此，假设本次增资确认股份支付费用，不会对报告期内的期初未分配利润以及其他财务数据产生影响。

（三）如发行人在限售期内上市并取消六十个月限售期，股份支付的会计处理对发行人上市后业绩的影响。

1、2019 年度增资的基本情况

2019 年 12 月 18 日，亚华电子召开股东大会并决议，拟向向晖、周磊、唐泽远、张连科、郭英、巩家雨等共计 44 名自然人员工定向增发股份共计 259.00 万股，发行人参考前次增资情况确认本次发行价格为 2.30 元/股，共计募集资金 595.70 万元。

本次增资前后发行人的股权结构具体如下：

单位：万股

股东名称/ 姓名	增资前		增资情况		增资后	
	持股数量	持股比例	认股数量	认股比例	持股数量	持股比例
中亚华信	4,824.00	67.00%	—	—	4,824.00	64.67%

耿玉泉	860.95	11.96%	—	—	860.95	11.54%
孙成立	543.80	7.55%	—	—	543.80	7.29%
耿斌	170.50	2.37%	—	—	170.50	2.29%
周磊	85.01	1.18%	13.00	5.02%	98.01	1.31%
陈磊	73.32	1.02%	6.50	2.51%	79.82	1.07%
赵永章	60.23	0.84%	10.00	3.86%	70.24	0.94%
张连科	54.87	0.76%	11.00	4.25%	65.87	0.88%
向晖	59.25	0.82%	6.00	2.32%	65.25	0.87%
张国华	51.19	0.71%	11.00	4.25%	62.19	0.83%
董同新	45.18	0.63%	5.00	1.93%	50.18	0.67%
李世健	41.15	0.57%	7.50	2.90%	48.65	0.65%
曹茂彬	33.78	0.47%	7.00	2.70%	40.79	0.55%
邢辉	34.81	0.48%	4.00	1.54%	38.82	0.52%
吕萍	38.50	0.53%	—	—	38.50	0.52%
宋庆	28.76	0.40%	8.50	3.28%	37.26	0.50%
楚亚周	28.43	0.39%	7.00	2.70%	35.43	0.48%
耿勇	32.16	0.45%	—	—	32.16	0.43%
相立伟	24.11	0.33%	—	—	24.11	0.32%
宋可鑫	14.00	0.19%	9.00	3.47%	23.00	0.31%
王怀鑫	12.00	0.17%	10.00	3.86%	22.00	0.29%
张均	12.00	0.17%	7.00	2.70%	19.00	0.25%
唐泽远	11.00	0.15%	8.00	3.09%	19.00	0.25%
崔克	9.00	0.13%	6.00	2.32%	15.00	0.20%
白政锋	8.50	0.12%	6.00	2.32%	14.50	0.19%
张洪波	8.50	0.12%	3.50	1.35%	12.00	0.16%
翟利明	7.00	0.10%	4.00	1.54%	11.00	0.15%
郭英	7.00	0.10%	3.50	1.35%	10.50	0.14%
段立营	6.00	0.08%	2.00	0.77%	8.00	0.11%
李新蕾	5.00	0.07%	3.00	1.16%	8.00	0.11%

朱华	7.00	0.10%	—	—	7.00	0.09%
刘天昶	3.00	0.04%	3.50	1.35%	6.50	0.09%
王德山	—	—	8.00	3.09%	8.00	0.11%
曹玉鑫	—	—	7.00	2.70%	7.00	0.09%
任宪勇	—	—	6.00	2.32%	6.00	0.08%
孙先锋	—	—	6.00	2.32%	6.00	0.08%
刘天成	—	—	6.00	2.32%	6.00	0.08%
屈云庆	—	—	5.50	2.12%	5.50	0.07%
贾坤坤	—	—	5.50	2.12%	5.50	0.07%
姜文朋	—	—	5.50	2.12%	5.50	0.07%
余斌	—	—	5.00	1.93%	5.00	0.07%
罗小贵	—	—	5.00	1.93%	5.00	0.07%
巩家雨	—	—	4.50	1.74%	4.50	0.06%
谭启春	—	—	4.50	1.74%	4.50	0.06%
邢汉旭	—	—	4.50	1.74%	4.50	0.06%
任云杰	—	—	4.50	1.74%	4.50	0.06%
张朋	—	—	4.50	1.74%	4.50	0.06%
孟建军	—	—	4.00	1.54%	4.00	0.05%
宫磊	—	—	3.50	1.35%	3.50	0.05%
周璞	—	—	3.50	1.35%	3.50	0.05%
孟媛媛	—	—	2.00	0.77%	2.00	0.03%
王云军	—	—	2.00	0.77%	2.00	0.03%
合计	7,200.00	100.00%	259.00	100.00%	7,459.00	100.00%

2、本次增资关于服务期的约定

根据发行人与增资对象签署的《股份认购合同》及其《补充协议》，增资对象的最低服务期限为发行人 2019 年定向发行新增股份登记完成之日起六十个月。服务期限内，增资对象所持股票自愿限售。如出现发行人在限售期内完成境内首次公开发行股票并上市的情形，则取消上述六十个月限售期，按照中国证券监督管理委员会或证券交易所的规定执行，具体条款约定如下：

(1) 增资对象在发行人申报首次公开发行股票材料之日（以下简称“申报日”）前离职的：①如发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌，增资对象不得转让其持有的股票，待发行人上市满一年之日后，增资对象需在法律法规、规范性文件准许减持之日起 30 日内，减持其持有的全部股票，并按照实际减持价格减去其取得出资份额成本的差额向发行人进行赔偿；②如发行人在全国中小企业股份转让系统摘牌，增资对象将持有股票转让给发行人控股股东或控股股东指定第三人，并按照转让价款减去其取得出资份额股份成本的差额向发行人进行赔偿；

(2) 增资对象在申报日后，发行人上市未满一年，且未完成六十个月的服务期限内离职的，增资对象不得转让其持有的股票，待发行人上市满一年之日后，增资对象需在法律法规、规范性文件准许减持之日起 30 日内，减持其持有的全部股票，并按照实际减持价格减去其取得出资份额成本的差额向发行人进行赔偿；

(3) 增资对象若在发行人完成首次公开发行股票并上市之日满一年后离职，但未满激励股份登记之日起 60 个月的，增资对象的激励股份应当按照如下约定处理：①若增资对象尚未减持任何激励股份的，应当按照相关法律法规、规范性文件以及自愿承诺的规定，于允许减持之日起 30 日内，减持其持有的激励股份，并按照实际减持价格减去其取得激励份额成本的差额向发行人进行赔偿；②若增资对象已减持部分或全部激励股份的，增资对象应当向发行人如实申报减持股份的金额和数量，并于离职之日起 30 日内按照实际减持价格减去其取得激励份额成本的差额向发行人进行赔偿，未减持的激励股份按照前款约定执行。

上述条款中所称“离职”不包含增资对象因退休（按国家法定年龄）、疾病、意外事故导致增资对象丧失或部分丧失劳动能力引起的与发行人终止劳动关系的情况。

根据上述《股份认购合同》及其《补充协议》的约定，本次增资的增资对象的服务期为新增股份登记完成之日起六十个月。尽管双方约定，如出现发行人在限售期内完成境内首次公开发行股票并上市的情形，则取消上述六十个月限售期，但根据相关协议中就增资对象在服务期内离职后增资股份收益的具体处理方

式，若增资对象在服务期内离职的，无论是在申报日之前或之后离职，也无论离职时发行人上市是否满一年，本次增资股份对应的收益均归属于发行人。

因此，发行人与增资对象约定在限售期内上市并取消六十个月的限售期，实质上并非取消了对激励对象的服务期限限制，发行人应当按照六十个月的服务期平均分摊确认本次增资涉及的股份支付费用。若增资对象在服务期内离职的，将在离职当期冲销以前年度已确认的股份支付费用，不存在因增资对象在服务期内离职造成股份支付加速行权的情形。

3、本次增资确认股份支付费用对发行人财务数据的影响

根据发行人与增资对象签订的《股份认购合同》及其《补充协议》，激励对象最低服务期限为本次增资新增股份登记完成之日起六十个月。2020年6月，发行人本次定向增发在全国中小企业股份转让系统完成登记，故发行人自2020年6月起摊销确认本次增资的股份支付费用，本次增资的股份支付费用对服务期内各年度的影响具体如下：

项目	金额					
本次增资的股份数量（万股）（a）	259.00					
本次增资价格（元/股）（b）	2.30					
经评估的每股公允价值（元/股）（c）	6.36					
本次增资的股份支付费用总额（万元） （d=a*（c-b））	1,051.54					
最低服务期限（月）（e）	60.00					
项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期摊销月数（月）（f）	5.00	12.00	12.00	12.00	12.00	7.00
因增资对象退休，股份支付费用加速行权的股份数量（万股）（g）	—	—	—	—	7.00	—
因增资对象退休，股份支付费用加速行权的剩余摊销月数（月）（h=e-Σf）	—	—	—	—	41.00	—
因增资对象退休，加速行权的股份支付费用（万元）（i=g*（c-b）/e*h）	—	—	—	—	19.42	—
因增资对象离职需冲回股份支付费用对应的股份数量（万股）（j）	—	—	—	11.50	—	—
需冲回股份支付费用对应的股份前期已确认股份支付的月数（月）（k=Σf）	—	—	—	31.00	—	—
因增资对象离职需冲回的股份支付费用（万元）（l=j*（c-b）/e*k）	—	—	—	24.12	—	—
当期摊销确认股份支付费用的股份数量（万股）（m=a-Σg-Σj）	240.50	240.50	240.50	252.00	259.00	259.00

当期摊销确认的股份支付费用（万元） ($n=m*(c-b)/e*f$)	81.37	195.29	195.29	204.62	210.31	122.68
当期股份支付费用总额（万元）($o=i-l+n$)	81.37	195.29	195.29	180.50	229.73	122.68

注 1：发行人本次增资的新增股份于 2020 年 6 月完成登记，并在当月开始摊销，2020 年度共计摊销 7 个月；
注 2：因曹茂彬达到法定退休年龄，发行人于 2021 年度加速行权了向曹茂彬增发的 7.00 万股股票的剩余股份支付费用；

注 3：2022 年 1 月，王德山由于个人原因离职，2022 年 4 月，刘天昶因个人原因离职，根据《股份认购合同》及其《补充协议》，定增对象由于个人原因离职，相关股份的收益将归属于发行人，因此，发行人对王德山、刘天昶增发的共计 11.50 万股股票不会产生股份支付费用，发行人于 2022 年度冲回相关股份在以前年度确认的股份支付费用；

注 4：截至 2024 年末，除曹茂彬以外，本次增资的其他增资对象均不会达到法定退休年龄；同时，假设除王德山、刘天昶以外，本次增资的其他增资对象不会在服务期内离职。

如上表所示，发行人因本次定增将于 2020~2025 年度分别确认股份支付费用 122.68 万元、229.73 万元、180.50 万元、195.29 万元、195.29 万元及 81.37 万元，其中，2020 年度及 2021 年度股份支付费用金额占当期利润总额的比例分别为 1.98%和 2.84%，对发行人的整体业绩影响较小。

4、假设发行人完成 IPO 并取消服务期将导致加速行权对财务数据的影响

假设发行人于 2022 年 12 月完成首次公开发行股票并上市，同时，假设发行人 2019 年度增资的剩余股份支付费用将因此而加速行权，将减少发行人 2022 年度的利润总额 471.94 万元，占发行人 2021 年度利润总额的比例为 5.83%，假设加速行权股份支付的整体金额并不重大，亦不会对发行人上市后业绩产生重大影响。

二、核查过程

申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解发行人的业务模式、发行人了解医院建设项目信息的主要方式以及取得客户订单的主要方式；了解发行人维护医院建设集成商客户商务关系的方式及其在销售费用中的体现；了解发行人销售费用较低的原因；了解发行人营销办事处的设立及分布情况；了解发行人销售费用率高于同行业可比公司的原因；

2、查阅发行人的收入成本明细表，了解发行人医院建设集成商的地域分布情况及销售收入情况；

3、实地走访发行人报告期内的主要客户，了解发行人与主要客户的合作背景、业务模式等情况；

4、对销售费用执行细节测试；

5、查阅同行业可比公司的年度报告等公开资料，并进行销售费用结构以及销售费用率的同行业对比分析；

6、获取发行人的工商档案、与 2015 年度及 2019 年度增资相关的股东（大）会和董事会决议、增资协议、增资确认协议、验资报告等，梳理上述两次增资的具体情况，关注上述两次增资中关于服务期的相关约定；

7、访谈发行人主要负责人，了解 2015 年度及 2019 年度两次增资的背景、增资定价依据等情况；了解 2019 年度的股权激励中，与激励对象约定如出现发行人在限售期内完成境内首次公开发行股票并上市的情形，则取消六十个月限售期的原因；

8、取得中铭国际资产评估（北京）有限责任公司评估出具的资产评估报告，查阅其对发行人股份的评估结果；

9、结合发行人的股权激励方案、增资协议、增资确认协议以及《企业会计准则》的相关规定，分析发行人确定股份公允价值的依据、股份支付相关会计处理的准确性；

10、结合《企业会计准则》的相关规定，分析若发行人确认 2015 年度增资的股份支付费用，对发行人 2015 年末（即股改基准日）财务报表产生的影响、对发行人报告期期初未分配利润产生的影响、对发行人报告期内的财务报表产生的影响；

11、假设发行人完成 IPO 并取消 2019 年度增资中约定的服务期将导致股份支付的加速行权，模拟其对发行人上市后经营业绩的影响。

三、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人销售费用较低的主要原因包括：发行人较少与终端医院直接建立商务关系、发行人的订单获取方式等因素导致无需发生大额的销售费用，具有合理性；发行人维护集成商客户、获取订单的销售费用包括：职工薪酬、差旅费、业务招待费、广告宣传费、营销办事处房屋租赁费等；发行人主要通过维护与下

游医院建设集成商紧密的合作关系、公开渠道查询、积极参与展会、维护品牌认可度，并通过配合客户拜访、样机演示、产品方案介绍、标杆项目展示等方式，获取医院建设项目的招投标信息并获取订单；报告期内发行人医院建设集成商客户及其销售收入的地域分布情况，与发行人的营销办事处的地域分布情况较为接近，在华东等经济、医疗资源较为集中的地区分布相对集中；报告期内发行人的销售费用结构与同行业可比公司不存在重大差异；发行人销售费用占营业收入的比例略高于同行业可比公司，整体不存在重大差异；

2、发行人 2015 年度的股权激励计划中未与激励对象约定服务期限；发行人本次股权激励的股份支付费用不涉及摊销；若发行人对 2015 年度的股权激励确认股份支付费用，不会对发行人报告期期初的净资产产生影响，亦不会对发行人报告期内的财务数据产生影响；

3、在 2019 年度的股权激励计划中，发行人与增资对象约定在限售期内上市并取消六十个月的限售期，实质上并非取消了对激励对象的服务期限限制，发行人仍应当按照六十个月的服务期平均分摊确认本次股权激励的股份支付费用，不会因股权激励对象在服务期内离职而造成股份支付加速行权的情形。

四、申报会计师质控部门的意见

1、申报会计师质控部门的核查程序

针对上述事项，申报会计师的质控部门履行了以下质量控制程序：

（1）对项目组获取的相关工作底稿进行了检查、验收，主要包括：发行人的销售模式；发行人医院建设集成商客户的分布情况及销售收入；发行人销售费用的同行业对比分析；2015 年度增资及股份支付相关的股东会决议、增资确认协议、审计报告、验资报告；2019 年度增资及股份支付相关的股东大会决议、增资协议及其补充协议、验资报告、资产评估报告等；

（2）审阅了项目组提交本次落实函回复的全套文件，就相关事项与项目组进行了沟通及问询；

（3）督促项目组对审核期间底稿关注事项进行落实、回复。

2、申报会计师质控部门的意见

经过上述质量控制工作，申报会计师质控部门认为：同意项目组关于“问题3、关于期间费用。”的回复内容、核查程序及意见，同意将申请文件对外报送。

4、关于港通医疗等客户合作情况及毛利率。

申报材料显示：

（1）报告期内，港通医疗分别向发行人采购 711.88 万元、1,173.18 万元、1,052.66 万元，为发行人第一大客户。港通医疗主营业务为医用气体装备及系统、医用洁净装备及系统的研发、设计、制造、集成及运维服务。亚华电子的病房智能交互系统产品通常集成在港通医疗的气体工程中。2019 年度发行人为港通医疗的第一大供应商，2020 年度发行人为港通医疗的第二大供应商。2018 年度至 2020 年度，港通医疗的综合毛利率为 28.94%、28.34%、30.90%，净利润为 2,387.20 万元、3,464.89 万元、6,528.80 万元。

（2）2018 年度至 2020 年度，发行人的毛利率为 56.13%、57.48%、53.60%。

（3）报告期内，发行人通过港通医疗销售的主要医疗机构终端用户与港通医疗前五大客户的匹配度较差。

（4）发行人报告期内向医疗机构等终端用户销售的毛利率分别为 66.69%、60.80%、62.99%，向医院建设集成商销售的毛利率分别为 55.56%、51.99%、50.89%。报告期内，发行人主要产品向医疗机构等终端用户销售价格与向集成商销售价格形成的价格差异率分别为 31.63%、61.21%及 57.86%。

（5）发行人称一个科室主要用一套产品，结合问询函回复列示的不同代际产品单价及一代二代三代对应主要客户，按购买总额及单价计算后对应的套数超过 50 套以上部分医院甚至将近百套。

请发行人：

（1）说明 2019 年、2020 年发行人为港通医疗的第一、第二大供应商，但港通医疗采购的发行人产品投入项目均非港通医疗主要项目的原因及合理性，发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目的招标、中标公示信息及施工周期。

（2）发行人向港通医疗销售产品类型、对应收入金额及占比，向港通医疗

销售产品的收入构成、成本费用明细，结合港通医疗毛利率情况，说明发行人参与港通医疗中标项目，向港通医疗销售产品毛利率较高的原因及合理性。

(3)说明主要客户按购买总额及单价计算后对应的套数超过 50 套以上部分医院甚至将近百套的合理性，分代际和客户说明相关销售是否超过对应医院正常科室数量及其合理性。

(4)说明发行人主要产品向医疗机构等终端用户销售价格与向集成商销售价格的价格差异较高，但毛利率差异率较小的原因及合理性。

(5)说明荣科科技社保医疗行业的健康数据服务、思创医惠智慧医疗业务的具体内容及其与发行人的差异情况，以上述业务作为发行人交互系统的同比业务毛利率比较的准确性。

(6)说明嵌入式硬件产品收入和嵌入式软件产品收入的划分标准及其合理性、准确性，如合同有具体对应单独标价，是否采用合同单独标价，是否存在夸大嵌入式软件产品收入的情形，以此论述毛利率较高的理由是否准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对通过港通医疗销售给终端医疗机构的实地走访情况，对主要客户购买量较大的合理性实施的必要补充走访等程序，针对发行人毛利率合理性的核查方式、手段、过程、结论，核查依据是否充分。

【回复】

一、发行人说明

(一)说明 2019 年、2020 年发行人为港通医疗的第一、第二大供应商，但港通医疗采购的发行人产品投入项目均非港通医疗主要项目的原因及合理性，发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目的招标、中标公示信息及施工周期。

1、发行人产品对应的终端医院与港通医疗主要客户的对比分析

报告期内，发行人通过港通医疗对终端医院的销售情况如下表所示：

单位：万元

2021 年度		2020 年度		2019 年度	
终端医院名称	销售收入	终端医院名称	销售收入	终端医院名称	销售收入
成都市第二人民医院龙潭医院	141.33	吉林省第二人民医院	185.26	谷城县中医医院	72.29
皖南医学院第二附属医院	87.27	重庆市巴南区人民医院	133.42	武汉东西湖区人民医院	66.04
郑州市第三人民医院	75.92	重庆医科大学附属儿童医院	128.68	资阳第一人民医院	65.53
资阳雁江区人民医院	61.68	遵义医科大学附属医院	94.56	南阳朝山康复医院	64.04
安徽省国家妇女儿童医学中心	53.91	武汉东西湖区人民医院	72.64	遵义医科大学附属医院新浦分院	63.50
邻水县人民医院	51.01	盐源县人民医院	63.91	成都市第一人民医院	53.48
滁州市儿童医院	50.15	务川仡佬族苗族自治县人民医院	63.88	山西省汾阳医院	43.04
巴音郭楞蒙古自治州人民医院	47.43	彭山区人民医院	63.23	西宁市第二人民医院	28.55
江南区人民医院	37.31	眉山市彭山区中医医院	46.45	益阳市中心医院	25.17
扶余市中医院	27.39	安徽省国际妇女儿童医学中心	33.75	重庆医科大学附属第二医院	17.18
遂宁市妇女儿童医院	27.23	庐江县人民医院	31.25	自贡市第三人民医院	16.01
马山县中医院	27.15	兰州市第一人民医院	26.96	枣庄市立医院	13.09
揭阳市人民医院	23.48	安丘市人民医院	19.71	贡嘎县卫生服务中心	12.39
中新肿瘤医院	21.20	南宁市妇幼保健院	17.75	定西市人民医院	10.60
重庆医科大学附属儿童医院	18.30	华中科技大学同济医学院附属同济医院	17.45	三江侗族自治县人民医院	10.00
四川省人民医院	16.28	印江人民医院	15.74	东莞市人民医院	9.67
四川大学华西医院	15.86	邻水县人民医院	13.20	兰州市第二人民医院	6.48
合肥市滨湖医院	15.78	大足中医院	10.87	连云港市妇幼保健院	5.52
苍溪县人民医院	14.33	广州市第八人民医院	7.32	酒泉市人民医院	4.35
济南市莱城区人民医院	14.17	固原市中医医院	6.03	其他	124.95
固原市中医医院	13.63	霍邱县第六人民医院	5.97	—	—
汕头市中医医院	12.36	皖南医学院第二附属医院	5.52	—	—
自贡市第一人民医院	11.81	简阳市人民医院	5.09	—	—
华中科技大学同济医学院附属同济医院	11.25	恭城瑶族自治县中医医院	5.06	—	—
安丘市人民医院	9.02	德保县人民医院	4.30	—	—

额济纳旗卫生健康委员会	8.99	岐山县人民医院	4.17	—	—
庐江县人民医院	7.22	新疆医科大学附属一医院	4.12	—	—
重庆儿童医院礼嘉分院	6.44	其他	86.89	—	—
扶绥县中医院	5.91	—	—	—	—
兰州市第一人民医院	5.90	—	—	—	—
新疆富蕴县人民医院	5.45	—	—	—	—
成都市第二人民医院	5.31	—	—	—	—
解放军第九五一医院	5.12	—	—	—	—
黄梅县中医院	4.63	—	—	—	—
新疆兵团第一师医院	4.52	—	—	—	—
西安秦皇医院	4.35	—	—	—	—
南宁市第二人民医院	4.21	—	—	—	—
其他	99.34	—	—	—	—
合计	1,052.66	合计	1,173.18	合计	711.88

注：发行人根据相关产品的送货地点统计与港通医疗合作中的终端医院及其销售收入，对于货物送达港通医疗或其指定地点而非直接送达终端医院的情形，统计时一并记入其他项。

结合港通医疗《招股说明书》披露的 2019 年度至 2021 年 1~6 月的前五大客户，分析亚华电子产品在港通医疗主要客户项目中的集成情况具体如下：

单位：万元

年度	港通医疗 前五大客户名称	销售内容	销售收入	亚华电子产品相关情况
2021 年 1~6 月	中国华西企业股份有限公司	医用气体装备及系统	990.09	系成都市第二人民医院龙潭医院项目，亚华电子在 2021 年度通过港通医疗实现对成都市第二人民医院龙潭医院 141.33 万元的销售收入，亦为亚华电子 2021 年度通过港通医疗实现最终销售的第一大项目，详见上表。
		医用洁净装备及系统	3,614.85	
	自贡市中医医院	医用气体装备及系统	666.88	港通医疗该医院项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	1,756.56	
		医疗设备及其他产品销售	0.02	
	河北建设集团股份有限公司	医用气体装备及系统	249.75	2021 年度河北建设集团股份有限公司的终端医院项目集成的通讯交互系统较少，且选用了一代病房交互系统。亚华电子在 2021 年度通过港通医疗实现对河北建设集团股份有
		医用洁净装备及系统	1,600.58	

				限公司的终端医院 1 万元的一代产品销售收入，由于金额较小，统计时列入了其他项。
	淮安市淮阴人民医院	医用气体装备及系统	1,807.11	港通医疗该医院项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
	六安市中医院	医用气体装备及系统	495.59	亚华电子在 2020 年度通过港通医疗实现对六安市中医院 5.97 万元的销售收入，由于发货时直接发往港通医疗指定的地点而非终端医院，统计时列入了其他项。
		医用洁净装备及系统	1,137.66	
		医疗设备及其他产品销售	0.15	
2020 年度	合肥市第一人民医院	医用气体装备及系统	1,115.23	港通医疗该医院项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	2,679.55	
	眉山市中医医院	医用气体装备及系统	2,165.44	港通医疗在该医院项目中采购了其他厂商的病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	1,309.92	
		医疗设备及其他产品销售	11.17	
	泰康（湖北）医疗不动产有限公司、武汉楚园医养服务有限公司等 7 家同一控制下的企业	医用气体装备及系统	385.65	港通医疗该医疗项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	2,930.41	
	务川仡佬族苗族自治县人民医院	医用气体装备及系统	476.27	亚华电子在 2020 年度通过港通医疗实现对务川仡佬族苗族自治县人民医院 63.88 万元的销售收入，详见上表。
		医用洁净装备及系统	2,597.13	
		医疗设备及其他产品销售	26.81	
	遂川县中医院	医用气体装备及系统	350.63	亚华电子在 2020 年度通过港通医疗实现对遂川县中医院 3.69 万元的一代产品销售收入，由于金额较小，统计时列入了其他项。
		医用洁净装备及系统	1,806.75	
2019 年度	红河哈尼族彝族自治州第一人民医院	医用气体装备及系统	169.85	港通医疗该医院项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	4,400.81	
	简阳市人民医院	医用气体装备及系统	801.91	亚华电子在 2019 年度通过港通医疗实现对简阳市人民医院 25.16 万元的销售收入，由于发货时直接发往港通医疗而非终端医院，统计时列入了其他项。
		医用洁净装备及系统	1,903.83	
		医疗设备及其他产品销售	15.59	
	中国建筑股份有限公司及其子公司	医用气体装备及系统	291.32	港通医疗该医疗项目中不含有病房智能通讯交互系统产品。
		医用洁净装备及系统	1,930.57	
	开阳县人民医院	医用气体装备及系统	357.13	亚华电子在 2019 年度通过港通医疗实现对开阳县人民医院 3.10 万元的一代产品销售收入，由于金额较小，统计时列入了其他项。
		医用洁净装备及系统	1,746.08	
		医疗设备及其他产品销售	0.66	
	泸州市纳溪区人民医	医用气体装备及系统	18.62	港通医疗该医院项目中不含有病

	院	医用洁净装备及系统	2,069.92	房智能通讯交互系统产品。
--	---	-----------	----------	--------------

注：成都市第二人民医院龙潭医院项目中，港通医疗系中国华西企业股份有限公司的分包商，因此港通医疗《招股说明书》中披露的相关客户名称为“中国华西企业股份有限公司”，由于发行人在该项目中直接将产品送达成都市第二人民医院龙潭医院，因此发行人将该项目披露为“成都市第二人民医院龙潭医院”，实质上发行人2021年度通过港通医疗实现最终销售的第一大项目与港通医疗2021年1~6月的第一大客户具有对应关系。

随着我国智慧医院建设的加快推进，终端医院在标段拆分时，除了将病房智能通讯交互系统置入医用气体工程中，还可能将病房智能通讯交互系统置入医用弱电工程、医院智能化工程等标段中，或者将病房智能通讯交互系统单独拆分为一个标段独立进行招投标，因此医用气体工程中并非都会含有病房智能通讯交互系统产品。在具体医院建设项目中，病房智能通讯交互系统产品在相应标段中的占比与终端医院的医用气体、医用弱电、医院智能化等工程包的分拆情况相关，整体上，由于终端医院在病房智能呼叫系统中的投资金额通常较小，其占医用气体、医用弱电、医院智能化等工程总投资额的比例往往也较小。

由上表可见，港通医疗的前五大客户与亚华电子产品对应的终端医院用户存在不对应情形的主要原因如下：（1）港通医疗的部分项目中不含有病房智能通讯交互系统产品；（2）港通医疗在部分项目中采购了其他厂商的病房智能通讯交互系统产品；（3）港通医疗部分项目配置的病房智能通讯交互系统较少，或者配置了亚华电子的一代病房交互系统，亚华电子在相关项目中的病房智能通讯交互系统的销售收入较低，发行人在统计时汇总列入了其他项。

2、发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目情况

报告期内，发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目情况具体如下：

单位：万元

年度	终端医院名称	销售收入	招标公告时间	中标公示时间	合同约定施工周期
2021 年度	成都市第二人民医院龙潭医院	141.33	2019 年 10 月	2019 年 11 月	180 天
	皖南医学院第二附属医院	87.27	2020 年 4 月	2020 年 4 月	120 天
	郑州市第三人民医院	75.92	2016 年 8 月	2016 年 11 月	与终端医院土建、装修工程同步进行
	资阳雁江区人民医院	61.68	2019 年 8 月	2019 年 8 月	150 天
	安徽省国家妇女儿童医学中心	53.91	2017 年 10 月	2017 年 11 月	180 天
2020 年度	吉林省第二人民医院	185.26	2018 年 11 月	2018 年 12 月	100 天

	重庆市巴南区人民医院	133.42	2017 年 3 月	2017 年 3 月	300 天
	重庆医科大学附属儿童医院	128.68	2017 年 12 月	2018 年 2 月	320 天
	遵义医科大学附属医院	94.56	2018 年 1 月	2018 年 2 月	120 天
	武汉东西湖区人民医院	72.64	2018 年 1 月	2018 年 2 月	90 天
2019 年度	武汉东西湖区人民医院	66.04			
	谷城县中医医院	72.29	2017 年 7 月	2017 年 8 月	100 天
	资阳第一人民医院	65.53	2016 年 10 月	2016 年 11 月	150 天
	南阳朝山康复医院	64.04	—	—	与终端医院土建、装修工程同步进行
	遵义医科大学附属医院新浦分院	63.50	—	—	与终端医院土建、装修工程同步进行

注 1：招标公示时间、中标公示时间系港通医疗的医用气体装备及系统项目、医用洁净装备及系统项目的招标及中标公示时间；

注 2：在南阳朝山康复医院项目及遵义医科大学附属医院新浦分院项目中，港通医疗的合同对手方系民营主体，无需履行招投标流程。

发行人的病房智能通讯交互系统金额与对应的港通医疗医用气体装备及系统、医用洁净装备及系统等项目额并不存在线性相关关系，报告期内，发行人通过港通医疗实现最终销售的前五大项目，对应的港通医疗相关项目金额多数未达到港通医疗 2019 年度至 2021 年 1~6 月的前五大客户的披露标准，故发行人披露的通过港通医疗实现最终销售的前五大项目，与港通医疗披露的前五大客户的重叠比例较低。

（二）发行人向港通医疗销售产品类型、对应收入金额及占比，向港通医疗销售产品的收入构成、成本费用明细，结合港通医疗毛利率情况，说明发行人参与港通医疗中标项目，向港通医疗销售产品毛利率较高的原因及合理性。

1、对港通医疗的销售明细

报告期各期，发行人对港通医疗的销售明细情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
	收入	占比	成本	毛利率	收入	占比	成本	毛利率	收入	占比	成本	毛利率
一代病房交互系统	78.82	7.49%	33.24	57.83%	102.18	8.71%	39.81	61.04%	70.71	9.93%	20.57	70.91%
二代病房交互系统	788.79	74.93%	375.06	52.45%	955.83	81.47%	504.81	47.19%	598.50	84.07%	299.76	49.91%

三代病房交互系统	63.77	6.06%	58.28	8.61%	3.37	0.29%	1.70	49.54%	0.12	0.02%	0.06	54.41%
单机、配件及其他	121.28	11.52%	61.94	48.92%	111.80	9.53%	54.54	51.22%	42.54	5.98%	21.95	48.40%
合计	1,052.66	100.0%	528.52	49.79%	1,173.18	100.0%	600.86	48.78%	711.88	100.0%	342.35	51.91%

注：2021 年度由于发行人产品定价调整、上游原材料单价上涨、销量较低受个别订单影响较大等因素，发行人对港通医疗三代病房交互系统的销售毛利率相对较低。

2、对港通医疗及其他医院建设集成商的销售毛利率对比分析

报告期各期，发行人对港通医疗以及其他医院建设集成商的销售毛利率对比如下：

项目	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献率
港通医疗	49.79%	4.88%	2.43%	48.78%	6.84%	3.34%	51.91%	5.81%	3.02%
其他医院建设集成商	50.94%	95.12%	48.46%	52.22%	93.16%	48.65%	55.78%	94.19%	52.54%
医院建设集成商	50.89%	100.00%	50.89%	51.99%	100.00%	51.99%	55.56%	100.00%	55.56%

如上表所示，报告期内，发行人对港通医疗的销售毛利率略低于对其他医院建设集成商的销售毛利率，主要原因如下：港通医疗系发行人报告期内的第一大客户，销售金额相对较高，发行人在对港通医疗的销售业务中定价相对较低，故销售毛利率亦低于对其他医院建设集成商的销售毛利率。

报告期内，发行人不存在对港通医疗的销售毛利率高于同类客户的情形。

3、发行人与港通医疗的销售毛利率对比分析

2018~2020 年度，发行人的主营业务毛利率以及港通医疗的主营业务毛利率对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚华电子	53.60%	57.48%	56.13%
港通医疗	30.79%	28.08%	28.69%

如上表所示，2018~2020 年度，发行人的主营业务毛利率高于港通医疗，主要原因如下：发行人的主营业务收入主要为自主生产产品的销售收入；而港通

医疗的主营业务中，“医用气体装备及系统”业务、“医用洁净装备及系统”业务中均集成了部分外购设备，由于销售自主生产产品的毛利率通常高于销售外购设备，故造成了亚华电子主营业务毛利率高于港通医疗主营业务毛利率的情形。

2018~2020 年度，港通医疗的主营业务中，“医疗设备及其他产品销售”业务主要系销售自主生产的产品，其销售毛利率与亚华电子主营业务毛利率对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亚华电子主营业务毛利率	53.60%	57.48%	56.13%
港通医疗“医疗设备及其他产品销售”毛利率	43.42%	51.19%	47.04%

如上表所示，2018~2020 年度，发行人的主营业务毛利率，与港通医疗以销售自主生产产品为主的“医疗设备及其他产品销售”业务的销售毛利率较为接近。

4、发行人的主营业务毛利率分析

报告期内，发行人的主营业务毛利率分别为 56.13%、57.48%及 53.60%，整体能够保持在较高水平，主要原因包括：

(1) 软硬件产品结构因素：发行人的主要产品病房智能通讯交互系统以及门诊服务交互系统系软硬件一体化产品，除硬件部分的生产、加工以外，产品开发过程中软、硬件的设计以及实施过程中组网架构的搭建在产品中的作用同样重要，其中，软、硬件的开发成本在财务核算时直接计入当期研发费用，在后续核算的营业成本中不包含软、硬件的开发成本，故发行人的主营业务能够保持较高毛利率。

(2) 两线制组网方案的实施成本优势：发行人自主研发的高带宽两线制组网技术，应用在发行人的通信组网架构上，独创性的将电源、音频、数据在两线制总线上传输，且互不影响，较好地解决了发行人产品推广过程中的工程落地、布线成本、改造瓶颈等难题，因此，发行人的两线制技术方案具有显著的成本优势，也是发行人能够维持较高毛利率的原因之一。

(3) 自主生产的成本和质量管控优势：除产能遇到瓶颈时存在少量的外协加

工以及部分安装服务外购以外，发行人的软硬件产品、开发，硬件部分的生产、加工，项目方案的设计、实施及调试等流程采用完全自主生产的方式，能够降低生产成本、有效地管控产品质量，帮助发行人保持较高的主营业务毛利率。

(4) 市场集中度及延续性因素：发行人成立初期，国内一代病房交互系统的市场竞争格局尚未形成，发行人凭借两线制的技术创新，开发出品质优良、交付迅速、运维便捷的方案，较好地解决了行业内施工运维复杂的难题，从而奠定了在行业内的领先地位，一代病房交互系统的毛利率一直维持在较高水平。顺应医院信息化建设的需求，行业内陆续出现了信息化程度更高的二、三代病房交互系统产品，发行人延续了一代病房交互系统的品牌和产品优势，并依托在行业内长期深耕的经验、延续多年的品牌认可度、更贴近用户需求挖掘能力以及突出的软硬件开发能力，依然保持了较强的竞争力，尽管由于市场竞争更为激烈，毛利率有所降低，整体仍然保持较高的水平。

(5) 发行人产品在医院信息化建设投入中的占比不高，但属于病房信息化的关键系统，客户对产品价格敏感性较低：发行人的病房智能通讯系统属于医院信息化建设的一部分，通常被置入医用气体、医用弱电等工程，发行人产品在整体医用气体工程中的占比通常在 10%~20%之间，在医院弱电工程中的占比通常不超过 10%。由于发行人产品在医用气体、医用弱电等工程中的占比较小，终端用户对价格的敏感性不高，故发行人产品的销售毛利率也较高。

(三)说明主要客户按购买总额及单价计算后对应的套数超过 50 套以上部分医院甚至将近百套的合理性，分代际和客户说明相关销售是否超过对应医院正常科室数量及其合理性。

报告期内，发行人单一会计年度中对单一终端用户的病房智能通讯交互系统的销量达到 50 套的情况具体如下：

单位：套、元/套、万元

终端用户名称	产品	销量	单价	收入
济宁医学院附属医院太白湖院区	二、三代病房交互系统	60.00	80,384.89	482.31
浙江大学医学院附属第二医院	二代病房交互系统	59.00	60,917.33	359.41
南昌大学第一附属医院象湖分院	一、二代病房交互系统	102.00	32,334.26	329.81

石家庄市人民医院	一、二代病房交互系统	79.00	38,151.00	301.39
金华市人民医院	二代病房交互系统	56.00	36,188.37	202.65
潍坊市益都中心医院	一、二代病房交互系统	58.00	36,127.64	209.54
苏州市第九人民医院	二代病房交互系统	51.00	33,944.07	173.11
兰溪市康体中心	二代病房交互系统	55.00	17,961.11	98.79

注：兰溪市康体中心系养老板块项目，其产品与应用场景为医院的病房交互系统有所差异，单价相对较低。

如上表所示，报告期内，发行人存在对单一终端用户的病房智能通讯交互系统的销量达到 50 套以上的情形。不同项目中，由于终端用户的病区结构、选配需求的差异，以及销售方式的不同（系直接对终端医院销售，或通过医院建设集成商等实现最终销售）等因素，发行人病房交互系统的销售单价亦存在差异，整体保持在合理范围，其中，销售单价较高的济宁医学院附属医院太白湖院区项目中，由于三代病房交互系统的销量较大，致使相关项目的病房交互系统的平均单价较高，整体上，上述项目中病房交互系统的平均销售单价不存在重大异常。报告期内，发行人对上述终端用户的病房智能通讯交互系统销量较高，具体分析如下：

（1）济宁医学院附属医院太白湖院区

济宁医学院附属医院太白湖院区系新建院区项目，考虑到终端医院的未来使用期间较长，院方在新建院区规划时，设置了较多的科室及病区，并且由于济宁医学院附属医院太白湖院区作为标杆项目建设，试点了三代病房交互系统，发行人对济宁医学院附属医院太白湖院区的产品销售以三代病房交互系统为主。

发行人在济宁医学院附属医院太白湖院区项目中，共计销售了 10 套病房智能通讯交互系统用于新生儿重症监护病房、儿童重症监护病房、神经外科重症监护室等重症监护类的病区；共计销售了 3 套病房智能通讯交互系统用于手术室类场景；其余 47 套病房交互系统主要应用于各常见科室的病区，其中，妇科、神经外科、消化内科、创伤骨科、康复医学科等规模较大的科室均设置了两个以上的病区，故发行人对济宁医学院附属医院太白湖院区的病房智能通讯交互系统销量较高。

（2）浙江大学医学院附属第二医院（以下简称“浙大二院”）

浙大二院创建于 1869 年，是浙江省西医发源地，全国首批三级甲等医院。连续两年位居三级公立医院绩效考核全国前十，“自然指数”全球百强、全国第四；是 G20 杭州峰会医疗保障定点单位及驻点单位。根据《医院蓝皮书：中国医院竞争力报告（2020～2021）》显示，2020 年度浙大二院排名全国医院第十七位。

浙大二院项目系老院区改造项目，发行人所售产品均为二代病房交互系统，帮助终端医院完成病房交互系统的迭代，提高病区整体的信息化程度，发行人所售病房智能通讯交互系统应用于浙大二院滨江院区及解放路院区，应用范围较广；同时，由于浙大二院规模较大，其骨科、外科、消化内科、呼吸内科、肿瘤外科、胸外科、心内科、神经内科、神经外科等科室均设置了两个以上病区，其中外科、骨科、心内科等少数科室设置了五个以上病区，对病房智能通讯交互系统的需求较大，故发行人对浙大二院的产品销量较高。

（3）南昌大学第一附属医院象湖分院（以下简称“象湖分院”）

根据《医院蓝皮书：中国医院竞争力报告（2020～2021）》显示，2020 年度南昌大学第一附属医院排名全国医院第六十八位，象湖分院系南昌大学第一附属医院的新院区，由于南昌大学第一附属医院规模较大，同时考虑到医院的未来使用期间较长，院方在新建院区规划时，设置了较多的科室及病区。

发行人在象湖分院项目中，所售产品主要为二代病房智能通讯交互系统，广泛应用于象湖分院各科室各病区，由于南昌大学第一附属医院综合医疗实力较强、规模较大，其象湖分院的筹建规模亦较大，其中，象湖分院的普外科、呼吸与危重症医学科、肿瘤科、骨科等科室均设置了十个以上病区，其他主要科室通常也设置了多个病区，因此象湖分院对病房智能通讯交互系统需求量较大，发行人的产品销量相对较高。

（4）石家庄市人民医院

石家庄市人民医院始建于 1938 年，是一所集医疗、教学、科研、保健、急救、康复为一体的三级甲等综合医院，拥有建华院区、方北路院区、范西路院区等多个院区。

发行人销售予石家庄市人民医院的产品以二代病房交互系统为主，主要应用

于石家庄市人民医院新建的建华院区，产品应用场景包括重症监护类病区、普通病区等，应用场景较为丰富；同时，石家庄市人民医院的骨科、心血管内科、神经外科、肿瘤科、呼吸内科、神经内科、普外科等规模较大的科室均设置了多个病区，对病房智能通讯交互系统的需求量较大；此外，根据石家庄市人民医院的规划，本次项目中还采购了少量产品用作其建华院区、方北路院区、范西路院区的病房交互系统的备品，故发行人对石家庄市人民医院的产品销量相对较高。

（5）金华市人民医院

金华市人民医院项目系新建院区项目，考虑到医院的未来使用期间较长，院方在新建院区规划时，设置了较多的科室及病区。发行人所售产品为二代病房交互系统，其中，9套病房智能通讯交互系统应用于新生儿重症监护病房、呼吸与危重症医学科、急诊重症监护室等重症监护类的病区；其余47套病房交互系统主要应用于各常见科室的病区，其中，妇科、产科、骨科、心血管内科、感染科等规模较大的科室均设置了两个以上的病区，故发行人对金华市人民医院的病房智能通讯交互系统销量较高。

（6）潍坊市益都中心医院

潍坊市益都中心医院系三甲医院，实际开放床位2,000张，设61个临床、医技科室。发行人的潍坊市益都中心医院项目系新建院区项目，考虑到医院的未来使用期间较长，院方在新建院区规划时，设置了较多的科室及病区。

发行人在潍坊市益都中心医院项目中，所售产品主要为二代病房交互系统，广泛应用于重症监护类病区、手术室、普通病区等场景；此外，潍坊市益都中心医院的儿内科、心内科、肿瘤科、神经内科、神经外科、消化内科等规模较大的科室均设置了两个以上的病区，对病房智能通讯交互系统的需求量较高，故发行人对潍坊市益都中心医院的病房智能通讯交互系统销量较高。

（7）苏州市第九人民医院

苏州市第九人民医院项目系旧院迁建项目，考虑到医院的未来使用期间较长，院方在旧院迁建规划时，设置了较多的科室及病区。

发行人在苏州市第九人民医院项目中，所售产品系二代病房交互系统，广泛

应用于重症监护类病区、普通病区等场景；此外，苏州市第九人民医院的神经内科、心血管内科、肿瘤内科、消化内科、肝胆胰脾外科、产科、妇科等规模较大的科室均设置了两个以上的病区，对病房智能通讯交互系统的需求量较高，故发行人对苏州市第九人民医院的病房智能通讯交互系统销量较高。

（8）兰溪市康体中心

兰溪市康体中心系养老板块项目，发行人在该项目中，共计完成了两幢养老公寓楼以及一幢住院楼的病房智能通讯交互系统铺设工程，由于发行人的医院智能通讯交互系统应用于养老、医疗两种场景，且养老板块的产品安装量较大，故发行人的产品销量亦较高。

上述项目中，发行人病房智能通讯交互系统的销量与终端医院床位数对比如下：

单位：套

终端用户名称	项目类型	终端医院床位数	发行人病房交互系统销量
济宁医学院附属医院太白湖院区	新建院区项目	1800 张	60.00
浙江大学医学院附属第二医院	老院区改造项目	2800 张	59.00
南昌大学第一附属医院象湖分院	新建院区项目	3700 张	102.00
石家庄市人民医院	新建院区项目	2000 张	79.00
金华市人民医院	新建院区项目	2202 张	56.00
潍坊市益都中心医院	新建院区项目	2000 张	58.00
苏州市第九人民医院	新建院区并迁建项目	2434 张	51.00
兰溪市康体中心	养老板块项目	—	55.00

注 1：济宁医学院附属医院太白湖院区项目中，10 套病房交互系统应用于重症监护类病房，3 套病房交互系统应用于手术室类场景，共有 47 套病房交互系统应用于各常见科室病区，与终端医院床位数较为匹配；
注 2：石家庄市人民医院项目中，部分病房交互系统应用于重症监护类病房，部分产品终端医院作为其建华院区、方北路院区、范西路院区的病房交互系统的备品，其新建的建华院区床位数整体与发行人病房交互系统的销量较为匹配。

如上表所示，报告期内，发行人对单一终端用户的病房智能通讯交互系统的销量达到 50 套的情况下，终端医院床位数与发行人的病房交互系统销量整体较为匹配，不存在销量显著超过终端医院床位数的情形。

综上所述，报告期内发行人对单一终端用户的病房智能通讯交互系统的销量达到 50 套以上的原因主要包括：（1）在部分医院迁建项目、新院区建设项目中，

考虑到医院未来时间较长，院方在建设规划时设置了较多的科室及病区，对病房智能通讯交互系统的需求量较高；（2）部分医院项目涉及多个院区，发行人的病房智能通讯交互系统在多个院区均有使用，使得终端用户对病房智能通讯交互系统的需求量较高；（3）部分终端医院的规模大、综合实力强，重点优势科室会设置五个以上、甚至十个以上的病区，造成终端医院对病房智能通讯交互系统的需求量超过通常情况下的常见科室数量，但未超过其病区数量。

（四）说明发行人主要产品向医疗机构等终端用户销售价格与向集成商销售价格的价格差异较高，但毛利率差异率较小的原因及合理性。

报告期各期，发行人的主营业务收入结构具体如下：

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
病房智能通讯交互系统	一代病房交互系统	2,403.33	8.39%	2,995.64	12.84%	2,795.77	17.08%
	二代病房交互系统	18,394.93	64.23%	16,475.20	70.60%	12,294.12	75.12%
	三代病房交互系统	3,714.12	12.97%	1,149.50	4.93%	435.96	2.66%
门诊服务交互系统		2,426.84	8.47%	1,351.53	5.79%	167.71	1.02%
分机、配件及其他		1,701.73	5.94%	1,364.62	5.85%	673.17	4.11%
合计		28,640.94	100.00%	23,336.49	100.00%	16,366.73	100.00%

如上表所示，报告期内，发行人的主营业务收入中二代病房交互系统的收入占比较高，系发行人的主要产品，以二代病房交互系统为例，具体分析如下：

报告期各期，发行人对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价、单位成本及毛利率差异对比如下：

单位：元/套

客户类型	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
终端用户	61,289.95	22,362.07	63.51%	63,511.26	25,106.91	60.47%	49,932.27	18,073.76	63.80%
医院建设集成商客户	38,824.97	17,821.57	54.10%	39,396.80	19,225.29	51.20%	37,934.91	17,946.09	52.69%

差异率	57.86%	25.48%	17.41%	61.21%	30.59%	18.10%	31.63%	0.71%	21.09%
-----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	--------

注：销售单价差异率=（发行人对终端用户的销售单价-发行人对医院建设集成商客户的销售单价）/发行人对医院建设集成商客户的销售单价；单位成本差异率=（发行人对终端用户的单位成本-发行人对医院建设集成商客户的单位成本）/发行人对医院建设集成商客户的单位成本；销售毛利率差异率=（发行人对终端用户的销售毛利率-发行人对医院建设集成商客户的销售毛利率）/发行人对医院建设集成商客户的销售毛利率。

如上表所示，报告期内，发行人对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价差异率较高，具体分析如下：

一方面，报告期内，发行人对终端用户销售二代病房交互系统的单位成本高于对医院建设集成商客户的单位成本，差异率分别为 0.71%、30.59%、25.48%，导致对终端用户销售二代病房交互系统的单价亦高于医院建设集成商客户。报告期内，发行人对终端用户与对医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单位成本的差异主要来自于安装实施成本，具体如下：对于直接面向终端医院的项目，相关产品的安装通常由发行人负责，而通过医院建设集成商完成最终销售的项目，相关设备的安装往往由医院建设集成商负责，故发行人对终端用户销售二代病房交互系统的安装实施成本相对较高，因此，其平均单位成本、销售单价亦高于对医院建设集成商销售二代病房交互系统的单位成本、销售单价。

其中，2019 年度，发行人对终端用户及对医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单位成本差异率相对较小，主要系产品结构差异因素所致，具体如下：发行人二代病房交互系统的单位成本受终端用户对主机、分机、显示屏等各细分产品的选配情况影响较大，2019 年度，发行人直接销售予终端用户的单套二代病房产品的主机、分机等细分产品的平均配置数量低于通过医院建设集成商实现最终销售的单套二代病房产品，抵消了部分安装实施成本的影响，故 2019 年度发行人对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单位成本差异率相对较小。

另一方面，报告期内，发行人对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价差异率约为 30%~60%，单位成本差异率约为 0%~30%，销售毛利率差异率约为 20%，销售单价的差异率高于单位成本及毛利率，主要原因如下：（1）发行人将二代病房交互系统销售予医院建设集成商客户后，下游医院建设集成商还将发生集成整合、设备管理等成本，而在直接面向终端用户的项目中，这类成本将归属于发行人，故发行人对医院建设集成商客户的售价相对较

低；（2）发行人面向医院建设集成商客户的项目中，于订单获取阶段，需在整体建设方案设计、产品配置选型、参数建议、招投标等环节相互配合，因此，发行人在对医院建设集成商客户销售二代病房交互系统定价时，会考虑为下游医院建设集成商客户预留约 20~50%的毛利率，故销售单价低于直接面向终端用户时的销售单价。

报告期内，发行人销售予终端用户及医院建设集成商客户的二代病房交互系统平均单位成本约为 2.25 万元/套、1.83 万元/套，平均毛利率约为 62.24%、52.75%。假设对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单位成本分别为 22,000 元/套、18,000.00 元/套；销售毛利率分别为 62.50%、52.50%；医院建设集成商客户集成亚华电子二代病房交互系统的销售毛利率为 35.00%，测算如下：

单位：元/套

项目	医院建设集成商客户	终端用户	差异率
二代病房交互系统的单位成本 (a)	18,000.00	22,000.00	22.22%
二代病房交互系统的销售毛利率 (b)	52.50%	62.50%	19.05%
二代病房交互系统的单位售价 (c=a/(1-b))	37,894.74	58,666.67	54.81%
医院建设集成商客户集成亚华电子二代病房交互系统的销售毛利率 (d)	35.00%	不适用	不适用
医院建设集成商客户向终端用户集成并销售亚华电子二代病房交互系统的单价 (e=c/(1-d))	58,299.60	不适用	不适用
医院建设集成商客户集成并销售亚华电子二代病房交互系统的加价比例 (f=(e-c)/c)	53.85%	不适用	不适用

注：发行人对医院建设集成商客户销售二代病房交互系统定价时，通常会为下游预留约 20~50%的毛利率，使用平均 35.00%的销售毛利率进行测算。

如上表所示，经测算，发行人对终端用户及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价差异率约为 54.81%，与实际差异率约为 30%~60%的情形相符；销售毛利率差异率约为 19.05%，与实际差异率约为 20%的情形相符；医院建设集成商客户集成并销售亚华电子二代病房交互系统的加价比例约为 53.85%，与医院建设集成商向发行人采购产品后通常加价 40%~70%的情形相符；对于终端用户，直接向发行人采购二代病房交互系统的单价约为 58,666.67

元/套，通过医院建设集成商向发行人采购二代病房交互系统的单价约为58,299.60元/套，不存在重大差异。

综上所述，报告期内，发行人向终端用户以及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价差异率较高，毛利率差异率较低的主要原因包括：（1）由于安装实施成本等因素，发行人对终端医院销售病房交互系统的单位成本通常高于对医院建设集成商的单位成本，使得发行人对终端医院的销售单价亦较高，造成发行人对终端用户及医院建设集成商客户的销售单价差异率大于毛利率差异率的情形；（2）医院建设集成商客户在采购发行人产品后，尚需发生集成整合、设备管理等成本；同时，由于医院建设集成商在方案设计、配置选型、参数建议、招投标等订单获取阶段亦会发生相关成本，发行人对医院建设集成商客户销售定价时通常会预留一定比例的毛利率，上述情形符合商业实质，具有合理性。

（五）说明荣科科技社保医疗行业的健康数据服务、思创医惠智慧医疗业务的具体内容及其与发行人的差异情况，以上述业务作为发行人交互系统的同比业务毛利率比较的准确性。

1、与荣科科技社保医疗行业的健康数据服务的对比分析

报告期内，发行人主营业务与荣科科技社保医疗行业的健康数据服务对比如下：

项目	主要业务及产品
荣科科技社保医疗行业的健康数据服务	荣科科技的智慧医疗、健康数据业务板块，主要是基于临床信息化细分产品和健康大数据平台，为客户提供标准、高效的医疗信息化软件产品和服务。其中，米健信息主要提供 ECIS、ICIS 等面向院内临床科室应用的临床信息系统，神州视翰产品以智慧门诊为主，今创信息主要提供病案整体解决方案、医疗应用管理类面向医疗机构全院科室的软件，荣科科技则主要提供整体解决方案。 神州视翰的主要业务板块为医疗信息化产品，包括智慧门诊、数字病房、医疗视频协作及医疗物联网四大类产品，其中智慧门诊是神州视翰的传统优势产品，主要产品包括分诊叫号系统、智慧导诊系统、电子地图系统、专家排班系统、输液秩序及用药安全管理系统、体检导检系统、社康卫生服务中心客流管理系统、信息发布系统等；数字病房主要产品包括病房电视系统、健康宣教视频点播系统、病房呼叫系统、可视化移动护理系统、护士智慧看板、电子病房卡系统等；医疗视频协作主要产品包括科间会诊系统、ICU 探视系统、分级诊疗远程视频系统、手术示教系统等；医疗物联网主要产品包括医用非配对蓝牙电子体温计、室内定位系统等。
亚华电子主营业务	亚华电子主营业务为医院智能通讯交互系统的研发、生产和销售，主要产品包括三代系的病房智能通讯交互系统以及门诊服务交互系统。 其中，第二代病房智能通讯交互系统主要由服务器、医护工作站、信息交互管理主机、IP 网络医护主机、护理信息看板、走廊显示屏、床头分机、门口分机、卫生间分机、值班室分机、病区门禁分机等组成，在一代病房交互系统的双工对讲、病房广播、紧急呼叫等基础功能上，进一步实现了临床信息发布、风险评估预警、护理任务提醒、查房行为轨迹、可视对讲门禁、数据统计分析等功能。

	门诊服务交互系统采用微服务架构软件设计，基于分诊队列排序与智能推荐算法技术，由运维管理平台加分诊叫号、信息发布、自助服务、地图导航、智能导诊、智能体检、智能防疫闸机等业务应用构成，实现智能分诊、智能导诊、智能问诊、刷脸支付、信息服务等非诊疗功能，并为医院管理者提供专家排班、信息推送、核酸登记、电子陪护证、就诊数据统计等管理功能。
--	---

如上表所示，荣科科技的全资子公司神州视翰的数字病房产品与发行人的病房智能通讯交互系统系可比业务；智慧门诊产品与发行人的门诊服务交互系统系可比业务；医疗视频协作产品中的 ICU 探视系统与发行人第三代病房智能通讯交互系统中的探视系统系可比产品。

整体上，神州视翰的主要业务板块及其产品与发行人的主营业务及其产品具有较强可比性，主要差异系：神州视翰的相关业务以智慧门诊为主，而发行人的主营业务以病房智能通讯交互系统为主。

神州视翰作为荣科科技的全资子公司，其业务系荣科科技社保医疗行业的健康数据服务的重要组成部分，因此，荣科科技社保医疗行业的健康数据服务与发行人的主营业务具有较强可比性，发行人将其销售毛利率与自身主营业务毛利率进行对比分析具有合理性及准确性。

报告期内，荣科科技的全资子公司神州视翰的营业收入、荣科科技社保医疗行业的健康数据服务收入、荣科科技营业收入及其占比关系具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
神州视翰营业收入	24,938.75	23,023.88	20,645.85
荣科科技的社保医疗行业、健康数据服务收入	41,495.86	43,652.92	37,796.41
神州视翰营业收入占荣科科技社保医疗行业、健康数据服务收入的比例	60.10%	52.74%	54.62%
荣科科技营业收入	81,730.97	78,789.65	72,376.65
荣科科技社保医疗行业、健康数据服务收入占营业收入的比例	50.77%	55.40%	52.22%

2、与思创医惠智慧医疗业务的对比分析

报告期内，发行人主营业务与思创医惠的智慧医疗业务对比如下：

项目	主要业务及产品
----	---------

思创医惠智慧医疗业务	思创医惠智慧医疗业务主要涉及智慧医院解决方案、智慧医共体解决方案、医疗健康服务运营、大数据下的人工智能服务等板块。 其中，智慧医院板块的主要产品及服务包括 E-Smart 3.0 智慧医疗云生态服务平台（基于医院），电子病历、移动护理等临床业务系统，物联网共性开放平台、 医院智慧后勤平台，医院运营管理相关系统 ，医疗大数据及人工智能服务等。
亚华电子主营业务	亚华电子主营业务为 医院智能通讯交互系统的研发、生产和销售 ，主要产品包括三代系的 病房智能通讯交互系统以及门诊服务交互系统 。

如上表所示，报告期内思创医惠的智慧医院板块业务与发行人的主营业务具有可比性，主要差异系：思创医惠的智慧医院板块业务以软件开发为主，而发行人的主营业务以软硬件一体化产品的销售为主。

整体上，思创医惠的智慧医疗业务与发行人的主营业务具有可比性，发行人将其销售毛利率与自身主营业务毛利率进行对比分析具有合理性及准确性。

报告期内，思创医惠的智慧医疗业务收入及其占思创医惠营业收入的比例情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
智慧医疗业务收入	46,052.99	86,548.45	73,336.15
思创医惠营业收入	96,154.99	145,525.57	157,399.36
智慧医疗业务收入占思创医惠营业收入的比例	47.89%	59.47%	46.59%

报告期内，在病房智能通讯交互的细分领域，市场份额主要集中在亚华电子、来邦科技、南格科技等企业之中。报告期内，上述病房智能通讯交互领域的竞争对手中，仅来邦科技为新三板挂牌公司，其他企业均不是上市公司或非上市公众公司，因此，发行人在进行毛利率对比分析时，选择来邦科技的主营业务、荣科科技社保医疗行业的健康数据服务、思创医惠的智慧医疗业务进行对比分析，具有准确性。

（六）说明嵌入式硬件产品收入和嵌入式软件产品收入的划分标准及其合理性、准确性，如合同有具体对应单独标价，是否采用合同单独标价，是否存在夸大嵌入式软件产品收入的情形，以此论述毛利率较高的理由是否准确。

报告期内，发行人主要产品为三代系的病房智能通讯交互系统及门诊服务交互系统，主要系以软件为核心、硬件为载体的软硬件一体化产品。发行人在日常交易和核算过程中，软硬件一体化产品的嵌入式软件、嵌入式硬件部分不单独计

价和对外销售。

为了充分体现软硬件一体化产品中软、硬件部分的价值，综合考虑组成计税价格、相关案例、业务实质等方面因素，发行人将软硬件一体化产品的销售收入划分为嵌入式软件产品销售收入及嵌入式硬件产品销售收入，具体划分标准如下：

1、软硬件一体化产品的收入划分标准

报告期内，对于软硬件一体化产品的销售收入，发行人根据财政部、国家税务总局《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）的规定（以下简称“财税[2011]100 号文”），按照组成计税价格计算公式划分为嵌入式软件产品销售收入以及硬件产品销售收入，具体如下：

“2、当期嵌入式软件产品销售额的计算公式

当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额

计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定：

- ①按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；
- ②按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；
- ③按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。

计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×（1+10%）。”

2、相关可比案例

由于招股说明书披露的同行业可比公司暂未披露软硬件一体化产品的收入划分方式，发行人选取部分近期同行业的其他上市公司以及近期披露软硬件一体化产品收入划分标准的上市公司及 IPO 在审公司，进行收入划分方式的对比分析，具体如下：

公司简称	公司状态	所属行业	主营业务	嵌入式软件产品销售收入计算方式
------	------	------	------	-----------------

中科蓝讯	科创板在审公司,已于2022年1月21日提交注册。	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	中科蓝讯主营业务为无线音频 SoC 芯片的研发、设计与销售,主要产品包括 TWS 蓝牙耳机芯片、非 TWS 蓝牙耳机芯片、蓝牙音箱芯片等,产品可广泛运用于 TWS 蓝牙耳机、颈挂式耳机、头戴式耳机、商务单边蓝牙耳机、蓝牙音箱、车载蓝牙音响、电视音响、智能可穿戴设备、物联网设备等无线互联终端。	根据财政部、国家税务总局《关于软件产品增值税政策的通知》(财税[2011]100 号),增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品,按法定税率征收增值税后,对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。中科蓝讯享受软件产品增值税实际税负超过 3%的部分即征即退的税收优惠政策。 具体计算方法如下: 嵌入式软件产品增值税即征即退税额的计算: (1) 即征即退税额=当期嵌入式软件产品增值税应纳税额-当期嵌入式软件产品销售额×3% (2) 当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额。 计算机硬件、机器设备销售额按如下确定:①按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定;②按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定;③按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×(1+10%)。 2018 年至 2021 年 1~6 月,中科蓝讯按方法③确定当期计算机硬件、机器设备销售额。
凌云光	科创板在审公司,已于2022年3月3日提交注册。	C35 专用设备制造业	凌云光成立以来,一直以光技术创新为基础,长期从事机器视觉及光通信业务,服务多个行业,目前战略聚焦机器视觉业务。	根据财政部、国家税务总局《关于软件企业产品增值税政策的通知》(财税〔2011〕100 号)规定,增值税一般纳税人销售其自行开发生产的计算机软件产品、信息系统和嵌入式软件产品,按 17%(现行税率 13%)税率征收增值税后,对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。 在凌云光嵌入式软件产品中,软件部分产生的销售收入=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额。其中硬件设备的销售收入按硬件生产成本加成 10%计算而得。
英集芯	科创板上市公司,股票代码 688209.SH,于2022年4月19日上市。	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	英集芯是一家专注于高性能、高品质数模混合芯片设计公司,主营业务为电源管理芯片、快充协议芯片的研发和销售。	根据《财政部 国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》财税〔2011〕100 号 ... “...2. 当期嵌入式软件产品销售额的计算公式 当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额; 计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定: ①按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; ②按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; ③按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。 计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×(1+10%)。” ... 因发行人芯片产品不存在单独销售软件产品或芯片硬件情形,故当期嵌入式软件产品销售额参照上述第四条规定按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。 具体计算公式如下: 可享受增值税退税嵌入式软件部分收入=当期嵌入式软件产品与芯片硬件对外销售额合计-当期芯片硬件成本×(1+10%)。若存在毛利率低于 10%的嵌入式软件产品销售,则全部作为芯片硬件销售额,不享受软件产品增值税退税优惠。
开勒股份	创业板上市公司	C34 通用设备制造业	开勒股份主要从事 HVLS 风扇的	根据财政部、国家税务总局财税〔2011〕100 号《关于软件产品增值税政策的通知》,具体规定如下:

	司,股票代码 301070.SZ,于 2021 年 9 月 23 日上市。	制造业	研发、生产、销售、安装与相关技术服务。	“当期嵌入式软件产品销售额的计算公式 当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额 计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×（1+10%）。”
和达科技	科创板上市公司,股票代码 688296.SH,于 2021 年 7 月 27 日上市。	I65 软件和信息技术服务业	和达科技是一家专注于水务领域信息化建设的整体解决方案提供商,致力于综合运用物联网、大数据、边缘计算等新一代信息技术提升水务行业的信息化、智能化水平,为水务行业落实国家节水行动计划、防治水污染、提高服务水平提供支持,保障国家水安全。	嵌入式软件收入的区分是由根据财政部、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 号所规定,嵌入式软件产品的收入根据以下公式计算得出: 当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额。 计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定: ①按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; ②按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; ③按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定,计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×（1+10%）。 ... 因此,以机器设备成本×（1+10%）作为智能感传终端硬件部分的组成计税价格具有合理性,是嵌入式软件在智能感传终端中价值的公允体现。
品茗股份	科创板上市公司,股票代码 688109.SH,于 2021 年 3 月 30 日上市。	I65 软件和信息技术服务业	品茗股份是聚焦于施工阶段的“数字建造”应用化技术及产品提供商。品茗股份立足于建筑行业、面向“数字建造”的对象和过程,提供自施工准备阶段至竣工验收阶段的应用化技术、产品及解决方案,满足各方在成本、安全、质量、进度、信息管控等方面的信息化需求。	嵌入式软件销售收入需按剔除硬件收入之后的净额作为即征即退销售额进行申报。根据财税〔2011〕100 号的规定,软件产品增值税即征即退税额的计算方法如下: ... 嵌入式软件产品增值税即征即退税额=当期嵌入式软件产品增值税应纳税额-当期嵌入式软件产品销售额×3%,其中当期嵌入式软件产品销售额=当期嵌入式软件产品与计算机硬件、机器设备销售额合计-当期计算机硬件、机器设备销售额。 根据财税〔2011〕100 号的规定,计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定: (1) 纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; (2) 按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定; (3) 按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。计算机硬件、机器设备组成计税价格=计算机硬件、机器设备成本×（1+10%）。 品茗股份嵌入式软件产品对应硬件载体基本不单独对外销售,难以确定硬件最近同期同类货物的平均价格;同时,品茗股份嵌入式软件产品需根据客户的需求、项目应用场景等对硬件载体进行数量、型号的选配,同类嵌入式软件产品对应硬件型号多,功能、定位等方面差异较大,销售价格差异大,品茗股份统计其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格存在困难。因此,品茗股份选择第三顺序组成计税价格计算确定计算机硬件、机器设备销售额。 品茗股份之子公司西安丰树电子科技有限公司同品茗股份情况一致,选择第三顺序组成计税价格计算确定出计算机硬件、机器设备销售额比例后,向当地主管税务机关申请以 4:6 的软硬件比例确定计算机硬件、

				机器设备销售额，并获准通过。
--	--	--	--	----------------

如上表所示，发行人划分软硬件一体化产品销售收入的方法与上述上市公司、IPO 在审公司计算嵌入式软件产品销售收入的方法相一致。

3、发行人选择组成计税价格计算嵌入式硬件产品销售收入的原因分析

根据财税[2011]100 号文的规定，计算机硬件、机器设备销售额按照下列顺序确定：①按纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；②按其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格计算确定；③按计算机硬件、机器设备组成计税价格计算确定。

报告期内，发行人在计算嵌入式硬件产品销售收入时，使用组成计税价格计算确定的原因如下：

（1）无法采用最近同期同类货物的平均销售价格

发行人主要产品包括病房智能通讯交互系统以及门诊服务交互系统，系以软件为核心、硬件为载体的软硬件一体化产品，发行人在硬件载体中烧录嵌入式软件后向客户整体销售软硬件一体化产品，嵌入式软件及硬件载体不单独计价和对外销售。因此，发行人无法采用最近同期同类货物的平均销售价格计算确定硬件部分的销售价格，并据此计算嵌入式软件产品的销售额。

（2）无法获取其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格

一方面，其他纳税人同类货物的平均销售单价并非公开数据，发行人无法及时获取其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格；另一方面，同行业其他纳税人所售产品通常亦为软硬件一体化产品，一般不会独立销售软件产品及硬件产品，故发行人无法取得其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格；此外，发行人的医院智能交互系统的型号及配置较为丰富，在具体项目中，将根据终端用户的病区结构、差异化选配需求制定不同的产品方案，同类嵌入式软件产品对应的硬件产品型号众多，销售价格各不相同，故发行人统计其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格存在困难。因此，发行人亦无法获取其他纳税人最近同期同类货物的平均销售价格，并据此计算嵌入式软件产品的销售额。

（3）发行人按照组成计税价格计算嵌入式硬件产品的销售收入符合法律规

定，且具有商业合理性

在上述两种方法无法实现的情况下，发行人根据财税[2011]100 号文的相关规定，按照组成计税价格计算软硬件一体化产品中嵌入式硬件产品的销售额，并据此计算嵌入式软件产品的销售额。

由于医院智能通讯交互系统是以嵌入式软件为核心、以硬件设备为其载体的软硬件一体化产品，其核心功能通过嵌入式软件实现。发行人自主设计、研发了三代系的病房智能通讯交互系统以及门诊服务交互系统，并通过机加工、注塑、SMT、DIP 插件、组装、调试等工序完成自主生产。其中，产品的主要技术门槛和难点在于技术路径的设计以及软件的开发，发行人的病房智能通讯交互系统在其细分领域具备较强的竞争优势和较高的市场占有率，技术路径以及嵌入式软件系发行人能够保持相对竞争优势的核心，也是发行人产品能够保持较高毛利率的重要原因。

因此，以硬件成本 $\times (1+10\%)$ 作为医院智能通讯交互系统硬件部分的组成计税价格具有合理性，不存在夸大嵌入式软件产品销售收入的情形；是嵌入式软件在医院智能通讯交互系统中价值的公允体现，也是发行人产品能够保持较高的销售毛利率的主要原因之一；发行人划分软硬件一体化产品销售收入的方法与上述上市公司、IPO 在审公司计算嵌入式软件产品销售收入的方法相一致。

4、产品定价方式

报告期内，发行人主要产品为软硬件一体化产品，销售定价亦按照软硬件一体化产品定价并销售，亦存在少量信息化医护管理通讯系统控制软件等软件产品在销售合同中单独定价并销售。

对于非嵌入式软件，发行人根据相关软件产品的销售收入申请增值税即征即退；对于嵌入式软件，发行人根据财税[2011]100 号文的规定，按照组成计税价格计算嵌入式软件销售收入，并据此申请增值税即征即退。报告期各期，发行人按照软硬件产品划分的营业收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

	收入	占比	收入	占比	收入	占比
软硬件一体化产品销售收入	25,880.69	90.01%	21,316.41	91.06%	15,422.24	93.71%
其中：嵌入式软件产品销售收入	15,066.93	52.40%	12,664.38	54.10%	9,315.77	56.61%
嵌入式硬件产品销售收入	10,813.76	37.61%	8,652.02	36.96%	6,106.47	37.11%
非嵌入式软件销售收入	1,038.70	3.61%	561.57	2.40%	292.17	1.78%
其他收入	1,721.55	5.99%	1,458.51	6.23%	652.33	3.96%
主营业务收入小计	28,640.94	99.61%	23,336.49	99.69%	16,366.73	99.45%
其他业务收入	111.50	0.39%	73.61	0.31%	89.92	0.55%
营业收入合计	28,752.44	100.0%	23,410.10	100.0%	16,456.65	100.0%

注：其他收入主要包括安装费收入、悬臂支架等配件产品收入、门诊服务交互系统一体机等产品的销售收入、贴片收入等。

综上所述，发行人根据财税[2011]100 号文，按照组成计税价格计算医院智能通讯交互系统中嵌入式软件、嵌入式硬件的销售收入，符合医院智能通讯交互系统的技术特征，具有合理性；部分软件产品单独定价销售及确认收入；不存在夸大嵌入式软件产品收入的情形；嵌入式软件系发行人能够保持相对竞争优势的核心原因之一，也是发行人产品能够保持较高毛利率的重要原因。

二、核查过程

申报会计师执行了以下核查程序：

1、就发行人通过港通医疗实现最终销售的情形，申报会计师对成都市第二人民医院龙潭医院、吉林省第二人民医院、谷城县中医院等多家终端医院进行了实地查看，报告期各期，执行实地查看程序对应的收入占比分别为 62.40%、48.57%、30.36%；

2、就报告期内发行人对单一终端用户的病房交互系统销量达到 50 套的终端情形，申报会计师针对全部终端医院执行了实地查看程序，覆盖比率为 100.00%；

3、针对报告期内发行人毛利率的合理性，申报会计师执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人的收入成本明细表，并执行分析性复核程序；

（2）查阅同行业可比公司的定期报告等公开资料，进行销售毛利率的同行业对比分析；

(3) 查阅下游港通医疗、和佳医疗、联帮医疗等主要医院建设集成商的定期报告等公开资料，进行销售毛利率的对比分析；

(4) 访谈发行人管理层，了解发行人报告期内主要产品能够保持较高毛利率的原因；

4、查阅发行人的收入成本明细表，分析报告期内发行人通过港通医疗实现最终销售的项目情况；分析报告期内发行人对港通医疗销售产品类型、收入金额及占比、成本明细；分析报告期内发行人对港通医疗的销售毛利率与其他客户的差异情况；分析报告期内发行人对单一终端用户的病房智能通讯交互系统销量达到 50 套的情形；分析报告期内发行人软件、硬件收入的构成情况；

5、访谈发行人管理层，了解报告期内发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目与港通医疗《招股说明书》披露的主要客户存在不匹配情形的原因；了解发行人对港通医疗与其他客户的销售毛利率的差异情况及差异原因；了解发行人对单一终端用户的病房智能通讯交互系统销量达到 50 套的原因；了解发行人主要产品对医院建设集成商客户以及终端用户的销售单价差异较大，但毛利率差异率较小的原因；了解发行人划分嵌入式软件收入、嵌入式硬件收入的方式及原因；

6、取得发行人主要医院建设集成商客户出具的调查表；

7、查阅荣科科技的年度报告等公开资料，分析其智慧医疗、健康数据业务板块与发行人主营业务的相关性及差异情况；查阅思创医惠的年度报告等公开资料，分析其智慧医疗业务与发行人主营业务的相关性及差异情况；

8、查阅近期 IPO 的同行业其他上市公司、近期公开披露软硬件一体化产品收入划分标准的上市公司及 IPO 在审公司的《招股说明书》等公开资料，了解相关公司对软硬件一体化产品的收入划分方式，并与发行人进行对比分析；

9、查阅财税[2011]100 号文的相关规定。

三、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，港通医疗的前五大客户与发行人产品对应的终端医院用户存

在不对应情形的主要原因包括：（1）港通医疗的部分项目中不含有病房智能通讯交互系统产品；（2）港通医疗在部分项目中采购了其他厂商的病房智能通讯交互系统产品；（3）港通医疗部分项目中，亚华电子产品的销售收入较小、占港通医疗项目金额的比例较低，发行人在统计时汇总列入了其他项。报告期各期，发行人通过港通医疗实现最终销售的前五大项目，往往不能达到港通医疗前五大客户的披露标准，具有合理性；

2、发行人对港通医疗的销售毛利率低于对其他医院建设集成商的销售毛利率；发行人病房通讯交互系统的销售毛利率相对较高，主要原因包括：软硬件产品结构因素，两线制组网方案的实施成本优势，自主生产的成本和质量管控优势，市场集中度及延续性因素，发行人产品在医院信息化建设投入中的占比不高、但属于病房信息化的关键系统、客户对产品价格敏感性较低等；报告期内发行人主要产品毛利率较高具有合理性；

3、报告期内，发行人对单一终端用户的病房智能通讯交互系统的销量达到50套的原因主要包括：（1）在部分医院迁建项目、新院区建设项目中，考虑到医院未来时间较长，院方在建设规划时设置了较多的科室及病区，对病房智能通讯交互系统的需求量较高；（2）部分医院项目涉及多个院区，发行人的病房智能通讯交互系统在多个院区均有使用，使得终端用户对病房智能通讯交互系统的需求量较高；（3）部分终端医院的规模大、综合实力强，重点优势科室会设置五个以上、甚至十个以上的病区，造成终端医院对病房智能通讯交互系统的需求量较高；发行人对部分终端用户的产品销量较高，未超过其正常病区数量，具有合理性；

4、报告期内，发行人向终端用户以及医院建设集成商客户销售二代病房交互系统的单价差异率较高，毛利率差异率较低的主要原因包括：（1）由于安装实施成本等因素，发行人对终端医院销售病房交互系统的单位成本通常高于对医院建设集成商的单位成本，使得发行人对终端医院的销售单价亦较高，造成发行人对终端用户及医院建设集成商客户的销售单价差异率大于毛利率差异率的情形；（2）医院建设集成商客户在采购发行人产品后，尚需发生集成整合、设备管理等成本；同时，由于医院建设集成商在方案设计、配置选型、参数建议、招投标等订单获取阶段亦会发生相关成本，发行人对医院建设集成商客户销售定价

时通常会预留一定比例的毛利率，上述情形符合商业实质，具有合理性；

5、荣科科技智慧医疗、健康数据业务板块中，数字病房产品、智慧门诊产品、ICU 探视系统等产品与发行人的主营业务及其产品具有较强可比性；差异主要为：亚华电子以病房产品为主，而荣科科技可比业务以门诊产品为主；思创医惠的智慧医疗业务与发行人的主营业务具有一定可比性，差异主要为：亚华电子以软硬件一体化产品为主，而思创医惠可比业务以软件开发为主；发行人将荣科科技、思创医惠上述业务作为发行人交互系统的可比业务并进行毛利率对比分析具有准确性；

6、发行人根据财税[2011]100 号文的相关规定以及组成计税价格划分嵌入式软件产品销售收入以及硬件产品销售收入，具有合理性及准确性；若合同有具体对应的单独标价，发行人已采用合同单独标价；不存在夸大嵌入式软件产品收入的情形，以此论述毛利率较高的理由准确；

7、申报会计师针对报告期内发行人主要产品毛利率合理性的核查依据充分。

四、申报会计师质控部门的意见

1、申报会计师质控部门的核查程序

针对上述事项，申报会计师的质控部门履行了以下质量控制程序：

（1）对项目组获取的相关工作底稿进行了检查、验收，主要包括：发行人产品对应的终端医院与港通医疗主要客户的对比分析；发行人通过港通医疗实现最终销售的主要项目情况；项目组就发行人对港通医疗销售收入的穿透核查情况；发行人对港通医疗的销售收入、成本、毛利率情况；发行人与港通医疗的毛利率对比分析；发行人的毛利率合理性分析；发行人病房交互系统销量分析；项目组就发行人病房交互系统高销量项目的实地查看情况；发行人对医院建设集成商客户及终端用户销售单价、销售毛利率及其差异率分析；发行人主营业务的同行业对比分析；发行人软硬件一体化产品的收入划分标准；发行人软硬件一体化产品收入划分标准的可比公司对比分析等；

（2）审阅了项目组提交本次落实函回复的全套文件，就相关事项与项目组进行了沟通及问询；

(3) 督促项目组对审核期间底稿关注事项进行落实、回复。

2、申报会计师质控部门的意见

经过上述质量控制工作，申报会计师质控部门认为：同意项目组关于“问题4、关于港通医疗等客户合作情况及毛利率。”的回复内容、核查程序及意见，同意将申请文件对外报送。

5、关于供应商。

申报材料显示，报告期内，发行人向深圳市圣合泰科技有限公司采购的金额分别为 1,169.61 万元、976.65 万元、1,306.31 万元，为发行人第一大供应商，采购内容主要为显示模组。根据外部信息，深圳市圣合泰科技有限公司 2018 年至 2020 年社保缴纳人数为 33 人、30 人、0 人，人数变动较大。

请发行人说明深圳市圣合泰科技有限公司的实际经营情况，社保缴纳人数变动较大的原因，发行人与深圳市圣合泰科技有限公司公司正在履行的合同情况，交货是否正常，发行人向深圳市圣合泰科技有限公司采购产品单价的合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形，相关交易的真实性、是否相关合作金额及订单均有物流单据等外部证据及后续生产的耗用情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合物流单据、生产等论述与报告期内主要供应商的合作真实性。

【回复】

一、发行人说明

请发行人说明深圳市圣合泰科技有限公司的实际经营情况，社保缴纳人数变动较大的原因，发行人与深圳市圣合泰科技有限公司公司正在履行的合同情况，交货是否正常，发行人向深圳市圣合泰科技有限公司采购产品单价的合理性，是否存在为发行人承担成本、费用的情形，相关交易的真实性、是否相关合作金额及订单均有物流单据等外部证据及后续生产的耗用情况。

1、深圳市圣合泰科技有限公司（以下简称“深圳圣合泰”）的实际经营情况

截至本落实函回复签署日，深圳圣合泰的成立时间、注册资本、主营业务、股权结构、与发行人的合作历史等情况具体如下：

公司名称	深圳市圣合泰科技有限公司
成立时间	2008 年 8 月 5 日
注册资本	100 万元
经营范围	一般经营项目是：计算机软硬件的技术开发，电子产品的购销（以上不含专营、专控、专卖商品及其它限制项目）。
股权结构	郑昌林持股 60.00%、陈光莉持股 40.00%

合作起始时间	2014 年度
与发行人是否存在关联关系	否

(1) 深圳圣合泰与发行人的合作情况

深圳圣合泰成立于 2008 年，主要从事显示模组等消费电子产品的贸易业务。发行人主要向深圳圣合泰采购显示模组，双方自 2014 年度起合作至今，保持着良好的合作关系。报告期内，发行人对深圳圣合泰的采购额分别为 1,169.61 万元、976.65 万元及 1,306.31 万元，占采购总额的比例分别为 16.73%、9.78%及 10.04%。报告期内，深圳圣合泰经营状况良好，与发行人的合作情况良好。

2022 年 1~3 月，发行人对深圳圣合泰的采购额为 298.31 万元，审计截止日后，发行人与深圳圣合泰持续保持着稳定的合作关系。

(2) 深圳圣合泰与其他公众公司的合作情况

自 2014 年度以来，深圳圣合泰与多家 A 股上市公司或新三板挂牌公司保持着良好的合作关系，具体如下：

公司名称	公司类型	主营业务	合作情况
步科股份	科创板上市公司，股票代码 688160.SH	步科股份主要从事工业自动化设备控制核心部件与数字化工厂软硬件的研发、生产、销售以及相关技术服务，并为客户提供设备自动化控制、数字化工厂解决方案。	2014 年度及 2015 年度，步科股份对深圳圣合泰的采购额分别为 313.32 万元及 241.57 万元，占当期采购总额的比例分别为 2.48%、2.26%。 2014 年度及 2015 年度，深圳圣合泰分别为步科股份第七大及第十大供应商。
来邦科技	新三板挂牌公司，股票代码 836888.OC	来邦科技主要从事以音视频技术为核心的信息交互系统产品的研发、生产、销售和服务。	2019 年度及 2020 年度，来邦科技对深圳圣合泰的采购额分别为 322.33 万元、540.97 万元，占当期采购总额的比例分别为 5.38%、5.49%。 截至 2020 年末，来邦科技对深圳圣合泰的预付材料款余额为 42.44 万元。 2019 年度及 2020 年度，深圳圣合泰均为来邦科技的第三大供应商。
新诺航科	新三板挂牌公司，股票代码 836189.OC	新诺航科主要从事船舶通信导航产品的研发、生产、销售和信息服务。	2018 年度，新诺航科对深圳圣合泰的采购额为 69.26 万元，占当期采购总额的比例为 2.20%，深圳圣合泰系新诺航科 2018 年度的第五大供应商。
吉隆通信	前新三板挂牌公司，股票代码 835581.OC，已于 2020 年 1 月终止挂牌	吉隆通信主营业务为光纤热熔接续设备研发、生产及销售，主要产品为光纤熔接机及光纤切割刀，广泛应用于光纤通信网络建设、维护及光纤通信元器件生产等领域。	截至 2018 年 6 月末，吉隆通信对深圳圣合泰的预付材料款余额为 14.57 万元。
一特医疗	新三板挂牌公司，股票代码 839074.OC	一特医疗定位于以医用供氧设备、医用中心供氧及吸引系统、净化系统、呼叫护理系统为核心的医疗专业工程整体服务商。	2016 年度，一特医疗对深圳圣合泰的采购额为 110.17 万元，占当期采购总额的比例为 4.00%，深圳圣合泰系一特医疗 2016 年度的第四大供应商。

冀雅电子	新三板挂牌公司，股票代码839785.OC	冀雅电子是液晶显示模组制造商，集研发、生产、销售、售后服务于一体，为客户提供各种规格的液晶显示模组。	截至2016年7月26日，冀雅电子存在36.65万元与深圳圣合泰的在履行合同。
------	-----------------------	--	---

注：数据来源于上述A股上市公司、新三板挂牌公司披露的公开资料。

如上表所示，自2014年度以来，深圳圣合泰与步科股份、来邦科技等多家A股上市公司、新三板挂牌公司保持着良好的业务往来。

综上所述，根据深圳圣合泰的基本情况、深圳圣合泰与发行人的合作历史以及审计截止日后的合作情况、深圳圣合泰与其他公众公司的合作情况等判断，深圳圣合泰的经营状况良好。

2、深圳圣合泰社保缴纳人数变动较大的原因分析

根据企查查等网站公示的信息，2018~2020年度，深圳圣合泰的社保缴纳人数分别为33人、30人、0人，社保缴纳人数波动较大，主要原因系广东省2020年度的社保减免政策所致，具体分析如下：

根据广东省人力资源和社会保障厅、广东省医疗保障局、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局《关于阶段性减免企业社会保险费的实施意见》（粤人社发〔2020〕58号）及深圳市人力资源和社会保障局、深圳市财政局《关于贯彻落实阶段性减免企业社会保险费政策的实施意见》（深人社规〔2020〕3号）等文件的相关规定，受新冠疫情的影响，2020年度深圳市对符合条件的单位实施阶段性减免社保费用的政策，因此，通过网络公示信息查询，2020年度深圳圣合泰的社保缴纳人数为0人。

根据深圳市社会保障基金管理局出具的《深圳市参保单位社会保险参保证明》，2020年12月深圳圣合泰在深圳市参保的员工人数为27人，与2018年度及2019年度的社保参保人数不存在重大差异。

3、发行人与深圳圣合泰的在履行合同情况

截至2022年3月末，发行人与深圳圣合泰的在履行合同情况具体如下：

单位：万元

合同编号	合同签订时间	合同未税金额	标的入库时间	截至2022年3月末入库金额	截至2022年3月末入库比例	截至2022年3月末付款金额	截至2022年3月末付款进度
CG202202007	2022年2月	18.41	2022年2月	18.41	100.00%	—	—

CG202202008	2022年2月	18.23	2022年2月	18.23	100.00%	—	—
CG202202021	2022年2月	14.69	2022年2月	14.69	100.00%	—	—
CG202202022	2022年2月	14.88	2022年2月	14.88	100.00%	—	—
CG202202050	2022年2月	12.22	2022年2月	12.22	100.00%	—	—
CG202202060	2022年2月	24.16	2022年3月	24.16	100.00%	—	—
CG202203030	2022年3月	42.04	2022年3月	42.04	100.00%	—	—
CG202203031	2022年3月	10.61	2022年3月	10.61	100.00%	—	—
CG202203081	2022年3月	27.60	2022年4月	—	—	—	—
CG202203082	2022年3月	0.84	2022年4月	—	—	—	—
合计		183.69	—	155.24	84.52%	-	—

如上表所示，截至2022年3月末，发行人与深圳圣合泰的在履行合同未税金额为183.69万元，相关合同标的的入库金额为155.24万元，标的入库比例为84.52%，发行人与深圳圣合泰的合作过程中，通常合同签署日与标的发货日较为接近，故2022年3月末在履行合同的标的交付比例较高。

截至2022年3月末，发行人与深圳圣合泰的在履行合同主要是由于深圳圣合泰给予发行人60天的信用期，部分合同信用期尚未届满，发行人暂未结算货款所致。

综上所述，2022年以来，发行人与深圳圣合泰持续保持着良好的合作关系，深圳圣合泰已根据合同约定正常发货，截至2022年3月末的在履行合同主要系账期未至、暂未结算所致。

4、发行人向深圳圣合泰的采购单价的合理性分析，深圳圣合泰不存在为发行人承担成本、费用的情形

（1）采购单价变动分析

报告期内，发行人向圣合泰采购的主要原材料及其单价情况具体如下：

单位：元/件

原材料型号	2021年度	变化率	2020年度	变化率	2019年度
TFT 液晶屏 TM104SDHG30	227.92	12.00%	203.50	-2.03%	207.72

TFT 液晶屏 TM050RDH03	86.31	4.31%	82.74	-1.43%	83.95
TFT 液晶屏 TM070RDH13-40	87.14	17.77%	74.00	-1.23%	74.92
TFT 液晶屏 TM070DDHG03-40	138.83	3.76%	133.80	-7.89%	145.26

注：选取了报告期各期占发行人对深圳圣合泰采购总额 50%以上的主要材料进行采购单价变动趋势及其合理性分析。

如上表所示，2020 年度，发行人向深圳圣合泰采购各显示模组的单价较 2019 年度保持相对稳定；2021 年度，主要显示模组的采购单价有不同幅度的上升，主要原因系：受半导体行业的影响，显示模组的市场供需出现供给短缺的情形，发行人向深圳圣合泰的显示模组采购单价亦随之上升。

（2）采购单价公允性分析

报告期内，发行人向深圳圣合泰采购的主要显示模组与市场公开渠道报价、同期同类产品向其他供应商的采购单价对比如下：

单位：元/件

年度	型号	深圳圣合泰采购单价	公开渠道查询单价	同期同类产品向其他供应商的采购单价	
				其他供应商名称	其他供应商采购单价
2021 年度	TFT 液晶屏 TM070RDH13-40	87.14	93.00	青岛海亿芯通电子科技有限公司	87.61
				北京上积电科技有限公司	84.26
	TFT 液晶屏 TM050RDH03	86.31	105.00	—	—
	TFT 液晶屏 TM104SDHG30	227.92	239.00	音基（深圳）科技发展有限公司	247.79
				深圳市赣新辉微电子有限公司	199.12
2020 年度	TFT 液晶屏 TM070DDHG03-40	138.83	168.00	深圳市德普光电科技有限公司	161.06
	TFT 液晶屏 TM050RDH03	82.74	100.00	—	—
	TFT 液晶屏 TM104SDHG30	203.50	239.00	深圳市赣新辉微电子有限公司	199.12
2019 年度	TFT 液晶屏 TM104SDHG30	207.72	239.00	—	—
	TFT 液晶屏 TM050RDH03	83.95	100.00	—	—

注 1：选取了报告期各期占发行人对深圳圣合泰采购总额 50%以上的主要材料进行当期的采购单价公允性分析；

注 2：公开渠道查询单价来源于 <https://b2b.baidu.com/>。

如上表所示，报告期内，发行人向深圳圣合泰的采购单价略低于市场公开渠道报价，主要原因系：发行人与深圳圣合泰自 2014 年度起合作至今，合作历史

较长，合作情况良好，发行人的经营情况及信用状况较好，并且向深圳圣合泰采购显示模组的数量较多，需求稳定，因此能够获取相对优惠的采购单价。报告期内，发行人向深圳圣合泰采购显示模组的单价，与同期同类产品向其他供应商的采购价格较为接近，不存在重大差异。

综上所述，报告期内，发行人向深圳圣合泰采购的主要原材料的单价波动情况与市场供需关系及其变动情况相符；采购单价与市场公开渠道报价及同期同类产品向其他供应商的采购单价不存在重大差异，价格公允，具有合理性。

（3）深圳圣合泰不存在为发行人承担成本、费用的情形

通过查阅深圳圣合泰的成立时间、注册资本、主营业务、股权结构等工商信息和发行人及股东出具的调查表，并结合实地走访深圳圣合泰的情况，确认发行人与其不存在关联关系或潜在关联关系；通过查询市场公开渠道报价、对比发行人同期同类产品向其他供应商的采购单价，核实发行人向深圳圣合泰采购原材料的单价合理性及公允性；通过核查发行人、控股股东、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他主要关联方、关键岗位人员的银行流水，确认发行人及相关主体与深圳圣合泰及其实际控制人、主要管理层、持股 5%以上股东之间不存在非经营性资金往来。

综上所述，报告期内，深圳圣合泰不存在为发行人承担成本、费用的情形。

5、交易真实性及后续耗用情况分析

报告期内，发行人向深圳圣合泰的原材料采购情况及后续生产耗用情况具体如下：

单位：万元、件

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
订单未税金额	1,357.19	976.65	1,169.61
原材料采购量	113,213.00	73,995.00	104,353.00
原材料采购额	1,306.31	976.65	1,169.61
原材料生产领用量	111,198.00	69,866.00	107,070.00
原材料生产领用金额	1,283.06	922.15	1,200.06

原材料生产耗用率	98.22%	94.42%	102.60%
物流单据核查金额	1,011.00	769.12	867.39
物流单据核查比例	77.39%	78.75%	74.16%

注：2021 年度发行人向深圳圣合泰的显示模组采购额略低于订单金额，主要原因系：编号为 CG2002112124、CG2002112125 的订单签署于 2021 年 12 月 31 日，相关显示模组实际于 2022 年 1 月 4~7 日完成入库。

如上表所示，报告期各期，发行人向深圳圣合泰采购的原材料生产耗用率分别为 102.60%、94.42%、98.22%，生产耗用情况良好。

报告期内，申报会计师核查了深圳圣合泰出具的送货单等外部物流单据，核查比例分别为 74.16%、78.75%及 77.39%。经核查，报告期内，发行人向深圳圣合泰的采购订单均有送货单等外部单据对应，发行人向深圳圣合泰的原材料采购具有真实性。

二、核查过程

申报会计师执行了以下核查程序：

1、通过查询国家企业信用信息公示系统等方式，了解深圳圣合泰的成立时间、经营范围、注册资本、股权结构等，分析其与发行人交易的合理性；

2、通过公开渠道查询其他 A 股上市公司、新三板挂牌公司与深圳圣合泰的交易及合作情况；

3、访谈发行人相关业务人员，了解发行人与深圳圣合泰的合作历史、了解报告期内深圳圣合泰社保缴纳人数变动的原因；

4、获取报告期内深圳市社会保障基金管理局就深圳圣合泰社保缴纳情况出具的《深圳市参保单位社会保险参保证明》；

5、实地走访深圳圣合泰，查看其经营环境、经营状态，确认发行人与深圳圣合泰的合作历史、报告期内的采购内容及采购金额等信息；

6、独立对深圳圣合泰执行函证程序，并直接取得深圳圣合泰的回函，通过函证确认了报告期内发行人与深圳圣合泰的交易金额以及报告期各期末的往来余额；

7、查阅截至 2022 年 3 月末发行人与深圳圣合泰交易的在履行订单情况，以

及相关在履行订单的交货情况；

8、对报告期内发行人向深圳圣合泰的原材料采购执行细节测试，核对相关交易的采购订单、送货单、入库记录、采购发票、发行人的签收及确认记录、采购货款结算的银行流水等支持性文件；

9、取得发行人报告期内的采购明细表，就报告期内发行人对深圳圣合泰的采购情况执行分析性复核程序；通过同期同类产品向其他供应商的采购单价对比分析、查询市场公开渠道报价等方式分析采购单价的公允性、合理性；

10、查阅报告期内发行人、控股股东、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他主要关联方、关键岗位人员的资金流水，核查其是否与深圳圣合泰及其实际控制人、主要管理层、持股 5%以上股东存在非经营性资金往来等异常情况；

11、查阅发行人报告期内主要原材料的采购、耗用与产品产量匹配表，查阅发行人的生产领料单等原始单据，核查原材料的生产耗用情况；

12、对发行人报告期各期末的存货执行监盘程序。

三、核查结论

经核查，申报会计师认为：

截至本落实函回复签署日，深圳圣合泰的实际经营情况良好；2020 年度深圳圣合泰社保缴纳人数变动较大的原因系当地社保减免政策所致；截至 2022 年 3 月 31 日，发行人与深圳圣合泰的在履行合同未税额为 183.69 万元，发货进度为 84.52%，审计截止日后，深圳圣合泰的交货情况正常；发行人向深圳圣合泰采购原材料的单价公允、合理；深圳圣合泰不存在为发行人承担成本、费用的情形；发行人与深圳圣合泰的相关交易均有送货单等外部物流单据支持；报告期内发行人向深圳圣合泰采购的显示模组的生产领用情况良好；发行人与深圳圣合泰的交易具有真实性。

四、申报会计师质控部门的意见

1、申报会计师质控部门的核查程序

针对上述事项，申报会计师的质控部门履行了以下质量控制程序：

（1）对项目组获取的相关工作底稿进行了检查、验收，主要包括：发行人与深圳圣合泰的合作历史、报告期内的采购情况；深圳圣合泰与其他公众公司的合作情况；深圳市社会保障基金管理局出具的《深圳市参保单位社会保险参保证明》；发行人与深圳圣合泰的在履行订单情况；采购单价合理性、公允性分析；发行人与深圳圣合泰采购交易的物流单据核查记录等；

（2）审阅了项目组提交本次落实函回复的全套文件，就相关事项与项目组进行了沟通及问询；

（3）督促项目组对审核期间底稿关注事项进行落实、回复。

2、申报会计师质控部门的意见

经过上述质量控制工作，申报会计师质控部门认为：同意项目组关于“问题5、关于供应商。”的回复内容、核查程序及意见，同意将申请文件对外报送。

6、关于资金流水。

申报材料显示，耿玉泉报告期内存在与中亚华信的大额资金拆借往来。耿玉泉持有中亚华信 79.17% 的股份，中亚华信持有发行人 61.73% 的股份。报告期内发行人现金分红 1,440 万元、1,491.80 万元、1,563 万元。

请保荐人、申报会计师、发行人律师：（1）补充说明中亚华信报告期内的资金流水核查情况，列示大额支出、取现的情况及流向，说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实，关联方与客户供应商等发行人合作主体及其主要股东、经营层的资金往来情况、相关主体（含发行人）之间非经营性资金往来情况。

（2）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持、实际控制人是否存在大额未偿债务等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

请保荐人、申报会计师、发行人律师质控及内核相关部门对上述问题执行必要的质量控制程序，并出具相关明确直接的结论。

【回复】

一、申报会计师说明

（一）补充说明中亚华信报告期内的资金流水核查情况，列示大额支出、取现的情况及流向，说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实，关联方与客户供应商等发行人合作主体及其主要股东、经营层的资金往来情况、相关主体（含发行人）之间非经营性资金往来情况。

1、核查程序

申报会计师取得了中亚华信报告期内的银行流水，结合发行人及中亚华信的业务情况，按照单笔流水 1 万元以上的标准进行核查，核查范围占中亚华信报告期内流水发生额的 90% 以上；查阅了中亚华信的开户清单、《企业信用报告》等

资料，验证中亚华信银行账户的完整性。

2、核查范围

申报会计师获取了中亚华信自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日的银行账户流水，具体核查账户情况如下：

账户所属主体	与发行人的关系	开户银行数量	账户数量
深圳中亚华信科技有限公司	发行人控股股东	3	3

3、中亚华信的大额银行流水

报告期内，中亚华信单笔金额超过 20 万元的大额银行存款流入及支出情况汇总如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	转账收入	转账支出	转账收入	转账支出	转账收入	转账支出
购买及赎回理财投资	2,727.82	2,610.00	380.00	600.00	1,680.00	1,610.00
投资分红收入	964.80	—	964.80	—	964.80	—
支付购房款及其税费	—	—	—	792.13	—	886.00
与耿玉泉、耿斌的短期资金拆借	—	—	420.00	420.00	—	-
分红及薪酬支出	—	154.91	—	—	—	—
收亚华电子房租收入	24.00	—	20.00	—	—	—
缴纳税费	—	52.69	—	—	—	—
中亚华信自有账户间资金划转及其他	170.00	170.00	—	—	—	—
合计	3,886.62	2,987.60	1,784.80	1,812.13	2,644.80	2,496.00

（1）购买及赎回理财投资

报告期内，中亚华信使用其闲置的货币资金进行理财投资，故报告期内购买及赎回理财投资的发生额较大，2019~2021 年度，中亚华信购买理财投资的支出分别为 1,610.00 万元、600.00 万元及 2,610.00 万元，赎回理财投资的收入分别为 1,680.00 万元、380.00 万元及 2,727.82 万元。

（2）投资分红收入

报告期各期，中亚华信分别收到来自于子公司亚华电子的分红款 964.80 万元、964.80 万元及 964.80 万元。

(3) 支付购房款及其税费

2019 年度及 2020 年度，中亚华信分别购买了一处位于北京市东城区、深圳市龙岗区的房屋建筑物，存在大额资金流出，具体明细如下：

单位：万元

序号	交易时间	交易类型	交易金额	交易对方名称	交易对手方及交易背景	核查过程
1	2019 年 10 月 15 日	转账支出	20.00	刘*伟	购买位于北京市东城区的二手房用作投资用途，交易对手方刘*伟系房产的原产权人，后因亚华电子日常经营需要，将该房产出租予亚华电子。	(1)查阅交易标的房产的产权证书、购房合同、购房发票等支持性文件； (2)通过网络查询可比房产的二手房价格，确认房产交易价格的公允性； (3)将刘*伟与发行人及其关联方、主要客户、供应商的主要股东、董监高进行比对。经核查，交易对手方刘*伟系相关房产的原产权人；交易对手方的账户归属于其本人；刘*伟与发行人及其关联方、主要客户、供应商及其主要股东、董监高不存在关联关系；不存在利益输送、成本分摊等情形。
2	2019 年 10 月 21 日	转账支出	480.00			
3	2019 年 11 月 6 日	转账支出	280.00			
4	2019 年 11 月 6 日	转账支出	86.00	张国华	交易对手方张国华系亚华电子负责北京及周边地区的区域销售总监，考虑手续办理便捷性，中亚华信委托张国华为其购买北京市东城区的房产缴纳购房税费。	查阅对应的完税凭证及张国华个人流水。 经核查，交易对手方张国华系亚华电子区域销售总监；交易对手方的账户归属于个人；张国华已于 2019 年 11 月 6 日办理完毕购房税费缴纳手续。
5	2019 年 12 月 28 日	转账支出	20.00	深圳天安云谷投资发展有限公司	购买位于深圳市龙岗区的房产用作投资用途。	(1)查阅交易标的房产的产权证书、购房合同、购房发票等支持性文件； (2)查阅交易对手方的经营范围、注册资本等基本信息； (3)通过网络查询可比房产的二手房价格，确认房产交易价格的公允性； (4)将交易对手方及其主要股东与发行人及其关联方、主要客户、供应商的主要股东、董监高进行比对。
4	2020 年 1 月 22 日	转账支出	386.13			
5	2020 年 3 月 10 日	转账支出	200.00			
6	2020 年 5 月 2 日	转账支出	206.00			

(4) 与耿玉泉、耿斌的短期资金拆借

2020 年度，中亚华信存在与亚华电子实际控制人耿玉泉、耿斌之间的短期资金拆借，具体情况如下：

单位：万元

序号	交易时间	交易类型	交易金额	交易对方名称	交易背景	核查过程
1	2020 年 1 月 21 日	转账收入	20.00	耿斌	2020 年度,中亚华信拟购买位于深圳市龙岗区的一处房产,由于其自身资金已用于投资理财产品,故向亚华电子的实际控制人耿玉泉、耿斌进行短期资金拆借,相关短期资金拆借已于中亚华信赎回理财产品、取得投资分红后归还。	(1) 查阅了耿斌、耿玉泉的银行流水;
2	2020 年 6 月 23 日	转账支出	20.00			(2) 查阅了中亚华信购买相关房产的产权证明、购房合同、购房发票等支持性文件;
3	2020 年 3 月 9 日	转账收入	100.00	耿玉泉		(3) 通过网络查询可比房产的交易价格,确认房产交易价格的公允性。
4	2020 年 3 月 10 日	转账收入	100.00			经核查,2020 年度中亚华信与耿玉泉、耿斌的短期资金拆借具有合理背景;截至 2020 年 7 月 20 日,相关短期资金拆借均已归还完毕。
5	2020 年 4 月 27 日	转账收入	100.00			
6	2020 年 4 月 28 日	转账收入	100.00			
7	2020 年 6 月 15 日	转账支出	100.00			
8	2020 年 7 月 20 日	转账支出	300.00			

(5) 其他大额银行流水

2021 年度，中亚华信存在分红及薪酬支出 154.91 万元；2020 年度及 2021 年度，由于中亚华信将其房屋建筑物出租予亚华电子，分别收到亚华电子支付的房租 20.00 万元及 24.00 万元；2021 年度，中亚华信支付各项税费并代扣代缴个人所得税共计付款 52.69 万元；2021 年度，中亚华信因在自有账户之间进行资金划转等原因，同时收入和支出银行存款 170.00 万元。

报告期内，中亚华信不存在大额取现的情况；除与耿玉泉、耿斌之间的短期资金拆借以外，不存在其他与自然人对手方之间发生大额非经营性资金往来的情形。

4、其他核查程序

除上述资金流水核查程序以外，针对中亚华信报告期内的银行流水，申报会计师还执行了以下核查程序：

(1) 查阅亚华电子报告期内的银行流水，核查报告期内中亚华信与亚华电子之间是否存在非经营性资金往来的情形；

(2) 查阅亚华电子实际控制人及其配偶、实际控制人及其配偶控制的其他

企业、其他持股 5%以上的自然人股东、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等主体报告期内的资金流水，核查报告期内中亚华信与上述主体之间是否存在非经营性资金往来；

（3）查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表；

（4）对发行人报告期内的主要客户、供应商进行访谈，确认中亚华信与上述主体及其主要股东、经营管理层之间不存在非经营性资金往来。

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，中亚华信的大额资金流水主要包括：购买及赎回理财投资、投资分红收入、支付购房款及其税费、与亚华电子实际控制人之间的短期资金拆借、分红及薪酬支出、收取亚华电子的房租收入、缴纳各项税费、自有账户间资金划转等；

（2）2020 年度，因中亚华信购置房产存在短期资金需求，与耿玉泉、耿斌之间存在 420.00 万元的短期资金拆借，截至 2020 年 7 月 20 日，上述短期资金拆借均已归还完毕；

（3）报告期内，中亚华信的大额资金流水中，除与耿玉泉、耿斌之间的短期资金拆借以外，不存在其他与自然人对手方之间发生大额非经营性资金往来的情形；

（4）中亚华信与发行人主要客户、供应商及其主要股东、经营层之间不存在非经营性资金往来；

（5）除与亚华电子实际控制人耿玉泉、耿斌之间的短期资金拆借以外，报告期内中亚华信与发行人、发行人的实际控制人及其配偶、发行人的其他关联方、发行人的关键岗位人员之间均不存在非经营性资金往来。

（二）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持、实际控制人是否存在大额未偿债务等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否

健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

1、发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用

针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用，申报会计师执行了以下程序：

（1）查阅报告期内发行人、控股股东、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他主要关联方、关键岗位人员的资金流水，核查其是否存在异常；

（2）对于发行人、发行人子公司以及实际控制人或配偶控制的企业等法人主体，获得其银行开户清单、《企业信用报告》等资料验证银行账户的完整性，对于法人主体，结合发行人业务情况，按照 1 万元及以上标准进行核查，核查范围占发行人报告期内流水发生额的 90%以上；

（3）对于前述自然人主体，对报告期内相关人员银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉对比；核查是否存在大额异常取现、大额异常支付等情形；确认相关个人账户的实际归属、资金来源、大额资金往来的性质及合理性、了解该等情况是否表明替发行人承担费用；借助云闪付等第三方手段确认相关人员银行账户的完整性；获取相关人员出具的已提供真实、完整资金流水的承诺；陪同相关人员前往所处地区的主要银行进行查验，检查是否存在遗漏等情况；

（4）对发行人资金管理相关内部控制进行穿行测试，核查发行人资金管理相关的内部控制是否存在重要缺陷；

（5）取得发行人及其子公司报告期内的银行流水，将银行流水中的交易对手方与发行人的控股股东、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他主要关联方、关键岗位人员主要客户、供应商、等进行了交叉核对，核查其合理性；若为销售收款，检查交易对方是否为发行人真实客户；若为采购付款，检查交易对方是否为发行人真实供应商；若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人，核查相关交易性质是否具备合理性；

（6）对报告期内发行人的主要客户执行了访谈及函证程序；报告期各期访谈客户的销售收入占比分别为 60.76%、58.95%和 51.84%；通过实施函证程序，回函确认的金额占主营业务收入金额的比例分别为 82.17%、78.52%和 71.50%；

（7）对报告期内发行人的主要供应商执行了访谈及函证程序；报告期各期访谈供应商的采购金额占比分别为 74.47%、77.75%和 76.49%；通过实施函证程序，回函确认的采购金额占采购总额的比例分别为 77.09%、81.86%和 70.32%；

（8）获取发行人的采购合同、物流单据、采购发票、付款单据等资料，对发行人采购与付款循环执行穿行测试和内控测试程序，测试发行人采购与付款循环内部控制运行的有效性；获取发行人的销售合同、订货单、发货单据、运输单据、销售发票、回款单据等支持性单据，对发行人的销售与收款循环执行穿行测试和内控测试程序，测试发行人销售与收款循环内部控制运行的有效性。

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人不存在资金闭环回流、不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形。

2、是否存在股份代持等情形的核查

针对发行人是否存在股份代持，申报会计师执行了以下程序：

（1）获取发行人的工商档案、历次股权变动相关的董事会决议、股东（大）会决议、增资协议、股权转让协议、出资相关的银行流水、验资报告等文件；

（2）核查报告期内发行人控股股东、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，核查是否存在大额或异常往来；关注相关人员与分红相关的流水及资金去向，核查是否存在股份代持情形；

（3）访谈发行人主要股东、主要关联方；获取发行人股东签署的《股东情况调查表》及相关承诺，核查是否存在股权代持的情形；

（4）对发行人报告期内的主要客户和供应商执行走访程序，核查主要客户和供应商及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属是否通过任何形式直接或者间接持有发行人股份。

经核查，申报会计师认为：发行人不存在股份代持的情形。

3、实际控制人是否存在大额未偿债务

针对实际控制人是否存在大额未偿债务，申报会计师执行了以下程序：

（1）获取发行人控股股东的《企业信用报告》；获取发行人实际控制人及其配偶的个人征信报告，核查其是否存在大额银行贷款；

（2）查阅发行人的实际控制人及其配偶的银行流水，核查是否存在大额银行借款、异常资金往来等情形。

经核查，申报会计师认为：实际控制人不存在大额未偿债务。

4、发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险

根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求，发行人制定了《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作制度》《监事会议事规则》《内部审计管理制度》《员工薪酬管理制度》《考勤管理制度》《目标与绩效考核管理制度》《员工档案管理办法》《员工福利政策》《采购管理程序》《请购流程管理办法》《供应商管理办法》《采购与付款控制流程》《销售管理制度》《合同管理制度》《销售合同管理实施细则》《客户管理制度》《销售发货管理制度》《应收账款管理制度》《成本与费用控制流程》《存货管理制度》《仓库盘点制度》《固定资产内部控制制度》《模具管理办法》《固定资产控制流程》《账务管理制度》《筹资管理控制流程》《资金内部控制制度》《信息系统管理制度》等制度用于规范公司治理。

申报会计师在了解、测试和评价内部控制系统设计的合理性和执行的有效性的基础上，出具了《内部控制的鉴证报告》，认为发行人于 2021 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。同时，申报会计师根据《中国注册会计师准则》和《企业会计准则》的相关规定，对发行人报告期的财务数据进行审计，认为发行人报告期内财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量。

经核查，申报会计师认为：发行人制定了较为严格的内部控制制度，建立了完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，不存在重要或重大缺陷，发行人财务报表不存在重大错报风险。

二、申报会计师质控部门的意见

1、申报会计师质控部门的核查程序

针对上述事项，申报会计师的质控部门履行了以下质量控制程序：

（1）对项目组获取的相关工作底稿执行了检查、验收，主要包括项目组获取的发行人、实际控制人及其配偶、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、其他主要关联方、关键岗位人员的银行流水；对于相关主体的访谈记录；相关主体就具体资金往来出具的书面确认等；

（2）审阅了项目组提交的本次落实函回复文件，就相关事项与项目组进行了沟通及问询，并对项目组就本题关于资金流水相关信息披露内容执行的程序进行专项沟通及问询；

（3）督促项目组对审核期间底稿关注事项进行落实、回复。

2、申报会计师质控部门的意见

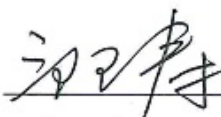
经过上述质量控制工作，申报会计师质控部门认为：同意项目组关于“问题6、关于资金流水。”的回复内容、核查程序及意见，同意将申请文件对外报送。

(以下无正文，为山东亚华电子股份有限公司容诚专字[2022]230Z1696 号报告之签字盖章页。)



中国·北京

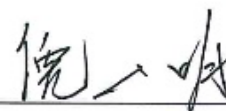
中国注册会计师：



汪玉寿



中国注册会计师：



倪士明



中国注册会计师：



童波



2022年 5 月 11 日



营业执照

(副本) (5-1)

统一社会信用代码

911101020854927874



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息

名称 容诚会计师事务所 (特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

出资人 肖厚发

经营范围

审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。

成立日期 2013年12月10日

合伙期限 2013年12月10日至 长期

主要经营场所 北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26



登记机关

2021年11月22日



会计师事务所

执业证书

名称：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

名称：

首席合伙人：肖厚发

主任会计师：

经营场所：北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010032

批准执业文号：京财会许可[2013]0067号

批准执业日期：2013年10月25日

说明

证书序号：0011869

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：北京市财政局

二〇一九年六月十八日

中华人民共和国财政部制

姓名	汪玉寿	性别	男	出生日期	1982-02-13	工作单位	华普天健会计师事务所(北京)有限公司安徽分所	身份证号码	340221198202132376
Full name		Sex		Date of birth		Working unit		Identity card No.	



证书编号: 110100320053
No. of Certificate

批准注册协会: 安徽省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 二〇一〇年 二月 二十七日
Date of Issuance /y /m /d



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格。继续有效
This certificate is valid for another
this renewal.




汪玉寿(110100320053)
您已通过2019年年检
江苏省注册会计师协会

汪玉寿(110100320053)
您已通过2020年年检
江苏省注册会计师协会

注册会计师工作单位变更事项登记

Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

华普天健安徽分所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

2016年 8月 1日
/y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

华普天健 事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2016年 09月 22日
/y /m /d

转所专用章



姓名: 倪士明
性别: 男
出生日期: 1988-03-08
工作单位: 安徽注册会计师协会(特保通合分所)安徽分所
身份证号码: 340406198803082017



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: 110100324911
No. of Certificate
批准注册协会: 安徽省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2017-10-18
Date of Issuance



		姓名 Full name		_____
		性别 Sex		_____
		出生日期 Date of birth		1992-08-07
		工作单位 Working unit		安徽会计师事务所(特殊普通合伙)
		身份证号 Identity card No.		34112519920807211X



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号: No. of Certificate	110101506136		
批准注册协会: Authorized Institute of CPAs	安徽省注册会计师协会		
发证日期: Date of Issuance	2016-06-28	年 月 日	



2024 年 12 月 30 日