

关于美智光电科技股份有限公司 首次公开发行股票申请文件审查反馈意见中 有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2022]518Z0508 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

**关于美智光电科技股份有限公司
首次公开发行股票申请文件审查反馈意见中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2022]518Z0508 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2021 年 12 月 24 日下发的《关于美智光电科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（审核函〔2021〕011403 号）（以下简称“问询函”），发行人申报会计师容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，具体情况如下文，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称或名词释义与美智光电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中的释义相同。

本回复报告的字体代表以下含义：

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	问询函所列问题的回复（不需要在招股说明书补充披露的部分）、核查程序和核查意见
楷体（不加粗）	引用招股说明书内容
楷体（加粗）	对问询函所列问题的回复及涉及补充、修改招股说明书等申请文件

特别说明：在本审核问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题 1 关于关联方与关联交易

申请文件及问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人通过智能家居、佛山亨荣、广东顺域和广东睿住等经销商销往终端客户碧桂园、美的置业金额分别为 11,094.97 万元、21,273.39 万元、29,096.67 万元和 12,826.53 万元，占主营业务收入的 22.11%、30.66%、37.16%、31.31%，此外，亦存在对其他终端地产客户的销售。

(2) 发行人在招股说明书中对房地产前装业务披露较少，风险提示缺乏针对性。

公开信息显示：

(1) 佛山亨荣控股股东曾为智能家居法人股东；智能家居、广东睿住为发行人关联方。

(2) 发行人曾有子公司鹰潭贵雅照明灯具有限公司（以下简称鹰潭贵雅），鹰潭贵雅现已注销，鹰潭贵雅法定代表人徐斌系发行人前五大供应商江西科恒照明电器有限公司的控股股东。

请发行人：

(1) 说明佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的基本情况、与其合作模式及合作历史等，2020 年当年取消通过智能家居渠道向主要经销商及终端地产客户销售，当年即对前述客户取得较大收入的原因；佛山亨荣对碧桂园的销售是否实际为智能家居商业机会的让渡，基于实质重于形式原则，佛山亨荣是否为发行人关联方。

(2) 结合广东顺域、广东睿住向发行人采购产品差异、经营地区差异，说明发行人分别通过广东顺域、广东睿住销售给美的置业的商业合理性，各期发行人关联销售和通过广东顺域向美的置业的销售金额合计金额，占营业收入比例。

(3) 说明鹰潭贵雅及徐斌与发行人的关系，基于实质重于形式原则，江西科恒照明电器有限公司是否为发行人的关联方及依据。

(4) 披露发行人房地产前装业务的商业模式、销售情况，量化揭示有关风险。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（1）、（2）发表明确意见，请发行人律师对问题（1）、（3）发表明确意见。

请保荐人、发行人律师、申报会计师说明：

（1）与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的原材料供应商、外协供应商是否已完整披露，是否存在主要原材料或外协供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（2）与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的主要客户是否已完整披露，是否存在主要线下销售客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

【回复】

一、说明佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的基本情况、与其合作模式及合作历史等，2020 年当年取消通过智能家居渠道向主要经销商及终端地产客户销售，当年即对前述客户取得较大收入的原因；佛山亨荣对碧桂园的销售是否实际为智能家居商业机会的让渡，基于实质重于形式原则，佛山亨荣是否为发行人关联方

（一）佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的基本情况、与其合作模式及合作历史等，2020 年当年取消通过智能家居渠道向主要经销商及终端地产客户销售，当年即对前述客户取得较大收入的原因

1、佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的基本情况

（1）佛山亨荣

报告期内，佛山市亨荣电器有限公司为发行人工程经销商，发行人通过佛山亨荣向终端客户碧桂园进行销售。截至本回复出具日，佛山亨荣基本情况如下：

名称	佛山市亨荣电器有限公司
企业性质	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册地址	佛山市顺德区北滘镇北滘社区居民委员会东风路五巷3号之二201室
法定代表人	黄日洪
注册资本	101 万元人民币
成立日期	2014 年 5 月
统一社会信用代码	91440606303938602R
经营范围	批发兼零售：家用电器、制冷设备

（2）广东顺域

报告期内，广东顺域机电工程有限公司为发行人工程经销商，发行人通过广东顺域向终端客户美的置业进行销售。截至本回复出具日，广东顺域基本情况如下：

名称	广东顺域机电工程有限公司
企业性质	有限责任公司（自然人投资或控股）
注册地址	佛山市顺德区大良街道办事处逢沙村委会桂畔海水闸边顺德职业技术学院郑裕彤楼五楼
法定代表人	黄军才
注册资本	6,008 万元人民币
成立日期	2005 年 9 月
统一社会信用代码	91440606779967863F
经营范围	一般工业与公共、民用建筑机电设备安装工程；中央空调工程；洁净空调工程；再生能源工程；直饮水工程；中央热水工程；冷库冷藏工程；楼宇自动化工程；泳池水处理工程；空调制冷设备、热能节能设备、直饮水设备、机电设备产品的销售、安装及售后服务；经营和代理各类商品及技术的进出口业务；销售：二类医疗器械

（3）广东睿住

报告期内，广东睿住智能科技有限公司为发行人工程经销商，发行人通过广东睿住向终端客户美的置业进行销售。截至本回复出具日，广东睿住基本情况如下：

名称	广东睿住智能科技有限公司
企业性质	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
注册地址	广东省佛山市顺德区北滘镇君兰社区诚德路1号美的财富广场4栋2001室
法定代表人	朱春晨

注册资本	5,000 万元人民币
成立日期	2015 年 11 月
统一社会信用代码	91440606MA4UK1HYXR
经营范围	一般项目：人工智能应用软件开发；人工智能行业应用系统集成服务；人工智能基础资源与技术平台；物联网技术研发；物联网应用服务；物联网设备销售；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；软件销售；智能家庭消费设备销售；制冷、空调设备销售；照明器具销售；家用电器销售；家用电器安装服务；安全技术防范系统设计施工服务；特种设备销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：建筑智能化系统设计；建筑智能化工程施工；电气安装服务；各类工程建设活动；特种设备安装改造修理

2、发行人与佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的合作模式及合作历史

（1）发行人与佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的合作模式

佛山亨荣、广东顺域、广东睿住均为发行人工程经销商，发行人在取得终端地产客户订单后，对工程经销商进行产品销售，并由工程经销商将产品最终销往终端地产客户。

发行人通过终端地产客户招标、内部评比等流程与终端地产客户达成战略合作关系并入选终端地产客户供应商库后，选取具备相关工程服务资质及能力的优质工程经销商作为合作伙伴，由工程经销商与终端地产客户对接具体地产项目的产品选型、方案沟通等事项。在终端地产客户向发行人发出具体采购需求后，发行人将相关产品销往工程经销商，工程经销商负责与各终端地产项目沟通运输、安装、售后等具体事项，并将发行人产品销往终端地产客户各地产项目。

发行人对工程经销商采取买断制销售模式，在产品交付给工程经销商或工程经销商指定的接收方（如终端工程项目），工程经销商或工程经销商指定的接收方签收后确认收入。发行人与工程经销商的结算模式主要为先款后货。

（2）发行人与佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的合作历史

发行人在 2010 年即已与碧桂园建立合作，基于佛山市明诚电器有限公司（佛山亨荣实际控制人控制的另一法人主体）拥有较好的市场口碑及工程服务能力选择其作为工程经销商。2015 年，工程经销商经营主体由佛山市明诚电器有限公司变为佛山亨荣，2010 年至今发行人均通过佛山亨荣/佛山市明诚电器有限公司向碧桂园销售。

2017 年，发行人成为美的置业供应商，基于广东顺域及广东睿住拥有较好的市场口碑及工程服务能力选择其作为工程经销商；2017 年至今发行人均通过广东顺域及广东睿住向美的置业销售。

3、2020 年当年取消通过智能家居渠道向主要经销商及终端地产客户销售，当年即对前述客户取得较大收入的原因

发行人独立负责碧桂园、美的置业等终端地产客户的招投标及后续订单获取工作，并自主选取合作情况良好且具备相应资质及能力的工程经销商，通过工程经销商向终端地产客户进行销售。

报告期内，发行人存在通过智能家居向工程经销商销售的情形，主要系美的集团为提高与下游地产客户的合作效率，以智能家居作为对接下游地产客户的统一平台。该模式下，公司仍然独立与下游主要经销商及终端地产客户进行对接并完成项目开发、产品议价等工作，智能家居从公司买断式购入产品，按照公司与下游主要经销商及终端地产客户达成的合作意向，作为对外合同签约主体，统筹协调公司产品销往工程经销商及其他客户。

基于上述原因，发行人 2020 年停止通过智能家居向工程经销商销售，当年即对佛山亨荣、广东顺域、广东睿住等客户取得较大收入，主要系碧桂园、美的置业等终端地产客户自始至终由发行人自行开发及维护，佛山亨荣、广东顺域、广东睿住等工程经销商亦为发行人自主选择的工程经销商，智能家居未参与发行人订单获取及具体业务开展过程，是否通过智能家居进行销售对终端地产客户是否采购发行人产品不构成实质性影响。

报告期各期，发行人实际销往碧桂园及美的置业的产品营业收入情况如下：

单位：万元

客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
碧桂园			
对智能家居的营业收入中，实际销往佛山亨荣的金额	-	922.54	15,459.19
佛山亨荣	16,056.36	15,029.91	-
合计	16,056.36	15,952.45	15,459.19
美的置业			
对智能家居的营业收入中，实际销往广东顺域、广东睿住的金额	-	344.49	5,814.20

客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广东顺域	3,130.82	3,206.16	-
广东睿住	10,080.36	9,593.57	-
合计	13,211.18	13,144.22	5,814.20

注 1：2019-2020 年对智能家居的销售返利按照其整体销售情况计算，并未对应至具体下游客户/订单，计算上表数据时按照各下游客户的返利前收入占比进行分摊

注 2：2019 年及 2020 年，发行人原省级经销商佛山克来沃美的暖通设备销售有限公司采购发行人产品后部分销往碧桂园及美的置业，金额较小，未纳入上表统计

对于碧桂园业务，双方于 2010 年首次进行合作，后续合作从未间断，期间交易规模逐步增加。发行人在 2019 年即已实现 15,459.19 万元收入，2019-2021 年随着发行人产品品类不断丰富、双方合作不断深入，发行人在该渠道的收入实现进一步增长，2021 年实现营业收入 16,056.36 万元。

对于美的置业业务，发行人于 2017 年首次产生业务往来，报告期初与美的置业仍处于合作初期，收入规模较小。随着美的置业大力推动精装房策略，发行人品类不断丰富的智能前装产品良好地契合了客户采购需求，美的置业采购发行人产品的规模逐年增加，2021 年发行人在该渠道实现营业收入 13,211.18 万元。

综上，发行人对碧桂园、美的置业等终端地产客户的开拓及对佛山亨荣、广东顺域、广东睿住等工程经销商的选取均独立自主进行，报告期内发行人通过不断丰富产品品类、提高产品质量等方式不断深入与终端地产客户的合作关系，碧桂园及美的置业业务产生的营业收入稳步增长，启用及停用智能家居未对发行人实际业务开展构成影响。发行人 2020 年当年取消通过智能家居渠道向主要经销商及终端地产客户销售，当年即对佛山亨荣、广东顺域、广东睿住取得较大收入具有合理性。

（二）佛山亨荣对碧桂园的销售是否实际为智能家居商业机会的让渡，基于实质重于形式原则，佛山亨荣是否为发行人关联方

1、佛山亨荣对碧桂园的销售不属于智能家居商业机会的让渡

报告期内，佛山亨荣对碧桂园的销售不属于智能家居商业机会的让渡，具体原因如下：

（1）碧桂园业务系发行人独立开拓，智能家居未参与其中具体环节

发行人独立开展与碧桂园的业务合作，智能家居仅按照发行人与碧桂园达成的合作意向，作为对外合同签约主体，统筹协调公司产品对工程经销商的销售。碧桂园业务由发行人独立自主获取，相关商业机会不取决于发行人是否通过智能家居销售。

（2）发行人已与佛山亨荣合作多年，将佛山亨荣作为碧桂园业务的工程经销商合作伙伴系发行人自主选择结果

发行人 2010 年首次向碧桂园供货时，即已通过佛山市明诚电器有限公司（为佛山亨荣同一控制下企业）开展销售活动；2010 年至今发行人与佛山亨荣的合作持续开展、从未中断（2015 年起将交易主体由佛山市明诚电器有限公司变更为佛山亨荣），首次与佛山亨荣合作时智能家居尚未成立（智能家居于 2016 年 5 月成立）。

报告期内，发行人选择佛山亨荣作为碧桂园业务的经销商，主要系基于其工程服务能力、响应速度、历史合作情况等综合因素考虑，与智能家居无关。

（3）发行人通过工程经销商向终端地产客户销售的业务模式已延续多年，符合行业惯例

报告期内，发行人与终端地产客户达成战略合作关系后，地产客户或实际项目业务主体根据项目具体产品需求，结合产品方案、实现效果、供货速度、产品质量、产品价格等因素选定供应商。

发行人通过工程经销商与终端地产客户合作，主要系：1）实际地产项目分布于全国各地，工程经销商负责实际订单执行时的具体事项对接工作。在发行人入选终端地产客户供应商库后，工程经销商负责各具体项目的产品选型、方案对接、收发货安排、售后服务需求满足等全流程的具体事项，工程经销商具备专业及高效的执行能力，提高了对终端地产客户的综合服务质量；2）工程经销商除经销发行人产品外，亦向终端地产客户销售其他精装房配套产品，有效减少终端地产客户所需直接对接的供应商数量，更好地统筹资源配置，提高沟通效率，为终端地产客户在协调沟通、协议签署、付款等环节提供更高效的服务，促进供应商与终端地产客户稳定和持续的合作关系。

发行人 2010 年首次与碧桂园合作即已引入工程经销商，并将该模式延续至今。通过工程经销商向终端地产客户销售的模式符合行业惯例及发行人自身利益，具备商业合理性，通过佛山亨荣向碧桂园销售不属于智能家居商业机会让渡的情形。

综上，发行人与碧桂园的业务机会、将佛山亨荣作为发行人工程经销商均系发行人自主选择结果，使用工程经销商向终端地产客户销售符合行业惯例及发行人自身利益，佛山亨荣对碧桂园的销售不属于智能家居商业机会的让渡。

2、基于实质重于形式原则，佛山亨荣不属于发行人关联方

根据《创业板上市规则》第 7.2.3 条的相关规定，具有下列情形之一的法人或者其他组织，为上市公司的关联法人，经逐项核查，佛山亨荣不属于发行人的关联方，具体分析情况如下：

（1）直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织

佛山亨荣未持有发行人股权，不属于本款所述情形。

（2）由前项所述法人直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织

佛山亨荣的股东为两个自然人何炜明和黄月红，佛山亨荣不属于本款所述情形。

（3）由本规则第 7.2.5 条所列上市公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织

佛山亨荣的控股股东及执行董事为何炜明，经理为黄日洪，该等人员未持有发行人股权，且该等人员亦不属于发行人及其控股股东的董事、监事及高级管理人员及前述人员关系密切的家庭成员，不属于上市规则第 7.2.5 条第（一）至（四）项所述的关联自然人；根据实质重于形式原则，何炜明亦不属于发行人关联自然人（详见本题回复之“五”）。佛山亨荣不属于本款所述情形。

（4）持有上市公司 5%以上股份的法人或者一致行动人

佛山亨荣未持有发行人股权，不属于本款所述情形。

(5) 根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织

根据与何炜明的访谈，佛山亨荣和发行人之间的交易，系正常的商业合作，何炜明具有比较丰富的行业经验，对发行人的产品及服务有充分的理解和认识。为了进一步拓展其自身业务的需要，何炜明通过佛山亨荣与发行人进行业务合作。

在发行人与佛山亨荣发生业务往来之前，发行人与何炜明控制的企业佛山市明诚电器有限公司在 2010 年就已经存在业务往来，发行人与何炜明的业务往来并非基于智能家居的关系而形成。

佛山亨荣与发行人之间的业务系按照市场定价，不存在定价不合理，利益输送的情形。

根据与何炜明的访谈及智能家居书面确认，基于美的集团关于创新业务变革引入外部人士参与创新业务管理的缘故，何炜明于 2016 年 5 月在智能家居设立时担任了智能家居的董事长及法定代表人，但因其个人原因，何炜明于 2016 年 6 月就辞去了董事长及法定代表人职务，并于 2016 年 8 月办理了工商变更登记手续，距今已经超过 5 年。何炜明担任智能家居董事长及法定代表人的时间极短，并没有实质性参与智能家居的经营及管理。

综上所述，根据《创业板上市规则》的相关规定，基于实质重于形式原则，佛山亨荣不属于发行人的关联方。

二、结合广东顺域、广东睿住向发行人采购产品差异、经营地区差异，说明发行人分别通过广东顺域、广东睿住销售给美的置业的商业合理性，各期发行人关联销售和通过广东顺域向美的置业的销售金额合计金额，占营业收入比例

(一) 广东顺域、广东睿住向发行人采购产品差异与经营地区差异的具体情况，及发行人分别通过广东顺域、广东睿住销售给美的置业的商业合理性

报告期内，广东顺域、广东睿住采购的发行人产品存在一定结构差异，但采购发行人产品后不存在经营地域差异。报告期各期，发行人对广东顺域、广东睿住的主营业务销售明细如下：

单位：万元

项目	广东顺域		广东睿住	
	金额	占比	金额	占比
2021 年度				
光源	73.03	2.34%	0.16	0.00%
家用照明	928.32	29.77%	1,759.13	17.48%
商用照明	1,598.13	51.25%	46.01	0.46%
智能面板及其他	0.60	0.02%	7,278.17	72.32%
电工	518.49	16.63%	980.30	9.74%
线控器	-	-	-	-
合计	3,118.56	100.00%	10,063.78	100.00%
2020 年度				
光源	49.09	1.50%	-	-
家用照明	848.42	25.94%	1,306.62	13.24%
商用照明	1,259.35	38.50%	-	-
智能面板及其他	-	-	8,383.02	84.92%
电工	1,109.86	33.93%	181.80	1.84%
线控器	4.03	0.12%	0.19	0.00%
合计	3,270.75	100.00%	9,871.63	100.00%
2019 年度				
光源	34.92	2.26%	-	-
家用照明	498.43	32.33%	339.98	7.96%
商用照明	702.75	45.59%	-	-
智能面板及其他	-	-	3,906.40	91.43%
电工	282.67	18.34%	25.69	0.60%
线控器	22.80	1.48%	0.57	0.01%
合计	1,541.56	100.00%	4,272.64	100.00%

注：2019-2020 年，广东顺域及广东睿住存在通过智能家居采购发行人产品的情形，上表统计数据同时包含直接对广东顺域及广东睿住销售部分及通过智能家居销往广东顺域及广东睿住部分

注 2：2019 年及 2020 年，发行人原省级经销商佛山克来沃美的暖通设备销售有限公司采购发行人产品后部分销往广东顺域及广东睿住，金额较小，未纳入上表统计

由上表可见，报告期内发行人对广东顺域及广东睿住销售的产品结构存在较大差异。发行人通过广东顺域向美的置业销售的产品主要为家用照明、商用照明

等照明类产品，通过广东睿住向美的置业销售的产品主要为智能面板及其他产品。上述差异主要系广东顺域及广东睿住业务服务能力定位差异导致。

广东顺域系佛山当地知名的机电设备工程商，为多个住宅、酒店、商场、学校、办公楼项目提供机电工程设计、产品安装、售后维修等服务。2017年发行人首次入围美的置业供应商名单并向美的置业供应工程灯具及电工产品时，基于广东顺域在工程服务领域良好的口碑及服务能力，选择广东顺域作为工程经销商合作伙伴，通过广东顺域向美的置业进行销售。

2019年，美的置业开始推进智能化精装房交付，其下属子公司广东睿住作为智能化产品的安装服务平台，发行人智能面板及其他产品均通过该主体向美的置业销售。

综上，报告期内发行人对广东顺域及广东睿住销售的产品品类存在一定差异。广东顺域主要负责采购发行人照明类产品并向美的置业销售，发行人与其合作系基于其市场口碑及工程服务能力；广东睿住主要负责采购发行人智能前装类产品并向美的置业销售，发行人与其合作系基于其智能化产品的安装服务能力，同时通过广东顺域、广东睿住向美的置业销售具备商业合理性。

（二）报告期各期发行人关联销售和通过广东顺域向美的置业的销售金额合计金额，占营业收入比例

报告期各期，发行人关联销售与通过广东顺域向美的置业的销售具体情况如下：

单位：万元

客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关联销售	19,890.38	19,066.00	23,707.72
广东顺域	3,130.82	3,206.16	-
合计	23,021.20	22,272.16	23,707.72
营业收入	92,583.85	78,784.52	69,979.32
占比	24.87%	28.27%	33.88%

报告期各期，发行人关联销售及通过广东顺域向美的置业销售的营业收入金额分别为 23,707.72 万元、22,272.16 万元及 23,021.20 万元，占对应期间营业收入的比例分别为 33.88%、28.27%及 24.87%。

五、与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的原材料供应商、外协供应商是否已完整披露，是否存在主要原材料或外协供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形

发行人已根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《创业板上市规则》等法律法规要求，在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方与关联关系”完整披露了与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的原材料供应商、外协供应商。

经核查，除已在招股说明书中披露的关联方外，报告期内，不存在发行人主要原材料或外协供应商或其控股股东、实际控制人是发行人报告期内的前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

六、与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的主要客户是否已完整披露，是否存在主要线下销售客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形

发行人已根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《创业板上市规则》等法律法规要求，在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联方与关联关系”完整披露了与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的主要客户。

经核查，除已在招股说明书中披露的关联方以及部分经销商管理层通过宁波美顺入股发行人（该等人员均已于 2020 年 5 月规范清理完毕，不再持有发行人股权）外，报告期内，不存在发行人主要线下销售客户及其控股股东、实际控制人是发行人报告期内的前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

七、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、通过公开信息渠道查询佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的基本情况 & 股权结构；
- 2、访谈佛山亨荣、广东顺域、广东睿住、碧桂园、美的置业、发行人销售部门负责人，了解发行人与碧桂园、美的置业及佛山亨荣、广东顺域、广东睿住的合作历史及合作模式；
- 3、访谈智能家居，取得发行人报告期内对智能家居的销售明细，及智能家居向其下游客户销售发行人产品的具体明细，了解发行人通过智能家居销售的背景原因及智能家居在发行人产品销售中起到的具体作用；
- 4、访谈发行人总经理、销售部门负责人，了解发行人获取碧桂园业务订单的具体流程；
- 5、获取发行人报告期内销售明细表，统计并分析发行人对广东顺域、广东睿住销售产品的具体结构差异，统计发行人报告期各期实际销往碧桂园、美的置业的产品金额及占营业收入比例；
- 6、访谈发行人总经理，了解发行人各具体商业模式及报告期内变化情况。获取发行人报告期内销售明细数据，分析发行人主要客户构成、报告期内主要收入来源及结构变化。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、佛山亨荣、广东顺域、广东睿住系根据中国法律规定依法设立并存续的公司，发行人基于其良好的口碑与工程服务能力与其建立合作关系。报告期内发行人独立开发碧桂园、美的置业等终端地产客户，曾通过智能家居销售系因美的集团基于提高与下游地产客户合作效率的统一管理要求，智能家居未参与发行人实际业务订单获取过程。报告期内发行人对主要工程经销商及终端地产客户的销

售收入稳定增长，主要系自身业务开拓成果良好的具体显现，不存在智能家居对发行人或工程经销商让渡商业机会的情形，具备商业合理性。

2、报告期内，发行人对广东顺域、广东睿住销售的具体产品结构存在一定差异，广东顺域及广东睿住向其下游销售发行人产品时不存在名下的经营地区差异。发行人通过广东顺域向美的置业销售，主要系基于其在工程服务领域良好的口碑及服务能力；通过广东睿住向美的的销售，主要系基于美的置业自身战略发展方向及管理要求所致。报告期各期，发行人关联销售和通过广东顺域向美的置业销售的金额合计分别为 23,707.72 万元、22,272.16 万元及 23,021.20 万元，占对应期间营业收入的比例分别为 33.88%、28.27%及 24.87%。

3、报告期内，发行人主要通过招投标及评比方式入选房地产客户供应商库并为之签署战略合作协议。与终端地产客户达成战略合作关系后，地产客户或实际项目业务主体根据项目具体产品需求，比较产品库中各供应商产品的匹配性，结合产品方案、实现效果、供货速度、产品质量、产品价格等因素选定供应商并下达具体订单。发行人主要通过工程经销商向终端地产客户销售。报告期各期，发行人销售收入中，实际销往碧桂园及美的置业的具体金额分别为 21,273.39 万元、29,096.67 万元及 29,267.54 万元，占对应期间主营业务收入的比例分别为 30.66%、37.16%及 31.61%。

报告期内，虽然发行人建立战略合作及实际供货的终端地产客户数量较多，但与大部分终端地产客户仍处于早期合作阶段，交易金额整体较小，美的置业与碧桂园仍为发行人主要的终端地产客户，存在地产客户开拓速度不及预期的风险及终端地产客户集中的风险。

4、发行人已根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《创业板上市规则》等法律法规要求，完整披露了与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的原材料供应商、外协供应商；除已在招股说明书中披露的关联方外，报告期内，不存在发行人主要原材料或外协供应商或其控股股东、实际控制人是发行人报告期内的前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

5、发行人已根据《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》和《上市规则》等法律法规要求，完整披露了与发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员存在关联关系的主要客户；除已在招股说明书中披露的关联方以及部分经销商管理层通过宁波美顺入股发行人（该等人员均已于 2020 年 5 月规范清理完毕，不再持有发行人股权）外，报告期内，不存在发行人主要线下销售客户及其控股股东、实际控制人是发行人报告期内的前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

问题 2 关于终端客户

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人通过线下工程经销商向碧桂园销售金额为 10,845.44 万元、15,459.19 万元、15,952.45 万元和 7,241.48 万元，向美的置业销售金额为 249.53 万元、5,814.2 万元、13,144.22 万元、5,585.05 万元。

（2）发行人线下经销收入分别为 32,653.12 万元、48,175.63 万元、56,029.02 万元和 29,217.87 万元，线下经销收入增长主要源于发行人向美的置业和碧桂园的销售增长。

（3）发行人向线下工程经销商及直销客户的销售产品结构与线下综合经销商存在较大差异，线下工程经销商及直销客户的家用照明产品、智能面板产品增长较快，线下综合经销商的家用照明产品 2018 年-2020 年较为平稳、2021 年 1-6 月增长较多，智能面板产品自 2019 年以来未出现大幅增长。

请发行人：

（1）说明报告期各期向碧桂园、美的置业销售产品的种类；结合碧桂园、美的置业相关项目开展情况、精装修需求、发行人产品份额占对应项目的比重等，说明向碧桂园、美的置业销售金额大幅增加的原因及合理性、未来可持续性；结合向碧桂园、美的置业销售产品的毛利率与线下综合经销商同类产品毛利率比较情况分析销售价格公允性。

（2）说明发行人向工程经销商、线下综合经销商销售产品结构及增长变化差异的原因及合理性。

（3）结合工程经销商作用、报告期内毛利率情况等说明通过经销商向碧桂园、美的置业销售产品的合理性、必要性。

（4）结合对碧桂园、美的置业的销售情况，准确披露发行人报告期内线下经销增长驱动因素。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（1）-（3）发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期各期向碧桂园、美的置业销售产品的种类；结合碧桂园、美的置业相关项目开展情况、精装修需求、发行人产品份额占对应项目的比重等，说明向碧桂园、美的置业销售金额大幅增加的原因及合理性、未来可持续性；结合向碧桂园、美的置业销售产品的毛利率与线下综合经销商同类产品毛利率比较情况分析销售价格公允性

（一）说明报告期各期发行人向碧桂园、美的置业销售产品的种类

报告期各期，发行人通过智能家居、佛山亨荣、佛山克来沃美的暖通设备销售有限公司渠道向碧桂园销售，通过智能家居、广东顺域、广东睿住、佛山克来沃美的暖通设备销售有限公司渠道向美的置业销售的主营业务收入明细如下：

单位：万元

项目	碧桂园		美的置业	
	金额	占比	金额	占比
2021 年度				
光源	1,073.92	6.73%	73.19	0.56%
家用照明	11,164.09	69.99%	2,687.46	20.39%
商用照明	3,218.31	20.18%	1,644.14	12.47%
智能面板及其他	293.91	1.84%	7,278.77	55.22%
电工	200.40	1.26%	1,498.78	11.37%
线控器	-	-	-	-
合计	15,950.63	100.00%	13,182.34	100.00%
2020 年度				
光源	1,193.62	7.52%	49.09	0.37%
家用照明	10,848.27	68.37%	2,155.04	16.40%
商用照明	2,577.73	16.25%	1,259.35	9.58%
智能面板及其他	1,126.21	7.10%	8,383.02	63.79%
电工	121.47	0.77%	1,291.66	9.83%
线控器	-	-	4.22	0.03%
合计	15,867.29	100.00%	13,142.38	100.00%
2019 年度				
光源	1,500.06	9.70%	34.92	0.60%
家用照明	10,217.76	66.10%	838.41	14.42%
商用照明	2,524.71	16.33%	702.75	12.09%

项目	碧桂园		美的置业	
	金额	占比	金额	占比
智能面板及其他	608.03	3.93%	3,906.40	67.19%
电工	608.63	3.94%	308.36	5.30%
线控器	-	-	23.37	0.40%
合计	15,459.19	100.00%	5,814.20	100.00%

注 1：2019-2020 年对智能家居的销售返利按照其整体销售情况计算，并未对应至具体下游客户/订单，计算上表数据时按照各下游客户的返利前收入占比进行分摊

注 2：2019 年及 2020 年，发行人原省级经销商佛山克来沃美的暖通设备销售有限公司采购发行人产品后部分销往碧桂园及美的置业，金额较小，未纳入上表统计

上表可见，2020 年度，发行人对碧桂园的主营业务收入同比保持稳定；发行人对美的置业的主营业务收入同比增长 7,328.18 万元，主要系智能面板及其他产品收入增长较大以及浴霸收入进一步增长使得家用照明产品收入增长所致；2021 年度，发行人对碧桂园及美的置业的主营业务收入较 2020 年整体保持稳定。

（二）结合碧桂园、美的置业相关项目开展情况、精装修需求、发行人产品份额占对应项目的比重等，说明向碧桂园、美的置业销售金额大幅增加的原因及合理性、未来可持续性

1、碧桂园及美的置业房地产项目开展情况

根据碧桂园（2007.HK）定期报告披露内容，2019 年、2020 年及 2021 年，碧桂园已签约或摘牌的中国内地土地可建建筑面积分别约为 25,856 万平方米、27,515 万平方米及 25,313 万平方米；归属于碧桂园母公司股东权益的合同销售建筑面积分别为 6,237 万平方米、6,733 万平方米及 6,641 万平方米；拥有处于不同发展阶段的项目共计 2,536 个、2,958 个、3,216 个；实现营业总收入 4,859.08 亿元、4,628.56 亿元及 5,241.81 亿元。

根据美的置业（3990.HK）定期报告披露内容，2019 年、2020 年及 2021 年，美的置业拥有总建筑面积分别为 5,263 万平方米、5,398 万平方米及 4,952 万平方米的土地储备；合约销售总建筑面积分别为 1,002.30 万平方米、1,111.40 万平方米及 1,176.40 万平方米；物业开发项目 278 个、321 个及 354 个；实现主营业务收入 411.39 亿元、524.84 亿元及 737.03 亿元。

综上，报告期内，碧桂园及美的置业土地储备面积、合同销售面积、项目数量均持续增长，经营情况良好。

2、碧桂园及美的置业精装房需求

根据中信证券发布的《2020 精装修增速逐季修复，地方交通投资目标陆续公布》，2020 年市场精装修商品房累计开盘规模约 324 万套，较 2019 年同比持平；截至 2020 年年末精装修渗透率 19.70%，较 2019 年同比上升 0.40%。

根据奥维云网发布的《AVC—中国房地产精装修商品住宅市场年度监测数据分析报告—2020 年》，2020 年美的置业精装商品住宅开盘房间 4.00 万套，较 2019 年同期上升 9.50%，连续三年实现精装房开盘套数持续增长；根据与碧桂园的访谈，未来碧桂园前装产品采购需求将保持稳定。

综上，2019 年以来精装房市场整体规模及精装修渗透率整体保持稳定，美的置业精装商品住宅开盘套数在报告期内保持持续增长；碧桂园精装房产品采购需求将保持稳定。

3、发行人产品占碧桂园及美的置业同类产品采购比重

由于房地产企业采购房屋配套产品时包含总包采购模式（与总包服务商签订协议，由总包服务商在一定范围内自主确定装修所使用的的产品品牌）及非总包采购模式（直接采购指定品牌的具体产品），房地产企业并不直接掌握总包模式下各项目具体使用的产品品牌、数量及采购金额，因此较难统计美的置业及碧桂园采购发行人照明及智能前装产品金额占其同类产品总采购额的具体比例。根据发行人在业务开展中了解的实际情况及对碧桂园与美的置业的访谈，照明及智能前装各细分品类中，美的置业及碧桂园除采购发行人产品外，均有采购其他品牌同类产品，发行人属于美的置业及碧桂园照明及智能前装领域核心供应商（占比较高），但并非独家供应。

综上，报告期内，发行人向碧桂园、美的置业销售金额大幅增加，主要原因包括：1）发行人产品品类不断丰富，能够更好地满足碧桂园、美的置业产品采购需求；2）碧桂园及美的置业土地储备面积、合同销售面积、项目数量均持续增长，经营情况良好，对照明及智能前装产品的采购需求不断增加；3）美的置业精装房开盘套数逐年增加，精装房渗透率不断增长，具备更高的智能前装产品采购需求；4）发行人与碧桂园及美的置业建立了良好的合作关系，通过提供优

质的产品及高质量的综合服务成为碧桂园及美的置业的核心供应商。未来，预计发行人向碧桂园及美的置业的销售金额将继续保持稳定。

（三）结合向碧桂园、美的置业销售产品的毛利率与线下综合经销商同类产品毛利率比较情况分析销售价格公允性

报告期各期，发行人对工程经销商（智能家居、佛山亨荣、广东顺域、广东睿住）及线下综合经销商的同类产品毛利率对比情况如下：

项目	工程经销商	线下综合经销商	差异率
2021 年度			
光源	34.99%	13.00%	21.99%
家用照明	24.12%	22.01%	2.11%
商用照明	31.09%	19.68%	11.41%
智能面板及其他	38.92%	25.72%	13.20%
电工	24.36%	25.42%	-1.06%
线控器	-	9.42%	-9.42%
2020 年度			
光源	34.31%	12.84%	21.47%
家用照明	24.21%	26.90%	-2.69%
商用照明	31.34%	20.42%	10.92%
智能面板及其他	33.36%	23.07%	10.29%
电工	29.48%	26.92%	2.56%
线控器	36.41%	23.15%	13.26%
2019 年度			
光源	34.20%	14.00%	20.20%
家用照明	27.37%	10.73%	16.64%
商用照明	25.09%	13.82%	11.27%
智能面板及其他	25.20%	12.04%	13.16%
电工	25.93%	14.40%	11.53%
线控器	27.33%	27.77%	-0.44%

注：差异率=工程经销商毛利率-线下综合经销商毛利率

报告期内，美智光电对工程经销商及线下综合经销商销售的细分产品结构存在差异（如工程经销商采购的定制款产品更多），导致产品大类层面的毛利率不

完全一致。就细分产品而言，发行人在面向工程经销商及线下综合经销商销售同一款产品时，毛利率不存在重大差异，具体分析如下：

1、2019 年度发行人对工程经销商及线下综合经销商销售毛利率对比分析

2019 年度，发行人对工程经销商及线下综合经销商销售线控器产品的毛利率不存在实质性差异，以下对光源、家用照明、商用照明、智能面板及其他、电工产品毛利率差异进行分析。

（1）光源产品毛利率差异分析

2019 年，发行人对工程经销商销售的光源产品金额为 1,535.23 万元，其中销量排名前 4 名的型号合计销售金额为 1,137.32 万元，占比为 74.08%，为发行人对工程经销商销售的主要光源照明产品。

就上述 4 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	26.80%	15.29%至 36.76%	是
2	71.86%	56.93%至 75.66%	是
3	-1.95%	-18.73%至 12.68%	是
4	48.10%	37.21%至 48.49%	是

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要光源产品毛利率与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

（2）家用照明产品毛利率差异分析

2019 年，发行人对工程经销商销售的家用照明产品金额为 11,162.40 万元，其中销量排名前 3 名的型号合计销售金额为 7,889.52 万元，占比为 70.68%，为发行人对工程经销商销售的主要家用照明产品。

就上述 3 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	37.13%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
2	24.07%	8.36%至 31.39%	是

3	11.44%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
---	--------	-----------------------	-----

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要家用照明产品毛利率与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

（3）商用照明产品毛利率差异分析

2019 年，发行人对工程经销商销售的商用照明产品金额为 3,267.00 万元，其中销量排名前 13 名的型号合计销售金额为 2,340.29 万元，占比为 71.63%，为发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品。

就上述 13 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	25.79%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
2	31.76%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
3	30.28%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
4	20.08%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
5	17.86%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
6	19.33%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
7	21.00%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
8	20.24%	11.84%至 21.96%	是
9	25.05%	16.09%至 34.72%	是
10	44.25%	39.08%至 46.36%	是
11	42.15%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
12	24.06%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
13	18.41%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商毛利率整体保持一致。

(4) 智能面板及其他产品毛利率差异分析

2019 年，发行人对工程经销商销售的智能面板及其他产品金额为 4,543.90 万元，其中销量排名前 11 名的型号合计销售金额为 3,228.00 万元，占比为 71.04%，为发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品。

就上述 11 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	47.13%	22.15%至 52.46%	是
2	-7.71%	-37.94%至 22.52%	是
3	41.19%	-1.53%至 40.51%	否，向上偏离 0.68%
4	-13.26%	-21.17%至 22.52%	是
5	43.78%	15.65%至 50.29%	是
6	-6.48%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
7	-12.10%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
8	39.20%	8.68%至 43.62%	是
9	42.61%	12.94%至 44.93%	是
10	31.83%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
11	31.91%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商毛利率整体保持一致。

(5) 电工产品毛利率差异分析

2019 年，发行人对工程经销商销售的电工产品金额为 1,325.96 万元，其中销量排名前 20 名的型号合计销售金额为 932.45 万元，占比为 70.32%，为发行人对工程经销商销售的主要电工产品。

就上述 20 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	34.03%	20.47%至 34.51%	是
2	41.28%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
3	5.92%	-7.15%至 14.68%	是
4	23.08%	11.86%至 31.76%	是
5	34.00%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
6	31.13%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
7	-4.50%	-12.49%至-5.44%	否
8	40.57%	32.64%至 48.38%	是
9	4.55%	-16.05%至 14.67%	是
10	13.48%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
11	20.09%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
12	23.03%	6.38%至 30.05%	是
13	52.30%	42.64%至 52.42%	是
14	27.34%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
15	26.98%	22.19%至 29.05%	是
16	21.77%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
17	19.99%	2.40%至 23.82%	是
18	27.45%	12.36%至 32.22%	是
19	33.10%	23.68%至 36.63%	是
20	40.58%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商毛利率整体保持一致。

2、2020 年度发行人对工程经销商及线下综合经销商销售毛利率对比分析

2020 年度，发行人对工程经销商及线下综合经销商销售家用照明、线控器产品的毛利率不存在实质性差异，以下对光源、商用照明、智能面板及其他、线控器产品毛利率差异进行分析。

（1）光源产品毛利率差异分析

2020 年，发行人对工程经销商销售的光源产品金额为 1,246.12 万元，其中销量排名前 6 名的型号合计销售金额为 903.42 万元，占比为 72.50%，为发行人对工程经销商销售的主要光源产品。

就上述 6 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	53.36%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
2	4.11%		
3	48.16%		
4	40.55%		
5	45.86%		
6	21.81%		

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要光源产品均未向线下综合经销商销售，双方毛利率不具备可比性。

（2）商用照明产品毛利率差异分析

2020 年，发行人对工程经销商销售的商用照明产品金额为 4,000.89 万元，其中销量排名前 13 名的型号合计销售金额为 2,830.82 万元，占比为 70.75%，为发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品。

就上述 13 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	20.46%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
2	27.60%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
3	50.24%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
4	23.50%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
5	56.19%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
6	29.98%	19.08%至 43.85%	是
7	57.41%	35.53%至 52.07%	否，向上偏离 5.34%
8	13.01%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
9	38.90%	4.83%至 47.40%	是
10	19.80%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
11	29.27%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
12	40.13%	38.88%至 57.16%	是
13	51.39%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商毛利率整体保持一致。

（3）智能面板及其他产品毛利率差异分析

2020 年，发行人对工程经销商销售的智能面板及其他产品金额为 9,550.53 万元，其中销量排名前 11 名的型号合计销售金额为 6,824.51 万元，占比为 71.46%，为发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品。

就上述 11 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	48.01%	48.64%至 60.39%	否，向下偏离 0.63%
2	43.99%	45.85%至 59.96%	否，向下偏离 1.86%
3	9.40%	14.32%至 25.16%	否，向下偏离 4.92%
4	8.06%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
5	50.76%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
6	43.41%	42.17%至 62.40%	是
7	-1.71%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
8	45.27%	44.43%至 60.76%	是
9	46.68%	43.26%至 61.12%	是
10	51.63%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
11	47.77%	44.09%至 61.12%	是

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率略低于对线下综合经销商毛利率或与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

(4) 线控器产品毛利率差异分析

2020 年度，发行人对线下综合经销商销售线控器产品的毛利率低于工程经销商，主要系年内将线控器调整为代工模式后（代工模式线控器产品毛利率显著低于直接对外销售模式）仅对线下综合经销商广东美的暖通销售，导致全年对线下综合经销商销售线控器的毛利率低于工程经销商。

3、2021 年度发行人对工程经销商及线下综合经销商销售毛利率对比分析

2021 年，发行人对工程经销商及线下综合经销商销售家用照明、电工产品的毛利率不存在实质性差异，以下对光源、商用照明、智能面板及其他产品毛利率差异进行分析。

(1) 光源产品毛利率差异分析

2021 年，发行人对工程经销商销售的光源产品金额为 1,147.11 万元，其中销量排名前 5 名的型号合计销售金额为 740.38 万元，占比为 64.54%，为发行人对工程经销商销售的主要光源产品。

就上述 5 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
----	-----------	---------------	------------------

1	48.28%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
2	48.70%	40.91%至 55.92%	是
3	2.35%	-56.22%至 11.46%	是
4	20.67%	0.80%至 26.78%	是
5	41.98%	28.18%至 42.50%	是

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要光源产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

（2）商用照明产品毛利率差异分析

2021 年，发行人对工程经销商销售的商用照明产品金额为 4,862.70 万元，其中销量排名前 10 名的型号合计销售金额为 3,059.13 万元，占比为 62.91%，为发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品。

就上述 10 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	17.36%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
2	54.01%	21.93%至 56.36%	是
3	50.34%	10.43%至 41.58%	否，向上偏离 8.76%
4	27.19%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
5	9.60%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
6	29.27%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
7	27.79%	25.54%至 53.86%	是
8	15.73%	8.01%至 45.14%	是
9	32.86%	-1.57%至 24.81%	否，向上偏离 8.05%
10	62.42%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要商用照明产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分毛利率与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

(3) 智能面板及其他产品毛利率差异分析

2021 年，发行人对工程经销商销售的智能面板及其他产品金额为 7,572.68 万元，其中销量排名前 15 名的型号合计销售金额为 4,936.65 万元，占比为 65.19%，为发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品。

就上述 15 款产品，发行人对工程经销商及线下综合经销商的毛利率对比如下：

序号	对工程经销商毛利率	对线下综合经销商毛利率区间	对工程经销商毛利率是否落在区间内
1	47.53%	43.27%至 67.97%	是
2	25.53%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
3	49.09%	47.00%至 67.86%	是
4	44.63%	39.74%至 67.18%	是
5	53.82%	46.55%至 76.47%	是
6	50.67%	46.06%至 68.52%	是
7	28.20%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
8	45.39%	35.15%至 64.99%	是
9	32.49%	24.87%至 50.55%	是
10	46.73%	对线下综合经销商销售规模极小，不具备可比性	不适用
11	22.32%	2.42%至 41.44%	是
12	54.67%	45.12%至 68.98%	是
13	28.31%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
14	25.86%	线下综合经销商未采购，不具备可比性	不适用
15	48.19%	35.48%至 65.05%	是

注：对线下综合经销商毛利率区间为销售该款产品金额排名前 10 名的线下综合经销商毛利率区间

发行人对工程经销商销售的主要智能面板及其他产品中，部分未向线下综合经销商销售，剩余部分与对线下综合经销商的毛利率整体保持一致，两者不存在实质性差异。

综上，报告期内工程经销商采购了一定规模的定制款产品，导致前述分析中部分工程经销商采购较多的产品型号毛利率不可比，此类产品由发行人根据研发设计投入、生产成本、产品竞争力等因素与工程经销商协商定价，具备商业合理性。除定制款产品外，发行人向碧桂园、美的置业销售产品的毛利率与线下综合经销商同类产品毛利率不存在实质性差异。

二、说明发行人向工程经销商、线下综合经销商销售产品结构及增长变化差异的原因及合理性

1、产品结构差异情况及原因分析

报告期各期，发行人向工程经销商、线下综合经销商销售产品的结构差异情况如下：

单位：万元

项目	工程经销商		线下综合经销商	
	金额	占比	金额	占比
2021 年度				
光源	1,147.11	3.88%	1,122.56	3.59%
家用照明	14,272.05	48.29%	12,132.65	38.77%
商用照明	4,862.70	16.45%	4,157.27	13.28%
照明小计	20,281.86	68.63%	17,412.88	55.64%
智能面板及其他	7,572.68	25.62%	3,644.43	11.65%
电工	1,699.18	5.75%	2,516.80	8.04%
线控器	-	-	7,720.59	24.67%
智能面板及其他小计	9,271.86	31.37%	13,881.22	44.36%
合计	29,553.72	100.00%	31,294.30	100.00%
2020 年度				
光源	1,246.12	3.87%	1,088.71	4.57%
家用照明	14,220.35	44.15%	7,135.39	29.97%

商用照明	4,000.89	12.42%	3,057.93	12.85%
照明小计	19,467.36	60.44%	11,282.03	47.39%
智能面板及其他	9,550.53	29.65%	2,318.34	9.74%
电工	1,429.83	4.44%	2,456.51	10.32%
线控器	1,763.61	5.48%	7,747.95	32.55%
智能面板及其他小计	12,743.97	39.57%	12,522.80	52.61%
合计	32,211.34	100.00%	23,804.83	100.00%
2019 年度				
光源	1,535.23	6.62%	2,750.42	11.08%
家用照明	11,162.40	48.15%	5,836.16	23.51%
商用照明	3,267.00	14.09%	2,725.26	10.98%
照明小计	15,964.63	68.86%	11,311.84	45.57%
智能面板及其他	4,543.90	19.60%	3,783.42	15.24%
电工	1,325.96	5.72%	3,489.22	14.06%
线控器	1,349.00	5.82%	6,235.43	25.12%
智能面板及其他小计	7,218.86	31.14%	13,508.07	54.42%
合计	23,183.48	100.00%	24,819.93	100.00%

(1) 2019 年工程经销商与线下综合经销商产品结构差异分析

2019 年度，发行人向工程经销商及线下综合经销商销售的光源、商用照明、智能面板及其他、电工产品比例差异较小。剩余产品中，发行人对线下综合经销商销售的线控器产品比例显著高于工程经销商，主要系彼时发行人线控器产品主要通过前省级经销商销售所致；对工程经销商销售的家用照明产品比例高于线下综合经销商，主要系终端地产项目对家用照明产品的需求较线下综合渠道更高所致。

(2) 2020 年工程经销商与线下综合经销商产品结构差异分析

2020 年度，发行人向工程经销商及线下综合经销商销售的光源、商用照明、电工产品比例差异较小。剩余产品中，发行人对线下综合经销商销售的线控器比例显著高于工程经销商，主要系：1) 发行人在线控器业务转为代工模式前，主要通过前省级经销商销售，及 2) 发行人于 2020 年内将线控器业务转为代工模式，代工后仅对广东美的暖通销售所致；对工程经销商销售的智能面板及其他产

品比例显著高于线下综合经销商，主要系美的置业精装房策略进一步深入、发行人智能面板及其他产品细分品类进一步丰富、美的置业采购发行人智能面板及其他产品规模大幅增加所致；对工程经销商销售的家用照明产品比例高于线下综合经销商，主要系终端地产项目对家用照明产品的需求较线下综合渠道更高所致。

(3) 2021 年度工程经销商与线下综合经销商产品结构差异分析

2021 年，发行人向工程经销商及线下综合经销商销售的光源、商用照明、电工产品比例差异较小。剩余产品中，发行人对线下综合经销商销售的线控器比例显著高于工程经销商，主要系代工模式下发行人不再向工程经销商销售线控器产品所致；对工程经销商销售的智能面板及其他产品比例高于线下综合经销商，主要系美的置业持续实施精装房策略，向发行人采购较大规模的智能面板及其他产品所致；对工程经销商销售的家用照明产品比例高于线下综合经销商，主要系终端地产项目对家用照明产品的需求较线下综合渠道更高所致。

2、产品增长变化情况及原因分析

报告期各期，发行人向工程经销商、线下综合经销商销售产品的增长变化情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
工程经销商	29,553.72	-8.25%	32,211.34	38.94%	23,183.48
线下综合经销商	31,294.30	31.46%	23,804.83	-4.09%	24,819.93

(1) 2020 年较 2019 年，发行人工程经销商与线下综合经销商主营业务收入变动原因

2020 年较 2019 年，发行人对工程经销商的主营业务收入规模进一步增加，而对线下综合经销商的主营业务收入规模有所下降，主要系：1) 美的置业进一步推进精装房策略，采购发行人智能前装产品的规模进一步增加，带动发行人对工程经销商的主营业务收入增长；2) 2020 年新冠疫情导致线下综合渠道销售受到一定负面影响，导致全年对线下综合经销商的主营业务收入有所下降。

(2) 2021 年较 2020 年，发行人工程经销商与线下综合经销商主营业务收入变动原因

2021 年较 2020 年，发行人对工程经销商的主营业务收入整体保持稳定，对线下工程经销商的主营业务收入大幅增加，主要系：1）房地产行业受宏观政策调控及市场环境变化等因素影响，整体增长有所放缓，发行人对其销售规模较 2020 年整体保持稳定；2）发行人线下渠道开拓成果逐步显现，在新冠疫情有所好转的情况下，对线下综合经销商的销售收入实现较大幅度增长。

三、结合工程经销商作用、报告期内毛利率情况等说明通过经销商向碧桂园、美的置业销售产品的合理性、必要性

报告期各期，发行人对工程经销商销售的主营业务毛利率分别为 26.99%、26.72%及 29.49%，报告期内逐年增加，且同类产品对工程经销商及线下综合经销商的毛利率不存在实质性差异。

报告期内，发行人工程经销商主要为智能家居、佛山亨荣、广东顺域及广东睿住。其中，智能家居作为美的集团对接下游大型地产、工程客户的统一平台，除覆盖自身营运成本外不赚取利润，报告期内销售发行人产品的毛利率在 1%左右；佛山亨荣、广东顺域、广东睿住报告期内销售发行人的毛利率在 20%左右，主要系工程经销商配置人员、仓储等资源，承担了地产商具体项目的产品选型匹配、订单、物流配送、售后服务等工作，其利润空间具备商业合理性。

报告期内，发行人与终端地产客户达成战略合作关系后，地产客户或实际项目业务主体根据项目具体产品需求，比较产品库中各供应商产品的匹配性，结合产品方案、实现效果、供货速度、产品质量、产品价格等因素选定供应商。

发行人通过工程经销商与终端地产客户合作，主要系：1）实际地产项目分布于全国各地，工程经销商负责实际订单执行时的具体事项对接工作。在发行人入选终端地产客户供应商库后，工程经销商负责各具体项目的产品选型、方案对接、收发货安排、售后服务需求满足等全流程的具体事项，工程经销商具备专业及高效的执行能力，提高了对终端地产客户的综合服务质量；2）工程经销商除经销发行人产品外，亦向终端地产客户销售其他精装房配套产品，有效减少终端地产客户所需直接对接的供应商数量，更好地统筹资源配置，提高沟通效率，为终端地产客户在协调沟通、协议签署、付款等环节提供更高效的服务，促进供应商与终端地产客户稳定和持续的合作关系。

五、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、取得发行人报告期内销售明细数据，了解发行人最终销往碧桂园、美的置业的产品种类；
- 2、查阅研究报告及碧桂园、美的置业定期报告，访谈碧桂园、美的置业，了解碧桂园及美的置业房地产项目开展情况、精装修需求情况、发行人产品份额占比等，分析报告期内对碧桂园、美的置业销售收入变化的原因；
- 3、根据发行人销售明细数据计算发行人向碧桂园、美的置业销售产品的毛利率与向线下综合经销商销售产品的毛利率，对比分析其差异原因；
- 4、根据发行人销售明细数据分析发行人向工程经销商、线下综合经销商销售的产品结构情况及收入增长变化原因；
- 5、访谈发行人总经理、销售部门负责人、佛山亨荣、广东顺域、广东睿住，了解工程经销商在发行人销售环节中的具体作用；根据发行人销售明细数据统计向各工程经销商销售的毛利率情况并分析其变动原因。
- 6、计算发行人报告期内对碧桂园及美的置业的销售情况及占主营业务收入比例，分析发行人报告期内收入增长驱动因素。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、报告期各期，发行人向碧桂园、美的置业销售的产品种类存在一定差异。碧桂园及美的置业房地产项目开展情况良好，美的置业精装房商品住宅开盘套数在 2019-2020 年保持增长，发行人属于碧桂园及美的置业的核心供应商。报告期内，发行人向碧桂园及美的置业的销售金额增加，主要系 1）碧桂园及美的置业土地储备面积、合同销售面积、项目数量均持续增长，经营情况良好，对照明及智能前装产品的采购需求不断增加；2）美的置业精装房开盘套数逐年增加，精装房渗透率不断增长，具备更高的智能前装产品采购需求；3）发行人与碧桂园及美的置业建立了良好的合作关系，通过提供优质的产品 & 高质量的综合服务成

为碧桂园及美的置业的核心供应。未来，预计发行人向碧桂园及美的置业的销售金额将继续保持稳定。发行人对工程经销商的毛利率与对线下综合经销商的毛利率不存在实质性差异，销售定价具备商业合理性；

2、报告期内，发行人向工程经销商及线下综合经销商销售的产品结构及销售收入增长情况存在一定差异，具备商业合理性；

3、发行人通过工程经销商与终端地产客户合作，主要系：1）实际地产项目分布于全国各地，工程经销商负责实际订单执行时的具体事项对接工作。在发行人入选终端地产客户供应商库后，工程经销商负责各具体项目的产品选型、方案对接、收发货安排、售后服务需求满足等全流程的具体事项，工程经销商具备专业及高效的执行能力，提高了对终端地产客户的综合服务质量；2）工程经销商除经销发行人产品外，亦向终端地产客户销售其他精装房配套产品，有效减少终端地产客户所需直接对接的供应商数量，更好地统筹资源配置，提高沟通效率，为终端地产客户在协调沟通、协议签署、付款等环节提供更高效的服务，促进供应商与终端地产客户稳定和持续的合作关系，具备商业合理性。

4、2020 年，受疫情影响发行人销往碧桂园及美的置业的主营业务收入增长是线下经销收入增长主要因素；2021 年，发行人线下经销主营业务收入较 2020 年同期增加 4,831.84 万元，其中对线下综合经销商的主营业务收入同比增加 4,708.54 万元，占比为 97.45%，成为 2021 年发行人线下经销渠道收入增长的另一主要原因。

问题 3 关于创业板定位及成长性

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人线下经销收入增长主要源于向终端客户碧桂园、美的置业的销售增长。发行人线上经销收入 2020 年以来呈下降趋势。报告期各期发行人线上直销 2020 年以来增长较快（含京东自营），但 2021 年 1-6 月线上直销收入占比仍较小。

(2) 报告期各期，发行人研发费用分别为 2,829.51 万元、4,128.57 万元、4,579.62 万元及 2,746.86 万元，研发费用占当期营业收入的比例分别为 5.61%、5.90%、5.81%及 6.68%，发行人研发费用占比高于同行业可比上市公司水平。研发费用主要为职工薪酬与认证鉴定费。

请发行人：

(1) 说明报告期内线下经销收入增长驱动因素及未来可持续性，预计美的置业、碧桂园向发行人采购是否仍将大幅增长及具体依据，2021 年 1-6 月京东自营返利规模减少但销售收入增长较大的具体原因、可持续性，结合前述情况充分论述发行人未来是否具有成长性。

(2) 说明报告期发行人研发费用加计扣除金额、高新技术企业证书申报或复审研发费用金额与账面研发费用的匹配关系，研发部门人员、物料是否同时亦投入生产，结合研发费用核算、归集方法，说明相关材料、人工在成本与研发费用之间分配是否准确，相关内控措施及执行情况。

(3) 结合发行人报告期各期末研发人员数量及占比情况，核心技术的先进性、是否来源于自有研发，对应技术指标与同行业先进水平或可比公司的差异情况，发行人核心技术对应的专利、获得的重要认证或技术奖项，相关核心技术在产品中的具体应用情况，相关核心技术的市场空间情况，核心技术是否存在易模仿、易替代的情形，发行人主要在研项目、研发进展及技术先进性情况，说明发行人在“三创四新”方面的具体表现，是否符合创业板定位。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

二、说明报告期发行人研发费用加计扣除金额、高新技术企业证书申报或复审研发费用金额与账面研发费用的匹配关系，研发部门人员、物料是否同时亦投入生产，结合研发费用核算、归集方法，说明相关材料、人工在成本与研发费用之间分配是否准确，相关内控措施及执行情况

（一）说明报告期发行人研发费用加计扣除金额、高新技术企业证书申报或复审研发费用金额与账面研发费用的匹配关系

1、研发费用加计扣除金额与账面研发费用比较情况

单位：万元

类别	2021 年度	2020 年度	2019 年度
账面研发费用	5,884.92	4,579.62	4,128.57
申报加计扣除的研发费用	5,845.40	4,212.29	3,543.70
差异	39.52	367.33	584.87

由于研发费用归集与加计扣除分别属于会计核算和税务范畴，会计核算口径由《企业会计准则》等规范，加计扣除税收规定口径由《财政部国家税务总局科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号）及《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（税务总局〔2017〕040号）等规范，因此报告期各期内，二者存在一定口径差异。

2019年至2021年度，公司基于谨慎性原则，主要对研发费用中的部分人工费用以及其他相关费用未申报加计扣除，未申报加计扣除的金额为584.87万元、367.33万元和39.52万元。公司未申报加计扣除的具体原因如下：

（1）人工费用

公司账面核算的人工费用主要系研发人员的相关薪酬支出，包括工资薪金、社会保险费、住房公积金、员工福利费等，均符合相关税收法规规定的研发加计扣除条件，公司未全额申报加计扣除。

（2）其他相关费用

根据财税【2015】119号文和税务总局【2017】040号文的相关规定，“与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、

验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费等，此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10%”。因此公司在申报加计扣除时，对其他相关费用进行了调整，主要系：1）与研发活动直接相关的费用，如差旅费、认证费等，超过可加计扣除研发费用总额的 10%部分，未予加计扣除；2）不属于研发加计扣除范围的相关费用，如部分办公费，未予加计扣除。

综上所述，公司账面研发费用与研发费用加计扣除存在的差异具有合理性，研发费用金额与所得税加计扣除申报数据整体上具备匹配性。

2、高新技术企业证书复审的研发费用与账面研发费用比较情况

发行人研发费用与高新技术企业证书复审的研发费用的比较分析如下：

单位：万元

类别	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用审定数	5,884.92	4,579.62	4,128.57
高新技术企业证书复审申报的研发费用	-	-	4,138.75
差异	-	-	-10.18

注：公司 2020 年提交高新技术企业证书复审材料，申报数据为 2017 年至 2019 年，因此此处仅比较 2019 年度

发行人高新技术企业证书复审申报研发费用金额与账面研发费用之间略有差异，主要原因系发行人根据《科技部 财政部 国家税务总局关于修订印发〈高新技术企业认定管理工作指引〉的通知》（国科发火〔2016〕195 号），对账面研发费用中的部分人员薪酬和其他研发相关费用进行调整所致。高新技术企业证书复审的研发费用与账面研发费用整体上具备匹配性。

（二）研发部门人员、物料是否同时亦投入生产，结合研发费用核算、归集方法，说明相关材料、人工在成本与研发费用之间分配是否准确，相关内控措施及执行情况

1、研发费用的核算和归集

公司制定了《研发费用核算与管理办法》，明确规定了研发费用核算的范围，各项成本费用实际发生时，按照性质进行分类，主要根据部门来归集研发费用，具体范围为研发人员的薪酬、研发过程中物料投入、研发设备的折旧摊销以及其他与研发相关的费用。其中职工薪酬、物料投入的具体核算归集情况如下：

(1) 职工薪酬

2019年至2021年,研发人员职工薪酬占公司研发费用的比例分别为71.07%、70.31%及75.44%,具体包括研发人员按月发放的工资、奖金、社会保险金与公积金等。由公司人事部人事专员负责计算各部门员工薪酬、经人事部总监审批汇总后交财务部,财务部总账复核汇总表金额,最后经财务部经理复核后入账,并由财务相关人员根据研发人员具体参与的研发项目将研发人员薪酬分摊至研发费用辅助台账。

研发费用中职工薪酬涉及人员范围主要为研发技术人员和研发辅助人员,其主要职责为设计满足用户需求的方案,产品和技术前瞻性研究,研发细节的具体落地和实施,新产品品质风险管控点的评审、验证和确认,上述人员从事研发工作,其人工支出在发生时直接计入研发费用,因此不存在研发部门人员亦投入生产的情况。

(2) 物料投入

2019年至2021年,直接材料耗用占公司研发费用的比例分别为6.12%、5.10%及5.11%。公司研发领料的具体流程为:研发项目组成员向部门负责人提出领料需求,部门负责人根据项目需求复核通过后生成领料单,发送至仓管人员,仓管人员根据领料单在ERP系统中生成材料出库单,经仓库主管确认后发出。月末,财务人员根据研发材料出库单将研发领料费用归集至各研发项目。研发领料与生成产领料使用的ERP系统模块不同,且部门审核人亦不同,因此不存在研发部门领料亦投入生产的情况。

2、相关材料、人工在成本与研发费用之间分配是否准确

(1) 系统对材料、人工在生产成本与研发费用之间分配的管控

①EMS系统对于研发支出的审批

公司针对研发项目各关键节点都设置了相应的审批流程及关键节点的内控制度,由研发部门、人力资源部、财务部以及相关管理层通过EMS系统逐级对各项研发费用根据研发支出范围和标准进行判断和审核,及时对研发物料采购、研发人员薪酬的发放等研发支出进行审批控制,审核通过的研发费用由财务部设

研发项目辅助账并进行账务处理。各部门共同对研发项目进行管理、跟踪和监控，有效保证了研发支出核算的准确性、真实性和完整性。

②ERP 系统对于研发项目的管控

公司的 ERP 系统对于研发费用的材料领用以“研发领用”的类别申请领料，生产领用则用“工单发料”的类别申请领料，领料单的审批人也由各部门主管审核，通过部门审批，将研发领料与生产投入进行了区分。另外从使用 ERP 系统模块角度来看，公司研发领料与生产领料使用的系统模块亦是相互独立的，研发领料主要在研发项目开发系统发起，车间工单领料主要在智能物流项目系统发起。

（2）研发活动与生产活动的区分

公司建立了完善的研发项目内控管理制度，从产品企划、立项、试制、试产到投产，对研发活动的所有流程进行严格把控。当产品试产通过后，新产品将进行投产，此时转入生产核算，以此阶段为关键控制节点严格区分研发费用与生产成本核算。

3、相关内控措施及执行情况

发行人制定了《研发费用核算与管理办法》和《产品研发控制程序》等内部管理控制制度，明确了产品企划、立项、试制、试产、投产等各流程的内控措施和相关会计核算制度。

报告期内，发行人研发以项目形式进行，通过明确关键控制点以及形成书面报告的形式来实现对研发项目流程的管控，并在项目各关键控制点分别形成了调研报告、项目立项书、模拟测试报告、试产测试报告和投产鉴定报告等。财务部门设立了辅助核算项目用以归集该项目的研发支出，根据研发项目预算、研发费用支出范围和标准，对研发人员薪酬、研发项目的日常用料及其他各项费用支出进行了严格的审核，保证了研发费用的真实、准确和完整。发行人研发的内控措施健全有效，执行情况良好。

综上所述，发行人研发部门人员、物料不存在同时投入生产的情形，材料、人工在成本与研发费用之间分配准确，相关内控措施完善和执行良好。

四、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取公司的研发费用加计扣除辅助台账、所得税汇算清缴报告、高新技术企业证书复审申报材料，将前述报告中的研发费用与账面经审定的研发费用进行比较，分析其差异是否具有合理性；

2、访谈发行人财务负责人，了解发行人研发费用的归集和核算情况；

3、向研发部负责人了解发行人关于研发相关的内控制度及其执行情况，并执行穿行测试，检查内部控制相关的支持性文档。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期发行人研发费用加计扣除金额、高新技术企业证书复审申报的研发费用金额与账面研发费用存在的差异属于会计政策与税收政策不一致导致的差异，具有合理性，并在整体上具备匹配性。发行人研发部门人员、物料不存在同时投入生产的情形，材料、人工在成本与研发费用之间分配准确，相关内控措施完善和执行良好。

问题 5 关于股份支付

申请文件及问询回复显示：

(1) 2017 年 12 月至 2020 年 3 月，宁波美顺被代持人员变更并清退部分人员，2020 年 5 月，宁波美顺根据美的集团对公司员工持股平台要求清退 47 名不符合要求的人员。2019 年发行人根据评估价格 3.19 元/股确认了股份支付金额 3,047.33 万元，如 2019 年全部按照以权益结算的股份支付，发行人 2019 年净利润将减少 1,062.55 万元。

(2) 美的集团董事、高级管理人员及其关联方通过持股平台间接持有发行人 8.26% 的股份，发行人董事、高级管理人员及其关联方通过持股平台间接持有发行人 7.30% 的股份。

(3) 宁波美顺、宁波美皓合伙协议约定：发行人上市前，合伙人存在“正常离任”或职务调整而减少合伙份额的，按照发行人最近一次经评估的公允价值或最近一期战略投资人入股价格（如有），向合格人员转出其持有的全部或部分的合伙份额。故宁波美顺、宁波美皓不存在服务期的约定。2018 年至 2020 年 3 月，宁波美顺合伙人退伙价格依据系“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”。

请发行人：

(1) 说明在 2019 年 8 月、9 月宁波美顺对 85 名人员实施股权激励后至 2020 年 5 月清退不符合条件的人员时，宁波美顺被代持人员变动并清退部分人员的原因，该类人员与 2020 年 5 月清退人员的关系，是否影响发行人股份支付确认金额。

(2) 结合市盈率等指标，说明发行人 2019 年以 3.19 元/股确认股份支付的合理性、公允性。

(3) 说明 2019 年对宁波美顺人员进行清退是否构成股权激励计划的修改，结合《企业会计准则》相关规定及市场案例，说明未将 2019 年 8 月、9 月公司员工等 85 人入股宁波美顺全部在当期确认为以权益结算的股份支付的原因及合理性、确认该股份支付时点的准确性。

(4) 说明宁波美顺 2018 年至 2020 年 3 月收回合伙人出资份额以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”的原因，与合伙协议中约定的“按照发行人最近一次经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有）”是否一致，是否影响宁波美顺、宁波美皓关于服务期存在与否的判断，是否影响发行人股份支付确认金额及依据。

(5) 说明美的集团及发行人董事、高级管理人员间接持有发行人股份的计算方式，结合发行人各持股平台的股权结构、实际控制人情况等说明前述计算是否准确。

请保荐人、申报会计师对问题（1）-（4）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（5）发表明确意见。

【回复】

一、说明在 2019 年 8 月、9 月宁波美顺对 85 名人员实施股权激励后至 2020 年 5 月清退不符合条件的人员时，宁波美顺被代持人员变动并清退部分人员的原因，该类人员与 2020 年 5 月清退人员的关系，是否影响发行人股份支付确认金额

（一）说明在 2019 年 8 月、9 月宁波美顺对 85 名人员实施股权激励后至 2020 年 5 月清退不符合条件的人员时，宁波美顺被代持人员变动并清退部分人员的原因，该类人员与 2020 年 5 月清退人员的关系

2017 年 12 月至 2020 年 3 月期间，在被代持人存在离职、岗位调整等不再具有持股资格的情况时，该等被代持人持有的份额应当予以收回，收回价格按照最近一期宁波美顺合伙人入伙价格确定。涉及份额调减及退出的被代持人合计 54 人，相应调减份额 1,560 万元，调减份额均由代持人收回，上述调减和清退均系 2017 年 11 月入股人员。

2020 年 5 月，根据美的集团制定的员工持股计划方案的相关规定，公司对宁波美顺股东进行调整，对不符合持股条件的被代持人合计 1,760 万元份额进行清理和调减，退伙价格为 1.8458 元/元出资份额。本次清退份额包括 2017 年 11 月和 2019 年 8、9 月入股人员。

2019 年 8 月至 2020 年 3 月和 2020 年 5 月清退情况比较如下：

项目	2019年8月-2020年3月清退	2020年5月清退
清退人员	2017年11月入股人员	2017年11月和2019年8、9月入股人员
清退原因	被代持人由于离职、岗位调整等不再具有持股资格	根据美的集团制定的员工持股计划方案的相关规定，对非美智光电员工身份的股东进行清理
清退价格	参照第二次宁波美顺入股价格，即1.055元/元出资份额	参照发行人截至2020年2月29日未经审计的每股账面净资产1.8458元/元注册资本，即1.8458元/元出资份额

综上，2019年8月、9月宁波美顺对85名人员实施股权激励后至2020年3月清退不符合条件的人员均系2017年11月入股人员，2020年5月清退人员包括2017年11月和2019年8、9月入股人员，两次清退的人员范围、清退原因和清退价格均存在差异。

（二）是否影响发行人股份支付确认金额

2019年8月、9月宁波美顺对85名人员实施股权激励后至2020年3月清退不符合条件的人员均系2017年11月入股人员；2020年5月清退人员包括2017年11月和2019年8、9月入股人员。

2017年11月入股人员通过宁波美顺入股发行人的价格为1元/元注册资本，定价合理，价格公允，无需计提股份支付费用。

2019年8、9月入股人员，对于清退时属于员工身份的股东，系授予以权益结算的股份支付，按照评估值3.19元/股与1.055元/股的差额，计提股份支付2,423.23万元；对于非员工身份被清退的股东，系授予以现金结算的股份支付，按照清退价格1.8458元/股与入股价格1.055元/股的差额，计提股份支付624.10万元。

因此，2019年8月、9月宁波美顺对85名人员实施股权激励后至2020年5月清退不符合条件的人员，两批清退的人员范围、清退原因和清退价格均存在差异，不影响公司股份支付确认金额。

二、结合市盈率等指标，说明发行人 2019 年以 3.19 元/股确认股份支付的合理性、公允性

根据深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司于 2020 年 3 月 15 日出具的鹏信资评报字[2020]第 051 号评估报告，截至 2019 年 7 月末，公司每股价值为 3.19 元/元注册资本。

2019 年度，公司扣非后每股收益为 0.31 元/股，按照 3.19 元/股的价格计算，公司市盈率为 10.29 倍。公司为非上市公司，没有流动性溢价，10.29 倍市盈率属于合理范围。

综上，2019 年度，发行人按照 3.19 元/股的价格确认股份支付，价格公允、合理。

三、说明 2019 年对宁波美顺人员进行清退是否构成股权激励计划的修改，结合《企业会计准则》相关规定及市场案例，说明未将 2019 年 8 月、9 月公司员工等 85 人入股宁波美顺全部在当期确认为以权益结算的股份支付的原因及合理性、确认该股份支付时点的准确性

（一）说明 2019 年对宁波美顺人员进行清退是否构成股权激励计划的修改

1、2019 年 8、9 月，公司员工等 85 人入股宁波美顺情况

2019 年 8 月，美的集团开始对符合“智慧家居+智能制造”的“双智”战略或者属于拟重点培育且相对独立的产业平台的下属子公司实施多元化员工持股计划进行论证。彼时发行人管理层已知悉该事项，但鉴于相关股权激励方案已筹备接近完成，且拟定的与激励对象签订的《关于股权激励事宜的约定书》亦约定“乙方（即激励对象）已阅知并认可美的集团制定的《管理办法》，并同意严格遵守现行及其不时修订的《管理办法》”，因此发行人管理层仍决定实施股权激励方案。

2019 年 8、9 月，公司员工、美的集团其他单位员工、经销商管理层等 85 人以 1.055 元/元出资份额的价格入股宁波美顺，共计 1,925 万股。

2019 年 10 月 30 日，美的集团第三届董事会第十六次会议通过《关于下属子公司试行多元化员工持股计划方案的议案》；2019 年 11 月 18 日，美的集团

召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过《关于下属子公司试行多元化员工持股计划方案的议案》，根据公告，只有美智光电员工、美的集团董事、监事、高级管理人员、美的集团全球合伙人及事业合伙人可参与美智光电员工持股计划。

2、对宁波美顺人员进行清退是否构成股权激励计划的修改

2019 年美的集团制定的员工持股计划方案的相关规定不构成对发行人股权激励计划的修改，具体分析如下：

（1）2019 年 8、9 月，发行人实施股权激励方案时，发行人管理层已知悉美的集团将审议关于下属子公司多元化员工持股计划方案，并充分考虑其对股权激励方案的影响，即部分激励对象将无法实际获取对应股份的权益及完整收益；

（2）激励对象签订的《关于股权激励事宜的约定书》中约定了激励对象同意并严格执行美的集团的《管理办法》，因此非员工身份被清退的股东在被清退时均接受 1.8458 元/元出资份额的清退价格，该价格低于公司以 2019 年 7 月 31 日作为评估基准日的评估值 3.19 元/元注册资本，即非员工身份被清退的股东未获得对应股份的完整收益。

综上，发行人实施股权激励方案时已知悉美的集团拟出台的方案，并了解方案对发行人股权激励对象范围的影响，被清退的股东在 2019 年 8、9 月入股时自始未获得对应股份的权益及完整收益。2019 年美的集团发布了员工持股计划方案后，按照方案及原约定书的要求对非员工身份的股东进行了清退，不构成对发行人股权激励计划的修改。

（二）结合《企业会计准则》相关规定及市场案例，说明未将 2019 年 8 月、9 月公司员工等 85 人入股宁波美顺全部在当期确认为以权益结算的股份支付的原因及合理性、确认该股份支付时点的准确性

1、未将 2019 年 8 月、9 月公司员工等 85 人入股宁波美顺全部在当期确认为以权益结算的股份支付的原因及合理性

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第二条规定，以现金结算的股份支付，是指企业为获取服务承担以股份或其他权益工具为基础计算确定的交付现金或其他资产义务的交易。

根据《企业会计准则解释第4号》第七问规定，结算企业以其本身权益工具结算的，应当将该股份支付交易作为权益结算的股份支付处理；除此之外，应当作为现金结算的股份支付处理。结算企业是接受服务企业的投资者的，应当按照授予日权益工具的公允价值或应承担负债的公允价值确认为对接受服务企业的长期股权投资，同时确认资本公积（其他资本公积）或负债。

根据合伙企业与激励对象于2019年签订的《关于股权激励事宜的约定书》约定，“乙方（即激励对象）已阅知并认可美的集团制定的《管理办法》，并同意严格遵守现行及其不时修订的《管理办法》”，公司根据美的集团制定的员工持股计划方案及《管理办法》的相关规定，对非美智光电员工身份的股东进行清退。

对于非员工身份被清退的股东，入伙宁波美顺的价格为1.055元/元出资份额，清退价格为1.8458元/元出资份额，该部分股东入伙和美的集团决议员工持股计划的时间间隔较短，执行股权激励计划时已知悉并考虑美的集团相关决议。清退份额由发行人股东美的创投以1.8458元/元出资份额的价格回购，被清退人员并未实际获取对应股份的权益及完整收益，取得收益为入伙价格与清退价格之间的差额，该部分股份支付实际交付的是现金，符合会计准则关于现金结算的股份支付规定。

因此，对于非员工身份被清退的股东，发行人作为接受服务企业，发行人股东美的创投作为结算企业，系发行人为获取服务承担以自身权益工具为基础计算确定的交付现金的交易，属于以现金结算的股份支付。

2、确认该股份支付时点的准确性

（1）权益结算的股份支付

根据《企业会计准则第11号-股份支付》第五条规定，授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。

对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。

根据发行人制定的《员工持股平台份额管理办法》相关规定，合伙人在持有合伙企业财产份额期间，合伙人须持续符合“美智光电的董事、监事、高级管理人员、核心经营管理及技术团队、骨干员工”的要求；发行人上市前，合伙人存在“正常离任”或“职务调整”而减少合伙份额的，按照发行人最近一期经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有），向美智光电的董事、监事、高级管理人员、核心经营管理及技术团队、骨干员工转出其持有的全部或部分的合伙份额。

合伙协议未对员工服务期限做出明确规定等限制条件，除 2020 年 5 月对宁波美顺不符合持股条件的合伙人清退和调减份额特殊事项外，员工正常离职或职务调整而减少合伙份额，按照公允价格转让股权而非原认购价，因此，符合条件的员工入股宁波美顺属于授予后立即可行权的以权益结算的股份支付；公司对上市前股份转让的相关约定不属于可行权条件中服务期限条件，无需分期确认股份支付。

因此，公司授予以权益结算的股份支付，应当一次性计入 2019 年度，并作为偶发事项计入非经常性损益。

（2）以现金结算的股份支付

根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第十一条规定，授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，应当在授予日以企业承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。

2019 年 8、9 月，公司员工、美的集团其他单位员工、经销商管理层等 85 人以 1.055 元/元出资份额的价格入股宁波美顺；2019 年 11 月 18 日，美的集团股东大会审议通过《关于下属子公司试行多元化员工持股计划方案的议案》，非美智光电员工身份的出资合伙人不符合持股要求，属于被清退对象；2020 年 5 月，公司不符合持股条件的被代持人份额进行清理和调减，退伙价格为 1.8458 元/元出资份额。

因此，对于非员工身份被清退的股东，2019 年已符合清退条件，2020 年 5 月执行清退动作，属于 2019 年可行权的以现金结算的股份支付，股份支付费用应当一次性计入 2019 年度，并作为偶发事项计入非经常性损益。

四、说明宁波美顺 2018 年至 2020 年 3 月收回合伙人出资份额以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”的原因，与合伙协议中约定的“按照发行人最近一次经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有）”是否一致，是否影响宁波美顺、宁波美皓关于服务期存在与否的判断，是否影响发行人股份支付确认金额及依据

（一）说明宁波美顺 2018 年至 2020 年 3 月收回合伙人出资份额以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”的原因

2017 年 11 月，公司员工、美的集团其他单位员工和经销商管理层合计 113 人通过代持人以 1 元/元出资份额的价格入股宁波美顺，定价合理，价格公允，合计出资份额 2,915 万元。

2017 年 12 月至 2020 年 3 月期间，上述被代持人存在离职、岗位调整等不再具有持股资格的情况时，该等被代持人持有的份额应当予以收回，收回价格按照最近一期宁波美顺合伙人入伙价格确定，主要原因为 2017 年公司尚处于探索期，发行人为了推动公司业务发展，决定实施员工持股计划，同时将部分省级经销商管理层和美的集团其他单位员工引入持股平台，上述被代持人按照公允价格入股宁波美顺间接投资发行人；由于公司为非上市公司、股权缺乏流动性，且业务发展具有不确定性，发行人为上述被代持人投资入股提供本金安全保障，降低被代持人投资风险，当被代持人存在离职、岗位调整等不再具有持股资格的情况时，按照最近一期宁波美顺合伙人入伙价格收回持有份额，具有商业合理性。

（二）与合伙协议中约定的“按照发行人最近一次经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有）”是否一致

2017 年 12 月-2020 年 3 月期间，被代持人份额收回的具体情况如下：

单位：元/元出资份额

序号	退出期间	退出人员情况	退出价格
1	2017.12-2019.07	孙宇宙、陈峰、管金伟等 25 人	1.0000

2	2019.08-2019.09	申晓永、朱远国、梁健安等 24 人	1.0550
		鹿胜利、魏贺庆合计 2 人	1.0000
3	2020.01-2020.03	孙立、冯财平合计 2 人	1.0550
		刘纯、高祥斌合计 2 人	1.0000

注：申晓永于 2019 年 1 月因岗位变动进行了份额调减，后于 2019 年 9 月完全退出

鹿胜利、魏贺庆等 6 人实际离职或岗位调整时间早于退出时间，具体情况如下：

单位：万元、元/元出资份额

序号	姓名	退出出资份额	退出价格	退出日期	离职或岗位调整时间
1	鹿胜利	15.00	1.0000	2019.08	2018.07
2	魏贺庆	10.00	1.0000	2019.08	2018.09
3	孙立	15.00	1.0000	2020.01	2018.12
4	冯财平	50.00	1.0550	2020.01	2019.10
5	刘纯	20.00	1.0550	2020.01	2019.09
6	高祥斌	50.00	1.0000	2020.03	2018.10
合计		160.00			

鹿胜利、魏贺庆、孙立和高祥斌 4 人均于 2018 年离职或岗位调整，故以 1 元/元出资份额退出；冯财平和刘纯 2 人于 2019 年 10 月前离职或岗位调整，故以 1.055 元/元出资份额退出，上述 6 人因退伙程序办理时间较长，分别延至 2019 年 8 月、2020 年 1 月和 3 月才完成付款。

因此，2017 年 12 月-2020 年 3 月期间收回份额均为 2017 年 11 月入伙宁波美顺的合伙人，由于存在离职、岗位调整等不再具有持股资格的情况时，按照最近一期宁波美顺合伙人入伙价格退出。

此后，发行人根据美的集团制定的员工持股计划方案，规范员工持股，制定了《员工持股平台份额管理办法》，规定了合伙人在持有合伙企业财产份额期间，合伙人须持续符合“美智光电的董事、监事、高级管理人员、核心经营管理及技术团队、骨干员工”的要求；发行人上市前，合伙人存在“正常离任”或“职务调整”而减少合伙份额的，按照发行人最近一期经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有），向美智光电的董事、监事、高级管理人员、核心经营管理及技术团队、骨干员工转出其持有的全部或部分的合伙份额。

因此，2017 年 12 月-2020 年 3 月期间，宁波美顺收回合伙人出资份额时，发行人尚未制定《员工持股平台份额管理办法》，退出价格以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”与《员工持股平台份额管理办法》规定不同。

（三）是否影响宁波美顺、宁波美皓关于服务期存在与否的判断，是否影响发行人股份支付确认金额及依据

1、股权退出价格变动情况

2017 年 12 月至 2021 年 12 月，宁波美顺和宁波美皓出资合伙人退出/转让价格如下：

单位：元/元出资份额、元/股

序号	退出期间（以实际变动时间为准）	宁波美顺退出/转让价格	宁波美皓退出/转让价格	定价依据
1	2017.12-2019.07	1.0000	--	按照第一次宁波美顺入伙价格
2	2019.08-2020.03	1.0550	--	按照第二次宁波美顺入伙价格
3	2020.05-2020.06	1.8458	--	按照发行人截至 2020 年 2 月 29 日未经审计的每股账面净资产 1.8458 元/元注册资本
4	2020.07-2020.09	4.04	--	按照发行人截至 2020 年 2 月 29 日经评估的公允价格 4.04 元/元注册资本
5	2021.02-2021.05	4.04	4.04	按照发行人截至 2020 年 2 月 29 日经评估的公允价格 4.04 元/元注册资本
6	2021.11	--	6.00	按照发行人截至 2021 年 7 月 31 日经评估的公允价格 5.9982 元/股

2017 年 12 月-2021 年 12 月，宁波美顺和宁波美皓出资合伙人退出/转让价格主要分为三类：1）按照最近一次宁波美顺入伙价格，针对 2017 年 11 月入伙股东在 2017 年 12 月至 2020 年 3 月期间退出；2）按照发行人截至 2020 年 2 月 29 日未经审计的每股账面净资产 1.8458 元/元注册资本，系 2020 年 5 月发行人根据美的集团员工持股计划方案的相关规定，对宁波美顺不符合条件的股东进行清理和调减份额，属于特殊事项；3）2020 年 5 月后，按照发行人最近一次经评估的公允价格或最近一期战略投资人入股价格（如有）退出。

2、宁波美顺、宁波美皓关于服务期存在与否的判断，是否影响发行人股份支付确认金额及依据

（1）宁波美顺

2017年11月，公司员工、美的集团其他单位员工和经销商管理层入股宁波美顺，该部分人员通过宁波美顺入股发行人的价格为1元/元注册资本，定价合理，价格公允，无需计提股份支付费用。

2019年8、9月，公司员工、美的集团其他单位员工、经销商管理层等85人以1.055元/元出资份额的价格入股宁波美顺，共计1,925万股。上述合伙人入伙时，合伙协议未对员工服务期限做出明确规定，亦未约定份额退出价格；此后，发行人规范员工持股，制定了《员工持股平台份额管理办法》，规定员工正常离职或职务调整而减少合伙份额，按照公允价格转让股权。除2020年5月对宁波美顺不符合持股条件的合伙人清退和调减份额特殊事项外，其他均按照发行人最近一次经评估的公允价格退出。因此，公司关于股权退出价格变动不影响无服务期限的判断，无需分期确认股份支付，不影响股份支付金额的确认。

（2）宁波美皓

2020年9月，宁波美皓出资合伙人向其他员工转让出资份额以及员工增资的价格均为4.04元/元注册资本，价格公允，无需计提股份支付；2021年度股权转让价格公允，无需计提股份支付，退出份额的价格变动不影响股份支付。

综上，2017年12月-2021年12月，发行人股权退出价格变动合理，退出价格变动不影响宁波美顺、宁波美皓关于无服务期限的判断，不影响发行人股份支付的确认金额和依据。

六、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅公司评估报告并计算公司市盈率，复核发行人股权公允价值的合理性；

2、访谈发行人高级管理人员，并查阅发行人《员工持股平台份额管理办法》，了解历史上宁波美顺入伙和退伙价格的确定依据及原因，判断2020年清退是否构成股权激励计划的修改，判断是否影响发行人股份支付确认金额及依据；

3、查阅《企业会计准则第 11 号—股份支付》等相关会计准则，查阅是否存在股份支付类似案例，了解发行人现金计算和权益结算股份支付处理的原因和依据，分析股份支付相关会计处理是否符合会计准则的规定。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2019 年 8 月、9 月宁波美顺对 85 名人员实施股权激励后至 2020 年 3 月清退不符合条件的人员系 2017 年 11 月入股人员，2020 年 5 月清退人员包括 2017 年 11 月和 2019 年 8、9 月入股人员，两批清退的人员范围、清退原因和清退价格均存在差异，不影响发行人股份支付确认金额；

2、2019 年度，公司扣非后每股收益为 0.31 元/股，按照 3.19 元/股的价格计算，公司市盈率为 10.29 倍，处于合理范围，发行人按照 3.19 元/股的价格确认股份支付，价格公允、合理；

3、2019 年 8 月、9 月，85 名合伙人以 1.055 元/元出资份额的价格入股宁波美顺，对于清退时属于员工身份的股东，系授予以权益结算的股份支付，按照评估值 3.19 元/股与入股价格的差额确认权益结算的股份支付；对于非员工身份被清退的股东，按照清退价格 1.8458 元/元出资份额与入股价格的差额确认现金结算股份支付；均一次性计入 2019 年度，并作为偶发事项计入非经常性损益，符合《企业会计准则》的规定；

4、2019 年 8、9 月，公司员工等 85 人入股宁波美顺时，发行人管理层已知悉美的集团将审议关于下属子公司多元化员工持股计划方案，并充分考虑其对股权激励方案的影响，因此美的集团制定的员工持股计划方案不构成对股权激励计划的修改；

5、宁波美顺 2018 年至 2020 年 3 月收回合伙人出资份额以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”系 2017 年公司处于探索期，业务发展具有不确定性，且公司为非上市公司、股权缺乏流动性，发行人为被代持人投资入股提供本金安全保障，降低被代持人投资风险，因此，按照最近一期宁波美顺合伙人入伙价格确定收回该等被代持人持有的份额，具有商业合理性；

6、2017年12月-2020年3月期间，宁波美顺合伙人退出时间早于《员工持股平台份额管理办法》制定时间，退出价格以“最近一期宁波美顺合伙人入伙价”与《员工持股平台份额管理办法》规定的“按照发行人最近一次经评估的公允价值或最近一期战略投资人入股价格（如有）”不同；

7、2017年12月-2021年12月，发行人股权退出价格变动存在合理性，退出价格变动不影响宁波美顺、宁波美皓关于无服务期限的判断、不影响发行人股份支付的确认金额和依据。

问题 6 关于业务重组

申请文件及问询回复显示：

(1) 2019 年 12 月 31 日发行人完成对智能前装业务的重组，构成同一控制下企业合并。但发行人 2019 年末无子公司，故未将 2019 年合并前的智能前装业务的资产、利润反映在报表中。

(2) 2020 年发行人向关联方智慧家居购买少量剩余智能前装相关原材料及 46 项专利权，并存在部分员工的劳动关系转移。

请发行人：

(1) 说明 2019 年重组的智能前装业务合并前、合并后对发行人营业收入、利润总额、净利润的影响情况，及该部分业务在发行人财务报表中列报情况，认定 2019 年 12 月 31 日为合并完成时点的原因及合理性。结合市场案例等说明发行人前述会计处理背景、是否符合《企业会计准则》相关规定。

(2) 说明发行人未将智能前装重组业务合并前的净损益计入非经常性损益、并在申报财务报表中单独列示的原因，相关处理是否符合《证券期货法律适用意见第 3 号》的相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明 2019 年重组的智能前装业务合并前、合并后对发行人营业收入、利润总额、净利润的影响情况，及该部分业务在发行人财务报表中列报情况，认定 2019 年 12 月 31 日为合并完成时点的原因及合理性。结合市场案例等说明发行人前述会计处理背景、是否符合《企业会计准则》相关规定

(一) 2019 年重组的智能前装业务合并前、合并后对发行人营业收入、利润总额、净利润的影响情况，及该部分业务在发行人财务报表中列报情况

1、2019 年重组的智能前装业务及在发行人财务报表中列报情况

2018 年末，基于美的集团对美智光电的定位为主营照明及智能前装产品，智慧家居陆续将智能前装业务相关的资产、人员、专利和业务资源等转移至美智光电，用于开展智能面板、智能门锁、智能网关和健康秤业务，具体过程如下：

1) 2018 年 12 月至 2019 年 1 月, 智慧家居将智能面板和智能门锁业务转移至美智光电, 美智光电向智慧家居陆续购买智能面板和智能门锁相关的固定资产、其他流动资产和存货以及相关业务资源; 2019 年发行人该部分业务销售收入为 8,744.33 万元。

2) 2019 年 12 月, 智慧家居将智能网关和健康秤业务转移至美智光电, 美智光电向智慧家居购买智能网关和健康秤相关的固定资产和存货以及相关业务资源; 2019 年发行人该部分业务销售收入为 0.13 万元。

综上, 2019 年发行人重组业务产生的收入主要来自智能面板和智能门锁业务, 该部分业务于 2019 年 1 月已重组进入发行人体内。

2、2019 年重组的智能前装业务合并前、合并后对发行人营业收入、利润总额、净利润的影响情况

2019 年度, 美智光电重组业务的营业收入、营业成本和毛利情况如下:

单位: 万元

产品分类	营业收入	营业成本	毛利
智能面板	3,210.45	1,926.64	1,283.81
智能门锁	5,533.88	5,196.04	337.84
健康秤	0.13	0.1	0.03
智能网关	-	-	-
合计	8,744.46	7,122.77	1,621.69

2019 年度美智光电重组业务的净损益情况测算如下:

单位: 万元

项目	2019 年度	数据来源
一、营业收入	8,744.46	根据产品销售收入统计
减: 营业成本	7,122.77	根据产品销售成本统计
税金及附加	50.73	根据产品销售收入占总收入比例分摊
销售费用	616.45	根据产品销售收入占总收入比例分摊
管理费用	301.26	剔除公司层面股份支付后按照产品销售收入占总收入比例分摊
研发费用	520.29	根据产品销售收入占总收入比例分摊
财务费用	-12.68	根据产品销售收入占总收入比例分摊
信用减值损失	-19.54	根据产品销售收入占总收入比例分摊

项目	2019 年度	数据来源
资产减值损失	3.45	根据产品销售收入占总收入比例分摊
二、营业利润	161.72	
三、利润总额	161.72	
减：所得税费用	6.02	根据产品利润占总利润比例分摊
四、净利润	155.69	

注：上表测算中未考虑股份支付、政府补助、投资收益等非经常性损益项目的影响

按照上述测算情况，2019 年重组业务合并前、合并后对发行人营业收入、利润总额、净利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	重组业务合并前	重组业务合并后	差异
营业收入	61,234.86	69,979.32	-8,744.46
利润总额	2,034.38	2,196.10	-161.72
净利润	1,616.29	1,771.98	-155.69

假若将 2019 年度公司重组业务的净损益计入非经常性损益，对公司扣非后净利润影响如下：

单位：万元

项目	重组业务的净损益 计入经常性损益	重组业务的净损益 计入非经常性损益	差异
净利润	1,771.98	1,771.98	-
非经常性损益	-1,321.98	-1,166.29	-155.69
扣非后净利润	3,093.96	2,938.26	155.69

经测算，假若将公司 2019 年度重组业务的净损益计入非经常性损益，对公司扣非后净利润的影响较小。

（二）认定 2019 年 12 月 31 日为合并完成时点的原因及合理性

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》，企业应当在合并日或购买日确认因企业合并取得的资产、负债。合并日或购买日是指合并方或购买方实际取得对被合并方或被购买方控制权的日期，即被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期。同时满足下列条件的，通常可认为实现了控制权的转移：

准则规定	具体情况
（一）企业合并合同或协议已获股东	2018 年底，控股股东美的集团决策，基于整体业务

准则规定	具体情况
大会等通过	规划安排，美智光电收购智慧家居智能前装业务，美智光电和智慧家居对收购资产签署了合同。
（二）企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准	本次合并事项无需经过国家有关主管部门审批，因此该条不适用。
（三）参与合并各方已办理了必要的财产权转移手续	（1）2018年至2019年12月，美智光电陆续收购智慧家居智能前装业务相关经营性资产，实际取得各项资产的控制权；（2）2020年1月1日起，智慧家居的员工绩效考核以及薪酬发放等权利和义务均由美智光电承继。
（四）合并方或购买方已支付了合并价款的大部分（一般应超过50%），并且有能力、有计划支付剩余款项	截至2019年12月31日，公司已经支付了大部分资产收购款项，且现金流充足，有能力支付剩余款项。
（五）合并方或购买方实际上已经控制了被合并方或被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险	截至2019年12月31日，美智光电已收购完成智慧家居智能前装业务主要资产和业务资源，员工实际为美智光电服务，已经实质上完成了对智慧家居智能前装业务的合并。

公司根据资产重组进度向智慧家居陆续支付收购款项，主要款项支付时点如下：

单位：万元

支付时间	付款金额（含税）
2018年12月	277.00
2019年1月	1,001.70
2020年3月	313.50
2020年9月	254.10
合计	1,846.30

截至2019年12月31日，公司支付资产收购款项已超过总收购价款的60%，且公司现金流充足，有能力支付剩余款项。

2020年，发行人向关联方智慧家居购买少量剩余智能前装相关原材料5.60万元，并存在部分员工的劳动关系转移及专利权属的变更登记手续，不影响重组资产的生产经营活动。

转移劳动关系的员工于2020年开始完全为美智光电服务，由美智光电承担员工薪酬，2020年3月，上述员工与发行人签署劳动合同，劳动关系的形式不影响该部分员工实质为美智光电服务；原材料账面价值5.60万元，系环境质量检测器181个，该原材料价值低、可替代性强，不影响重组资产的生产经营活动；专利权于2019年协议转让给美智光电，相关技术亦为发行人控制并用于生产智

能前装产品，于 2020 年办理完毕权属变更手续。因此，2019 年 12 月 31 日发行人已实质取得重组资产生产经营决策的控制权。

综上，本次资产重组的完成时点为 2019 年 12 月 31 日，符合《企业会计准则》相关规定。

（三）结合市场案例等说明发行人前述会计处理背景、是否符合《企业会计准则》相关规定

1、说明发行人前述会计处理背景以及准则规定

根据《企业会计准则应用指南》（2015 年版）对业务合并的说明：业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，但不构成独立法人资格的部分。

美智光电收购的智慧家居智能前装业务相关资产、人员、专利技术和业务资源等，虽然不具有独立法人资格，但具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入，因此本次重组构成业务。

《企业会计准则第 20 号-企业合并》第五条，“参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下合并。”

《企业会计准则第 20 号-企业合并》第六条，“合并方在企业合并中取得的资产和负债，应当按照合并日在被合并方的账面价值计量。”

在此次合并前后 12 个月，美智光电和智慧家居均系美的集团控股的公司，各公司依据美的集团的决议安排作出的重组，故属于同一控制下业务合并，按照同一控制下企业合并进行会计处理；美智光电通过该次合并取得的相关资产按照合并日在智慧家居的账面价值计量符合《企业会计准则》相关规定。

根据《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》第一条规定，为了规范合并财务报表的编制和列报，根据《企业会计准则——基本准则》制定本准则；第三十二条规定，母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，编制合并资产负债表时，应当调整合并资产负债表的期初数，同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一

直存在，该准则系为了规范合并财务报表的编制和列报制定，不适用个别财务报表。

根据《企业会计准则讲解》第二十一章企业合并的相关规定，同一控制下的吸收合并中，合并方在合并当期期末比较报表的编制应区别不同的情况，如果合并方在合并当期期末，仅需要编制个别财务报表、不需要编制合并财务报表的，合并方在编制前期比较报表时，无须对以前期间已经编制的比较报表进行调整；如果合并方在合并当期期末需要编制合并财务报表的，在编制前期比较合并财务报表时，应将吸收合并取得的被合并方前期有关财务状况、经营成果及现金流量等并入合并方前期合并财务报表。

美智光电收购智慧家居智能前装业务的完成时点为 2019 年 12 月 31 日，在合并当期期末，美智光电不存在其他子公司，仅需要编制个别财务报表、不需要编制合并财务报表，美智光电在编制前期比较报表时，无须对以前期间已经编制的比较报表进行调整，无需将智慧家居智能前装业务前期的利润表、现金流量表等虚拟并入前期比较个别财务报表中，符合《企业会计准则》相关规定。

2、结合市场案例说明发行人会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

根据公开披露信息查询，类似资产重组案例及相关会计处理如下：

公司简称	资产重组事项	业务认定	会计处理
维远股份 (600955)	2017 年 9 月，维远股份收购利华益利津炼化有限公司蒸汽项目相关资产及负债、二期煤制氢装置及相关资产及负债、空分装置相关资产及负债、乙二醇项目相关资产及负债、房产土地以及其他资产等。	构成同一控制下企业合并	由于维远股份 2017 年度无子公司，未编制合并报表，故未追溯调整比较报表；非经常性损益披露项目不存在同一控制下合并追溯净利润的内容
新亚强 (603155)	新亚强与吉林新亚强生物化工有限公司以评估基准日（2018 年 6 月 30 日）经评估的每股净资产为基准，双方协商确定换股价格，进行换股吸收合并。吸收合并完成后，新亚强作为吸收合并后的存续方，承继吉林新亚强生物化工有限公司的全部资产、负债、业务、人员及其他一切权利与义务，吉林新亚强生物化工有限公司注销法人资格。	属于同一控制下企业吸收合并	新亚强在吸收合并吉林新亚强生物化工有限公司前后均不存在子公司，仅需编制个别财务报表、不需要编制合并财务报表，无需对以前期间编制的比较报表进行调整；非经常性损益披露项目不存在同一控制下合并追溯净利润的内容

综上，结合《企业会计准则》和市场案例分析，美智光电收购智慧家居智能前装业务，属于同一控制下业务合并，在合并当期期末，美智光电不存在其他子公司，仅需要编制个别财务报表、不需要编制合并财务报表，无须对以前期间已经编制的比较报表进行调整，符合《企业会计准则》相关规定。

二、说明发行人未将智能前装重组业务合并前的净损益计入非经常性损益、并在申报财务报表中单独列示的原因，相关处理是否符合《证券期货法律适用意见第3号》的相关规定

根据《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条发行人最近3年内主营业务没有发生重大变化的适用意见——证券期货法律适用意见第3号》规定，重组属于《企业会计准则第20号—企业合并》中同一控制下的企业合并事项的，被重组方合并前的净损益应计入非经常性损益，并在申报财务报表中单独列示。

根据上述规定，美智光电业务重组中“被重组方合并前的净损益”系指相关被重组业务合并前在被重组方智慧家居主体内经营实现的净损益，由于美智光电不需要编制合并财务报表，申报财务报表中不包括相关被重组业务合并前在被重组方智慧家居主体内经营实现的净损益，因此，美智光电业务重组过程中未确认相关非经常性损益。

三、申报会计师核查情况

（一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解发行人和智慧家居进行资产重组的业务背景、资产重组原因、重组过程等事项；

2、检查发行人与智慧家居资产重组相关的合同、价款支付凭证等，查阅是否存在业务重组类似案例，评价发行人的会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

3、测算2019年重组的智能前装业务净损益情况，分析对发行人扣非后净利润的影响，判断是否符合《证券期货法律使用意见3号》有关规定。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人收购智慧家居智能前装业务的完成时点为 2019 年 12 月 31 日；相关交易属于同一控制下业务合并，按照同一控制下企业合并进行会计处理；在合并当期期末，发行人不存在其他子公司，仅需要编制个别财务报表、不需要编制合并财务报表，发行人在编制前期比较报表时，无须对以前期间已经编制的比较报表进行调整，会计处理均符合《企业会计准则》的相关规定。

2、由于美智光电不需要编制合并财务报表，申报财务报表中不包括相关被重组业务合并前在被重组方智慧家居主体内经营实现的净损益，因此，美智光电业务重组过程中未确认相关非经常性损益，符合《证券期货法律适用意见第 3 号》的相关规定。

问题 7 关于固定资产

申请文件及问询回复显示：

(1)报告期各期末,发行人固定资产账面价值分别为 3,525.50 万元、3,355.78 万元、3,117.55 万元及 3,181.13 万元,其中,机器设备账面价值分别为 1,251.86 万元、1,091.81 万元、1,066.44 万元、1,070.66 万元。发行人“智能前装产品生产基地建设项目”募投项目设备购置费 5,589.50 万元。

(2)发行人除线控器产品均为自制、电工产品均为 OEM 生产外,其余产品均采用自制及 OEM 生产相结合的方式进行生产,各期 OEM 成本占主营业务成本比例分别为 53.92%、55.21%、58.86%、53.94%。

(3)发行人于 2021 年完全停止线控器业务,线控器生产过程中,除程序烧录设备为专用设备外,其他设备均属于线控器生产,可用于智能面板的生产,从而实现产能转化。发行人智能面板生产以自制为主。

请发行人：

(1)结合智能面板产能利用率、产量变动情况、在手订单情况等,线控器生产通用设备转产智能面板是否造成机器设备闲置;结合前述情况说明报告期内对固定资产及在建工程的减值测试情况,各期减值准备是否已计提充分。

(2)结合发行人同行业可比公司是否采取 OEM 模式、OEM 成本占主营业务成本比例,说明发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司的比较情况,如存在较大差异,请分析原因。

(3)结合发行人当前固定资产规模与生产能力配比情况,说明募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合智能面板产能利用率、产量变动情况、在手订单情况等，线控器生产通用设备转产智能面板是否造成机器设备闲置；结合前述情况说明报告期内对固定资产及在建工程的减值测试情况，各期减值准备是否已计提充分

（一）结合智能面板产能利用率、产量变动情况、在手订单情况等，线控器生产通用设备转产智能面板是否造成机器设备闲置

线控器主要设备包括程序烧录设备、SMT 生产线、DIP 生产线、总装精益线及检测设备，相关设备的通用性情况如下：

线控器线体/工序	主要设备	是否为专用设备	可转产产品
程序烧录	程序烧录设备	是	-
SMT 生产线	贴片机、AOI 自动光学检查设备、锡膏检测设备、回流焊及锡膏印刷机等	否	智能面板、智能门锁、浴霸
DIP 生产线	无铅波峰焊、ICT 测试机等	否	智能面板、智能门锁、浴霸
总装精益线	四轴机器人锁螺钉机	否	智能面板
检测设备	主要为试验箱、屏蔽房及分析仪等设备	否	智能面板、智能门锁、浴霸

线控器生产过程中，除程序烧录设备为专用设备外，其他设备均属于通用设备，可用于智能面板的生产，从而实现产能转化。除此之外，SMT 生产线、DIP 生产线和检测设备也可用于智能门锁、浴霸的部分生产工序，从而实现部分产能转化。

报告期内，公司智能面板、智能门锁产能利用率、产量变动情况如下：

单位：万个/把/台

产品类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
智能面板	产能	88.28	74.81	49.05
	产量（自制）	54.65	61.91	28.84
	产能利用率（自制）	61.91%	82.75%	58.79%
	产量（自制+OEM）	54.65	62.30	34.20
	产能利用率（自制+OEM）	61.91%	83.27%	69.72%
智能门锁	产能	10.88	10.72	10.90
	产量（自制）	9.72	3.13	2.04
	产能利用率（自制）	89.34%	29.24%	18.73%
	产量（自制+OEM）	12.13	7.94	11.51

产品类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	产能利用率（自制+OEM）	111.49%	74.07%	105.61%

由上表可见，报告期内，公司智能面板、智能门锁的自制产量逐年提升，现有产能已无法满足生产需求；另外报告期内浴霸产品销售规模快速增长，由于产能受限主要采取 OEM 生产模式，未来亦将逐步提升自制比例，因此线控器生产通用设备可转产上述产品。

截至 2022 年 5 月 31 日，智能面板、智能门锁、浴霸的在手订单情况如下：

项目	在手订单金额（万元）	在手订单产品数量（万个/把/台）
智能面板	708.26	6.93
智能门锁	858.63	2.02
浴霸	5,377.30	32.89
合计	6,944.18	41.84

由上表可见，目前公司智能面板、智能门锁、浴霸在手订单情况良好。

综上分析，线控器停产后主要机器设备用于转产智能面板、智能门锁、浴霸，智能门锁、浴霸可提升自制比例，不会造成机器设备闲置。

（二）结合前述情况说明报告期内对固定资产及在建工程的减值测试情况，各期减值准备是否已计提充分

1、报告期内固定资产减值测试情况及减值准备计提情况

公司于每年年终组织对固定资产的全面盘点，对于无法满足使用条件的固定资产及时进行处置或报废，对正常使用的固定资产根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》进行减值测试。减值具体说明如下：

资产负债表日判断长期资产存在减值迹象的，按单项资产为基础计算并确认可收回金额，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可回收金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用；资产预计未来现

现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

各报告期末，公司对固定资产减值迹象的判断过程如下：

序号	准则相关规定	公司具体情况	是否存在减值迹象
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	公司资产的市价无大幅度下跌情况	否
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期无重大变化	否
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期无明显提高	否
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	陈旧过时及损坏资产已及时处置，经盘点，无已陈旧过时或者其实体已损坏的资产	否
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	除线控器业务外，无将被闲置、终止使用或者计划提前处置的资产	线控器业务相关烧录设备存在减值迹象
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等	公司内部报告显示无营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等的情况	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

公司于 2021 年下半年停止线控器业务，在线控器生产过程中，除程序烧录设备为专用设备外，其他设备均属于通用设备，可用于其他产品的生产，实现产能转化，不存在减值情况；烧录设备已做报废处置，对报废时点 2021 年 9 月 30 日的账面价值全额计提减值 4.60 万元。具体计提情况如下：

单位：万元

线控器线体/工序	设备名称	是否为专用设备	账面原值	账面价值	计提减值
程序烧录	烧录器	是	1.08	0.86	0.86

线控器线体/工序	设备名称	是否为专用设备	账面原值	账面价值	计提减值
程序烧录	烧录器	是	1.08	0.87	0.87
程序烧录	烧录器	是	2.02	1.43	1.43
程序烧录	烧录机	是	2.02	1.44	1.44
合计	-	-	6.19	4.60	4.60

公司于 2021 年 11 月对该部分设备进行了处置，相应固定资产减值准备一并处理。

除线控器相关的专用设备外，报告期各期末，公司其余固定资产运行情况正常、状态良好，不存在减值迹象，公司无需进一步进行减值测试，无需计提减值准备。

综上，公司对固定资产的减值测试符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》相关规定，同时减值准备计提充分。

2、报告期内在建工程减值测试情况及减值准备计提情况

报告期各期末，公司无在建工程项目，不存在减值事项。

二、结合发行人同行业可比公司是否采取 OEM 模式、OEM 成本占主营业务成本比例，说明发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司的比较情况，如存在较大差异，请分析原因

（一）发行人同行业可比公司是否采取 OEM 模式、OEM 成本占主营业务成本比例

报告期内，发行人同行业可比公司 OEM 情况：

公司名称	生产模式	OEM 成本占主营业务成本比例
欧普照明	自制+OEM	未披露
佛山照明	自制+OEM	未披露
公牛集团	自制+OEM	未披露
狄耐克	自制	不适用

注：数据来源于各公司年报等公告文件

报告期内欧普照明、佛山照明可查询到的公开数据为公司年报公告，其未披露 OEM 成本占主营业务成本比例；公牛集团曾披露 2018 年 OEM 数量及占比，

未披露 OEM 成本占主营业务成本比例，故无法比较发行人与同行业可比公司 OEM 占主营业务成本比例差异。

OEM 生产模式在照明行业较为普遍，我国照明加工厂商数量较多，生产加工能力较强，其他照明企业如飞利浦、欧司朗、雷士等也均有大量产品采用 OEM 模式生产。就发行人而言，以 OEM 方式作为自主大批量生产方式的补充，使发行人的生产结构更具经济性，也提高了发行人的市场响应速度。

（二）发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司的比较情况，如存在较大差异，请分析原因

报告期内，同行业可比公司每万元机器设备产值情况如下：

单位：万元

公司名称	2021 年	2020 年	2019 年
欧普照明	15.80	14.24	16.20
佛山照明	4.78	1.29	1.15
公牛集团	13.77	12.46	13.79
狄耐克	101.88	95.49	84.45
均值	34.06	30.87	28.90
美智光电	37.50	36.38	33.25

注 1：每万元机器设备产值=营业收入/[期初机器设备原值(万元)+期末机器设备原值(万元)]/2

注 2：数据来源于各公司年报等公告文件

上表可见，发行人的每万元机器设备产值与上述同行业公司平均值近似。由于同行业可比公司在产品结构、业务模式等方面与发行人存在一定差异，使得发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司存在一定差异；同时，同行业可比公司之间也因产品结构、业务模式不同等因素而导致每万元机器设备产值存在着较大差异。上述同行业可比公司的具体产品及应用领域的情况如下：

公司名称	生产模式	具体产品	应用领域
欧普照明	自制+OEM	家居照明灯具、商用照明灯具、光源及控制类产品，主要产品包括吸顶灯、厨卫灯、壁灯、筒灯、射灯、球泡、开关等	公司定位于绿色节能智慧照明企业，产品涵盖住宅、商业连锁、酒店、超市、百货、工业、办公、学校、医院、地铁等领域
佛山照明	自制+OEM	绿色节能照明产品和电工产品，主要产品包括 LED 光源、LED 灯具、LED 汽车	公司主要形成了照明、电工、汽车照明三大板块业务，产品线覆盖家居、商业、户外、办公、教育等领

公司名称	生产模式	具体产品	应用领域
		照明、传统照明、开关、插座等	域
公牛集团	自制+OEM	电连接、智能电工照明、数码配件三大业务板块，主要产品包括转换器，墙壁开关插座、LED 照明、断路器、生活电器、智能门锁、数码配件等	产品广泛应用于家庭、办公等用电场合，产业布局主要围绕民用电工及照明领域
狄耐克	自制	楼宇对讲、智能家居等智慧社区安防智能设备	产品覆盖新风系统、智慧通行、智能门锁等智慧社区、智慧医院相关应用领域
美智光电	自制+OEM	照明及智能前装产品，主要产品包括台灯、筒射灯、浴霸、智能门锁、智能面板、开关等	公司综合运用智能交互及智能控制技术，产品广泛应用于住宅、酒店、商业综合体、学校、医院、交通场馆等各类场景

从业务模式与具体产品角度，发行人与欧普照明、佛山照明的可比业务为照明类，与公牛集团的可比业务为电工类，与狄耐克的可比业务为智能家居类；公司与欧普照明、佛山照明、公牛集团业务模式均为“自制+OEM”，狄耐克完全为自制，上述公司均与发行人存在一定差异，使得发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司存在一定差异。

三、结合发行人当前固定资产规模与生产能力配比情况，说明募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况

公司主要生产照明及智能前装产品，本次募投项目也是生产照明及智能前装产品。截至 2021 年 12 月 31 日，公司当前固定资产规模与生产能力的配比情况与本次募投项目固定资产投资规模与将形成的生产能力配比情况的分析如下：

当期固定资产规模与生产能力配比情况			募投项目固定资产投资规模与生产能力配比情况		
当前照明及智能前装产品产值（万元）	当前设备固定资产原值（万元）	单位产值固定资产投资额	新增照明及智能前装产品产值（万元）	募投项目设备固定资产原值（万元）	单位产值固定资产投资额
A: 当前产能×平均销售单价	B	C=B/A	D=募投新增产能×募投销售单价	E	F=E/D
46,517.67	2,705.54	0.0582	88,495.58	5,589.50	0.0632

本次募投项目的单位产值固定资产投资额略高于当前的单位产值固定资产投资额，主要原因有以下两个方面：

1、募投项目新增设备对比当前设备在精密度、信息化、智能化方面都有一定的提升,生产工艺技术更为先进,在制造端能为客户提供更优质的产品和服务,设备造价相对较高;

2、公司拟在智能家居智能化集控领域投入网关等控制模组的自制研发和生产制造能力,以提升产品市场竞争力,进一步改善用户使用体验,该领域的生产设备精密度更高,投资金额更高。

结合上述情况,发行人本次募投项目固定资产投资规模与将形成的生产能力匹配,符合公司业务发展的需要。

四、申报会计师核查情况

(一) 核查程序

申报会计师履行了如下核查程序:

1、访谈发行人生产部门人员,了解线控器生产工艺流程、主要生产设备及通用性;

2、获取并核查报告期内智能面板、智能门锁、浴霸的产能、自制产量、OEM产量明细表,以及截至2021年12月31日的在手订单明细表,分析线控器停产是否会导致机器设备闲置;

3、了解发行人长期资产减值政策、减值测算的过程和计算方法,以确定其是否符合企业会计准则的相关规定;

4、报告期期末对发行人主要长期资产进行监盘,了解公司长期资产使用状态,是否存在闲置、异常等情况,分析是否存在固定资产减值迹象,重点关注与公司线控器业务相关的设备使用状况,复核其减值测算的过程和计算方法,分析固定资产减值的充分性;

5、获取发行人报告期各期末固定资产明细表,查阅同行业可比公司公开信息披露文件,将发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司进行比较,并进一步分析差异原因;

6、查阅募投项目可行性研究报告,复核拟购置设备清单及项目效益测算过程;

7、获取发行人截至 2021 年 12 月 31 日的机器设备明细表，分析发行人当前固定资产规模与生产能力配比情况以及募投项目固定资产投资规模与将形成生产能力的匹配情况，访谈发行人生产部门人员，了解差异的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、从智能面板、智能门锁、浴霸的产量、产能利用率及在手订单情况来看，线控器停产后主要机器设备用于转产智能面板、智能门锁、浴霸，智能门锁、浴霸可实现生产模式逐步由 OEM 向自制转化，不会造成机器设备闲置；

2、截至 2021 年 12 月 31 日，公司线控器业务相关的专用设备存在减值迹象，公司已严格按照长期资产减值的会计政策计提减值准备，减值准备计提充分；除此之外，报告期各期末，公司其余固定资产运行正常、状态良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备；

3、报告期各期末，公司无在建工程项目，不存在减值事项；

4、除狄耐克外，发行人同行业可比公司均有采用 OEM 模式；基于公开信息披露的局限性，无法查询到上述同行业可比公司的 OEM 成本占主营业务成本比例，发行人的每万元机器设备产值与上述同行业公司平均值近似，但由于同行业可比公司在产品结构、业务模式等方面与发行人存在一定差异，使得发行人每万元机器设备产值与同行业可比公司存在一定差异；

5、发行人本次募投项目固定资产投资规模与将形成的生产能力匹配，符合发行人业务发展需要。

(此页为美智光电公司容诚专字[2022]518Z0508 号报告之签字盖章页。)

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师:

欧昌献(项目合伙人)



中国注册会计师:

曾光



2022 年 7 月 1 日



照 执 业

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

(副本)(5-1)

名称 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

容诚会计师事务所

类型

特殊普通合伙企业

找事务合伙人 经营范围

肖厚发

成立日期

合伙期限

主要经营场所

2013年12月10日

2013年12月10日至12月11日

北京市西城区阜成门大街22号11层外经贸大厦
901-22至901-26

[illegible]

登记机关

2021 年 12 月 17 日

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制

证书序号: 0011869



说明

- 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》。

会计师事务所

执业证书

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

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
业务报告附件专用

发证机关: 北京市财政局

二〇一九年六月十日

中华人民共和国财政部制



欧昌献
110001540265
深圳市注册会计师协会

证书编号: 110001540265
No of Certificate
批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 二〇〇九年六月五日
Date of Issuance

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.



姓名: 欧昌献
Full name
性别: 男
Sex
出生日期: 1983-10-17
Date of birth
工作单位: 利安达会计师事务所有限责任公司
Working unit
身份证号码: 440921198310177151
Identity card No.



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



同意调入
Agree the holder to be transferred to



注意事项

- 一、注册会计师执行业务, 必须时须向委托方出示本证书。
- 二、本证书只限于本人使用, 不得转让、涂改。
- 三、注册会计师停止执行业务时, 应将本证书缴还主管注册会计师协会。
- 四、本证书如遗失, 应立即向主管注册会计师协会报告, 登报声明作废后, 办理补发手续。

NOTES

1. When practising, the CPA shall show the client this certificate when necessary.
2. This certificate shall be exclusively used by the holder. No transfer or alteration shall be allowed.
3. The CPA shall return the certificate to the competent Institute of CPAs when the CPA stops conducting statutory business.
4. In case of loss, the CPA shall report to the competent Institute of CPAs immediately and go through the procedure of reissue after making an announcement of loss on the newspaper.

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



同意调入
Agree the holder to be transferred to



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



同意调入
Agree the holder to be transferred to





110101300781
深圳市注册会计师协会

证书编号: 110101300781
Issued Certificate

协会名称: 深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2015 年 11 月 04 日
Date of Issuance

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.



姓名: 魏 强
Full name
性别: 男
Sex
出生日期: 1979-10-10
Date of birth
工作单位: 瑞华会计师事务所(普通合伙)
Working unit
身份证号码: 421131195310274420
Identity card No.



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



同意调入
Agree the holder to be transferred to

中审众环会计师事务所
(特殊普通合伙)
CPAs
2018年11月16日

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



同意调入
Agree the holder to be transferred to

中审众环会计师事务所
(特殊普通合伙)
CPAs
2019年11月30日

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.



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.

