



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
ZHONGXINGHUA CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址（location）：北京市丰台区丽泽路 20 号丽泽 SOHO B 座 20 层
20/F, Tower B, Lize SOHO, 20 Lize Road, Fengtai District, Beijing PR China
电话（tel）：010-51423818 传真（fax）：010-51423816

关于青岛豪江智能科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第三轮审核问询函的回复

中兴华报字（2022）第 020098 号

深圳证券交易所：

根据贵所出具的《关于青岛豪江智能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〔2022〕010408 号）（以下简称“审核问询函”）的有关要求，中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为青岛豪江智能科技股份有限公司（以下简称“豪江智能”、“发行人”、“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题进行了逐项核查，现回复如下，请审核。

本回复所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，均为合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

本回复中部分合计数与各明细直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成。



目 录

问题 1.关于发行人和梦百合的合作	1
问题 2.关于业绩下滑和募投项目	27
问题 4.关于固定资产	85
问题 6.关于信息披露质量	107
问题 7.关于豪江电器采购	110

问题 1.关于发行人和梦百合的合作

申报材料及前次审核问询回复显示：

（1）江苏里高智能家居有限公司（以下简称：江苏里高）为公司报告期内第一大客户，其系梦百合家居科技股份有限公司（603313.SH）（以下简称：梦百合）的控股子公司，报告期各期，发行人占梦百合体系内采购同类产品的比重分别为 80%、99.7%、100%（剔除向其他供应商的备件采购金额 4.78 万元）、99.6%；2021 年度，梦百合亏损 2.76 亿元；

（2）发行人向江苏里高提供的信用政策与其他内销客户相近。

请发行人：

（1）说明发行人产品在梦百合电动床成本的占比及下游客户替换供应商的成本，发行人和梦百合的在售订单签署情况及合作稳定性；进一步分析发行人相关产品销售是否存在被竞争对手替代的风险，在客户稳定性和业务持续性方面是否存在重大风险，发行人是否具备持续开发新产品或开拓新客户资源的能力，相关风险是否充分披露；

（2）逐条分析梦百合 2021 年全年业绩大幅亏损的原因、江苏里高在梦百合体系的定位，梦百合业绩亏损对发行人业绩及发行人和江苏里高合作的影响；

（3）说明发行人向江苏里高提供的信用政策与其他内销客户差别的情况及定价的公允性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

公司回复：

（1）说明发行人产品在梦百合电动床成本的占比及下游客户替换供应商的成本，发行人和梦百合的在售订单签署情况及合作稳定性；进一步分析发行人相关产品销售是否存在被竞争对手替代的风险，在客户稳定性和业务持续性方面是否存在重大风险，发行人是否具备持续开发新产品或开拓新客户资源的能力，相关风险是否充分披露；

一、关于发行人产品占比及下游客户替换成本的说明

根据访谈了解，发行人产品在梦百合电动床成本中的占比约为 1/3 左右。

根据访谈及梦百合公开披露的数据，按照 2021 年梦百合电动床产品营业成本 52,469.94 万元、1/3 的成本占比、同时剔除直接外采电动床成品¹的金额 4,423.45 万元进行估算，当期梦百合电动床产品成本中包含的智能线性驱动产品金额为 16,015.50 万元，与发行人 2021 年度向江苏里高销售智能线性驱动产品的金额 15,579.51 万元差异较小。考虑到存在以往年度库存等因素，发行人产品在梦百合电动床成本中的占比约为 1/3 左右具有合理性。

公司下游客户如若拟替换供应商，则主要需承担以下成本：

（一）原材料采购成本的增加

与同行业公司相比而言，发行人长期深耕床用驱动器领域，就该领域已在供应链、生产工艺等方面积累了丰富的经验并最终形成了较好的成本管控机制，因此发行人下游客户如更换供应商，可能将面临一定的成本上涨风险。以发行人下游客户江苏里高的情况为例：

2019 年至 2021 年，梦百合智能电动床产品毛利率、豪江智能对江苏里高销售智能线性驱动产品的毛利率、同行业可比公司毛利率情况对比如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
梦百合电动床产品毛利率	31.04%	34.70%	35.16%
豪江智能对江苏里高销售产品毛利率	21.10%	22.37%	20.26%
捷昌驱动综合毛利率	26.95%	39.31%	35.63%
凯迪股份综合毛利率	20.92%	31.64%	37.00%
乐歌股份综合毛利率	39.72%	46.74%	46.47%

如上表所示，豪江智能为江苏里高提供的产品在同行业公司中具有价格优势。另据访谈了解，发行人供应给江苏里高的产品较同类产品具有 10%-20% 的性价比优势，结合发行人 2021 年度对江苏里高销售智能线性驱动产品金额 15,579.51 万元进行测算，则由于替换供应商而导致的江苏里高采购成本增加值为 1,731.06

¹ 梦百合旗下的家居百货零售商，如美国 MOR、西班牙 MATRESSES 等为相对独立的销售渠道，会根据市场需求直接采购不同品牌的电动床成品进行销售，因此电动床的成本构成中存在直接外购商品。

万元至 3,894.88 万元。

（二）产品认证和测试成本

发行人下游的终端消费品制造商在向终端消费市场推出新产品前，应进行产品整体认证、测试工作，而发行人作为核心部件供应商提供的智能线性驱动产品不仅需自行进行独立的 ETL、FCC 等认证，其供应的核心部件也是终端制造商进行终端产品整体认证和测试的一部分。以智能电动床在美国上市为例，其不仅需要智能线性驱动部件由部件生产商进行独立的 ETL、FCC 等认证，在整床上市前也需要终端产品制造商进行 UL 认证同时还需进行较长时间的测试工作。如终端消费品制造商更换供应商、使用新部件，则原有产品整体认证不能继续使用，应根据新的驱动部件重新进行整床认证并进行大量测试，新供应商相关产品也应及时完成独立认证工作。

因此，替换供应商将使发行人下游客户产生额外的认证和测试成本，并可能给下游客户带来因产品认证和测试无法及时完成而产生的交付或其他风险，相关成本和风险无法具体量化。

（三）售后服务成本

发行人下游客户所生产的终端消费品一般会给予消费者 3-5 年的质保期（以 5 年居多），而发行人作为其中的核心部件供应商，发行人下游客户在操控器、驱动器和控制器等方面的售后服务需要发行人持续供应配件予以配合。并且发行人下游客户为了减轻其售后服务的压力和及时性，倾向于相关产品的驱动器、驱动器控制系统具有长期稳定的一致性，以便不仅能够使用现有驱动、控制部件去解决以往出售产品中存在的问题，也使得其售后服务人员无须不断更新知识方能解决其产品质量问题，从而能够迅速处理消费者提出的各种售后问题。如发行人下游客户替换供应商，则驱动器及其控制系统必然将发生变化，为售后问题的解决增加困难。以一些主要客户要求为例，在 A 系列智能电动床被迭代的 B 系列智能电动床替代后，其希望发行人目前提供的 B 系列操控器能够去遥控过往年份所生产的 A 系列智能电动床，以保证能够尽快处理相关的售后问题，而无需大量储备 A 系列智能电动床的相关备件或再次下单要求发行人生产零星配件。参考梦百合电动床业务，其在 2019 年至 2021 年期间的销售量合计已达 116.77 万

套。发行人下游客户的售后服务压力持续累积中。

因此，替换供应商将使发行人下游客户产生额外的备件成本、人员培训成本并可能给下游客户带来因售后处理问题产生的声誉或其他风险，相关成本和风险无法具体量化。

（四）试错成本

发行人下游客户在购买发行人产品进行加工后，以智能电动床等终端产品的形式交付至消费者进行使用和体验，消费者在使用中对产品的舒适度、安全性以及操作便捷性等方面均要求较高，如一旦出现用户体验不佳乃至安全问题，将对发行人下游客户产品所对应的终端品牌造成较大伤害，这也是发行人主要下游客户均与发行人合作了 1 年以上方才逐渐提高其采购金额的原因之一。截至报告期末，发行人与主要客户均已合作 3 年以上，与核心客户已合作 5 年以上。因此，发行人下游客户如更换供应商将面临试错成本，同时越是市场份额较大、品牌知名度较高的下游客户其容错率越低，相关成本和风险无法具体量化。

（五）小结

发行人与下游客户的稳定合作是经历了较长时间磨合后的产物，下游客户如拟替换供应商其实际承受的可量化的经济成本相对较少，更多付出的是产品认证和测试、售后服务、试错等需要花费较多时间、进行大量沟通并承担一定风险的无法量化事项导致的成本。

二、对来自江苏里高的在手订单情况及合作稳定性的说明

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在 2022 年度已完成江苏里高订单金额 5,019.16 万元（不含税），来自江苏里高的在手订单金额为 1,249.82 万元（不含税）。

报告期内，虽然江苏里高与发行人之间以“框架协议+制式订单”的方式进行合作，不存在有强制性采购义务的长期供货协议，但双方的合作关系较为稳定，体现在如下方面：

（一）稳定可靠的供货能力及商业信誉

江苏里高在 2016 年第二季度基本完成了针对智能电动床的研发和定型，自

2016 年 9 月开始量产并交付，2017 年之后逐渐步入正轨。在梦百合电动床业务发展的历程中，其业务模式以 ODM 为主，豪江智能自 2016 年起就因良好的定制化能力和经营能力得到了江苏里高的认可，在江苏里高能够自主决定合作对象的 ODM 订单领域，发行人始终是其唯一的驱动产品供应商。回顾双方合作历程，截至目前江苏里高与豪江智能已合作约 6 年时间。在双方长期的合作中，豪江智能一直保持着较好的供货记录，**2019 至 2021 年**，豪江智能与江苏里高间交易的退换货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退货	-	-	-
返修	-	-	14.24
质量扣款	78.46	-	-
合计	78.46	-	14.24
占当年双方交易金额的比重	0.53%	-	0.12%

如上表所示，发行人提供给江苏里高的产品极少出现质量问题，供货稳定可靠，保障了江苏里高在智能电动床终端市场的口碑，是双方持续稳定合作的基础。并且，发行人与江苏里高自合作至今，双方未发生任何诉讼、仲裁事项，在与江苏里高的合作中发行人始终保持着良好的商业信誉。

（二）良好的定制化研发实力及产品性价比

江苏里高原为传统的家具、床垫和其他家居用品生产厂商，为了在短时期内完成从传统家具厂商向智能家具厂商的转型并迅速抢占市场份额，最为经济和便捷的方式即为选择一家可靠的供应商为其传统床类产品赋予智能化——即智能线性驱动器和控制装置。而发行人及其前身自 2003 年成立时起即已开始深耕智能线性驱动市场，在与江苏里高合作前已通过 13 年的时间对智能线性驱动系统在研发、生产和供应链等方面进行了大量经验和技术积累，并自 2015 年起开始为美国智能电动床市场的第一大制造商 LEGGETT & PLATT 供货。

一方面，豪江智能凭借较好的定制化能力，协助江苏里高在较短时间内完成了较多 ODM 产品的研发、试样工作，江苏里高的智能电动床产品基本以豪江智能线性驱动产品的性能参数、控制方式等作为其设计基础、以豪江智能线性驱动产品作为整床 UL 等认证的一部分，而豪江智能也为配合江苏里高的产品研发进

行了大量的深度开发工作，并就部分核心技术形成了若干专利——如一种单电机电动马达驱动器（专利号：2019222823358），同时进行了出口至美国等市场所需的大量产品认证工作——如供应给江苏里高的 HJA67S、HJA35 型号的单马达驱动器以及 HJC9 型号的控制器等均已取得 ETL 等认证。豪江智能的深度定制化服务能够帮助江苏里高更好应对终端市场多变的需求并助其提升市场份额，双方对智能电动床市场已形成了互利共赢的联合开发态势。在发行人的赋能下，梦百合的电动床业务飞速发展，2018 年至 2021 年梦百合电动床业务年复合增长率为 48.66%。

另一方面，相较于 LEGGETT & PLATT 和麒盛科技而言，江苏里高作为智能电动床市场的后入者，需要在保证产品质量的前提下提升自身的产品性价比以打开市场突破口并获取利润。豪江智能作为梦百合电动床产品的核心部件供应商，通过向其提供性价比较高的产品，为江苏里高在顺利拓展市场的同时也保留了较为丰厚的盈利空间，**2019 至 2021 年**，梦百合电动床产品毛利率与豪江智能对江苏里高销售智能线性驱动产品的毛利率对比如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
梦百合电动床产品毛利率	31.04%	34.70%	35.16%
豪江智能对江苏里高销售产品毛利率	/	/	/
捷昌驱动综合毛利率	26.95%	39.31%	35.63%
凯迪股份综合毛利率	20.92%	31.64%	37.00%
乐歌股份综合毛利率	39.72%	46.74%	46.47%

注：上述数据来源于梦百合、捷昌驱动、凯迪股份、乐歌股份发布的定期报告及公告。上述毛利率数据已申请豁免披露。

如上表所示，发行人为江苏里高提供的产品在同行业公司中具有价格优势，有利于江苏里高以产品性价比优势开发新的客户且保障其自身盈利。

（三）当前市场供需关系

江苏里高目前采购发行人产品主要应用于智能电动床领域。目前同行业可比公司在智能电动床驱动产品布局的情况如下所示：

公司名称	目前主要产品	智能电动床用驱动产品布局情况
捷昌驱动 (603583.SH)	智慧办公驱动系统	IPO 募投项目拟投资 9,705.07 万元用于智能家居建设，截至 2021 年 10 月 25 日，该项目未投入建设并终止。

公司名称	目前主要产品	智能电动床用驱动产品布局情况
		捷昌驱动于 2021 年 7 月并购奥地利智能办公及智能家居驱动生产企业 Logic Endeavor Group GmbH（以下简称“LEG”），LEG 及其旗下子公司控制器的年销售规模约为 200 万件，各类驱动器（包括智慧办公及智能家居领域）的年销售规模约为 70 万件。
凯迪股份 (605288.SH)	功能沙发和升降办公桌用线性驱动产品	从公司目前公开披露的客户结构、募投项目情况等公开文件，暂未发现其明显开展电动床业务的公开信披文件。
乐歌股份 (300729.SZ)	主营产品为人体工学工作站系列产品，包括线性驱动智慧办公升降桌、智慧升降工作站、智能小秘书工作站、智慧升降学习桌、智能电脑架、智能健身车、智能电动床等	乐歌股份拟投资 20 亿元建设“线性驱动核心技术智能家居产品智能工厂项目”。乐歌股份目前的产品管线以终端消费品为主，智能线性驱动产品为其中间产品。根据其 2021 年 12 月 2 日发布的投资者关系活动记录表显示，乐歌股份已进入智能电动床终端消费市场。

数据来源：各公司公开披露文件。

注：根据凯迪股份 2020 年度业绩说明会显示：“公司主营业务收入平均 90%以上来源于智能家居驱动系统和智慧办公驱动系统产品，为公司业务发展的核心。电动尾门驱动系统产品和医疗康护驱动系统产品目前占比较低。公司主要客户包括 Southern Motion、Ashley、Teknion Limited、Fellowes Inc、华达利、顾家家居、海派家居、荣泰健康等国内外知名的家具、办公用品生产商。”根据招股说明书显示，其产品以功能沙发和升降办公桌用线性驱动产品为主，且披露的主要客户与年度业绩说明会完全一致。据此推断，凯迪股份的主营业务产品在其上市后未发生大幅变化。

如上表所示，捷昌驱动目前尚未大规模进入电动床用驱动市场，但根据捷昌驱动发布公告显示，其收购的 LEG 虽然主要产品是电动升降桌升降立柱总成（立柱内部的核心伸缩部件）及控制器，LEG 同时具备智能家居产品的生产能力，可满足已终止的智能家居控制系统所规划的市场需求。因此，虽然 LEG 目前的核心业务非电动床用驱动系统的生产和销售，但不排除未来会利用其在欧洲的影响力和区位优势大规模进入电动床用驱动市场。LEG 产能主要布局在境外，除 LEG 外，捷昌驱动未在智能电动床驱动产品领域形成大批量、稳定的产能布局。

凯迪股份虽暂未大规模进入电动床用驱动市场，但其主要客户中的顾家家居已开始在国内推出自己的电动床产品，未来不排除凯迪股份会借助其客户扩大产品布局的时机介入电动床用驱动市场。但根据凯迪股份公开披露信息显示，其目前亦暂未在智能电动床驱动产品领域形成大批量、稳定的产能布局。

乐歌股份以终端市场为目标，与发行人在智能电动床领域未形成直接的竞争关系，其将与发行人下游的江苏里高、LEGGETT & PLATT 等形成直接竞争关系。

此外，目前麒盛科技主要采购德沃康科技的床用驱动产品，LEGGETT & PLATT 在床用驱动领域主要采购发行人、丹麦 LINAK 公司和德沃康科技的产品。从下游细分角度，发行人与德沃康科技、丹麦 LINAK 公司形成了直接的竞争关系。

但考虑到江苏里高与麒盛科技、LEGGETT & PLATT 存在一定竞争关系且发行人在定制化服务、产品定位等方面与江苏里高适配度较好，同时同行业可比公司暂未形成与江苏里高相匹配的大批量、稳定的产能布局，因此出于保护商业秘密、维护供应链稳定性等方面的考虑，江苏里高与豪江智能继续在智能电动床驱动产品领域加强合作是其较好的商业选择。

（四）替换供应商需付出一定的成本

关于江苏里高替换供应商所需付出的成本，详见本题“一、关于发行人产品占比及下游客户替换成本的说明”中的相关内容。

（五）小结

发行人与江苏里高的合作稳定性是基于双方在长期合作中豪江智能良好的商业信誉、定制化服务能力、产品性价比并受市场供需关系等多方面因素影响所导致的，并且如替换供应商除付出一定的经济成本外还需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险，因此虽无具有强制约束性的合作协议对双方长期合作予以绑定，但双方的合作稳定性较高。

三、关于发行人经营风险的说明

（一）产品被替代及客户稳定性、业务持续性的风险说明

2021 年度与公司合作 3 年以上（在 2019 年前建立合作关系）、年交易金额在 100 万元以上的客户所贡献的销售收入占比已达 85.50%、合作 5 年以上（在 2017 年前建立合作关系）、年交易金额在 100 万元以上的客户所贡献的销售收入占比已达 61.82%。发行人对客户的承诺可信度已经历了长时间检验，客户信任度、稳定性的不断提升也是发行人近年来稳步成长的基石。此外，发行人主要为 TO B 类的业务且为产业链中间环节，其产品质量、服务响应度和产品性价比直接影响下游客户产品的质量和利润空间，规模越大的客户越希望维护供应链的稳

定。如以发行人报告期内的退换货情况来看，相关情况极少发生并因此获得了客户的认可：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
退货	34.64	0.10%	127.52	0.17%	22.52	0.04%	69.51	0.14%
返修	715.16	2.10%	262.54	0.34%	272.41	0.44%	234.67	0.46%
质量扣款	5.27	0.02%	99.94	0.13%	81.65	0.13%	-	0.00%
小计	755.06	2.22%	490.00	0.64%	376.58	0.60%	304.18	0.60%

但如前文所述，虽然发行人与下游客户的合作已经历了较长时间，发行人凭借良好的研发、生产、品控能力已获得了广大客户的信任。但发行人下游客户替换供应商其实际承受的可量化的经济成本相对较少，更多的是需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本，并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险。

总之，发行人在相当长的时间内凭借稳定可靠的供货能力及商业信誉、良好的研发和定制化能力以及产品性价比已在客户群中积累了较好的美誉度，在产品被替代、客户稳定性和业务持续性方面不存在重大风险。

并且，发行人已对产品被替代、客户稳定性和业务持续性方面的风险在招股说明书“重大事项提示”之“一、（二）市场竞争加剧风险”、“第四节 风险因素”之“一、（三）市场竞争加剧风险”进行了风险提示，具体如下：

“虽然目前发行人与同行业企业在智能线性驱动市场的不同细分领域各有所长，但为了扩大市场份额，同行业公司已开始向其他竞争对手的擅长领域布局，如捷昌驱动已开始布局发行人优势领域（电动床用驱动市场）、凯迪股份亦具备进入发行人优势领域的的能力，而发行人同样也开始布局智能办公相关产能，整个智能线性驱动市场的竞争将日趋激烈。发行人下游客户如拟替换供应商其实际承受的可量化的经济成本相对较少，更多的是需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本，并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险。如果公司不能在设计研发、产品质量和定制化配套服务能力等方面及时全面地提高产品市场竞争力，将面临市场份额下降、产品被竞争

对手替代的风险。”

（二）开发新产品或开拓新客户的风险说明

在新产品开发方面，一方面发行人在传统优势领域不断推出新的智能线性驱动产品，仅 2021 年，发行人就新取得的产品认证证书 82 项，涉及数百个产品型号，一系列紧跟市场热点，具有物联网、睡眠监测、止鼾等功能的产品也已相继研发成功并推出市场；另一方面，发行人基于对行业发展趋势的判断和相关生产能力以及技术的积累，分别于 2019 年正式推出智能办公产品、2021 正式推出智能遮阳产品，开始基于“全屋定制”、“全屋智能”的理念布局新的产品线。

因此，发行人目前具有较好的新产品开发实力并取得了一定成果，随着智能线性驱动产品下游应用领域的不断拓展以及行业相关行业技术的不断进步，发行人有能力不断推出新的产品以满足终端市场日益多样化的需求。

在新客户开发方面，报告期内，发行人的有效客户数从 2019 年的约 300 个逐步发展到 2022 年 6 月末的约 600 个，具备良好的新客户开发实力。基于发行人目前的生产和技术实力已居于行业前列，具备将家居、医养等领域的产品予以智能化的“交钥匙”能力；同时智能线性驱动产品的终端消费品牌、消费产品日渐增多，新入局者不断涌现，尤其中国市场仍处于发展早期，因此发行人未来新客户数量有望持续增长。但由于发行人主要从事 TO B 类业务，B 端客户在选择供应商时一般较为谨慎，并且目前智能线性驱动产品的终端消费市场以境外为主，新冠疫情的管控措施对发行人开拓新客户产生了一定阻碍。

因此，发行人已对开发新产品或开拓新客户的风险在招股说明书“重大事项提示”之“一、（五）新市场开拓的风险”、“第四节 风险因素”之“一、（六）新市场开拓的风险”进行了风险提示，具体如下：

“公司目前生产的智能家居线性驱动产品主要应用于家居用床领域，为智能电动床、电动沙发提供核心动力及控制系统，并向遮阳、**办公**、**工业**等场景延展。虽然发行人目前已在智能电动床领域占据一定市场份额，但是针对遮阳、**办公**、**工业**等场景的市场开拓，需要发行人寻找市场切入点，攻克市场推广难点，形成成熟产品线。发行人主要从事 TO B 类业务，获取客户资源、取得客户信任需要一定时间，并且发行人所擅长的控制技术在部分尚待开拓的市场应用场景暂时无

法形成对竞争对手的产品优势，此外部分下游领域客户对产品定制化、性价比的需求相对较弱、同时发行人下游应用领域国内市场发展较慢，前述原因导致发行人存在新业务开拓的风险。

以发行人负责智能遮阳业务的子公司容科机电为例，其 2021 年、2022 年 1-6 月分别实现销售收入 240.76 万元、368.21 万元，净利润分别为-1,223.59 万元、-434.67 万元。目前，遮阳市场处于起步阶段，发行人已针对市场特点制定多样化的开拓策略，针对新市场开拓所采取的措施能否取得预期效果尚存在一定的不确定性、取得客户信任尚需时间。

此外，公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月外销收入占主营业务收入的比例分别为 57.52%、54.93%、58.38%及 60.79%，外销收入占比较高。目前新冠疫情仍在全球范围内延续，受限于各国新冠疫情发展和疫情防控措施，发行人主要通过电话、邮件、网络等方式联络境外客户、开拓境外市场，上述联络方式存在一定局限性，如市场推广效果不及预期，将加剧发行人面临的新市场开拓风险。”

(2) 逐条分析梦百合 2021 年全年业绩大幅亏损的原因、江苏里高在梦百合体系的定位，梦百合业绩亏损对发行人业绩及发行人和江苏里高合作的影响

一、关于梦百合 2021 年度业绩大幅亏损的原因

(一) 总体情况

根据梦百合发布的《2021 年年度业绩预亏公告》（公告编号：2022-002），其预计 2021 年度归属于上市公司股东的净利润为亏损 24,000 万元-亏损 30,000 万元。根据《梦百合家居科技股份有限公司 2021 年年度报告》²显示，其 2021 年归属于上市公司股东的净利润为-27,553.23 万元、扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润为-25,839.20 万元。梦百合业绩预亏内容与最终实际情况保持一致。

2021 年度，梦百合合并利润表如下：

² 如无特别说明，本题所涉及梦百合相关公司简称均与《梦百合家居科技股份有限公司 2021 年年度报告》释义保持一致

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度
一、营业总收入	813,925.46	653,013.43
其中：营业收入	813,925.46	653,013.43
二、营业总成本	825,835.30	604,173.07
其中：营业成本	582,205.10	431,538.99
税金及附加	3,039.01	2,375.90
销售费用	131,351.41	88,152.70
管理费用	66,401.43	46,059.96
研发费用	12,424.87	11,015.59
财务费用	30,413.48	25,029.93
其中：利息费用	14,051.64	8,025.85
利息收入	294.32	1,212.90
加：其他收益	2,321.54	3,468.20
投资收益（损失以“－”号填列）	1,834.87	752.45
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-35.31	95.02
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	238.89	0.00
公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	451.88	2,560.00
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-11,047.27	-3,951.57
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-2,383.05	-268.61
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-50.23	126.86
三、营业利润（亏损以“－”号填列）	-20,782.11	51,527.68
加：营业外收入	5,453.94	220.11
减：营业外支出	12,088.21	4,288.60
四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）	-27,416.38	47,459.20
减：所得税费用	-452.57	5,793.78
五、净利润（净亏损以“－”号填列）	-26,963.81	41,665.41
（一）按经营持续性分类	0.00	0.00
1.持续经营净利润（净亏损以“－”号填列）	-26,963.81	41,665.41
2.终止经营净利润（净亏损以“－”号填列）	0.00	0.00
（二）按所有权归属分类	0.00	0.00
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“－”号填列）	-27,553.23	37,858.57
2.少数股东损益（净亏损以“－”号填列）	589.42	3,806.84

（二）亏损原因分析

2021 年度，梦百合营业收入同比增长 24.64%，归属于上市公司股东的净利润同比下滑 172.78%。因梦百合 2021 年年度报告中未就净利润下滑的原因进行专项说明，在此以梦百合《2021 年年度业绩预亏公告》中列示的主要亏损原因并结合其 2021 年年报披露内容予以逐项说明。根据梦百合《2021 年年度业绩预亏公告》显示，梦百合 2021 年度大幅亏损的原因主要包括：原材料价格、人工成本及海外运输成本均大幅上涨，导致产品毛利率下降；受反倾销影响其子公司恒康塞尔维亚的业绩大幅下滑；美国东部、美国西部的两处工厂受疫情影响进度不及预期以致持续亏损；因诉讼计提大额预计负债；对减值资产计提减值准备。同时，前述因素中除毛利率下降外，其他导致梦百合业绩大幅亏损的原因均与梦百合电动床业务无关。现就前述原因结合梦百合 2021 年年报逐项说明如下：

1、毛利率下降

2021 年度，梦百合主营业务收入为 791,189.75 万元、主营业务成本为 562,918.80 万元、主营业务毛利率为 28.85%，其中主营业务毛利率较上一年度下降了 5.32 个百分点，原材料价格、人工成本以及海外运输成本的上升是导致毛利率下滑的主要因素。

（1）分产品毛利率

根据梦百合公开披露的数据，仅就电动床而言，其 2021 年的毛利率为 31.04%，较 2020 年下降了 3.66 个百分点，对主营业务毛利率的下降构成一定影响，但并非主要因素。记忆绵床垫和其他类毛利率的大幅下滑是导致梦百合 2021 年度毛利率下滑的主要因素。梦百合 2021 年分产品毛利率情况如下：

产品类型	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	毛利率 (%)	营业收入比 上年增减 (%)	营业成本比 上年增减 (%)	毛利率比 上年增减
记忆绵床垫	374,847.59	279,209.92	25.51	21.66	34.56	减少 7.14 个百分点
记忆绵枕头	63,282.51	48,971.80	22.61	12.13	20.68	减少 5.49 个百分点
沙发	130,227.59	82,955.33	36.30	33.56	31.49	增加 1.01 个百分点
电动床	76,087.48	52,469.94	31.04	15.46	21.94	减少 3.66 个百分点
卧具	79,671.55	43,793.02	45.03	51.99	53.69	减少 0.61 个百分点
其他	67,073.03	55,518.80	17.23	21.86	56.13	减少 18.17

						个百分点
全部主营产品（即上述合计值）	791,189.75	562,918.80	28.85	24.52	34.59	减少 5.32 个百分点

（2）原材料价格

根据梦百合披露的 2021 年度成本分析表显示，其主营业务及电动床业务的直接材料成本（含外购商品）分别较 2020 年上涨了 20.48%、17.97%，二者上涨幅度近似，具体如下：

单位：万元

分产品	成本构成项目	2021 年	2020 年	同比变动%
全部主营产品	外购商品	176,017.27	82,778.34	112.64
	直接材料	202,082.13	231,053.50	-12.54
	合计	378,099.40	313,831.84	20.48
电动床	外购商品	4,423.45	2,603.80	69.88
	直接材料	33,090.30	29,195.51	13.34
	合计	37,513.75	31,799.31	17.97

注：梦百合旗下的家居百货零售商，如美国 MOR、西班牙 MATRESSES 等，会根据市场需求直接采购不同品牌的电动床成品进行销售，因此电动床的成本构成中存在外购商品。主营业务成本亦是类似原因导致存在外购商品。

（3）人工成本

根据梦百合披露的 2021 年度成本分析表显示，其主营业务及电动床业务的人工成本分别较 2020 年上涨了 39.83%、9.58%，其中对主营业务中的人工成本上涨影响较大的产品品类为记忆绵床垫、沙发和其他类，具体如下：

单位：万元

分产品	成本构成项目	2021 年	2020 年	同比变动%
全部主营产品	直接人工	47,911.87	34,263.21	39.83
电动床		2,585.41	2,359.46	9.58
记忆绵床垫		27,617.37	20,286.06	36.14
沙发		5,944.68	3,504.27	69.64
其他类		7,548.96	2,348.05	221.50

（4）运费

根据梦百合披露的 2021 年度成本分析表显示，其主营业务及电动床业务的

运杂费及其他分别较 2020 年上涨了 47.44%、35.11%，二者上涨幅度近似，具体如下：

单位：万元

分产品	成本构成项目	2021 年	2020 年	同比变动%
全部主营产品	运杂费及其他	60,017.58	40,707.36	47.44
电动床		7,424.50	5,495.00	35.11

（5）制造费用

根据梦百合披露的 2021 年度成本分析表显示，其主营业务及电动床业务的制造费用分别较 2020 年上涨了 161.07%、46.51%，除电动床业务外，2021 年梦百合主营业务中各类产品的制造费用均上升较快，具体如下：

单位：万元

分产品	成本构成项目	2021 年	2020 年	同比变动%
全部主营产品	制造费用	76,889.94	29,452.38	161.07
电动床		4,946.29	3,375.99	46.51
记忆绵床垫		47,911.60	16,671.80	187.38
记忆绵枕头		7,417.52	3,163.15	134.50
沙发		6,901.37	4,541.03	51.98
卧具		426.55	163.24	161.30
其他类		9,286.62	1,537.18	504.14

（6）小结

梦百合 2021 年度毛利率下滑主要受记忆绵床垫、其他类产品影响较大。梦百合电动床业务的各项成本虽较 2020 年度均有不同程度上升以致该业务板块毛利率出现下滑，但成本上涨幅度在各类产品中相对较小。梦百合电动床业务与集团其他业务板块相比，在成本端承压程度相对较小。

2、子公司业绩下滑

根据《梦百合家居科技股份有限公司 2021 年年度报告》，2021 年因受到反倾销、新冠疫情及加大国内销售渠道建设等影响，梦百合数个重要子公司出现亏损以致影响了集团整体业绩，但作为电动床主要运营实体的江苏里高、泰国里高均实现盈利，而恒康塞尔维亚、上海梦百合（国内核心销售渠道主体）、美国 AZ（美东、美西工厂运营主体）在 2021 年度均出现较大亏损，具体如下所示：

单位：万元

企业名称	直接/间接持股比例	营业收入	营业利润	净利润
恒康塞尔维亚	100.00%	37,674.12	-7,078.08	-6,982.38
江苏里高	90.00%	85,788.91	6,051.93	9,806.41
上海梦百合	100.00%	56,584.54	-12,518.31	-12,489.06
美国 AZ	100.00%	19,235.99	-15,232.15	-11,240.81
泰国里高	98.00%	125,201.85	11,156.86	9,539.65
美国 MOR	85.00%	211,437.92	7,072.12	4,228.02

注：梦百合将最近一期经审计单个子公司的净资产、营业收入或者利润总额占上市公司对应总额合计数比例超过 20% 的子公司视为重要子公司。

3、预计负债

关于 BENJAMIN L. FOLKINS 和 UPWARD MOBILITY,INC.（BENJAMIN L.FOLKINS 控制的公司）与梦百合、HEALTHCARE GROUP（HONGKONG）CO., LIMITED（梦百合香港子公司）及梦百合实际控制人倪张根协议纠纷一事，经两审判决，目前梦百合及倪张根应向 UPWARD MOBILITY,INC.和 Bed Boss 赔偿 470.56 万美元，向 BENJAMIN L. FOLKINS 支付惩罚性赔偿金 1,151.61 万美元、律师及诉讼赔偿费 105.23 万美元，共计 1,727.41 万美元。目前，梦百合正在上诉过程中（判决尚不执行），无法估计最终诉讼结果，梦百合根据目前判决结果在 2021 年 12 月 31 日确认预计负债 110,134,488.10 元。

如上所述，梦百合计提预计负债一事为之前开拓床垫业务中的纠纷所产生，与梦百合电动床业务无直接关联。

4、计提减值损失

根据《梦百合家居科技股份有限公司 2021 年年度报告》，梦百合在 2021 年除按账龄正常计提减值准备外，针对多项单项资产计提的减值准备是导致其业绩下滑的重要原因之一，相关单项计提的减值准备均与梦百合电动床业务无关，具体如下：

（1）信用减值损失

单位：万元

项目	本期发生额	上期发生额
应收票据坏账损失	-	-

项目	本期发生额	上期发生额
应收账款坏账损失	-5,514.20	-3,473.93
其他应收款坏账损失	-2,951.76	-477.64
债权投资减值损失	-	-
其他债权投资减值损失	-	-
长期应收款坏账损失	-2,581.32	-
合同资产减值损失	-	-
合计	-11,047.27	-3,951.57

如上表所示，梦百合 2021 年度的应收账款、其他应收款和长期应收款的坏账损失均上升较快，其中除随着收入扩大、账龄变化正常计提的坏账损失外，梦百合对如下资产还单项计提了坏账损失：

①应收账款

单位：万元

名称	期末余额			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
单位一	721.12	721.12	100.00	公司停止经营，无法支付
单位二	460.56	274.16	59.53	部分金额涉及诉讼，诉讼仍在进行，但胜诉概率较低，就诉讼标的金额全额计提坏账
单位三	248.18	248.18	100.00	诉讼已完结，无可执行财产，单项全额计提
单位四	2,914.08	2,914.08	100.00	公司经营不善，很有可能申请破产
单项金额不重大单项计提坏账准备	259.72	259.72	100.00	与客户协商不一致无法收回
合计	4,603.67	4,417.26	95.95	

经确认，上述单项计提的坏账损失均与梦百合电动床业务无关。

②长期应收款

IDLE COM 为梦百合下属的专营美国线上业务的销售主体，其于 2021 年 6 月出现经营不善迹象，截至梦百合 2021 年度审计报告出具日，IDLE COM 经营不善，很可能申请破产，Mlily USA,Inc 对其应收款项可收回性较小，因此对长期应收款 2,581.32 万元进行全额计提信用减值损失。该长期应收款坏账损失的计提与梦百合电动床业务无关。

(2) 资产减值损失

单位：万元

项目	本期发生额	上期发生额
一、坏账损失	-	-
二、存货跌价损失及合同履约成本减值损失	-2,336.63	-228.08
三、长期股权投资减值损失	-	-
四、投资性房地产减值损失	-	-
五、固定资产减值损失	-	-
六、工程物资减值损失	-	-
七、在建工程减值损失	-	-
八、生产性生物资产减值损失	-	-
九、油气资产减值损失	-	-
十、无形资产减值损失	-	-
十一、商誉减值损失	-46.42	-40.53
十二、其他	-	-
合计	-2,383.05	-268.61

上表中所列因存货跌价所形成的减值损失主要是因美东、美西工厂尚处于产能爬坡阶段，未形成盈亏平衡，因此对其现阶段所生产的床垫等产品计提了较高的跌价准备所致，与梦百合电动床业务无关。

二、关于江苏里高体系内定位的说明

江苏里高成立于 2010 年 8 月 24 日，为梦百合持有 90%股权的控股子公司，其主要从事床垫、沙发和电动床等产品的生产、销售业务。

近年来，全球贸易保护措施激增，各大经济体之间贸易摩擦不断，美国先后对中国床垫生产企业进行反倾销调查、加征关税及加征反补贴税，目前包括床垫在内的梦百合主营产品受美国贸易摩擦影响情况具体如下：

主营产品	产品出口至美国需被加征税费情况
床垫-厚垫	母公司：25%加征关税+57.03%的反倾销税+97.78%的反补贴税；江苏里高：25%加征关税+162.76%的反倾销税；泰国里高：反倾销税 763.28%；塞尔维亚梦百合：反倾销税 112.11%
床垫-薄垫	中国出口至美国：15%累计加征关税

注：梦百合电动床业务不在美国反倾销范围内。

由上表可见，受美国反倾销、加征关税、加征反补贴税等贸易政策影响，目

前，梦百合从中国生产基地、泰国生产基地及塞尔维亚生产基地出口至美国的厚垫产品需被加征高额的反倾销税、关税、反补贴税等相关税费。根据梦百合公开披露信息，该等相关税费远高于梦百合床垫毛利水平，梦百合从该等生产基地出口厚垫至美国市场已不具备经济性。

对于日益强盛的单边贸易主义，梦百合已加速实现全球化的产能布局，通过灵活的产能配置从而降低贸易摩擦带来的业绩影响，尽可能地减少额外税费对于梦百合产品竞争优势的影响。具体而言，梦百合已将受上述影响的厚垫产品的生产或部分生产环节转移至美国生产基地、西班牙生产基地进行，但目前梦百合美国、西班牙生产基地产能仍不足以覆盖公司在美国市场的订单需求，且随着梦百合在美国市场的进一步开拓，未来美国市场的需求仍将进一步提升，梦百合现有的产能配置将限制其营业规模的进一步扩张。

如上所述，由于江苏里高及江苏里高持股 98%的泰国里高的床垫业务已被美国终裁要求缴纳反倾销保证金或反倾销税——江苏里高为 162.76%、泰国里高为 763.28%，因此，除江苏里高仍从事少量用于国内销售的床垫、床品的生产和销售外，江苏里高及泰国里高目前被梦百合定位为集团内专业从事室内及户外家具的生产、研发和销售的主体，并从防止被制裁考虑与其他产品业务板块建立防火墙，具备独立的采购、生产、研发和销售团队和经营场所并据此开展业务。

自 2016 年起，江苏里高开始进行智能电动床业务的研发和拓展，向智能化家居厂商的方向转型，2019 年至 2022 年 1-6 月，梦百合电动床业务占梦百合全部营业收入的比重分别为 10.50%、10.09%、9.35%和 8.50%。

2019 年至 2022 年 1-6 月，江苏里高、泰国里高的业绩情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
江苏里高	营业收入	26,060.84	85,788.91	91,376.55	81,658.73
	净利润	1,017.97	9,806.41	7,350.86	13,013.24
	营业收入同比增长	-36.98%	-6.11%	11.90%	-
泰国里高	营业收入	53,971.62	125,201.85	107,467.08	54,646.77
	净利润	7,876.98	9,539.65	11,801.63	3,592.91
	营业收入同比	-9.87%	16.50%	96.66%	-

	增长				
--	----	--	--	--	--

注：上述数据来源于梦百合发布的定期报告及公告。

经访谈了解,2019年至2021年,梦百合智能电动床销往美国的比例均在95%以上。

三、关于梦百合业绩亏损对发行人业绩和双方合作的影响

(一) 梦百合业绩亏损对发行人业绩的影响

1、如前文所示,江苏里高、泰国里高在2021年保持了较好的盈利能力,其中江苏里高2021年度净利率为11.43%、较2020年上升3.39个百分点,泰国里高2021年度净利率为7.62%、较2020年下降3.36个百分点,将二者总体来看,其2021年与2020年的盈利能力基本一致,不存在盈利下滑压力。同时导致梦百合业绩大幅亏损的原因中,除毛利率下降外,其他导致梦百合业绩大幅亏损的原因均与梦百合电动床业务无关,梦百合电动床业务主要在成本端出现了一定的压力。梦百合电动床业务2021年营业收入、毛利率、主要成本项变动数据如下:

项目	2021年较2020年同比变动(%)
梦百合电动床业务营业收入	15.46
毛利率	减少3.66个百分点
直接材料(含外购商品)	17.97
直接人工	9.58
运杂费及其他	35.11
制造费用	46.51

如上表所示,梦百合电动床业务的成本中,直接材料(含外购商品)、直接人工与营业收入的增幅趋势相似,未产生较大上涨压力,但由于运费、制造费用的大幅提升,导致梦百合电动床业务毛利率出现下降。因此,虽然发行人在2021年度对出售给江苏里高的部分产品提高过销售价格,但江苏里高、泰国里高为了降低运费、制造费用对其盈利的不利影响,发行人未能将自身所面临的成本压力完全传导至梦百合电动床业务。结合成本传导以及部分销售产品结构因素的影响,2021年发行人对江苏里高销售智能线性驱动产品毛利率较2020年下降了1.48个百分点。如不考虑销售产品结构对毛利率的影响,按照报告期内发行人对江苏里高销售智能线性驱动产品的平均毛利率与2021年度毛利率的差值、发行人2021年度对江苏里高销售金额15,579.51万元测算,则因无法及时传导成本压力对发

行人毛利润的影响为 1,090.57 万元，占 2021 年度毛利润的比重为 5.83%。

2022 年，由于梦百合电动床业务成本端仍存在运费等压力项，因此发行人如不能较好的控制自身成本，同时相关成本压力不能向下游传导，则将对发行人业绩造成一定影响。总体来看，双方交易预计未来一段时间内稳定在当前状况的可能性较大。

2、梦百合 2021 年度合并口径经营活动产生的现金流量净额为 6,792.25 万元，同比下滑 88.34%，主要系购买商品、接受劳务及职工薪酬支出的增长较快所致。2022 年 1-6 月，梦百合合并口径经营活动产生的现金流量净额同比增长 110.91%，主要系当期经营活动回款情况较去年同期好转。受梦百合现金流紧张的影响，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人对江苏里高的应收账款逾期金额为 581.72 万元；截至 2022 年 8 月 31 日，上述逾期应收账款已收回 433.81 万元。随着梦百合自身现金流情况的好转，梦百合对发行人逾期应收账款预计将逐渐减少。

（二）对双方合作的影响

从梦百合角度而言，其与发行人的稳定合作是基于发行人较长时间内稳定可靠的供货能力及商业信誉、较好的定制化能力及产品性价比和当前市场供需关系等多因素影响下所形成的，并且更换供应商将使梦百合面临较多不确定的成本和风险，在当下扭转业绩下滑趋势为第一要务的状况下，稳定供应链保产销、更大限度的开拓新市场是梦百合的必然选择。从更长远的角度考虑，梦百合电动床在与发行人的持续合作中，双方已形成了互利共赢的关系，发行人作为具有较强研发能力、定制化能力、品质控制和成本控制能力的供应商，各项软硬实力已经得到了时间和市场的充分检验，持续加强和稳定双方合作对梦百合电动床业务具有战略意义。

从发行人角度而言，因为其电动床部件生产商的产业链定位，在智能电动床终端生产格局相对稳定的现状下，与已占据了一定市场份额的终端产品生产商保持紧密合作也是豪江智能的市场化选择。虽然梦百合 2021 年度出现了大幅亏损，但一方面梦百合的盈利能力、现金流均在逐渐改善，其全球化布局正在逐渐抵消相关利空因素以及如汇率、运费、公司产能爬坡等导致大幅亏损的事项正向着有

利于梦百合业绩转好的方向发展，如恒康塞尔维亚在 2022 年 1-6 月净利润同比上升 83.41%，2022 年 1-6 月梦百合销售收入同比增长 4.69%、扣非后归属于上市公司股东的净利润同比增长 254.14%；另一方面梦百合电动床的运营主体江苏里高、泰国里高在梦百合体系内相对独立，2021 年亦保持着不错的盈利情况且在持续开拓新的市场，基于此，虽然梦百合业绩亏损对发行人业绩可能造成一定影响，但不会对双方的持续、稳定合作产生阻碍。

（3）说明发行人向江苏里高提供的信用政策与其他内销客户差别的情况及定价的公允性。

一、信用政策与其他内销客户差别的情况

报告期内，发行人报告期内内销前五大客户的信用期情况如下：

公司名称	报告期
江苏里高智能家居有限公司	每月 30 日前完成上月 26 日至本月 25 日对账工作，并将发票寄送给甲方，甲方收到发票之日起 60 日内结清款项
顿力集团有限公司/顿力集团有限公司余杭分公司/杭州顿力医疗器械有限公司	每月 20 日前完成上月 16 日至本月 15 日对账并将发票寄送至甲方；甲方收到发票之日起 65 日内结清款项
南通市顺隆康复器材有限公司/上海顺隆康复器材有限公司	每月 10 日前完成上月 1-31 日对账工作，并将发票寄送给甲方，甲方收到发票之日起 60 日内结清款项
平湖爱伦家具有限公司/平湖奈西贸易有限公司	每月 15 日前完成上月 10 日至当月 10 日对账并将发票寄送至甲方；甲方应于收到发票之日起 60 日内结清款项
营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹实业有限公司/沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	每月 25 日前完成上月 26 日至本月 25 日对账并将发票于对账月次月 5 日前寄送至甲方；甲方收到发票之日起 60 日内结清款项
革新（厦门）运动器材有限公司/厦门中键贸易有限公司	每月 15 日前完成上月 1-31 日对账并开具发票；收到发票后 45 日内结清款项
慈溪市联星智能家具有限公司	每月 31 日前完成上月 26 日至本月 25 日对账，并将发票寄送给甲方，甲方收到发票之日起 60 日内结清款项

发行人产品采取定制化、订单化生产模式，在报告期内，发行人按照客户的需求和规格进行订单式生产，与客户的需求紧密结合。报告期内，发行人的主要客户经营稳定、信誉良好，发行人根据客户的规模，过往的信用表现等制定不同的信用政策。

发行人向江苏里高提供的信用政策为“完成对账并收到发票之日起 60 日内结清款项”，信用期为 60 天；发行人向其他主要内销客户提供的信用期为 45 天至 65 天不等。整体来看，发行人向江苏里高提供的信用政策与其他主要内销客

户相近，不存在重大差异。

二、定价的公允性分析

报告期内，发行人与江苏里高的所有交易，均通过江苏里高、泰国里高进行，主要销售智能线性驱动产品，具体情况如下：

单位：万元；%

交易内容	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	金额	占同类交易的比例	占营业收入的比例	金额	占同类交易的比例	占营业收入的比例	金额	占同类交易的比例	占营业收入的比例	金额	占同类交易的比例	占营业收入的比例
销售智能线性驱动系统	5,019.16	15.01	14.73	15,579.51	20.59	20.34	15,112.06	24.44	24.23	11,361.95	22.37	22.33
销售模具	-	-	-	46.34	94.43	0.06	160.58	88.53	0.26	90.22	100.00	0.18

公司执行统一的定价政策，主要采取成本加成的定价方式，即以成本为基础，结合市场形势和公司对客户以前年度的交易情况，对不同客户实施差别定价，最终与客户协商确定价格。公司与江苏里高、泰国里高遵循商业惯例，通过协商谈判确定产品销售价格，定价公允。

报告期内，公司向江苏里高、NISCO（THAILAND）CO.,LTD 销售的每年前五大型号产品的价格公允性分析如下：

期间	类别	数量 (万个)	销售金额 (万元)	占向江苏里高、NISCO 销售收入的比重	销售单价 (元)	毛利率	向其他客户销售单价区间 (元) ¹	向其他客户销售的平均毛利率
2022 年 1-6 月	品名 A	15.11	1,194.10	23.79%	79.04	21.97%	80.59-98.11	32.72%
	品名 B	5.13	456.67	9.10%	89.04	14.06%	91.15-145.37	31.17%
	品名 G	5.96	403.07	8.03%	67.60	24.18%	-	-
	品名 C	5.83	319.99	6.38%	54.91	1.39%	44.26-112.20	11.59%
	品名 D	7.65	237.06	4.72%	30.97	18.79%	29.37-36.49	25.67%
	合计	39.68	2,610.89	52.02%	-	-	-	-
2021 年	品名 A	57.04	4,419.90	28.29%	77.48	26.92%	76.79-97.58	33.78%
	品名 B	24.93	2,182.15	13.96%	87.54	17.58%	87.37-135.26	29.45%
	品名 C	20.11	1,166.22	7.46%	58.00	6.15%	44.40-113.14	19.95%
	品名 D	25.54	790.91	5.06%	30.97	18.23%	32.66-36.49	25.54%
	品名 F	38.71	714.05	4.57%	18.45	16.78%	19.07-64.67	30.85%

期间	类别	数量 (万个)	销售金额 (万元)	占向江苏里高、NISCO销售收入的比重	销售单价 (元)	毛利率	向其他客户销售单价区间 (元) ¹	向其他客户销售的平均毛利率
	合计	166.33	9,273.23	59.34%	-	-	-	-
2020 年	品名 A	56.57	4,414.83	28.91%	78.04	26.52%	76.89-103.89	33.39%
	品名 B	24.06	2,123.48	13.90%	88.25	20.53%	86.57-101.92	28.14%
	品名 C	20.97	1,096.41	7.18%	52.29	6.06%	44.82-93.81	26.09%
	品名 D	26.46	819.55	5.37%	30.97	14.13%	29.24-33.68	22.10%
	品名 E	9.12	815.43	5.34%	89.38	22.31%	89.21-135.42	30.11%
	合计	137.18	9,269.70	60.69%	-	-	-	-
2019 年	品名 A	41.25	3,271.63	28.57%	79.31	24.00%	80.01-101.35	34.73%
	品名 B	19.00	1,687.34	14.73%	88.83	14.24%	88.73-102.47	26.24%
	品名 C	18.97	982.12	8.58%	51.76	0.04%	47.54-87.51	23.12%
	品名 D	23.45	747.66	6.53%	31.88	11.66%	38.45-40.16	29.84%
	品名 E	7.59	682.27	5.96%	89.92	18.09%	90.45-172.86	28.49%
	合计	110.26	7,371.02	64.36%	-	-	-	-

注 1: 统计向其他客户销售单价区间时, 已剔除当期销售数量较少的客户;

注 2: 品名 B 的产品 2019 年毛利率偏低, 主要系 2019 年公司与江苏里高重新协商了产品定价, 产品价格有所下降, 2020 年公司优化成本控制, 品名 B 毛利率相应上升。2022 年 1-6 月、2021 年品名 B 产品毛利率出现下滑且与其他客户销售毛利率存在一定差距, 主要是因为同样品名产品的功能、配置与以前年度存在差异, 同时原材料价格上涨但调价滞后所致。

注 3: 品名 C 的产品在 2019 年-2022 年 1-6 月, 毛利率分别为 0.04%、6.06%、6.15%、1.39%, 该产品定价为公司在确保客户成套采购总体价格后, 结合竞品价格确定的其中单品价格, 公司将其定位为高性价比产品, 且不同客户采购的产品功能存在较大差异, 因此单品 C 毛利率偏低;

注 4: 2019 年, 向其他客户销售的品名 D 毛利率偏高, 主要系该产品类别存在较多细分型号, 2019 年销售的高毛利率型号偏多所致;

注 5: 品名 F 系配件产品, 考虑到市场上存在多家供应商, 且江苏里高采购量较大, 公司报价较为保守。

注 6: 品名 G 系江苏里高定制产品, 该品名产品仅向江苏里高销售, 无法直接与向其他客户的销售数据进行比较。品名 G 的销售毛利率为 24.18%, 与同类产品的平均毛利率 25.25% 相近。

根据上表, 报告期内公司向江苏里高、泰国里高销售的各类产品价格基本处于销售给其他客户的价格区间内或接近区间值, 且除品名 C 产品以及 2019 年销售的品名 D 产品外, 产品毛利率比向其他客户销售的平均毛利率偏低 2.51 个百分点至 12.89 个百分点不等, 主要原因首先系江苏里高、泰国里高采购总额较大, 公司为批量采购客户的销售价格相对其他小批量的订单有所优惠; 其次, 公司产

品定制化属性较强，同类商品中不同客户存在不同的需求，个性化需求导致同类产品在生产用料、成本和产品定价方面存在一定差异；同时，公司也会根据不同的市场竞争情况、市场拓展战略等，针对不同客户作出合理的差异化定价。

另一方面，报告期内，公司对江苏里高、泰国里高销售的各类产品价格在不同年度间总体呈稳中有降的趋势，主要是因为公司对江苏里高、泰国里高每年的销售金额逐年上升，占比较高，公司基于其大客户地位而给予的一定优惠。其中，公司对江苏里高、泰国里高的销售毛利率 2020 年度较 2019 年度呈上升态势，主要是因为发行人在 2020 年度因工艺改进、设备购置提升产能较快且产能利用率较高而形成的规模效应所致，2021 年略有下降，主要是因对其销售产品的功能、配置与以前年度存在差异，同时原材料价格上涨但传导有限所致。2022 年 1-6 月，公司对江苏里高、泰国里高的销售毛利率有所下降，主要系公司部分产品新型号在市场推广初期成本相对较高以及马达、芯片、塑料件、信号线等原材料成本仍处于相对高位。

综上，公司与江苏里高、泰国里高之间的交易价格和毛利率与发行人其他客户相比存在一定差异，主要系产品定制的结构差异、公司批量采购优惠政策等原因形成，差异具备商业合理性，二者间的交易价格公允。

会计师回复

【核查程序】

关于发行人和梦百合的合作，保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

- 1、取得客户对采购情况进行专项确认的邮件和访谈笔录等资料；
- 2、对江苏里高有关负责人员、发行人实际控制人就梦百合电动床业务开展历程、与发行人的合作历史及相关交易细节等进行访谈，并获取江苏里高采购明细数据等资料；
- 3、查阅梦百合年度报告等公开信息，分析梦百合 2021 年全年业绩大幅亏损的原因及江苏里高在梦百合体系的定位；
- 4、获取报告期内发行人与江苏里高、泰国里高之间的业务合同及订单、销

售明细数据，并将向江苏里高、泰国里高的销售情况与其他内销客户进行对比分析；

5、获取发行人与主要客户签订的销售合同、销售订单，对发行人报告期内主要客户进行访谈，了解主要客户与发行人的合作背景、信用政策、合同执行情况、结算进度以及是否存在关联关系等信息。

【核查意见】

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与下游客户的稳定合作是经历了较长时间磨合后的产物，下游客户如拟替换供应商其实际承受的可量化的经济成本相对较少，更多的是需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本，并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险。

2、发行人与江苏里高的合作稳定性是基于双方在长期合作中豪江智能良好的商业信誉、定制化服务能力、产品性价比并受市场供需关系等多方面因素影响所导致的，并且如替换供应商除付出一定的经济成本外还需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险，因此虽无具有强制约束性的合作协议对双方长期合作予以绑定，但双方的合作稳定性较高。

3、发行人已在“重大事项提示”之“一、（二）市场竞争加剧风险”、“第四节 风险因素”之“一、（三）市场竞争加剧风险”和“重大事项提示”之“一、（五）新市场开拓的风险”、“第四节 风险因素”之“一、（六）新市场开拓的风险”，对发行人产品销售被竞争对手替代的风险、客户稳定性和业务持续性风险以及发行人的持续开发新产品或开拓新客户资源方面的风险进行了充分的风险提示。

4、除梦百合电动床业务的各营业成本明细项较 2020 年度均有不同程度上升以致该业务板块毛利率在 2021 年度出现下滑，对梦百合 2021 年度的整体大幅亏损构成一定影响外，梦百合 2021 年度业绩大幅亏损的主要原因均与梦百合电动床无关。梦百合业绩亏损对发行人业绩存在一定影响，但不会对双方持续、稳定的合作产生阻碍。

5、发行人向江苏里高提供的信用政策与其他内销客户相近，不存在重大差异，发行人与江苏里高的交易定价具备公允性。

问题 2.关于业绩下滑和募投项目

申报材料与前次审核问询回复显示：

(1) 2019-2021 年，公司营业收入分别为 50,884.60 万元、62,358.35 万元及 76,581.37 万元，分别实现净利润 6,257.04 万元、8,638.01 万元及 7,344.75 万元，实现扣除非经常性损益后的净利润 7,065.97 万元、8,213.85 万元、6,688.22 万元。发行人的净利润、毛利率在 2021 年均呈下降趋势，其中净利润同比下滑 14.97%、扣除非经常性损益后的净利润下滑 18.57%、2021 年毛利率相较 2020 年下降了 2.66%；

(2) 公司其他类产品收入主要来自于发行人子公司豪江电子和豪江模具，2021 年其他类产品收入金额大幅上升。2020 年，发行人子公司豪江模具实现营业收入 1,236.93 万元，净利润-369.10 万元；2021 年，豪江模具实现营业收入 4,074.61 万元，净利润-300.19 万元，其亏损主要是由于前期投入较大且其独立于发行人之外的模具生产市场开拓尚需时间，尚未到盈亏平衡点所致；

(3) 发行人募投项目之一为智能化遮阳系列产品新建项目，项目总投资为 24,677.14 万元，报告期内，由发行人子公司容科机电进行相关产品的研发、生产和销售，为发行人智能家居系列产品应用场景的拓展。2020 年，容科机电实现营业收入 1.20 万元，净利润-363.07 万元；2021 年，容科机电实现营业收入 240.76 万元，净利润-1,223.59 万元。

请发行人说明：

(1) 结合中美贸易摩擦、新冠疫情等宏观因素对所在行业、下游客户、重点区域的具体且可量化的影响，充分论证营业收入上升但净利润下滑的原因及合理性，是否与同行业公司或主要客户经营业绩的波动情况一致；同时，结合 2022 年的实际情况和其他前瞻性信息，充分论证并审慎分析经营业绩是否已形成在较长的时间内无法逆转的趋势性下滑，相关不利因素的影响程度是否加重或逐渐消除，发行人盈利的可持续性、可增长性，并在招股说明书中进行重大风

险提示；

(2) 毛利率是否存在持续下滑风险，并结合具体影响因素进行充分的风险揭示；

(3) 在招股说明书中补充披露模具开发、销售模式和收入确认方法，产品销售及模具销售是否共同构成一项履约义务，模具收入是否与产品一起作为履约义务分期确认收入，产品报价是否包含模具成本，以及模具成本核算方法；报告期内模具对外销售的具体情况；

(4) 进入智能化遮阳市场的战略考虑及内部决策程序，包括相关战略规划是否经公司战略委员会讨论通过、独立董事是否发表意见，发行人是否具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备以及业务基础，结合报告内容科机电业绩亏损加剧的情形分析募投项目是否存在重大不确定性；

(5) 2021 年其他类收入大幅上升的原因及下游客户情况，并结合发行人子公司的业绩变动情况，进一步说明内部定价的公允性，是否存在转移定价安排，税务上是否存在合规风险；

(6) 结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动等因素，说明并分析审计截止日后财务数据及变动情况。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见。

公司回复：

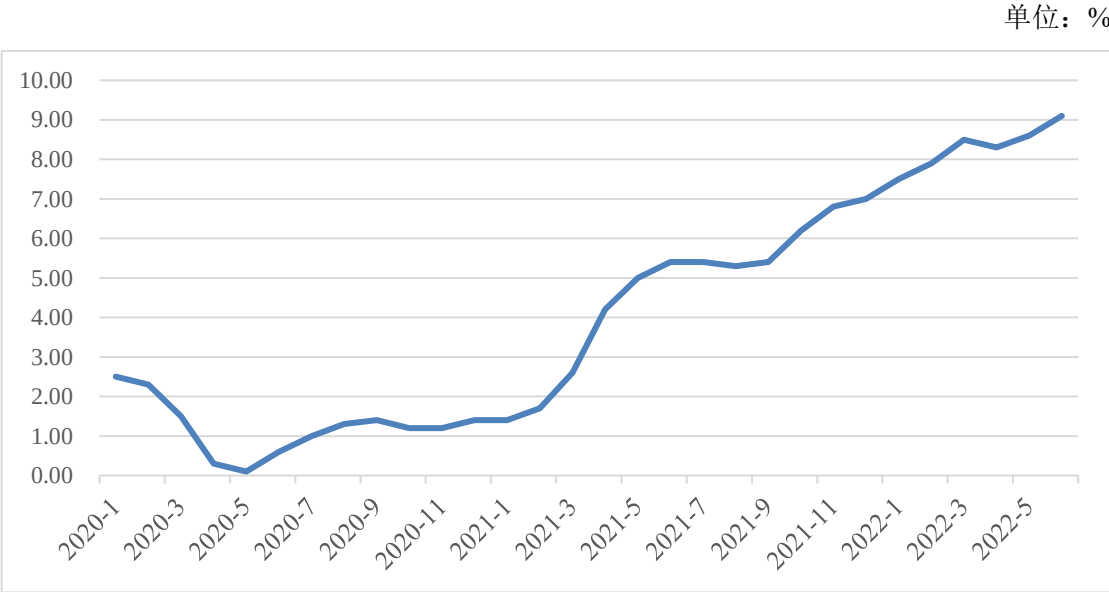
(1) 结合中美贸易摩擦、新冠疫情等宏观因素对所在行业、下游客户、重点区域的具体且可量化的影响，充分论证营业收入上升但净利润下滑的原因及合理性，是否与同行业公司或主要客户经营业绩的波动情况一致；同时，结合 2022 年的实际情况和其他前瞻性信息，充分论证并审慎分析经营业绩是否已形成在较长的时间内无法逆转的趋势性下滑，相关不利因素的影响程度是否加重或逐渐消除，发行人盈利的可持续性、可增长性，并在招股说明书中进行重大风险提示

一、中美贸易摩擦、新冠疫情对所在行业的影响

(一) 中美贸易摩擦加剧美国通胀水平、推动行业终端产品价格上升

2018 年以来，贸易摩擦使得美国关税大幅上升。根据相关研究报告和亚洲开发银行（ADB）的测算，美国对中国加征关税将推动美国 CPI 的上升，其中皮革与鞋类、机械、电子光学仪器等行业产品的价格受影响较大，关税每上升 1%，将推动其行业 CPI 上涨超过 1%。2020 年至 2022 年 1-6 月，美国 CPI 走势如下所示：

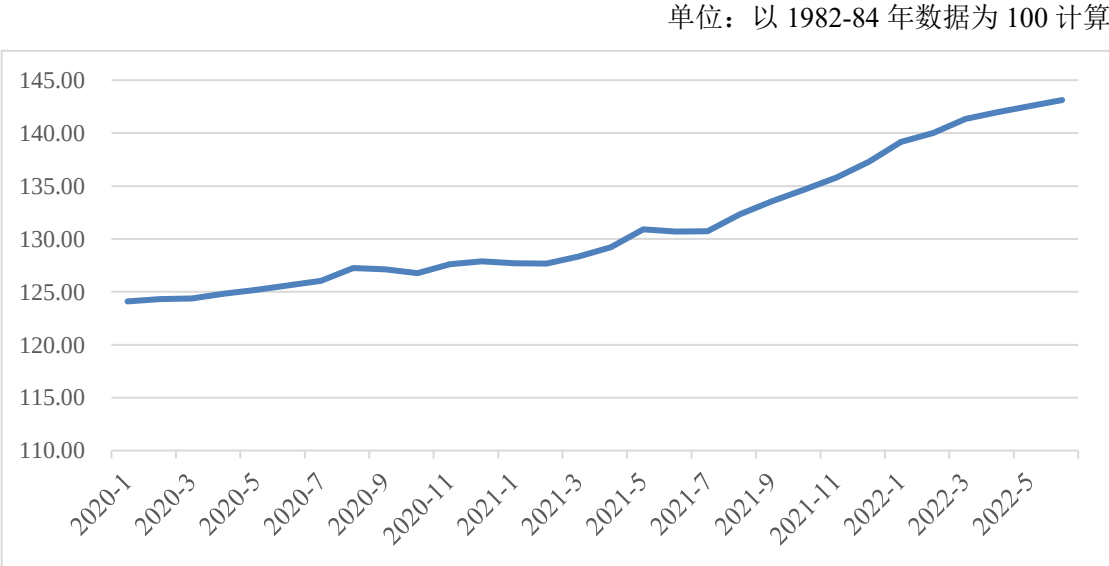
美国 CPI 走势（当月同比）



数据来源：美国劳工部、wind

2020 年至 2022 年 1-6 月，美国家用家具和功能 CPI 走势如下所示：

美国家用家具和功能 CPI 走势（季调）



数据来源：美国劳工部、wind

根据上图，2021 年以来美国家具行业 CPI 持续上涨，产品价格持续上升。具体到电动床行业，根据 ISPA 发布的行业报告及麒盛科技年报，2021 年，美国地区智能电动床的平均销售单价大约为 401.08 美元，相比 2020 年的平均销售单价 384.08 美元增长了 4.4%。2021 年美国地区智能电动床销量占全部床型销量（即固定床及智能电动床销量合计）比例约 13.87%，较 2020 年增长 0.4 个百分点，智能电动床行业呈现量价齐升态势。

（二）中美贸易摩擦增加产品对美出口成本、降低行业整体毛利

2018 年以来，美国政府对行业相关产品持续加征关税，中美贸易摩擦对被列入加征关税的中国对美出口贸易均会造成一定不利影响。具体到行业内，中美贸易摩擦对行业的影响体现为在国内生产的部分智能线性驱动产品在销往美国时会被额外加征关税，关税的直接缴纳方为购买方，购买方可能会与出口方通过调整价格等方式共同承担关税成本。如关税由购买方承担则会使得购买方盈利受到影响或美国消费者使用成本提高，如关税由出口方承担则会使得出口方的盈利能力受到不利影响。相关关税政策、涉税产品类别如下：

政策宣布时间	关税政策	加征税率	受影响产品类别
2018 年 6 月 15 日	2018 年 6 月 15 日，美国政府宣布将对原产于中国的 500 亿美元商品加征 25% 的进口关税；其中，对约 340 亿美元商品的加征关税措施于 2018 年 7 月 6 日起实施；对其余约 160 亿美元商品的加征关税措施于 2018 年 8 月 23 日起实施	25%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的双马达驱动器、单马达驱动器等
2018 年 9 月 18 日	2018 年 9 月 18 日，美国政府宣布实施对从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征关税的措施，自 2018 年 9 月 24 日起加征关税税率为 10%	10%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的控制盒、遥控器、升降柱等
2019 年 5 月 10 日	从中国进口的约 2,000 亿美元商品加征关税的税率调整为 25%	25%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的控制盒、遥控器、升降柱等

受中美贸易摩擦影响，行业内可比公司 2021 年关税相关费用呈现增长态势，具体如下：

单位：万元

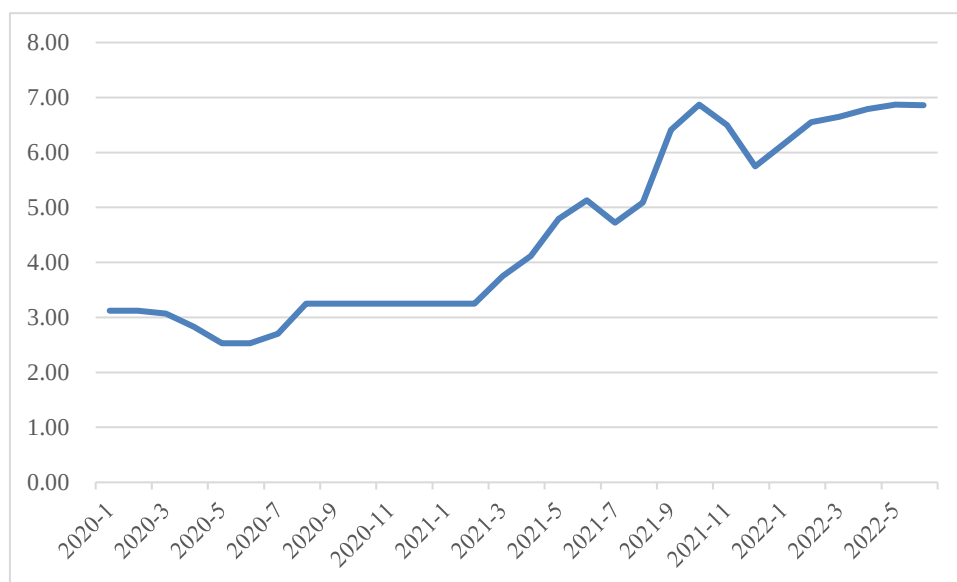
可比公司	科目	2021 年	2020 年	变动	相关说明
捷昌驱动	线性驱动行业-关税	15,894.93	4,736.89	235.56%	主要系对美出口关税复征及 2020 年度部分关税退回所致
凯迪股份	线性驱动行业-运费关税	9,929.90	2,587.18	283.81%	产销量增长、海运费价格大幅上涨、美国特别关税恢复加征所致。
乐歌股份	未单独披露关税情况	-	-	-	-
发行人	主营业务成本-关税	375.76	4.45	8,344.04%	公司承担部分加征关税

注：发行人的主营业务成本-关税为发行人直接承担的关税金额，发行人还通过调低产品价格等方式分摊了美国地区客户的关税。

（三）新冠疫情对供应链和物流造成负面影响，冲击行业原材料及物流价格

受到新冠疫情等因素影响，行业原材料相关的价格上升较为明显。以重要零部件芯片为例，2020 年末至 2021 年全球芯片的上游大宗商品价格快速上涨，同时芯片产能缺口较大，导致芯片成品市场价格明显提高。2020 年至 2022 年 6 月，芯片主要上游原材料即单晶硅的大宗商品价格持续上涨，具体变动走势如下：

单位：元/片



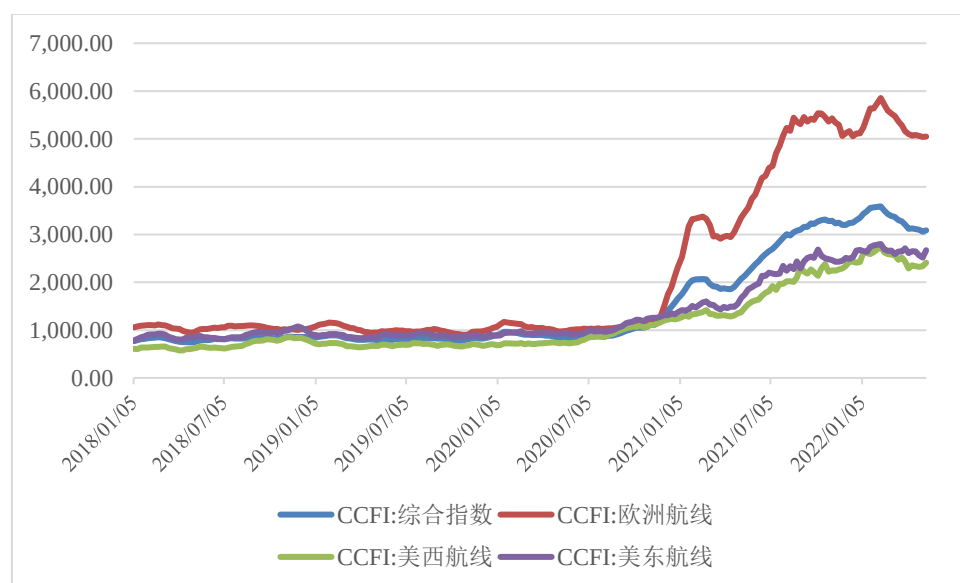
数据来源：Wind；单晶硅的市场价格选取“市场价:单晶硅片（156mm×156mm,一线厂商）：国内”数据；数据区间包括 2020 年至 2022 年 6 月。

以发行人 2021 年芯片采购价格变动情况进行测算，芯片价格上涨对主营业务毛利率的影响为-1.79 个百分点，对应毛利润影响分别为-1,354.80 万元。同行业可比公司未披露芯片采购数据，无法量化分析芯片价格上涨对行业整体成本的

影响。

2020年下半年以来由于货物运输需求较高，物流运力持续紧张，导致海运费上涨。进入2021年，海运缺柜、爆仓情况增加，加上新冠疫情下各国港口运营效率有所下降，进一步加剧了出口运力紧张的局面，使得2021年中国出口集装箱运价指数明显抬升，以中国出口集装箱运价指数（CCFI）为标准体现出的海运费用情况变动趋势具体如下：

中国出口集装箱运价指数（CCFI）



数据来源：wind，以“1998年1月1日=1000”作为指数参考标准

行业内可比公司2021年运费等相关费用呈现增长态势，具体如下：

单位：万元

可比公司	科目	2021年	2020年	变动	2021年运费情况相关说明
捷昌驱动	未单独披露运费情况	-	-	-	钢材等原材料、运费成本均大幅上涨、LEG并表也影响了净利率
凯迪股份	线性驱动行业-运费关税	9,929.90	2,587.18	283.81%	产销量增长、海运费价格大幅上涨、美国特别关税恢复加征所致
乐歌股份	销售费用-运输费	14,799.79	8,983.21	64.75%	自2020年第四季度以来，国际集装箱运费持续暴涨、原材料价格持续高位等对公司的业绩造成了不利影响
发行人	主营业务成本-运输费	1,499.33	888.69	68.71%	公司销量增加，海运费上涨等致使运输费较快增长

二、中美贸易摩擦、新冠疫情对下游客户的影响

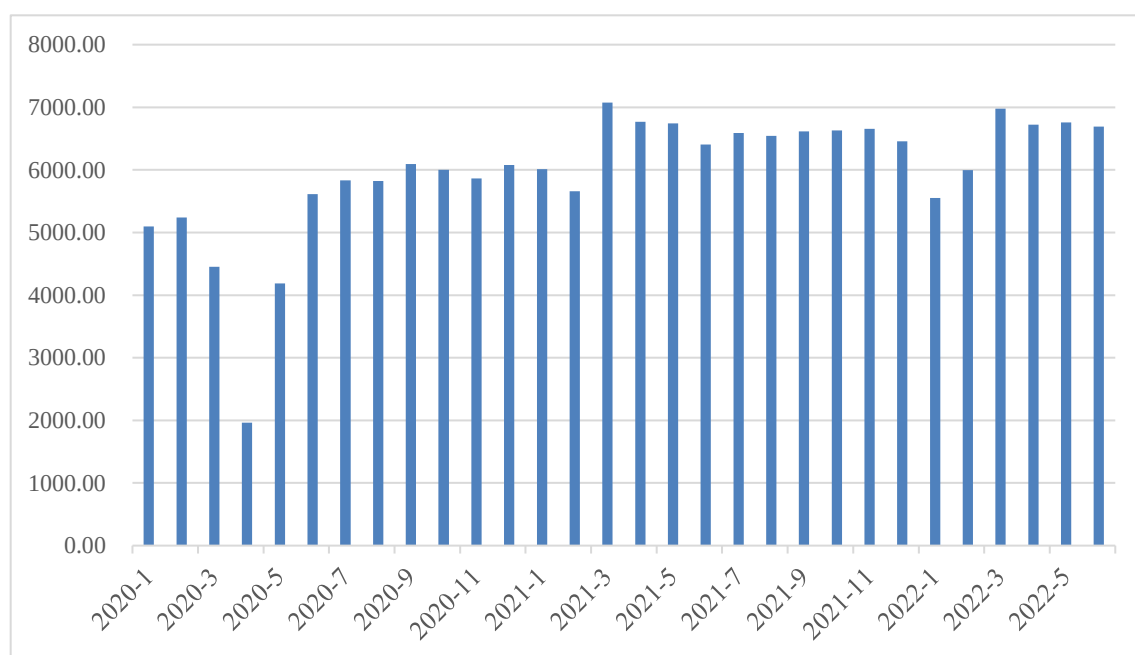
（一）中美贸易摩擦促使行业通胀上升，新冠疫情和房地产刺激居家改善需求，美国地区客户收入增长

一方面，贸易摩擦推动行业通胀上升，详见“一、中美贸易摩擦、新冠疫情对所在行业的影响”之“（一）中美贸易摩擦加剧美国通胀水平、推动行业终端产品价格上升”。

另一方面，新冠疫情管控措施和房地产持续向好致使美国居家改善需求增加，家具销售金额持续上涨。根据美国商务部普查局统计的数据，美国家具店 2021 年销售金额快速增长，2021 年实现销售收入 781 亿美元，相比 2020 年增长 25.56%。2020 年至 2022 年 6 月美国家具店各月销售金额情况如下：

2020 年至 2021 年美国家具店销售金额

单位：百万美元



数据来源：美国商务部普查局、wind

受上述因素，美国地区客户收入取得较快增长。2020 年至 2022 年 1-6 月，主要美国客户销售收入情况如下所示：

单位：万元

客户	2022 年 1-6 月 销售收入	2021 年销售收 入	2020 年销售收 入	同比增长
LEGGETT&PLATT GLOBAL SERVICES	7,046.72	13,081.36	4,084.62	220.26%
Golden Technologies	970.11	1,577.95	962.87	63.88%
American Adjustables, LLC	128.56	472.77	230.82	104.82%

(二) 中美贸易摩擦促使部分下游客户通过转移生产基地、与公司重新协商价格等方式减少关税成本

在美国对中国启用加征关税政策后，公司韩国子公司、美国子公司对美国客户的销售未受到关税加征影响，公司由中国大陆向美国出口的货物适用相应的关税加征政策。公司主要产品双马达驱动器、单马达驱动器、控制盒、遥控器、升降柱等处于美国加征关税产品名单之内，关税加征税率为 10%至 25%不等，公司向美国地区出口的货物会受到直接影响。

1、部分美国地区客户或终端产品销售至美国地区的客户开始重新安排产能分布以合理避开美国关税政策，减少双方关税成本。公司部分客户产能转移情况如下所示：

客户	产能转移情况
江苏里高	2018 年开始，电动床生产环节逐步转移至泰国
LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES	2021 年开始加大了其墨西哥工厂对发行人的采购
东庚企业股份有限公司/浙江东庚金属制品有限公司	2019 年开始，逐渐将生产环节转移至台湾工厂

2、部分美国地区客户通过与公司重新协商价格的方式与公司共同承担关税成本。

其中，发行人承担关税成本的情况主要包括以下两种：

(1) 发行人不缴纳直接关税但间接共担关税成本

报告期内，公司由中国大陆对美国客户的直接销售主要采取 FOB、CIF 结算方式，由客户承担关税费用。对于美国加征关税带来的费用，部分客户未与公司协商并独自承担；部分客户与发行人协商通过适当调减销售价格等方式与发行人共同承担该部分费用，上述情况主要发生在客户 LEGGETT & PLATT GLOBAL

SERVICES，基于关税分摊，例如：发行人向 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 销售的部分型号产品价格会有 3%-16% 的下降。报告期内，公司由中国大陆向 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES（美国地区）的销售金额分别为 3,104.50 万元、3,256.33 万元、3,166.88 万元、**0.00 万元**，占公司直接向美国出口形成销售收入的比例分别为 62.26%、65.47%、74.61%、**0.00%**。但基于销售订单的增长和产品不断向中高端发展以及 **LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 通过墨西哥工厂向公司采购**，上述调价情况未对公司对 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 的销售金额、毛利率产生重大不利影响。

（2）发行人直接缴纳关税但客户共担关税成本

报告期内，发行人与境外客户的交易中亦存在部分通过母公司销售至豪江美国，再由豪江美国销售给美国客户的情形。该情形由发行人直接承担关税，在关税分摊上，交易双方会约定销售价格上有所上调。上述情况主要发生在客户 Golden Technologies 和 American Adjustables, LLC，发行人向上述客户销售的部分型号产品价格会有 4%-14% 的上调。该种情形下，2019 年、2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月**，发行人主营业务成本中直接缴纳的关税金额分别为 0 万元、4.45 万元、375.76 万元、**123.02 万元**，占主营业务成本的比重分别为 0%、0.01%、0.65%、**0.47%**，比重较低。

综合上述两种关税承担方式，2019 年、2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月**，发行人受到关税共担影响的销售收入分别为 1,493.72 万元、1,603.39 万元、3,739.83 万元、**372.20 万元**，占当期营业收入的比重分别为 2.94%、2.57%、4.88%、**1.09%**。假设发行人出口至美国的应税产品原均执行零关税，关税加征税率为 25.00%，以 2019 年至 **2022 年 1-6 月** 发行人因受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入为测算基础，不同情景下，关税加征措施对发行人经营成果的影响情况如下：

单位：万元

期间	项目	情景一：发行人承担全部加征成本	情景二：发行人和客户各自承担 50%加征成本	情景三：客户承担全部加征成本
2022 年 1-6 月	当期因受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入	372.20	372.20	372.20

期间	项目	情景一：发行人承担全部加征成本	情景二：发行人和客户各自承担 50%加征成本	情景三：客户承担全部加征成本
	加征关税对当期收入的影响	-93.05	-46.52	-
	加征关税对当期毛利润的影响	-93.05	-46.52	-
	对当期毛利率的影响程度	-0.27 个百分点	-0.14 个百分点	-
2021 年	当期因受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入	3,739.83	3,739.83	3,739.83
	加征关税对当期收入的影响	-934.96	-467.48	-
	加征关税对当期毛利润的影响	-934.96	-467.48	-
	对当期毛利率的影响程度	-1.22 个百分点	-0.61 个百分点	-
2020 年	当期因受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入	1,603.39	1,603.39	1,603.39
	加征关税对当期收入的影响	-400.85	-200.42	-
	加征关税对当期毛利润的影响	-400.85	-200.42	-
	对当期毛利率的影响程度	-0.64 个百分点	-0.32 个百分点	-
2019 年	当期因受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入	1,493.72	1,493.72	1,493.72
	加征关税对当期收入的影响	-373.43	-186.72	-
	加征关税对当期毛利润的影响	-373.43	-186.72	-
	对当期毛利率的影响程度	-0.73 个百分点	-0.37 个百分点	-

综上，关税加征政策未对公司毛利率水平产生重大不利影响。

发行人 2019 年至 2021 年受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入逐年增长。2022 年 1-6 月，因公司重要客户 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 通过墨西哥工厂向公司采购，发行人受到关税影响与客户重新协商销售价格及关税成本承担方式形成的销售收入有所下降。

（三）新冠疫情冲击供应链和物流，对下游客户形成一定压力

受到新冠疫情影响，海运运力下降，海运费用维持高位。详见“一、中美贸易摩擦、新冠疫情对所在行业的影响”之“（三）新冠疫情对供应链和物流造成负面影响，冲击行业原材料及物流价格”。

海运费上涨和港口拥堵对客户的物流运输产生了不利影响，一方面，部分客

户通过转移生产基地的方式规避港口拥堵的负面影响，如 2021 年 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 通过其墨西哥工厂直接向发行人采购；另一方面，客户的运费成本有所增加，部分客户与公司协商运费承担方式，主要包括 GERMANY,S.A./MATRATZEN, S.L.等客户。

以 GERMANY,S.A./MATRATZEN, S.L.为例，其与公司重新协商了结算方式，运费改为由发行人承担，综合来看，发行人对该客户销售的毛利率 2021 年较 2020 年同比下滑了约 8 个百分点，其中海运费承担方式的转变是导致该客户毛利率下滑的重要因素之一。

三、中美贸易摩擦、新冠疫情对重点区域的影响

报告期内，公司主营业务收入按地区分类的情况如下：

单位：万元

区域	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	13,110.4 ₃	39.21%	31,488.6 ₄	41.62%	28,025.2 ₃	45.07%	21,576.4 ₆	42.48%
—华东	10,148.6 ₅	30.35%	26,439.0 ₁	34.95%	25,454.1 ₈	40.94%	20,781.2 ₄	40.91%
—华北	1,144.82	3.42%	1,899.46	2.51%	867.30	1.39%	608.90	1.20%
—东北	846.47	2.53%	1,522.50	2.01%	1,238.59	1.99%	40.96	0.08%
—华南	668.05	2.00%	1,218.02	1.61%	370.49	0.60%	104.13	0.21%
—其他	302.44	0.90%	409.65	0.54%	94.68	0.15%	41.23	0.08%
境外	20,330.0 ₅	60.79%	44,162.5 ₉	58.38%	34,150.7 ₇	54.93%	29,217.9 ₂	57.52%
—欧洲	7,055.00	21.10%	14,949.0 ₂	19.76%	13,271.4 ₃	21.34%	12,374.8 ₉	24.36%
—亚洲	3,740.52	11.19%	11,777.7 ₁	15.57%	13,137.8 ₂	21.13%	10,366.8 ₉	20.41%
—北美洲及中美洲	8,894.97	26.60%	16,386.4 ₅	21.66%	7,145.12	11.49%	5,746.01	11.31%
—其他	639.56	1.91%	1,049.41	1.39%	596.41	0.96%	730.13	1.44%
合计	33,440.4 ₈	100.00%	75,651.2 ₃	100.00%	62,176.0 ₁	100.00%	50,794.3 ₈	100.00%

根据上表，公司境内销售的重点区域为华东地区，公司境外销售重点为北美洲及中美洲、欧洲和亚洲地区。2021 年，公司各地区销售收入增长贡献率情况如下所示：

单位：万元

区域	2021 年度		
	销售金额	销售增长额	增长贡献率
境内	31,488.64	3,463.41	-
—华东	26,439.01	984.83	7.31%
—华北	1,899.46	1,032.16	7.66%
—东北	1,522.50	283.91	2.11%
—华南	1,218.02	847.53	6.29%
—其他	409.65	314.97	2.34%
境外	44,162.59	10,011.82	-
—欧洲	14,949.02	1,677.59	12.45%
—亚洲	11,777.71	-1,360.11	-10.09%
—北美洲及中美洲	16,386.45	9,241.33	68.58%
—其他	1,049.41	453.00	3.36%
合计	75,651.23	13,475.22	100.00%

注：增长贡献率=地区销售增长额/销售增长额合计。

2021 年公司营业收入增长的重点区域是北美洲及中美洲，终端消费核心区域为美国。

境内重点区域华东地区未受到中美贸易摩擦、新冠疫情的重大直接影响。2021 年，国内新冠疫情呈现各地零散发生的态势，整体来看，未对华东地区客户造成重大影响。

境外重点区域中，美国地区受到中美贸易摩擦、新冠疫情的影响，详见“一、中美贸易摩擦、新冠疫情对所在行业的影响”之“（一）中美贸易摩擦加剧美国通胀水平、推动行业终端产品价格上升”和“（二）中美贸易摩擦增加产品对美出口成本、降低行业整体毛利”以及“二、中美贸易摩擦、新冠疫情对下游客户的影响”之“（一）中美贸易摩擦促使行业通胀上升，新冠疫情和房地产刺激居家改善需求，美国地区客户收入增长”和“（二）中美贸易摩擦促使部分下游客户通过转移生产基地、与公司重新协商价格等方式减少关税成本”。

四、2021 年营业收入上升但净利润下滑的原因及合理性

综上所述，结合中美贸易摩擦、新冠疫情等宏观因素，发行人 2021 年营业收入上升但净利润下滑的原因包括：1、中美贸易摩擦加剧美国通胀水平、推动

行业终端产品价格上升，带动营业收入上涨；2、中美贸易摩擦促使美国地区客户与公司重新协商价格以分摊关税成本，对净利润造成负面影响；3、新冠疫情和房地产刺激居家改善需求，美国地区客户收入增长；4、新冠疫情造成原材料价格及海运费上涨，对净利润造成负面影响。

（一）行业主要下游客户经营情况

行业主要下游客户 2021 年经营情况如下表所示：

公司	项目	2021 年	2020 年	同比变动
梦百合	电动床业务营业收入(万元)	76,087.48	65,898.64	15.46%
	电动床业务营业成本(万元)	52,469.94	43,029.76	21.94%
	江苏里高营业收入(万元)	85,788.91	91,376.55	-6.11%
	泰国里高营业收入(万元)	125,201.85	107,467.08	16.50%
LEGGETT & PLATT	营业收入(百万美元)	5,073	4,280	18.53%
	营业成本(百万美元)	4,034	3,376	19.49%

数据来源：上市公司年报。

整体来看，行业主要客户的营业收入均实现一定增长，与发行人营业收入增长趋势一致。

（二）同行业可比公司经营情况

发行人与同行业可比公司 2021 年经营情况如下表所示：

单位：万元

公司	项目	2021 年	2020 年	同比变动
捷昌驱动	营业收入	263,698.09	186,827.41	41.15%
	归属于上市公司股东的净利润	27,047.44	40,542.86	-33.29%
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,589.22	31,484.01	-28.25%
	剔除 LEG 净利润后归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	27,957.69	31,484.01	-11.20%
凯迪股份	营业收入	171,848.25	127,193.57	35.11%
	归属于上市公司股东的净利润	11,657.83	17,252.50	-32.43%
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	9,236.67	16,080.42	-42.56%
乐歌股份	营业收入	287,128.37	194,066.43	47.95%
	归属于上市公司股东的净利润	18,467.67	21,709.42	-14.93%

公司	项目	2021 年	2020 年	同比变动
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,935.65	18,474.03	-40.81%
发行人	营业收入	76,581.37	62,358.35	22.81%
	归属于发行人股东的净利润	7,344.75	8,638.01	-14.97%
	归属于发行人股东的扣除非经常性损益的净利润	6,688.22	8,213.85	-18.57%

注：捷昌驱动于 2021 年完成对 LEG 的收购，为保持与 2020 年数据的可比性，同时在上表中列示了将 LEG2021 年净利润剔除后的同比变动情况。

同行业可比公司 2021 年营业收入均实现一定增长，但归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润均出现一定幅度下降。发行人 2021 年实现营业收入 76,581.37 万元，同比增长 22.81%；实现归属于发行人股东的扣除非经常性损益的净利润 6,688.22 万元，同比下降 18.57%，上述变动趋势与同行业可比公司 2021 年业绩变动趋势一致。

根据同行业可比公司年报、投资者关系活动表等公开信息，同行业可比公司 2021 年净利润下滑的原因主要为：

可比公司	净利润下降原因
捷昌驱动	净利润下降主要原因系 2020 年中美贸易关税豁免及部分关税返还（本报告期公司对美贸易关税已经恢复为 25%），另外，钢材等原材料、运费成本均大幅上涨、LEG 并表也影响了净利率
凯迪股份	受到原材料大幅涨价，运输成本急剧上升，汇率波动等影响
乐歌股份	主要系两方面影响所致：一、公司坚持长期主义和可持续发展，主动加大产品研发、自动化工艺研发和信息化研发的人员和资源投入，持续打造独立站自主销售渠道，建立私域流量，打造自主品牌；上述研发与营销的投入产出需经历一定的爬坡期，但随着投入的增加，公司可持续发展能力增强；二、受到外部的宏观不利因素影响，包括但不限于原材料价格、国际海运费、汇率、越南疫情等因素，短期内给公司的净利润造成一定的压力

综上所述，同行业可比公司净利润下降原因与发行人相似，发行人 2021 年营业收入上升但净利润下滑具备合理性。

五、关于发行人盈利的可持续性、可增长性的说明

2022 年，世界政治和经济局势较 2021 年更为复杂。中美贸易摩擦、新冠疫情等影响经济的宏观因素仍在持续；此外，美联储开始进行加息缩表、俄乌冲突的突然爆发，进一步加剧了世界政治和经济格局的动荡，给未来经济形势的变化增添了大量的不确定性。发行人作为一家直接外销占比接近 60%、直接和间接外销占比超过 90%的外向型企业，已经深度融入世界经济，针对前述对世界经济构

成重大影响的宏观事件和发行人实际情况，对发行人盈利的可持续性、可增长性做如下分析。

（一）基本情况概述

2021 年，公司营业收入为 76,581.37 万元，实现净利润 7,344.75 万元、扣除非经常性损益后的净利润 6,688.22 万元，发行人的营业收入同比增长 22.81%、净利润同比下滑 14.97%、扣除非经常性损益后的净利润下滑 18.57%。**根据中兴华会计师出具的《审计报告》，2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 34,068.81 万元，同比增长 3.21%；公司实现归属于母公司所有者的净利润为 2,905.94 万元，同比增长 16.49%；公司实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 2,653.71 万元，同比增长 12.83%。**总体来看，进入 2022 年后，发行人**2022 年 1-6 月的营业收入同比增速较 2021 年度同比增速有所放缓**，体现企业日常经营能力的扣非后净利润**同比增长**。

造成上述发行人业绩下滑的主要原因包括支出持续上升、原材料价格和运费持续处于高位、美元兑人民币汇率持续处于低位等，具体见下文分析。

（二）关于影响发行人业绩的不利因素分析

1、营收增长影响因素较多，支出持续上升

基于长期发展的原则并考虑到为后疫情时代的到来提前进行准备，发行人持续进行产业升级、产业布局 and 人员扩张，资本性支出、人员薪酬出现了较大幅度的上升，以折旧摊销为例，发行人 2019 年至 **2022 年 1-6 月** 各项成本、费用中的折旧摊销总额占营业收入的比例分别为 1.11%、1.88%、2.40%和 **3.41%**，呈快速上升态势。目前，发行人已阶段性完成了产业升级和布局的相关投入，短期内不会再进行大规模投资使支出继续上升，发行人需要尽快将投入形成产出以对冲支出上升对业绩的负面影响。但目前发行人营业收入的增长受到一些因素的影响，主要包括：

（1）国内疫情频发使物流运输、供应链运转受到一定阻碍。2022 年上半年我国青岛、吉林和上海等地陆续爆发了规模较大的疫情，例如发行人本身所在地为青岛、主要的电机供应商上海泰崇电气有限公司生产区域位于上海，在物流和供应链受阻的共同影响下，发行人的产品交付出现了延迟。**发行人主要经营所在**

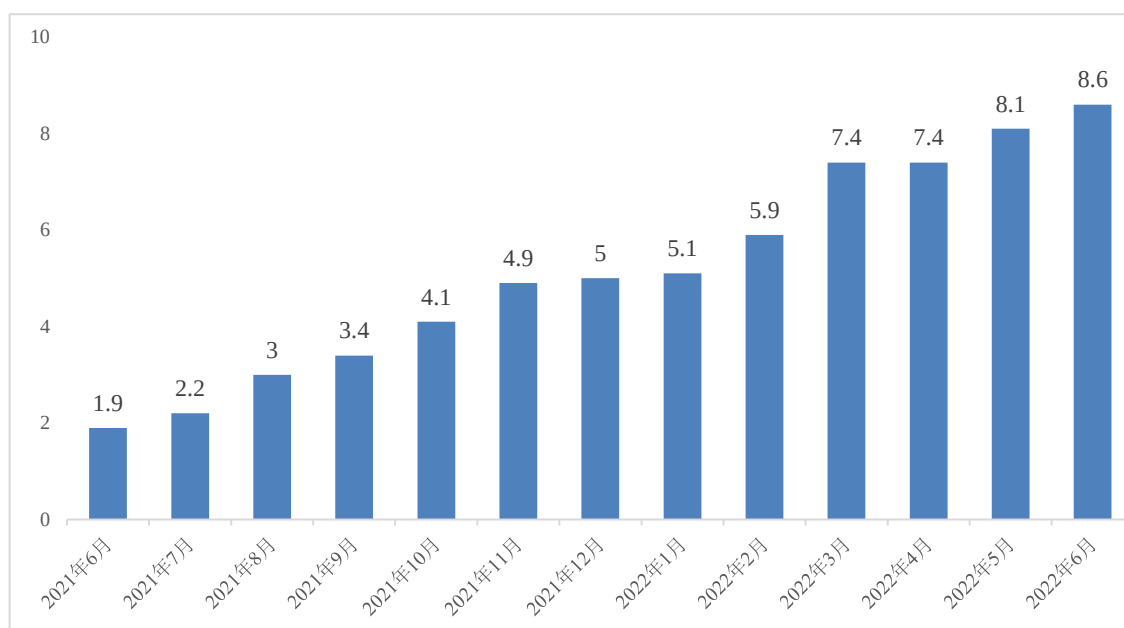
地为青岛市即墨区，2022 年 9 月以来，因疫情形势严峻，公司主要生产经营场所采取了居家办公、暂停现场生产经营活动等措施，上述措施对公司的产品生产、物流发货造成了一定的影响。目前，青岛市即墨区的疫情正在陆续缓解，预计公司将逐渐恢复生产经营。目前，由于青岛、上海等地的疫情已陆续缓解，同时发行人也通过备选供应商解决了部分原材料供应问题，并且国务院和各地政府亦在不断出台降低疫情管控对国民经济影响的各项政策，因此，被推迟交付的订单正逐步履行。前述不利因素对发行人盈利属于期间性、阶段性影响，一旦疫情缓解前述不利因素将在较短时间内得以缓释。

(2)如按使用发行人所产部件的终端产品的最终消费市场统计，2021 年度，美国消费市场为发行人贡献约 7 成收入，欧洲消费市场贡献约 2 成收入。俄乌冲突于 2022 年 2 月下旬爆发后，欧洲各国迅速对俄罗斯进行了广泛制裁，其中原产地为俄罗斯的木材为欧式电动床的原材料之一。基于供应链因素，发行人欧洲客户的订单在 2022 年上半年受到了一定影响，同时叠加国内新冠疫情导致的交付延迟，2022 年 1-6 月发行人直接来自欧洲客户的收入同比仅增长 1.16%。目前欧洲终端产品制造商的供应链已逐渐完成调整，但俄乌冲突的持续进行为发行人欧洲市场的成长带来了一定不确定性，主要有如下方面：

①消极因素

欧洲能源市场对俄罗斯的依赖程度较高，在目前欧洲各国对俄罗斯制裁逐渐加深的背景下，欧洲能源价格出现了较大幅度的上涨，一方面能源上涨推高了欧洲企业的制造成本，如制造企业不能将成本压力转嫁至终端消费市场，则发行人所在的上游供应链将承压，另一方面也使得欧洲消费者在能源方面的支出大幅上升，影响了其在可选消费品方面的支出。除此之外，俄乌为世界农产品生产和出口大国，欧洲虽在粮食方面对俄乌依赖度不高，但根据联合国粮农组织官网 2020 年度的数据，欧洲地区谷物自给率能达 100%以上的国家仅占欧洲国家总数的 43%，因此由于俄乌冲突导致的世界范围内的粮食短缺将推高欧洲地区的通胀和食品价格，可能对电动床等可选消费品的消费意愿产生负面影响。

欧元区近一年通货膨胀率



数据来源：欧盟统计局

②积极因素

虽然俄乌冲突对发行人欧洲市场的成长带来了不确定性，但首先欧洲目前电动床的主要消费群体在法德等发达国家，其国家和人民富裕程度相对较高、抗风险能力相对较强，截止 2022 年 6 月，法德两国建筑市场景气度相对较高，为未来电动床市场的成长储备了增量，具体如下所示：

法德两国建筑许可证申请近一年变动情况

单位：千张



数据来源：法国共享与生态转化部、德国联邦统计局

其次，欧洲央行已开始启动加息对抗通胀。2022年5月23日，欧洲央行行长拉加德发文表示，欧洲央行最快将在7月举行的货币政策会议上决定加息，并可能在9月底之前告别负利率时代。欧洲中央银行2022年7月21日召开货币政策会议，决定将欧元区三大关键利率上调50个基点，以确保欧元区中期通胀率低于2%的目标。欧洲中央银行2022年9月8日召开货币政策会议，决定将欧元区三大关键利率均上调75个基点，并表示可能继续加息，以进一步遏制通胀水平。

最后，从更长远看，欧洲地区的老龄化将使欧洲智慧医养市场具备深厚的发展潜力。根据欧洲统计局的数据显示，2019年，欧盟27国65岁以上老龄人口达9,050万，占总人口的20.3%，已整体步入“超高龄社会”，到2050年，65岁以上人口将达到1.298亿，占总人口的29.4%。

③小结

俄乌冲突对发行人欧洲市场的短期冲击已消除，截止目前已未受影响；但发行人欧洲市场目前积极和消极因素并存，市场发展在2022年下半年至2023年上半年存在一定变数，但从更长远的角度考虑，欧洲市场具备较强的发展潜力。

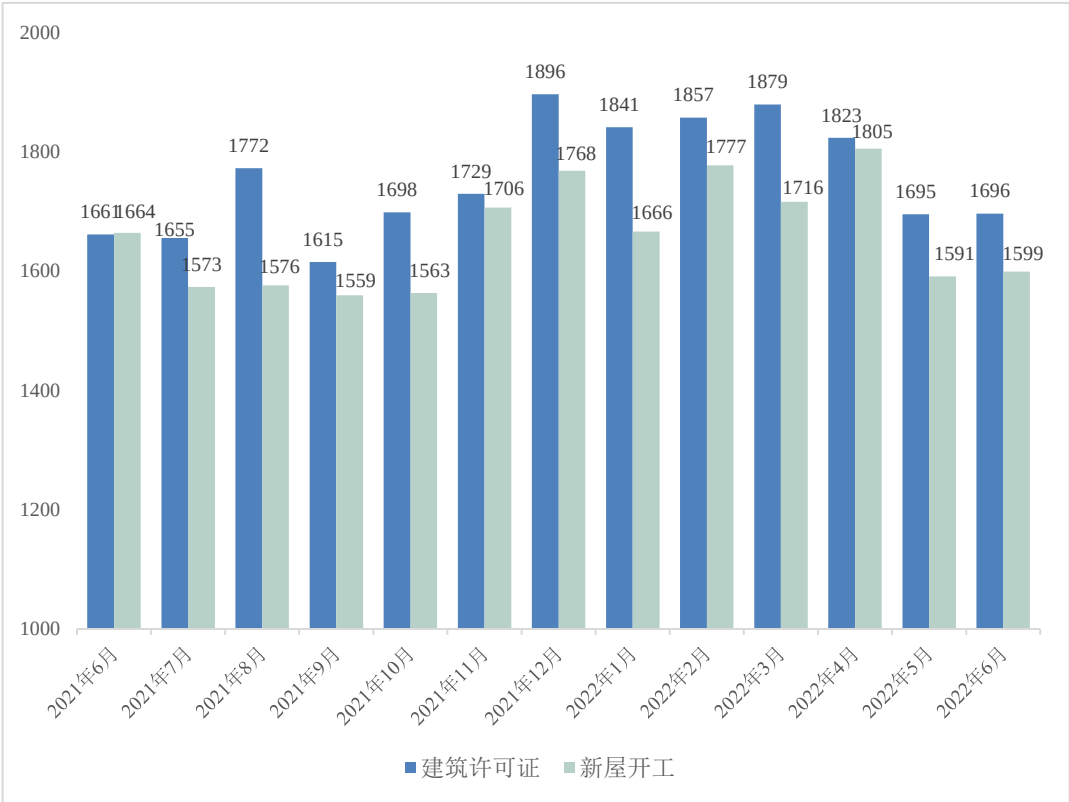
(3) 美国是目前最主要、最大的电动床消费市场，从终端消费市场统计，

美国消费市场为发行人贡献约 7 成收入，是发行人最核心的终端市场区域。根据目前的相关前瞻性信息，预计美国市场在未来较长一段时间将持续成长：

第一，根据新屋开工和申请建筑许可证的情况，预计美国房地产市场在未来较长一段时间内将维持高景气度，如此则将给包括电动床在内的家居市场提供持续增长空间。

美国新屋开工、建筑许可证申请近一年变动情况

单位：千幢、千张



数据来源：美国人口统计局

第二，美联储已进入加息缩表周期以抑制国内的高通胀，截止 2022 年 6 月末，已累计加息 150 个基点。同时为了对抗美国国内的高通胀加之美国企业在 2021 年整体盈利情况较好，包括微软、谷歌、亚马逊在内的美国企业纷纷开始涨薪，预计基本工资最高可以翻倍。因此，美联储加息会使物价降低并对社会群体的消费意愿起到一定刺激作用，企业涨薪会在一定程度上保持人群的购买力且具有长期效应，同时美国作为世界主要的粮食和能源生产国、出口国，必需消费品的供需压力相对较小，综合来看，美国消费者对于智能电动床等可选消费品的购买意愿和购买力将在相当长一段时间内予以保持。

美国近五年工资增长指数



数据来源：美国经济分析局

（4）在 2020 年新冠疫情爆发后，包括我国在内的世界各国都实施了较为严格的出入境限制措施和疫情管控措施，发行人开拓境外客户难度加大，尤其导致发行人新业务智能遮阳等未能获取足够订单实现盈亏平衡，对发行人业绩造成了负面影响。目前，境外已开始逐渐取消疫情管控政策，发行人已于 2022 年第一季度派出专人前往欧美地区开拓市场，现已取得积极成果。虽然因新冠疫情导致的发行人无法前往海外市场进行市场开拓的情况有所缓解，同时发行人所处的智能线性驱动行业前景广阔，发行人也在不断加大如包括中国在内的各市场的开发力度，然而新市场的开拓和培育需要一定时间，预计新业务为公司业绩带来的负面影响仍将持续一段时间但将逐渐缓解。

综合以上的各项分析，虽存在因新冠疫情、俄乌冲突等带来的短期影响和不确定性，但考虑到发行人已阶段性完成投资支出、预计核心市场在较长一段时间内将保持增长且新市场开拓在不断深入，因此，发行人在收入端将对支出上升对盈利的负面影响形成积极的缓释效应。

2、原材料价格上涨

报告期内，直接材料成本是公司的主要成本项，2019 至 2022 年 1-6 月，依次占主营业务成本比例为 86.43%、84.06%、81.45%、**79.70%**。公司所需的主要原材料包括马达类、电子元器件类、线束类、电源材料类、结构件类，前述五大

类原材料占公司原材料采购成本的比重为 80%左右，相关原材料价格在一定程度上会受到大宗商品价格的影响。以马达类、线束类材料为例，其均需大量使用铜包线，而铜的价格自 2020 年起即已进入上升通道，截至 **2022 年 6 月末** 仍处于较高水平；马达类材料所需要的冷轧钢、热镀锌钢价格亦处于近年较高水平。2021 年主要原材料采购价格上升对单位成本的影响为 3.26%，对主营业务毛利率的影响为-2.42 个百分点，对发行人毛利润影响为-1,829.38 万元。其中，各主要原材料中芯片、电路板价格上涨对主营业务毛利率的负面影响较大，对主营业务毛利率的影响分别为-1.79 个百分点、-1.07 个百分点，对应毛利润影响分别为-1,354.80 万元、-811.65 万元。

截至 **2022 年 6 月末**，公司主要原材料涉及的大宗原材料行业价格指数如下：

大宗原材料指标	对应下游原材料	2022 年 1-6 月均价	2021 年均价	涨跌幅
经销价:热镀锌板: DX51D+Z:1.0*1250*C (元/吨)	马达	5,945.90	6,600.75	-9.92%
经销价:冷轧板: DC01:1.0*1250*2500 (元/吨)	马达	5,487.79	6,069.80	-9.59%
市场价:电解铜:1#:全国 (元/吨)	马达、电路板、信号线	71,825.81	68,466.60	4.91%
市场价:单晶硅片 (156mm×156mm, 一线厂商):国内 (元/片)	芯片	6.65	4.97	33.70%
市场价 (中间价):环氧树脂:华东市场 (元/吨)	电路板	26,499.24	31,076.50	-14.73%
进口平均单价:玻璃纤维及其制品:当月值 (美元/吨)	电路板	7,486.57	5,871.69	27.50%
市场价 (中间价):聚氯乙烯 PVC (乙烯法):全国 (元/吨)	信号线	9,007.28	9,721.73	-7.35%
中国塑料城 PP (聚丙烯) 指数 (以 2010 年 1 月 4 日=1,000 计算)	塑料件	853.36	859.12	-0.67%
市场价 (平均价):尼龙 PA6 (1010C2):华南地区 (元/吨)	塑料件	22,217.00	21,879.71	1.54%

从上表中可以看出，目前发行人原材料所对应的大宗商品价格在经历了较长时间的上涨和高位运行后，除芯片、电路板所需的部分材料因需求端长时间旺盛仍出现较高幅度的上涨外，其他各原材料基本呈下降或微涨态势，由大宗商品价格传导至发行人的材料成本压力将得到一定程度的缓解。同时随着发行人采购规模的持续扩大，其议价能力也将对直接材料成本的上涨起到一定抑制作用。

此外，对公司 2021 年度毛利率影响较大的直接材料——芯片、电路板的价

格由于需求端长时间旺盛目前仍处于高位，预计到 2022 年末仍有上涨的可能。但目前手机等电子产品已出现了消费疲软迹象。如根据中国信通院数据显示，2022 年 1-6 月，国内市场手机总体出货量累计 1.36 亿部，同比下降 21.70%，其中 5G 手机出货量 1.09 亿部，同比下降 14.50%。因此如果手机等电子产品消费持续下滑将会对部分芯片、电路板价格形成一定抑制作用。

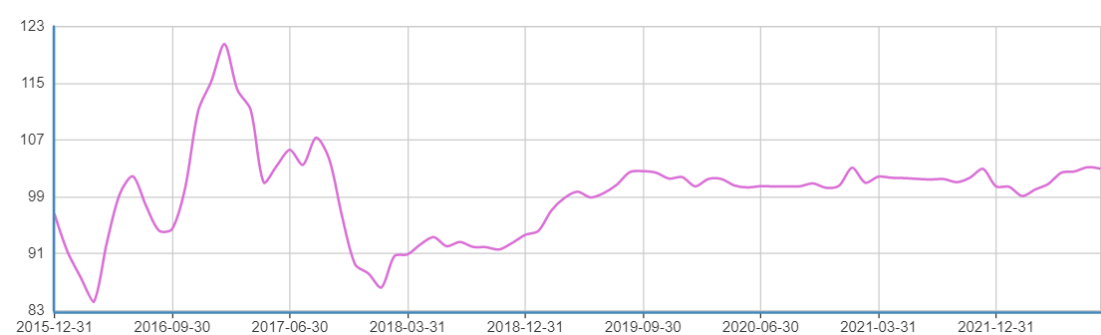
综上分析，除芯片、电路板外发行人原材料价格未来上涨的可能性偏弱，对发行人盈利能力的负面影响呈弱化态势。

3、运费处于高位

2022 年 1-6 月运费上涨对单位成本的影响为 1.32%，对主营业务毛利率的影响为-1.03 个百分点，同时少量客户经协商将运费调整由发行人承担，影响了发行人的盈利。

从陆运角度，截至 2022 年 6 月，近年来国内运费走势如下所示：

2016 年以来各月中国公路物流运价同比指数

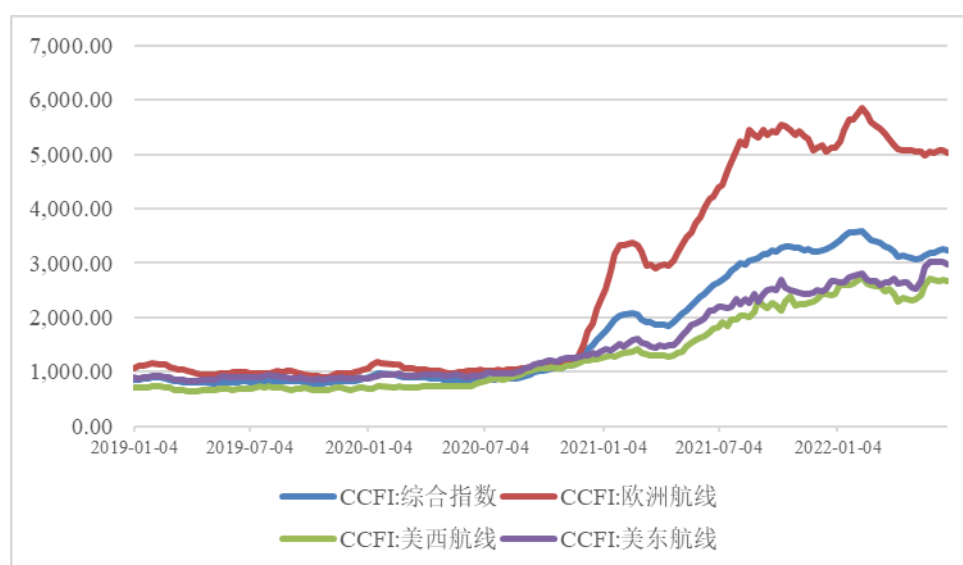


数据来源：中国物流信息中心

如上表所示，目前国内陆运价格在近年来较为稳定，未出现大幅波动，未来如国内运输政策或国际油价不发生重大变化，国内陆运价格预计将保持稳定。

截至 2022 年 6 月，以中国出口集装箱运价指数（CCFI）为标准体现出的海运情况变动趋势具体如下：

中国出口集装箱运价指数（CCFI）



数据来源：wind，以“1998年1月1日=1,000”作为指数参考标准

如上图所示，目前海运费已从高位逐渐回落，预计随着原油价格下跌及国际贸易量下降且各国港口运营效率的恢复，海运费将回落至正常水平。

综上分析，发行人运费持续上涨的可能性不大，预计将呈逐渐回落态势，对发行人盈利能力的负面影响将持续减弱。

4、美元兑人民币汇率持续处于低位

报告期内，公司2019年、2020年、2021年、2022年1-6月外销收入占主营业务收入的比例分别为57.52%、54.93%、58.38%、60.79%，外销收入占比较高。随着公司销售规模的不断扩大和海外市场的开拓，预计公司的外销收入仍将保持增长，因此，汇率波动对公司经营业绩将带来影响。

截至2022年6月，美联储已累计3次加息150个基点，利率区间调整至1.50%-1.75%（市场普遍预计本年内将加息7次）。同时美联储还宣布自2022年6月1日起开始缩表，自6月1日开始以每月475亿美元的额度缩表，将在3个月内逐步提高缩表上限至每月950亿美元。因美联储加息缩表，导致美元兑人民币汇率持续上升，具体如下：



数据来源：中国人民银行

此外，截至**2022年6月**，我国央行已进行了**2次降息、1次降准**，同时为缓解**2022年上半年**新冠疫情对我国经济的影响，预计我国央行后续将以“保持流动性合理充裕，增强信贷总量增长的稳定性”为原则，加大货币投放量。

2022年1月至4月中旬，人民币兑美元汇率总体仍然维持在升值的趋势中，但波动幅度相对较小；**2022年4月中旬至6月末**，总体处于快速贬值的趋势，将对公司外销产品价格和毛利率产生一定积极影响。**2022年5月至6月**，美元兑人民币平均汇率已达到为**6.7029**，较**2021年平均汇率**上涨**3.90%**。因此，基于上述情况，同时美联储和我国央行的货币政策将使人民币在较长一段时间内承受汇率下跌的压力，所以美元兑人民币汇率有望在较长时间内以高于**2021年**的水平运行，从而提升发行人的收入和盈利能力。

5、关税

报告期内，公司业绩承担了美国加征关税带来的一定负面影响。但美国贸易代表办公室**2022年5月3日**宣布，四年前依据“**301调查**”结果对中国输美商品加征关税的两项行动分别于**2022年7月6日**和**8月23日**结束，即日起，该办公室将启动对相关行动的法定复审程序。考虑到美国政府正在为抑制其国内的高通胀采取各种政策，加征关税政策存在一定被取消的可能性，如取消则将对公司业绩产生积极影响。

（三）总结

如上文的各项分析，大部分对发行人业绩存在不利影响的因素将在未来一段时间内逐渐缓解乃至逆转为有利于发行人盈利的因素，同时发行人核心市场预计在较长一段时间内将保持增长，因此，发行人经营业绩不存在于较长时间内无法逆转的趋势性下滑，发行人盈利具有可持续性和可增长性。针对业绩波动相关风险，发行人目前已在招股说明书“重大事项提示”及“第四节 风险因素”部分通过“经营业绩下滑的风险”进行了充分的风险提示。

（2）毛利率是否存在持续下滑风险，并结合具体影响因素进行充分的风险揭示

2021 年公司综合毛利率较 2020 年下降 2.66 个百分点，主要原因系芯片、电路板、开关电源与变压器等主要原材料采购价格上升，以及运费上涨、关税上升等因素所致。同时，2021 年人民币兑美元汇率较 2020 年升值对外销产品的人民币价格也有一定负面影响。**2022 年 1-6 月公司主营业务毛利率较 2021 年下降，主要原因系芯片、电路板、开关电源与变压器等主要原材料采购价格上升，以及运费上涨等因素所致。**针对发行人是否存在毛利率持续下滑的风险分析如下：

一、原材料价格方面

报告期内，直接材料成本是公司的主要成本项，2019 至 2021 年及 **2022 年 1-6 月**，依次占主营业务成本比例为 86.43%、84.06%、81.45%及 **79.70%**。公司所需的主要原材料包括马达类、电子元器件类、线束类、电源材料类、结构件类，前述五大类原材料占公司原材料采购成本的比重为 80%左右，相关原材料价格在一定程度上会受到大宗商品价格的影响。以马达类、线束类材料为例，其均需大量使用铜包线，而铜的价格自 2020 年起即已进入上升通道，截至 **2022 年 6 月末**仍处于较高水平；马达类材料所需要的冷轧钢、热镀锌钢价格亦处于近年较高水平。原材料价格的变化对公司产品成本影响较大，对毛利率更有着直接影响。

根据迈科期货、恒泰期货、金石期货等专业机构出具的分析报告等公开信息预测：受供给明显提升，需求小幅提升的影响，预计 2022 年铜呈现供需小幅过剩，铜价震荡走弱的趋势；预计 2022 钢材价格保持供需双弱的格局，价格中枢预计较 2021 年有所下移，但上半年仍存在反弹可能，将影响冷轧钢、热镀锌钢

等原料的价格走势。此外，2021 年，芯片供应因工厂火灾、冬季暴雪、能源短缺和新冠疫情导致的停工等一系列黑天鹅事件而减产，芯片供应短缺愈发严重。基于芯片龙头厂商的积极扩产和疫情等因素的缓解，从长期来看，芯片的供需情况有望得到改善，芯片价格将向低位回归。但由于芯片厂商产能利用率自 2020 年以来长期处于高位且未来产能释放需要时间，同时下游需求旺盛，预计未来 1 年内芯片行业较难改变供不应求的局面，价格调整存在难度。

综上所述，发行人原材料价格在未来持续上涨的压力较小，存在回调的可能性，发行人供应链的承压程度将有所减弱，同时得益于发行人自身需求的持续增长，未来将合理利用以量议价的优势地位管控原材料成本。但如果大宗商品价格持续处于高位将可能导致原材料价格发生上涨，进而对公司的经营业绩及毛利率造成不利影响。

针对原材料价格波动影响公司经营业绩及毛利率的风险，公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“原材料供应及价格波动风险”中进行了充分的风险揭示。

二、关税方面

2019 年至 2021 年及 2022 年 1-6 月，公司直接及通过境外子公司间接出口美国市场的销售收入为 5,459.66 万元、7,102.28 万元、6,304.46 万元、1,698.86 万元，占当期营业收入的比例分别为 10.73%、11.39%、8.23%、4.99%。近年来，美国在全球范围采取贸易保护主义的政策，包括对华加征进口关税、实施“双反”政策等贸易保护措施成为美国对华贸易政策的主旋律。公司主要产品双马达驱动器、单马达驱动器、控制盒、遥控器、升降柱等处于美国加征关税产品名单之内，关税加征税率为 10%至 25%不等。中美相关关税政策及公司涉税产品类别如下：

政策宣布时间	关税政策	加征税率	受影响产品类别
2018 年 6 月 15 日	2018 年 6 月 15 日，美国政府宣布将对原产于中国的 500 亿美元商品加征 25%的进口关税；其中，对约 340 亿美元商品的加征关税措施于 2018 年 7 月 6 日起实施；对其余约 160 亿美元商品的加征关税措施于 2018 年 8 月 23 日起实施	25%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的双马达驱动器、单马达驱动器等

政策宣布时间	关税政策	加征税率	受影响产品类别
2018年9月18日	2018年9月18日，美国政府宣布实施对从中国进口的约2,000亿美元商品加征关税的措施，自2018年9月24日起加征关税税率为10%	10%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的控制盒、遥控器、升降柱等
2019年5月10日	从中国进口的约2,000亿美元商品加征关税的税率调整为25%	25%	智能家居、智慧医养、智能办公线性驱动系统等产品中的控制盒、遥控器、升降柱等

报告期内，公司通过美国子公司的销售由公司承担关税；公司由中国大陆对美国客户的直接销售主要采取 FOB 结算方式，公司承担境内运输费用，由客户承担境外运输费用与关税费用。对于美国加征关税带来的费用，部分客户未与公司协商并独自承担；部分客户与发行人协商通过适当调减销售价格等方式与发行人共同承担该部分费用，例如：发行人向 LEGGETT & PLATT GLOBAL SERVICES 销售的部分型号产品价格会有 3%-16% 的下降。

美国贸易代表办公室 2022 年 5 月 3 日宣布，四年前依据“301 调查”结果对中国输美商品加征关税的两项行动分别于 2022 年 7 月 6 日和 8 月 23 日结束，即日起，该办公室将启动对相关行动的法定复审程序。若中美贸易摩擦在未来加剧，美国采取进一步加剧对华的贸易保护政策或客户要求公司降低销售价格以转移加征关税成本，会对公司经营和毛利率产生不利影响。

针对关税影响公司经营业绩及毛利率的风险，公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“贸易摩擦加剧的风险”中进行了充分的风险揭示。

三、运费方面

2020 年以来由于新冠疫情影响，全球贸易出现放缓态势，部分物流公司取消海运、陆运班次的同时，线上购物也出现增加。货物运输需求较高，物流运力持续紧张，海运缺柜、爆仓情况增加，加上新冠疫情下各国港口运营效率有所下降，进一步加剧了出口运力紧张的局面。目前，随着我国疫情防控措施的全面贯彻落实，疫情防控工作已取得了一定阶段性成效，但全球疫情防控现状仍然较为严峻。物流运力紧张可能会影响公司的货物交付速度；同时受疫情影响下物流运力紧张影响，海运费可能产生波动，二者可能会对公司短期经营业绩和毛利率产生不利影响。

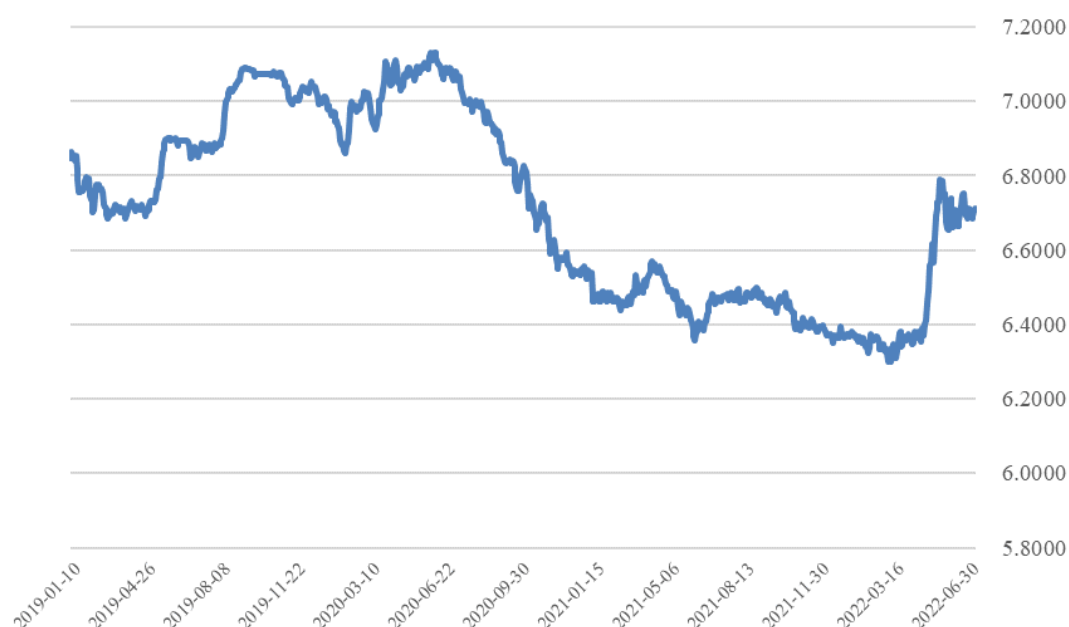
针对运费影响公司经营业绩及毛利率的风险，公司在招股说明书“第四节 风

险因素”之“物流运力紧张及运费上涨的风险”中进行了充分的风险揭示。

四、人民币兑美元汇率方面

报告期内，公司 2019 年、2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月**外销收入占主营业务收入的比例分别为 57.52%、54.93%、58.38%、**60.79%**，外销收入占比较高。随着公司销售规模的不断扩大和海外市场的开拓，预计公司的外销收入仍将保持增长，因此，汇率波动对公司经营业绩和毛利率将带来影响。

2020 年至 2022 年 4 月中旬，人民币对美元汇率总体处于升值的趋势，2022 年 4 月中旬至 2022 年 6 月末，总体处于快速贬值的趋势，具体如下图所示：



数据来源：中国人民银行

2019 年、2020 年、2021 年美元兑人民币的平均汇率分别为 6.8985、6.8976、6.4515，2020 年较 2019 年变化不大，2021 年人民币兑美元汇率较 2020 年升值对外销产品价格的人民币计价有一定负面影响，经测算，影响发行人 2021 年外销收入 2,455.33 万元。

2022 年 1 月至 4 月中旬，人民币兑美元汇率总体仍然维持在升值的趋势中，但波动幅度相对较小；2022 年 4 月中旬至 6 月末，总体处于快速贬值的趋势，将对公司外销产品价格和毛利率产生一定积极影响。2022 年 5 月至 6 月，美元兑人民币平均汇率已达到为 **6.7029**，较 2021 年平均汇率上涨 **3.90%**。假设发行人 2022 年的以美元结算的境外销售收入金额、营业收入及营业成本与 2021 年保

持一致，2022 年实际结算汇率按照 2022 年 5 月至 6 月的平均汇率 6.7029 进行测算，则美元兑人民币汇率的上涨将使公司 2022 年的外销收入增加 1,383.71 万元，毛利率增加 1.34 个百分点。

针对人民币兑美元汇率波动影响公司经营业绩及毛利率的风险，公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“人民币汇率波动及金融衍生工具风险”中进行了充分的风险揭示。

五、市场竞争方面

线性驱动行业起源于海外，国际知名的线性驱动制造公司具备先行者优势，经过长期经营，形成了较大的规模优势以及较高的市场地位，并且国际竞争对手已经加紧进入中国，纷纷在中国设立分子公司，布局产能，拓展国内市场或借助国内生产成本优势维持业内领先地位。同时，我国智能线性驱动行业也正在快速发展，多家行业领先企业已经登陆 A 股资本市场或已有登陆 A 股资本市场的计划。虽然目前发行人与同行业企业在智能线性驱动市场的不同细分领域各有所长，但为了扩大市场份额，同行业公司已开始向其他竞争对手的擅长领域布局，如捷昌驱动已开始布局发行人优势领域（电动床用驱动市场）、凯迪股份亦具备进入发行人优势领域的能力，而发行人同样也开始布局智能办公相关产能，整个智能线性驱动市场的竞争将日趋激烈。发行人下游客户如拟替换供应商其实际承受的可量化的经济成本相对较少，更多的是需要在产品的测试、认证、售后培训等方面付出较多时间成本，并在内部部门之间以及与终端品牌商之间投入大量沟通成本并承担一定风险。如果公司不能在设计研发、产品质量和定制化配套服务能力等方面及时全面地提高产品市场竞争力，将面临市场份额下降、产品被竞争对手替代的风险，对公司的业务长期持续增长和毛利率可能产生不利影响。**另一方面，如同行业企业进入发行人擅长领域，将可能对发行人的收入和利润产生直接或间接的负面影响，使发行人销售收入、盈利水平出现下降的风险。**

针对市场竞争影响公司经营业绩及毛利率的风险，公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“市场竞争加剧风险”中进行了充分的风险揭示。

综上分析，基于原材料价格、关税、运费、市场竞争等方面的分析，发行人毛利率仍存在持续下滑的风险，同时，2022 年 4 月中旬至今，人民币兑美元汇

率总体处于快速贬值的趋势，将对公司外销产品价格和毛利率产生一定积极影响。公司已在招股说明书中对上述因素进行了充分的风险揭示。

(3) 在招股说明书中补充披露模具开发、销售模式和收入确认方法，产品销售及模具销售是否共同构成一项履约义务，模具收入是否与产品一起作为履约义务分期确认收入，产品报价是否包含模具成本，以及模具成本核算方法；报告期内模具对外销售的具体情况

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(一) 营业收入结构”之“2、主营业务收入按产品分类”中对下述信息进行了更新披露，具体如下：

一、模具开发、销售模式和收入确认方法

报告期内，发行人生产及对外销售的模具包括商品性模具、生产性模具。

(一) 商品性模具

公司根据客户对模具规格、型号、技术参数等方面的模具定制开发要求设计并生产相应的模具，模具开发成功后交由客户验收，公司取得客户签字确认的模具验收单后，该模具即转交客户，公司确认相关模具收入。除因试模需要，公司商品性模具不存在向该类客户销售模具后，再使用该模具生产产品并销售给该客户的情况。

(二) 生产性模具

该类模具系为配合客户产品生产而开发的专用模具，公司根据客户对模具规格、型号、技术参数等方面的模具定制开发要求设计并生产相应的模具，模具开发成功后交由客户验收，公司取得客户签字确认的模具验收单后，模具所有权归客户，公司确认相关模具收入。因公司后续会使用该类模具为该客户进一步生产特定型号的产品，故该类模具存放地点为公司生产车间。

二、产品销售及模具销售是否共同构成一项履约义务，模具收入是否与产品一起作为履约义务分期确认收入，产品报价是否包含模具成本

(一) 公司与客户签署的合同及实际执行层面

针对模具销售与产品销售，公司分别与客户签订模具制造合同与产品销售合

同。在商品性模具和生产性模具的模具制造合同中，约定的公司履约义务为向客户交付符合质量、技术要求的模具，合同价格和合同金额仅包括模具；在产品销售合同中，约定的公司履约义务为向客户交付合格的产品，产品价格以订单约定的价格（价格条款）为准。报告期内，公司与客户均按照双方签署的模具合同、产品销售合同实际执行。

（二）企业会计准则层面

根据《企业会计准则第14号—收入》（财会〔2017〕22号）第十条规定，企业向客户承诺的商品同时满足下列条件的，应当作为可明确区分商品：（1）客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中受益；（2）企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分。针对公司模具的销售，鉴于其满足上述可明确区分商品的定义，公司将其作为一项单独的履约义务核算，符合会计准则的要求。

综上分析，公司签订的模具制造合同、产品销售合同均为只包含单向履约义务的合同，模具销售及产品销售不共同构成一项履约义务，模具销售与产品销售分别按合同约定确认收入，模具收入不与产品一起作为履约义务分期确认收入，产品报价不包括模具成本。

三、模具成本核算方法

（一）成本归集情况

直接材料：每月生产部门根据生产领料单进行领料，领料单内容包括生产工单编号、模具编号、领料编号、料件品名、品号、规格、领用数量等，领料单按照生产工单区分，用以确保各生产工单材料成本的准确性。生产部门取得材料后，根据生产计划进行生产，月末公司根据当月实际领用的材料，按照月末一次加权平均法计算的材料单价归集至“直接材料”；

直接人工：公司以当月应支付的模具车间的生产人员薪酬归集至“直接人工”；

制造费用：公司将生产中发生的不能归入直接材料和直接人工的其他成本费用支出，如生产管理人员的薪酬、水电费等，每月末按照实际发生额归集至“制造费用”。

（二）成本核算情况

生产成本分配：1、当月发生的直接材料及外协加工费，ERP系统可以根据生产领料单直接归集至具体模具型号各生产工单，每个生产工单仅包含一个型号的模具产品，期末该生产工单归集的直接材料成本根据完工产品产量和在制品约当产量进行分摊；直接人工和制造费用根据生产工单中完工产品的标准成本占该车间完工产品总标准成本的比例进行分配；2、根据不同模具合同，用于销售的商品性模具和生产性模具，待客户进行模具验收并取得客户签字确认的模具验收单后，确认相关模具收入及结转相关模具成本。

四、报告期内模具对外销售的具体情况

报告期内，公司模具对外销售具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商品性模具	697.06	100.00%	1,182.33	96.23%	306.44	64.19%	-	-
生产性模具	-	-	46.34	3.77%	170.98	35.81%	90.22	100.00%
合计	697.06	100.00%	1,228.67	100.00%	477.42	100.00%	90.22	100.00%

2019年、2020年、2021年及2022年1-6月，公司模具对外销售的金额分别为90.22万元、477.42万元、1,228.67万元及**697.06万元**，占公司营业收入的比重分别为0.18%、0.77%、1.60%及**2.05%**，占比较小。其中，来源于子公司豪江模具的对外销售收入分别为0万元、306.44万元、1,179.60万元、**697.06万元**，均为商品性模具；来源于母公司的对外销售收入分别为90.22万元、170.98万元、49.07万元、**0万元**，除2021年有2.73万元为商品性模具外，其余为生产性模具。

（4）进入智能化遮阳市场的战略考虑及内部决策程序，包括相关战略规划是否经公司战略委员会讨论通过、独立董事是否发表意见，发行人是否具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备以及业务基础，结合报告内容科机电业绩亏损加剧的情形分析募投项目是否存在重大不确定性

一、进入智能化遮阳市场的战略考虑

（一）作为智能家居的细分赛道，智能遮阳市场发展潜力巨大

根据《2020 中国智能家居生态发展白皮书》、《2021 年中国全屋智能行业研究白皮书》以及相关行业研究分析，伴随场景智能化、空间智能化和用户需求为导向的多维驱动，以智能家居为核心的全屋定制和全屋智能有望迎来较大发展，未来智能家居市场将以应用场景逐渐细分市场。其中，智能遮阳作为一个成熟的细分领域，有望成为智能家居各细分市场中的下一片蓝海。

全球市场来看，由于消费理念的不断升级，对于生活舒适、便捷的需求以及智能化和物联网技术的深入发展，预计智能遮阳的细分市场有望迎来强劲增长。根据研究机构 TECHNAVIO 统计数据测算，2020 年至 2025 年，全球智能遮阳市场将会以 57.46% 的年复合增长率保持增长，到 2025 年有望达到 250 亿美元。从国别市场来看，根据市场调研机构 Factmr 统计，美国市场在 2015-2019 年，以约 20% 的复合年增长率高速发展，成为全球智能遮阳的最大市场；凭借近年来基建以及城市化进程的大发展，结合经济持续快速增长带来的消费升级以及数字技术的广泛应用，中国在未来 10 年内有望在智能遮阳市场比肩美国。

中国市场来看，从整个智能家居市场角度，根据亿欧智库《2020 中国智能家居行业研究报告》披露的数据，2019 年中国智能家居市场规模超 3,700 亿元，预计 2025 年有望突破 8,000 亿元，2017-2025 年复合年均增长率约为 15.86%。基于 CSHIA Research《2021 年中国智能家居行业市场现状及区域格局分析》的统计数据，中国智能家居行业细分市场中，智能遮阳占比约为 8%。基于以上数据分析测算，预计到 2025 年中国智能遮阳市场规模有望超过 600 亿元，具有较大的发展潜力。

（二）行业处于发展初期，竞争集聚效应尚不显著

从全球智能遮阳市场来看，根据市场调研机构 Factmr 相关统计，目前全球智能遮阳市场的主要厂商包括法国尚飞 Somfy、亨特道格拉斯 Hunter Douglas 以及美国路创 Lutron Electronics 等，其中法国尚飞 Somfy 是行业市场份额占比较大的领先企业，行业历史悠久。

从国内智能遮阳市场来看，法国尚飞 Somfy 在中国境内的子公司宁波杜亚机电技术有限公司作为行业龙头企业，拥有较为完整的产品线、丰富的技术储备和较广泛的境内外营销网络和客户资源，品牌知名度和市场认可度较高，在国内

市场份额较大。除此之外，行业内其他厂商较多且各自市场份额整体不高，整体看来行业处于快速发展初期，市场格局尚未固化，先进入者的竞争壁垒以及集聚效应尚不显著。

（三）进入智能化遮阳市场是拓展公司现有技术优势和生产优势的选择

随着多年来的发展，我国智能家居市场逐步向用户诉求聚焦，伴随场景智能化、空间智能化和用户需求多样化的多维驱动，寻求以技术为支撑构建以用户为核心的全屋智能，重塑空间价值。发行人是专业从事智能线性驱动产品研发和生产的企业，现阶段已完成在智能家居多个应用场景的技术积累和产线配置，兼具技术储备和生产能力储备，进入智能遮阳领域是延续这两方面优势的选择。

技术储备和延伸方面，进入智能化遮阳市场可以有效借助发行人在智能家居领域开发积累的技术储备如精准定位、模块化控制、多系统协同控制、远程控制等，顺应行业发展趋势切入新的细分市场，从传统的家居用电动床、电动沙发向遮阳产品等延伸，适应“全屋定制”时代的到来，培育新的盈利增长点；

产线储备和生产能力延伸方面，发行人多年的行业生产制造基础，在电子工艺技术、注塑工艺、模具开发工艺等方面积累了丰富的生产经验，能够自主完成“模具开发—注塑—加工—制造—组装—检测”的垂直一体化生产；布局自主研发设计生产的自动化生产线并形成了协作一体化的“生产流”模式，兼具产业链协同效应和快速反应的整体定制化生产能力；同时，公司在智能线性驱动产品生产中已经形成了一套成熟稳定的产品质量管理和控制体系。进入智能遮阳市场可以充分利用现有垂直一体化产业链生产能力、流程化高效生产模式以及成熟稳定的质量控制体系，从生产端实现降本增效，增强新产品开拓市场的竞争力。

（四）进入智能化遮阳市场是对未来竞争布局的综合考量

作为智能驱动市场发展的下一个潜在市场，智能化遮阳业务已经吸引了业内多家企业的关注。以发行人行业内竞争对手捷昌驱动为例，其依托自有品牌和线性驱动的技术优势，已于 2020 年开始布局智能遮阳细分市场，并多次携产品亮相 2020 上海国际智能遮阳及电动窗帘展览会、2021 年中国建博会、2021 亚洲门窗遮阳展等；2022 年参加国际窗帘展（IWCE 2022），亮相美国市场。因此，发行人进入智能化遮阳市场是顺应行业竞争态势，符合未来发展规划与自身战略布

局的综合考量。

二、内部决策程序

（一）发行人设立容科机电子公司履行了必要的内部决策程序

发行人设立容科机电子公司主要负责智能遮阳业务的落地实施。2020 年 4 月 27 日，发行人召开第一届董事会第十一次会议，审议通过了《关于设立全资子公司青岛容科机电科技有限公司的议案》。为完善公司产业布局，推进公司各业务板块协调发展，提升管理层积极性和创造性，增强业务板块快速的市场反应能力，公司拟以自有资金 1,600 万元在山东省青岛市即墨区设立全资子公司青岛容科机电科技有限公司。2021 年 5 月 21 日，容科机电登记设立。

（二）本次募集资金投资项目之一为智能化遮阳系列产品新建项目，履行了必要的内部决策程序

发行人本次首次公开发行股票募集资金投资项目之一为智能化遮阳系列产品新建项目。以上进入智能化遮阳市场的战略考虑履行了必要的内部决策程序，包括经过了董事会以及年度股东大会的审批，具体如下：

1、2021 年 3 月 6 日，发行人第二届董事会战略委员会召开 2021 年第 1 次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意公司将本次公开发行股票所募集的资金投资于包括智能化遮阳系列产品新建项目在内的项目建设。

2、2021 年 3 月 6 日，发行人召开第二届董事会第五次会议，第二届董事会全体董事出席会议，审议并通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意公司将本次公开发行股票所募集的资金投资于包括智能化遮阳系列产品新建项目在内的项目建设。

3、2021 年 3 月 6 日，发行人独立董事黄兆阁、周国庚、赵春旭共同出具了《青岛豪江智能科技股份有限公司独立董事关于第二届董事会第五次会议相关事项的独立意见》，“经审阅《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，我们认为：公司关于首次公开发行股票募集资金投资项目符合相关法律法规的规定，募集资金的用途符合有关法律、法规、规范性文件和监管机构的相关要求，符合国家相关产业的产业政策及公司的发展规划，有利于公

司长远发展，不存在损害公司利益及中小股东的权益的情形。因此，我们同意《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，并同意将该议案提交公司股东大会审议。”

4、2021年3月6日，发行人召开第二届监事会第三次会议，第二届监事会全体监事出席会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意公司将本次公开发行股票所募集的资金投资于包括智能化遮阳系列产品新建项目在内的项目建设。

5、2021年3月27日，发行人召开2020年度股东大会，全体股东及股东代表出席会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意公司将本次公开发行股票所募集的资金投资于包括智能化遮阳系列产品新建项目在内的项目建设。

三、资源储备及业务基础

（一）人员

1、容科机电自有团队建设储备

发行人为进入智能化遮阳市场这一战略布局，在原有公司智能线性驱动研发、生产、销售核心团队的基础上，根据智能遮阳的细分市场特点以及新业务所处阶段特征，组建了一支专业的核心业务团队。

技术研发团队方面，容科机电研发团队带头人和各主要研发子部门如电控研发、结构设计研发、机械组件研发的主要负责人均具有10年以上从业经验，且均有智能遮阳行业龙头企业相关部门任职的经验；管理与销售团队负责人具有近20年的大中型高新机械制造类企业管理经验和业内销售经验，且均在智能遮阳行业内龙头企业任职或从事相关领域业务开展的经验。

以上技术研发团队和管理与销售团队相关人员作为发行人在未来智能遮阳业务落地的重要人力投入，发行人已经对研发、管理和销售团队的核心人员实施了股权激励，具有较强的稳定性。

截至2022年6月30日，容科机电员工人数从2020年末的44人上升至58人，基本形成了较为完善的人员架构和组织体系建设。

2、发行人原有团队人员储备

由于智能遮阳产品生产制造产业链上游的原材料、产业链中游涉及的电子件、塑料外壳等半成品与发行人现有智能线性驱动设备生产制造产业链有重合，因此，发行人现有供应链采购人员、境内外营销人员、豪江电子的设计与制造人员、即墨龙泉分公司注塑产品生产人员等现有生产力量亦可以为容科机电开展智能遮阳产品的生产提供必要的人力支持。例如智能遮阳产品中的各类控制设备如遥控器、控制器的电子部件由豪江电子的相关人员配合进行设计制造，智能遮阳产品相关精密注塑件加工由即墨龙泉分公司的相关人员协助。

（二）技术

1、产品技术研发方面

智能遮阳产品由于其独有的应用场景和需求特点，对于设备运行的静音性和控制的多元化及稳定性具体有较高的要求。发行人作为智能线性驱动行业的知名企业，凭借在智能线性驱动行业多年的产销研活动积累了丰富的技术研发储备，可以在精细化控制和静音性等方面为智能遮阳新业务提供了技术支持。

（1）多元化与精细化控制技术

智能遮阳产品对于控制的要求集中体现在设备控制的同步性、稳定性和精确定位。并且，根据 CSHIA Research 和杜亚智能窗帘联合发布的《2019 中国智能窗帘生态发展白皮书》相关统计，智能窗帘产品最突出特点在于通过云平台、大数据和人工智能等多元化控制，实现对智能窗帘设备的精细化管理。

发行人以智慧家居市场领域为基础持续深耕，并且已在智能线性驱动核心技术有了较为深厚的积累，其中在控制方面集成了自主调节、精准定位、远程调节、多系统调节等多种控制功能，具有一定的技术研发优势。因此，在多元化控制和精细化控制方面均可以依托原有技术研发储备实现对智能遮阳的技术支持，实现精确行程管理、行程记忆、语音控制、大数据与云平台接入构建整体场景式体验。

①多元化控制技术

多元化控制技术在智能遮阳产品中的应用，集中体现在全屋智能的应用场景下，依托物联网云平台、大数据、人工智能等技术和多种感应技术相结合，对遮

阳产品通过有线与无线、手控与电控、语音与物理控制、多通讯协议与多平台联合的多方式、多平台的控制。发行人在智能家居领域已经将射频、蓝牙等无线控制和有线控制技术成熟运用与智能电动床、电动医疗床等产品中，其核心控制理念和应用模式与遮阳产品具有相通性，可以灵活应用于智能遮阳领域市场；在控制平台多元化方面，发行人的智能家居线性驱动产品已经实现与米家、涂鸦、天猫精灵等全屋智能定制系统的深度融合，多元化平台控制技术较为成熟，未来在智能遮阳产品的相关领域亦可以实现底层开发逻辑共享和技术拓展借鉴开发。

目前发行人的 12 项核心技术中，有 5 项与多元化控制相关。以上各项核心技术及相应专利覆盖感应、识别接收和多样性控制等方面，为未来开展智能遮阳业务提供了扎实的技术储备。

序号	核心技术名称	技术来源	技术特点、技术先进性及具体表征	技术保护情况	所处阶段
1	模块化智能控制驱动技术	自研	采用模块化设计理念的新一代模块化智能控制驱动系统，包含新型的驱动器，配套的控制及遥控器，使整套控制系统可以以模块为单位进行包装，按功能需要进行模块的快速拼接组装，减小包装尺寸，降低物流和安装成本	技术机密，并拥有专利（一种单电机电动马达驱动器 2019222823358）	量产
2	多系统无线协同工作技术	自研	通过蓝牙等无线技术，实现多套电控系统的互联互通，已完成协同工作，从而实现多系统同步或者实现某些特定的逻辑关系	技术机密	量产
3	高准确性的本地语音识别技术	自研	采用高精度麦克风采集本地音源，并辅以神经网络芯片对音源进行分析处理，实现高准确性的本地语音识别，进一步控制本地的电动控制系统运行	技术机密，并已申请专利（带语音控制及生命体征监测的智能护理床电控系统，申请号 2021112521974）	量产
4	控制系统远程在线升级技术	自研	通过后台服务器远程推送，实现电动控制系统的远程监测和故障收集，并且可以通过远程对电动控制系统实现整机在线升级，增加产品的功能	技术机密	在研
5	多种通讯协议和传感器协同工作技术	自研	以通用微处理器为核心，将射频，蓝牙，WiFi 等多种通讯协议数据进行智能处理，同时采集陀螺仪，温度传感器等多种传感器信号，对通讯协议数据和传感器信号进行综合处理，按照处理结果对驱动器进行智能化控制	技术机密	量产

②精细化管控技术

智能遮阳业务由于其特定的使用环境，对于运行的定位准确性、多设备同步性等方面具有精细化的要求。智能遮阳产品所用马达和现有智能线性驱动产品用马达采用类似的位置采集方式和传感器定位，可以基于现有技术及开发经验进行拓展；在多设备同步性方面，发行人在直流电机控制能力已达行业先进水平，可以实现多台电机同步误差 2mm 以内，优于行业内两台电机 5mm 同步误差的平均水平，在智能遮阳产品多产品同步开合应用中可以提供有力支持。

依托发行人在智能家居的技术积累，特别是“高可靠性驱动器限滑技术”、“异物侦测和人体感应及紧急保护锁止技术”、“机械防夹和手动开启技术”和“平面舒适度电动调节技术”等，将应用于智能家居的电动床、电动沙发等设备的相关安全保护、位置采集和多设备同步定位等技术应用于智能遮阳领域，可以为精细化管控技术的安全性方面提供储备技术移植和转移开发支持。

序号	核心技术名称	技术来源	技术特点、技术先进性及具体表征	技术保护情况	所处阶段
1	高可靠性驱动器限滑技术	自研	通过在驱动器的电机部位中增加阻尼垫片，通过对电机输出轴的阻尼进行一定程度的加强，从而实现线性驱动器在大推力的时候做到反向限滑，确保驱动器在断电的情况下不下滑。采用该方式保证产品安全可靠，低成本。	技术机密，并拥有专利（一种具有自锁功能的电机 2020229640666）	量产
2	异物侦测和人体感应及紧急保护锁止技术	自研	电动控制系统搭配异物侦测和人体感应，可以在系统运行过程中实时监测周围环境，并对环境因素进行智能判断，当周围环境中出现干扰系统运行或者易被系统伤害的因素时，控制系统自动停止当前动作，并根据实际场景反向动作或者紧急锁止，避免一切可能出现的危险和隐患	技术机密，并拥有专利（一种红外感应的防夹电动床 2017201929372）	量产
3	机械防夹和手动开启技术	自研	本技术将伸缩杆和螺母脱开并增加导向机构实现防夹及手动开启功能。带拉力的驱动器伸缩杆在下降时力量很大，通过本结构可防止连接机构在下降时夹到物体，造成安全事故，同时也可以实现在停电时手动开启连接机构。该技术工作稳定可靠，可满足多领域客户需求。	技术机密，并拥有专利（电动学习桌 2020226857727、基于脉宽检测实现防夹防撞的多立柱升降控制系统 2021219530518、一种带机械防夹功能的电动推杆紧急释放组件 2021224208064）	量产
4	平面舒适度电动调节技术	自研	通过线性推杆和固定的传动调节结构，以调整上下平面间距的方式改	技术机密，并拥有软件著作权（电动床垫	量产

		变平面材料的密度，从而调节材料硬度以实现不同的舒适度	软硬调节系统 V1.0 2018SR934302	
--	--	----------------------------	-----------------------------	--

(2) 静音技术

基于智能遮阳所处的智能家居主要应用场景以及全屋智能的整体要求，对于遮阳驱动设备运行的噪音具有较高的要求。目前国内外行业龙头如法国尚飞 Somfy 和宁波杜亚机电技术有限公司均将产品的声音效果和平稳运行作为自身产品的突出特质在官网进行介绍。根据中华人民共和国建设部发布的国家标准《住宅建筑规范》，卧室、起居室在关窗状态下的白天允许噪声级为 50 分贝，夜间允许噪声级为 40 分贝。发行人目前通过研发已经实现了智能遮阳产品的超静音运行，通过隔音降噪设计使运行噪音低于 30 分贝，远低于上述国家标准，同时低于国家质监总局发布的《家用和类似用途电器噪声限值》中规定的电冰箱、空调室内噪声下限。

容科机电在静音技术方面已经获得多项实用新型专利技术，具体包括：一种降低管状电机震动共振的结构、直流系列开合帘电机、一种电机减震电控支架。同时实用新型专利“静音电机及使用该静音电机的电动卷帘系统”已提交申请，目前正在申请中。

(3) 技术研发情况

从研发数据来看，容科机电的研发人员由 2020 年末的 13 人增加到了 **2022 年 6 月末的 17 人**，研发费用由 2020 年度的 150.98 万元上升到 2021 年度的 452.20 万元，**2022 年 1-6 月研发费用支出为 78.35 万元**。截止 2021 年末，容科机电在研项目 9 项，**2021 年上半年在研项目 1 项；截至 2022 年 6 月末，容科机电已申请专利（含未授权）13 项**。在专项技术研发和专门产品研发方面建立了一定的基础。

技术研发落地方面，容科机电已经完成自身直流电机、交流电机和开合帘电机三大品类产品的软件和硬件解决方案平台，为满足客户定制化需求。截至目前，容科机电已经在逐渐和国内智能家居供应商开展合作，基于自有静音技术为其提供应用于智能遮阳产品的定制化高端静音驱动设备。

2、生产技术方面

生产技术方面，发行人凭借在智能线性驱动领域多年的生产实践，实现了“模具开发—注塑—加工—制造—组装—检测”的垂直一体化生产。同时通过对控制模组、壳体制造等生产环节进行以模块化方式组织生产，可以根据客户实际需求将定制化产品通用化生产，降低了生产成本，提升了生产效率。目前公司已成为行业内为数不多的具有从精密部件、模具设计开发、壳体制造到整套系统组装全链条生产能力的企业之一，垂直一体化和模块化生产的生产技术结合自主研发设计生产的自动化生产线布局，可以更好地支持和实现定制化生产，为智能遮阳产品生产方面提供了技术支持和经验积累。

（三）市场

智能遮阳市场作为智能家居的细分行业市场的新蓝海，未来发展前景广阔。发行人深耕智能线性驱动市场多年，在智能家居产品境内外市场、线上及线下客户资源和营销网络建设方面积累丰富，对于进入和开拓智能遮阳市场将会提供有效助力。

1、境内及境外市场

报告期内，发行人外销业务中，前两大市场分别为北美及中美洲和欧洲市场。基于市场调研机构 Fact.MR 相关统计数据显示，2015-2019 年，美国以 19% 的复合年均增长率成为全球智能遮阳第一大市场；到 2030 年，中国有望以超过 30% 的复合年均增长率成为未来全球智能遮阳第一大市场，同时欧洲市场也将以较高增速位列全球前三大市场。

从境外市场来看，公司 2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月外销收入占主营业务收入的比例分别为 57.52%、54.93%、58.38%和 60.79%，外销收入占比较高。发行人的智能线性驱动产品销往世界多个国家，树立了良好的品牌影响力，凭借扎实的产品与服务，与境外众多客户建立和保持了良好的业务合作关系，初步建成了覆盖北美、欧洲主要国家或区域市场的营销网络与服务体系。发行人智能遮阳产品境外销售主要以 To B 端客户为主，发行人现有北美、欧洲的营销网络和服务体系可以在一定程度上为推广新的智能遮阳产品形成助力。同时发行人美国、韩国和日本子公司的设立和运营也为新产品在境外市场的开拓提供必要的销售渠道支持。

从境内市场来看，现有客户已经广泛覆盖全国各地，基于现有营销网络和客户资源基础上，发行人选取重点城市推行“城市合伙人”制度，选取本地商家合作进行线下布局，集合市场推介-销售-服务-售后-品牌宣传于一体。

2、线上与线下市场

除以上线下境内及境外市场的现有资源储备外，发行人在线上市场已经初步建立了在阿里巴巴、京东等平台的线上推广渠道，在智能遮阳产品的自有品牌业务推广亦可以利用现有线上销售渠道。

（四）资金

自容科机电成立以来，发行人在生产经营、工程建设、运营、研发等多方面进行了资金支持。截至 2022 年 6 月 30 日，容科机电资产总额 6,365.91 万元，固定资产账面原值 628.38 万元；截至 2022 年 6 月末，发行人母公司报表中货币资金余额为 22,476.67 万元，实际授信额度 2.8 亿元，剩余额度约 1.51 亿元。前述资金投入及储备亦为容科机电未来业务拓展提供了必要保障。

（五）小结

综上所述，发行人进入智能化遮阳市场并开展募投项目已经具备了必要的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备和投入。与此同时，发行人已经具有的线性驱动领域的核心技术与研发实力以及在长期发展中形成的客户资源与销售网络渠道也为募投项目奠定了业务基础。

四、结合报告内容容科机电业绩亏损加剧的情形分析募投项目是否存在重大不确定性

2021 年，发行人负责智能遮阳业务的子公司容科机电实现销售收入 240.76 万元，较 2020 年有较大增长；净利润为-1,223.59 万元；2022 年 1-6 月，容科机电实现销售收入 368.21 万元，净利润-434.67 万元；2022 年上半年，收入增长明显，亏损幅度缩小。容科机电 2021 年较 2020 年同期相比亏损有所扩大，主要系公司智能遮阳业务尚处于前期市场推广和产品试生产阶段，市场开拓等费用较高，规模效应不明显。具体包括：

（一）前期投入较大，且处于市场开拓期导致订单不饱满，产销尚未达到盈

亏平衡点

容科机电所开展的智能遮阳业务为发行人智能家居领域的一类新产品，相关研发、销售团队的搭建、技术的储备和产品线的形成均需从基础做起，研发和销售方面的持续投入是必要的，也是后续获得订单的关键；另外作为生产制造类企业，前期在厂房、设备等固定资产方面的投入是支持后续正常生产经营的必要投入，这是符合生产制造正常商业规律的，也是为后续达到规模效应后实现降本增效的必然选择。例如截至 2021 年 12 月 31 日，容科机电固定资产原值由 2020 年 12 月 31 日的 33.40 万元上升至 599.22 万元、无形资产原值由 0 元上升至 1,300.29 万元、员工人数由 44 人上升至 78 人、存货由 23.39 万元上升至 573.33 万元，而容科机电 2021 年的主营业务收入仅在 2020 年度 1.20 万元的基础上增加了 239.56 万元。

在缺乏充足订单的支持下，前期较大的投入、业务开拓受到新冠疫情的影响同时新客户培育需要一定时间导致容科机电业绩亏损增加。

（二）解决方案

1、结合境内外市场情况以及发行人自身生产和销售优势，制定个性化发展战略，更好的发挥自身特色。

（1）进一步强化自身生产制造优势，充分发挥自身产业链延伸的综合一体化优势。发行人充分利用自有产业链延伸中已经具备的豪江电子、豪江模具的辅助生产能力，更好的在多个产品生产环节实现降本增效，不断推出高性价比产品提升竞争力；同时实施产品聚焦策略，充分吸收市场反馈并挖掘客户需求，力争打造出业内优质产品。

（2）针对不同市场制定差异化推广和营销策略

①在境外市场，结合美国和欧洲市场不同的客户需求、客户分布和现有市场竞争格局，实施差异化推广

美国市场目前智能遮阳厂商以服务于大客户为主，大量的中小规模的客户具有定制化需求。基于这一现实，发行人在美国市场依托豪江美国子公司与容科机电进行协同推广，目标客户集中于市场中单个规模较小、但是数量众多的中小客户群，以中小客户策略逐步建立行业知名度和客户认可度。同时依托在美国的仓

储和公司服务体系，发行人将积极备货推广、销售并开展售后服务。

智能遮阳产品在欧洲市场应用历史较久，目前已经普遍应用于日常多个方面，且基于日常用途，目前市场上有大量定位普通用户的中低端产品。基于这一情况，发行人在欧洲市场实施区别于其他地区的市场定位，主要推行高端产品策略，以现有技术研发储备为支撑，主要定位于对产品技术含量要求较高的高端客户，以区别于市场上普遍存在的普通产品。

②在境内市场，延续和扩大传统 To B 端业务优势，以 To C 业务作为必要补充

目前境内智能遮阳市场中线性驱动产品厂商主要依托直接面向终端消费者的窗帘厂商进行推广销售，自有品牌和销售渠道较不发达。基于这一现状，发行人结合自身智能线性驱动行业长期从事 To B 端业务生产经营形成的集设备柔性、工艺柔性、产品柔性、生产能力柔性和扩展柔性于一体的快速反应制造优势，同时以传统智能遮阳产品的核心配件创新作为突破点，既可以顺应当前年轻人群 DIY 自己动手的风潮，同时符合后疫情时代“宅经济”下居家安装的需求，有效解决现有市场个人消费者购买后无法安装、难以安装的售后难题。在前述推广战略下，发行人拟以此为基础建立和推广自有品牌和销售渠道，在一定程度上抢占先机。

2、加大市场开拓力度，境内外业务同步开发取得阶段性成果

基于发行人在境内外智能线性驱动市场的已有客户资源和市场影响力，对于智能遮阳产品将在境内外同步开展市场拓展。截至 2022 年 9 月容科机电在境内市场已有意向性客户近 50 家，有近 40 家已经签署意向性供货合同，预计年市场空间在 3,000 万元左右；在境外市场已经获得约 50 家意向性客户，近三分之一已经签署意向性协议，预计 2022 年境外市场订单有望取得一定突破。后续发行人将继续加强在该新产品领域的市场开发力度。

综上所述，发行人智能遮阳业务为发行人智能家居领域的一类新产品，考虑新业务落地和发展正常商业周期，目前在项目前期投入较大，但受疫情影响业绩不及预期导致业绩亏损。但从宏观分析，智能遮阳市场潜在发展潜力较大，且发行人已经针对境内和境外不同市场分别执行了针对性的推广策略，截至目前已经

取得了一定的成果，因此综合判断，发行人此募投项目不存在重大不确定性。

(5) 2021 年其他类收入大幅上升的原因及下游客户情况，并结合发行人子公司的业绩变动情况，进一步说明内部定价的公允性，是否存在转移定价安排，税务上是否存在合规风险

一、2021 年其他类收入大幅上升的原因及下游客户情况

报告期内，公司其他类产品收入按产品类别分类如下：

单位：万元

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能控制器及核心电子元器件	1,223.55	37.60%	30.67	8.83%	-	0.00%
家电产品代工业务	499.88	15.36%	9.07	2.61%	-	0.00%
模具及钣金件	1,388.89	42.68%	306.44	88.21%	-	0.00%
其他	142.17	4.37%	1.20	0.35%	0.18	100.00%
合计	3,254.49	100.00%	347.38	100.00%	0.18	100.00%

公司其他类产品收入主要来自于发行人子公司豪江电子销售的智能控制器及核心电子元器件、家电产品代工业务等产品以及豪江模具销售的模具及钣金件产品。

(一) 豪江电子收入增长原因分析及下游客户情况

豪江电子成立于 2020 年 8 月 14 日，主营业务为发行人智能线性驱动产品控制系统的研发、制造，为发行人产品的核心部件之一。

1、按产品及应用领域分析收入增长的原因

报告期内，豪江电子销售的智能控制器及核心电子元器件、家电产品代工业务等产品收入情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能控制器及核心电子元器件	1,223.55	71.00%	30.67	77.17%	-	0.00%
家电产品代工业务	499.88	29.00%	9.07	22.83%	-	0.00%

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	1,723.43	100.00%	39.74	100.00%	0.18	100.00%

报告期内，豪江电子智能控制器及核心电子元器件销售收入分别为 0 万元、30.67 万元、1,223.55 万元，2021 年销售同比增长较高；家电产品代工业务销售收入分别为 0 万元、9.07 万元、499.88 万元，2021 年销售同比增长较高。

2021 年上述业务取得快速增长与下游行业需求变化和公司实际经营情况相匹配，具体分析如下：

豪江电子产品应用领域	下游行业需求变化情况	匹配性分析
智能控制器及核心电子元器件	根据 Frost & Sullivan 的预测，到 2024 年全球智能控制器市场规模有望达到约 2 万亿美元，国内智能控制器市场将达到 3.8 万亿元。2020-2024 年，国内智能控制器市场规模年复合增长率约为 12%，增长空间广阔	豪江电子独立运营时间较短，但其前身——豪江智能控制车间在 2017 年即已成立，并已在发行人体系内进行了较长时间的孵化，其技术和生产能力较为成熟，是发行人所拥有的大推力、耐损耗、高安全和可靠性以及较强控制技术的智能线性驱动技术的关键一环。 在豪江电子独立运营后，发行人继续加大投入，在 2021 年购入了 5 台贴片机强化生产能力，并将豪江电子的人员由 126 人增至 237 人（以 2020 年和 2021 年年末口径统计），同时还引入了部分业内高端人才形成了较为完备的研发、生产、销售和采购团队，可以实现高效生产与市场开拓。 2021 年，豪江电子智能控制器及核心电子元器件销售收入快速增长，与行业整体增长趋势一致
家电产品代工业务	根据中商产业研究院的统计，中国刀剪行业主营业务收入由 2017 年的 409 亿元增长至 2021 年的 575 亿元（预计），2017 年至 2021 年复合增长率为 8.9%	2021 年，豪江电子家电产品代工业务快速增长，主要为代工的刀筷砧板消毒架、刀筷砧板杀菌架、刀架等产品，与行业整体增长趋势一致

2、按客户分析收入增长的原因

2021 年相比 2020 年，豪江电子销售的智能控制器及核心电子元器件、家电产品代工业务等产品收入增长前五名客户情况如下：

序号	客户名称	销售增长 额（万 元）	增长贡 献率	增长原因分析
1	Takebishi Electric Sales Shanghai LTD./TAKEBISHI CORPORATION/竹菱（上海）电子贸易有限公司	686.11	40.75%	收入增长主要产品来源系遥控器产品，终端品牌夏普空调的需求有所增长
2	青岛第五元素科技有限公司	481.26	28.58%	收入增长主要产品来源系砧板杀菌架、砧板消毒架、烘鞋器等家电代工产品，终端品牌华为、小米等需求有所增长
3	Omni-ID USA Inc	152.90	9.08%	收入增长主要产品来源系PCBA、PCBA.Y等产品，主要应用于智能电子标签等领域
4	青岛市琴岛电器有限公司	100.85	5.99%	收入增长主要产品来源系PCBA、电热毯控制器版、PCBA.Y产品，主要应用于电热毯等领域
5	青岛泰信冷链有限公司	84.58	5.02%	收入增长主要产品来源系开关电源、温控器产品，主要应用于冷柜
合计		1,505.69	89.43%	-

注 1：销售增长额=当年销售收入-上年度销售收入；

注 2：增长贡献率=某一客户销售增长额/销售增长额合计

由上表可知，豪江电子 2021 年销售智能控制器及核心电子元器件、家电产品代工业务的收入增长主要来源于其主要客户。

综上所述，豪江电子在 2021 年的收入快速增长是基于行业发展和自身具备一定的经营实力，同时在 2020 年独立运营时间较短、对外销售业务处于探索期所致，其 2021 年度收入增长具有合理性。

（二）豪江模具下游客户情况及收入增长原因分析

豪江模具成立于 2019 年 5 月 31 日，主营业务为注塑用模具的研发、生产和销售，主要为发行人驱动产品的塑料外壳生产提供定制化模具，并存在直接对外销售。

1、按产品及应用领域分析收入增长的原因

（1）下游行业需求变化情况

模具行业被俗称为“工业之母”，具体包括指金属铸造用模具、矿物材料用模具、橡胶或塑料用模具及其他用途的模具。

近年来，随着我国国民经济的迅速发展及人民收入水平的提高，消费市场在汽车、通信、电子、家电等消费品的需求快速提升，使得这些行业进入高速发展阶段，这也成为我国模具行业迅速发展的重要推动力。根据国家统计局及前瞻产业研究院数据显示，2010-2019 年我国模具行业总产值总体呈上涨趋势，2019 年我国模具行业总产值约为 2,900 亿元，同比增长 4.92%；预计到 2026 年中国模具行业销售收入将增长到 3,438 亿元。

豪江模具主要应用于汽车、家电等领域。各领域分析如下：

①汽车模具行业

汽车行业 90%以上的零件由模具成型，主要是冷作模具、塑料模具和热作模具。近年来我国汽车工业的高速发展催生了汽车模具市场的巨大需求，也推动了汽车模具行业的快速发展，使汽车模具行业的整体水平也得到快速提升。根据前瞻产业研究院发布的《中国汽车模具行业产销需求预测与转型升级分析报告》测算，中国汽车模具占模具行业的市场份额约在 1/3 左右。根据中国模具工业协会统计，塑料模具占模具总销售额的 45%。若据此计算，2021 年我国汽车塑料模具的市场规模约为 455.22 亿元，相比上一年提升约 12.04%。注塑模具行业下游主要为汽车零部件企业中的汽车内外饰件供应商或汽车内外饰总成商等。随着未来汽车置换高峰期的到来和新车型推出加快，也将带动汽车模具市场需求进一步释放，因此下游汽车行业未来发展前景依旧广阔。

②家电模具行业

家电行业 80%零件靠模具成型。根据中国家用电器研究院与全国家用电器工业信息中心联合发布的《2021 中国家电行业年度报告》，2021 年国内家电行业市场零售规模为 7,542.80 亿元，同比增加 3.40%。具体到品类，2021 年空调市场零售额为 1,545.00 亿元，同比增长 4.80%；冰箱市场零售额达 999.00 亿元，同增 7.40%；洗衣机市场零售额达 714.00 亿元，同比增加 8.70%。随着家电消费扩张，家电模具行业市场规模也将保持上涨。

（2）豪江模具自身发展情况

豪江模具独立运营时间不长，但其前身在 2018 年豪江智能成立注塑车间时即已组建，自其独立运营时其技术和生产能力已较为成熟。2020 年，发行人为强

化自己在各生产环节上的优势，将控制、模具部门开始进行独立运营。

豪江模具在独立运营前，发行人即已进行了持续投入，以 3 台数控加工机床为核心形成了生产能力。在豪江模具独立运营后，发行人继续加大投入，陆续购入了 5 台数控加工机床以及其他核心设备强化生产能力，并扩大豪江模具的人员规模。2020 年末和 2021 年末，豪江模具人员数量分别为 106 人、109 人。

2021 年，豪江模具的销售收入快速增长，增长趋势与行业整体增长趋势一致。

2、按客户分析收入增长的原因

2021 年相比 2020 年，豪江模具销售的模具产品收入增长前五名客户情况如下：

序号	客户名称	销售增长 额（万 元）	增长贡 献率	增长原因分析
1	青岛创捷中云科技有限公司	321.22	29.68%	收入增长主要产品来源系模具、支架、外壳等产品，主要应用领域为超市收银、人脸识别设备等
2	潍坊正达实业有限公司	159.50	14.74%	收入增长主要产品来源系模具产品，终端品牌歌尔声学等需求有所增长
3	青岛爱信模具科技有限公司	97.70	9.03%	收入增长主要产品来源系模具、空调机相关塑料样品等产品，终端品牌本田汽车、丰田汽车、松下电器等需求有所增长
4	海尔数字科技（青岛）有限公司	91.37	8.44%	收入增长主要产品来源系模具产品，豪江模具为该客户 2021 年优秀供应商，合作进一步加深
5	青岛宏光汽车部件有限公司	87.12	8.05%	收入增长主要产品来源系模具产品，终端品牌长城汽车等需求有所增长
合计		756.92	69.93%	-

注 1：销售增长额=当年销售收入-上年度销售收入；

注 2：增长贡献率=某一客户销售增长额/销售增长额合计

由上表可知，豪江模具 2021 年的收入增长主要来源于其主要客户。

综上所述，豪江模具在 2021 年的收入快速增长是基于行业发展和自身具备一定的经营实力，同时在 2020 年独立运营时间不长、对外销售业务处于探索期所致，其 2021 年度收入增长具有合理性。

二、结合发行人子公司的业绩变动情况，进一步说明内部定价的公允性，是否存在转移定价安排，税务上是否存在合规风险

(一) 报告期内发行人子公司业绩变动情况

报告期内发行人子公司业绩变动情况如下：

单位：万元

公司	项目	2022年1-6月	2021年1-6月	2022年1-6月变动率	2021年	2021年变动率	2020年	2020年变动率	2019年
豪江电子	营业收入	6,700.09	5,975.61	12.12%	16,601.23	715.98%	2,034.50	-	-
	净利润	-0.55	101.47	-100.54%	578.08	2,415.85%	22.98	-	-
豪江模具	营业收入	1,714.45	1,832.01	-6.42%	4,074.61	229.41%	1,236.93	18,929.66%	6.50
	净利润	-215.75	-152.67	-41.32%	-300.19	18.67%	-369.10	-11,387.46%	3.27
容科机电	营业收入	368.21	38.36	859.88%	240.76	19,904.21%	1.20	-	-
	净利润	-434.67	-620.92	30.00%	-1,223.59	-237.01%	-363.07	-	-
豪江韩国	营业收入	1,186.03	1,217.26	-2.57%	2,187.42	-40.62%	3,683.59	133.06%	1,580.56
	净利润	-20.39	23.94	-185.17%	-72.71	-185.04%	85.50	5,159.17%	-1.69
豪江美国	营业收入	1,099.46	1,461.96	-24.80%	2,060.09	72.51%	1,194.20	358.93%	260.21
	净利润	5.75	18.55	-69.00%	11.63	-68.42%	36.84	49.00%	24.73
容科智家	营业收入	5.34	-	-	-	-	-	-	-
	净利润	-26.65	-	-	-	-	-	-	-

注：豪江日本报告期内未实际开展经营业务，故本表未列示，下同。

豪江电子 2020 年 8 月成立后，于 2021 年进入常态化运营，营业收入和净利润水平整体良好；与去年同期相比，豪江电子 2022 年 1-6 月营业收入持续增长，净利润有所下滑，主要系豪江电子加大了研发投入，公司整体经营情况良好。

豪江模具 2021 年较 2020 年同期相比取得了一定的营业收入增长，同时净利润亏损有所收窄但仍处于亏损状态，2022 年 1-6 月收入、净利润相比去年同期有所下滑，主要系豪江模具对外销售业务仍处于市场开拓阶段，产生的各项费用较多。

容科机电 2021 年较上一年同期相比亏损有所扩大，2022 年 1-6 月仍亏损，主要系公司智能遮阳业务尚处于前期市场推广和产品试生产阶段，市场开拓等费用较高，规模效应不明显。

豪江美国、豪江韩国 2019 年经营规模相对较小，2021 年、2022 年 1-6 月的

经营指标较上一年同期相比有所波动，主要系受到运费上涨、美国关税政策影响公司通过适当调减销售价格等方式与客户共同承担该部分费用以及公司进行战略调整，部分产品不再通过豪江韩国向美国市场销售等因素综合所致。

（二）内部交易的具体内容及内部交易定价的公允性，是否存在转移定价安排，税务上是否存在合规风险

报告期内，发行人母子公司之间、各个子公司之间的内部交易主要为以下几类：

类别	销售方	采购方	交易定价机制
智能线性驱动产品控制系统销售	豪江电子	豪江智能	豪江电子为发行人智能线性驱动产品控制系统的生产主体，销售价格为基于成本加成，并参照市场价格以及结合对外销售时的运输费等成本费用支出影响进行交易定价
模具销售	豪江模具	豪江智能、豪江电子、容科机电	豪江模具为发行人生产用模具的生产主体，销售价格为基于成本加成，并参照市场价格进行交易定价
智能线性驱动产品销售	豪江智能、豪江韩国	豪江韩国、豪江美国	发行人通过豪江韩国、豪江美国对外销售部分线性驱动产品，销售价格为参照市场价格以及结合运输费等成本费用支出影响的基础上，协商确定
原材料及自制半成品内部周转	豪江智能	豪江电子	以材料、自制半成品结存单价作为交易价格，平价买卖
设备租赁	豪江智能	豪江电子、豪江模具、容科机电	根据设备折旧成本平价结算
其他（资产购买、股权投资、资金拆借等）	豪江智能	豪江电子、精密模具、容科机电	-

报告期内，发行人合并体系内公司对内销售和对外销售的占比情况如下：

单位：万元

公司		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年 1-6 月	
		对内销售	对外销售	对内销售	对外销售	对内销售	对外销售	对内销售	对外销售
豪江智能	营业收入	1,734.66	49,336.79	5,165.42	57,861.04	3,925.66	68,119.27	2,729.87	28,921.06
	占比(%)	3.40%	96.60%	8.20%	91.80%	5.45%	94.55%	8.62%	91.38%
豪江电子	营业收入	-	-	1,994.76	39.74	14,005.06	2,596.17	4,935.18	1,764.90
	占比(%)	-	-	98.05%	1.95%	84.36%	15.64%	73.66%	26.34%

公司		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年 1-6 月	
		对内销售	对外销售	对内销售	对外销售	对内销售	对外销售	对内销售	对外销售
豪江模具	营业收入	6.50	-	930.49	306.44	2,685.72	1,388.89	986.18	728.27
	占比(%)	100.00%	-	75.23%	24.77%	65.91%	34.09%	57.52%	42.48%
容科机电	营业收入	-	-	-	1.20	11.23	229.53	3.94	364.27
	占比(%)	-	-	-	100.00%	4.67%	95.33%	1.07%	98.93%
豪江韩国	营业收入	292.96	1,287.60	727.87	2,955.72	-	2,187.42	-	1,186.03
	占比(%)	18.54%	81.46%	19.76%	80.24%	-	100.00%	0.00%	100.00%
豪江美国	营业收入	-	260.21	-	1,194.20	-	2,060.09	0.53	1,098.93
	占比(%)	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	0.05%	99.95%
容科智家	营业收入	-	-	-	-	-	-	-	5.34
	占比(%)	-	-	-	-	-	-	0.00%	100.00%

其中，豪江电子和豪江模具 2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月**对内销售占比较高，与其分别为发行人智能线性驱动产品控制系统、生产用模具的生产主体的情形相匹配。豪江韩国 2019 年、2020 年对内销售为向豪江美国销售的智能线性驱动产品，占比分别为 18.54%、19.76%，2021 年、**2022 年 1-6 月**无对内销售。

报告期内，发行人及其子公司各主体之间独立核算，发行人母子公司之间、各个子公司之间的内部交易根据前述的交易定价原则进行交易，在综合考虑生产成本、市场价格、运输费等因素的基础上确定，定价公允。发行人内部关联交易定价是基于各公司在发行人业务体系中的作用以及合理的商业目的做出，并非以取得税收收益为目的，发行人不存在通过合并体系内公司之间不公允的内部转移定价进行税务筹划的情况，不存在通过对成本费用、人员不合理的分摊调节母公司、各子公司收入、利润、成本费用等从而规避税负或获取税收优惠的情形。报告期内发行人内部交易具有商业合理性、定价合理，且符合独立交易原则、具有连贯性和持续性，不存在转移定价安排，发行人及其境内子公司税务主管部门均已出具报告期内的合规证明，税务上不存在合规风险。

(6) 结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动等因素，说明并分析审计

截止日后财务数据及变动情况。

发行人财务报告审计基准日为 2022 年 6 月 30 日，财务报告审计基准日至本回复出具日，公司整体经营状况正常，但受疫情和终端消费市场疲软等因素共同影响，营业收入、盈利同比均有所下滑，除此之外发行人在主营业务和经营模式、主要销售客户和供应商、主要产品销售方式和价格水平、主要原材料采购方式和价格水平、核心人员以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

二、审计截止日后财务数据及变动情况

截至本反馈回复签署日，发行人对 2022 年 1-9 月的经营业绩情况进行了初步梳理与预测，发行人 2022 年 1-9 月的主要财务信息如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年1-9月	变动率
营业收入	46,166	53,983.15	-14.48%
归属于母公司的净利润	3,553	5,406.12	-34.28%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,213	5,072.05	-36.65%

注：上表中 2022 年 1-9 月财务数据未经申报会计师审计或审阅，不构成盈利预测或业绩承诺。

2022 年 1-9 月，公司预计实现营业收入 46,166 万元，同比下滑 14.48%；公司预计实现归属于母公司所有者的净利润为 3,553 万元，同比下滑 34.28%；公司预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 3,213 万元，同比下滑 36.65%，主要原因为：1、发行人所在地区青岛市即墨区 2022 年 9 月以来发生疫情，公司主要生产经营场所采取了居家办公、暂停现场生产经营活动等措施，上述措施对公司的产品生产、物流发货、收入确认进度造成了一定的影响；2、欧美地区通胀持续走高，虽然美联储及欧洲央行已采取加息等措施抑制通胀，但短期内高通胀的市场预期难以缓解，终端市场需求走弱，发行人客户目前下单较为谨慎；3、虽然大宗商品价格目前已开始下行，但价格传导以及发行人消耗前期高价物料均需要一定时间；4、运费虽然在较长时间内将呈回落态势，但目前回落较为缓慢；5、发行人前期进行了一定的固定资产投入及人员扩张，相关折旧摊销及人员费用较去年同期呈增长态势。

三、结合新冠疫情、汇率波动、原材料价格波动等因素分析对公司审计截止日后财务数据的影响

（一）新冠疫情

2022 年以来，新冠疫情相继在各地持续零散发生，公司部分客户、供应商位于长三角、珠三角、东北地区，相应的原材料供应、物流发货受到一定的影响，部分位于 2022 年以来发生本土疫情城市的重要客户、供应商情况如下所示：

单位：万元

类别	公司	2021 年销售/采购金额	公司所在地
客户	江苏里高智能家居有限公司	15,625.85	南通
	顿力集团有限公司余杭分公司/ 顿力集团有限公司	2,263.04	杭州
	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司 / 沈阳恒屹实业有限公司/ 沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	1,465.13	沈阳/营口
	平湖爱伦家具有限公司/ 平湖奈西贸易有限公司	1,397.76	嘉兴
	南通市顺隆康复器材有限公司/ 上海顺隆康复器材有限公司	846.65	南通/上海
供应商	深圳市唯真电机发展有限公司	6,871.51	深圳
	上海泰崇电气有限公司	6,804.68	上海
	杭州利尔达展芯科技有限公司	1,362.86	杭州

上述客户、供应商的物流发货情况受到一定影响，但疫情对公司的生产经营未造成重大不利影响。

发行人主要经营所在地为青岛市即墨区，2022 年 9 月以来，因疫情形势严峻，公司主要生产经营场所采取了居家办公、暂停现场生产经营活动等措施，上述措施对公司的产品生产、物流发货、收入确认进度造成了一定的影响。目前，青岛市即墨区的疫情正在陆续缓解，预计公司将逐渐恢复生产经营。

（二）汇率波动

2019 年至 2022 年 6 月，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汇兑损益（收益以负数列示）	-763.71	418.21	320.79	-49.46

公司主要使用的外币为美元，各期汇兑损益受美元汇率波动影响较大。2020 年至 2022 年 3 月末，人民币兑美元汇率总体处于升值的趋势，2022 年 4 月开始，人民币兑美元汇率贬值趋势明显，具体如下图所示：



数据来源：中国人民银行

2021 年人民币兑美元汇率较 2020 年升值对外销产品价格的人民币计价有一定负面影响；2022 年 1 月至 3 月，人民币兑美元汇率总体仍然维持在升值的趋势中，但波动幅度相对较小，2022 年 4 月中旬以来，人民币兑美元汇率贬值趋势较为明显，2022 年 4-6 月人民币兑美元汇率平均值为 6.61，相较 2021 年 4 月至 6 月平均值 6.46 有所上行。2022 年 1-6 月公司取得汇兑收益 763.71 万元，若未来人民币兑美元汇率继续维持贬值趋势，则汇率的波动将对公司外销产品价格和毛利率产生一定积极影响。

（三）原材料价格波动

公司所需的主要原材料包括马达类、电子元器件类、线束类、电源材料类、结构件类，前述五大类原材料占公司原材料采购成本的比重为 80%左右，相关原材料价格在一定程度上会受到大宗商品价格的影响。公司主要原材料涉及的大宗原材料行业价格指数如下：

大宗原材料指标	对应下游原材料	2022 年 1-6 月均价	2021 年均价	涨跌幅
经销价:热镀锌板: DX51D+Z:1.0*1250*C (元/吨)	马达	5,945.90	6,600.75	-9.92%
经销价:冷轧板: DC01:1.0*1250*2500 (元/吨)	马达	5,487.79	6,069.80	-9.59%
市场价:电解铜:1#:全国 (元/吨)	马达、电路板、信号线	71,825.81	68,466.60	4.91%
市场价:单晶硅片 (156mm×156mm, 一线厂商):国内 (元/片)	芯片	6.65	4.97	33.70%
市场价 (中间价):环氧树脂:华东市场 (元/吨)	电路板	26,499.24	31,076.50	-14.73%
进口平均单价:玻璃纤维及其制品:当月值 (美元/吨)	电路板	7,486.57	5,871.69	27.50%
市场价 (中间价):聚氯乙烯 PVC (乙烯法):全国 (元/吨)	信号线	9,007.28	9,721.73	-7.35%
中国塑料城 PP (聚丙烯) 指数 (以 2010 年 1 月 4 日=1,000 计算)	塑料件	853.36	859.12	-0.67%
市场价 (平均价):尼龙 PA6 (1010C2):华南地区 (元/吨)	塑料件	22,217.00	21,879.71	1.54%

由上表可知，2022 年 1-6 月，公司所需原材料涉及的部分大宗商品指数上涨较为明显，其中芯片主要上游原材料单晶硅片市场价上涨 33.70%、电路板上游原材料玻璃纤维及其制品进口单价上涨 27.50%、马达、电路板及信号线上游电解铜市场价上涨 4.91%。原材料价格的上涨导致公司营业成本有所上升，对毛利率造成了一定不利影响，公司 2022 年 1-6 月毛利率较 2021 年 1-6 月下降 2.55 个百分点，从 24.51%下降至 21.96%。

（四）俄乌冲突

俄乌冲突于 2022 年 2 月下旬爆发后，欧洲各国迅速对俄罗斯进行了广泛制裁，其中原产地为俄罗斯的木材为欧式电动床的原材料之一。基于供应链因素，发行人欧洲客户的订单在 2022 年 1-6 月受到了一定影响，同时叠加国内新冠疫情导致的交付延迟，2021 年 1-6 月欧洲地区的销售收入为 6,973.87 万元，2022 年一季度欧洲地区销售收入同比仅增长 1.16%。

（五）公司 2022 年 1-6 月业绩同比变动原因分析

2022 年 1-6 月，公司实现营业收入 34,068.81 万元，同比增长 3.21%，增长的原因主要包括：1、北美地区的主要客户 LEGGETT & PLATT 在墨西哥的工厂产能逐渐释放，加大了对发行人的采购力度；2、子公司豪江电子积极拓展智能

控制器及核心电子元器件以及家电产品代工业务，销售收入实现较快增长。公司经审阅的扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 **2,653.71 万元**，较上年同期增加 **12.83%**，主要原因为公司营业收入和汇兑收益有所增加。2022 年 4 月份以来，人民币兑美元汇率总体处于快速贬值的趋势，对公司汇兑损益和净利润产生积极影响。

会计师回复

【核查程序】

关于业绩下滑和募投项目，保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、查询同行业可比公司及下游客户 2021 年年报及其他公开信息，分析宏观因素对行业及下游客户的影响；

2、获取公司 2022 年一季度财务审阅报告及 2022 年 1-6 月审计报告，分析经营情况；

3、结合原材料采购价格、运费、关税、人民币汇率等波动因素对公司毛利率是否存在持续下滑风险进行分析，并结合具体影响因素进行充分的风险揭示；

4、取得公司其他类收入销售明细表，对其他类收入的产品结构、主要客户等情况进行分析；

5、取得并审阅公司与客户签订的产品销售合同、模具制造合同，识别单项履约义务，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定，并确定是否一贯执行；获取公司模具产品的销售收入明细表，分别统计生产性模具、商品性模具的收入金额和占比；检查报告期内的模具销售明细表中的大额销售记录，核实发行人收入的确认时点；了解发行人目前模具相关的生产线情况、发行人产品成本归集与分配情况，核查成本核算方法的合理性、准确性和完整性；

6、了解发行人母子公司之间、各子公司之间内部交易的具体内容及定价机制，分析其定价公允性及是否存在转移定价安排；了解发行人各子公司主要经营情况及业务定位，实地查看发行人及其子公司生产经营场所，了解公司及子公司在整个上市体系内的定位，确定内部交易的合理性；获取主管税务机关出具的涉税合规证明；

- 7、查询行业研究报告，分析其他类收入相关行业发展情况；
- 8、查询大宗原材料的行业价格指数，分析波动趋势；
- 9、访谈财务负责人及业务人员，了解新冠疫情、原材料价格波动、汇率波动对公司经营业绩及财务状况的影响；
- 10、查阅智能遮阳行业研究报告及相关新闻，分析智能遮阳市场规模、发展前景以及竞争格局；
- 11、查阅发行人董事会战略委员会、董事会、独立董事、监事会、年度股东大会相关会议和决议文件，了解进入智能化遮阳市场这一战略考虑的内部决策程序；
- 12、访谈发行人容科机电负责人，了解人员、技术、市场和资金投入情况以及最新业务进展。

【核查意见】

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、结合中美贸易摩擦、新冠疫情等宏观因素，发行人 2021 年营业收入上升但净利润下滑的原因包括：中美贸易摩擦加剧美国通胀水平、推动行业终端产品价格上升，带动营业收入上涨；中美贸易摩擦促使美国地区客户与公司重新协商价格以分摊关税成本，对净利润造成负面影响；新冠疫情和房地产刺激居家改善需求，美国地区客户收入增长；新冠疫情造成原材料价格及海运费上涨，对净利润造成负面影响。发行人与同行业公司或主要客户经营业绩的波动情况一致。并且，经分析发行人实际情况及相关前瞻性信息，发行人经营业绩存在相关不利因素的影响程度正逐渐缓解但仍有不确定因素，发行人不存在趋势性下滑的情况，发行人的盈利具备可持续性、可增长性。

2、基于原材料价格、关税、运费、市场竞争等方面的分析，发行人毛利率仍存在持续下滑的风险，同时，2022 年 4 月中旬至 2022 年 6 月末，人民币兑美元汇率总体处于快速贬值的趋势，将对公司外销产品价格和毛利率产生一定积极影响。公司已在招股说明书中对上述因素进行了充分的风险揭示。

3、发行人产品销售及模具销售不共同构成一项履约义务，模具收入不与产

品一起作为履约义务分期确认收入，产品报价不包含模具成本，发行人模具收入确认、成本核算符合《企业会计准则》的相关要求。

4、发行人进入智能化遮阳市场是基于战略考虑并履行了内部决策程序，相关战略规划已经公司战略委员会讨论通过、独立董事已发表意见；发行人具备开展募投项目的人员、技术、市场、资金等方面的资源储备以及业务基础；考虑新业务落地和发展正常商业周期、宏观经济形势、发行人发展战略与业务开展情况进行，结合报告内容科机电业绩亏损加剧的情形分析，募投项目不存在重大不确定性。

5、发行人其他类收入大幅上升公司主要来自于发行人子公司豪江电子销售的智能控制器及核心电子元器件、家电产品代工业务等产品以及豪江模具销售的模具及钣金件产品，销售收入上升与行业趋势、下游客户需求以及发行人业务运营情况相匹配，收入增长具备合理性。发行人及其子公司各主体之间独立核算，发行人母子公司之间、各个子公司之间的内部交易根据前述的交易定价原则进行交易，在综合考虑生产成本、市场价格、运输费等因素的基础上确定，定价公允。发行人内部关联交易定价是基于各公司在发行人业务体系中的作用以及合理的商业目的做出，并非以取得税收收益为目的，发行人不存在通过合并体系内公司之间不公允的内部转移定价进行税务筹划的情况，不存在通过对成本费用、人员不合理的分摊调节母公司、各子公司收入、利润、成本费用等从而规避税负或获取税收优惠的情形。报告期内发行人内部交易具有商业合理性、定价合理，且符合独立交易原则、具有连贯性和持续性，不存在转移定价安排，发行人及其子公司税务主管部门均已出具报告期内的合规证明，税务上不存在合规风险。

6、发行人财务报告审计基准日为**2022年6月30日**，财务报告审计基准日至**本回复出具日**，公司整体经营状况正常，**但受疫情和终端消费市场疲软等因素共同影响**，营业收入、盈利同比均有所下滑，除此之外发行人在主营业务和经营模式、主要销售客户和供应商、主要产品销售方式和价格水平、主要原材料采购方式和价格水平、核心人员以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面未发生重大变化。

问题 4.关于固定资产

申报材料及前次审核问询回复显示：

(1) 各报告期末，发行人的固定资产余额分别为 4,212.25 万元、13,273.04 万元和 17,710.16 万元，占非流动资产的比重分别为 37.85%、79.27%和 61.81%，固定资产主要为房屋及建筑物和专用设备；

(2) 各报告期末，发行人的在建工程余额分别为 4,579.02 万元、106.75 万元和 1,889.49 万元，占非流动资产的比重分别为 41.15%、0.64%和 6.59%，主要为公司孔雀河四路 78 号新厂房、湘江二路 43 号新厂房和待安装设备。

请发行人说明：

(1) 固定资产余额大幅上升的原因和合理性，和发行人产能的变动是否匹配；

(2) 在建工程的明细变动情况，包括但不限于名称、预算、期初余额、本期新增、本期转固金额、本期结余金额、期末完工比例、预计转固时间，是否存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同约定是否一致；

(3) 报告期内主要工程承包商是否与发行人及关联方存在关联关系，是否存在资金体外循环情形；发行人向主要工程承包商采购的规模与主要工程承包商的规模是否匹配，是否存在工程建设外包的情形，如有，补充披露外包商的具体情况和服务金额，外包商是否具有相应的资质。

请保荐人、申报会计师就上述事项发表明确意见，说明对非材料类供应商和工程承包商的的核查方法、核查比例及对采购真实性、完整性及准确性的核查结论。

公司回复：

(1) 固定资产余额大幅上升的原因和合理性，和发行人产能的变动是否匹配

一、固定资产余额大幅上升的原因和合理性

报告期各期末，公司固定资产包括房屋及建筑物、专用设备、运输设备以及通用设备，具体构成如下：

单位：万元

年度	固定资产类别	固定资产原值	累计折旧	账面价值	账面价值占比
2022 年 1-6 月	房屋及建筑物	7,825.53	692.90	7,132.63	40.34%
	专用设备	13,664.66	3,463.49	10,201.17	57.69%
	运输设备	389.83	237.95	151.88	0.86%
	通用设备	493.47	296.68	196.79	1.11%
	合计	22,373.49	4,691.02	17,682.47	100.00%
2021 年 度	房屋及建筑物	7,662.67	510.00	7,152.67	40.39%
	专用设备	12,810.02	2,673.70	10,136.32	57.23%
	运输设备	375.77	202.03	173.74	0.98%
	通用设备	484.92	237.49	247.43	1.40%
	合计	21,333.38	3,623.22	17,710.16	100.00%
2020 年 度	房屋及建筑物	6,068.13	215.91	5,852.22	44.09%
	专用设备	8,380.29	1,425.42	6,954.87	52.40%
	运输设备	352.31	122.51	229.80	1.73%
	通用设备	363.36	127.21	236.15	1.78%
	合计	15,164.09	1,891.05	13,273.04	100.00%
2019 年 度	房屋及建筑物	-	-	-	-
	专用设备	4,654.45	668.33	3,986.12	94.63%
	运输设备	191.90	75.95	115.95	2.75%
	通用设备	166.84	56.66	110.18	2.62%
	合计	5,013.19	800.94	4,212.25	100.00%

报告期内，公司的固定资产以房屋建筑物和专用设备为主，运输设备和通用设备金额及占比均较小。**2022 年 6 月末，公司固定资产余额整体变动较小。**2020 年、2021 年末公司的固定资产余额同比大幅上升，主要原因系房屋及建筑物原值、专用设备原值增加所致，具体如下：

（一）2020 年 3 月，公司孔雀河四路 78 号厂房达到预定可使用状态，增加“房屋及建筑物”原值 6,045.80 万元；2021 年 12 月，子公司豪江电子购置墨城路 59-5 厂房并装修，增加“房屋及建筑物”原值 1,485.34 万元。

（二）公司产业链向上游延伸增加了生产环节以及报告期内扩大产能，购置了大量生产设备。公司各车间专用设备原值增加具体情况如下表：

单位：万元

项目	2021 年增加专用设备原值金额	占比	2020 年增加专用设备原值金额	占比
上游延伸车间	2,277.03	51.40%	2,550.81	68.46%
单马达车间	171.47	3.87%	416.90	11.19%
双马达车间	46.34	1.05%	60.63	1.63%
智能办公车间	746.89	16.86%	248.34	6.67%
管状电机车间	667.14	15.06%	130.78	3.51%
其他	520.85	11.76%	318.37	8.54%
总计	4,429.72	100.00%	3,725.83	100.00%

上游延伸车间主要指注塑车间、电子车间（子公司豪江电子）、模具生产车间（子公司豪江模具）等生产线上延环节。其中，注塑车间主要生产注塑件等结构件类部件；电子车间主要提供智能控制系统等电子类部件；模具车间主要生产注塑模具，上述车间中的专用设备与公司智能线性驱动产品的产能不直接相关。报告期内，该类专用设备投资增加与公司整体产线向上游延伸布局的情形相符。

2020 年、2021 年，为增加智能家居及智慧医养领域的单马达产品、双马达产品及智能办公产品的产能，公司在单马达车间、双马达车间、智能办公车间分别新增专用设备原值 725.87 万元和 964.70 万元。

管状电机车间即子公司容科机电生产车间，2020 年、2021 年分别新增专用设备原值 130.78 万元、667.14 万元，系智能化遮阳系列产品生产线建设所致。

综上所述，2020 年末、2021 年末，公司固定资产余额大幅上升主要原因系房屋及建筑物原值、专用设备原值增加所致，符合公司的实际生产经营情况，具有合理性。

二、固定资产余额大幅上升与发行人产能的变动相匹配

如前文所述，2020 年末、2021 年末公司固定资产变动涉及房屋建筑物及注塑车间、电子车间、模具车间的专用设备，该部分固定资产的增加与公司线性驱动产品产能的增加不直接相关。扣除该部分金额后，2019 年至 2021 年单马达车间、双马达车间、智能办公车间、管状电机车间新增专用设备原值及公司产品产能变动情况如下：

产品名称	项目	2019 年	2020 年	2020 年较 2019 年变动	2021 年	2021 年较 2020 年变动
智能家居 及智慧医 养之单马 达产品	产能（万套）	88.66	129.31	45.85%	145.54	12.55%
	单马达车间专用设备期 末原值（万元）	404.21	821.11	103.14%	992.58	20.88%
	单马达车间专用设备期 末原值/产能（万元/套）	4.56	6.35	39.28%	6.82	7.40%
智能家居 及智慧医 养之双马 达产品	产能（万套）	76.15	100.22	31.61%	109.92	9.68%
	双马达车间专用设备期 末原值（万元）	233.53	294.16	25.96%	340.50	15.75%
	双马达车间专用设备期 末原值/产能（万元/套）	3.07	2.94	-4.29%	3.10	5.54%
智能办公 产品	产能（万套）	1.22	5.82	377.05%	8.86	52.23%
	智能办公车间专用设备 期末原值（万元）	633.03	881.37	39.23%	1,628.26	84.74%
	智能办公车间专用设备 期末原值/产能（万元/套）	518.87	151.44	-70.81%	183.78	21.35%
智能家居 及智慧医 养之管状 驱动产品	产能（万套）	-	-	-	34.43	-
	管状电机车间专用设备 期末原值（万元）	-	130.78	-	797.92	510.12%
	管状电机车间专用设备 期末原值/产能（万元/套）	-	-	-	23.18	-

2019 年至 2021 年单马达车间专用设备期末原值/产能分别为 4.56 万元/套、6.35 万元/套、6.82 万元/套，主要原因为随着市场消费升级，公司业务凭借技术积累也不断向中高端产品持续拓展，2019 年至 2021 年公司带控制器的单马达产品销量大幅提升，该类产品主要系中高端配置并附带了更多智能化控制功能，因此专用设备原值增加幅度要高于产能的增长幅度。

2019 年至 2021 年双马达车间专用设备期末原值/产能分别为 3.07 万元/套、2.94 万元/套、3.10 万元/套，较为稳定，专用设备原值与产能变动相匹配。

2019 年至 2021 年，智能办公车间专用设备期末原值/产能分别为 518.87 万元/套、151.44 万元/套、183.78 万元/套，波动相对较大，主要原因为：2019 年至 2021 年，发行人智能办公业务板块处于业务起步阶段，前期固定资产的设备投入较大，但是产能释放和业务开拓需要一定的时间，目前整体的产能较小。后续随着生产开展，预计单位产能投资额会有所降低，这一特点与制造类企业的实际生产与设备投入情况相符合。

2019 年、2020 年，公司无管状驱动产品的产能，2021 年，公司管状驱动产

品的产能为 34.43 万套。

综上所述，固定资产余额大幅上升和发行人产能的变动相匹配。

(2) 在建工程的明细变动情况，包括但不限于名称、预算、期初余额、本期新增、本期转固金额、本期结余金额、期末完工比例、预计转固时间，是否存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同约定是否一致

一、在建工程的明细变动情况

报告期各期末，公司在建工程余额分别为4,579.02万元、106.75万元、1,889.49万元、**3,453.17万元**，主要为公司孔雀河四路78号新厂房、湘江二路43号新厂房和待安装设备。报告期内，公司在建工程明细变动情况如下：

单位：万元

2019 年度								
项目名称	项目预算 (含税)	期初金额	本期新增 金额	本期转入 固定资产 金额	其他 减少 金额	期末 金额	期末完 工比例 (%)	预计转 固时间
孔雀河四路 78 号新厂房	6,750.00	1,805.95	2,743.46	-	-	4,549.41	78.69	2020 年
待安装设备	-	-	168.85	139.24	-	29.62	-	-
合计	-	1,805.95	2,912.31	139.24	-	4,579.02	-	-
2020 年度								
项目名称	项目预算 (含税)	期初金额	本期新增 金额	本期转入 固定资产 金额	其他 减少 金额	期末 金额	期末完 工比例 (%)	预计转 固时间
孔雀河四路 78 号新厂房	6,750.00	4,549.41	1,417.77	5,967.18	-	-	100.00	2020 年
待安装设备	-	29.62	359.54	203.69	78.71	106.75	-	-
零星工程	-	-	29.36	29.36	-	-	-	-
合计	-	4,579.02	1,806.66	6,200.23	78.71	106.75	-	-
2021 年度								
项目名称	项目预算 (含税)	期初金额	本期新增 金额	本期转入 固定资产 金额	其他 减少 金额	期末 金额	期末完 工比例 (%)	预计转 固时间
湘江二路 43 号厂房	8,825.00	-	1,712.92	-	-	1,712.92	22.71	2023 年
待安装设备	-	106.75	301.15	237.40	-	170.50	-	-
零星工程	-	-	645.86	628.18	17.68	-	-	-
工程物资	-	-	6.07	-	-	6.07	-	-

合计	-	106.75	2,666.00	865.57	17.68	1,889.49	-	-
2022 年 1-6 月								
项目名称	项目预算 (含税)	期初金额	本期新增 金额	本期转入 固定资产 金额	其他 减少 金额	期末 金额	期末完 工比例 (%)	预计转 固时间
湘江二路 43 号厂房	8,825.00	1,712.92	1,695.64	-	-	3,408.56	43.64	2023 年
新厂房测绘费		-	2.25	-	-	2.25		
待安装设备	-	170.50	46.71	174.03	3.46	39.72	-	-
零星工程	-	0.00	157.26	157.26	-	-	-	-
工程物资	-	6.07	-	-	3.42	2.65	-	-
合计	-	1,889.49	1,901.86	331.29	6.89	3,453.17	-	-

注 1：其他减少系转入长期待摊费用所致；

注 2：期末完工比例=（在建工程期末余额+在建工程进项税）/项目预算。

二、是否存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同约定是否一致

如上表所示，报告期内，公司在建工程主要为孔雀河四路 78 号新厂房和湘江二路 43 号厂房，其他在建工程金额较小。孔雀河四路 78 号新厂房和湘江二路 43 号厂房中涉及的支付工程款的情况如下：

（一）孔雀河四路 78 号新厂房

截至 2019 年 12 月 31 日，孔雀河四路 78 号新厂房主体部分已完工，整体完工进度为 78.69%，于 2020 年 3 月完工后转入固定资产。

1、截至 2019 年 12 月 31 日，孔雀河四路 78 号新厂房建设涉及的主要供应商及其累计付款进度情况如下：

供应商名称	合同涉及内容	合同付款条款	合同金额 (万元)	截至 2019年 12月31 日单项 完工进 度	截至 2019年 12月31 日累计 付款金 额(万元)	截至 2019年 12月 31日累 计付款 比例 (%)	付款进 度与工 程进度 是否一 致
青岛腾达建筑工程有限公司	主体工程总承包	基础工程付 15%，一层结束付至 30%，二层结束付至 40%，三层结束付至 50%，室内外墙结束付至合同 60%；完工后 2019 年春节前付至 80%；竣工验收合格 3 个月内付至 97%；3%作保证金，两年保修期且无质量隐患，30 天内无息付清	3,860.00	主体已完工	3,166.18	82.03	是
青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司	装饰装修工程	合同签订支付 35%；隐蔽工程施工完毕 30%；木工或瓦工完工支付 30%；漆面及饰面施工完毕，竣工验收后满 2 年支付 5%尾款	560.00	隐蔽工程完工	300.00	53.57	是
江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司	自动报警系统、自动喷淋系统、消防栓系统等	工人设备进场后支付 10%预付款，完成总工程量 50% 付 30%，全部完工 60%，消防验收合格 35%，保修期满 付 5%	460.00	已消防验收合格	437.00	95.00	是
青岛昊盛建设机械有限公司	车间室外工程	按进度付款，工程大面积完工，付至合同总价 80%，工程竣工验收后 30 日内付至 95%，剩余 5%作为质保金，2 年后无质量问题全部付清	350.00	未完工	230.00	65.71	是
青岛凯莱特装饰工程有限公司	混凝土施工、金刚砂施工和固化剂施工	材料进场支付工程总价款的 10%，工程施工至中期，支付合同总价款的 30%；二层施工结束支付工程合同总价款的 30%，施工完毕后十日内支付工程总价款 20%，剩余 10%工程款一年内付清	220.00	主体已完工	196.00	89.09	是
青岛海德汇工贸有限公司	中央空调	合同签订支付 20%，到货后按发票结算	104.00	已到货	100.00	96.15	是
青岛德馨城建混凝土工程有限公司	混凝土	按实际供应混凝土数量，累计满 1,000 方结算全部混凝土款	根据实际到货和用量情况	——	117.56	——	是

			算			
--	--	--	---	--	--	--

注：选取合同金额/结算金额超过 100 万的供应商进行列示，下同。

如上表所示，截至 2019 年 12 月 31 日，针对孔雀河四路 78 号新厂房建设，公司按照合同付款条款和具体完工进度向供应商付款，公司不存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同条款约定一致。

2、截至 2020 年 3 月 31 日，孔雀河四路 78 号新厂房建设涉及的主要供应商及其累计付款进度情况如下：

供应商名称	合同涉及内容	合同付款条款	合同金额 (万元)	截至 2020 年 3 月 31 日单项完 工进度	截至 2020 年 3 月 31 日累计 付款金 额 (万 元)	截至 2020 年 3 月 31 日累计 付款比 例 (%)	付款进 度与工 程进度 是否一 致
青岛腾达建筑工 程有限公司	主体工程总承包	基础工程付 15%，一层结束付至 30%，二层结束付至 40%，三层结束付至 50%，室内外墙结束付至合同 60%；完工后 2019 年春节前付至 80%；竣工验收合格 3 个月内付至 97%；3%作保证金，两年保修期且无质量隐患，30 天内无息付清	3,860.00	完工	3,316.18	85.91%	是
青岛墨城红昌宏 工程装饰有限公 司	装饰装修工程	合同签订支付 35%；隐蔽工程施工完毕 30%；木工或瓦工完工支付 30%；漆面及饰面施工完毕，竣工验收后满 2 年支付 5%尾款	560.00		370.00	66.07%	是
江苏省华海消防 工程安装有限公 司青岛分公司	自动报警系统、 自动喷淋系统、 消防栓系统等	工人设备进场后支付 10%预付款，完成总工程量 50%付 30%，全部完工 60%，消防验收合格 35%，保修期满付 5%	460.00		437.00	95.00%	是
青岛昊盛建设机 械有限公司	车间室外工程	按进度付款，工程大面积完工，付至合同总价 80%，工程竣工验收后 30 日内付至 95%，剩余 5%作为质保金，2 年后无质量问题全部付清	350.00		270.00	77.14%	是

青岛凯莱特装饰工程公司	混凝土施工、金刚砂施工和固化剂施工	材料进场支付工程总价款的 10%，工程施工至中期，支付合同总价款的 30%；二层施工结束支付工程合同总价款的 30%，施工完毕后十日内支付工程总价款 20%，剩余 10%工程款一年内付清	220.00		196.00	89.09%	是
青岛海德汇工贸有限公司	中央空调	合同签订支付 20%，到货后按发票结算	104.00		100.00	96.15%	是
青岛德馨城建混凝土工程公司	混凝土	按实际供应混凝土数量，累计满 1,000 方结算全部混凝土款	根据实际到货和用量情况结算		117.56	—	是

如上表所示，截至 2020 年 3 月 31 日，孔雀河四路 78 号新厂房整体完工并转入固定资产投入使用，公司按照合同付款条款和具体完工进度向供应商付款，公司不存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同条款约定一致。

(2) 湘江二路 43 号厂房

公司湘江二路 43 号厂房 2021 年 8 月开工，截至本问询函回复出具日尚未完工。截至 2021 年 12 月 31 日，湘江二路 43 号厂房建设涉及的主要供应商及其累计付款进度情况如下：

供应商名称	合同涉及内容	合同付款条款	合同金额 (万元)	截止 2021 年 12 月 31 日单项 完工进 度	累计付 款金额 (万 元)	累计付 款比例 (%)	付款进 度与工 程进度 是否一 致
-------	--------	--------	--------------	--	------------------------	-------------------	-------------------------------

青岛金硕建设集团有限公司	主体工程总承包	基坑完成至约定价款的 5%；基础完成包含地下一层至约定价款的 20%；主体一半付至约定价款的 40%；主体封顶付至约定价款的 60%；主体验收付至价款的 80%；竣工验收付至结算价款的 97%；余 3%质保金一年后一个月内付清；其它单项合格后 15 日内付清（单项包含门窗工程，金刚砂地面，外墙保温及真石漆、消防通风）	5,825.00 (含向其他供应商采购的钢材和混凝土)	基础工程已完工	865.49		是
莱芜市双和盛经贸有限公司	钢材采购	双方确认采购订单后，甲方预付当次采购金额的 8%作为订金，乙方两日内将货物送到指定地点，并提供全额合格发票，甲方付清当次余款	根据实际到货和用量情况结算	—	526.47	30.55%	是
青岛恒基优秀混凝土有限公司	混凝土采购	订货人和供货人于当月 3 号之前核算上月所供混凝土方量和货款，核对无误后于当月 20 号前付清上月所供混凝土货款	根据实际到货和用量情况结算	—	387.42		是

如上表所示，截至 2021 年 12 月 31 日，针对湘江二路 43 号厂房建设，公司按照合同付款条款和具体完工进度向供应商付款，公司不存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同条款约定一致。

截至 2022 年 6 月 30 日，湘江二路 43 号厂房建设涉及的主要供应商及其累计付款进度情况如下：

供应商名称	合同涉及内容	合同付款条款	合同金额 (万元)	截止 2022 年 6 月 30 日单项 完工进 度	累计付款 金额 (万 元)	累计付 款比例 (%)	付款进 度与工 程进度 是否一 致
-------	--------	--------	--------------	---	---------------------	-------------------	-------------------------------

青島金碩建設集團有限公司	主体工程总承包	基坑完成至约定价款的 5%；基础完成包含地下一层至约定价款的 20%；主体一半付至约定价款的 40%；主体封顶付至约定价款的 60%；主体验收付至价款的 80%；竣工验收付至结算价款的 97%；余 3%质保金一年一个月后付清；其它单项合格后 15 日内付清（单项包含门窗工程，金刚砂地面，外墙保温及真石漆、消防通风）	5,825.00 (含向其他供应商采购的钢材和混凝土)	基础工程已完工	1,954.25		是
萊蕪市雙和盛經貿有限公司	钢材采购	双方确认采购订单后，甲方预付当次采购金额的 8%作为订金，乙方两日内将货物送到指定地点，并提供全额合格发票，甲方付清当次余款	根据实际到货和用量情况结算	—	816.88	60.15%	是
青島恒基優秀混凝土有限公司	混凝土采购	订货人和供货人于当月 3 号之前核算上月所供混凝土方量和货款，核对无误后于当月 20 号前付清上月所供混凝土货款	根据实际到货和用量情况结算	—	732.33		是

如上表所示，截至 2022 年 6 月 30 日，针对湘江二路 43 号厂房建设，公司按照合同付款条款和具体完工进度向供应商付款，公司不存在提前预付工程款情形，工程进度款的支付与合同条款约定一致。

(3) 报告期内主要工程承包商是否与发行人及关联方存在关联关系，是否存在资金体外循环情形；发行人向主要工程承包商采购的规模与主要工程承包商的规模是否匹配，是否存在工程建设外包的情形，如有，补充披露外包商的具体情况和服务金额，外包商是否具有相应的资质

报告期内，公司在建工程主要为孔雀河四路 78 号新厂房和湘江二路 43 号厂房，其他在建工程金额较小。孔雀河四路 78 号新厂房和湘江二路 43 号厂房中涉及到的合同金额 100 万元以上的工程承包合同具体情况如下：

序号	签约主体	工程承包商	合同涉及内容	合同金额 (万元)
1	豪江智能	青岛腾达建筑工程有限公司	孔雀河四路 78 号新厂房主体工程总承包	3,860.00
2	容科机电	青岛金硕建设集团有限公司	湘江二路 43 号厂房主体工程总承包	5,825.00
3	豪江智能	青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司	孔雀河四路 78 号新厂房装饰装修工程	560.00
4	豪江智能	江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司	孔雀河四路 78 号新厂房自动报警系统、自动喷淋系统、消火栓系统等	460.00
5	豪江智能	青岛昊盛建设机械有限公司	孔雀河四路 78 号新厂房车间室外工程	350.00
6	豪江智能	青岛凯莱特装饰工程有限公司	孔雀河四路 78 号新厂房混凝土施工、金刚砂施工和固化剂施工	220.00

上述工程承包商具体情况如下：

一、青岛腾达建筑工程有限公司

公司名称	青岛腾达建筑工程有限公司
成立时间	1992 年 1 月 17 日
法定代表人	曹相玉
实际控制人	孙学芹
注册资本	4,886 万元人民币
实缴资本	4,886 万元人民币
住所地	山东省青岛市即墨市田横镇岛里街 157 号
经营范围	房屋建筑工程施工总承包贰级；市政公用工程；地基基础工程；路基与公路交通工程；水利水电工程；机电安装工程；港口与航道工程；防水防腐保温工程；河湖整治工程；房屋修缮；室内外装饰；钢结构制作安装工程；建筑机具租赁；园林绿化工程；道路维护工程；一般低压管道安装工程；建筑物拆除（不含爆破）；土石方工程（不含爆破）；建筑劳务工程；承担土地开发整理复垦和土地整治工程；生产销售混凝土砖（不

	含开采)；体育场地和设施工程。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)			
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）		持股比例（%）
	孙学芹	4,346.00		88.95
	曹相玉	540.00		11.05
	合计	4,886.00		100.00
主要人员	董事/执行董事	监事		高管
	曹相玉	孙学芹		曹相玉（经理）
人员规模	现有管理层员工 76 人，其中包括注册建造师 20 余人，有职称人员 30 余人			
年度营业收入	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
	2 亿	2.32 亿	2.15 亿	2.34 亿
分公司情况	青岛腾达建筑工程有限公司城阳分公司			
项目经验	1、名门世家工程 62,800 平方米（其中 6#楼被青岛建筑业协会评为“青岛杯”工程）； 2、御墅临枫 C 区别墅工程 52,300 平方米； 3、永合硕丰苑 1-5 期工程 207,000 平方米（其中三期被青岛市建管局评为“青岛市标准化示范工地”）； 4、康城小区 46,800 平方米； 5、城阳街道沟岔社区棚户区改造项目 132,600 平方米； 6、城阳街道小周村社区棚户区改造项目 54,130 平方米等。			

青岛腾达建筑工程有限公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与青岛腾达建筑工程有限公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。青岛腾达建筑工程有限公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例不高，发行人向青岛腾达建筑工程有限公司采购的规模与青岛腾达建筑工程有限公司的业务规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

二、青岛金硕建设集团有限公司

公司名称	青岛金硕建设集团有限公司
成立时间	2010 年 9 月 2 日
法定代表人	孙成林
实际控制人	李淑金
注册资本	10,000 万元人民币

实缴资本	2,016 万元人民币			
住所地	山东省青岛市即墨区淮涉河二路 217 号 8 楼			
经营范围	建筑工程施工总承包，市政公用工程总承包，水利水电工程施工总承包，地基基础工程专业承包，电子与智能化工程专业承包，钢结构工程专业承包，建筑装修装饰工程专业承包，建筑幕墙工程专业承包，防水防腐保温工程专业承包，城市及道路照明工程专业承包，体育场馆设计与施工（以上范围凭资质经营），普通货运（依据主管部门核发的许可证开展经营活动）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）	持股比例（%）	
	李淑金	7,000.00	70.00	
	孙成林	2,000.00	20.00	
	李忠建	1,000.00	10.00	
	合计	10,000.00	100.00	
主要人员	董事/执行董事	监事	高管	
	孙成林（董事长）、李玉波、李淑金	李忠建	孙成林（经理）	
人员规模	现有管理层员工 50 余人，其中包括注册建造师 10 人，劳务工人 300 余人			
年度营业收入	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
	未提供	未提供	未提供	约 7,000 万元
对外投资及分公司情况	青岛双源建筑劳务有限公司（持股 51%）、青岛金宇幕墙门窗有限公司（持股 51%）、青岛新金宇建设工程有限公司（持股 51%）、青岛金硕建设集团有限公司潮海分公司			
项目经验	1、青岛华美时尚创业产业园工程建设项目（一期）141,216.95 平方米； 2、青岛华美时尚创业产业园工程建设项目（二期）27,810.11 平方米； 3、海洋气候观测技术研发与产业孵化楼 6,488 平方米； 4、中核控制系统工程有限公司山东海洋生产基地二期建设项目施工 15,670 平方米； 5、新建汽车配件、机械零部件加工项目 21,347 平方米； 6、青岛创新学校中学部综合楼项目 14,692 平方米等。			

青岛金硕建设集团有限公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与青岛金硕建设集团有限公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。青岛金硕建设集团有限公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例不高，发行人向青岛金硕建设集团有限公司采购的规模与青岛金硕建设集团有限公司的业务规模相匹配，不存在工程

建设外包的情形。

三、青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司

公司名称	青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司		
成立时间	2019 年 1 月 23 日		
法定代表人	谭云香		
实际控制人	杨晓梅		
注册资本	100 万元人民币		
实缴资本	100 万元人民币		
住所地	山东省青岛市即墨区店子山三路 586 号		
经营范围	铁路工程、房屋建筑工程、电气安装（以上范围凭资质经营）、室内外建筑装饰设计、施工，建筑物拆除（不含爆破）；建筑施工设备租赁服务；建筑劳务分包；批发及零售建筑装饰材料（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）	持股比例（%）
	杨晓梅	100	100%
	合计	100	100%
主要人员	董事/执行董事	监事	高管
	谭云香	杨晓梅	谭云香
人员规模	现有管理人员 26 人，劳务工人约 200 人		
年度营业收入	2019 年	2020 年	2021 年
	约 1,000 万元	约 1,000 万元	约 1,000 万元
项目经验	1、山东艺术学院改造项目； 2、青岛领军科技创新材料产业园； 3、青岛君澜度假酒店大厅改造、给排水提升改造； 4、即墨市人民医院外科楼机房改造； 5、青岛大手海恩科技有限公司（设计施工一体）； 6、明亮骨科医院病房楼装修等。		

青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例相对不高，发行人向青岛墨城红昌宏工程装饰有限公司采购的规模与青岛墨城红昌宏工程装饰有

限公司的业务规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

四、江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司

公司名称	江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司		
成立时间	2010 年 3 月 19 日		
负责人	杨肖凯		
住所地	青岛市市南区东海西路 37 号 3 栋 17 层 11 房		
经营范围	【消防工程，建筑智能化系统工程、人防工程的设计、施工、维护，技术咨询，建筑及改造项目的消防方案和图纸的代理申报】（凭资质经营）；批发：消防器材、金属材料（不含稀贵金属）、建筑材料、润滑油、五金、交电、百货、针纺织品、工艺美术品、普通机械、汽车零配件、人防设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。		
人员规模	现有管理层 8 人，劳务工人约 60 人		
年度营业收入	2019 年	2020 年	2021 年
	约 3,000 万	约 3,000 万	约 3,000 万
总公司名称	江苏省华海消防工程安装有限公司		
成立时间	1995 年 12 月 28 日		
法定代表人	蔡纪文		
实际控制人	蔡纪文		
注册资本	10,500 万元人民币		
实缴资本	1,018 万元人民币		
住所地	南京市雨花台区大周路 32 号 2 幢北楼 1025-1031 室		
经营范围	消防工程，建筑智能化系统工程、人防工程的设计、施工、维护，技术咨询，建筑及改造项目的消防方案和图纸的代理申报，消防器材、金属材料、建筑材料、润滑油、五金、交电、百货、针纺织品、工艺美术品、普通机械、汽车零配件、人防设备的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：消防技术服务；消防设施工程；施工专业作业；各类工程建设活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）		
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）	持股比例（%）
	镇江安厦消防工程设备有限公司	10,395.00	99.00
	蔡纪文	105.00	1.00
	合计	10,500.00	100.00
主要人员	董事/执行董事	监事	高管
	蔡纪文（董事长）、曹媛、朱雨婷	张骋	管守礼（总经理）

项目经验	1、潍坊市工商行政管理局原办公楼消防设施更新改造项目； 2、十七冶住建分公司郑州财经学院航空港校区项目（一期）消防一标段工程； 3、江苏省溧中附属中学扩建项目智能化工程； 4、山东省青岛市即墨区华海路小学消防工程； 5、山东省青岛市即墨区东凯伴山蓝庭小区消防工程； 6、山东省青岛市即墨区正森德郡小区消防工程等。
------	---

江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例不高，发行人向江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司采购的规模与江苏省华海消防工程安装有限公司青岛分公司的业务规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

五、青岛昊盛建设机械有限公司

公司名称	青岛昊盛建设机械有限公司		
成立时间	2003 年 9 月 15 日		
法定代表人	孙丕清		
实际控制人	孙丕清		
注册资本	2,000 万元人民币		
实缴资本	200 万元人民币		
住所地	山东省青岛市城阳区夏庄街道玉云西路 126 号		
经营范围	制造：建筑机具、普通机械设备；建筑料具、脚手架、机械设备租赁；建筑工程、市政工程、钢结构工程、起重设备安装工程、建筑装修装饰工程、环保工程、模板脚手架工程、机电工程施工、园林绿化、水利工程、保温工程、管道工程、土石方工程、防水工程、水电安装工程；建筑劳务分包；批发、零售：建筑机具、钢材、建筑材料、机械设备及配件、五金交电；服装加工；水电供应。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）	持股比例（%）
	孙丕清	1,200.00	60.00
	孙丕坛	800.00	40.00
	合计	2,000.00	100.00

主要人员	董事/执行董事	监事	高管
	孙丕清	孙丕坛	孙丕清（总经理）
人员规模	现有管理层员工 77 人，劳务工人约 200 人		
年度营业收入	2019 年	2020 年	2021 年
	约 5,000 万	约 6,000 万	约 1 亿
对外投资及分支机构	青岛德凯市政工程有限公司（持股 100%）、青岛昊盛建设机械有限公司城阳分公司		
项目经验	1、西流亭社区城阳五中东侧运动广场基础建设； 2、城阳街道田旺路小学新建工程（设计施工总承包）钢结构工程； 3、西黄埠社区自来水管网铺设改造工程； 4、青岛市城阳区河套街道教育委员会河套街道学校修缮工程； 5、高家台社区居民楼屋面防水、公共设施维修工程； 6、中建三局三公司天津分公司 2020 年大型设备租赁集采等。		

青岛昊盛建设机械有限公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与青岛昊盛建设机械有限公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。青岛昊盛建设机械有限公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例不高，发行人向青岛昊盛建设机械有限公司采购的规模与青岛昊盛建设机械有限公司的业务规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

六、青岛凯莱特装饰工程有限公司

公司名称	青岛凯莱特装饰工程有限公司		
成立时间	2018 年 3 月 14 日		
法定代表人	王彩虹		
实际控制人	王彩虹		
注册资本	500 万元人民币		
实缴资本	-		
住所地	山东省青岛市即墨市通济街道办事处长阡村二楼区 94 号		
经营范围	地坪工程、防水保温工程、内外墙修整、道路标线、交安设施的设计安装及其施工；销售表面防腐材料、机电产品、研磨机器、建筑材料、装饰装潢材料、化工原料及产品（不含危险化学品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股权结构	股东名称	认缴资本（万元）	持股比例（%）

	王彩虹	500.00	100.00
	合计	500.00	100.00
主要人员	董事/执行董事	监事	高管
	王彩虹	张先其	王彩虹（总经理）
人员规模	现有管理层员工 5 人，劳务工人约 50 人		
年度营业收入	2019 年	2020 年	2021 年
	1,000 多万	1,000 多万	1,000 多万
项目经验	1、青岛市黄岛希尔顿酒店车库 60,000 m²环氧平涂项目； 2、青岛李沧世博园地下车库 32,000 m²平涂项目； 3、青岛市黄岛唯品会物流园 11,000 m²环氧平涂项目； 4、青岛东海路青岛海信广场停车场 11,000 m²自流平项目； 5、中铁四局昆明市严家车辆段综合基地 19,655 m²耐磨彩砂、地面找平项目； 6、中铁十四局济南三号线池东车辆段 28,455 m²环氧自流平等。		

青岛凯莱特装饰工程有限公司与发行人及关联方不存在关联关系。报告期内，发行人与青岛凯莱特装饰工程有限公司的资金往来及工程款项支付均按照合同约定及相关法律法规规定执行，不存在工程承包商应发行人要求在公司支付资金后将资金转入公司账户或公司关联方账户、公司通过公司以外的账户向工程承包商支付工程款等情况，不存在资金体外循环的情形。青岛凯莱特装饰工程有限公司与发行人的实际交易金额占其营业收入的比例不高，发行人向青岛凯莱特装饰工程有限公司采购的规模与青岛凯莱特装饰工程有限公司的业务规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

综上，报告期内主要工程承包商与发行人及关联方不存在关联关系，不存在资金体外循环情形；发行人向主要工程承包商采购的规模与主要工程承包商的规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

会计师回复

【核查程序】

关于固定资产，保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、获取并查阅发行人固定资产清单，审阅孔雀河四路 78 号新厂房工程转固的相关资料，包括工程项目预算、合同、竣工验收报告、结算清单、工程款支付流水等，复核转固时点和转固金额是否准确；获取报告期内新增大额机器设备的

采购合同、设备安装验收报告、付款凭证等资料；

2、实地查看发行人生产流程，了解影响发行人产能的主要生产工序及相关的主要生产设备情况，分析比较各期固定资产、机器设备与产能匹配情况；

3、获取在建工程明细表，审阅湘江二路 43 号厂房的工程项目合同、工程进度相关资料、工程款支付流水等，检查工程进度款的支付与合同条款是否一致；

4、获取公司报告期各期末的固定资产台账、在建工程台账并与总账进行核对，选取金额较大的固定资产、在建工程进行实地盘点，了解固定资产的实际使用情况、在建工程进度；

5、获取发行人报告期内主要工程类项目合同清单，查询主要工程承包商的工商信息和市场公开信息；

6、查阅发行人主要工程承包商的营业执照、投标文件等相关资料，并通过网络公开查询方式了解其基本情况、资质、业务规模等及其与发行人的关联关系情况，通过对比公司董监高、主要股东的调查表，复核主要承包商与发行人及关联方是否存在关联关系；

7、取得并核查公司、控股股东、实际控制人、子公司、董事、监事、高级管理人员及其他重要关联方的银行资金流水，复核公司及其关联方与主要工程承包商的资金往来情况；

8、访谈发行人主要工程承包商并取得经其确认的访谈笔录及关于交易真实性及不存在关联关系、不存在体外资金循环、无代持关系或其他利益输送安排的承诺函，并对其报告期内承接的发行人工程项目是否存在建设外包情况进行确认；访谈发行人主要工程项目的监理单位，对主要工程项目的工程承包商是否存在建设外包情形进行确认；

9、对非材料类供应商和工程承包商的核查方法：

（1）实地走访主要工程承包商，了解主要工程承包商的基本情况、业务性质、经营规模、资金往来情况、报告期各期工程结算情况及款项支付情况、询问其是否存在工程建设转包的情形，与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在关联关系等，核查上述信息与公司的相关陈述、财务

记录等方面是否相符；

(2) 对公司主要非材料供应商和工程承包商实施函证程序；

(3) 报告期各期末对报告期固定资产实施监盘程序，实地查看重要的在建项目，检查工程完工进度；

(4) 获取当期新增的固定资产、在建工程采购订单、采购入库单、送货单、采购发票、付款凭证等，核查公司采购的真实性、准确性；

(5) 检查发行人及主要关联方的银行流水是否存在与主要非材料供应商和工程承包商的资金往来；

(6) 对非材料类供应商和工程承包商的核查比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非材料类采购金额①	2,273.86	5,926.18	5,415.04	5,488.91
实地走访非材料供应商金额②	0.00	1,202.96	1,114.66	2,482.18
实地走访非材料供应商比例 A=②/①	0.00%	20.30%	20.58%	45.22%
发函金额③	1,590.72	3,634.52	2,451.89	2,976.42
发函比例 B=③/①	69.96%	61.33%	45.28%	54.23%
回函金额④	1,333.73	3,634.52	2,451.89	2,976.42
回函比例 C=④/①	58.65%	61.33%	45.28%	54.23%
新增固定资产监盘金额⑤	239.00	2,773.68	3,021.38	1,948.22
新增固定资产监盘金额占当期非材料类采购金额比例 D=⑤/①	10.51%	46.80%	55.80%	35.49%
新增固定资产测试金额⑥	391.80	2,190.88	2,748.23	1,665.27
新增固定资产测试比例 E=⑥/①	17.23%	36.97%	50.75%	30.34%
重复核查金额⑦	208.82	4,764.82	5,100.76	4,592.21
合计核查金额⑧=②+④+⑤+⑥-⑦	1,755.70	5,037.22	4,235.39	4,479.88
合计核查比例 F=⑧/①	77.21%	85.00%	78.22%	81.62%

【核查意见】

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2020 年末、2021 年末，公司固定资产余额大幅上升主要原因系房屋及建筑物原值、专用设备原值增加所致，符合公司的实际生产经营情况，具有合理性。固定资产余额大幅上升和发行人产能的变动相匹配。**2022 年 6 月末，公司固定资产余额整体变动较小。**

2、报告期内发行人在建工程核算准确，不存在提前预付工程款的情形，工程款的支付与合同条款约定一致。

3、报告期内主要工程承包商与发行人及关联方不存在关联关系，不存在资金体外循环情形；发行人向主要工程承包商采购的规模与主要工程承包商的规模相匹配，不存在工程建设外包的情形。

4、报告期内发行人非材料类供应商和工程承包商采购真实、准确、完整。

问题 6.关于信息披露质量

保荐工作报告显示：

江苏里高 2017-2018 年每年大概有 75%-80%左右产品由发行人供应。2020 年起由发行人供应的产品占江苏里高采购同类产品的 100%。

审核问询回复显示：

(1)2018 年，发行人向江苏里高销售占其同类产品采购比例为 50%-80%。**2020 年，发行人向江苏里高销售占其同类产品采购比例为 80%-100%；**

(2) 发行人解释上述差异主要为保荐人核查方式不一致所致。

请保荐人说明对上述事项的核查程序是否流于形式，是否能有效保证执业质量发表明确意见。

请保荐人、发行人律师和申报会计师说明申报文件及历次问询回复是否还存在其他前后不一致的情形，并发表明确意见，如有，请说明情况、原因并进行修改。

公司回复：

一、请保荐人说明对上述事项的核查程序是否流于形式，是否能够有效保证执业质量发表明确意见

（一）关于采购同类产品占比的核查程序的说明

1、关于保荐工作报告中所记录内容的核查程序

保荐机构在首次申报过程中主要依据财务核查走访对该事项进行核查。在保荐工作报告中，保荐人根据对江苏里高的访谈记录，在首次申报前答复内部问询时将江苏里高的答复内容整理用以说明江苏里高向发行人采购事项。保荐人对江苏里高的访谈程序如下：

（1）到达被访对象经营场所，向其介绍访谈人员及背景、要求，访谈对象为江苏里高主要负责人员，其在正式访谈之前展示了相关身份证明（名片、工牌或身份证件）。

（2）访谈过程由中介机构项目组人员独立进行询问和记录。通过实地访谈对访谈客户的基本情况、与发行人的合作历史、合作模式、交易金额、采购同类产品占比情况、退换货情况、实现最终销售及库存情况、是否存在关联关系等信息进行了确认，并取得访谈对象确认的访谈记录。

（3）实地参观被访谈单位工作场所并与受访对象在访谈地点合影，取得受访人的身份证明文件复印件、被访谈单位营业执照、财务报表等材料作为工作底稿留存。

但在首次申报的财务核查走访过程中，受限于受访人所在岗位了解信息的局限性、答复中介机构问询的谨慎性并出于保护自身商业秘密考虑等因素，有部分主要客户未就该问题进行回复。

2、关于审核问询函中所记录内容的核查程序

在第一轮审核问询函的回复过程中，考虑到首次申报实地走访/视频访谈过程中，有部分主要客户没有回答向发行人采购占其同类产品采购的比例，为了满足回复审核问询函的要求同时结合 2021 年半年报的补充披露需求，并提高客户就该事项的回复率，保荐人向包括江苏里高在内的主要客户发送了专项确认邮件，请求客户按照以固定区间确认采购占比，减少其对于商业秘密泄露的担忧。向相

关客户发送的专项确认邮件的主要内容为：“豪江智能向贵司销售金额占贵司同类产品采购额的比例约为？A、0-20%，B、20%-50%，C、50%-80%，D、80%-100%。”保荐人出于专项确认优先及统一披露格式的考虑，基于专项确认的内容对江苏里高向发行人采购占其同类采购占比的情况在第一轮审核问询函中进行了说明。保荐人进行邮件专项确认的程序包括：

（1）根据相关市场案例，拟定专项确认邮件的内容；

（2）取得被访谈客户联系人电子邮箱，检查客户联系人电子邮箱名称和地址并核对其是否是与发行人日常沟通恰谈的联系人；

（3）向被访谈客户联系人发送专项确认邮件并取得回复确认。

综上所述，在上述两文件中有关信息披露差异主要系信息披露表达方式的差异、以及第一次审核问询函回复时保荐人取得了进一步的专项确认材料所致，不存在披露信息相互矛盾的情形，不构成信息披露的重大差异。为了保持相关信息披露的一致性，保荐机构已对发行保荐工作报告、第一轮审核问询函回复中的采购占比情况进行了修订。

有关发行人向江苏里高销售占其同类产品采购比例，保荐人对江苏里高进行了实地走访、视频访谈、邮件问询等核查程序，取得了被访谈人的身份证明文件及访谈纪要。为确认发行人向江苏里高销售占其同类产品采购比例，保荐人进行了多种手段、较为深入的核查，未流于形式，能有效保证执业质量。

二、请保荐人、发行人律师和申报会计师说明申报文件及历次问询回复是否还存在其他前后不一致的情形，并发表明确意见，如有，请说明情况、原因并进行修改

发行人已会同保荐机构、发行人律师、申报会计师按照相关规定，对审核问询回复等全部申报文件的信息披露进行了全面核查，确认是否还存在其他前后不一致的情形。目前，发行人全部申报文件及信息披露内容不存在其他前后不一致的情形。

会计师回复

【核查程序】

关于信息披露质量，保荐机构、发行人律师和申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、查阅了中介机构对客户采购情况进行专项确认的邮件和访谈笔录等资料；

2、对江苏里高有关负责人员、发行人实际控制人就梦百合电动床业务开展历程、与发行人的合作历史及相关交易细节等进行访谈，并获取江苏里高采购明细数据等资料；

3、组织公司、中介机构相关人员，通读历次问询回复、招股说明书等申报资料，核实是否存在前后不一致或者不同申报资料之间披露不一致的情况。

【核查意见】

经核查，保荐机构认为：

1、保荐工作报告和第一轮审核问询函中有关信息披露差异主要系信息披露表达方式的差异以及第一次审核问询函回复时保荐人取得了进一步的专项确认底稿材料所致，不存在披露信息相互矛盾的情形，不构成信息披露的重大差异。为确认发行人向江苏里高销售占其同类产品采购比例，保荐人进行了多种手段、较为深入的核查，未流于形式，能有效保证执业质量。

2、发行人申报文件及历次问询回复不存在其他前后不一致的情形。

经核查，发行人律师和申报会计师认为：

发行人申报文件及历次问询回复不存在其他前后不一致的情形。

问题 7.关于豪江电器采购

审核问询回复显示：

豪江电器可向其部分原有客户在已签署销售合同或订单的既有合作期限内，向发行人采购并继续向原有客户销售线性驱动器产品。

请发行人说明：

（1）报告期各期豪江电器与原有客户的销售合同或订单的具体情况；

（2）截至报告期末，未执行完毕的销售合同或订单的具体情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

公司回复：

（1）报告期各期豪江电器与原有客户的销售合同或订单的具体情况

2019 年、2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月**，豪江电器对海尔旗下的青岛海达瑞采购服务有限公司销售线性驱动产品的金额分别为 10.49 万元、2.88 万元、0 万元、**0 万元**（不含税收入金额分别为 9.29 万元、2.55 万元、0 万元、**0 万元**），销售明细如下：

期间	客户名称	销售商品名称	数量 (个)	单价（元/ 个）	收入金额 (万元)
2019 年度	青岛海达瑞采购服务有限公司	*齿轮*电动推杆	1,338.00	69.40	9.29
2020 年度	青岛海达瑞采购服务有限公司	*齿轮*电动推杆	367.00	69.40	2.55
2021 年度	无	无	-	-	-
2022 年 1-6 月	无	无	-	-	-

2019 年、2020 年，青岛海达瑞采购服务有限公司零星向豪江电器采购少量电动推杆，金额较小，均通过海尔的线上供应商采购平台直接下达采购需求。2020 年 4 月后，豪江电器已终止与青岛海达瑞采购服务有限公司的合作。

除上述销售外，报告期内，豪江电器与原有客户不存在其他销售情况、销售合同或订单。

（2）截至报告期末，未执行完毕的销售合同或订单的具体情况

截至 **2022 年 6 月末**，即报告期末，豪江电器无未执行完毕的销售合同或订单。

会计师回复

【核查程序】

关于豪江电器采购，保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、取得并查阅了豪江电器的管理层报表、科目余额表和明细账、豪江电器的银行流水、纳税凭证等资料；

2、获取豪江电器 2019-2022 年 6 月销售明细，并检查销售发票、收款流水等资料。

【核查意见】

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2019 年、2020 年，青岛海达瑞采购服务有限公司零星向豪江电器采购少量电动推杆，金额较小。2020 年 4 月后，豪江电器已终止与青岛海达瑞采购服务有限公司的合作。除上述销售外，报告期内，豪江电器与原有客户不存在其他销售情况、销售合同或订单。

2、截至 2022 年 6 月末，即报告期末，豪江电器无未执行完毕的销售合同或订单。

（以下无正文）



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

（此页无正文，为《关于青岛豪江智能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的回复》之签字盖章页）



中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

中国注册会计师：



中国注册会计师：



2022 年 9 月 25 日





营业执照

(副本) (5-1)

统一社会信用代码

91110102082881146K



名称 中兴华会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 李尊农, 乔久华

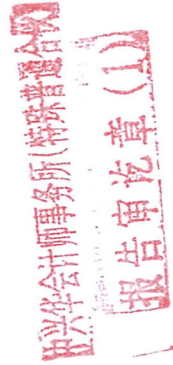
经营范围

许可项目：注册会计师业务；代理记账。
一般项目：经相关部门批准后方可开展经营的项目；以相关部门批准文件或许可证件为准的程管理服务；资产评估。（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。）
（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

成立日期 2013年11月04日

合伙期限 2013年11月04日至 长期

主要经营场所 北京市丰台区丽泽路20号院1号楼南楼20层



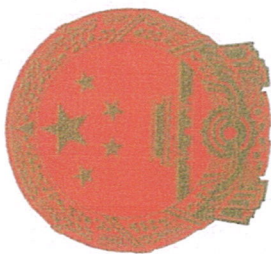
登记机关

2022年11月07日

国家企业信用信息公示系统网址p://www.gsxt.gov.cn

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。

国家市场监督管理总局监制



仅作为报告附件使用

会计师事务所 执业证书

中兴华会计师事务所(特殊普通合伙)
报告章(1)

名称：中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）
首席合伙人：李尊农
主任会计师：
经营场所：北京市丰台区丽泽路20号院1号楼南楼20层

组织形式：特殊普通合伙
执业证书编号：11000167
批准执业文号：京财会许可〔2013〕0066号
批准执业日期：2013年10月25日

证书序号：0014686

说明

《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。

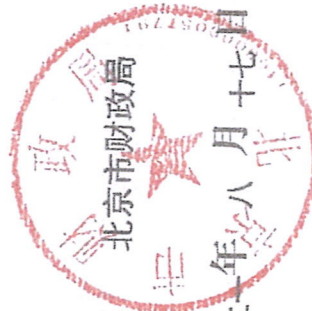
2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

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：



二〇一三年八月十七日

中华人民共和国财政部制

当前位置: 首页 > 政务信息 > 政府信息公开 > 主动公开目录 > 按主题查看 > 证券服务机构监管 > 审计与评估机构

索引号	bm56000001/2022-00000491	分 类	审计与评估机构监管对象
发布机构		发文日期	2022年01月11日
名 称	从事证券服务业务会计师事务所名录（截至2021.12.31）		
文 号		主 题 词	

从事证券服务业务会计师事务所名录（截至2021.12.31）

从事证券服务业务会计师事务所名录（截至2021.12.31）

从事证券服务业务会计师事务所名录 ⁴³			
序号	会计师事务所名称	通讯地址	联系电话
72 ⁴³	中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市海淀区复兴路47号天行建商务大厦20层2206 ⁴³	010-51716767 ⁴³
73 ⁴³	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	武汉市武昌区东湖路169号2-9层 ⁴³	027-86781250 ⁴³
74 ⁴³	中天运会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市西城区车公庄大街9号院五栋大楼B1座1七、八层 ⁴³	010-88395676 ⁴³
75 ⁴³	中喜会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市东城区崇文门外大街11号新成文化大厦A座11层 ⁴³	010-67088759 ⁴³
76 ⁴³	中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市西城区阜成门外大街2号22层A24 ⁴³	0311-85927137 ⁴³
77 ⁴³	中兴华会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市西城区阜外大街1号东塔楼15层 ⁴³	010-51423818 ⁴³
78 ⁴³	中证天通会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市海淀区西直门北大街甲43号1号楼13层1316-1326 ⁴³	010-62212990 ⁴³
79 ⁴³	中准会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	北京市海淀区首体南路22号国兴大厦4层 ⁴³	010-88356126 ⁴³
80 ⁴³	众华会计师事务所（特殊普通合伙） ⁴³	嘉定工业区沪宜路叶城路1630号5幢1088室 ⁴³	021-63525500 ⁴³


 THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
 中国注册会计师协会



姓 名 任华贵
 Full name _____
 性 别 男
 Sex _____
 出生日期 1974-12-16
 Date of birth _____
 工作单位 江苏苏亚金诚会计师事务所(特
 Working unit 殊普通合伙)
 身份证号码 321088197412164897
 Identity card No. _____

320000180016

证书编号:
No. of Certificate

江苏省注册会计师协会

批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

2004 06 25

发 行 日 期
Date of Issuance

2014 年 05 月 12 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.



任华贵(320000180016)
您已通过2019年年检
江苏省注册会计师协会

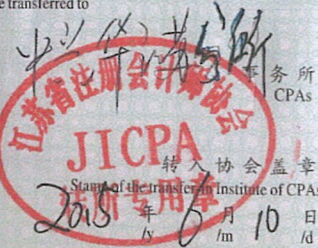
年 月 日
/y /m /d

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


 JICPA
 转出协会盖章
 Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
 2015 年 6 月 10 日
 /y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to


 JICPA
 转入协会盖章
 Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
 2015 年 6 月 10 日
 /y /m /d



姓名 潘大亮

Full name

性别 男

Sex

出生日期 1980-08-16

Date of birth

工作单位 南京立信永华会计师事务所

Working unit

身份证号码 320123198008161115

Identity card No.

证书编号:
No. of Certificate

320100010120

批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

江苏省注册会计师协会

发证日期:
Date of Issuance

2004年12月31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.



潘大亮(320100010120)
您已通过2021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



同意调入

Agree the holder to be transferred to

