广东世宇科技股份有限公司
长城证券股份有限公司

关于
《广东世宇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二轮审核问询函》的回复

保荐机构（主承销商）

长城证券股份有限公司
GREAT WALL SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市福田区福田街道金田路 2026 号能源大厦南塔楼 10-19 层）

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 12 月 10 日出具的审核函〔2020〕010926 号《关于广东世宇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二轮审核问询函》（简称“问询函”）已收悉，长城证券股份有限公司作为保荐机构（主承销商），与发行人广东世宇科技股份有限公司、申报会计师天衡会计师事务所（特殊普通合伙）、发行人律师北京市君合律师事务所等对问询函所列问题认真地进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复中的简称或名词的释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

本回复的字体说明：

问询函所列问题	**黑体**
对问询函所列问题的回复	宋体
招股说明书等文件的补充披露或修改内容	楷体、加粗

目　录

问题一：关于乐奇金鹰 3

问题二：关于加征关税 34

问题三：关于境外诉讼 43

问题四：关于收入 50

问题五：关于客户 107

问题六：关于营业成本及供应商 149

问题七：关于毛利率 181

问题八：关于期间费用 197

问题九：关于应收账款 214

问题十：关于供应链融资销售 241

问题十一：关于存货 256

问题十二：关于产能及产能利用率 281

问题十三：关于 2020 年盈利预测 288

问题十四：关于其他事项 302

问题一：关于乐奇金鹰

根据申报材料和审核问询回复：乐奇金鹰第一大股东陈毅文系吕飞雄、林容娣夫妇的女婿，吕雪峰的姐夫。2017 年、2018 年和 2019 年，乐奇金鹰的营业收入分别为 1,484.62 万元、1,808.76 万元和 1,766.35 万元，净利润分别为 6.43 万元、40.92 万元和 19.43 万元。乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，产品以碰碰车等机动类游乐设施产品和博博熊系列儿童机等为主。就客户、供应商重叠情况，中介机构实地走访的发行人客户覆盖率分别为 62.02%、66.91%和 58.83%，电话访谈的发行人客户覆盖率分别为 1.76%、2.57%和 8.53%。在走访及电话访谈覆盖范围内，发行人对重叠客户的销售占比较小，分别为 5.76%、6.17%和 6.60%。中介机构实地走访的发行人供应商覆盖率分别为 73.79%、74.86%和 76.12%。在走访覆盖范围内，发行人对重叠供应商的采购占比较小，分别为 6.51%、5.38%和 4.82%。发行人与乐奇金鹰的发展资金来源相互独立。

请发行人补充披露：（1）乐奇金鹰股东的出资来源，报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况。（2）乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额。（3）中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因，大部分未走访的客户、供应商未通过电话访谈的原因，客户、供应商重叠的具体情况，对应销售、采购金额。（4）乐奇金鹰获得 IP 授权的情况，未来是否存在与发行人生产销售同种产品的可能性，对发行人正常生产经营的影响，请发行人进行有针对性的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、乐奇金鹰股东的出资来源，报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况

（一）乐奇金鹰股东的历次出资来源

乐奇金鹰设立、历次股权变更及股东出资来源情况如下：

单位：万元

股权变动情况	序号	股东名称	出资额	比　例	出资来源	备注
2002 年 5 月，乐奇金鹰成立	1	吕雪峰	31.25	62.50%	自有资金	原名万力电机，此阶段主营业务为擦鞋机业务，不涉及游戏游艺设备经营业务
	2	陈毅文	12.75	25.50%	自有资金	
	3	萧国甄	6.00	12.00%	自有资金	
	合 计		50.00	100.00%	-	
2003 年 12 月，吕雪峰将股权全部转让给陈毅文	1	陈毅文	44.00	88.00%	自有资金	吕雪峰退出对万力电机的投资，至今已有 17 年时间
	2	萧国甄	6.00	12.00%	自有资金	
	合 计		50.00	100.00%	-	
2005 年 9 月，乐奇金鹰增加注册资本	1	陈毅文	176.00	88.00%	自有资金	2004 年 10 月开始主营业务调整为游戏游艺设备业务，更名为乐奇金鹰，并于 2004 年 12 月完成相应工商变更
	2	萧国甄	24.00	12.00%	自有资金	
	合 计		200.00	100.00%	-	
2012 年 9 月，萧国甄将全部股权转让给陈毅文	1	陈毅文	200.00	100.00%	自有资金	-
	合 计		200.00	100.00%	-	
2017 年 9 月，陈毅文转让部分股权给陈建文	1	陈毅文	140.00	70.00%	自有资金	-
	2	陈建文	60.00	30.00%	自有资金	
	合 计		200.00	100.00%	-	
2017 年 11 月，乐奇金鹰分立	1	陈毅文	70.00	70.00%	自有资金	乐奇金鹰将土地房产等物业分立给中山市乐金实业投资有限公司
	2	陈建文	30.00	30.00%	自有资金	
	合 计		100.00	100.00%	-	
2020 年 5 月，陈建文退出对乐奇金鹰的投资	1	陈毅文	70.00	70.00%	自有资金	陈建文、陈毅文家族内部持股结构调整
	2	吕雪梅	30.00	30.00%	自有资金	
	合 计		100.00	100.00%	-	

注：陈建文系陈毅文兄，吕雪梅系陈毅文之配偶；2020 年，陈建文、陈毅文家族内部完成持股结构调整：2020 年 5 月，陈建文退出对乐奇金鹰 30%股权的投资及监事任职，乐奇金鹰变更为陈毅文、吕雪梅夫妇 100%持股的企业；2020 年 11 月，陈毅文相应退出对中山市石化石油气有限公司 15%股权的投资及监事任职，中山市石化石油气有限公司相应变更为陈建文、欧燕影夫妇 100%持股的企业。

由上表可知，**乐奇金鹰历次出资均来源于其股东自有资金。**

乐奇金鹰大股东陈毅文先生为吕飞雄、林容娣夫妇的女婿，吕雪峰先生的姐夫，其不属于公司实际控制人的直系亲属或者其他近亲属，乐奇金鹰为发行人其他关联企

业。

发行人实际控制人之一的吕雪峰虽然曾经投资过乐奇金鹰前身中山市万力电机电器有限公司，但当时万力电机的主营业务为擦鞋机业务，当时的经营范围及实际开展的业务均不涉及游戏游艺设备经营业务。吕雪峰于 2003 年 12 月将万力电机全部转让给陈毅文后，未曾再参与万力电机的股权及经营事项，2004 年 10 月，万力电机开始将主营业务调整为游戏游艺设备业务，更名为乐奇金鹰，以及乐奇金鹰之后历次增资及股权变更等，均与发行人及其控股股东、实际控制人无关，发行人及其控股股东、实际控制人均无法对乐奇金鹰进行控制或者施加重大影响。

发行人控股股东、实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰出具了相应的承诺函，确认不存在为陈毅文、陈建文、吕雪梅投资乐奇金鹰提供财务资助，或者为乐奇金鹰的业务发展提供支持的情形。

（二）报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰间是否存在大额资金往来及具体情况

报告期内，发行人控股股东、实际控制人的个人银行流水情况如下：

发行人控股股东、实际控制人	个人银行账户数量	是否已经提供全部个人银行账户	重点核查的交易对方	是否与核查的交易对方存在往来
吕飞雄	9	是	乐奇金鹰现有、原有股东陈毅文、陈建文、吕雪梅	不存在大额资金往来
林容娣	8	是		不存在大额资金往来
吕雪峰	9	是		不存在大额资金往来

发行人控股股东、实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰出具了相应的承诺函，确认报告期内与乐奇金鹰的现有、原有股东陈毅文、陈建文、吕雪梅未发生资金往来。

综上，报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰之间不存在大额资金往来。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方与关联关系” 之“1、乐奇金鹰股东的历次出资来源

及报告期内与发行人实际控制人是否存在大额资金往来” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额

乐奇金鹰未能向发行人提供前十大客户及供应商清单，因此发行人无法披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额，但乐奇金鹰总体经营规模较小，2017 年、2018 年和 2019 年，乐奇金鹰的营业收入分别为 1,484.62 万元、1,808.76 万元和 1,766.35 万元，占发行人同期营业收入的比例分别为 3.60%、4.17%和 3.90%，其产品种类相对较少，产品结构与发行人存在较大差异。

发行人中介机构在对客户、供应商核查过程中，将发行人与乐奇金鹰客户、供应商重叠情况作为重点核查事项之一，对发行人客户及供应商进行访谈了解，经核查，发行人与乐奇金鹰客户及供应商重叠的情况较少。

（一）未能获取乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商的背景

1、发行人与乐奇金鹰一直以来独立经营各自的游戏游艺设备业务

世宇科技与乐奇金鹰一直相互独立经营各自的游戏游艺设备业务，报告期内没有发生关联交易，从个人关系上，吕飞雄、林容娣、吕雪峰也无法影响陈毅文的个人决策，世宇科技与乐奇金鹰之间虽然从事同类型业务，但不属于同一控制下的企业，不属于同业竞争情形。

但为谨慎起见，经公司与中介机构多轮讨论，曾经决定尝试推动乐奇金鹰竞争嫌疑这一潜在问题的解决。

经过多次协商，2017 年 5 月 10 日，林容娣与女儿吕雪梅签订了《股权转让协议》，约定林容娣将所持世宇科技有限 6.5%的股权以零元转让给吕雪梅。

2017 年 5 月 10 日，吕飞雄、林容娣、吕雪峰与陈毅文、吕雪梅签订了《股权转让补充协议》，补充协议的主要条款如下：

在陈毅文的配偶吕雪梅受让林容娣持有的世宇科技有限 6.5%股权后的一百二十个日历内（2017 年 6 月 8 日，世宇科技有限办理完成了本次股权转让的工商变更手续，其后 120 个日历日截止 2017 年 10 月 6 日到期），乐奇金鹰一方须完成如下事项：

变更中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司的经营范围，包括但不限于修改公司章程中的经营范围、删除该公司名称中的“游艺机”字样以及进行相应的工商变更登记，使中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司的经营范围与世宇科技有限及其控股子公司的经营范围不存在相同或相近等情形，且其名称中亦不能包含与世宇科技有限及其控股子公司的经营范围相同或相近的字样，变更后的经营范围及公司名称、章程等应事先取得世宇科技有限或者其控股股东的认可。中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司按照前述约定完成经营范围的变更后，应立即终止签署新的与世宇科技有限及其控股子公司的经营范围相同或相近的相关业务合同。

在中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司的任何宣传手册、宣传单、报纸、刊物、广播、电视、互联网（包括但不限于中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司的官方网站）、微信、自媒体等媒体发布/发送的宣传资料和信息，以及向政府有关部门及其他公开场合向公众披露的文件、资料、信息中，均应显示中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司的经营范围、公司名称已按照上述条款的约定进行了变更。

在 2017 年 8 月 31 日之前，须完成如下事项：

通过出售相关存货、履行完毕原有业务合同等方式，终止中山市乐奇金鹰游艺机制造有限公司目前与世宇科技有限及其控股子公司存在竞争或潜在竞争的业务。

完成出售原生产用机器设备、终止原相关业务人员的劳动合同、就相关业务许可/登记/备案申报已停止经营相关业务。

在吕雪梅受让世宇科技有限 6.5%股权后，除乐奇金鹰停止经营游戏游艺设备相关业务约定事项外，陈毅文和吕雪梅将不再从事或投资与世宇科技有限及其控股子公司相同或相近的业务，并确保与其关系密切的家庭成员不从事或投资与世宇科技有限及其控股子公司相同或相近的业务。

陈毅文和吕雪梅将按照世宇科技有限聘请的中介机构的要求提供各项尽职调查资料，签署各项文件或者承诺。

吕飞雄、林容娣、吕雪峰承诺，世宇科技有限上市前，除非事先取得陈毅文和吕雪梅的书面同意，否则应当确保吕雪梅在世宇科技有限中的股权比例不发生降低的情形，如有发生，吕飞雄、林容娣、吕雪峰承诺予以补足。

虽有前款约定，如世宇科技有限上市前引入投资者同时符合如下条件的，则世宇科技有限及控股股东不受前款约束，无需承担相应义务：入股价格为市场化价格（PE 大于或等于 15 倍）；引入的投资者须不得为控股股东的关联方；吕雪梅受让股权后世宇科技有限上市前整体增发比例不超过 20%。

陈毅文、吕雪梅或者其关系密切的家庭成员，以及上述人员拥有实际控制权或重大影响的企业违反本协议约定的，吕飞雄、林容娣、吕雪峰有权要求陈毅文、吕雪梅限期无条件予以纠正，如在一个月内不予以纠正，吕飞雄、林容娣、吕雪峰还有权要求吕雪梅无条件将其持有的世宇科技有限股权无偿回转给世宇科技控股股东。

2、原有协议没有得到执行的相关情况

2017 年 6 月 8 日，世宇科技有限完成了吕雪梅受让 6.5%股权的工商变更手续，发行人后续也积极推动和督促乐奇金鹰停止经营游戏游艺设备相关业务，履行了协议的相关约定。

但乐奇金鹰一方未能在协议约定的截至时点（2017 年 8 月 31 日、2017 年 10 月 6 日）停止业务经营、变更经营范围，没有向发行人聘请的中介机构提供符合要求的尽调资料，并在继续发展游戏游艺设备业务，发行人难以与其有效沟通，主要体现在：

从 2017 年第四季度开始加快了机型机种准入许可的审批申请，2017 年第四季度至 2018 年第四季度累计有 10 个产品获得批复，占其现有批文数量的大部分；

2017 年 8 月至 2018 年 6 月，陈毅文陆续申请了 8 项与游戏游艺设备相关的外观设计专利（均已获得授权），乐奇金鹰于 2017 年 8 月从陈毅文处申请受让了 3 项与游戏

游艺设备相关的实用新型专利；

根据乐奇金鹰网站披露的相关信息，2017 年 9 月至 2018 年 4 月，乐奇金鹰陆续参加了广州游乐园设施/电子游戏 VR/AR/儿童娱乐设备国际产业展、亚洲乐园及景点博览会（AAA 展）、第十四届（广州）国际电玩游艺展览会等行业展会。

尽管发行人及实际控制人积极争取，但乐奇金鹰一方没有履行相关协议条款，根据协议约定，若乐奇金鹰一方不履行协议约定，世宇科技控股股东有权要求吕雪梅无条件转回所持发行人股权，因此，双方于 2019 年 2 月 27 日协商一致签订了解除协议，约定吕雪梅女士以 0 元的价格将所持发行人 6.5%的股权转让给吕雪峰先生，相关工商变更手续办理完毕以后，《股权转让协议》及《股权转让补充协议》同时终止。

公司于 2019 年 4 月完成了本次股权转让的工商变更手续，发行人与乐奇金鹰继续独立经营。

3、相关协议未能执行的原因

相关协议未能执行的主要原因如下：

首先，乐奇金鹰经营的历史比较长，并拥有自己的土地、厂房等物业，想继续独立发展，陈毅文认为是个人事业，个人感情上不愿意放弃；

其次，乐奇金鹰当时是陈毅文、陈建文兄弟共同持股的公司，其兄陈建文也为乐奇金鹰的发展提供了较多支持，重大事项需要家族成员共同协商；

另外，发行人实际控制人、乐奇金鹰大股东双方对上市规则、上市进度等方面的理解不尽一致，沟通上存在一定的障碍；

最后，协议签订后，发行人实际控制人履行了相关协议约定，没有违反协议的具体约定。

4、未能获取乐奇金鹰主要客户及供应商清单的原因

综上，**由于发行人、乐奇金鹰长期以来相互独立发展，发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰与陈毅文的个人关系较为疏远，以及主要客户供应商清单涉及乐奇金鹰核心商业机密等方面原因，乐奇金鹰未能向发行人提供前十大客户及供应商清单，因此发行人无法获取并披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商及对应销售及采购金额。**

（二）乐奇金鹰的经营规模及具体产品

1、乐奇金鹰的经营规模

乐奇金鹰总体经营规模较小，2017 年、2018 年和 2019 年，乐奇金鹰的营业收入分别为 1,484.62 万元、1,808.76 万元和 1,766.35 万元，发行人同期营业收入分别为 41,215.72 万元、43,341.77 万元和 45,333.42 万元，乐奇金鹰营业收入占发行人同期营业收入的比例分别为 3.60%、4.17%和 3.90%。

2、乐奇金鹰的具体产品

乐奇金鹰的产品种类相对较少，产品结构与发行人存在较大差异。

（1）乐奇金鹰的机型机种情况

乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，截至目前，乐奇金鹰通过文化主管部门游戏游艺设备审批的机型机种情况如下表所示：

序号	产品名称	申报单位	类别	备案编号	指导目录公布批次
1	小象曲棍球	乐奇金鹰	儿童机类	GS-2009-1-299	第一批游戏游艺机市场准入机型机种指导目录
2	单人动感篮球机	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-300	
3	篮球机（双人）	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-301	
4	超级篮球 II	乐奇金鹰	嘉年华类	GS-2009-1-302	
5	冰淇淋音乐拍	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A954 号	2017 年第四季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
6	博博熊吉普车	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A955 号	
7	博博熊足球机	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A956 号	
8	博博熊乐园	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A957 号	

序号	产品名称	申报单位	类别	备案编号	指导目录公布批次
9	博博熊火车	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2017]A958 号	
10	黄金齿轮	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2018]A159 号	2018 年第一季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
11	博博熊交通站	乐奇金鹰	儿童机类	粤游审[2018]A470 号	2018 年第二季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
12	博博熊潜艇	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2018 年第四季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
13	博博熊汽车	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	
14	糖果跌落	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	
15	博博熊太空船	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2019 年第一季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
16	博博熊俱乐部	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	2020 年第一、二季度广东省游戏游艺设备内容审核通过机型机种目录
17	时间齿轮	乐奇金鹰	彩票机	未公开披露文号	
18	超级枪战	乐奇金鹰	模拟类	未公开披露文号	
19	喂食车	乐奇金鹰	儿童机类	未公开披露文号	

注：资料来源于游艺风网站和广东省文化和旅游厅网站

从乐奇金鹰通过游戏游艺设备审批的机型机种情况，除 2009 年第一批游戏游艺机市场准入机型机种指导目录乐奇金鹰有 4 个产品获得批复以外（由于时间较早，合理推测目前销售不多），从 2017 年第四季度开始才有相应的产品通过审批，截至目前累计有 15 个产品获得批复，以博博熊系列儿童机类商用游戏游艺机为主。

另外，乐奇金鹰还拥有机动类游乐设施相关经营许可，具体如下：

证书名称	持证人	核发部门	证书编号	取得日期	到期日
特种设备制造许可证（境内大型游乐设施制造）	乐奇金鹰	国家市场监督管理总局	TS2610134-2024	2020-04-28	2024-04-27

乐奇金鹰上述特种设备许可资质批准制造的范围为：大型游乐设施制造（含安装、

修理、改造）：1、滑行车类：运行速度＜50km/h，且轨道高度＜10m； 2、架空游览车类：轨道高度＜10m，且单车（列）承载人数＜40 人； 3、滑道类:长度＜800m； 4、观览车类：高度＜50m，且单舱承载人数＜38 人； 5、陀螺类：倾角＜70°，且回转直径＜12m； 6、飞行塔类：运行高度＜30m，且承载人数＜40 人； 7、转马类：回转直径＜14m，且承载人数＜90 人； 8、自控飞机类：回转直径＜14m，且承载人数＜40 人：具体产品范围见型式试验证书（报告）。

（2）乐奇金鹰的知识产权情况

截至目前，乐奇金鹰及其大股东拥有的专利具体如下：

序号	专利名称	类型	专利号	权利人	申请日	取得方式
1	一种足球游戏机	实用新型	201720953642.2	乐奇金鹰	2017-08-01	受　让
2	一种改变球体下落轨迹的游戏机	实用新型	201720958826.8	乐奇金鹰	2017-08-01	受　让
3	一种旋转摆动游戏机	实用新型	201720954300.2	乐奇金鹰	2017-08-01	受　让
4	一种游艺机配件	实用新型	2019222493220	陈毅文	2019-12-16	原始取得
5	游艺机（超级枪战）	外观设计	2019307008900	陈毅文	2019-12-16	原始取得
6	游艺机（博博熊大富翁）	外观设计	2019305034718	陈毅文	2019-9-12	原始取得
7	游艺机（博博熊俱乐部）	外观设计	2019305039069	陈毅文	2019-9-12	原始取得
8	游艺机（博博熊交通站）	外观设计	201830336504X	陈毅文	2018-06-27	原始取得
9	游艺机（博博熊幻想空间）	外观设计	2018302955001	陈毅文	2018-06-12	原始取得
10	游艺机（钓鱼转轮）	外观设计	2018302955092	陈毅文	2018-06-12	原始取得
11	游艺机（神庙宝藏）	外观设计	2018302955478	陈毅文	2018-06-12	原始取得
12	游艺机（热气球冒险）	外观设计	2018300396224	陈毅文	2018-01-27	原始取得
13	游艺机（无天网碰碰车）	外观设计	2017303480132	陈毅文	2017-08-02	原始取得
14	游艺机（博博熊足球机）	外观设计	2017303480147	陈毅文	2017-08-02	原始取得
15	游艺机（黄金齿轮）	外观设计	2017303480166	陈毅文	2017-08-02	原始取得
16	游艺机（冰淇淋音乐拍）	外观设计	2016304079050	陈毅文	2016-08-22	原始取得
17	游艺机（熊乐园）	外观设计	2016304079084	陈毅文	2016-08-22	原始取得
18	游艺机（博博熊吉普车）	外观设计	2016304079281	陈毅文	2016-08-22	原始取得
19	游艺机（潜艇）	外观设计	2014304976004	陈毅文	2014-12-04	原始取得
20	游艺机（太空飞船）	外观设计	2014304976790	陈毅文	2014-12-04	原始取得

序号	专利名称	类型	专利号	权利人	申请日	取得方式
21	游艺机（火车）	外观设计	2014304976860	陈毅文	2014-12-04	原始取得
22	游艺机（汽车）	外观设计	2014304977134	陈毅文	2014-12-04	原始取得
23	游艺机（奇幻之旅车头）	外观设计	2012305232647	陈毅文	2012-10-31	原始取得
24	游艺机（3 人转马）	外观设计	2012305232825	陈毅文	2012-10-31	原始取得
25	游艺机（奇幻之旅车卡）	外观设计	2012305233419	陈毅文	2012-10-31	原始取得
26	游艺机（旋转咖啡杯）	外观设计	2012305233847	陈毅文	2012-10-31	原始取得
27	碰碰车（PPC111Y）	外观设计	2012305234159	陈毅文	2012-10-31	原始取得

注：乐奇金鹰拥有的上述 1-3 项实用新型专利的转让方为陈毅文

乐奇金鹰拥有 3 项实用新型专利，另外其大股东陈毅文先生个人名下拥有 23 项外观设计专利、1 项实用新型专利，该等专利基本与博博熊系列、小型转马、小型摇摆机等儿童机产品情况相对应；另外，还有部分碰碰车等与机动类游乐设施产品相关的专利等。

截至目前，乐奇金鹰拥有的软件著作权具体如下：

序号	名称	权利人	登记号	首次发表日期	取得方式
1	儿童益智游乐机嵌入式控制软件	乐奇金鹰	2018SR601468	2016-12-30	原始取得
2	宫廷旋转木马智能控制系统	乐奇金鹰	2018SR600899	2016-06-24	原始取得
3	机动游乐设备智能管理软件	乐奇金鹰	2018SR600911	2016-08-19	原始取得
4	游乐设施风险监测软件	乐奇金鹰	2018SR601615	2017-05-26	原始取得
5	地网碰碰车中央控制系统	乐奇金鹰	2018SR601617	2015-12-18	原始取得
6	超级枪战软件	乐奇金鹰	2020SR0054933	2019-10-11	原始取得

乐奇金鹰的 6 项软件著作权中，其中 5 项均与儿童机类商用游戏游艺机、机动类游乐设施产品相关。

（3）发行人与乐奇金鹰产品差异情况

乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，以博博熊系列儿童机和碰碰车等机动类游乐设施产品为主。发行人销售以嘉年华类、模拟类商用游戏游艺机为主，儿童机类商用游戏游艺机占比较低，游乐设施占比更低，2019 年发行人嘉年华类商

用游戏游艺机、模拟类商用游戏游艺机销售收入占当期主营业务收入的比例分别为41.62%、27.92%，儿童机类商用游戏游艺机及游乐设施的销售收入仅占当期主营业务收入的比例分别为12.78%和1.20%。因此，发行人与乐奇金鹰的产品结构有较为明显区别。

从技术水平上看，目前乐奇金鹰通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备19款，自身及其大股东拥有专利27项（其中，发明专利0项、实用新型专利4项、外观设计专利23项）、6项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量较少；而世宇科技通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备达317款，已取得专利101项（其中，发明专利6项、实用新型专利28项，外观设计专利67项）、122项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量均居国内行业首位。

发行人与乐奇金鹰在主营业务相关的相关专利、软件著作权、准入产品情况比较如下：

单位：项、款

公司名称	发明专利	实用新型及外观设计专利	软件著作权	累计准入或推出的机台数量
乐奇金鹰	0	27	6	19
发行人	6	95	122	317

3、发行人中介机构对重叠客户及供应商的核查情况

由于无法直接获取乐奇金鹰的客户和供应商清单，发行人中介机构在对客户、供应商实地走访及电话访谈、邮件调查的过程中，将发行人客户是否也是乐奇金鹰的客户，以及供应商是否也是乐奇金鹰的供应商作为重点核查事项，对客户及供应商进行访谈了解，并对主要客户所属游乐场进行走访时，观察场地是否有乐奇金鹰的设备，经核查，发行人与乐奇金鹰客户及供应商重叠的情况较少，客户、供应商调查及现场观察的情况分析与乐奇金鹰的经营规模相匹配。

（1）客户重叠的具体情况

发行人和乐奇金鹰拥有彼此独立的销售渠道，不存在共用销售体系或者销售人员等情形。中介机构在对发行人客户进行核查的过程中，保荐机构、申报会计师、发行人律师等对客户均会了解报告期内其是否也曾向乐奇金鹰采购，若客户也向乐奇金鹰采购产品，则会进一步了解该客户与乐奇金鹰发生交易的概况及大体交易规模，该客户与乐奇金鹰交易过程是否完全独立于其与发行人的交易过程，包括交易的商务谈判、定价、合同签订、收付款、发货收货以及产品售后服务等，经核查，不存在异常情形。

针对发行人与乐奇金鹰客户是否存在重叠的情形，截至目前，发行人中介机构核查覆盖的客户的销售收入及占比如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中介机构核查覆盖的发行人客户的销售收入合计	14,459.51	35,888.91	33,623.33	30,291.76
发行人当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比　例	83.63%	79.17%	77.58%	73.50%

在核查覆盖的范围内，发行人客户与乐奇金鹰客户重叠的家数为 12 家，报告期内，发行人对重叠客户的销售收入如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	2,700.85	2,000.00	1,240.73
深圳市乐的文化有限公司	286.18	232.48	531.88	545.52
中山市泰乐游乐设备有限公司	32.70	24.25	-	329.95
Grupo LP SRL	0.35	17.93	120.89	244.94
GERMAN DIS TICARET LIMITED STI	5.77	47.28	49.77	-
Bayraktar Otomotiv	-	-	-	56.45
广州市西浦电子有限公司	26.99	1.86	41.22	37.74
韩秀荣	12.02	11.95	54.07	25.51
济南清河岩土工程有限公司	-	-	59.74	-
陕西安康云栖文化旅游发展有限公司	-	-	-	76.92
吴泽君	-	-	58.50	-
遵义畅玩童年文化传播有限公司	-	-	46.34	-

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
合　计	1,973.31	3,036.60	2,962.41	2,557.76
发行人营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占　比	11.41%	6.70%	6.84%	6.21%

报告期内，公司对上述 12 家重叠客户的合计销售分别为 2,557.76 万元、2,962.41 万元、3,036.60 万元和 1,973.31 万元，占当期营业收入的比例分别为 6.21%、6.84%、6.70%及 11.41%，总体占比较小，2020 年 1-9 月占比有所上升，主要是当期营业收入有所下降，营业收入绝对金额相对较小所致。报告期内，发行人前十大客户中，与乐奇金鹰重叠的客户为永旺幻想（中国）一家。

根据重叠客户反馈的信息，乐奇金鹰对重叠客户的销售产品比较单一，销售金额较小，主要为碰碰车等机动类游乐设施、摇摆机等儿童机类商用游戏游艺机等，与乐奇金鹰的产品结构相一致，主要重叠客户为永旺幻想（中国）、乐的文化、中山市泰乐游乐设备有限公司和 Grupo LP SRL 等 4 家，发行人对其他重叠客户的销售金额和占比都比较小。报告期内，发行人对前述 4 家主要重叠客户的销售金额占对重叠客户总销售金额的比例分别为 92.31%、89.55%、97.99%和 97.73%，4 家主要重叠客户的基本情况如下：

①永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司

根据中介机构向永旺幻想（中国）了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰主要向永旺幻想（中国）销售带屏幕的小型摇摆机，以及提供小型转马的后续维护，每年销售金额大约在 100 万元左右，根据乐奇金鹰的经营规模分析，永旺幻想（中国）是其比较重要的客户。

永旺幻想（中国）是发行人主要客户，报告期内发行人对其的销售金额分别为 1,240.73 万元、2,000.00 万元、2,700.85 万元和 1,609.30 万元。

永旺幻想（中国）系日本永旺集团（东京证券交易所上市公司，股票代码 8267）持股 99.5%的公司，永旺莫莉幻想为日本永旺集团旗下儿童游乐品牌，日本永旺集团总部位于日本千叶，在全球拥有 820 余家门店，主要分布在亚洲，包括日本、中国、

马来西亚、泰国、菲律宾等。日本永旺集团作为全球知名跨国企业和日本上市公司，经营规范，其绝对控股的子公司永旺幻想（中国）与发行人的交易完全遵循市场化原则，永旺幻想（中国）确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，永旺幻想（中国）不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

永旺幻想（中国）名下游乐场主要定位为儿童游乐（目前逐步发展成人游乐等综合业态），对各类儿童机有一定的市场需求，乐奇金鹰的小型摇摆机（如博博熊乐园、博博熊吉普车、冰淇淋音乐拍等）、小型旋转转马等儿童类游戏游艺设备具有一定的产品优势，因而永旺幻想（中国）基于其自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

发行人向永旺幻想（中国）销售的产品与乐奇金鹰向永旺幻想（中国）销售的产品性质较为接近的主要是超级大货车、快乐校巴、雷霆飞机、豪华小转马等摇摆机类儿童游戏游艺设备，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，该部分产品的销售金额分别为 51.55 万元、61.11 万元、26.41 万元和 0 万元，占发行人对永旺幻想（中国）同期销售金额的比例为 4.15%、3.06%、0.98%和 0%，占比很低，因此发行人对永旺幻想（中国）销售的主要产品与乐奇金鹰对永旺幻想（中国）销售的产品存在较大区别。

②深圳市乐的文化有限公司

根据中介机构向乐的文化了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰主要向乐的文化销售小型摇摆机，金额较小，2017 年销售金额在 20 万元以内，2018 年和 2019 年销售金额小，没有整机销售，只销售了部分配件。

乐的文化是发行人比较重要的客户，报告期内发行人对其的销售金额分别为 545.52 万元、531.88 万元、232.48 万元和 286.18 万元。

乐的文化是是“反斗乐园”和“星际传奇”、“Meland”的运营主体，已成功进驻华润集团、中航集团、凯德置地、万科广场、中信地产等大型商业机构，目前在深圳、北京、上海等地开设近 200 家直营门店，是国内连锁游乐场数量较多的前五大企业之一，行业知名度较高，乐的文化前五大股东乐的发展有限公司、康健、向农、向

红、杨凡分别持股38.50%、11.76%、11.76%、11.27%、7.84%，注册资本为5,100万元，法定代表人为谢俊，乐的文化与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，乐的文化确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，乐的文化不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

乐的文化旗下的Meland游乐场定位为儿童游乐，对各类儿童机有一定的市场需求，乐奇金鹰的小型摇摆机类儿童游戏游艺设备（博博熊系列产品）具有一定的产品优势，因而乐的文化基于其自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

发行人向乐的文化销售的产品与乐奇金鹰向乐的文化销售的产品性质较为接近的主要是快乐校巴等摇摆机类儿童游戏游艺设备，2017年、2018年、2019年和2020年1-9月，该部分产品的销售金额分别为2.74万元、1.37万元、0万元和0万元，占发行人对乐的文化同期销售金额的比例为0.50%、0.26%、0%和0%，占比很低，因此发行人对乐的文化销售的主要产品与乐奇金鹰对乐的文化销售的产品存在较大区别。

③中山市泰乐游乐设备有限公司

根据中介机构向中山市泰乐游乐设备有限公司了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰主要向泰乐游乐销售儿童机等，每年销售金额在50万元左右。

发行人对中山市泰乐游乐设备有限公司的销售金额也比较小，报告期内，公司对其的销售金额分别为244.94万元、0万元、24.25万元和32.70万元。

中山市泰乐游乐设备有限公司的唯一股东及法定代表人均为王饮贤，注册资本50万元，泰乐游乐与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，泰乐游乐确认其与乐奇金鹰交易独立于其与世宇科技的交易。因此，泰乐游乐不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

中山市泰乐游乐设备有限公司与发行人、乐奇金鹰均属同行业公司，由于其下游客户的一体化采购需求而部分产品其自身不能生产时，其才向发行人或者乐奇金鹰等

同行业公司采购，符合行业内普遍的交易习惯。中山市泰乐游乐设备有限公司与乐奇金鹰之间的交易具有合理商业背景。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人向中山市泰乐游乐设备有限公司销售儿童机的销售金额分别为 76.22 万元、0 万元、0 万元和 8.90 万元，占发行人对中山市泰乐游乐设备有限公司同期销售金额的比例为 31.12%、0%、0%和 27.22%，总体占比较低，因此发行人对中山市泰乐游乐设备有限公司销售的主要产品与乐奇金鹰对中山市泰乐游乐设备有限公司销售的产品存在较大区别。

④Grupo LP SRL

根据中介机构向 Grupo LP SRL 了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰主要向 Grupo 销售碰碰车等，2018 年销售金额较大，在 85 万元左右，其余年度金额较小，为 10 万元左右。

Grupo 是公司在阿根廷的客户，报告期内世宇科技对其销售金额相对较小，金额分别为 329.95 万元、120.89 万元、17.93 万元和 0.35 万元。

Grupo LP SRL 的股东 Echave Alberto 和 Reynoso Jose 分别持股 50%和 50%，Grupo 与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，Grupo 确认其与乐奇金鹰交易过程完全独立于其与世宇科技的交易过程。因此，Grupo 不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

乐奇金鹰碰碰车类游乐设施具有一定的产品优势，Grupo LP SRL 基于自身需求向乐奇金鹰采购了该等特定产品，具有合理商业背景。

报告期内，发行人没有对 Grupo LP SRL 销售碰碰车，因此发行人对 Grupo LP SRL 销售的主要产品与乐奇金鹰对 Grupo LP SRL 销售的产品存在较大区别。

发行人对其他重叠客户的销售金额和占比都比较小，并且都遵循市场化原则，不存在利益输送的情形。

综上所述，总体来看，报告期内发行人与乐奇金鹰重叠客户较少，双方均独立对客户销售，不存在利益输送的情形，也不会影响公司的独立性。

（2）供应商重叠的具体情况

发行人和乐奇金鹰拥有彼此独立的采购渠道，不存在共用采购体系或者采购人员等情形。中介机构在核查过程中，保荐机构、申报会计师、发行人律师等对供应商均会了解报告期内其是否也曾向乐奇金鹰销售，若供应商也向乐奇金鹰销售产品，则会进一步了解该供应商与乐奇金鹰发生交易的概况及大体交易规模，该供应商与乐奇金鹰交易过程是否完全独立于其与世宇科技的交易过程，包括交易的商务谈判、定价、合同签订、收付款、发货收货以及产品售后服务等，经核查，不存在异常情形。

针对发行人与乐奇金鹰供应商是否存在重叠的情形，截至目前，发行人中介机构核查覆盖的供应商的采购金额及占比如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中介机构核查覆盖的发行人供应商的采购金额合计	9,094.85	23,675.13	21,883.23	21,429.63
发行人当期采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
比　例	89.09%	89.75%	86.57%	85.59%

在核查覆盖的范围内，发行人与乐奇金鹰供应商重叠的家数为 10 家，发行人对重叠供应商采购金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中山市铭华丝印工艺制品有限公司	182.67	559.51	405.05	311.59
中山市永丰装饰材料工程有限公司	55.14	250.92	313.26	382.41
中山市火炬开发区恒润五金螺丝行	22.57	82.94	128.04	166.07
中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂	60.69	234.49	354.01	519.79
广州市浙联电机有限公司	42.07	144.53	159.84	249.25
中山市广裕汽车用品厂	21.13	78.41	124.37	92.31

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中山市东区金滔滔贸易商行	21.04	45.38	29.92	14.21
中山市新基物资贸易有限公司	9.15	40.50	39.67	39.52
广州市雅睿普电子有限公司	1.06	5.42	68.08	122.34
广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	6.51	68.40
合　计	415.52	1,442.10	1,628.75	1,965.89
发行人采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
占　比	4.07%	5.47%	6.44%	7.85%

报告期内，发行人对上述重叠供应商的采购金额合计分别为 1,965.89 万元、1,628.75 万元、1,442.10 万元、415.52 万元，占当期采购总额的比例分别为 7.85%、6.44%、5.47%及 4.07%，总体占比较小。报告期内，发行人前十大供应商中，不存在与乐奇金鹰重叠的供应商。

重叠供应商主要为部分印刷品、板材、玻璃钢、螺丝、减速电机供应商，属于比较通用的产品，不存在利益输送的情形，也不会影响发行人的独立性。上述重叠供应商主要集中在中山市铭华丝印工艺制品有限公司、中山市永丰装饰材料工程有限公司等 5 家，对其他重叠供应商的采购金额和占比都比较小。报告期内，公司对前述 5 家供应商采购金额占对前述重叠供应商采购总金额的比例分别为 82.87%、83.51%、88.23%、87.39%，5 家主要重叠供应商的基本情况如下：

①中山市铭华丝印工艺制品有限公司

根据中介机构向中山市铭华丝印工艺制品有限公司了解的相关情况，报告期内，2018 年乐奇金鹰向中山市铭华丝印工艺制品有限公司的采购金额在 40 万元左右，其余年度金额在 10 万元左右，主要为采购不干胶画面、有机片。

发行人主要向中山市铭华丝印工艺制品有限公司采购游戏游艺设备的画面板、贴纸、压克力工艺及吸塑制品等，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人向其采购金额分别为 311.59 万元、405.05 万元、559.51 万元和 182.67 万元。发行人主要采购游戏游艺设备的画面板、贴纸、压克力工艺及吸塑制品等，采购产品较为类似，但发行人根据设备需求定制化采购画面板和贴纸等，具体材料型号存在差异。

中山市铭华丝印工艺制品有限公司的股东王青发、廖平分别持股95%、5%，注册资本60万元，法定代表人为王青发，中山市铭华丝印与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，中山市铭华丝印确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，中山市铭华丝印不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

②中山市永丰装饰材料工程有限公司

根据中介机构向中山市永丰装饰材料工程有限公司了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰向中山市永丰装饰材料工程有限公司的年采购的金额在80万元左右，根据乐奇金鹰的经营规模分析，中山市永丰装饰材料工程有限公司是其比较重要的供应商，采购的产品是板材，但采购的材料品牌与世宇科技采购的不相同。

发行人主要向中山市永丰装饰材料工程有限公司采购夹板、中纤板、防火板等板材。报告期内，发行人向中山市永丰装饰的采购金额分别为382.41万元、313.26万元、250.92万元和55.14万元。

中山市永丰装饰材料工程有限公司的股东邓汝权、邓广明分别持股60%、40%，注册资本为30万元，法定代表人为邓汝权，中山市永丰装饰与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，中山市永丰装饰确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，中山市永丰装饰不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

③中山市火炬开发区恒润五金螺丝行

根据中介机构向中山市火炬开发区恒润五金螺丝行了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰向中山市火炬开发区恒润五金螺丝行的年采购金额在14万元左右，采购的内容为螺丝。

公司主要向其采购螺丝，螺丝的单价很低，采购的产品数量较多金额较小。报告期内，发行人向恒润五金螺丝行的采购金额分别为166.07万元、128.04万元、82.94万元和22.57万元。

中山市火炬开发区恒润五金螺丝行系卢金海设立的个人独资企业，恒润五金螺丝行与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，恒润五金螺丝行确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，恒润五金螺丝行不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

④中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂

根据中介机构向中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰向中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂的年采购金额在30万元左右，采购内容为玻璃钢。

发行人主要向其采购玻璃钢，玻璃钢需要根据产品型号定制化采购。报告期内，发行人向中山市港口镇健乐玻璃钢的采购金额分别为519.79万元、354.01万元、234.49万元和60.69万元。

中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂系崔明健设立的个人独资企业，中山市港口镇健乐玻璃钢与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，中山市港口镇健乐玻璃钢确认其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，中山市港口镇健乐玻璃钢不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

⑤广州市浙联电机有限公司

根据中介机构向广州市浙联电机有限公司了解的相关情况，报告期内，乐奇金鹰向广州市浙联电机有限公司的年采购金额在10万元左右，采购的内容为减速电机。

报告期内，发行人向广州市浙联电机的采购金额分别为249.25万元、159.84万元、144.53万元和42.07万元，发行人主要向其采购减速电机。

发行人主要向其采购减速电机。广州市浙联电机有限公司的股东蒋桂祥、吴献春分别持股50%、50%，注册资本100万元，法定代表人为蒋桂祥，广州市浙联电机与发行人无任何关联关系，与发行人的交易完全遵循市场化原则，广州市浙联电机确认

其与乐奇金鹰交易完全独立于其与世宇科技的交易。因此，广州市浙联电机不会在世宇科技、乐奇金鹰之间进行利益输送。

公司对其他重叠供应商的采购金额及占比都较小，并且都遵循市场化原则，不存在利益输送的情形。

综上所述，总体来看，报告期内发行人与乐奇金鹰重叠供应商较少，双方均独立向供应商采购，不存在利益输送的情形，也不会影响公司的独立性。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方与关联关系” 之“2、乐奇金鹰报告期内前十大客户及供应商及供应商及对应销售及采购金额” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因，大部分未走访的客户、供应商未通过电话访谈的原因，客户、供应商重叠的具体情况，对应销售、采购金额

1、中介机构仅采取走访、电话访谈客户、供应商的原因

由于乐奇金鹰未能向发行人提供其客户及供应商清单，为了最大化了解发行人与乐奇金鹰报告期内客户及供应商重叠的情况，中介机构只能通过走访问询和电话访谈的方式进行确认，并通过电话访谈、邮件调查（主要是部分境外客户）等方式进一步加大核查覆盖比例，提高验证的准确性。

2、中介机构针对客户和供应商重叠情形补充核查的情况

（1）客户重叠的情形

①客户重叠的核查方式

针对发行人与乐奇金鹰的客户重叠情况，中介机构在前期对主要客户走访调查和电话访谈的基础上，采取分层抽样的方式对客户进行了补充电话访谈或者邮件调查。选取客户的具体标准如下：针对报告期各期交易额超过50万元的客户，全部抽取进行电话访谈或者邮件调查；针对报告期各期交易额50万元以下的客户，随机抽取覆盖交

易总额 10%以上的客户进行电话访谈或者邮件调查。通过以上方式，中介机构共选取 262 家客户进行电话访谈或者邮件调查，共 146 家接受电话访谈或者回复邮件调查。补充核查的金额的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
以电话访谈或者邮件补充核查客户覆盖的销售金额合计①	1,855.95	7,732.55	6,632.02	7,435.35
接受电话访谈或者回复邮件调查的客户覆盖的销售金额合计②	1,392.29	5,215.78	3,468.75	3,926.57
发行人当期营业收入③	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占比（②/③）	8.05%	11.51%	8.00%	9.53%

前期已实地走访 95 家客户，电话访谈 17 家客户，覆盖的销售金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访的发行人客户销售金额合计	11,335.17	26,807.00	29,039.45	25,639.91
电话访谈的发行人客户销售金额合计	1,732.05	3,866.13	1,115.13	725.28
前期核查覆盖的金额合计	13,067.22	30,673.13	30,154.58	26,365.19
发行人当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
前期走访及电话访谈覆盖比例	75.58%	67.66%	69.57%	63.97%

截至目前，针对发行人与乐奇金鹰客户是否存在重叠的情形，前期已走访或者电话访谈的客户，加上本次补充核查的客户，中介机构合计核查确认覆盖的销售金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查覆盖金额	14,459.51	35,888.91	33,623.33	30,291.76
当期营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
比　例	83.63%	79.17%	77.58%	73.50%

其余核查未覆盖的客户相关情况如下表：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
家数（家）	705	1,535	1,496	1,544
合计销售总额	2,830.61	9,444.51	9,718.44	10,923.96
占营业收入的比例	16.37%	20.83%	22.42%	26.50%
单家客户平均销售额	4.02	6.15	6.50	7.08

综上，中介机构通过走访、电话访谈、邮件调查等方式并结合分层抽样的方法对发行人与乐奇金鹰客户报告期内是否存在重叠的情形进行了核查,核查覆盖发行人客户的比例较高,占营业收入的 80%左右,未覆盖的客户较为零散且公司对其金额较少,因此中介机构本次核查结果能够总体上较好反映发行人与乐奇金鹰客户重叠的情况。

②客户重叠的核查结果

在核查覆盖的范围内，发行人客户与乐奇金鹰客户重叠的家数为 12 家，报告期内，发行人对重叠客户的销售收入如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	2,700.85	2,000.00	1,240.73
深圳市乐的文化有限公司	286.18	232.48	531.88	545.52
中山市泰乐游乐设备有限公司	32.70	24.25	-	329.95
Grupo LP SRL	0.35	17.93	120.89	244.94
GERMAN DIS TICARET LIMITED STI	5.77	47.28	49.77	-
Bayraktar Otomotiv	-	-	-	56.45
广州市西浦电子有限公司	26.99	1.86	41.22	37.74
韩秀荣	12.02	11.95	54.07	25.51
济南清河岩土工程有限公司	-	-	59.74	-
陕西安康云栖文化旅游发展有限公司	-	-	-	76.92
吴泽君	-	-	58.50	-
遵义畅玩童年文化传播有限公司	-	-	46.34	-
合　计	1,973.31	3,036.60	2,962.41	2,557.76
营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占　比	11.41%	6.70%	6.84%	6.21%

报告期内，公司对上述 12 家重叠客户的合计销售分别为 2,557.76 万元、2,962.41 万元、3,036.60 万元和 1,973.31 万元，占当期营业收入的比例分别为 6.21%、6.84%、6.70%及 11.41%，总体占比较小，2020 年 1-9 月占比有所上升，主要是当期营业收入有所下降，营业收入绝对金额相对较小所致。

（2）供应商重叠的情形

①供应商重叠的核查方式

针对发行人与乐奇金鹰的供应商重叠情况，中介机构在前期对主要供应商实地走访调查和电话访谈的基础上，采取分层抽样的方式对供应商进行了补充电话访谈或者邮件调查。选取供应商的具体标准如下：针对报告期各期交易额超过 100 万元的客户，全部抽取进行电话访谈或者邮件调查；针对报告期各期交易额 100 万元以下的供应商，随机抽取覆盖交易总额 10%以上的供应商进行电话访谈或者邮件调查。通过以上方式，中介机构共选取 68 家供应商进行电话访谈或者邮件调查，共 64 家接受电话访谈或者回复邮件调查。补充核查的金额的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
以电话访谈或者邮件补充核查供应商覆盖的采购金额合计①	1,503.59	3,310.38	2,775.64	2,985.07
接受电话访谈或者回复邮件调查的供应商覆盖的采购金额合计②	1,503.59	3,132.95	2,662.19	2,712.94
发行人当期采购总额③	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
占比（②/③）	14.73%	11.88%	10.53%	10.84%

前期已实地走访 60 家供应商，电话访谈 3 家供应商，覆盖的供应商的情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访的发行人供应商的采购金额合计	6,527.41	20,277.03	19,221.04	18,716.69
电话访谈的发行人供应商的采购金额合计	1,063.85	265.15	-	-

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
前期核查覆盖金额合计	7,591.26	20,542.18	19,221.04	18,716.69
发行人当期采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
前期核查覆盖比例	74.36%	77.88%	76.04%	74.76%

前期已走访或电话访谈，加本次补充电话访谈合计确认的供应商覆盖的采购金额如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查覆盖金额	9,094.85	23,675.13	21,883.23	21,429.63
当期发行人采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
比　例	89.09%	89.75%	86.57%	85.59%

核查未覆盖的供应商相关情况如下表：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
家数（家）	276	337	355	389
合计采购总额	1,113.29	2,703.15	3,395.56	3,607.31
占采购总额的比例	10.91%	10.25%	13.43%	14.41%
单家供应商平均采购额	4.03	8.02	9.56	9.27

由前表可知，中介机构通过走访、电话访谈方式并结合分层抽样的方法对发行人与乐奇金鹰供应商报告期内是否存在重叠的情形进行了核查，核查覆盖发行人供应商的比例较高，将近采购总额 90%，未覆盖的供应商较为零散且公司对其金额较少，因此中介机构本次核查结果能够总体上反映发行人与乐奇金鹰供应商重叠的情况。

②供应商重叠的核查结果

在核查覆盖的范围内，发行人供应商与乐奇金鹰供应商重叠的家数为 10 家，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
中山市铭华丝印工艺制品有限公司	182.67	559.51	405.05	311.59
中山市永丰装饰材料工程有限公司	55.14	250.92	313.26	382.41
中山市火炬开发区恒润五金螺丝行	22.57	82.94	128.04	166.07
中山市港口镇健乐玻璃钢工艺厂	60.69	234.49	354.01	519.79
广州市浙联电机有限公司	42.07	144.53	159.84	249.25
中山市广裕汽车用品厂	21.13	78.41	124.37	92.31
中山市东区金滔滔贸易商行	21.04	45.38	29.92	14.21
中山市新基物资贸易有限公司	9.15	40.50	39.67	39.52
广州市雅睿普电子有限公司	1.06	5.42	68.08	122.34
广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	6.51	68.40
合　计：	415.52	1,442.10	1,628.75	1,965.89
采购总额	10,208.14	26,378.28	25,278.79	25,036.94
占　比	4.07%	5.47%	6.44%	7.85%

报告期内，发行人对上述重叠供应商的采购金额合计分别为 1,965.89 万元、1,628.75 万元、1,442.10 万元、415.52 万元，占当期采购总额的比例分别为 7.85%、6.44%、5.47%及 4.07%，总体占比较小。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方与关联关系” 之“3、中介机构关于发行人与乐奇金鹰客户、供应商重叠的核查具体情况” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、乐奇金鹰获得 IP 授权的情况，未来是否存在与发行人生产销售同种产品的可能性，对发行人正常生产经营的影响，请发行人进行有针对性的风险提示。

（一）乐奇金鹰获得 IP 授权的情况

乐奇金鹰获得的 IP 授权方为香港小博士教育集团，香港小博士教育集团授权乐奇金鹰在部分游戏游艺设备上使用博博熊形象。

发行人获得的 IP 授权情况如下：

授权方	授权期间	IP 授权概况
奥飞动漫	2015 年 5 月-2022 年 6 月	在发行人部分游戏游戏游艺设备上使用“超级飞侠”IP 形象
CALINFER S.A.	2017 年 10 月至 2022 年 9 月	在全球范围内独家生产、销售及推广 ATARI 品牌产品，具体包括 ATARI PONG 家庭版、ATARI PONG 闪亮版、ATARI PONG 酒吧版、ATARI PONG 四人版,以及与 ATARI PONG 家庭版有关的 ATARI 品牌的座椅
万达儿童文化发展有限公司	从 2019 年 9 月至 2022 年 5 月	在发行人部分游戏游艺设备上使用 OCTONAUTS（中文名称：海底小纵队）
Taito Corporation	2019 年 11 月至 2021 年 10 月	授权发行人在中国广东省内非独占地使用[TAITO GAME]及[TAITO STATION]商标
BIGFOOT 4X4,INC.	2020 年 2 月-2023 年 12 月	授权公司在全世界范围的游戏场所内独家销售带有 BIGFOOT® 标识的游戏游艺设备产品
Atari Interactive, Inc.	2020 年 9 月-2023 年 8 月	授权公司使用“Atari”商标等生产欢乐乒乓 mini PONG（30cm）版本

发行人与乐奇金鹰获得的 IP 授权无重叠的情形。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方与关联关系” 之“4、乐奇金鹰获得 IP 授权的情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、发行人与乐奇金鹰产品差异情况

乐奇金鹰目前主要从事游戏游艺设备生产经营业务，以博博熊系列儿童机和碰碰车等机动类游乐设施产品为主。发行人销售以嘉年华类、模拟类商用游戏游艺机为主，儿童机类商用游戏游艺机占比较低，游乐设施占比更低，2019 年世宇科技儿童机类商用游戏游艺机及游乐设施的销售占比分别为 12.78%和 1.20%。因此，发行人与乐奇金鹰的产品结构有较为明显区别。

从技术水平上看，目前乐奇金鹰通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备 19 款，拥有专利 27 项（其中，发明专利 0 项、实用新型专利 4 项、外观设计专利 23 项）、6 项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量较少；而世宇科技通过文化部或广东省文化厅内容评审的游戏游艺设备达 317 款，已取得专利 101 项（其中，发明专利 6 项、实用新型专利 28 项，外观设计专利 67 项）、122 项软件著作权，拥有的自主知识产权和取得市场准入的设备款型数量均居国内行

业首位。

发行人与乐奇金鹰在主营业务相关的相关专利、软件著作权、准入产品情况比较如下：

单位：项、款

公司名称	发明专利	实用新型及外观设计专利	软件著作权	累计准入或推出的机台数量
乐奇金鹰	0	27	6	19
发行人	6	95	122	317

针对乐奇金鹰未来是否存在与发行人生产销售同种产品的可能性，对发行人正常生产经营的影响，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、市场风险”中补充披露如下楷体加粗内容：

（二）关联方企业与发行人进行市场竞争的风险

乐奇金鹰为发行人的关联方，并且发行人与乐奇金鹰均属于游戏游艺设备行业，但发行人与乐奇金鹰的具体产品定位存在较大的区别，同类产品较少，经营规模也存在较大差距，一直以来双方相互独立经营，发行人及其控股股东、实际控制人均无法对乐奇金鹰进行控制或者施加重大影响。根据目前双方的产品结构和技术储备情况，短期内乐奇金鹰生产出与发行人类似产品且产生实质性市场竞争的可能性较小，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。但长期来看，也不能完全排除乐奇金鹰通过长期的发展和积累，产品研发水平和经营管理水平等不断提升，从而开发生产出能与发行人主导产品相竞争性的类似产品，与发行人开展正常市场竞争，从而成为公司较强的市场竞争对手，增加公司的市场竞争压力。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师对于乐奇金鹰相关问题，履行了如下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人，了解历史上发行人与乐奇金鹰各自的发展历史和发展背景，各自的独立运营情况等；取得发行人实际控制人出具的关于没有资助陈毅文、陈建文、吕雪梅对乐奇金鹰出资款的声明；

2、获取报告期内发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰个人银行流水，获取上述人员关于银行账户完整性的声明，并对上述人员及发行人银行流水中的交叉账户进行核查，核查个人银行账户完整性；核查上述人员个人银行账户大额资金交易的原因及对手方信息，核查是否存在大额资金交易对手为陈毅文、陈建文、吕雪梅的情况，或者异常的大额资金往来，核查比例为 100%；

3、访谈乐奇金鹰现有及原有股东陈毅文、陈建文、吕雪梅、萧国甄，了解乐奇金鹰与发行人相互独立经营情况、乐奇金鹰股东出资来源、乐奇金鹰股东与发行人实际控制人是否存在大额资金往来情况、乐奇金鹰 IP 授权情况等；

4、观察发行人与乐奇金鹰各自经营情况、查阅发行人员工名册、工资表和发行人银行流水、发行人资产权属、发行人采购和销售合同，并在实地走访、电话访谈或邮件调查发行人客户和供应商的过程中将其是否也与乐奇金鹰发生交易及交易的独立性，以及乐奇金鹰的行业地位、优势产品等作为重点核查内容之一；

5、通过实地走访、电话访谈或邮件调查等方式核查发行人与乐奇金鹰的客户和供应商重叠情况，报告期内，通过上述方式覆盖的客户销售收入占比分别为 73.50%、77.58%、79.17%和 83.63%，通过上述方式覆盖的供应商采购金额占比分别为 85.59%、86.57%、89.75%和 89.09%；

6、了解重叠客户和供应商的大体背景，是否存在关联交易或者异常交易，是否存在利益输送的可能性

7、查询和复核了解乐奇金鹰工商登记信息、财务状况、机型机种准入目录、专利和软件著作权等知识产权、乐奇金鹰网站信息及其他主管部门公开披露信息；

8、通过访谈乐奇金鹰大股东陈毅文、了解乐奇金鹰的 IP 授权情况、查询授权方香港小博士教育集团的公开信息、对比发行人的 IP 授权协议等核查乐奇金鹰 IP 授权情况，以及是否与发行人存在相同授权方或者类似授权；

9、参与发行人实际控制人与乐奇金鹰大股东的协商和谈判。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、陈毅文、陈建文、吕雪梅对乐奇金鹰的出资来源于陈毅文、陈建文、吕雪梅的自有资金，不存在陈毅文、陈建文、吕雪梅对乐奇金鹰的出资来源于发行人实际控制人的情形；报告期内，乐奇金鹰股东陈毅文、陈建文、吕雪梅与发行人实际控制人吕飞雄、林容娣、吕雪峰之间不存在大额资金往来；

2、由于乐奇金鹰未提供前十大客户及供应商清单，导致发行人未披露乐奇金鹰报告期内的前十大客户及供应商，以及对应销售和采购金额，但乐奇金鹰总体经营规模较小，产品相对较少，产品定位与结构与发行人存在较大差异，总体来说客户供应商重叠的情况较少；

3、发行人已经如实披露与乐奇金鹰客户供应商重叠的相关情况，发行人对重叠客户和供应商的销售及采购金额占总收入和采购额的比重较少，未对发行人的独立性构成影响；

4、乐奇金鹰已获得香港小博士教育集团有关博博熊的 IP 授权，除此之外，目前未获得其他 IP 授权，也不存在与发行人有相同授权方或者类似授权的情形；短期内乐奇金鹰不存在与发行人生产销售同种产品的可能性，不会对发行人正常生产经营造成重大不利影响。未来若乐奇金鹰通过长期的发展和积累，产品研发水平和经营管理水平等不断提升，开发生产出与发行人主导产品相竞争性的类似产品，将与发行人开展正常市场竞争，从而成为公司的竞争对手，增加公司的市场竞争压力，对此，发行人已进行有针对性的风险提示。

问题二：关于加征关税

根据申报材料和审核问询回复：（1）公司自美国进口游戏套件原加征关税为 10%，在此背景下，Raw Thrills 于 2018 年 9 月 7 日以电子邮件形式，确认公司此后向 Raw Thrills 采购的各类游戏套件每套价格下调 200 美元。在国务院关税税则委员会发布《国务院关税税则委员会关于开展对美加征关税商品市场化采购排除工作的公告（税委会公告〔2020〕2 号）》后，经申请，公司向美国进口的游戏套件自 2020 年 3 月 11 日开始暂免除加征进口关税。（2）公司 2019 年 9 月 1 日之后报关出口美国的产品，公司通过调升产品价格约 10%的方式，由公司与客户共同分摊加征关税新增的成本。按照 15%的加征关税税率测算，通过调整产品价格，实际新增关税 75%的部分由客户承担。公司认为在测算新增关税成本对利润总额影响时，假定公司与客户平摊加征关税成本是谨慎的。

请发行人补充披露：（1）Raw Thrills 以邮件形式确认游戏套件每套价格下调 200 美元是否具有法律效力和约束力，相关调价是否带条件或具有一定有效期，在游戏套件暂免加征进口关税情况下，Raw Thrills 是否已经或即将上调游戏套件单价，如果未上调，Raw Thrills 仍给予发行人价格折让的原因及合理性。（2）发行人 2019 年 9 月 1 日之后出口美国产品调升产品价格 10%，实际新增关税 75%的部分由客户承担的计算过程及具体体现，是否存在合同约定，发行人出口美国调价产品占销售收入的比例，发行人与客户就加征关税进行平摊的具体合同约定，对应报告期内客户的销售收入及占比，发行人测算是否谨慎、合理、准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、**Raw Thrills** 以邮件形式确认游戏套件每套价格下调 **200** 美元是否具有法律效力和约束力，相关调价是否带条件或具有一定有效期，在游戏套件暂免加征进口关税情况下，**Raw Thrills** 是否已经或即将上调游戏套件单价，如果未上调，**Raw Thrills** 仍给予发行人价格折让的原因及合理性

1、Raw Thrills 以邮件形式确认游戏套件每套价格下调 200 美元是否具有法律效力和约束力，相关调价是否带条件或具有一定有效期

Raw Thrills 系公司业务发展的长期合作伙伴，为尽量减少中美贸易摩擦加征关税对双方合作的不利影响，Raw Thrills 于 2018 年 9 月 7 日以电子邮件形式，确认公司此后向 Raw Thrills 采购的各类游戏套件每套价格下调 200 美元。自上述调价原则确定后，公司向 Raw Thrills 下达的采购订单均按新的采购价格予以执行。

关于适用法为美国法的合同效力，美国各州未进行单独立法或规定，根据美国统一商法典、第二次合同法重述的规定及实践判例，合同的修改需由合同双方达成合意，而对于作出的合意的方式，可通过书面形式或口头形式。一般认为，除非原协议有明确约定协议的修改或取消必须通过特定形式作出或认定电子邮件不属于书面形式，否则，如果单方将其名字附于电子邮件中以表明邮件的内容已经其授权且其为此承担责任，则已构成其为协议或者协议的修改进行签署，应具有法律效力。此外，根据判例，即使原协议中约定协议的修改必须通过书面形式作出，但是如果双方已作出口头修改协议的合意，且一方已基于对该口头合意的产生重要且实质的信赖，根据禁止反言的原则，该项修改仍可能会被认定有效。根据 Raw Thrills 发出电子邮件时有效的《中华人民共和国合同法》的规定，合同的修改需由合同双方达成合意，而对于作出的合意的方式，可通过书面形式（包括电子邮件）或口头形式，而公司和 Raw Thrills 之间已有的约定也未明确不得以电子邮件形式修改合同。

综上，公司与 Raw Thrills 已通过邮件形式对合同价格进行修改，双方已经根据修改后的价款条款履行协议，因此，Raw Thrills 通过邮件形式对价格进行调整具有法律效力和约束力。

2020 年 12 月 14 日，Raw Thrills 出具确认函，确认自 2018 年 9 月 7 日至今已按照邮件约定给予公司采购套件相应的价格折让，本次邮件确认调价事项不存在其他附带条件，具有法律效力和约束力；Raw Thrills 同时确认，自确认函出具日一年内仍将执行每套价格折让 200 美元政策不变，后续如有调整计划，将与公司友好协商一致后确定。

2、在游戏套件暂免加征进口关税情况下，Raw Thrills 是否已经或即将上调游戏套件单价，如果未上调，Raw Thrills 仍给予发行人价格折让的原因及合理性

Raw Thrills 自 2018 年 9 月 7 日按照邮件约定对向公司销售的套件产品调价后，报告期各期，公司取得 Raw Thrills 的价格折让金额情况如下：

单位：套，美元/套，万美元

期间	序号	外购套件名称	数量	折价标准	折价金额	向 Raw Thrills 采购总额	占比
2020 年 1-9 月	1	动感飞车	242	200	4.84	69.48	7.25%
	2	超级摩托车 3 代	130	-	-		
	3	世界摩托车锦标赛	10	200	0.20		
	合计		**382**	**-**	**5.04**		
2019 年	1	动感飞车	710	200	14.20	270.92	7.46%
	2	侏罗纪公园	180	200	3.60		
	3	超级摩托车 3 代	220	-	-		
	4	异形大决战	80	200	1.60		
	5	世界摩托车锦标赛	40	200	0.80		
	合计		**1,230**	**-**	**20.20**		
2018 年	1	动感飞车	230	200	4.60	459.60	1.44%
	2	侏罗纪公园	80	200	1.60		
	3	异形大决战	20	200	0.40		
	合计		**330**	**-**	**6.60**		

注：超级摩托车 3 代系公司 2019 年开始从 Raw Thrills 引进的套件产品（系 2018 年 9 月 7 日后推出的新品），新产品由双方协商一致确定采购价格，不适用调价情形

2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，公司获得 Raw Thrills 给予的价格折让分别为 6.6 万美元、20.20 万美元和 5.04 万美元，分别占向 Raw Thrills 各期采购总额的 1.44%、7.46%和 7.25%，其中，2018 年占比较低，主要系公司自 2018 年 9 月才开始享受 Raw Thrills 给予的价格折让。最近一年及一期，公司向 Raw Thrills 采购套件享受价格折让的优惠约 7%左右。

2020 年 2 月 17 日，国务院关税税则委员会发布《国务院关税税则委员会关于开展对美加征关税商品市场化采购排除工作的公告（税委会公告〔2020〕2 号）》，公司进口来自美国的游戏套件依照前述规定可暂免加征进口关税，经申请，公司向美国进口的游戏套件自 2020 年 3 月 11 日开始暂免除加征进口关税。

公司进口美国游戏套件暂免加征关税后，公司与 Raw Thrills 就原调价产品价格折让保持不变进行了沟通与协商。公司是 Raw Thrills 在中国市场的重点客户，Raw Thrills 认可公司在其产品市场推广中扮演的重要作用，本次调价幅度较小，在可承受范围内；此外，考虑到 2020 年 1 月底以来新冠疫情对公司及游艺娱乐行业带来的不利影响，为共同应对行业挑战，基于互利共赢原则， Raw Thrills 同意维持原价格折让保持不变。

综上，本次游戏套件暂免加征进口关税后，Raw Thrills 未上调产品价格系公司基于行业环境、双方合作基础等协商谈判取得，具有合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（4）境外采购情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、发行人 **2019** 年 **9** 月 **1** 日之后出口美国产品调升产品价格 **10%**，实际新增关税 **75%**的部分由客户承担的计算过程及具体体现，是否存在合同约定，发行人出口美国调价产品占销售收入的比例，发行人与客户就加征关税进行平摊的具体合同约定，对应报告期内客户的销售收入及占比，发行人测算是否谨慎、合理、准确。

1、公司实际新增关税部分由客户承担的计算过程及具体体现，是否存在合同约定

自 2019 年 9 月 1 日公司出口美国市场商品被加征关税后，公司即开始与美国市场主要客户探讨关税影响长期化情况下的成本分摊问题，基于长期合作共赢的理念及公司良好的性价比优势，主要客户同意与公司共同分摊因加征关税新增的成本。2019 年 11 月开始，公司通过展会、邮件等渠道向主要客户传达了产品涨价信息，主要产品整体平均涨价幅度约 10%。关于分摊加征关税成本事宜，公司在与客户新签订的产品订单中通过产品涨价来具体体现，未再与客户就加征关税分摊进行具体合同约定。

根据美国贸易代表办公室发布并于2019年9月1日生效的加征关税清单，公司出口美国的商用游戏游艺机产品从2019年9月1日开始被加征15%的关税，公司在产品进口报关时先行承担15%的全部新增进口关税，在对客户销售时，公司按照报关后价格平均涨幅约10%。

按照15%关税税率测算，公司与客户实际分摊新增关税的测算过程具体如下：

未加征关税价格①	加征关税后含税价格（15%）②	新增关税成本③=②-①	客户承担部分	公司承担部分
			按含税价上调10%④	⑤=③-④
100	115	15	11.5	3.5
承担比例			76%	24%

注：假定未加征关税时公司产品售价以100作为比较基准

综上，考虑不同产品涨幅略有差异，出于谨慎原则，按照15%关税税率测算，公司通过产品涨价约10%，公司实际新增关税部分约75%由客户承担。

2、发行人出口美国调价产品占销售收入的比例，对应报告期内客户的销售收入及占比，发行人测算是否谨慎、合理、准确

（1）发行人出口美国调价产品占销售收入的比例，对应报告期内客户的销售收入及占比

由于公司在2019年9月1日美国启动加征关税前已在美国仓库适当增加了库存，能够有效消除关税加征后对公司在美国市场销售带来的即期影响，公司未对海外备货产品价格进行调整。对于公司2019年9月1日之后报关出口美国的产品，公司通过调升产品价格约10%的方式，由公司与客户共同分摊加征关税新增的成本。

2019年及2020年1-9月，公司出口美国市场调价产品的销售情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年	
	销售金额	占主营业务收入比重	销售金额	占主营业务收入比重
调价产品	1,214.10	7.11%	1,017.27	2.26%

2019 年及 2020 年 1-9 月，公司出口美国调价产品对应客户的销售情况如下：

期间	序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入比重
2020 年 1-9 月	1	H.BETTI INDSUTRIES INC.	678.37	3.97%
	2	Player One Aumsement Group Inc.	199.64	1.17%
	3	Nickels and Dimes, Inc	101.62	0.60%
	4	Shaffer Distributing	71.80	0.42%
	5	Moss Distributing	59.58	0.35%
	6	其他	103.08	0.60%
	合计		1,214.10	7.11%
2019 年	1	Dave & Buster's	948.92	2.11%
	2	Global Amusement Inc.	64.75	0.14%
	3	Leonardo Jun Kimura	3.61	0.01%
	合计		1,017.27	2.26%

2019 年及 2020 年 1-9 月，公司出口美国调价产品销售额分别为 1,017.27 万元、1,214.10 万元，占各期主营业务收入比重分别为 2.26%、7.11%。2019 年，出口美国市场调价产品占主营业务收入比重较低，主要系公司在关税加征前已在美国仓库适当备货，公司对 2019 年 9 月 1 日之后报关出口美国的产品进行调价，从而 2019 年调价产品占比较低。

综上，总体而言，因中美贸易摩擦加征关税后，公司向美国市场出口调价产品销售规模及占比整体较小。

（2）发行人测算是否谨慎、合理、准确

①发行人的测算过程

假定：

A.自 2020 年 1 月 1 日开始，公司进口来自美国游戏套件免除加征进口关税（公司进口来自美国游戏套件实际自 2020 年 3 月 11 日开始免征进口关税，2020 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 10 日期间，公司进口来自美国的游戏套件共 13.87 万美元，实际加征

进口关税1.39万美元，公司2020年度实际加征进口关税金额较小）；

B.自2020年1月1日开始，公司向美国出口产品关税税率为15%（自2020年2月14日美国东部时间上午12:01起，公司向美国出口产品关税由15%调减至7.5%）；

C.假定2020年公司向美国地区的采购金额及销售金额与2019年持平，新增进口关税成本由公司与客户平摊。

基于上述假定条件，上述加征关税对公司成本的影响测算如下：

单位：万元

从美国进口商品金额	适用加征税率（注1）	进口采购增加关税成本	供应商降价金额（注2）	公司应分摊金额
1,884.34	0.00%	0.00	169.70	0.00
向美国出口商品金额	适用加征税率	客户进口增加关税成本	客户承担金额（50%）	公司应分摊金额（50%）
6,786.60	15%	1,017.99	509.00	509.00

注1：公司自美国进口的游戏套件已依据国务院关税税则委员会发布的《税委会公告〔2020〕2号》申请免除加征进口关税，原加征关税税率为10%；

注2：2019年公司向Raw Thrills购买1,230套游戏套件，按照每套降价200美金测算，供应商共降价24.60万美元，按2019年度人民币兑美元平均汇率6.8985折算为人民币169.70万元。

按照上述假设测算条件，中美贸易摩擦加征关税每年将新增成本339.30万元（考虑了Raw Thrills降价带来的采购成本节省），占2019年利润总额的比重为5.55%，不会对公司盈利能力产生重大不利影响。

由于公司在2019年9月1日美国启动加征关税前已在美国仓库适当增加了库存，能够有效消除关税加征后对公司在美国市场销售带来的即期影响，公司未对海外备货产品价格进行调整。对于公司2019年9月1日之后报关出口美国的产品，公司通过调升产品价格约10%的方式，由公司与客户共同分摊加征关税新增的成本，按照15%的加征关税税率测算，通过调整产品价格，新增关税约75%的部分将由客户承担。

综上，公司在测算中美贸易摩擦加征关税对公司成本和利润总额影响时保持了应

有的谨慎，测算结果合理、准确。

发行人已在招股说明书“第六节业务与技术”之“四、发行人所处行业的基本情况”之“（四）所属行业的特点”之“6、主要进口国的相关进口政策及同类产品竞争格局”之“（2）中美贸易摩擦影响情况”之“①中美贸易摩擦加征关税对成本影响的测算”、“②新增关税由客户承担比例的计算过程及具体体现，是否存在合同约定”、“③发行人出口美国调价产品占销售收入的比例，对应报告期内客户的销售收入及占比”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

关于 Raw Thrills 产品调价及发行人向美国出口产品涨价有关事项，保荐机构及申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人关于中美贸易摩擦加征关税的相关文件，核查了 Raw Thrills 的关于游戏套件下调价格的邮件和降价后的采购订单，取得了 Raw Thrills 出具的确认函，并对发行人相关采购、销售人员和高级管理人员进行访谈，了解了发行人从美国进口游戏套件加征关税及出口产品实际加征关税情况；

2、取得了发行人关于中美贸易摩擦加征关税影响的测算表，对相关假设条件的合理性、测算过程进行了复核，并对发行人销售人员进行访谈，了解了加征关税后新增关税成本与美国客户的分摊情况，核查了发行人的相关销售合同、美国地区产品销售明细表。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、Raw Thrills 以邮件形式确认游戏套件每套价格下调 200 美元事项具有法律效力和约束力，相关调价不附带其他条件，调价有效期至 2021 年 12 月 13 日保持不变。

2、在游戏套件暂免加征进口关税情况下，Raw Thrills 仍给予发行人价格折让，主要系发行人与 Raw Thrills 基于行业环境、双方合作基础等协商谈判取得，具有商业合理性。

3、发行人在与客户新签订的产品订单中通过产品涨价来具体体现，未再与客户就加征关税分摊进行具体合同约定；按照加征关税 15%测算，客户预计分摊新增关税成本的比例约为 75%，发行人通过产品涨价已将 50%以上新增美国市场关税成本转嫁由客户承担，发行人测算保持了应有的谨慎，测算结果合理、准确。

问题三：关于境外诉讼

根据申报材料和审核问询回复：2016 年 1 月 6 日，美国人 Valerie Nolte 女士在美国加利福尼亚州洛杉矶县的 CEC ENTERTAINMENT, INC.拥有的 Ken Chuck E. Derby 餐厅受伤，Nolte 女士在帮助其孙子从 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马上下地时摔倒在地，碰撞到头部，后其声明因为此次摔倒遭受了创伤性脑损伤。涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品系由发行人于 2008 年按当时 LOLO INC.及 Bromley, Inc.的要求 OEM 生产。

请发行人补充披露涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品是否符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求，发行人生产的其他产品是否存在类似诉讼、赔偿或罚款，相关金额，目前案件的最新进展，是否对发行人境外业务构成重大影响，请进行有针对性的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求

2016 年 1 月 6 日，美国人 Valerie Nolte 女士在美国加利福尼亚州洛杉矶县的 CEC ENTERTAINMENT, INC.拥有的 Ken Chuck E. Derby 餐厅受伤，Nolte 女士在帮助其孙子从 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马上下地时摔倒在地，碰撞到头部，后其声明因为此次摔倒遭受了创伤性脑损伤。根据美国加利福尼亚州法律规定，屋主需要对发生在其房屋内的任何事件，包括客人的人身伤害负责。因此，Nolte 女士于 2018 年 1 月 4 日在加利福尼亚州洛杉矶县的州法院向 CEC 提起诉讼，要求被告 CEC 进行损害赔偿，具体赔偿金额及损害仍待进一步举证、确认。根据 CEC 收到的诉讼文件信息，诉讼赔偿金额应超过 2.5 万美元。

根据发行人的说明及其提供的资料，涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产

品系由发行人于 2008 年按当时 LOLO INC.及 Bromley, Inc.的要求 OEM 生产，并由 Universal Space Amusement（HK）Ltd（香港太空娱乐，发行人实际控制人吕雪峰先生原 100%控股企业，已于 2018 年 7 月 13 日解散）于 2008 年卖给 LOLO INC.，CEC 向 LOLO INC.采购了上述产品，Bromley, Inc.提供了相关的产品安装使用手册。

根据美国 YOKA & SMITH LLP 的律师 Chad Chen 于 2020 年 12 月 16 日出具的说明（以下简称“美国律师的说明”），其未发现涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品存在违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求的情况。此外，经美国律师审阅相关诉讼文书，Valerie Nolte 女士和 CEC 均未提供任何证据证明涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品在设计或制造方面存在缺陷。

发行人出具了相关声明，发行人制定了严格的安全质量控制标准，历年来生产并出口美国的游戏游艺设备符合美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求，历史上没有因公司产品安全质量问题而受到美国相关部门处罚的情形，也没有被客户要求召回等情形；在中国境内及其他境外市场，也不存在该等情形。

二、发行人生产的其他产品是否存在类似诉讼、赔偿或罚款，相关金额，目前案件的最新进展，是否对发行人境外业务构成重大影响

（一）发行人生产的其他产品不存在类似诉讼、赔偿或罚款

根据发行人的确认及发行人聘请的境外律师就发行人境外控股子公司出具的法律意见，并经核实发行人及其控股子公司的营业外支出、其他账务支出明细，以及查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，截至本问询函回复签署日，除已披露的发行人/发行人控股子公司涉及的 1 起尚未了结的境外纠纷以外，发行人及其控股子公司生产的其他产品不存在类似诉讼、赔偿或罚款。

（二）目前案件的最新进展

Nolte 女士于 2018 年 1 月 4 日在加利福尼亚州洛杉矶县的州法院向 CEC 提起诉讼，要求被告 CEC 进行损害赔偿，具体赔偿金额及损害仍待进一步举证、确认。根据 CEC 收到的诉讼文件信息，诉讼赔偿金额应超过 2.5 万美元。

为应付 Valerie Nolte 女士对 CEC 提起的上述诉讼，CEC 试图将 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品的销售和经销商、制造商、保险公司及其他相关方纳入上述诉讼中，试图让其他方按百分比补偿 CEC 可能会被判决向原告赔偿的一切损失及对 CEC 本身造成的损失。

2019 年 4 月，该案件被移交至美国加利福尼亚州中央区西部联邦地方法院（联邦法院）。2019 年 6 月，CEC 提起第二次交叉申诉，根据 CEC 向各方送达的披露文件（Disclosures），加拿大世宇已被 CEC 列为交叉被告，但根据有关法律，除非原告可通过海牙公约向加拿大世宇提供服务（送达诉讼文件），否则加拿大世宇没有义务回应或参与诉讼，美国法院亦没有管辖权或权力迫使加拿大世宇参与诉讼。美国联邦法院通常要求原告（CEC）在有限的时间内向被告送达诉讼文件，而 CEC 并未能在有限的时间内向加拿大世宇及相关方送达诉讼文件。

2019 年 8 月，由于该案正在联邦法院审理，加利福利亚州法院撤销了 Nolte 女士于州法院提起的诉讼。2019 年 10 月初，Nolte 女士及 CEC 同意并请求联邦法院将该案移交回州法院，同月，联邦法院批准了该请求。**目前该案件已退还给州法院，加利福尼亚州洛杉矶高等法院（Los Angeles Superior Court）已恢复审理 Valerie Nolte 女士与 CEC 之间的案件。**

2020 年 6 月，CEC 已根据《美国破产法》第 11 章的规定申请破产保护，CEC 已向加利福尼亚州洛杉矶高等法院提交了中止诉讼的通知；在 CEC 向法院提交中止诉讼通知后，案件将一直处于中止状态直至 CEC 的破产案件完结。**截至发行人聘请的美国律师的说明出具日（2020 年 12 月 16 日），CEC 破产案仍在进行中，因此，在 CEC 破产案完结之前，Valerie Nolte 女士与 CEC 之间的案件不会重新启动。**

关于发行人及其子公司可能承担赔偿额，根据发行人聘请的美国律师的说明，案件当事人尚未对具体赔偿金额及损害进行进一步举证或确认，该诉讼的具体赔偿金额尚未确定。但根据美国律师与 CEC 律师之间的沟通，CEC 聘请了神经内科专家对 Valerie Nolte 女士的伤势进行了检查，该神经内科专家认为 Valerie Nolte 女士曾经因此次摔倒遭受了创伤性脑损伤，但 Valerie Nolte 女士已完全康复且无任何后

遗症；因此，CEC 只愿意以不高于 10 万美元的价格解决与 Valerie Nolte 女士之间的案件。

同时，针对该纠纷，发行人控股股东、实际控制人吕飞雄先生、林容娣女士、吕雪峰先生承诺：如因该纠纷导致发行人或其控股子公司最终需承担赔偿责任或其他责任，则本人将足额补偿发行人及其控股子公司因此发生的支出或承受的损失，且毋需发行人及其控股子公司支付任何对价。**因此，该案件不会对发行人的经营业绩造成重大影响。**

（三）该诉讼不会对发行人境外业务构成重大影响

根据发行人聘请的美国律师的说明，该诉讼不会对发行人在美国开展业务产生不利影响，尤其是考虑到目前并无任何证据表明发行人在该诉讼涉及的事件及产品中存在任何的过错。根据美国律师的说明，其未发现涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品存在违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求的情况。此外，经美国律师审阅相关诉讼文书，Valerie Nolte 女士和 CEC 均未提供任何证据证明涉案的 Ken Chuck E. Derby 赛马产品在设计或制造方面存在缺陷。

发行人已于 2013 年停止生产或销售涉案的 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品，报告期内未曾生产或销售该涉案产品。

截至本问询函回复签署日，发行人及其控股子公司未曾因 CEC 案件而被要求退货、换货、召回产品、无法继续履行已签订的购销合同或无法缔结新的购销合同，或者被冻结资产等，亦未导致发行人及其控股子公司生产的其他产品面临类似诉讼、赔偿或罚款。根据发行人境外主营业务数据及发行人的确认，该诉讼未对发行人及其控股子公司产品在境外的销售造成重大影响。

2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人在美国市场的销售金额分别为 4,309.31 万元、5,285.96 万元、6,786.60 万元和 1,589.31 万元， CEC 案件未对发行人在美国市场的销售造成重大不利影响，最近三年，发行人在美国市场的销售稳步增长，2020 年 1-9 月发行人在美国市场的销售有所下降，主要是受新冠疫情的阶段性不利影响，与 CEC 案件无关。

同时，针对该潜在纠纷，发行人控股股东、实际控制人吕飞雄先生、林容娣女士、吕雪峰先生承诺：如因该纠纷导致发行人或其控股子公司最终需承担赔偿责任或其他责任，则本人将足额补偿发行人及其控股子公司因此发生的支出或承受的损失，且毋需发行人及其控股子公司支付任何对价。

综上，CEC 案件不会对发行人境外业务造成重大不利影响。

发行人在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、发行人已作出有针对性的风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“九、诉讼风险”中补充披露如下：

截至本招股说明书签署日，发行人/发行人控股子公司涉及 1 起尚未了结的境外纠纷，基本情况如下：2016 年 1 月 6 日，美国人 Valerie Nolte 女士在帮助其孙子从 CEC 拥有的餐厅的机械赛马上下地时摔倒。2018 年 1 月 4 日，Valerie Nolte 女士起诉要求 CEC 进行损害赔偿。涉案机械赛马为发行人生产、销售的产品。CEC 试图将发行人/发行人控股子公司等涉案机械赛马产品的销售和经销商、制造商、保险公司及其他相关方纳入上述诉讼，以补偿 CEC 可能因此遭受的损失。因 CEC 已申请破产保护，CEC 向法院发出了中止与 Valerie Nolte 女士之间的诉讼的通知，导致该诉讼目前正处于中止状态，并将一直处于中止状态直至 CEC 的破产案件结束。此外，案件当事人尚未对具体赔偿金额及损害进行进一步举证或确认，该诉讼的具体赔偿金额尚未确定。该诉讼详细情况参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”。

由于案件进展和审理结果存在一定不确定性，尽管发行人实际控制人做出了承担可能的赔偿责任的承诺，上述案件仍可能对公司的业务、声誉、经营业绩造成不利影响。另外，如公司未来发生其他类似的诉讼、赔偿或罚款，可能给公司带来其他风险和损失。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对发行人涉及的该项境外纠纷，保荐机构及发行人律师履行了如下核查程序：

1、了解发行人产品质量控制标准及流程，发行人产品符合国内外质控标准的相关情况；

2、在境内外客户走访、电话访谈过程中，将发行人产品质量和安全性情况、客户对发行人产品质量和安全性的评价、是否与客户存在纠纷作为重点核查事项之一；

3、检索国内的裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，获取境外律师的法律意见书等，了解发行人是否涉及相关诉讼；

4、获取 Valerie Nolte 女士与 CEC 之间的诉讼案件的相关资料，与发行人聘请的美国律师保持沟通，及时了解诉讼案件的具体进展情况，获取美国律师出具的案件相关专业意见；

5、访谈发行人控股股东，了解 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品的相关具体情况，是否存在违反质量和安全管理相关法规的情形，并获取发行人及实际控制人的相关声明；

6、核查发行人的账务记录，了解 Ken Chuck E. Derby 餐厅的机械赛马产品近年来的销售情况，以及是否已支付赔偿；复核纠纷事项发生前后，发行人在美国市场的销售变动情况等；

7、取得发行人控股股东、实际控制人吕飞雄先生、林容娣女士、吕雪峰关于承担 CEC 案件潜在赔偿责任的承诺。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、根据美国律师的说明、发行人的声明及发行人中介机构的核查，Ken Chuck E.

Derby 餐厅的机械赛马产品没有违反美国相关部门对进口产品、儿童娱乐产品的安全质量要求；

2、截至目前，发行人生产的其他产品不存在类似诉讼、赔偿或罚款；

3、发行人已经如实披露美国纠纷的最新进展情况，截至目前，该纠纷没有对发行人境外业务构成重大不利影响，由于发行人本身产品不存在重大质量缺陷，并且发行人实际控制人已出具承担潜在损失的承诺函，预计未来也不会对发行人境外业务造成重大不利影响；

4、发行人已经对该案件进行了有针对性的风险提示。

问题四：关于收入

根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期内，境内业务占主营业务收入的比例分别为 54.60%、45.17%、49.57%及 66.44%。（2）报告期内，境外业务占主营业务收入的比例分别为 45.40%、54.83%、50.43%及 33.56%。境外销售以经销为主。（3）第一轮审核问询函要求发行人对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对经销模式进行充分披露，但发行人回复的内容不完整，如未披露经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系、经销商是否专门销售发行人产品、报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况等。（4）报告期内，公司配件收入分别为 1,412.55 万元、1,283.54 万元、1,642.51 万元及 407.72 万元。最近三年随着公司商用游戏游艺机累计销售规模不断增加，配件的收入总体也有所增加。（5）报告期内，发行人存在退换货情况。(6)报告期各期,发行人外购套件生产产品的销售收入占比分别为 23.91%、22.13%、25.68%和 40.03%，2020 年 1-9 月收入占比上升较多。

请发行人：（1）按省份列示报告期各期境内收入的金额及占比，对于波动较大的省份分析并披露波动原因。（2）补充披露合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因，发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售；按国家（或地区）列示报告期各期境外收入的金额及占比，结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性；补充披露主要境外市场同类产品的竞争格局，公司产品的竞争优、劣势，相关货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程。（3）逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，充分、完整披露经销商模式的相关情况。（4）量化分析并披露配件销售数量及金额与商用游戏游艺机销售规模的匹配性。（5）补充披露报告期各期退换货具体情况，包括退换货客户、退换货数量和金额、退换货原因等，分析并披露 2020 年 1-9 月退换货情况相较上年同期是否大幅增加及原因（如有）和影响。(6)补充披露 2020 年 1-9 月外购套件生产产品的销售收入占比提升的背景和原因，发行人对外购套件的依赖性是否增强。

请保荐人、申报会计师和发行人律师：（1）逐条对照《深圳证券交易所创业板股

票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销模式的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。（2）说明对境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。（3）说明疫情情况下如何对 2020 年 1-9 月收入真实性进行充分、有效的核查，包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。（4）对上述其他事项发表明确意见。

回复：

一、按省份列示报告期各期境内收入的金额及占比，对于波动较大的省份分析并披露波动原因

报告期各期，公司境内主营业务收入按省份列示主要销售情况如下：

单位：万元

省份	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北京市	2,434.28	21.46%	5,729.29	25.65%	5,347.19	27.54%	3,400.10	15.20%
广东省	2,309.09	20.36%	5,059.73	22.65%	3,912.52	20.15%	4,874.64	21.79%
辽宁省	1,836.01	16.19%	414.07	1.85%	340.58	1.75%	722.33	3.23%
山东省	945.32	8.33%	769.25	3.44%	869.20	4.48%	778.39	3.48%
江苏省	765.74	6.75%	2,074.86	9.29%	1,061.12	5.46%	1,589.93	7.11%
上海市	466.72	4.12%	1,678.21	7.51%	807.68	4.16%	856.71	3.83%
浙江省	405.34	3.57%	1,013.43	4.54%	1,044.40	5.38%	1,479.36	6.61%
湖北省	282.59	2.49%	334.31	1.50%	663.10	3.41%	587.71	2.63%
河南省	212.25	1.87%	638.78	2.86%	627.59	3.23%	409.54	1.83%
安徽省	178.13	1.57%	579.43	2.59%	391.54	2.02%	408.51	1.83%
湖南省	168.64	1.49%	494.16	2.21%	238.71	1.23%	845.24	3.78%
山西省	154.33	1.36%	182.27	0.82%	227.39	1.17%	150.08	0.67%
河北省	153.04	1.35%	170.86	0.76%	205.10	1.06%	594.69	2.66%
四川省	145.94	1.29%	448.03	2.01%	476.21	2.45%	557.36	2.49%
其他省份	884.28	7.80%	2,750.50	12.31%	3,205.98	16.51%	5,119.78	22.88%
合计	11,341.70	100.00%	22,337.18	100.00%	19,418.31	100.00%	22,374.37	100.00%

报告期各期，公司境内主营业务收入销售主要分部在华南、华东及华北地区，包括广东省、江苏省、上海市、北京市、浙江省等省份。同时，随着各地区客户对产品的需求的波动，公司各年对各省份的销售额略有波动。

2018 年，公司对北京的销售额较 2017 年有所增加，主要系公司对北京大玩家娱乐股份有限公司及永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司销售额有所增加。2018 年，公司产品动感飞车等受到北京大玩家的认可，对其产品销售金额有所增加，实现收入 783.28 万元，2017 年为 68.38 万元；同时，公司于 2018 年推出的儿童机巴祖卡、奇幻滑梯、方块工厂等受到永旺幻想的认可，2018 年对其实现此三款产品的销售额 1,009.51 万元。

2019 年，随着公司销售规模的增长，公司对北京市、广东省、江苏省、上海市等地的销售额均有所增加。

2020 年 1-9 月，公司对辽宁省、山东省的销售金额较上年有所增加，主要系对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司销售 1,713.50 万元，对潍坊娱人码头娱乐城销售 520.97 万元。大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司及潍坊娱人码头娱乐城均为当地知名的连锁型游乐场运营客户， 2020 年 1-9 月，公司对其销售额有所增加，主要系随着疫情的有效管控和游乐行业的有效恢复，该等客户加大了新开门店的投资力度和现有门店的设备更新等所致。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“4、主营业务收入区域构成分析”之“（2）境内收入按省份划分” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、补充披露合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因，发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售；按国家（或地区）列示报告期各期境外收入的金额及占比，结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性；补充披露主要境外市场同类产品的竞争格局，公司产品的竞争优、劣势，相关货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程

（一）补充披露合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因，发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售

1、合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异原因

报告期内，公司以香港世宇作为主要海外销售平台，面向海外市场，主要由香港世宇对外签订销售订单，收取货款，货物流方面大部分货物由世宇科技从中山直接报关发送给海外客户。同时，境外子公司在美国和加拿大拥有海外仓库，在海外仓库有部分备货，对美国和加拿大市场的部分销售由海外仓库发货给客户。境外子公司由于承担了境外销售的人员薪酬、运营和运输费用，境外研发人员薪酬等支出，在对最终境外客户销售时，香港世宇将在境内公司报关出口金额的基础上加上一定的毛利后对外销售。因此，合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据的差异情况和差异对比需考虑境外子公司毛利等因素，对比情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合并境外销售收入①	831.01	3,276.50	3,517.45	2,748.62
境外子公司销售毛利②	186.19	556.38	508.89	378.79
境外子公司仓库新增库存③	13.62	-3.17	31.68	90.79
境内公司报关金额④=①-②+③	658.44	2,716.95	3,040.24	2,460.62
境内公司海关报关金额	751.46	2,615.00	3,025.92	2,486.97
调整后境外收入与海关报关金额差异	93.02	-101.95	-14.32	26.35
差异率	12.38%	-3.90%	-0.47%	1.06%

备注：2019 年及 2020 年 1-9 月海关报关金额采用出口退税申报系统的报关数据，2019 年海关报关金额包括了少部分通过贸易公司报关出口的金额。

2019 年及 2020 年 1-9 月，公司未能取得海关系统查询的出口报关数据，主要系公司出口所属海关机构中山海关从 2020 年开始不再对外提供出口报关数据查询。保荐机构及申报会计师、发行人多次与海关沟通，均未能取得出口报关数据。2017 年至 2018 年境内公司报关出口金额与海关报关金额不存在重大差异。2019 年和 2020 年 1-9 月境内公司与报关金额差异主要原因为公司未能取得海关报关出口金额，公司以申报出口退税的出口金额为参考，由于该数据主要以公司申报出口退税的报关单为准，与实际报关出口单据会有一定的时间性差异，一般而言，公司申报出口退税时间会晚于实际报关出口时间。

2019 年及 2020 年 1-9 月，形成公司出口报关金额与出口退税申报系统金额差异的主要报关单如下：

报关单编号	报关日期	金额（万美元）	申请出口退税时间
X572120190219729570	2019.12.30	16.35	2020 年 1 月
X572120190219729680	2019.12.30	11.30	2020 年 1 月
X572120190219730103	2019.12.31	10.90	2020 年 1 月
X516620190669293640	2019.12.31	9.99	2020 年 1 月
X572120190219724773	2019.12.29	8.96	2020 年 1 月
X572120190219729720	2019.12.30	8.96	2020 年 1 月
X530420190046430986	2019.12.30	6.41	2020 年 1 月
合计		**72.87**	-

通过以上对比，**公司合并层面外销金额与向海关查询的公司报关出口数据不存在重大差异，境外业务销售金额账面记录准确。**

2、境外销售是否实现真实销售、最终销售

对于境外销售，公司仅从业务统计角度按是否为公司产品终端用户将客户区分为直销客户与经销客户，均以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式销售，未与海外经销客户签署经销商协议并进行相应管理。

为核实公司境外销售的真实性及最终销售情况，保荐机构、会计师等中介机构执行了以下核查程序：

（1）中介机构分别前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，共涉及 35 家主要境外客户，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
走访客户的收入	2,902.76	14,794.82	16,930.07	12,628.49
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
走访收入占比	**50.67%**	**65.10%**	**71.84%**	**67.89%**

根据实地走访，发行人海外主要境外客户均为跨国家或者当地市场知名品牌连锁型的游艺娱乐场所经营企业，经销客户均为当地市场行业内领先的专业渠道商，发行

人与经销客户的合作模式均为买断式经销，中介机构对实地走访的主要经销客户期末库存情况进行了了解，经销客户不存在大额囤货和产品滞销的情形，并走访了部分经销商的主要终端客户。

（2）中介机构也通过电话访谈的形式，对部分未走访的主要境外客户进行了核查，报告期内，境外客户电话访谈的情况如下:

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
电话访谈客户金额	1,567.47	2,911.40	1,052.01	641.77
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
电话访谈比例	**27.36%**	**12.81%**	**4.46%**	**3.45%**

通过实地走访和电话访谈方式，核查覆盖境外客户收入占发行人境外收入的比重分别为 71.34%、76.30%、77.91%及 78.03%。

（3）向境外主要客户进行函证，函证主要境外客户报告期内与发行人的交易金额及往来余额，函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	4,737.17	20,882.93	20,416.85	15,708.38
函证确认金额	4,691.08	17,738.22	16,304.45	13,153.20
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
函证确认比例	**81.89%**	**78.05%**	**69.18%**	**70.71%**

根据函证及客户回函确认情况，未发现存在重大差异或无法解释的差异情形。

（4）对主要境外经销客户 2019 年末及 2020 年 9 月末产品库存情况进行了专项函证，核查情况如下：

境外经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	14	回函家数（家）	12
发函经销客户收入（万元）	2,420.34	回函经销客户收入（万元）	2,223.27

发函覆盖境外经销收入比重	79.97%	回函确认覆盖境外经销收入比重	73.46%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	16.58%
境外经销客户 2019 年末库存核查情况（2019 年度）			
发函家数（家）	24	回函家数（家）	21
发函经销客户收入（万元）	10,013.23	回函经销客户收入（万元）	9,463.82
发函覆盖境外经销收入比重	92.23%	回函确认覆盖境外经销收入比重	87.17%
回函确认库存产品数量（台）	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

综上，发行人境外经销客户整体期末库存较小，公司行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，公司经销客户的期末库存与向公司采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，公司经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

综上所述，**经过相关核查，公司对境外销售均为买断式销售，已实现最终销售，其收入真实、金额准确。**

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“7、重要客户分析”之“（5）报告期境外主要客户情况”之“④公司海关出口数据、出口退税金额、境外客户应收账款函证情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）按国家（或地区）列示报告期各期境外收入的金额及占比，结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性

1、按国家（或地区）列示报告期各期境外收入的金额及占比

报告期各期，公司境外主营业务收入按国家列示主要销售情况如下：

单位：万元

国家	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国	1,589.31	27.75%	6,786.60	29.86%	5,285.96	22.43%	4,309.31	23.17%

国家	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
日本	1,134.31	19.80%	2,547.95	11.21%	2,840.13	12.05%	459.85	2.47%
韩国	328.54	5.74%	309.73	1.36%	544.81	2.31%	32.55	0.17%
法国	304.95	5.32%	561.76	2.47%	420.80	1.79%	228.86	1.23%
英国	291.40	5.09%	747.47	3.29%	498.74	2.12%	542.21	2.91%
加拿大	219.34	3.83%	1,027.75	4.52%	953.93	4.05%	805.50	4.33%
阿联酋	198.54	3.47%	415.92	1.83%	842.89	3.58%	863.97	4.64%
澳大利亚	186.26	3.25%	843.29	3.71%	1,036.87	4.40%	415.14	2.23%
印尼	147.87	2.58%	784.79	3.45%	1,205.59	5.12%	1,514.27	8.14%
荷兰	110.08	1.92%	131.74	0.58%	76.10	0.32%	205.07	1.10%
墨西哥	71.14	1.24%	607.75	2.67%	755.95	3.21%	830.92	4.47%
菲律宾	56.68	0.99%	705.24	3.10%	843.77	3.58%	936.82	5.04%
哥伦比亚	50.93	0.89%	245.07	1.08%	860.81	3.65%	688.30	3.70%
越南	44.69	0.78%	603.38	2.65%	517.09	2.19%	291.97	1.57%
秘鲁	30.29	0.53%	411.61	1.81%	491.92	2.09%	509.31	2.74%
阿根廷	9.63	0.17%	195.91	0.86%	796.54	3.38%	875.88	4.71%
其他国家	954.34	16.66%	5,800.17	25.52%	5,595.04	23.74%	5,092.30	27.37%
合计	5,728.28	100.00%	22,726.12	100.00%	23,566.94	100.00%	18,602.22	100.00%

报告期各期，公司境外主营业务收入主要分布于北美洲、亚洲、欧洲及南美洲地区，具体国家包括美国、加拿大、日本、韩国、印尼、法国、英国、澳大利亚、墨西哥、阿根廷等国家。报告期内，2018 年随着公司推出的极速保龄、欢乐乒乓等产品受到境外市场欢迎，2018 年境外收入较 2017 年大幅增加，2019 年则较为稳定，2020 年 1-9 月，受境外新冠疫情的影响，收入有所下降。

2018 年，公司对美国、日本、韩国、加拿大等地的销售额有所上升，主要系公司于 2016 年末、2018 年推出的极速保龄及欢乐乒乓持续受到市场的欢迎，其中，极速保龄及欢乐乒乓主要客户以美国、加拿大、日本、韩国及欧洲等客户为主，导致 2018 年美国、日本、韩国、加拿大等地销售额有所上升；2018 年，公司对澳大利亚的销售额亦有所上升，主要系动感飞车等产品 2018 年对澳大利亚的 Timezone 游乐场实现了较多的销售。

2019 年，极速保龄、欢乐乒乓等产品持续受到北美客户的欢迎，公司对美国的销售额较 2018 年继续有所增加。同时，南美地区受经济和汇率波动影响，阿根廷、墨西哥、秘鲁、哥伦比亚等国家，对公司的采购额有所下降。

2020 年 1-9 月，受境外新冠的影响，公司境外销售收入普遍有所下降，其中，美国、日本、加拿大、英国、加拿大等国家降幅都比较大，主要系境外疫情带来的阶段性影响。

2、结合国际贸易摩擦、国际关系、疫情影响和在手订单等，补充披露部分国家收入波动较大的原因，相关影响是否具有持续性

（1）国际贸易摩擦、国际关系及境外疫情的总体影响

①国际贸易摩擦、国际关系的影响

总体而言，公司境外业务受国际贸易摩擦、国际关系的影响相对较小，而受 2020 年上半年以来新冠疫情的阶段性影响较为直接，使得公司境外各主要国家收入普遍有所下降。随着全球疫苗研发生产逐步取得积极进展，主要国家民众普遍接种疫苗逐步推进，疫情的相关影响也有望逐渐降低。

北美洲：近年来，中美关系、中加关系有所起伏，同时美国开展贸易战，影响北美市场的宏观贸易环境，但发行人的产品属于市场化采购和销售的游戏游艺设备，不属于敏感类别的产品品类，这些影响主要体现在公司采购海外套件进口的中国关税税率及公司产品销售到美国市场的美国关税税率的变化。对此，如本回复“问题二”中所述，该等影响已经通过与相关供应商、客户协商，通过共同分担的方式予以消化，同时，中国已停止征收套件进口关税，美国对游戏游艺设备的进口关税也由 15%降低至 7.5%，对业务的实际影响较小。同时，根据对美国总统大选后的政策分析，美国出现更为激进的国际贸易政策，进一步加剧中美贸易摩擦的可能性有所降低，政策的可预见性增强。

欧洲：在欧洲地区，公司业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响，未来产生影响的可能性也较小。

亚洲及大洋洲：在亚洲及大洋洲地区，公司业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响，同时，随着 2020 年 11 月 15 日东盟十国、中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的签订，公司业务在本区域的

发展未来将面临更加有利的宏观贸易环境。

南美洲：在南美洲地区，公司业务没有受到国际贸易摩擦、国际关系因素的影响。

②新冠疫情影响及在手订单情况

A、主要境外市场疫情情况

最近三年，公司境外销售占比在 50%左右，2020 年 1-9 月，由于境外疫情总体尚未得到有效控制，境外销售占比降低至 33.56%。发行人主要境外销售国家中，北美、欧洲、南美洲疫情较为严重，亚洲的日本、韩国、越南，以及澳洲的澳大利亚等国家疫情控制较好。

在境外市场方面，北美洲地区为公司的重要境外市场，其中以美国为主，其次为加拿大。目前美国疫情严重，游乐场经营部分州可以开放，部分州暂时关闭。

亚洲地区是公司的重要境外市场，其中对日本、韩国销售较多，其次为东南亚国家、中东地区等。目前日本、韩国、越南等国家疫情控制较好，游乐场正常开放；其他部分东南亚国家、中东等地区疫情较为严重，大部分游乐场处于暂停营业状态。

欧洲地区也是公司比较重要的境外市场，其中以欧盟国家、英国为主等。目前，主要欧盟国家、英国等疫情均较为严重，大部分游乐场亦处于暂停营业状态。

南美洲地区疫情也较为严重，其他地区销售占比相对较低。

B、主要境外市场疫情防控逐步取得积极进展

截至目前，美国辉瑞/德国 BioNTech、美国 Moderna、英国牛津-阿斯利康、中国生物、北京科兴中维等疫苗生产企业的新冠疫苗研发逐步取得决定性进展，已经或者预计即将在部分国家获批上市，为全球主要国家在 2020 年年底及 2021 年上半年逐步开展比较普遍的疫苗接种奠定了较好基础。世卫组织总干事高级顾问布鲁斯·艾尔沃德在会上表示，由于当前全球范围内展开的非凡工作，2021 年 3 月可能从根本上改变疫情发展方向和态势。

截至目前，发行人主要境外市场美国、加拿大、英国、主要欧盟国家、日本、韩国等发达国家和地区预计将在 2021 年上半年基本完成新冠疫苗接种工作，民众日常生活或经济活动将逐步恢复正常，为公司境外主要市场需求在 2021 年第二季度开始复苏奠定良好基础，预计 2021 年下半年将逐步恢复正常。

C、主要境外市场客户目前合作情况及在手订单情况

由于美国、加拿大、英国、主要欧盟国家、日本、韩国等发达国家和地区基本都制定了明确的疫苗接种计划，客户的产品引入计划性较好，疫情期间公司与主要境外市场重点客户保持紧密沟通和持续产品推介，目前，部分境外重点客户已经开始与公司积极沟通 2021 年产品计划，具体情况如下：

主要境外客户	客户简介	目前合作情况
Dave &Buster's Entertainment, Inc.（美国）	Dave&Buster 系北美地区经营规模最大的连锁型游艺娱乐场所经营企业，纳斯达克上市公司，股票代码 PLAY.O，旗下共 167 家门店，在游乐行业具有很强的市场影响力和标杆示范效应。 Dave&Buster 已于 2020 年 10 月完成 5.5 亿美元的五年期债券发行，资金实力进一步增强，正积极筹划 2021 年的新产品引入计划，备战疫情后的市场机会。	目前，公司已有一击即中、电梯枪击战、气垫球、深海钓鱼 2 代、炫动篮球等 5 款产品纳入 Dave&Buster 备选采购范围，现正处于与 Dave&Buster 的商务沟通阶段，预计从 2021 年 3 月开始发货销售。
H.BETTI INDSUTRIES INC.（美国）	H. BETTI INDUSTRIES, INC.成立于 1934 年，为美国 Betti 家族、Robert Geschine 持股的私人企业，系美国领先的娱乐设备、自动售货机等的分销商之一， 下游客户主要包括 Round1、Main Event Entertainment, Inc 等。Round1 为日本东京证券交易所上市公司，股票代码为 4680，日本国内最大的室内娱乐设施运营商，截至 2019 年 3 月，Round1 共运营 137 家门店，其中美国门店 32 家。Main Event 是美国著名的连锁家庭娱乐中心之一，是 Dave&Buster 的主要竞争对手之一。	公司胜利摩托 VR、星闪礼品机等产品已纳入 H. BETTI INDUSTRIES, INC.2021 年第一季度重点推广产品。 胜利摩托 VR 系公司 2019 年 11 月美国 IAAPA 展推出的新品，该款产品在美国部分主要游乐场营收数据排名第一，深受市场欢迎。虽受疫情影响市场推广有所减少，但一直保持较高市场热度，预计疫情后将成为境外热销产品。星闪礼品

主要境外客户	客户简介	目前合作情况
		机目前已在 Main Event 美国门店进行场地测试，场测营收数据良好，预计 2021 年一季度开始批量出货。
Atari Interactive, Inc.（美国）	Atari 成立于 1972 年，是视频游戏、商用游戏机、个人电脑和游戏发行领域的知名品牌，早期以《Pong》等游戏奠定市场领导地位，在视频游戏行业拥有强大的知识产权组合，包括 Asteroids®和 Pong®等特许经营权。	公司与 Atari 于 2020 年 8 月签订了独家经销协议及授权协议，Atari 授权公司使用“Atari”商标等生产 mini PONG（30cm）版本，并且仅可销售给 Atari 或经 Atari 事先明确书面同意的第三方。 mini PONG（30cm）为公司自主研发的便携式掌上游戏设备，瞄准家用游戏市场的巨大市场需求，首批 2,208 台已经于 2020 年 11 月发货，销售金额为 17.66 万美元。
株式会社 AEON FANTASY（日本）	株式会社 AEON FANTASY（日本永旺）为日本东京证券交易所上市公司，股票代码 8267，总部位于日本千叶，旗下的永旺幻想在全球拥有 820 余家游乐场门店，主要分布在亚洲，包括日本、中国、马来西亚、泰国、菲律宾等。 日本永旺集团为亚洲排名第一的零售企业，2019 年世界五百强企业排名第 118 位。	目前，日本永旺与公司有太空侵略者、定制保龄球机台等两款设备正处于商务洽谈阶段，合计采购数量 150 台，预计 2021 年 2 月开始发货。
万代南梦宫	万代南梦宫系东京证券交易所上市公司，股票代码：7832。该公司主要在全球范围内开发与娱乐相关的产品和服务，并在日本和海外提供各种娱乐活动，系国际文化娱乐产业巨头之一。2019 财年实现营业收入 7,323.47 亿日元，净利润 633.83 亿日元。	2019 年以来，公司向其销售一批炫动篮球，取得很好市场反响，已配置万代南梦宫旗下约三分之一的游乐场，计划将该产品在其旗下其他游乐场全面铺设；此外，胜利摩托 VR 已于 2020 年 8-10 月完成万代南梦宫场地测试，营收效果良好。 目前上述两款产品处于商务洽谈

主要境外客户	客户简介	目前合作情况
		阶段，预计在万代南梦宫新的预算年度之后（2021 年 4 月）开始发货。
GENDA 公司	GENDA 公司系日本知名游乐场运营企业，受让原日本世嘉旗下约 200 家游乐场门店，其子公司伍彩汇业于 2019 年与公司建立了良好合作关系。	目前 GENDA 与公司有 MINI 儿童机正处于商务洽谈阶段，该款产品已于 2020 年 10-11 月在其日本门店完成场地测试，营收情况较好，计划采购 400 台，预计 2021 年 2 月开始发货。

综上，在主要境外市场疫情预计将得到有效控制及主要境外市场的示范性客户的带动下，预计 2021 年发行人海外销售将逐步复苏，疫情对发行人境外市场的影响是阶段性的，境外疫情对发行人销售造成的相关不利影响不具有持续性。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“4、主营业务收入区域构成分析”之“（3）境外收入按国家或地区划分及国际贸易摩擦、疫情影响”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（三）主要境外市场同类产品的竞争格局，公司产品的竞争优、劣势，相关货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程

1、主要境外市场同类产品的竞争格局，公司产品的竞争优、劣势

从商用游戏游艺机行业来看，目前，日本、美国和中国台湾地区是全球商用游戏游艺机重要的创意中心，汇聚了美国的 ICE、Bay Tek、Raw Thrills，日本的万代南梦宫、世嘉森美、科乐美、喀普康，台湾的鈊象电子等知名游戏游艺设备公司。同时，中国大陆亦已成为全球商用游戏游艺机的主要生产和出口基地，其中公司打造的以“Unis”为品牌的产品经过多年的海外市场开拓与销售，已逐渐得到海外客户的认可。在美国、加拿大、日本、韩国、英国等境外客户销售中，公司产品亦主要与 ICE、Bay Tek、

万代南梦宫、世嘉森美、鈊象电子等公司的产品竞争，2017 年以来，公司自主研发产品小海盗钓鱼、直道飞车、极速保龄、欢乐乒乓等产品受到海外市场客户的认可与欢迎，公司 2017 年至 2019 年海外主要区域的销售金额亦有所增加。

公司销售产品主要集中在北美洲、亚洲及欧洲等地区，以上地区的主要市场同类产品竞争格局如下：

地区	市场竞争格局
北美洲	在北美市场竞争中，北美及日本企业凭借多年的行业积累、市场发展占据有利地位，ICE、Bay Tek、Raw Thrills 等美国企业、万代南梦宫、世嘉森美等日本企业均在北美拥有较高的市场份额；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技
亚洲	在亚洲市场竞争中，日本、中国台湾企业凭借多年的行业积累、市场发展占据有利地位，万代南梦宫、世嘉森美、科乐美、喀普康等日本企业、中国台湾的鈊象电子等企业均在亚洲拥有较高的市场份额；同时，北美等知名游戏游艺设备品牌 ICE、Bay Tek、Raw Thrills 亦在亚洲拥有较好的销售；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技、华立科技等
欧洲	在欧洲市场竞争中， ICE、Bay Tek、Raw Thrills 等美国企业、万代南梦宫、世嘉森美等日本企业均在欧洲拥有较高的市场份额；近年来，随着中国的游戏游艺设备行业的发展及出口的增多，中国品牌亦已开始占据一席之地，如世宇科技

公司产品在海外市场的竞争优势及竞争劣势如下：

竞争优势	竞争劣势
1、拥有自主品牌商标，在北美、亚洲、欧洲等地区具有一定的品牌效应 2、研发能力较强，游艺设备产品种类丰富齐全，可以满足客户各类需求 3、产品性价比高，具有成本优势 4、近 20 年的海外市场经营积累了稳定的客户资源和销售渠道，并拥有较强的海外市场服务能力	1、品牌影响力较低于成熟的国际品牌 ICE、Bay Tek、万代南梦宫、世嘉森美等 2、经营规模和资金实力相对较弱

竞争优势方面，通过多年的境外市场开拓，公司在境外市场拥有了受客户认可的自主品牌，有一定的品牌效应。同时，公司产品种类齐全，性价比高，质量稳定，能满足客户多种需求。竞争劣势方面，公司产品整体品牌影响力仍低于成熟的国际品牌，如 ICE、Bay Tek、万代南梦宫、世嘉森美等。公司设立海外营销部门，同时在香港、

加拿大分别设立了下属企业香港世宇、加拿大世宇，在海外建立了自有的销售、研发团队，重点负责海外市场开发，并结合海外游戏游艺设备市场需求和发展趋势等配合公司总部进行产品研发活动，并在美国设立仓库，积极克服文化、区域、服务响应时间等竞争劣势对公司境外市场开拓的影响。

2、境外销售相关货物流和资金流的流向情况

对于境外销售，公司以香港世宇作为海外销售平台，面向海外市场，货物流及资金流情况则具体如下：

货物流	资金流
大部分境外销售，由公司直接从中山发货报关出口给境外客户； 另外，公司将部分货物发往美国仓库，少量发往加拿大仓库，再根据客户需求从美国及加拿大仓库发往客户	公司主要由香港世宇对外签订销售订单，境外客户将货款支付给香港世宇，香港世宇定期将资金结算给世宇科技

报告期内，公司境外收入为 18,602.22 万元、23,566.94 万元、22,726.12 万元及 5,728.28 万元，主要为公司将产品直接从中山出口给境外客户实现的销售。报告期内，公司通过海外美国仓实现的销售收入分别为 2,146.28 万元、3,903.80 万元、5,239.40 万元及 896.91 万元，占境外销售的比例分别为 11.54%、16.56%、23.05%及 15.66%，通过加拿大仓库实现的销售收入分别为 102.45 万元、202.92 万元、209.88 万元、96.78 万元，占境外销售金额的比例分别为 0.55%、0.86%、0.92%及 1.69%。

3、境外客户的获取方式、开发历史、交易背景

对于境外客户开拓，公司主要通过积极参加各类游戏游艺产品博览会、展会进行公司产品展示，同时通过下属企业香港世宇、加拿大世宇进行境外市场推广，通过产品推广、客户拜访等方式获取境外客户。公司成立以来，一直积极参加美国的 IAAPA 展、日本 EAET 展、英国 InterFun 展、意大利 ENADA 展等展会，成功与 H. BETTI INDUSTRIES, INC.、TEEG TOPCO PTY LTD、EIKOU ELECTRONICS CO,LTD、INSTANCE AUTOMATICS LTD 等客户达成了良好的合作关系。

报告期内，公司报告期各期境外销售前五大客户的获取方式、合作历史、交易背

景如下：

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	日本	展会为主，平时的产品推广为辅	4年左右	万代南梦宫总部位于日本，系东京证券交易所上市公司，股票代码：7832。该公司主要在全球范围内开发与娱乐相关的产品和服务，并在日本和海外提供各种娱乐活动，系国际文化娱乐产业巨头之一，主要从事玩具、家用娱乐软件产品、游戏游艺设备、在线游戏、音视频制作等的研发、生产与销售，以及游乐场所运营服务，覆盖玩具业务、网络娱乐业务（包括游戏游艺设备）、视觉和音乐制作等三大业务分部。2019 财年实现营业收入7,323.47 亿日元，净利润633.83 亿日元； 万代南梦宫基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
H. BETTI INDUSTRIES, INC.	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	10年以上	H. BETTI INDUSTRIES, INC.系美国领先的娱乐设备、自动售货机等的分销商之一，主要代理品牌包括Unis（世宇）、Bay Tek、ICE、Raw Thrills、万代南梦宫、世嘉等行业知名品牌； H. BETTI INDUSTRIES, INC.基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
TEEG TOPCO PTY LTD	澳大利亚	展会为主，平时的产品推广为辅	15年以上	TEEG TOPCO PTY LTD，主要从事娱乐和早教等业务，旗下的“Timezone”已成为全球性的知名家庭娱乐中心品牌之一，在澳大利亚、新西兰、印尼、印度、菲律宾、新加坡和越南等七国拥有约280家门店； TEEG TOPCO PTY LTD基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
EIKOU ELECTRONICS CO,LTD	日本	展会为主，平时的产品推广为辅	13年以上	EIKOU ELECTRONICS CO,LTD主要负责游戏游艺设备的进口业务办理、贸易结算、产品改造、产品运输等，其所采购世宇科技的产品均销售给KAGA Amusement Co.，Ltd.。KAGA Amusement Co.，Ltd.系KAGA Electronics Co.，Ltd.（加贺电子株式会社，东京证券交易所上市公司，股票代码8154）的子公司，专业从事娱乐设备供应链服务，主要为日本永旺、Taito、SEGA等日本知名游乐场所经营企业服务，系日本销售规模领先的娱乐设备供应链服务企业； EIKOU ELECTRONICS CO,LTD基于KAGA Amusement Co.，Ltd对游戏游艺设备的需求

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
				向公司采购
INSTANCE AUTOMATICS LTD	英国	展会为主，平时的产品推广为辅	10 年以上	INSTANCE AUTOMATICS LTD 专业从事娱乐设备、自动售货机等的经销业务，经营的主要产品为投币式游戏机、贩卖机、礼品机及其配件，主要代理的品牌包括 Unis（世宇）、Elaut、LAI 等，主要销售区域包括英国和爱尔兰； INSTANCE AUTOMATICS LTD 基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
Player One Amusement Group Inc.	加拿大	展会为主，平时的产品推广为辅	17 年以上	Player One Amusement Group Inc.是多伦多证券交易所上市公司 Cineplex Inc.旗下公司，Cineplex Inc.主要业务包括电影、媒体、娱乐场所运营等，业务主要分布在北美地区的美国和加拿大，拥有游乐场进行运营； Player One Amusement Group Inc. 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	3 年以上	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.是纳斯达克上市公司，股票代码为 PLAY.O，主要在美国和加拿大从事餐饮、消遣、娱乐一体化连锁游乐场所运营，其将餐饮和娱乐相结合，为客户提供一体化“吃喝玩乐”的体验，属于北美地区经营规模最大的连锁家庭娱乐中心之一； Dave &Buster’s Entertainment, Inc. 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Atracciones Coney Island SAC	秘鲁	展会为主，平时的产品推广为辅	18 年以上	Atracciones Coney Island SAC 是拉丁美洲领先的家庭娱乐中心企业之一，游乐场品牌为“Coney Park”，拥有 70 余个门店，主要分布在秘鲁、智利和哥伦比亚； Atracciones Coney Island SAC 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购
Amusements Worldwide LLC.	美国	展会为主，平时的产品推广为辅	10 年以上	Amusements Worldwide LLC.主要从事游戏游艺设备经销、配件销售及服务。同时，Amusements Worldwide LLC.也为世宇科技提供北美、南美地区的售后服务、产品顾问等服务； Amusements Worldwide LLC. 基于其游乐场运营客户对游戏游艺设备的需求向公司采购
P.T.FUN INTERNATIONAL	印尼	展会为主，平时的产品推广为	合作 4 年以上	P.T.FUN INTERNATIONAL 拥有包括“Fun World”、“Kidzilla”、“Fun&Fit”等游乐场品牌，在印尼目前总共有约 150 多家门

客户名称	所处国家	获取方式	合作历史	交易背景
		辅		店，面对不同种类的市场和客户，属于印尼拥有游乐场数量最多的游乐场所运营商之一； P.T.FUN INTERNATIONAL 基于其游乐场运营的游戏游艺设备产品需求向公司采购

4、大额合同订单的签订依据、执行过程

公司在通过展会推广等方式与境外客户建立联系后，通过邮件、拜访等方式与客户进行沟通，同时在有新产品推出时将相关产品资料通过邮件、宣传册、视频等方式介绍给客户。客户根据其需求向公司采购，一般会对其感兴趣的新产品先购买较小的数量，置放于其游乐场进行营收测试，再根据机台的场地营收情况决定是否批量购买。若客户对产品有批量购买的需求，将向公司提出采购需求，包括产品名称、数量等，公司进一步与其沟通确认对所需产品的要求（包括产品版本等）、价格、结算方式、交货时间与方式等，双方协商一致后公司形成销售订单，经客户确认后，公司按约定安排相应生产、发货、运输等事宜，并依据销售订单约定的方式进行结算。

以公司 2020 年 1-9 月的主要境外客户 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.为例，2020 年 1-9 月公司对其实现收入 865.96 万元，主要系向其销售炫动篮球 342 台。公司在与 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.建立合作关系后，持续通过新产品推广展示等方式向其推介公司的新产品，2019 年公司推出炫动篮球后，受到其认可，于 2019 年 9 月向公司采购了 4 台炫动篮球并将其置放至其日本游乐场中，通过 2-3 个月的游乐场运营，BANDAI NAMCO 确认该机型受到市场欢迎、机台营收情况良好，故与公司进一步沟通了采购的需求，并与公司签订了订单，于 2019 年 12 月向公司批量采购了 90 台炫动篮球，并于 2020 年 1-9 月向公司采购了 342 台炫动篮球。

综上，**公司境外客户销售合同订单系依据客户需求、与客户沟通确定。报告期内，公司境外客户销售订单情况执行良好。**

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“4、主营业务收入区域构成分析”

之“（4）境外市场情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，充分、完整披露经销商模式的相关情况

1、发行人经销基本情况

报告期内，公司采取直销为主，经销为辅的销售模式。公司对经销客户的管理，与公司直销客户基本一致，主要以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式经销。公司一般未与经销客户签署经销商协议，也未将经销客户视作公司经销商进行管理。

公司一般未与经销客户签署经销商协议并进行相应管理主要是由公司下游客户所处行业特点所决定。游戏游艺设备产业下游终端客户相对分散，不同的经销客户掌握着各自的终端客户资源，经销客户之间在终端客户、市场区域上也可能存在重叠，因此，发展单一经销商难以具备公司开发当地市场的覆盖能力，从扩充销售渠道出发，公司一般会根据经营需要可能在同一国家或地区发展多家经销客户，因而未与经销客户签署指定经销区域等的经销商协议。

（1）公司经销客户的类型

公司经销客户主要包括三类：行业类经销商、贸易类公司和行业内游戏游艺设备生产厂商。行业类经销商指长期专注于游戏游艺行业领域相关产品的代理与销售，并围绕下游游艺娱乐场所经营企业需求提供包括游戏游艺设备选购、产品陈列咨询、售后维修，甚至产品租赁及融资等一体化服务的销售服务商；贸易类公司指非专业从事游戏游艺行业领域相关产品的代理与销售，仅以赚取商品贸易差价为目的，一般不具备为下游游艺娱乐场所经营企业提供一体化销售服务的能力的贸易性企业；行业内游戏游艺设备生产厂商指国内与公司主营业务相似的游戏游艺设备生产厂商，行业内游戏游艺设备生产厂商向公司采购产品主要系为满足其部分客户一体化采购需求，对于其自身不能生产的产品而向公司进行采购，业内游戏游艺设备生产厂商之间存在少量相互采购系行业普遍的销售模式。

（2）公司向各类经销客户的销售情况

报告期各期，公司向各类经销客户的销售情况具体如下：

单位：万元

项目		2020年1-9月		2019年		2018年		2017年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	贸易类公司	100.70	2.80%	581.29	4.52%	145.97	1.15%	468.12	5.69%
	行业内游戏游艺设备生产厂商	464.57	12.93%	1,423.24	11.07%	1,106.09	8.73%	1,273.73	15.48%
	小计	565.27	15.74%	2,004.53	15.59%	1,252.06	9.88%	1,741.85	21.17%
境外	行业类经销商	2,918.91	81.26%	10,413.30	80.97%	10,976.12	86.60%	6,251.08	75.97%
	贸易类公司	107.75	3.00%	443.59	3.45%	446.57	3.52%	235.09	2.86%
	小计	3,026.66	84.26%	10,856.89	84.41%	11,422.69	90.12%	6,486.17	78.83%
合计		3,591.93	100.00%	12,861.42	100.00%	12,674.75	100.00%	8,228.02	100.00%
主营业务收入		17,069.98		45,063.30		42,985.25		40,976.59	
占主营业务收入比重		21.04%		28.54%		29.49%		20.08%	

报告期各期，公司经销收入占主营业务收入的比重分别为20.08%、29.49%、28.54%和21.04%，其中，公司向行业类经销商的销售金额分别为6,251.08万元、10,976.12万元、10,413.30万元和2,918.91万元，占公司主营业务经销收入比重分别为75.97%、86.60%、80.97%和81.26%，行业类经销商是公司经销收入的主要来源。

（3）主要经销商与发行人是否存在实质和潜在关联关系

报告期内，公司向前五大经销客户的销售情况具体如下：

期间	序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占当期经销收入比重
2020年1-9月	1	H.BETTI INDSUTRIES INC.	各类游戏游艺设备	770.30	21.45%
	2	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	313.87	8.74%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	291.40	8.11%
	4	SOCIETE FRANCAISE AUTOMATIQUE	各类游戏游艺设备	177.80	4.95%
	5	AVRANCHES AUTOMATIC	各类游戏	127.84	3.56%

期间	序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占当期经销收入比重
			游艺设备		
	合计			1,681.21	46.81%
2019 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	2,301.91	17.90%
	2	H.BETTI INDSUTRIES INC.	各类游戏游艺设备	2,251.07	17.50%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	730.76	5.68%
	4	FARO GAMES COM S.R.L	各类游戏游艺设备	513.88	4.00%
	5	Global Amusement Inc	各类游戏游艺设备	463.00	3.60%
	合计			6,260.62	48.68%
2018 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	各类游戏游艺设备	2,846.68	22.46%
	2	H.BETTI INDSUTRIES INC.	各类游戏游艺设备	2,398.18	18.92%
	3	Amusements Worldwide LLC.	各类游戏游艺设备	479.96	3.79%
	4	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	462.52	3.65%
	5	PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA	各类游戏游艺设备	428.69	3.38%
	合计			6,616.03	52.20%
2017 年	1	H.BETTI INDSUTRIES INC.	各类游戏游艺设备	1,134.68	13.79%
	2	Amusements Worldwide LLC.	各类游戏游艺设备	1,065.24	12.95%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	各类游戏游艺设备	516.77	6.28%
	4	Amusement Services International LLC	各类游戏游艺设备	446.39	5.43%
	5	Kidsplay LLC	各类游戏游艺设备	370.49	4.50%
	合计			3,533.57	42.95%

报告期内，公司主要经销商与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员及其关系密切的家庭成员之间均不存在实质和潜在关联关系。

（4）是否专门经销发行人产品

公司主要经销客户均系长期从事游戏游艺设备相关产品代理与分销的销售服务商，拥有较为丰富的客户资源，非专门销售公司产品。报告期各期，公司前五大主要经销客户的基本情况如下：

序号	主要经销商名称	简介
1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	EIKOU Electronics.，Ltd 成立于 1984 年 11 月，注册地为日本名古屋市，注册资金 1,000 万日元，井垣谦二持有其 98%的股权，法定代表人为井垣谦二，专业从事游戏游艺设备进口业务。 EIKOU Electronics.，Ltd 主要负责游戏游艺设备的进口业务办理、贸易结算、产品改造、产品运输等，其所采购世宇科技的产品均销售给 KAGA Amusement Co.，Ltd.。KAGA Amusement Co.，Ltd.系 KAGA Electronics Co.，Ltd.（加贺电子株式会社，东京证券交易所上市公司，股票代码 8154）的子公司，专业从事娱乐设备供应链服务，主要为日本永旺、Taito、SEGA 等日本知名游乐场所经营企业服务，系日本销售规模领先的娱乐设备供应链服务企业。
2	H.BETTI INDSUTRIES INC.	H. BETTI INDUSTRIES, INC.成立于 1934 年，注册地为美国新泽西州，为美国 Betti 家族、Robert Geschine 持股的私人企业，首席执行官为 Peter Betti，总裁为 Robert Geschine，专业从事娱乐设备、自动售货机等的经销业务。 H. BETTI INDUSTRIES, INC.是一家家族企业，自 1934 年以来一直为客户提供创收解决方案，系美国领先的娱乐设备、自动售货机等的分销商之一，并为客户提供相应的配件、咨询、融资等服务，六次获得美国娱乐设备协会（AAMA）年度经销商奖。其旗下业务部门 Betson Enterprises 主要从事娱乐设备分销、产品维修及相关技术服务等，主要代理品牌包括 Unis（世宇）、Bay Tek、ICE、Raw Thrills、万代南梦宫、世嘉等行业知名品牌。
3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	INSTANCE AUTOMATICS LTD 成立于 1993 年，注册地为英国林肯郡，自然人 TINA EASON、IAN EASON 分别持股 50%、50%，专业从事娱乐设备、自动售货机等的经销业务，经营的主要产品为投币式游戏机、贩卖机、礼品机及其配件，主要代理的品牌包括 Unis（世宇）、Elaut、LAI 等，主要销售区域包括英国和爱尔兰。
4	SOCIETE FRANCAISE AUTOMATIQUE	SOCIETE FRANCAISE AUTOMATIQUE 创立于 1980 年，总部位于法国，主要股东为 Murielle Lavole，是一家专业从事游戏游艺设备及相关产品分销的企业，主要在法国从事游戏游艺设备的分销业务，经销品牌包括 Unis（世宇）、南梦宫、世嘉、ICE 等。
5	AVRANCHES	VRANCHES AUTOMATIC 创立于 1994 年，总部位于法国，主要股东为 Armand

序号	主要经销商名称	简介
	AUTOMATIC	Bendahan，是一家专业从事游戏游艺设备及相关产品分销的企业，主要在法国从事游戏游艺设备的分销业务，其中，经销品牌包括Unis（世宇）、南梦宫、世嘉、ICE、Bay Tek等。
6	FARO GAMES COM S.R.L	FARO GAMES COM S.R.L成立于1990年，注册地为意大利，注册资本为10万欧元。由股东Roberto Marai全资持有。FARO GAMES COM S.R.L主要面向意大利市场从事游戏游艺设备的分销，客户主要为家庭娱乐中心等游艺娱乐场所客户，经销的品牌包括Unis（世宇）、ICE、万代南梦宫、Bay Tek等。
7	Global Amusement Inc	Global Amusement Inc创立于1999年，总部位于美国佛罗里达州，创始人为Javier L. de la Uz，是一家专业从事游艺娱乐设备及相关产品分销的企业，主要在美国及南美州从事游戏游艺设备的分销业务，在哥伦比亚拥有较高的市场占有率，经销品牌包括Unis（世宇）、ICE、世嘉、南梦宫等。
8	Amusements Worldwide LLC.	Amusements Worldwide LLC.成立于2010年9月，注册地为美国达拉斯，自然人Gene Cramm夫妇持有其100%的股权,主要从事游戏游艺设备的经销、配件销售及服务。 Gene Cramm为美国知名游乐场所经营企业CEC工作30年，曾担任CEC副总裁，是游戏游艺行业资深人士。从CEC退休后不久，创立了Amusements Worldwide LLC.，主要从事游戏游艺设备经销、配件销售及服务，经销的品牌包括Unis（世宇）、意大利Memo Park等。同时，Amusements Worldwide LLC.也为世宇科技提供北美、南美地区的售后服务、产品顾问等服务。
9	PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA	PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA创立于2007年，主要股东为Andre’s Ferraz，持股比例99%。PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA是一家专业从事游戏游艺设备分销的企业，主要面向巴西市场的家庭娱乐中心等游艺娱乐场所客户，经销的品牌包括Unis（世宇）、世嘉、Bay-tek等。
10	Amusement Services International LLC	Amusement Services International LLC创立于1999年，股东为Prakash Vivekanand、Fiona Sutton，各持有50%的股权。Amusement Services International LLC是一家专业从事休闲娱乐设备分销的企业，主要面向中东、北非市场的家庭娱乐中心等游艺娱乐场所客户，经销品牌包括Unis（世宇）、世嘉、Bay Tek、万代南梦宫等。
11	Kidsplay LLC	Kidsplay LLC创立于1998年，执行董事为Roman Khramov。Kidsplay LLC主要从事游艺娱乐设备、保龄球及健身器材等设备的分销。Kidsplay LLC是俄罗斯等独联体国家市场最大的游艺娱乐设备分销商，能为客户提供家庭娱乐中心设立规划、场地设计与陈设、设备配置与安装、人员培训、产品售后维修等一揽子服务，经销的品牌包括Unis（世宇）、世嘉、万代南梦宫、ICE、Bay Tek等。

2、发行人同行业可比公司采用经销商模式的情况

发行人可比公司华立科技游戏游艺设备产品销售也以直销为主，同时将部分产品销售给贸易商客户。公司未与经销客户签署经销商协议，也未将经销客户视作公司经销商进行管理，公司经销客户与华立科技贸易商性质一致，均指称非终端游乐场客户。根据华立科技招股说明书，华立科技向贸易商销售产品情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
产品销售收入	8,257.32	36,422.01	39,657.82	34,946.03
其中：向贸易商销售金额	1,588.48	6,587.82	6,922.55	7,684.61
贸易商销售收入占比	19.24%	18.09%	17.46%	21.99%

报告期内，公司经销收入占主营业务收入的比重分别为 20.08%、29.49%、28.54%和 21.04%，与同行业可比公司华立科技经销模式及占比情况不存在显著差异。

3、发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

报告期各期，公司经销收入占主营业务收入比重分别为 20.08%、29.49%、28.54%及 21.04%，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业公司华立科技对贸易商的产品销售收入占其产品销售收入的比重分别为 21.99%、17.46%、18.09%及 19.24%，两者通过经销模式实现的销售占比都相对较低，不存在显著性差异。

2018 年、2019 年，公司经销收入占主营业务收入比重有所上升，主要系公司近年来新推出 ATARI PONG、极速保龄等产品，受到日本、美国、欧洲等境外地区客户的认可，2018 年、2019 年公司境外销售收入较 2017 年整体上增加较多。同时，日本、美国、欧洲等市场经过多年发展，已形成较为成熟的市场体系，大型、连锁的品牌型游艺娱乐场所占据了较大的市场份额，并形成了一批专业的行业类经销商，市场处于更加良性的竞争格局，公司经过多年的经营积累和自主研发，公司品牌形象、产品开发能力及性价比、服务等不断得到日本、美国、欧洲等主流市场客户的认可，而行业类经销商是日本、美国、欧洲等市场的重要力量，导致公司境外销售中经销客户占比相

对较高，进而整体上带动了公司经销收入比重的提升。

报告期各期，公司经销模式下商用游戏游艺机及新型游戏游艺设备的毛利率分别为 40.91%、41.61%、36.44%及 30.07%，公司综合毛利率分别为 34.43%、35.63%、35.31%及 34.24%，2017 年、2018 年、2019 年公司经销毛利率略高于公司综合毛利率水平，主要系公司经销收入主要来源于境外销售，而且主要来自日本、美国、欧洲等发达国家和地区的经销客户，一般而言，境外发达国家或地区市场准入门槛、质量要求、服务水平等都相对较高，因而这些市场的毛利率整体较高，导致公司经销毛利率整体略高于公司综合毛利率水平。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业可比公司华立科技向贸易商的销售毛利率分别为 19.17%、30.79%、31.38%及 33.14%。最近三年，公司经销模式下毛利率高于华立科技贸易商毛利率，主要系与华立科技产品结构、销售区域等存在差异所致，华立科技产品在海外销售占比相对较低，其模拟类机台销售占比高，而发行人海外销售范围广泛，并且在美国、欧洲、日本等发达国家市场经销销售占比相对较高，而这些市场的毛利率整体较高，同时，发行人在海外市场自主研发的嘉年华类机台销售占比较高，综合导致公司经销毛利率相对较高。

综上，公司通过经销模式实现的销售比例总体略高于同行业可比公司华立科技具有合理背景；经销毛利率略高于华立科技贸易商毛利率，主要系公司与华立科技产品结构、销售区域差异等因素所致。

4、经销客户的终端销售及期末存货情况

报告期内，公司与经销客户全部系以买断式经销的方式进行销售，依托经销客户的销售渠道，产品最终销往全球各地的游艺娱乐场所。

公司经销客户中行业类经销商一般结合产品历史销售情况、获取客户订单情况、海外船运物流时间等因素来向公司下达采购订单，一般备货预计销售期在 1-3 个月。贸易类公司和业内游戏游艺设备生产厂商等经销客户全部系取得最终客户订单后再向公司下达采购订单，不存在备货销售的情形。

保荐机构及申报会计师对 2019 年末及 2020 年 9 月末主要经销客户（含境内、境外）的期末存货进行了发函调查，核查情况具体如下：

经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	17	回函家数（家）	15
发函经销客户收入（万元）	2,738.22	回函经销客户收入（万元）	2,541.15
发函覆盖经销收入比重	76.23%	回函确认覆盖经销收入比重	70.75%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.96%
经销客户 2019 年末库存核查情况（2019 年度）			
发函家数（家）	24	回函家数（家）	21
发函经销客户收入（万元）	10,013.23	回函经销客户收入（万元）	9,463.82
发函覆盖经销收入比重	77.85%	回函确认覆盖经销收入比重	73.58%
回函确认库存产品数量（台）	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

综上，发行人经销客户整体期末库存较小，占比在 15%左右，公司行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，公司经销客户的期末库存与向公司采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，公司经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

5、报告期内经销商新增与退出情况

公司经销客户主要为专门从事游戏游艺设备代理与分销的行业类经销商，占各期公司经销收入比重约 80%左右。报告期内，与公司保持合作关系的行业类经销商分别为 28 家、32 家、37 家和 38 家，其中：2017 年行业类经销商新增 5 家、减少 1 家；2018 年行业类经销商新增 4 家；2019 年行业类经销商新增 6 家、减少 1 家；2020 年 1-9 月行业类经销商新增 1 家，整体保持稳定。

报告期各期，公司向当期新增行业类经销商的销售情况如下：

期间	序号	新增经销商名称	客户注册地	销售金额（万元）	占当期公司经销收入的比重
2020 年 1-9 月	1	4Fun A.B	瑞典	75.36	2.10%
	合计			75.36	2.10%

期间	序号	新增经销商名称	客户注册地	销售金额（万元）	占当期公司经销收入的比重
2019 年	1	Global Amusements, Inc.	美国	463.00	3.60%
	2	COMPANIA ORENES DE RECREATIVOS S.A.U	西班牙	252.09	1.96%
	3	Deith Distributing Incorporated	美国	247.42	1.92%
	4	Nordic Amusement Group	瑞典	109.31	0.85%
	5	Game Exchange of Colorado	美国	81.52	0.63%
	6	RIKOS Ltd.	俄罗斯	75.65	0.59%
	合计			1,228.99	9.56%
2018 年	1	J. SCHWARZ GMBH	德国	258.65	2.04%
	2	SIA FRANKOLOGICS	拉脱维亚	234.53	1.85%
	3	Automated Services LLC.	美国	124.50	0.98%
	4	Gold Coast International, Inc.	美国	55.97	0.44%
	合计			673.65	5.31%
2017 年	1	Moss Distributing	美国	57.25	0.70%
	2	50TH STATE COIN OP	美国	30.81	0.37%
	3	Magic Play Sp.z.o.o	波兰	23.07	0.28%
	4	Alpha Omega Sales, Inc.	美国	8.37	0.10%
	5	Uniana Co. Ltd.	韩国	0.24	0.00%
	合计			119.74	1.46%

报告期内，公司向各期新增行业类经销商的销售金额分别为 119.74 万元、673.65 万元、1,228.99 万元和 75.36 万元，占各期公司经销收入的比重分别为 1.46%、5.31%、9.56%和 2.10%，占比整体较小。

6、经销客户是否存在大量个人等非法人实体，是否存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司经销客户不存在个人客户等非法人实体的情形。

报告期内，公司销售通过现金回款的情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售现金回款金额（万元）	-	0.15	7.00	4.88

公司销售基本通过银行账户进行收款。报告期内，公司发生了少量销售现金回款情形，主要系部分客户因支付便利，少量小额配件采购时以现金直接回款。2019 年以来，公司对客户现金回款进行了进一步规范，最近一期，公司已不存在现金回款的情形。

报告期内，公司经销客户中存在少量第三方回款情形，具体如下：

单位：万元

客户名称	所属地区	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
PLAY FOUR FUN COMERCIAL IMPORTADORA	巴西	39.36	36.05	147.36	152.95
Grupo LP SRL	阿根廷	7.87	24.39	138.22	282.36
KIDSPLAY, LLC	俄罗斯	-	-	-	55.64
其他		0.01	27.84	63.39	13.19
合　计		47.24	88.28	348.97	504.14
公司经销收入		3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
第三方回款占经销收入比重		1.32%	0.69%	2.75%	6.13%

报告期内，公司经销客户中存在少量第三方回款情形，主要系部分新兴市场国家的境外经销客户，由于该等客户本国币值波动较大、美元汇兑受到一定程度管制或难度，因此客户委托第三方等渠道换取外汇向公司支付货款。报告期各期，公司经销客户第三方回款占公司经销收入比重分别为 6.13%、2.75%、0.69%和 1.32%，占比整体处于较低水平。

公司境外客户存在部分第三方回款，主要系由该等客户所在国主要为新兴市场国家，本国币值波动较大，美元汇兑均受到一定程度管制或者难度，部分客户难以获得采购机台所需的美元，因此，需要寻求第三方等渠道换取外汇并由其代付采购货款。

7、通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的比较

报告期各期，公司通过经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率比较情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直销	境内	10,776.43	34.33%	20,332.65	29.76%	18,166.25	28.93%	20,632.52	28.55%
	境外	2,701.62	35.48%	11,869.23	41.58%	12,144.25	37.26%	12,116.05	38.63%
	小计	13,478.05	34.56%	32,201.88	34.12%	30,310.50	32.27%	32,748.57	32.28%
经销	境内	565.27	32.08%	2,004.53	28.19%	1,252.06	29.00%	1,741.85	29.10%
	境外	3,026.66	29.88%	10,856.89	39.07%	11,422.69	43.83%	6,486.17	45.06%
	小计	3,591.93	30.23%	12,861.42	37.37%	12,674.75	42.36%	8,228.02	41.68%
合计		17,069.98	33.65%	45,063.30	35.05%	42,985.25	35.24%	40,976.59	34.17%

经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率具体对比分析如下：

（1）最近三年经销模式毛利率高于直销模式毛利率，主要由于经销模式下境外收入占比较高，而境外业务毛利率普遍较高

我国是全球游戏游艺设备主要生产基地，拥有 2 千多家游戏游艺设备生产厂商，且主要集中在广州番禺和中山，下游游戏游艺场运营商可以较直接地通过参加定期举办的游戏游艺展会与厂商建立联系，或直接前往广州、中山联系厂商挑选机台。在国内产业链上，游戏游艺厂商通常直接面对终端客户。因此，公司境内以直销为主，经销占比较小，且经销收入主要来源于向同行业制造商销售，为满足最终客户一体化采购需求而向公司采购。

境外游戏游艺设备的生产厂商分布相对分散，且在产品种类齐全度、性价比等因素不及国内，因此国内厂商机台仍然是境外客户的重要选择目标。一方面，境外终端客户可以与国内厂商建立直接联系；但另一方面，由于语言不通或信息不对称等原因，专业的游戏游艺经销商帮助厂商和终端客户间建立桥梁。因此，公司境外直销和经销占比各半。

总体而言，经销模式下境外收入占比较高是由于行业特点决定的。

国内外竞争环境有所不同，国内游戏游艺设备制造企业集中，竞争环境激烈，价格敏感度较高；境外制造企业分布分散，竞争相对有序，价格敏感度相对较低。公司产品根据目标市场区域不同制订了不同的价格体系，一般而言，同类产品海外市场价

格一般高于国内市场价格，境外毛利率高于境内。公司经销收入以海外收入为主，直销收入境内占比较高，因此，公司经销产品均价整体高于直销产品均价。

（2）2020 年 1-9 月直销与经销毛利率差距缩小，主要由于直销模式下合作运营机台转销售，该部分销售毛利率较高

2020 年 1-9 月受新会计准则将运费由销售费用调整至成本核算,,导致境外经销模式毛利率下降；直销模式由于公司与大玩家、西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司的合作运营机台转销售，合作运营机台折旧年限为 3 年，由于该部分机台净值较低，但实际成新度较高，因此该部分毛利率较高，达 69.50%，销售额 731.66 万元，拉高了直销毛利率。

（3）境外经销和直销毛利率高低存在波动，主要由于境外销售区域波动影响

公司境外销售区域主要包括亚洲、北美洲、欧洲、南美洲等地区，受经济发展水平、居民消费能力、行业发展状况等因素影响，价格敏感程度存在差异，公司定价策略上亦采取差异化的方式。如北美洲、欧洲、日本等发达地区，对产品品质要求较高，同款机型倾向于选择配置更优的版本，公司定价相对较高，相应毛利率更高；而东南亚、南美洲等发展中地区，更关注性价比，定价略低，相应毛利率略低。

2017 年和 2018 年，境外经销毛利率高于直销毛利率，主要由于境外市场中美国等发达国家的经销收入占比较高，美国等发达国家市场销售毛利率较高。2017 年和 2018 年，美国市场经销收入占境外经销收入的比例分别为 40.98%和 37.21%。

2019 年境外经销毛利率低于直销毛利率，主要系公司当年对日本经销客户 EIKOU Electronics.，Ltd 销售 342 台 6 人版疯狂套动物为公司向同行业采购的机台，金额 1,897.34 万元，毛利率较低，仅为 12.72%，导致境外经销毛利率有所降低。

2020 年 1-9 月，境外经销毛利率低于直销毛利率，主要系公司自 2020 年 1 月 1 日起，执行新收入准则，快递运输费中履行销售合同发生的必要成本部分计入营业成本。同时，公司境内销售货物相关的运输服务主要由客户自行办理，因此实际由公司承担的运输费主要为实现境外销售而产生的货物运输费，其中又以公司对美国仓库进

行备货产生的运输费为主。外销客户中，美国地区以经销客户为主，2020 年新收入准则的执行导致美国地区销售的成本有所上升，美国地区经销客户的毛利率有所下降，进而导致 2020 年 1-9 月境外经销综合毛利率有所下降。

（4）境内经销毛利率与直销毛利率相当，主要由于定价策略上无显著差异

在国内产业链上，游戏游艺厂商通常直接面对终端客户。公司境内以直销为主，经销占比较小，且经销收入主要来源于向同行业制造商销售，为满足最终客户一体化采购需求而向公司采购。因此，公司境内定价策略上直销和经销不存在明显差异，境内直销和经销毛利率水平相当。

综上所述，公司经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率变化合理。

8、给予经销客户信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销客户的应收账款是否显著增大

公司对经销客户的管理与直销客户基本一致，主要以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式经销。公司未与经销客户签署经销商协议，也未将经销客户视作公司经销商进行管理。

与直销客户一致，公司给予经销客户的信用政策系综合考虑经销客户的销售规模、市场地位、与公司合作期限以及客户所在国经济环境等因素来确定，给予不同经销客户不同的信用政策。一般情况下，对于综合实力较强、与公司合作期较长的经销客户，公司会给予 1-3 个月左右的信用期，对于贸易类客户或行业内游戏游艺设备厂商的同业采购客户，公司一般采取款到发货的政策。公司对于综合实力较强的直销客户一般给予 1-3 个月左右的信用期，对于一般的直销客户也采取款到发货的政策，对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，经过客户提出，由总经理审批后，可以对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的信用期，公司不存在给予经销客户信用政策显著宽松于其他销售方式的情形。

报告期内，公司对经销客户销售金额及期末应收账款余额情况如下：

项目	2020 年 9 月末/2020 年 1-9 月		2019 年末/2019 年度		2018 年末/2018 年度		2017 年末/2017 年度	
	应收账款余额	销售收入	应收账款余额	销售收入	应收账款余额	销售收入	应收账款余额	销售收入
经销	1,248.24	3,591.93	1,039.77	12,861.42	1,005.77	12,674.75	896.73	8,228.02

最近三年各期末，公司经销客户应收账款期末余额变动与销售收入变动相匹配。2020 年 9 月末，经销客户应收账款余额有所增加，回款速度有所减缓，主要系受境外新冠疫情影响，部分经销客户回款有所放缓，主要系阶段性客观因素造成的，公司不存在通过主动放宽信用期刺激销售的情形。

综上，公司经销客户应收账款期末余额变动与销售收入变动相匹配，不存在期末应收账款显著增大的情形。

9、公司境内外经销毛利率比较情况

报告期内，公司区分境内、境外经销客户毛利率情况比如如下：

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		境内经销毛利率	境外经销毛利率	境内经销毛利率	境外经销毛利率	境内经销毛利率	境外经销毛利率	境内经销毛利率	境外经销毛利率
商用游戏游艺机	模拟类	35.66%	22.41%	26.89%	36.41%	22.74%	35.18%	24.83%	51.65%
	儿童类	32.53%	45.11%	34.13%	20.37%	32.31%	47.70%	23.27%	44.34%
	嘉年华类	29.40%	32.27%	29.83%	46.80%	27.86%	44.56%	34.43%	45.80%
	礼品类	33.28%	32.95%	35.91%	53.91%	38.06%	45.32%	35.68%	37.12%
新型游戏游艺设备		32.03%	30.32%	27.96%	36.27%	33.38%	35.28%	-	-
合计		32.22%	29.65%	29.14%	37.63%	27.32%	43.24%	29.59%	44.27%

最近三年，公司向境外经销客户销售毛利率整体高于境内经销客户销售毛利率水平，主要系公司境外经销销售区域主要为日本、美国、欧洲等发达国家和地区。报告期各期，公司来自于境外发达国家和地区行业类经销商的销售收入占境外经销收入的比重分别为 79.77%、87.33%、93.13%和 92.48%，一般而言，境外发达国家和地区的市

场准入门槛、质量要求、服务水平等都相对较高，从而这些市场区域的产品销售毛利率整体相对较高；此外，公司在海外市场销售的自主研发嘉年华类机台销售占比相对较高，自主研发产品整体毛利率相对较高，从而也提升了境外经销毛利率水平。

2020 年 1-9 月，境外经销收入毛利率略低于境内经销收入毛利率，主要系公司自 2020 年起执行新收入准则，快递运输费中履行销售合同发生的必要成本部分计入营业成本，同时公司境内销售货物相关的运输服务主要由客户自行办理，因此实际由公司承担的运输费主要为实现境外销售而产生的货物运输费，导致境外收入毛利率有所下降。若不考虑运费影响，2020 年 1-9 月境外经销毛利率为 33.96%，仍高于境内经销毛利率。2020 年 1-9 月，公司模拟类产品境外经销毛利率较境内经销毛利率偏低，主要系 2020 年 1-9 月公司向境外经销客户代理销售 Taito Corporation 的 “一击即中”产品 84.25 万元，该款产品暂处于市场推广阶段，销售毛利率为 3.35%，从而拉低了 2020 年 1-9 月模拟类产品境外经销毛利率水平。

综上，公司境外经销毛利率高于境内经销毛利率主要系受销售区域、产品结构不同所致，公司境外经销毛利率整体高于境内经销毛利率是合理的。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及变化情况”之“（二）主要经营模式”之“4、销售模式”之“（3）经销模式相关情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、量化分析并披露配件销售数量及金额与商用游戏游艺机销售规模的匹配性

报告期各期，公司配件收入分别为 1,412.55 万元、1,283.54 万元、1,642.51 万元及 407.72 万元。报告期各期，公司配件销售数量、金额与公司游戏游艺设备（包括商用游戏游艺设备及新型游戏游艺设备）销售规模的匹配性如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
配件销售数量（万件）	11.27	45.53	-4.31%	47.58	-23.22%	61.97
配件销售收入（万元）	407.72	1,642.51	27.97%	1,283.54	-9.13%	1,412.55
配件单价（元/件）	36.18	36.08	33.73%	26.98	18.39%	22.79
游戏游艺设备销量（台）	4,941	13,658	-7.91%	14,831	6.77%	13,891
游戏游艺设备销售金额(万	15,972.39	41,870.35	4.66%	40,006.41	6.68%	37,502.65

元）						
设备单价（万元/台）注	3.23	3.07	13.70%	2.70	0.00%	2.70
配件收入/设备销售数量	0.08	0.12	33.33%	0.09	-10.00%	0.10
配件收入/设备销售金额	2.55%	3.92%	22.12%	3.21%	-14.85%	3.77%

注：公司 2018 年推出新型游戏游艺设备，单价相对较低，剔除该设备的影响，报告期内公司商用游戏游艺设备的平均售价分别为 2.70 万元/台、2.82 万元/台、3.15 万元/台和 3.24 万元/台，呈不断上升趋势。

报告期内，公司实现配件销量分别为 61.97 万件、47.58 万件、45.53 万件和 11.27 万件，销售金额分别为 1,412.54 万元、1,283.53 万元、1,642.51 万元和 407.72 万元。2020 年 1-9 月，因受疫情原因，下游游乐场客户门店经营受到较大影响，导致公司配件销量和销售金额阶段性降幅较大。2017 年至 2019 年，公司配件销售数量逐年有所下降，主要是单价较低的配件销售下降较为明显，公司积极调整产品结构、加强细节品质管理（如低价部件的质量管理），持续研发和推出品质和价格相对较高的游戏游艺设备，售后配件特别是价格相对较低的配件的销量呈下降趋势，售价呈上升趋势。公司不同价格区间的配件销售数量及销售金额情况如下：

单位：万件，万元

配件单价（元）	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比	销售数量	销售金额	占比
0-100 元	10.66	97.99	24.03%	43.36	385.84	23.49%	45.06	302.07	23.53%	59.34	342.12	24.22%
100-1000 元	0.54	159.47	39.11%	1.94	584.10	35.56%	2.30	487.65	37.99%	2.45	591.79	41.90%
1000 元以上	0.07	150.25	36.85%	0.23	672.57	40.95%	0.22	493.81	38.47%	0.18	478.64	33.89%
合 计	11.27	407.72	100.00%	45.53	1,642.51	100.00%	47.58	1,283.53	100.00%	61.97	1,412.54	100.00%

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入分产品构成分析”之“（3）其他主营业务”之“④配件销售情况及与商用游戏游艺机销售的匹配性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、补充披露报告期各期退换货具体情况，包括退换货客户、退换货数量和金额、退换货原因等，分析并披露 2020 年 1-9 月退换货情况相较上年同期是否大幅增加及原因

根据公司与客户签署的销售合同，若公司产品在规定期限内出现质量问题，客户可以要求退换货；但未出现质量问题的情况下，合同并未明确约定客户退换货的权利。对于长期合作关系良好的客户，基于双方友好协商、合作共赢，在不影响商品二次销售的前提下，公司通常接受个别客户因需求变更等导致的退换货请求。

报告期各期，公司产品退换货具体情况如下：

单位：台、万元

期间	客户名称	退换货名称	退货数量	退货金额	换货数量	换货金额	退换货具体原因
2020 年 1-9 月	Pioneer Sales & Service	极速保龄	2	6.29			客户需求变更，协商退货
	成都市祥瑞动漫中心	舞律炫步	1	7.97			客户需求变更，协商退货
	Snag a Game	欢乐乒乓	45	66.17			客户需求变更，协商退货
		欢乐乒乓座椅	2	0.12			
	梁明辉	舞律炫步	1	6.90			客户需求变更，协商退货
	广州市胜骅动漫科技有限公司	星际宝藏	1	3.98			客户需求变更，协商退货
	中山市冠宇娱乐有限公司	北极冰屋 4 人版			4	14.51	客户需求变更，由北极冰屋改为超级摩托车 3 代
	合 计		52	91.43	4	14.51	
2019 年度	天素科技有限公司	黄金堡	2	6.72			客户需求变更，协商退货
		动感飞车	2	4.53			
	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	椰子大战	1	4.25			
		星闪礼品机	1	4.57			
		童话世界	1	2.65			运输过程中

期间	客户名称	退换货名称	退货数量	退货金额	换货数量	换货金额	退换货具体原因
							损坏，客户退回
	Legacy Coin	极速保龄	1	2.59			运输过程中损坏，客户退回
	威海悠乐堂企业管理有限公司	音律炫动			1	5.07	客户需求变更，由音律炫动产品改为极速保龄和驱魔使者
	Moss Distributing	极速保龄	1	5.47			运输过程中损坏，客户退回
	合 计		9	30.78	1	5.07	
2018 年度	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	挖糖机配件	6	0.18			客户需求变更，协商退货
	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司哈尔滨阿城分公司	LED 软灯条	1	0.03			
	林裕	安全带	1	0.06			
	杭州星恒乐儿童游乐有限公司	怪兽猎人			2	5.69	客户需求变更，换成欢乐乒乓和挖糖机产品
	合 计		8	0.27	2	5.69	
2017 年度	深圳市南百旺园艺有限公司	狂野狩猎	1	7.26			客户需求变更，协商退货
	廖丹	彩虹娃娃机			3	1.23	客户需求变更，换成七彩娃娃机
	合 计		1	7.26	3	1.23	

报告期内，客户退换货主要原因系客户需求变更，经与公司协商取得同意后，办

理退换货。2020 年 1-9 月，退换货金额较上年有所增加，主要系对 Snag a Game 进行了退货，系应其需求变更公司与其协商一致后产生的退货，金额为 66.29 万元。总体来看，报告期内，公司整体退换货金额较小，对整体经营不构成重大影响。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“16、退换货情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

六、补充披露2020年1-9月外购套件生产产品的销售收入占比提升的背景和原因，发行人对外购套件的依赖性是否增强

报告期各期，公司外购套件机生产产品的销售收入及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售金额	6,393.19	10,753.87	8,854.99	8,966.54
主营业务收入	17,069.98	45,063.30	42,985.25	40,976.59
占比	37.45%	23.86%	20.60%	21.88%

2017 年至 2019 年，公司外购套件机生产产品的销售收入占主营业务收入的比例为 21.88%、20.60%及 23.86%，占比较小，且相对稳定。2020 年 1-9 月公司外购套件生产产品的销售收入占比为 37.45%，较上年有所上升，主要是由于受到疫情的阶段性影响导致销售结构出现阶段性变化所致。一方面，受疫情影响，公司境外销售金额下降幅度较大，极速保龄、欢乐乒乓等境外销售较好的自主研发产品销售下降幅度较大，阶段性导致公司在境外市场的自主研发产品销售占比有所下降；另一方面，公司于 2019 年下半年新引进的胜利摩托 VR、华卡音舞的套件生产机台在 2020 年 1-9 月受到市场欢迎并取得了良好的销售，综合导致 2020 年 1-9 月公司外购套件生产机台销售占比有所提升。

同行业可比公司，最近三年一期外购套件机生产产品的销售收入占比情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	72.50%	76.06%	71.76%	78.32%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	37.45%	23.86%	20.60%	21.88%

注：华立科技 2020 年 1-9 月比例为其 2020 年 1-6 月比例，华立科技的占比为套件机台占设备销售收入占比

公司一直专注于商用游戏游艺设备领域，采取自主研发为主、外购知名 IP 套件资源为辅产品发展思路，具备较强的技术研发和产品开发能力。报告期内，发行人外购套件机生产产品的销售收入占比远低于同行业可比公司的水平。

而且发行人与套件厂商合作时间较长，建立了稳定的合作关系，公司属于国内少数具有较强自主开发能力的企业，并形成了完整的产业链结构，具备较强的综合市场竞争力，成为优质套件厂商优先合作伙伴，且双方的合作是基于双方实际业务需求，不存在单方面的依赖，套件厂商停止与发行人合作的风险较低。

总体来看，2020 年 1-9 月公司外购套件生产机台销售占比上升主要系受新冠疫情影响导致产品销售阶段性结构变动所致，公司产品仍以自主研发为主，外购套件生产机台销售占比整体较低；2020 年 1-9 月，外购套件生产机台销售占比的小幅上升，不会导致发行人对外购套件产生重大依赖。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“7、2020 年 1-9 月外购套件生产产品的销售收入占比提升的背景和原因，发行人对外购套件的依赖性是否增强”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

七、中介机构核查情况

（一）逐条对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求，说明对经销模式的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1、经销商模式的收入确认

报告期内，公司采用直销为主，经销为辅的销售模式，公司对经销客户的管理与直销客户基本一致，主要以购销订单或合同方式约定买卖双方的权利和义务，全部为买断式经销。公司未与经销客户签署经销商协议，也未将经销客户视作公司经销商进

行管理。

保荐机构、申报会计师、发行人律师获取了报告期内经销模式下的销售合同或订单，查阅与产品所有权有关的主要风险和报酬发生转移或控制权转移的关键业务条款（包括结算方式、信用政策、交付货物条款及时间等）；结合关键业务条款判断风险和报酬或控制权发生转移的具体时点，判断公司对经销商确认收入的会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定。

①经销模式下收入确认的具体方法

公司经销模式的收入确认方法和时点：

（1）内销收入

合同已签订，公司根据合同（或订单）约定在指定地点将产品交付给客户，公司根据客户签收时点确认收入；合同约定在产品验收合格后控制权才发生转移的，公司在客户验收合格时点确认收入。

（2）外销收入

对于直接从中山发货给海外客户的销售，公司在相关产品办理完毕报关手续后确认外销收入。对于境外子公司从境外仓库发货的销售，公司以客户提货时间确认外销收入。

②收入确认符合《企业会计准则》的规定

发行人自2020年1月1日起执行《企业会计准则第14号—收入》（2017年修订），经销模式下在公司履行了合同的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。根据发行人与经销客户签订的合同或订单，经经销客户签收或验收确认后，与商品所有权相关的主要风险和报酬即予以转移，经销客户取得商品的控制权。结合新收入准则分析，在判断客户是否已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：

A.企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

B.企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；

C.企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

D.企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

E.客户已接受该商品；

F.其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

2017 年至 2019 年，发行人执行《企业会计准则第 14 号—收入》（2006 年），经销模式下，公司实现商品所有权上的主要风险和报酬的转移时确认收入。

A.根据发行人与经销客户签订的合同或订单，发行人将商品交付客户后，该货物可能发生减值或毁损等造成的损失与发行人无关。发行人已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给客户；

B. 发行人既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

C. 根据经销合同或订单，商品销售价格已确定、发货时相应成本可明确，收入及成本金额能可靠计量；

D. 发行人与经销客户签订的合同约定了付款条件，相关的经济利益很可能流入发行人。

综上所述，发行人经销模式下的收入确认符合《企业会计准则》的规定。

2、经销客户和发行人是否存在实质和潜在关联关系

保荐机构、申报会计师、发行人律师通过全国企业信用信息公示系统、企查查，以及通过中国出口信用保险公司打印海外主要经销客户的《海外资信报告》、查阅客户的公开披露信息等方式查询了发行人境内外主要经销客户的工商信息、主要人员及

股权结构等情况；获得了发行人控股股东、实际控制人及董监高、核心技术人员等关键管理人员的调查表，并与发行人主要经销客户的主要人员、股东进行对比。

保荐机构、申报会计师、发行人律师对发行人主要经销客户进行了实地走访，了解其与发行人合作历史，确认了其与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系。

经核查，报告期内，发行人主要经销客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员及其关系密切的家庭成员之间不存在实质和潜在关联关系。

3、发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

报告期内，发行人经销收入占主营业务收入的比重分别为 20.08%、29.49%、28.54%和 21.04%，发行人可比公司华立科技游戏游艺设备产品销售也以直销为主，同时将部分产品销售给贸易商客户。根据华立科技招股说明书，华立科技向贸易商销售产品情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
产品销售收入	8,257.32	36,422.01	39,657.82	34,946.03
其中：向贸易商销售金额	1,588.48	6,587.82	6,922.55	7,684.61
贸易商销售收入占比	**19.24%**	**18.09%**	**17.46%**	**21.99%**

经核查，报告期内，发行人采取的经销模式与同行业可比公司不存在重大差异，符合发行人实际经营情况，具备商业合理性。

4、发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

报告期各期，公司经销收入占主营业务收入比重分别为 20.08%、29.49%、28.54%及 21.04%，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业可比公司华立科技对

贸易商的产品销售收入占其产品销售收入的比重分别为 21.99%、17.46%、18.09%及19.24%，两者通过经销模式实现的销售占比都相对较低，公司的经销模式收入占比相对略高。

报告期各期，发行人经销模式下商用游戏游艺机及新型游戏游艺设备的毛利率分别为 40.91%、41.61%、36.44%及 30.07%；2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，同行业可比公司华立科技向贸易商的销售毛利率分别为 19.17%、30.79%、31.38%及33.14%。最近三年，发行人经销模式下毛利率高于华立科技贸易商毛利率，主要系与华立科技产品结构、销售区域等存在差异所致，华立科技产品在海外销售占比相对较低，其模拟类机台销售占比高，而发行人海外销售范围广泛，并且在美国、欧洲、日本等发达国家市场经销销售占比相对较高，而这些市场的毛利率整体较高，同时，发行人在海外市场自主研发的嘉年华类机台销售占比较高，综合导致公司经销毛利率相对较高。

经核查，发行人通过经销模式实现的销售比例与同行业可比公司华立科技不存在显著差异，发行人经销毛利率略高于华立科技贸易商毛利率，主要系发行人与华立科技产品结构、销售区域差异等因素所致，是合理的。

5、经销商是否专门销售发行人产品

保荐机构、申报会计师、发行人律师对发行人主要经销客户进行了实地走访，了解了其与发行人合作的具体情况、经营规模、结算方式、发行人销售产品占其当期采购总额的比例等，并获取了经客户确认的访谈稿。

经核查，报告期内，发行人主要经销客户不存在专门销售发行人产品的情况。

6、经销商的终端销售及期末存货情况

报告期内，发行人与经销客户全部系以买断式经销的方式进行销售，依托经销客户的销售渠道，产品最终销往全球各地的游艺娱乐场所。

发行人经销客户中行业类经销商一般结合产品历史销售情况、获取客户订单情况、

海外船运物流时间等因素来向发行人下达采购订单，一般备货预计销售期在 1-3 个月。贸易类公司和业内游戏游艺设备生产厂商等经销客户全部系取得最终客户订单后再向发行人下达采购订单，不存在备货销售的情形。

保荐机构、申报会计师对 2019 年末及 2020 年 9 月末主要经销客户的期末存货进行了发函调查。

经核查，发行人经销客户整体期末库存较小，占比在 15%左右，发行人行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，发行人经销客户的期末库存与向发行人采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

7、报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

保荐机构、申报会计师、发行人律师获取了发行人报告期各期行业类经销商名单，统计报告期各期行业类经销商新增、退出的数量；根据实际业务发生情况，统计并整理了报告期内公司新增行业类经销商收入及占主营业务收入比例，并访谈公司销售人员，了解报告期内行业类经销商新增、退出的具体原因，判断其是否具有合理性。

经核查，发行人经销客户主要为专门从事游戏游艺设备代理与分销的行业类经销商，占各期发行人经销收入比重约 80%左右。报告期内，与发行人保持合作关系的行业类经销商分别为 28 家、32 家、37 家和 38 家，其中：2017 年行业类经销商新增 5 家、减少 1 家；2018 年行业类经销商新增 4 家；2019 年行业类经销商新增 6 家、减少 1 家；2020 年 1-9 月行业类经销商新增 1 家，整体保持稳定，发行人报告期内行业类经销商不存在较多新增与退出情况。

8、经销商是否存在大量个人等非法人实体

保荐机构、申报会计师、发行人律师取得了发行人报告期内销售明细账，并通过全国企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开网络渠道查询了发行人主要经销客户的工商信息，判断其是否为法人单位或非法人单位。

经核查，发行人经销客户不存在个人等非法人实体的情形。

9、经销客户回款是否存在大量现金和第三方回款

为了核查发行人的经销商回款中是否存在大量现金和第三方回款情况，保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

（1)查看了发行人现金日记账，选取交易金额较大的进行抽查，抽查比例达到50%，检查了相应原始单据，追踪现金收入、支出的来源和去向，了解并测试发行人现金收支流程的内部控制，取得发行人关于现金管理制定的相关制度，核查现金收支履行的相关审批程序，查看发行人相关内控制度设计及执行的有效性；

（2）获取发行人关于报告期内收款的统计表和发行人银行流水，将其年度收款总额与银行流水进行核对，确认统计表的完整性；筛选统计表中合同方与回款方不一致的情况，汇总作为第三方代付的清单，与发行人提供的第三方付款统计清单进行核对，确认不存在差异；

（3）获取主要第三方回款方的销售合同，检查合同关于回款的条款，并确认销售的真实性，对于境内外主要第三方回款方，中介机构通过对其走访、发函询问、电话访谈等方式，确认了第三方回款金额的准确性，并了解了回款的必要性及商业合理性。

经核查，发行人经销客户不存在大量现金和第三方回款。

10、发行人通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的是否差异较大

保荐机构、申报会计师获取了主要产品毛利率计算明细表，核查主要产品销售收入及数量、销售成本，测算主要产品生产成本归集与分配及单位成本准确性，统计并整理了发行人主要产品在不同销售模式下的毛利率情况，针对在不同销售模式下毛利率差异较大的产品，访谈销售人员了解相关情况，进一步分析差异较大的原因及合理性。

最近三年，发行人经销毛利率高于直销毛利率，主要系发行人经销收入主要来源于境外销售，且发行人境外经销客户主要分布在美国、日本、欧洲等发达国家或地区，产品准入门槛相对较高，市场发展较为成熟，毛利空间相对较大，从而导致发行人经销毛利率整体高于直销毛利率水平。2020 年 1-9 月，公司经销毛利率低于直销毛利率水平，一方面系公司根据新会计准则的要求，将相关海运费等由销售费用调整到营业成本核算，而公司经销主要以境外销售为主，进而导致经销毛利率同比出现下降；另一方面，2020 年 1-9 月，公司将部分原合作运营机台转卖销售，由于转卖机台已根据会计政策计提折旧净值较低，从而导致合作运营机台转售时毛利率较高，拉升了 2020 年 1-9 月模拟类直销毛利率水平。

经核查，报告期内发行人经销毛利率与直销毛利率存在一定差异具有合理性，与发行人实际经营情况相符。

11、给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款是否显著增大

保荐机构、申报会计师获取了发行人报告期内应收账款明细表，统计并核查了发行人经销客户的应收账款的情况，并且向销售人员了解了应收账款余额较大的经销客户的具体情况及变动原因，核查发行人经销模式的信用政策是否有效执行；对比发行人在其他销售模式的应收账款信用期，核查发行人给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销客户的应收账款是否显著增大。

与直销客户一致，发行人给予经销客户的信用政策系综合考虑经销客户的销售规模、市场地位、与公司合作期限以及客户所在国经济环境等因素来确定，给予不同经销客户不同的信用政策。一般情况下，对于综合实力较强、与公司合作期较长的经销客户，发行人会给予 1-3 个月左右的信用期，对于贸易类客户或行业内游戏游艺设备厂商的同业采购客户，发行人一般采取款到发货的政策。发行人对于综合实力较强的直销客户一般给予 1-3 个月左右的信用期，对于一般的直销客户也采取款到发货的政策，对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，经过客户提出，由总经理审批后，可以对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的

信用期。

最近三年各期末，发行人经销客户应收账款期末余额变动与销售收入变动相匹配。2020 年 9 月末，经销客户应收账款余额有所增加，主要系受境外新冠疫情影响，部分经销客户回款有所放缓，公司不存在通过放宽信用期刺激销售的情形。

经核查，发行人不存在给予经销客户信用政策显著宽松于其他销售方式的情形，也不存在对经销客户应收账款显著增大的情形。

12、对发行人经销业务模式的核查方法

（1）对发行人董事长、董事会秘书、财务总监等主要管理人员、销售部门主要负责人访谈，了解发行人采用经销模式的原因及合理性；

（2）通过全国企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开网络渠道查询发行人经销商的工商信息、主要人员及股权结构等情况；获得控股股东、实际控制人及董监高、核心技术人员等关键管理人员的调查表，并与发行人主要经销客户的主要人员、股东进行对比，核查其主要人员是否与发行人及相关人员存在关联关系，核查发行人经销客户单位类型，判断其是否为法人单位或非法人单位；

（3）获取报告期内经销模式下的销售合同或订单，查阅与产品所有权有关的主要风险和报酬发生转移或控制权转移的关键业务条款（包括结算方式、信用政策、交付货物条款及时间等）；结合关键业务条款判断风险和报酬或控制权发生转移的具体时点，判断公司对经销商确认收入的会计政策是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（4）查阅同行业可比公司华立科技招股说明书，查看华立科技的销售模式，以及不同销售模式下的收入确认时点，就经销商合作模式与同行业公司进行对比，分析发行人的销售模式是否符合行业惯例，采取经销模式是否具有合理性；

（5）获取了主要产品毛利率计算明细表，核查主要产品销售收入及数量、销售成本，测算主要产品生产成本归集与分配及单位成本准确性，统计并整理了发行人主要产品在不同销售模式下的毛利率情况，针对在不同销售模式下毛利率差异较大的产品，

访谈销售人员了解相关情况，进一步分析差异较大的原因及合理性；

（6）获取发行人报告期内应收账款明细表，统计并核查发行人经销商的应收账款的情况，并且向销售人员了解应收账款余额较大的经销商的具体情况及变动原因，核查发行人经销模式的信用政策是否有效执行；对比发行人在其他销售模式的应收账款信用期，核查发行人给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对经销商的应收账款是否显著增大；

（7）获取了发行人报告期各期行业类经销商名单，统计报告期各期行业类经销商新增、退出的数量；根据实际业务发生情况，统计并整理了报告期内公司新增行业类经销商收入及占主营业务收入比例，并访谈公司销售人员，了解报告期内行业类经销商新增、退出的具体原因，判断其是否具有合理性；

（8）对发行人经销商进行走访和电话访谈，中介机构前往日本、美国、英国、阿根廷、阿联酋、韩国、印尼、俄罗斯、澳大利亚，以及中国（中山、广州、无锡等）等多个国家和地区进行实地走访，共涉及 21 家经销客户。同时，对部分未实地走访的重要经销客户进行了电话访谈，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访经销客户销售金额	2,003.44	7,769.70	9,668.49	5,972.63
电话访谈经销客户销售金额	809.15	2,236.93	848.04	284.63
经销收入金额	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
“实地走访+电话访谈”比重	**78.30%**	**77.80%**	**82.97%**	**76.05%**

通过实地走访和电话访谈方式，核查覆盖经销客户收入占发行人经销收入的比重分别为 76.05%、82.97%、77.80%及 78.30%。

（9）对发行人经销客户进行函证

对发行人报告期内与主要境内外经销客户的交易金额进行了函证，其中函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证经销收入金额	2,893.88	12,051.91	11,249.75	7,382.50
函证经销收入确认金额	2,893.88	10,442.80	9,997.50	7,056.22
经销收入总额	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
函证确认比例	**80.57%**	**81.19%**	**78.88%**	**85.76%**

对于未回函的客户执行替代检查程序，检查订单、出库单、运输单、验收单或结算单、发票、银行回单等。

（10）对发行人报告期内主要境内外经销客户进行了销售实质性测试，获取其销售合同、销售确认凭证及后附送货单、出库单、报关单、提货单（境外销售）等资料，以及检查相关回款凭证及后附银行回款单，确认销售的真实性。

（11）查看了发行人现金日记账，选取交易金额较大的进行抽查，抽查比例达到50%，检查了相应原始单据，追踪现金收入、支出的来源和去向，了解并测试发行人现金收支流程的内部控制，取得发行人关于现金管理制定的相关制度，核查现金收支履行的相关审批程序，以及发行人相关内控制度设计及执行的有效性；

（12）获取主要第三方回款方的销售合同，检查合同关于回款的条款，并确认销售的真实性，对于境内外主要第三方回款方，中介机构通过对其走访、发函询问、电话访谈等方式，确认了第三方回款金额的准确性，并了解了回款的必要性及商业合理性。

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

发行人采取经销模式具有商业合理性，符合行业惯例；发行人在经销模式下的收入真实，且其收入确认方法符合《企业会计准则》的规定；发行人对经销客户的选取标准、日常管理、定价依据、费用承担等方面的内控制度健全并有效执行，发行人对经销客户的信用政策合理，不存在给予经销客户的信用政策显著宽松于其他销售方式或报告期内对经销客户的应收账款显著增大的情况；发行人通过经销模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异属于合理范围内，符合发行人实际经营情况。

发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员等关键管理人员与主要经销商客户之间不存在实质和潜在的关联关系。

（二）说明对境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1、核查程序

针对发行人境外销售情况，中介机构履行了如下核查程序：

（1）走访海关获取海关报关数据，核对发行人出口退税申报系统相关数据，与发行人境外销售金额进行了比对，确认与境外销售金额无重大差异，境外业务销售金额合理；

（2）中介机构分别前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，共涉及 35 家主要境外客户，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
走访客户的收入	2,902.76	14,794.82	16,930.07	12,628.49
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
走访收入占比	**50.67%**	**65.10%**	**71.84%**	**67.89%**

根据实地走访，发行人海外主要境外客户均为跨国家或者当地市场知名品牌连锁型的游艺娱乐场所经营企业，其设备购置均为自用；经销客户均为当地市场行业内领先的专业渠道商，发行人与经销客户的合作模式均为买断式经销，中介机构对实地走访的主要经销客户期末库存情况进行了了解，主要经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形，并走访了部分经销商的主要终端客户。

（3）中介机构也通过电话访谈的形式，对部分未走访的主要境外客户进行了核查，报告期内，境外客户电话访谈的情况如下:

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
电话访谈客户金额	1,567.47	2,911.40	1,052.01	641.77
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
电话访谈比例	**27.36%**	**12.81%**	**4.46%**	**3.45%**

通过实地走访和电话访谈方式，核查覆盖境外客户收入占发行人境外收入的比重分别为 71.34%、76.30%、77.91%及 78.03%。

（4）向境外主要客户进行函证，函证主要境外客户报告期内与发行人的交易金额及往来余额，函证确认情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	4,737.17	20,882.93	20,416.85	15,708.38
函证确认金额	4,691.08	17,738.22	16,304.45	13,153.20
境外收入总额	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
函证确认比例	**81.89%**	**78.05%**	**69.18%**	**70.71%**

根据函证及客户回函确认情况，未发现存在重大差异或无法解释的差异情形。

（5）对主要境外经销客户 2019 年末及 2020 年 9 月末产品库存情况进行了专项函证，核查情况如下：

境外经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	14	回函家数（家）	12
发函经销客户收入（万元）	2,420.34	回函经销客户收入（万元）	2,223.27
发函覆盖境外经销收入比重	79.97%	回函确认覆盖境外经销收入比重	73.46%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	16.58%
境外经销客户 2019 年末库存核查情况（2019 年度）			
发函家数（家）	24	回函家数（家）	21
发函经销客户收入（万元）	10,013.23	回函经销客户收入（万元）	9,463.82
发函覆盖境外经销收入比重	92.23%	回函确认覆盖境外经销收入比重	87.17%

回函确认库存产品数量（台）	377	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.16%

综上，发行人境外经销客户整体期末库存较小，占比在 15%~16%左右，发行人行业类经销客户一般备货预计销售周期在 1-3 个月，发行人经销客户的期末库存与向发行人采购规模、销售周转速度相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

（6）通过互联网查询境外主要客户官方网站和其他公开披露信息，了解客户背景是否与公司业务相匹配等。

中介机构对报告期各期前十大境外客户的官方网站、上市公司的公开披露信息等进行查询，了解客户背景是否与发行人业务是否相关。经核查，报告期各期前十大境外客户均为跨国家或者当地市场的知名连锁型游艺娱乐场所经营企业或行业内专业的渠道商，与公司主营业务相匹配。

（7）通过中国出口信用保险公司打印海外主要客户的《海外资信报告》

中介机构获取了主要海外客户的《海外资信报告》，资信报告主要包括了海外客户的股东情况、高管情况、主要业务、所在国家及资信情况等，所查询客户覆盖的销售收入占发行人境外收入的比重为 68.81%、77.26%、71.75%及 75.82%。经核查，海外客户总体资信情况良好，与发行人无关联关系，所经营的业务与游戏游艺设备经营相关。

（8）对主要境外客户进行了销售实质性测试，确认境外销售的真实性。

中介机构对报告期主要境外客户进行了销售实质性测试，获取其销售合同、销售确认凭证及后附出库单、报关单、提货单等资料，以及检查相关回款凭证及后附银行回款单。经核查，发行人境外销售确认金额准确无误，发行人境外销售是真实的。

（9）对境外收入进行了截止性测试，确认境外销售的准确性。

中介机构对报告期各期末的境外收入进一步进行了截止性测试，检查相关销售凭

证、报关单、提单等资料，进一步确认境外收入的准确性。

2、核查结论

经过以上核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为，发行人境外销售已实现真实销售，境外经销客户期末库存在合理范围，不存在不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

（三）说明疫情情况下如何对 2020 年 1-9 月收入真实性进行充分、有效的核查，包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1、核查程序

中介机构通过实地走访、电话访谈、收入及往来余额函证、期末库存发函、细节测试、截止性测试等核查方式对发行人 2020 年 1-9 月收入的真实性进行了核查，具体如下：

（1）总体分析性复核

中介机构获取了 2020 年 1-9 月收入明细表，对发行人收入的变化情况进行总体分析性复核，重点核查了发行人客户结构变化情况。

（2）实地走访核查

中介机构对 2020 年 1-9 月前十大境内客户全部进行实地走访，并重点关注 2020 年 1-9 月发行人新进入的前十大客户的产品最终销售去向，对相关门店进行盘点。

截至目前，中介机构已前往国内各主要城市实地走访 60 家主要境内客户，已前往美国、加拿大、墨西哥、阿根廷、秘鲁、智利、日本、韩国、印尼、泰国、菲律宾、新加坡、澳大利亚、阿联酋、英国、俄罗斯以及中国台湾和香港等全球十八个国家和地区，实地走访 35 家主要境外客户。报告期内，中介机构实地走访客户覆盖情况如下：

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访客户金额	11,335.17	26,807.00	29,039.45	25,639.91
销售总额	**17,290.12**	**45,333.42**	**43,341.77**	**41,215.72**
比例	**65.56%**	**59.13%**	**67.00%**	**62.21%**

通过实地走访，核查了发行人主要境内外客户基本情况，与发行人的交易情况，客户背景是否与发行人业务相关、采购金额是否与客户规模相匹配、是否与发行人存在关联关系或利益输送等事项，并取得了客户签署确认的访谈稿。

（3）电话访谈核查

在 2020 年 1-9 月境外疫情未得到有效管控的背景下，中介机构对 2020 年 1-9 月境外前五大客户全部进行了电话访谈，并对 2019 年的重点境外客户进行了电话访谈，共 17 家客户。报告期内，中介机构电话访谈客户覆盖情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
电话访谈客户金额	1,732.05	3,866.13	1,115.13	725.28
销售总额	**17,290.12**	**45,333.42**	**43,341.77**	**41,215.72**
比例	**10.02%**	**8.53%**	**2.57%**	**1.76%**

通过电话访谈，核查了发行人主要境外客户基本情况，与发行人的交易情况，客户背景是否与发行人业务相关、采购金额是否与客户规模相匹配、是否与发行人存在关联关系或利益输送等事项，取得了客户签署确认的访谈稿。

针对 2020 年 1-9 月电话访谈的境外客户，重点关注了境外疫情的影响情况、恢复进展，并与发行人对境外客户销售情况进行比对，核查交易变动情况的合理性。

综上，通过实地走访和电话访谈，中介机构通过访谈核查客户的覆盖比例如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
实地走访+电话访谈客户金额	13,067.22	30,673.13	30,154.58	26,365.19
销售总额	**17,290.12**	**45,333.42**	**43,341.77**	**41,215.72**

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
比例	**75.58%**	**67.66%**	**69.57%**	**63.97%**

（4）对客户交易金额及往来余额进行函证

中介机构对 2020 年 1-9 月及最近三年与客户的交易金额及往来余额进行了函证，函证确认收入情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
函证金额	14,127.01	37,768.10	36,017.57	34,037.90
函证确认金额	13,930.17	33,052.79	30,790.75	29,478.08
销售总额	**17,290.12**	**45,333.42**	**43,341.77**	**41,215.72**
比例	**80.57%**	**72.91%**	**71.04%**	**71.52%**

（5）对 2020 年 9 月末主要经销客户期末库存发函，核查经销客户最终销售实现情况

中介机构对 2020 年 1-9 月主要经销客户（含境内、境外）期末库存情况进行了发函核查，具体情况如下：

经销客户 2020 年 9 月末库存核查情况（2020 年 1-9 月）			
发函家数（家）	17	回函家数（家）	15
发函经销客户收入（万元）	2,738.22	回函经销客户收入（万元）	2,541.15
发函覆盖经销收入比重	76.23%	回函确认覆盖经销收入比重	70.75%
回函确认库存产品数量（台）	94	期末库存占当期回函客户采购数量比重	15.96%

经核查，发行人经销客户整体期末库存占其采购数量比重较低，主要系境外经销客户考虑产品海运周期、销售周转速度等进行 1-3 个月左右备货，发行人主要经销客户期末库存情况与发行人经销客户的销售特点相匹配，属于合理的期末库存，发行人经销客户不存在期末大额囤货和产品滞销的情形。

（6）对前十大客户进行细节性测试

中介机构对 2020 年 1-9 月前十大客户进行细节测试，抽取相关收入确认凭证、发货单、签收单、报关单等资料，确认收入的真实性；并对 2020 年 1-9 月新进入前十大的客户收入进行了重点关注，对发货情况、最终游乐场门店投放情况进行了核查。

（7）对 2020 年 1-9 月收入进行截止性测试

中介机构对 2020 年 1-9 月收入进行截止性测试，检查了相关销售凭证、发货单、签收单、报关单等资料，进一步确认收入的准确性。

2、核查意见

经核查，保荐结构、申报会计师和发行人律师认为：发行人 2020 年 1-9 月的收入真实、准确。

（四）对上述其他事项发表明确意见

1、核查程序

保荐机构、申报会计师和发行人律师对上述其他事项进行了如下核查：

（1）获取发行人报告期内收入分省份、分国家的销售明细，确认收入波动的地区；访谈发行人高管，了解收入波动的原因；对收入波动较大的地区收入进行分析性复核；对收入波动较大地区的客户收入进行检查，确认收入波动的真实性及合理性；

（2）取得合并口径外销收入，获取海关数据、出口退税单数据，检查差异情况并核查差异原因；

（3）对主要境外客户进行访谈，了解其与发行人的合作情况、境外竞争格局及发行人产品优势、劣势、疫情等对其的收入影响情况；获取发行人最新在手订单，进一步确认疫情等因素对发行人境外销售的额影响；

（4）访谈发行人销售相关人员，了解销售的货物流和资金流的流向情况，境外客户的获取方式、开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程；

（5）获取发行人配件销售明细，分析并确认与商用游戏游艺机销售规模的匹配性；

（6）获取发行人报告期各期退换货情况，了解退换货原因，并对退换货凭证进行抽查，检查其真实性；

（7）获取 2020 年 1-9 月套件机销售明细，了解并确认套件机销售占比增加的原因。

2、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

（1）发行人境内主营业务收入销售主要分部在华南、华东及华北地区，进一步主要分布于广东省、江苏省、上海市、北京市、浙江省等省份，报告期各期各省份收入存在一定的波动，主要系各地区客户需求有所波动所致，具有合理性；

（2）发行人合并口径外销收入与海关数据、出口退税单数据不存在重大差异，境外销售真实，已实现最终销售；

（3）发行人境外市场 2020 年 1-9 月受新冠疫情影响较大，但境外主要市场的相关国家已相继推出应对疫情方案，相关影响预计能逐渐消退；

（4）发行人相关货物流和资金流的流向情况符合发行人的经营模式。发行人主要通过展会等方式获取境外客户，并与境外主要客户保持良好合作；发行人与客户通过签订销售订单确定合作关系，合同执行无异常；

（5）发行人报告期配件销售与收入规模具有匹配性；

（6）发行人报告期内存在一定的退换货，主要系基于客户需求变更、部分产品零星质量问题的退换货，报告期各期公司退换货金额较小，对整体经营不构成重大影响；

（7）2020 年 1-9 月公司套件机销售占比有所上升，主要系受新冠疫情影响导致的销售产品阶段性结构变动所致。公司坚持自主研发为主，不存在对外购套件的重大依赖。

问题五：关于客户

根据申报材料和审核问询回复：（1）发行人 2020 年 1-9 月前十大客户中，多个客户在 2017 年至 2019 年未进入前十大客户，如第一大客户大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、第四大客户 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.、第五大客户南京风云投资管理有限公司等。（2）大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司是一家专业经营管理各类游乐场地的连锁企业，目前在全国拥有 10 余家门店，主要分布在辽宁、吉林等东北地区，其与发行人于 2009 年开始合作。2020 年 1-9 月，发行人对其销售金额为 1,713.50 万元。（3）报告期内，公司存在少量的供应商与客户重叠的情况。（4）报告期内，发行人存在向个人客户的销售，部分年份销售占比超过 15%。发行人未披露 2020 年 1-9 月向个人客户的销售情况，2017 年至 2019 年对个人客户的核查比例分别为 57.68%、47.99%和 43.52%，逐年降低。

请发行人：（1）逐家披露 2017 年至 2019 年非发行人前十大客户但 2020 年 1-9 月成为发行人前十大客户的基本情况，包括但不限于客户名称、成立时间、注册资本、合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、客户与发行人竞争对手的合作情况、报告期各期销售金额、毛利率、销售金额占其当期采购金额的比例、销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性、2020 年 1-9 月销售金额大幅增加的原因及合理性；补充披露上述客户的整体销售金额、销售毛利、毛利率，分析并披露毛利率与其他客户的差异情况及原因；补充提交上述客户的销售合同。（2）按月披露 2020 年以来大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的销售数量及销售金额、平均单价、销售产品类型、产品运送的门店地址，结合大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司报告期各期门店数量和面积、游戏游艺机数量和平均占地面积、经营规模（销售收入和利润）、已有游戏游艺机数量和更新周期、开始合作以来发行人对其销售数量等，补充披露 2020 年 1-9 月发行人对其销售是否具有商业合理性。（3）逐家分析并披露客户与供应商重叠的具体情况和原因，对销售和采购金额相近的对象重点说明原因及合理性。（4）补充披露报告期各期个人客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析并披露个人客户收入波动原因、毛利率与平均毛利率的差异情况及差异原因。（5）更新并披露报告期各期发行人前十大直销客户、前五大经销客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析并

披露部分客户毛利率高于平均值的合理性。

请保荐人、申报会计师：（1）说明对 2020 年 1-9 月新晋前十大客户是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，具体核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论（2）说明对 2020 年 1-9 月新晋前十大客户销售产品实物的核查方式、核查比例，是否现场走访了上述客户的门店并核验了相关产品已投入运营。（3）说明对个人客户销售真实性的核查方式、核查程序、核查比例、核查结论，对个人客户核查比例逐年降低的原因及核查充分性。（4）对上述其他事项发表明确意见。

回复：

一、逐家披露 **2017** 年至 **2019** 年非发行人前十大客户但 **2020** 年 **1-9** 月成为发行人前十大客户的基本情况，包括但不限于客户名称、成立时间、注册资本、合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、客户与发行人竞争对手的合作情况、报告期各期销售金额、毛利率、销售金额占其当期采购金额的比例、销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性、**2020** 年 **1-9** 月销售金额大幅增加的原因及合理性；补充披露上述客户的整体销售金额、销售毛利、毛利率，分析并披露毛利率与其他客户的差异情况及原因；补充提交上述客户的销售合同

（一）逐家披露 **2017** 年至 **2019** 年非发行人前十大客户但 **2020** 年 **1-9** 月成为发行人前十大客户的基本情况，包括但不限于客户名称、成立时间、注册资本、合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、客户与发行人竞争对手的合作情况、报告期各期销售金额、毛利率、销售金额占其当期采购金额的比例、销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性、**2020** 年 **1-9** 月销售金额大幅增加的原因及合理性

1、2020 年 1-9 月新晋前十大客户的相关情况

报告期内，发行人前十大客户销售金额及占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元、%

期　间	序号	客户名称	销售金额	比　例
2020 年	1	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	1,713.50	10.04

期　间	序号	客户名称	销售金额	比　例
1-9 月	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	9.43
	3	北京大玩家娱乐股份有限公司	1,064.67	6.24
	4	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	865.96	5.07
	5	南京风云投资管理有限公司	838.63	4.91
	6	中山市冠宇娱乐有限公司	823.19	4.82
	7	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	770.30	4.51
	8	潍坊娱人码头娱乐城	520.97	3.05
	9	TEEG TOPCO PTY LTD	368.53	2.16
	10	EIKOU Electronics., Ltd	313.87	1.84
	合计		**8,888.92**	**52.07**
2019 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	3,283.88	7.29
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	2,700.85	5.99
	3	EIKOU Electronics., Ltd	2,301.91	5.11
	4	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	2,251.07	5.00
	5	Player One Amusement Group Inc.	1,534.34	3.40
	6	TEEG TOPCO PTY LTD	1,258.95	2.79
	7	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	1,107.11	2.46
	8	伍彩汇业(广州)贸易有限公司	985.64	2.19
	9	INSTANCE AUTOMATICS LTD	730.76	1.62
	10	上海卡通尼文化发展有限公司	702.28	1.56
	合　计		**16,856.79**	**37.41**
2018 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	3,357.51	7.81
	2	EIKOU Electronics., Ltd	2,846.68	6.62
	3	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	2,398.18	5.58
	4	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	2,000.00	4.65
	5	TEEG TOPCO PTY LTD	1,648.36	3.83
	6	万达宝贝王集团有限公司	1,327.85	3.09
	7	Player One Amusement Group Inc.	1,132.31	2.63
	8	Atracciones Coney Island SAC	940.57	2.19
	9	COTO C.I.C.S.A	597.21	1.39
	10	KC Wonderland Corp.	544.56	1.27
	合　计		**16,793.22**	**39.07**

期　间	序号	客户名称	销售金额	比　例
2017 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	2,686.67	6.56
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,240.73	3.03
	3	万达宝贝王集团有限公司	1,168.55	2.85
	4	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	1,134.68	2.77
	5	Amusements Worldwide LLC.	1,065.24	2.60
	6	TEEG TOPCO PTY LTD	984.20	2.40
	7	Player One Amusement Group Inc.	893.40	2.18
	8	P.T.FUN INTERNATIONAL	820.87	2.00
	9	北方华录文化科技（北京）有限公司	820.71	2.00
	10	CONSTRUCCIONES, MOVIMIENTOS DE TIERRA Y ATRACCIONES COMTERRA S A	794.26	1.94
	合　计		**11,609.31**	**28.33**

注：对同一主体控制下的客户销售金额合并列示

由上表可见，2017 年至 2019 年非发行人前十大客户但 2020 年 1-9 月成为发行人前十大客户有大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、BANDAI NAMCO TECHNICA INC.、南京风云投资管理有限公司、中山市冠宇娱乐有限公司及潍坊娱人码头娱乐城。

相比于 2017 年、2018 年、2019 年前十大客户，2020 年 1-9 月新晋前十大客户清单，以及其整体销售金额、销售占比情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	销售金额	销售占比
1	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	1,713.50	10.04
2	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	865.96	5.07
3	南京风云投资管理有限公司	838.63	4.91
4	中山市冠宇娱乐有限公司	823.19	4.82
5	潍坊娱人码头娱乐城	520.97	3.05
合　计		4,762.25	27.89

综上，2020 年 1-9 月，发行人对新晋前十大客户的合计销售金额为 4,762.25 万元，占主营业务收入的比例为 27.89%。

2、新晋前五大客户销售大幅增加的背景及原因

（1）国内疫情得到有效控制，下游客户游乐场经营快速恢复

自 2020 年 3 月下旬以来，我国疫情得到有效控制，各地市开始陆续发出通知，重新有序恢复游艺娱乐场所营业；2020 年 5 月 8 日，国务院印发《国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》，正式确认可采取预约、限流等方式开放公园、旅游景点，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所，境内游艺娱乐场所的客流量和营收情况开始逐步恢复和好转。

根据公司境内主要客户反馈及其他公开数据等，2020 年 8 月、9 月及国庆节假期期间下游游艺娱乐场所的客流量及营收情况已恢复至正常情况的 80%-90%左右，部分经营情况较好的连锁经营企业或者门店达到甚至超过上年同期营收水平。

同时，在后疫情时代，商城、城市购物中心等面临业态调整及吸引人流的问题，游乐场因其吸引客流能力强、承租面积大等特征，成为商场、城市购物中心等的主要目标客户，一些商场、城市购物中心等对游乐场业态提供多项优惠政策倾斜，包括但不限于店铺选位、租金费用、商业推广等各种商业条件。在此背景下，一些客户逐步加大投入抢占市场，一方面积极拓展新店，提前抢占核心商圈或地段，以占据未来市场先发优势；另一方面对老旧设备进行更新换代，满足市场需求。2020 年第三季度，主要游乐场运营品牌/体系及其他新游乐场开张数量为 116 家，其中 7、8、9 月新开游乐场数量分别为 7、32、77 家，呈现快速增长趋势。除传统游乐场运营领域领先企业外，新城多奇妙等依附于传统商业地产开发商的游乐场运营商以及奥飞欢乐世界(中小板上市公司奥飞娱乐旗下品牌)等也将游乐场运营作为重要发展方向的上市公司，根据奥飞娱乐 2020 年 5 月公告的非公开发行股票募集资金可行性报告，其计划分批开店建设 50 家奥飞欢乐世界。

（2）公司积极主动加强国内市场开拓

虽然我国新冠疫情不会出现重大反复，影响基本消除，但国外疫情总体尚未得到控制，公司主要境外销售国家中，北美、欧洲、南美洲疫情较为严重。在此情况下，公司根据境内外疫情的整体防控形势，在密切关注境外市场疫情进展及境外客户需求的同时，重点加大了对境内市场的开发力度，积极把握境内市场疫情恢复后新的市场

机遇。

一方面，加强产品研发，满足国内市场需求。公司产品以自主研发为主，研发投入较大，最近三年，自主研发产品销售占比在 70%左右，2020 年公司根据市场形势，将主要的研发资源和市场资源投入到吻合国内市场特点的新产品研发和国内市场推广上，取得了良好效果，有利地支持了境内市场的销售增长。如推出数字体育项目，能很好的满足后疫情时代全民健身理念不断深化带来的需求，受到客户的欢迎，并继续积极研发和储备功能游戏游艺设备。

另一方面，积极把握境内市场疫情恢复后新的市场机遇，2020 年 6 月 6 日即在中山召开 2020 室内乐园疫后振兴高峰论坛暨世宇新品发布会，邀请国内主要连锁游乐场经营品牌的负责人共商疫情后恢复的机遇和行业走向，积极推介自身品牌优势和产品优势等，取得良好效果，获得了东方英雄、风云投资、潍坊娱人码头、冠宇娱乐等多年合作的原有老客户的认可。

（3）国内下游游艺娱乐行业品牌化、连锁化、规范化趋势更趋明显，东方英雄、风云投资、潍坊娱人码头等具备较强经营实力的游艺娱乐场所经营企业逆势扩张，增加向公司的采购，具体如下：

A、东方英雄借助疫情恢复的市场机遇，选择适当逆势扩张，对其原有门店中的 9 家集中更新及补充设备，并新开门店 5 家，同时，优化门店设备结构，增加模拟机（含 VR 类设备）、嘉年华机等世宇科技优势产品的配置，导致对世宇科技采购设备需求大幅增加，至 2019 年年底，东方英雄游戏游艺设备都使用年限在 5-7 年的设备占比在 18.04%，7 年以上的设备占比在 52.62%，较多设备达到甚至超过了更新年限，客观上存在更新换代的需求。

B、南京风云投资系国内连锁游乐场数量较多的领先品牌之一，在全国拥有 70 家左右门店，经营规模大，设备采购需求大。公司较多产品特别是近年来的部分新产品等符合风云投资的设备需求方向，比如胜利摩托 VR、华卡音舞、动感飞车等，所以加大了对世宇科技的采购。

C、冠宇娱乐系国内连锁游乐场数量较多的知名品牌之一，目前在全国拥有 30 家

左右门店，并且报告期持续有新的门店开业，经营规模较大，设备采购需求较大。至2019年年底，冠宇娱乐存量游戏游艺设备都使用年限在5-7年的设备占比在18.79%，7年以上的设备占比在 34.09%，较多设备达到甚至超过了更新年限，所以客观上存在设备更新换代的需求；同时冠宇娱乐在2020年新开3家门店，新场地设备需求增加，从而导致2020年1-9月向公司采购增加。

D、娱人码头是山东省比较知名的游乐场所经营企业，2020年1-9月采购的设备主要用于潍坊金查理小镇的新开游乐场。潍坊金查理小镇是一个多业态融合的综合类项目，占地 200 余亩，包含商业街、儿童乐园、东坡广场等版块，以景观塑造、历史人文、运动休闲和建筑艺术为特色，以休闲餐饮、特色商品、教育培训、酒店住宿等设施配套为补充，成为周边区域周末“微旅游”的重要目的地，因而娱人码头也将该游乐场作为样板性项目，场地面积达到2,400平方米，设备需求大，因而，2020年1-9月向公司采购大幅增加。

3、新晋前五大客户的具体情况

（1）对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司销售的相关情况

东方英雄基本情况如下：

客户名称	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司
成立时间	2010年6月8日
注册资本	1,000万元
该客户与发行人合作开始时间	东方英雄旗下游乐场门店于2009年开始运营，旗下游乐场品牌与发行人于2009年开始建立购销合作关系，合作历史超过10年
该客户股权结构	自然人沈韬、张洋分别持股90%、10%
该客户与发行人是否存在实质或潜在的关联关系	不存在实质或潜在的关联关系
该客户与发行人竞争对手的合作情况	除采购发行人产品以外，东方英雄还采购地心科技、淘气猫等同行业企业的游戏游艺设备
该客户基本情况介绍	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司是一家专业经营管理各类游乐场地的连锁企业，主要以“东方英雄嘉年华”作为经营品牌，东方英雄嘉年华从在辽宁鞍山开创第一家店开始，经历十余年的努力和探索，已经积累了较为丰富的经营管理经验，目前在全国拥有17家门店，主要分布在辽宁、吉林等东北地区

报告期内，发行人对东方英雄的销售情况如下：

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	1,713.50	78.38	24.81	26.75
销售毛利率	34.10%	26.25%	36.62%	48.02%
销售金额占其当期采购金额的比例	90%左右	55%左右	20%左右	13%左右
销售游戏游艺设备台数	412	24	8	9

销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性：

2017 年、2018 年、2019 年，发行人对东方英雄的销售金额较小，主要是其对原有设备的更新较少，并且新开门店少，每年新开门店数量分别为 1 家、2 家（含 1 家 80 平米的小门店）、0 家，同时，近三年东方英雄采购的设备以礼品机为主，世宇科技的礼品机产品较少。

2020 年 1-9 月发行人对其销售金额较大，主要是东方英雄借助疫情恢复的市场机遇，选择适当逆势扩张，对其原有门店中的 9 家集中更新及补充设备，并新开门店 5 家。另一方面，东方英雄门店经营历史较长，在东北地区具有较强的品牌知名度，但旗下的游乐场门店近年来设备更新相对较少，以补充礼品机为主，结构上需要补充模拟机（含 VR 设备）、嘉年华机等；至 2019 年年底，游戏游艺设备都使用年限在 5-7 年的设备占比在 18.04%，7 年以上的设备占比在 52.62%，较多设备达到甚至超过了更新年限，所以客观上存在设备更新换代和结构优化的需求。因此，东方英雄为优化门店设备结构，增加模拟机（含 VR 类设备）、嘉年华机等世宇科技优势产品的配置，并且早年采购世宇科技设备较多，对世宇科技产品的营收情况、质量水平非常认可，导致对世宇科技采购设备需求大幅增加。

因而，报告期内，公司对东方英雄的销售数量和金额与该客户经营规模具有匹配性。

（2）对 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.销售的相关情况

BANDAI NAMCO TECHNICA INC.基本情况如下：

客户名称	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.
成立时间	2017 年 4 月 3 日
注册资本	1,000 万日元
该客户与发行人合作开始时间	Bandai Namco Holdings Inc.集团于 2016 年与公司建立合作，合作时间达 4 年左右
该客户股权结构	BANDAI NAMCO Amusement Inc.持有其 100%的股权,Bandai Namco Holdings Inc.（万代南梦宫）持有 BANDAI NAMCO Amusement Inc.100%的股权
该客户与发行人是否存在实质或潜在的关联关系	不存在实质或潜在的关联关系
该客户与发行人竞争对手的合作情况	除采购发行人产品以外,万代南梦宫还采购华立科技等同行业企业的游戏游艺设备
该客户基本情况介绍	万代南梦宫总部位于日本，系东京证券交易所上市公司，股票代码：7832。该公司主要在全球范围内开发与娱乐相关的产品和服务，并在日本和海外提供各种娱乐活动，系国际文化娱乐产业巨头之一，主要从事玩具、家用娱乐软件产品、游戏游艺设备、在线游戏、音视频制作等的研发、生产与销售，以及游乐场所运营服务，覆盖玩具业务、网络娱乐业务（包括游戏游艺设备）、视觉和音乐制作等三大业务分部。2019 财年实现营业收入 7,323.47 亿日元，净利润 633.83 亿日元

报告期内，发行人对万代南梦宫的销售情况如下：

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	865.96	234.00	7.46	19.01
销售毛利率	37.09%	42.86%	65.60%	59.57%
销售金额占其当期采购金额的比例	5%左右	2%左右	很小	很小
销售游戏游艺设备台数	343	94	1	5

销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性：

2019 财年万代南梦宫实现营业收入 7,323.47 亿日元，净利润 633.83 亿日元，其中其场所运营业务实现的营业收入约为 40.7 亿人民币，系国际文化娱乐产业巨头之一，其采购发行人游戏游艺设备的数量和金额占比都比较低，与其经营规模相匹配。

2020 年 1-9 月销售金额大幅增加的原因及合理性：

2016 年开始与万达南梦宫建立合作关系，但万代南梦宫作为全球性知名的综合性

娱乐企业，其对供应商具体产品准入过程较为严格，时间相对较长，采购有一个逐步增加的过程，导致前期采购金额较小，公司于2019年推出的新产品炫动篮球获得其认可，其于2019年批量采购公司的炫动篮球产品94台，由于产品的营收情况较好，受到游乐场所门店欢迎，2020年1-9月再次批量采购了342台，导致2020年1-9月采购额增加较快，具备合理背景。

（3）对南京风云投资管理有限公司销售的相关情况

南京风云投资管理有限公司基本情况如下：

客户名称	南京风云投资管理有限公司
成立时间	2008年3月19日
注册资本	500万元
该客户与发行人合作开始时间	南京风云投资管理有限公司旗下游乐场于2007年与公司建立合作，合作时间超过10年
该客户股权结构	自然人胡声平持股47.5%、汪小军持股23%、俞金福持股12%、徐兆勇持股5%、叶飞持股4%、陈杰持股2%、徐良云持股2%、胡声宝持股2%、陶生义持股1.5%、顾洪飞持股1%
该客户与发行人是否存在实质或潜在的关联关系	不存在实质或潜在的关联关系
该客户与发行人竞争对手的合作情况	除采购发行人产品以外，风云投资还采购力达动漫、华立科技、通利动漫等同行业企业的游戏游艺设备，为华立科技的前五大客户之一
该客户基本情况介绍	南京风云投资管理有限公司系我国领先的室内游戏游艺娱乐场所投资商、运营商和服务商，目前已与苏宁控股、新城控股、金鹰国际、印力集团、恒隆地产等诸多品牌达成合作，拥有“风云再起”、“奇奇家族”、“MY GAME 风云会”、“StayForYou 漫玩吧”等多个品牌，在全国拥有70家左右门店，覆盖南京、上海、北京、天津、重庆、沈阳、杭州、武汉、苏州、深圳等多个省会城市及区域中心城市。 1997年，风云动漫（风云再起前身）第一家门店在江西开业，是我国经营历史较长的连锁游乐场品牌之一。

报告期内，发行人对风云投资的销售情况如下：

客户名称	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
销售金额（万元）	838.63	218.93	108.04	164.71
销售毛利率	27.71%	19.44%	20.34%	22.41%
销售金额占其当期采购金额的比例	17%左右	13%左右	10%左右	10%左右

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售游戏游艺设备台数	162	55	49	52

销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性：

南京风云投资系国内连锁游乐场数量较多的领先品牌之一，在全国拥有 70 家左右门店，经营规模大，设备采购需求大，也是同行业可比公司华立科技的前五大客户之一。近年来，世宇科技的较多产品特别是近年来的部分新产品等符合风云投资的设备需求方向，比如胜利摩托 VR、华卡音舞、动感飞车等，所以加大了对世宇科技的采购因而公司对其销售数量和金额与该客户经营规模的相匹配。

（4）对中山市冠宇娱乐有限公司销售的相关情况

中山市冠宇娱乐有限公司基本情况如下：

客户名称	中山市冠宇娱乐有限公司
成立时间	2012 年 8 月 24 日
注册资本	50 万元
该客户与发行人合作开始时间	中山市冠宇娱乐有限公司于 2012 年与公司建立合作，合作时间将近 10 年
该客户股权结构	自然人韩东哲、文显玉分别持股 80%、20%
该客户与发行人是否存在实质或潜在的关联关系	不存在实质或潜在的关联关系
该客户与发行人竞争对手的合作情况	除采购发行人产品以外，冠宇娱乐还采购劲峰动漫、展晖动漫、淘气猫、华立科技、通利动漫等同行业企业的游戏游艺设备
该客户基本情况介绍	冠宇娱乐目前已与益华广场、万泰汇广场、港惠新天地、正佳广场、城市广场、时代广场、天一城百货、壹加壹超级连锁商场等商业地产公司建立良好合作关系，旗下拥有“极限主场”和“开心主场”两大游乐经营品牌，现已在全国范围内拓展了 30 家左右连锁门店。

报告期内，发行人对冠宇娱乐的销售情况如下：

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	823.19	282.25	153.29	305.51
销售毛利率	27.70%	21.93%	19.07%	28.68%
销售金额占其当期采购金额的比	70%左右	45%左右	50%左右	50%左右

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
例				
销售游戏游艺设备台数	258	75	71	139

销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性：

冠宇娱乐系国内连锁游乐场数量较多的知名品牌之一，目前在全国拥有 30 家左右门店，并且报告期持续有新的门店开业，2020 年新开 3 家门店；另一方面，至 2019 年年底，冠宇娱乐存量游戏游艺设备都使用年限在 5-7 年的设备占比在 18.79%，7 年以上的设备占比在 34.09%，较多设备达到甚至超过了更新年限，所以客观上存在设备更新换代的需求，而公司部分新产品等符合冠宇娱乐的设备需求方向，比如超级摩托车 3 代、华卡音舞、动感飞车、极速保龄等，从而加大了对公司的采购，因而公司对其销售数量和金额与该客户经营规模的相匹配。

（5）对潍坊娱人码头娱乐城销售的相关情况

潍坊娱人码头娱乐城基本情况如下：

客户名称	潍坊娱人码头娱乐城
成立时间	2007 年 11 月 8 日
注册资本	100 万元
该客户与发行人合作开始时间	潍坊娱人码头娱乐城于 2007 年与公司建立合作，合作时间超过 10 年
该客户股权结构	自然人张冰持股 100%
该客户与发行人是否存在实质或潜在的关联关系	不存在实质或潜在的关联关系
该客户与发行人竞争对手的合作情况	目前采购发行人的产品为主
该客户基本情况介绍	潍坊娱人码头娱乐城自 21 世纪初开始经营游乐场业务，旗下游乐场品牌为娱人港湾，拥有近 20 年的经营历史，系山东省比较知名的游乐场所经营企业

报告期内，发行人对娱人码头的销售情况如下：

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	520.97	-	-	-
销售毛利率	32.96%	-	-	-

销售金额占其当期采购金额的比例	90%左右	-	-	-
销售游戏游艺设备台数	98	-	-	-

销售数量和金额与该客户经营规模的匹配性：

娱人码头是山东省比较知名的游乐场所经营企业，2020 年 1-9 月采购的设备主要用于潍坊金查理小镇的新开游乐场。

潍坊金查理小镇是一个多业态融合的综合类项目，位于常山大道与旅游路交汇处，占地 200 余亩，包含商业街、儿童乐园、东坡广场等版块，以景观塑造、历史人文、运动休闲和建筑艺术为特色，以休闲餐饮、特色商品、教育培训、酒店住宿等设施配套为补充，成为周边区域周末“微旅游”的重要目的地，因而娱人码头也将该游乐场作为样板性项目，场地面积达到 2,400 平方米，设备需求大，因而，发行人对其的销售数量和金额与该客户经营规模相匹配。

上述东方英雄嘉年华、BANDAI NAMCO、风云投资、冠宇娱乐、娱人码头等五家客户的销售合同请见附件。

（二）补充披露上述客户的整体销售金额、销售毛利、毛利率，分析并披露毛利率与其他客户的差异情况及原因

2017 年至 2019 年非发行人前十大客户但 2020 年 1-9 月成为发行人前十大客户有大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、BANDAI NAMCO TECHNICA INC.、南京风云投资管理有限公司、中山市冠宇娱乐有限公司及潍坊娱人码头娱乐城。

2020 年 1-9 月，公司对以上客户的销售金额、占主营业务收入的比例、毛利、毛利率情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	毛利	毛利率
2020	1	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	1,713.50	10.04%	584.27	34.10%

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	毛利	毛利率
年1-9月	2	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	865.96	5.07%	321.17	37.09%
	3	南京风云投资管理有限公司	838.63	4.91%	232.38	27.71%
	4	中山市冠宇娱乐有限公司	823.19	4.82%	228.13	27.70%
	5	潍坊娱人码头娱乐城	520.97	3.05%	171.72	32.96%
	合计		4,762.25	27.89%	1,537.66	32.29%

2020 年 1-9 月，公司综合毛利率为 34.24%，对不同客户的销售产品毛利率因对其销售的具体产品结构的不同而存在一定的差异。2020 年 1-9 月，公司对以上客户的毛利率存在一定的差异，系向其销售的具体产品结构不同所致。

其中，2020 年 1-9 月，公司对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、潍坊娱人码头娱乐城的销售毛利率分别为 34.10%、32.96%，与发行人当期综合毛利率 34.24%较为接近。

2020 年 1-9 月，公司对 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.的销售毛利率为 37.09%，销售毛利率相对较高，主要系对其销售炫动篮球且产品为外销，单价及毛利率较高所致。

2020 年 1-9 月，公司对 BANDAI NAMCO TECHNICA INC.主要产品的金额、毛利率情况如下：

产品名称	销售金额（万元）	占比	毛利率
炫动篮球	809.02	93.42%	36.07%

2020 年 1-9 月，公司对南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司的销售毛利率分别为 27.71%、27.70%，低于同期综合毛利率。

其中，对南京风云投资管理有限公司销售毛利率较低，主要系华卡音舞、动感飞车、鬼屋：猩红黎明等毛利率相对较低的产品占比较高所致。

2020 年 1-9 月，公司对南京风云投资管理有限公司销售的毛利率较低的产品金额及占比情况如下：

产品名称	销售金额（万元）	销售金额占比	毛利率

产品名称	销售金额（万元）	销售金额占比	毛利率
华卡音舞	213.98	25.52%	24.05%
动感飞车	117.70	14.03%	27.79%
鬼屋：猩红黎明	60.88	7.26%	20.14%

2020 年 1-9 月，对中山市冠宇娱乐有限公司销售毛利率较低，主要系向其销售的产品款式较多，其中华卡音舞、鬼屋：猩红黎明、星际宝藏等毛利率相对较低的产品占比较高所致。

2020 年 1-9 月，公司对中山市冠宇娱乐有限公司销售的毛利率较低的产品金额及占比情况如下：

产品名称	销售金额（万元）	销售金额占比	毛利率
华卡音舞	73.63	8.94%	27.71%
星际宝藏	64.69	7.86%	22.47%
鬼屋：猩红黎明	53.27	6.47%	19.83%

由以上产品的销售情况可见，2020 年 1-9 月，公司对南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司的毛利率略低于综合毛利率系向其销售的毛利率较低的产品较多所致。公司产品种类款式种类较多，2020 年 1-9 月共销售 160 余款产品，同时，不同款产品亦有不同版本（中文版、英文版、动感版、豪华版等）、型号的产品。因此，对不同客户销售产品的细分结构不同导致公司对不同客户的销售毛利率存在一定的差异。

通过以上分析可见，**公司对不同客户的销售毛利率根据对其销售产品结构的不同存在一定的差异。2020 年 1-9 月，公司对不同客户的毛利率存在一定的差异，主要系向其销售的具体产品结构不同所致。**

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“7、重要客户分析”之“（4）2017 年至 2019 年非发行人前十大客户但 2020 年 1-9 月成为发行人前十大客户的基本情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、按月披露 2020 年以来大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的销售数量及销售金额、平均单价、销售产品类型、产品运送的门店地址，结合大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司报告期各期门店数量和面积、游戏游艺机数量和平均占地面积、经营规模（销售收入和利润）、已有游戏游艺机数量和更新周期、开始合作以来发行人对其销售数量等，补充披露 2020 年 1-9 月发行人对其销售是否具有商业合理性

2020 年 1-7 月，发行人没有对东方英雄销售，8-11 月发行人对大连东方英雄的游戏游艺设备整机销售数量、金额、平均单价、销售产品类型情况如下：

项目		2020 年 8 月	2020 年 9 月	2020 年 10 月	2020 年 11 月	合计
模拟类	销售金额（万元）	613.63	306.02	304.16	7.61	1,231.42
	销售数量（台）	105	44	59	2	210.00
	销售单价（万元/台）	5.84	6.95	5.16	3.81	5.86
儿童类	销售金额（万元）	-	203.63	119.07	-	322.70
	销售数量（台）	-	82	28	-	110.00
	销售单价（万元/台）	-	2.48	4.25	-	2.93
嘉年华类	销售金额（万元）	287.43	157.52	109.56	-	554.51
	销售数量（台）	90	40	25	-	155.00
	销售单价（万元/台）	3.19	3.94	4.38	-	3.58
礼品类	销售金额（万元）	88.32	56.96	11.24	-	156.52
	销售数量（台）	26	25	7	-	58.00
	销售单价（万元/台）	3.40	2.28	1.61	-	2.70
金额合计		989.38	724.13	544.03	7.61	2,265.15

2020 年新配置世宇科技设备的 14 家东方英雄嘉年华门店信息如下（另有 3 家东方英雄嘉年华门店没有新配置世宇科技的设备）：

序号	门店名称	门店地址	主要用途	2020 年销售数量（台）	设备名称和台数、位置是否一致
1	鞍山大悦东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市立山区	新店设备	53	是
2	瓦房店东方英雄嘉年华电玩游艺场	辽宁省大连市瓦房店市	新店设备	57	是
3	本溪新玛特东方英雄电玩中心	辽宁省本溪市平山区	新店设备	49	是

4	盘锦兴隆台东方英雄游艺厅	辽宁省盘锦市兴隆台区	新店设备	31	是
5	鞍山万熹东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市铁东区	新店设备	117	是
6	锦州古塔区哈尼鹿梦幻乐园	辽宁省锦州市古塔区	老店设备补充及更新	5	是
7	鞍山岫岩东方英雄动漫游戏城	辽宁省鞍山市岫岩满族自治县	老店设备补充及更新	20	是
8	鞍山铁西区东方英雄人民路店	辽宁省鞍山市铁西区	老店设备补充及更新	37	是
9	大连沙河口区东方英雄梦幻乐园店	辽宁省大连市沙河口区	老店设备补充及更新	16	是
10	吉林市国贸购物中心东方英雄嘉年华动漫电子游戏中心	吉林省吉林市桦甸市	老店设备补充及更新	21	是
11	吉林市东市商贸经济示范区东方英雄嘉年华动漫城	吉林省吉林市昌邑区	老店设备补充及更新	38	是
12	鞍山市铁东区都市乐园游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	老店设备补充及更新	37	是
13	盘锦市兴隆台区东方英雄嘉年华动漫游戏城	辽宁省盘锦市兴隆台区	老店设备补充及更新	25	是
14	鞍山市铁东区东方英雄动漫游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	老店设备补充及更新	33	是
合计			-	539	-

截至 2020 年 11 月 30 日，东方英雄嘉年华门店的基本情况如下表所示：

序号	门店名称	门店地址	门店面积（m^2）	门店开业年份	门店游戏机总台数	单台游戏游艺设备占地面积（m^2/台）
1	鞍山大悦东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市立山区	512	2020 年	75	6.83
2	瓦房店东方英雄嘉年华电玩游艺场	辽宁省大连市瓦房店市	553	2020 年	83	6.66
3	本溪新玛特东方英雄电玩中心	辽宁省本溪市平山区	520	2020 年	77	6.75
4	盘锦兴隆台东方英雄游艺厅	辽宁省盘锦市兴隆台区	920	2020 年	66	13.94
5	鞍山万熹东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市铁东区	2,630	2020 年	158	16.65
6	锦州古塔区哈尼鹿梦幻乐园	辽宁省锦州市古塔区	760	2018 年	124	6.13
7	鞍山岫岩东方英	辽宁省鞍山市岫岩	580	2017 年	106	5.47

	雄动漫游戏城	满族自治县				
8	鞍山铁西区东方英雄人民路店	辽宁省鞍山市铁西区	600	2016 年	92	6.52
9	大连沙河口区东方英雄梦幻乐园店	辽宁省大连市沙河口区	740	2016 年	109	6.79
10	吉林市国贸购物中心东方英雄嘉年华动漫电子游戏中心	吉林省吉林市桦甸市	550	2014 年	98	5.61
11	吉林市东市商贸经济示范区东方英雄嘉年华动漫城	吉林省吉林市昌邑区	720	2013 年	109	6.61
12	鞍山市铁东区都市乐园游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	960	2011 年	154	6.23
13	盘锦市兴隆台区东方英雄嘉年华动漫游戏城	辽宁省盘锦市兴隆台区	460	2011 年	79	5.82
14	鞍山市铁东区东方英雄动漫游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	620	2009 年	107	5.79

截至 2020 年 11 月 30 日，东方英雄嘉年华单台游戏游艺设备占地面积一般在 6-7 m^2/台，符合行业一般情况。

截至 2019 年 12 月 31 日，东方英雄嘉年华旗下门店原有设备使用年限情况如下表所示：

项目	截至 2019 年 12 月 31 日购置时间					
	0-3 年	3-5 年	5-7 年	7-10 年	10 年以上	合计
游戏游艺设备总台数	220	115	206	488	113	1,142
占比	19.26%	10.07%	18.04%	42.73%	9.89%	100.00%

综上，截至 2019 年 12 月 31 日，东方英雄嘉年华设备使用年限较长，其中 5-7 年设备占比为 18.04%，7-10 年设备占比为 42.73%，10 年以上设备占比为 9.89%，即 5 年以上设备占比合计为 70.66%，设备相对老化。一般情况下，东方英雄礼品机更换周期在 3-5 年，模拟机等设备更新周期在 5-10 年，另外，有新店开业或适当抽调老店原有设备，局部补充新设备，2020 年东方英雄共 5 家门店新开业，因而设备更新换代及

新增的需求较大。

2019 年，东方英雄嘉年华旗下门店的总营业收入为 4,500 万元，盈利情况较好，基本达到行业平均水平，具备相应的投资能力。

东方英雄与世宇科技自 2009 年合作以来，每年从世宇科技采购的游戏游艺设备台数如下表所示：

序号	年份	采购设备数量（台）
1	2009 年	30
2	2010 年	60
3	2011 年	125
4	2012 年	36
5	2013 年	-
6	2014 年	6
7	2015 年	-
8	2016 年	-
9	2017 年	9
10	2018 年	8
11	2019 年	24
12	2020 年 1-11 月	543

2009 年至 2012 年，东方英雄嘉年华对世宇科技的设备采购较多，四年合计采购 251 台，近几年设备采购相对较少，主要是近几年东方英雄采购的设备以抓娃娃机等礼品机为主，世宇科技的礼品机销售较少，因而合作较少，但早年采购的世宇科技的设备的良好质量和营收水平获得东方英雄的认可。2020 年疫情后，东方英雄加大新开门店步伐，并且优化原有门店设备结构，加大对模拟类设备（含 VR 类）及嘉年华类设备的场地配置比例，世宇科技作为行业龙头，在模拟类设备（含 VR 类）及嘉年华类设备具有较强竞争优势，产品门类齐全，产品质量水平高，营收情况好，因而于 2020 年对世宇科技进行设备批量采购，具有合理商业背景。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“7、重要客户分析”之“（4）2017

年至 2019 年非发行人前十大客户但 2020 年 1-9 月成为发行人前十大客户的基本情况”之“③2020 年以来公司对大连东方英雄嘉年华的销售情况及 2020 年 1-9 月发行人对其销售的商业合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、逐家分析并披露客户与供应商重叠的具体情况和原因，对销售和采购金额相近的对象重点说明原因及合理性

报告期内，公司存在少量的供应商与客户重叠的情况，报告期各期，公司重叠客户和供应商的采购及销售金额及占当年采购额及销售收入的比例情况如下：

单位：万元

年度	采购		销售	
	金额	占比	金额	占比
2020 年 1-9 月	144.07	1.44%	328.83	1.90%
2019 年	1,817.04	6.89%	2,924.75	6.45%
2018 年	1,059.57	4.19%	5,370.08	12.39%
2017 年	279.52	1.12%	1,187.00	2.88%

报告期内，主要重叠客户重叠当年采购及销售金额及占当年既是客户又是供应商的采购额及销售额的比例如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
中山市太元游艺设备有限公司	-	-	10.18	31.72	5.96	11.47	35.27	3.49
广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	-	-	6.51	3.19	68.40	13.57
广州华立科技股份有限公司	-	-	11.65	8.30	3.79	52.36	44.46	20.74
广州市陆兴动漫科技有限公司	-	-	5.83	11.35	-	-	51.33	5.38
中山市众富动漫科技有限公司	-	-	-	-	673.36	3.12	-	-

EIKOU ELECTRONICS CO,LTD	113.87	313.87	5.37	2,301.91	177.66	2,846.68	-	-
H. BETTI INDUSTRIES, INC.	-	-	-	-	4.23	2,398.18	0.76	1,134.68
中山市世软软件科技有限公司	-	-	-	-	6.77	32.33	-	-
中山市大成动漫科技有限公司	-	-	1,697.14	5.61	-	-	-	-
Uniana Co. Ltd.	-	-	10.39	68.98	-	-	-	-
小计	113.87	313.87	1,740.56	2,427.87	878.28	5,347.33	200.22	1,177.86
总额	144.07	328.83	1,817.04	2,924.75	1,059.57	5,370.08	279.52	1,187.00

报告期内，公司向以上客户/供应商存在既采购又销售的情况的原因如下：

1、中山市太元游艺设备有限公司

中山市太元游艺设备有限公司成立于 2006 年，主要经营游艺机、游乐设施的研发、生产及销售，系公司同行及代工厂。报告期内，公司主要向其代工采购娃娃机，同时基于最终客户一体化采购需求向其采购部分其自主研发的机器。报告期内，公司对其销售也是其基于最终客户需求向公司进行采购，系行业惯例行为。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
中山市太元游艺设备有限公司	-	-	10.18	31.72	5.96	11.47	35.27	3.49

2、广州市雄翔动漫科技有限公司

广州市雄翔动漫科技有限公司成立于 2007 年，主要经营游戏游艺设备研发、生产及销售，系公司的代工厂之一，主要为公司代工儿童机彩虹乐园 2 代。报告期内，公司向其采购均为彩虹乐园 2 代代工产品的采购，销售则为其基于最终客户一体化采购

需求向公司采购游戏游艺设备产品。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
广州市雄翔动漫科技有限公司	-	-	-	-	6.51	3.19	68.40	13.57

3、广州华立科技股份有限公司

广州华立科技股份有限公司成立于 2010 年，主要从事游戏游艺设备的设计、研发、生产、销售和运营。广州华立科技股份有限公司系公司同行，报告期内，公司向其采购及销售均是基于最终客户一体化采购的需求，系行业普遍行为。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
广州华立科技股份有限公司	-	-	11.65	8.30	3.79	52.36	44.46	20.74

4、广州市陆兴动漫科技有限公司

广州市陆兴动漫科技有限公司成立于 2011 年，主要经营游艺用品及室内游艺器材制造、露天游艺场所设备制造与销售。广州市陆兴动漫科技有限公司系公司同行及代工厂，主要为公司代工挖宝机器人，同时公司基于最终客户需求向其采购其他游戏游艺设备。其向公司采购也系同行业采购行为，2017 年、2019 年分别向公司采购游戏游艺设备侏罗纪公园。

报告期内，公司与其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
广州市陆兴动漫科技有限公司	-	-	5.83	11.35	-	-	51.33	5.38

5、中山市众富动漫科技有限公司

中山市众富动漫科技有限公司系公司代工厂，主要生产游戏游艺设备，公司向其采购代工产品魔法神枪手、猴子射牙、雷霆飞机、星闪礼品机、环保精灵、太空大冒险等儿童机，同时也基于行业最终客户需求向其采购游戏游艺设备。报告期内，公司于 2018 年应其需求向其销售黄金堡一台，金额为 3.12 万元。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
中山市众富动漫科技有限公司	-	-	-	-	673.36	3.12	-	-

6、EIKOU ELECTRONICS CO,LTD

EIKOU ELECTRONICS CO,LTD 为公司主要客户之一，为日本专业从事游艺设备进口业务的经销商，配合 KAGA Electronics Co., Ltd.（加贺电子株式会社，东京证券交易所上市公司，股票代码 8154）一起为日本永旺等游乐场所经营企业提供产品和服务。同时，公司于 2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月向其采购了少量游戏设备、套件等。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购	销售额	采购额	销售额	采购额	销售

			额					额
EIKOU ELECTRONICS CO,LTD	113.87	313.87	5.37	2,301.91	177.66	2,846.68	-	-

7、H. BETTI INDUSTRIES, INC.

H. BETTI INDUSTRIES, INC.是美国领先的娱乐设备、自动售卖设备、视听设备等的分销商，其中旗下业务部门 Betson Enterprises 主要从事娱乐设备分销、产品维修及相关技术服务，主要代理品牌包括 Bay Tek、ICE、万代南梦宫、世嘉、Unis 等。公司已与其建立 5 年以上的合作关系。

报告期内，公司向其销售各种游戏游艺设备，同时，公司于报告期之前曾向其采购其代理的两款游戏套件，2017 年、2018 年则向其采购少量配件用于售后服务等。

公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
H. BETTI INDUSTRIES, INC.	-	-	-	-	4.23	2,398.18	0.76	1,134.68

8、中山市世软软件科技有限公司

中山市世软软件科技有限公司成立于 2012 年，主要经营开发多媒体软件、动漫游戏软件；经营性互联网信息服务；游艺娱乐场所管理咨询服务。报告期内，公司向其采购产品主要为少量软件等，主要基于少量终端游乐场运营客户一体化采购向其采购，向其销售产品则主要为碎票机。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
中山市世软软件科技有限公司	-	-	-	-	6.77	32.33	-	-

9、中山市大成动漫科技有限公司

中山市大成动漫科技有限公司系公司 2019 年新增供应商，系公司同行，公司主要应最终客户 EIKOU ELECTRONICS CO,LTD 一体化采购要求向其采购 6 人版疯狂套动物。同时，公司在 2019 年向其销售挖糖机、黄金堡及配件产品。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
中山市大成动漫科技有限公司	-	-	1,697.14	5.61	-	-	-	-

10、Uniana Co. Ltd.

Uniana Co. Ltd.其韩国游戏游艺设备厂商，公司主要向其销售极速保龄、欢乐乒乓等产品，同时，2019 年公司向其采购少量黑洞游戏机套件。

报告期内，公司向其采购和销售重叠（同年）的情况如下：

单位：万元

单位名称	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额	采购额	销售额
Uniana Co. Ltd.	-	-	10.39	68.98	-	-	-	-

以上既是客户又是供应商的情况主要系同行业采购行为所致。公司所处游戏游艺设备制造行业，同行均为游戏游艺设备生产制造商，基于少量终端客户需求形成了一

定的相互采购行为。公司的同行业可比公司华立科技亦存在客户与供应商重叠的情况，依据其招股说明书披露："报告期内发行人向竞争对手采购少量整机的原因主要系为满足部分客户的一体化采购需求，公司向行业内其他游戏游艺设备生产厂商采购部分自身不生产的设备品类所致，不存在指定采购的情形，且实现最终销售。"

总体来看，公司既是客户又是供应商的金额较小，不存在销售和采购额相近的对象，且此类客户/供应商与公司不存在关联关系，相互采购均基于正常的商业行为。

发行人已在招股说明书"第八节　财务会计信息与管理层分析"之"十一、经营成果分析"之"（一）营业收入构成及变动分析"之"10、客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形"中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、补充披露报告期各期个人客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析并披露个人客户收入波动原因、毛利率与平均毛利率的差异情况及差异原因

报告期各期，公司对个人客户的销售金额、占营业收入的比例及毛利率情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
个人客户销售金额	1,144.71	4,945.98	4,662.67	6,531.82
营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占营业收入的比重	6.62%	10.91%	10.76%	15.85%

公司存在一定比例的个人客户主要系由公司客户所处行业特点所致。公司下游客户主要系游艺娱乐场所经营企业，根据《娱乐场所管理条例》、《娱乐场所管理办法》等相关法规规定，开办游艺娱乐场所门店，需事先通过消防安全等方面的审批，并取得文化主管部门核查的娱乐经营许可证，周期相对较长。公司部分客户为保证门店在预计正式开业时间采购到营业用机台，因此，可能存在通过个人名义先行采购门店开业经营所需机台的情形。

另外，公司下游客户主要系在购物中心等线下场所开设的游艺娱乐场所门店，行业发展早期阶段，较大比例个人投资开办的游艺娱乐场所主要采取以个体工商户形式

来注册运营。随着游艺娱乐场所品牌化、规模化、连锁化、专业化发展趋势不断加快，行业内具有一定规模和品牌知名度的游艺娱乐场所逐渐转为公司化模式进行运营。但是，因长期交易形成的习惯，以及个体工商户在税收成本上存在一定优势，因此，部分中小型游艺娱乐场所经营者仍采取个体工商户形式进行运营，从而公司客户中存在一定比例的个人客户。

同时，公司部分客户购买游戏游艺设备的零散配件进行设备日常维护维修时，存在通过个人客户进行购买并付款的情况。

报告期内，公司对个人客户的收入存在一定的波动，主要受下游客户经营游乐场的需求波动所致，总体来看，公司对个人客户较为零散，总体销售金额较小。

报告期内，公司针对个人客户建立了较为完善的内控体系。首先，在与个人客户确定合作关系前，公司业务人员需了解个人客户背景、取得客户的身份证复印件并向营销中心负责人进行说明，以确定个人客户的合理性、真实性；其次，公司需与个人客户签订书面销售合同，同时按照合同要求将货物发送至客户指定的门店地址或客户安排货物公司自提签收后确认收入；最后，公司严格控制个人客户的回款，并将控制回款比例作为考核销售业务人员绩效的标准之一。报告期内，公司针对个人客户的内控得到了有效执行，个人客户占营业收入比重有所下降，已由 2017 年的 15.85%降低至 2020 年 1-9 月的 6.62%。

报告期内，公司对个人客户销售的毛利率及与公司主营业务毛利率的差异情况如下：

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
个人客户销售毛利率	33.42%	28.06%	29.42%	33.48%
主营业务毛利率	33.65%	35.05%	35.24%	34.17%

报告期内，公司对个人客户的销售毛利率有所波动，且与主营业务平均毛利率存在一定的差异，主要系公司个人客户较为分散，向公司采购也较为零散，各年存在采购产品、配件等不同产品的情况，由于向公司采购产品的结构不同，导致毛利率存在一定的波动，总体在 30%左右。总体来看，公司向个人客户销售的毛利率与平均主营

业务毛利率相比不存在重大差异，对个人客户销售毛利率总体系合理的。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“13、个人客户销售情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、更新并披露报告期各期发行人前十大直销客户、前五大经销客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析并披露部分客户毛利率高于平均值的合理性

（一）报告期各期发行人前十大直销客户的销售金额及占比、毛利率分析

报告期各期，公司对前十大直销客户的销售金额及占主营业务收入比重、毛利率情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	毛利率
2020 年 1-9 月	1	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	1,713.50	10.04%	34.10%
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,609.30	9.43%	27.93%
	3	北京大玩家娱乐股份有限公司	1,064.67	6.24%	53.28%
	4	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	865.96	5.07%	37.09%
	5	南京风云投资管理有限公司	838.63	4.91%	27.71%
	6	中山市冠宇娱乐有限公司	823.19	4.82%	27.70%
	7	潍坊娱人码头娱乐城	520.97	3.05%	32.96%
	8	TEEG TOPCO PTY LTD	368.53	2.16%	36.50%
	9	深圳市乐的文化有限公司	286.18	1.68%	39.05%
	10	Player One Amusement Group Inc.	262.21	1.54%	27.23%
	合计		8,353.14	48.93%	34.38%
2019 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	3,283.88	7.29%	23.38%
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	2,700.85	5.99%	32.14%
	3	Player One Amusement Group Inc.	1,534.34	3.40%	41.77%
	4	TEEG TOPCO PTY LTD	1,258.95	2.79%	37.56%
	5	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	1,107.11	2.46%	44.21%
	6	伍彩汇业(广州)贸易有限公司	985.64	2.19%	23.47%

期间	序号	客户名称	销售金额	占比	毛利率
	7	上海卡通尼文化发展有限公司	702.28	1.56%	23.25%
	8	万达宝贝王集团有限公司	636.54	1.41%	37.94%
	9	Atracciones Coney Island SAC	617.16	1.37%	40.07%
	10	P.T.FUN INTERNATIONAL	604.90	1.34%	35.92%
	合计		13,431.65	29.81%	32.31%
2018 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	3,357.51	7.81%	18.42%
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	2,000.00	4.65%	33.57%
	3	TEEG TOPCO PTY LTD	1,648.36	3.83%	31.53%
	4	万达宝贝王集团有限公司	1,327.85	3.09%	42.34%
	5	Player One Amusement Group Inc.	1,132.31	2.63%	36.81%
	6	Atracciones Coney Island SAC	940.57	2.19%	37.17%
	7	COTO C.I.S.C.A	597.21	1.39%	40.48%
	8	KC Wonderland Corp.	544.56	1.27%	37.06%
	9	深圳市乐的文化有限公司	531.88	1.24%	33.57%
	10	TECNOCOIN SA de CV	443.45	1.03%	40.81%
	合计		12,523.70	29.13%	31.47%
2017 年	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	2,686.67	6.56%	20.29%
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,240.73	3.03%	30.04%
	3	万达宝贝王集团有限公司	1,168.55	2.85%	42.70%
	4	TEEG TOPCO PTY LTD	984.20	2.40%	37.24%
	5	Player One Amusement Group Inc.	893.40	2.18%	46.68%
	6	PT.FUN INTERNATIONAL	820.87	2.00%	38.33%
	7	北方华录文化科技（北京）有限公司	820.71	2.00%	23.36%
	8	CONSTRUCCIONES, MOVIMIENTOS DE TIERRA Y ATRACCIONES COMTERRA S A	794.26	1.94%	37.92%
	9	Atracciones Coney Island SAC	755.35	1.84%	39.06%
	10	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	717.20	1.75%	52.05%
	合计		10,881.94	26.56%	33.78%

报告期各期，公司对前十大直销客户的平均毛利率为 33.78%、31.47%、32.31%及 34.38%，公司平均综合毛利率为 34.43%、35.63%、35.31%及 34.24%，公司对不同客户销售的毛利率有所差异主要系销售产品的结构不同所致，总体来看，公司对前十大直

销客户销售的平均毛利率较综合毛利率不存在重大差异。报告期各期，公司对各前十大直销客户的销售中，对外销直销客户的销售毛利率一般高于对内销直销客户的毛利率。2020 年 1-9 月，公司对北京大玩家娱乐股份有限公司销售的毛利率为 53.28%，毛利率较高，主要系公司当年对其达成合作经营设备转销售协议，对其实现销售 615.30 万元，占当期对其销售额的比例为 57.79%，毛利率为 69.63%，导致当期对其销售毛利率较高。2020 年 1-9 月，公司对大玩家游艺游戏设备销售及合作机台转卖销售的具体情况如下：

单位：万元

项目	销售金额	占比	毛利率
合作机台转卖	615.30	57.79%	69.63%
全新游艺游戏设备销售	449.37	42.21%	30.89%
合计	1,064.67	100.00%	53.28%

（二）报告期各期发行人前五大经销客户的销售金额及占比、毛利率分析

报告期各期，公司对前五大经销客户的销售金额及占主营业务收入比重、毛利率情况如下：

期间	序号	客户名称	销售金额（万元）	占比	毛利率
2020 年 1-9 月	1	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	770.30	4.51%	27.77%
	2	EIKOU ELECTRONICS CO,LTD	313.87	1.84%	28.60%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	291.40	1.71%	26.22%
	4	SOCIETE FRANCAISE AUTOMATIQUE	177.80	1.04%	29.54%
	5	AVRANCHES AUTOMATIC	127.84	0.75%	34.50%
	合计		1,681.21	9.85%	28.36%
2019 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	2,301.91	5.11%	19.46%
	2	H.BETTI INDSUTRIES INC.	2,251.07	5.00%	49.40%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	730.76	1.62%	37.10%
	4	FARO GAMES COM S.R.L	513.88	1.14%	45.84%
	5	Global Amusement Inc	463.00	1.03%	41.79%
	合计		6,260.62	13.89%	36.10%
2018 年	1	EIKOU ELECTRONICS.,LTD	2,846.68	6.62%	47.13%

期间	序号	客户名称	销售金额（万元）	占比	毛利率
	2	H.BETTI INDSUTRIES INC.	2,398.18	5.58%	49.98%
	3	Amusements Worldwide LLC.	479.96	1.12%	50.15%
	4	INSTANCE AUTOMATICS LTD	462.52	1.08%	32.53%
	5	PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA	428.69	1.00%	50.09%
	合计		6,616.03	15.39%	47.55%
2017 年	1	H.BETTI INDSUTRIES INC.	1,134.68	2.77%	54.72%
	2	Amusements Worldwide LLC.	1,065.24	2.60%	50.45%
	3	INSTANCE AUTOMATICS LTD	516.77	1.26%	48.36%
	4	Amusement Services International LLC	446.39	1.09%	44.19%
	5	Kidsplay LLC	370.49	0.90%	51.06%
	合计		3,533.57	8.62%	50.79%

报告期各期，公司对前五大经销客户的平均毛利率为 50.79%、47.55%、36.10%及 28.36%，公司平均综合毛利率为 34.43%、35.63%、35.31%及 34.24%，公司对不同客户销售的毛利率有所差异主要系销售产品的结构不同所致。报告期内，公司前五大经销客户均为外销客户，一般外销毛利率高于内销毛利率，因此，2017 年至 2019 年，公司对前五大经销客户销售的平均毛利率高于平均综合毛利率。

2020 年 1-9 月，前五大经销客户的平均毛利率有所降低，同时低于平均综合毛利率，主要系一方面公司自 2020 年 1 月起执行新收入准则，快递运输费中履行销售合同发生的必要成本部分计入营业成本。同时公司境内销售货物相关的运输服务主要由客户自行办理，因此实际由公司承担的运输费主要为实现境外销售而产生的货物运输费，导致 2020 年 1-9 月境外客户销售毛利率普遍有所下降。2020 年 1-9 月，若不考虑运费因素，公司前五大经销客户的平均毛利率为 36.31%，而公司 2020 年 1-9 月的平均综合毛利率为 34.24%。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“8、前十大直销客户和前五大经销客户销售情况”　中补充披露上述楷体加粗相关内容。

六、中介机构核查意见

（一）说明对 2020 年 1-9 月新晋前十大客户是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，具体核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1、核查程序

保荐机构及申报会计师对 2020 年 1-9 月新晋前十大客户进行了充分的重点关注，采取了针对性的核查措施，具体情况如下：

（1）了解发行人客户开发流程，客户开发审批手续等内控措施，访谈发行人业务负责人关于东方英雄嘉年华、风云投资、万代南梦宫、冠宇娱乐、潍坊娱人码头等合作历史，对 2020 年 1-9 月新进入前十大客户 100%核查了解；

（2）实地走访发行人重要客户，对于 2020 年 1-9 月新进入前十大客户 100%实地走访及电话访谈，实地走访了东方英雄嘉年华、风云投资、冠宇娱乐、潍坊娱人码头，对于万代南梦宫，在前期实地走访其中国子公司的基础上，电话访谈其日本总部业务人员，重点了解与发行人合作的历史、2020 年采购增加的背景、疫情恢复情况、与世宇科技是否存在关联关系及不正当利益输送、是否同时与乐奇金鹰存在交易等情形；

（3）通过查阅南梦宫年报、海外资信报告，查阅东方英雄嘉年华、风云投资、万代南梦宫、冠宇娱乐、潍坊娱人码头的企业注册信息、行业公开资料等，了解客户背景、股东及高管信息、行业地位等；

（4）走访客户的游乐场，现场盘点设备使用情况、设备数量等，核查比例 100%

（5）核查合同、发票、发货签收单（南梦宫的为报关单及提单）、回款记录、账务记录；

（6）查阅行业公开资料、行业可比公司资料等，了解行业疫情后游乐场营收恢复情况、下游设备投资恢复及增强情况等。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：2020 年 1-9 月新进入的前十大客户增加对发行人的采购具有合理背景，不存在不正当交易行为。

（二）说明对 2020 年 1-9 月新晋前十大客户销售产品实物的核查方式、核查比例，是否现场走访了上述客户的门店并核验了相关产品已投入运营

2020 年 1-9 月，公司新晋前十大客户为大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、BANDAI NAMCO TECHNICA INC.、南京风云投资管理有限公司、中山市冠宇娱乐有限公司及潍坊娱人码头娱乐城，中介机构对发行人对其销售产品的实物情况进行了充分的核查，具体如下：

1、核查程序

（1）东方英雄嘉年华

2020 年 1-9 月，发行人对东方英雄嘉年华的销售额为 1,713.50 万元；2020 年 1-11 月，发行人对东方英雄嘉年华的销售额为 2,287.44 万元。中介机构对 2020 年 1-11 月东方英雄嘉年华新购置世宇科技设备的门店核查情况如下：

序号	门店名称	门店地址	2020年门店新投入世宇科技设备总台数	现场盘点设备名称及数量是否一致	设备是否正常运营
1	鞍山大悦东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市立山区	53	是	是
2	瓦房店东方英雄嘉年华电玩游艺场	辽宁省大连市瓦房店市	57	是	是
3	本溪新玛特东方英雄电玩中心	辽宁省本溪市平山区	49	是	是
4	盘锦兴隆台东方英雄游艺厅	辽宁省盘锦市兴隆台区	31	是	是
5	鞍山万熹东方英雄嘉年华电玩游艺厅	辽宁省鞍山市铁东区	117	是	是
6	锦州古塔区哈尼鹿梦幻乐园	辽宁省锦州市古塔区	5	是	是
7	鞍山岫岩东方英雄动漫游戏	辽宁省鞍山市岫岩满族自治县	20	是	是

	城				
8	鞍山铁西区东方英雄人民路店	辽宁省鞍山市铁西区	37	是	是
9	大连沙河口区东方英雄梦幻乐园店	辽宁省大连市沙河口区	16	是	是
10	吉林市国贸购物中心东方英雄嘉年华动漫电子游戏中心	吉林省吉林市桦甸市	21	是	是
11	吉林市东市商贸经济示范区东方英雄嘉年华动漫城	吉林省吉林市昌邑区	38	是	是
12	鞍山市铁东区都市乐园游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	37	是	是
13	盘锦市兴隆台区东方英雄嘉年华动漫游戏城	辽宁省盘锦市兴隆台区	25	是	是
14	鞍山市铁东区东方英雄动漫游戏城	辽宁省鞍山市铁东区	33	是	是
合　计			**539**	**-**	**-**

综上，2020 年 1-11 月发行人对东方英雄累计发货 539 台，走访门店核实运行的设备 539 台，核查比例为 100%，设备正常运行，无异常。

（2）风云投资

2020 年 1-9 月，发行人对风云投资的销售额为 838.63 万元；2020 年 1-11 月，发行人对风云投资的销售额为 1,168.10 万元。中介机构对 2020 年 1-11 月风云投资新购置世宇科技设备的门店核查情况如下：

序号	门店名称	门店地址	2020 年门店新投入世宇科技设备总台数	现场盘点设备名称及数量是否一致	设备是否正常运营
1	风云再起成都天府广场店	四川省成都市青羊区	8	是	是
2	风云再起滁州苏宁广场店	安徽省滁州市琅琊区	4	是	是
3	风云再起贵阳大	贵州省贵阳市云岩区	5	是	是

	十字店				
4	风云再起合肥淮河路店	安徽省合肥市庐阳区	7	是	是
5	风云再起淮安茂业天地店	江苏省淮安市清河区	8	是	是
6	风云再起南昌中山路店	江西省南昌市东湖区	8	是	是
7	风云再起南京常发广场店	江苏省南京市玄武区	3	是	是
8	风云再起南京湖南路店	江苏省南京市鼓楼区	3	是	是
9	风云再起南京水平方店	江苏省南京市秦淮区	2	是	是
10	风云再起钦州店	广西钦州市钦南区	3	是	是
11	风云再起上海百联店	上海市普陀区	12	是	是
12	风云再起上海人民广场店	上海市黄浦区	11	是	是
13	风云再起上海维璟广场店	上海市闵行区	15	是	是
14	风云再起上海文峰广场店	上海市浦东新区	3	是	是
15	风云再起上海长风大悦城店	上海市普陀区	16	是	是
16	风云再起沈阳大悦城店	辽宁省沈阳市大东区	2	是	是
17	风云再起沈阳华强店	辽宁省沈阳市沈北新区	2	是	是
18	风云再起石家庄华强广场店	河北省石家庄市新华区	8	是	是
19	风云再起苏州莱迪广场店	江苏省苏州市姑苏区	4	是	是
20	风云再起太原茂业	山西省太原市小店区	13	是	是
21	风云再起天津南京路店	天津市和平区	9	是	是
22	风云再起无锡清扬茂业天地店	江苏省无锡市梁溪区	25	是	是
23	风云再起无锡苏宁广场店	江苏省无锡市梁溪区	8	是	是
24	风云再起芜湖苏宁广场店	安徽省芜湖市镜湖区	8	是	是
25	风云再起武汉江汉路店	湖北省武汉市江汉区	2	是	是
26	风云再起西安骡马市店	陕西省西安市碑林区	4	是	是
27	风云再起西宁国芳百货店	青海省西宁市城西区	5	是	是

28	风云再起宿州苏宁广场店	安徽省宿州市埇桥区埇桥区	17	是	是
29	风云再起镇江苏宁广场店	江苏省镇江市京口区	4	是	是
30	风云再起沈阳中街恒隆店	辽宁省沈阳市沈河区	1	是	是
31	风云再起南京新街口天丰大厦店	江苏省南京市秦淮区	6	是	是
32	风云再起南京新街口正洪大厦店	江苏省南京市秦淮区	3	是	是
合　计			**229**	**-**	**-**

综上，2020 年 1-11 月发行人对风云投资累计发货 229 台，走访门店核实运行的设备 229 台，核查比例为 100%，设备正常运行，无异常。

（3）万代南梦宫

2020 年 1-9 月，发行人对万代南梦宫的销售金额为 865.96 万元；2020 年 1-11 月，发行人对万代南梦宫的销售金额为 867.05 万元。对于万代南梦宫，中介机构核查了出库单、报关单、提单，核查比例为 100%，确认货物已经对日本报关出口。同时对万代南梦宫进行了访谈，确认其在日本拥有游乐场运营业务，所购买的世宇科技的设备已用于游乐场运营；同时，通过查阅南梦宫年报等公开信息了解万代南梦宫的业务构成，确认游乐场运营业务属于其业务范围之一，并且为东京证券交易所上市公司，系国际文化娱乐产业巨头之一，向发行人采购具有合理背景和用途。

序号	提单收货人	报关单商品名称	报关单商品数量（台）	报关单日期	报关单运抵国	提单卸货港	报关单运抵国、提单卸货港与客户所在地是否一致
1	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	炫动篮球	18	2020.3.11	日本	日本横滨港	是
2		炫动篮球	72	2020.3.31	日本	日本横滨港	是
3		炫动篮球	36	2020.4.28	日本	日本横滨港	是
4		胜利摩托 VR	1	2020.5.6	日本	日本横滨港	是
5		炫动篮球	36	2020.5.22	日本	日本横滨港	是
6		炫动篮球	36	2020.5.30	日本	日本横滨港	是

7		炫动篮球	36	2020.6.12	日本	日本横滨港	是
8		炫动篮球	36	2020.6.15	日本	日本横滨港	是
9		炫动篮球	36	2020.6.20	日本	日本横滨港	是
10		炫动篮球	36	2020.6.29	日本	日本横滨港	是
合　计			**343**	**-**	**-**	**-**	**-**

综上，2020 年 1-11 月发行人对万代南梦宫累计发货 343 台，核查合同、出库单、报关单、提单，核查比例为 100%，设备正常报关日本万代南梦宫，无异常。

（4）冠宇娱乐

2020 年 1-9 月，发行人对冠宇娱乐的销售额为 823.19 万元；2020 年 1-11 月，发行人对冠宇娱乐的销售额为 824.03 万元。中介机构对 2020 年 1-11 月冠宇娱乐新购置世宇科技设备的门店核查情况

序号	门店名称	门店地址	2020 年门店新投入世宇科技设备总台数	现场盘点设备名称及数量是否一致	设备是否正常运营
1	冠宇开心主场中山板芙店	广东省中山市板芙镇	7	是	是
2	冠宇开心主场中山大涌店	广东省中山市大涌镇	1	是	是
3	冠宇开心主场中山东凤店	广东省中山市东凤镇	2	是	是
4	广州正佳哇哇哇娱乐城	广东省广州市天河区	23	是	是
5	冠宇极限主场惠州店	广东省惠州市惠城区	14	是	是
6	江门布鲁精灵	广东省江门市蓬江区	8	是	是
7	冠宇开心主场开平店	广东省江门市开平市	5	是	是
8	冠宇开心主场南朗店	广东省中山市南朗镇	11	是	是
9	冠宇极限主场普宁店	广东省揭阳市普宁市	12	是	是
10	冠宇开心主场清溪店	广东省东莞市清溪镇	5	是	是
11	冠宇开心主场清远 1 店	广东省清远市清城区	10	是	是

12	冠宇开心主场清远 2 店	广东省清远市清城区	10	是	是
13	冠宇开心主场中山三乡店	广东省中山市三乡镇	5	是	是
14	冠宇开心主场中山沙溪店	广东省中山市沙溪镇	9	是	是
15	冠宇开心主场石龙店	广东省东莞市石龙镇	4	是	是
16	冠宇开心主场坦州 2 店	广东省中山市坦洲镇	5	是	是
17	冠宇开心主场坦洲 1 店	广东省中山市坦洲镇	5	是	是
18	冠宇极限主场天奕店	广东省中山市东区	47	是	是
19	冠宇极限主场阳江店	广东省广东省阳江市江城区	5	是	是
20	冠宇极限主场湛江店	广东省湛江开发区	1	是	是
21	冠宇开心主场张家边店	广东省中山市火炬开发区	4	是	是
22	极限主场东莞樟木头店	广东省东莞市樟木头镇	37	是	是
23	冠宇极限主场广州金海岸店	广东省广州市增城区	28	是	是
合　计			**258**	**-**	**-**

综上，2020 年 1-11 月发行人对冠宇娱乐累计发货 258 台，走访门店核实运行的设备 258 台，核查比例为 100%，设备正常运行，无异常。

（5）娱人码头

2020 年 1-9 月，发行人对潍坊娱人码头的销售额为 520.97 万元；2020 年 1-11 月，发行人对潍坊娱人码头的销售额为 1,355.44 万元。中介机构对 2020 年 1-11 月娱人码头新购置世宇科技设备的门店核查情况：

序号	门店名称	门店地址	2020 年门店新投入世宇科技设备总台数	现场盘点设备名称及数量是否一致	设备是否正常运营
1	诸城娱人港湾娱乐城	山东省潍坊市诸城市	199	是	是
2	智趣乐园石岐大信店	广东省中山市石岐区	8	是	是
3	智趣乐园金鹰	广东省中山市石岐区	3	是	是

	店				
4	智趣乐园远洋店	广东省中山市东区	9	是	是
5	智趣乐园常平店	广东省东莞市常平镇	3	是	是
6	智趣乐园梅州店	广东省梅州市梅江区	2	是	是
7	智趣乐园江门店	广东省江门市蓬江区	6	是	是
8	智趣乐园罗定店	广东省云浮市罗定市	4	是	是
9	智趣乐园顺德店	广东省佛山市顺德区	4	是	是
10	北京盖姆科技智慧运动馆	北京市海淀区	3	是	是
11	烟台市盛佳威视文化传媒有限公司	山东省烟台市芝罘区	39	是	是
合　计		**-**	**280**	**-**	**-**

综上，2020 年 1-11 月发行人对娱人码头累计发货 280 台，走访门店核实运行的设备 280 台，核查比例为 100%，设备正常运行，无异常。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人 2020 年 1-9 月新晋前十大客户销售产品均已投入客户相关门店运营，无异常情况。

（三）说明对个人客户销售真实性的核查方式、核查程序、核查比例、核查结论，对个人客户核查比例逐年降低的原因及核查充分性

1、核查程序

保荐机构及申报会计师对个人客户销售的真实性进行了如下核查：

（1）获取报告期各期个人客户销售清单，对个人客户整体销售情况及原因进行了解确认；

（2）获取个人客户销售明细及毛利率明细，了解并确认个人客户销售毛利率不存在异常情况；

（3）对报告期各期前十大个人客户的销售情况进行了实质性测试，通过抽取对其销售的凭证，并检查相关与个人客户签订的合同、出库单、签收单、发票、银行回款单等信息，确认对个人客户销售的真实性、准确性；报告期各期，前 10 大个人客户的销售额占个人客户总销售额的比例分别为 21.24%、19.37%、23.86%及 31.41%；

（4）对主要个人客户及其所属的游乐场进行了走访，了解了客户以个人名义进行采购的原因，并确认采购的真实性及准确性；报告期各期，保荐机构及申报会计师走访涉及的个人客户销售额占总个人客户销售额的比例分别为 25.03%、24.81%、22.77%及 14.42%；

（5）对主要个人客户进行了函证，进一步确认交易及往来的真实性；报告期各期，保荐机构及申报会计师函证的比例占个人客户的销售额的比例为 54.19%、45.09%、38.56%及 41.02%；

（6）为了进一步扩大个人客户的核查范围，保荐机构及申报会计师采取分层抽样的方式对个人客户进行了补充电话访谈。具体选取标准如下：针对报告期各期交易额超过 10 万元的客户，全部抽取进行电话访谈；针对报告期各期交易额 10 万元以下的客户，抽取覆盖交易总额 10%的客户进行电话访谈。通过以上方式，中介机构共选取 328 名个人客户进行电话访谈，共收到 145 名个人客户接受电话访谈。补充核查的金额的具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
补充核查金额	613.71	1,929.65	1,799.35	1,738.66
接受补充核查的个人客户的销售金额合计	377.60	1,034.35	763.73	901.77
个人客户销售金额合计	1,144.71	4,945.98	4,662.67	6,531.82
占　比	**32.99%**	**20.91%**	**16.38%**	**13.81%**

通过以上核查，保荐机构及申报会计师合计对发行人个人客户的核查金额情况如

下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
核查个人客户销售金额	782.67	3,094.36	2,829.58	4,413.21
个人客户销售总额	**1,144.71**	**4,945.98**	**4,662.67**	**6,531.82**
核查占比	**68.37%**	**62.56%**	**60.69%**	**67.56%**

保荐机构及申报会计师对发行人个人客户的核查金额占报告期各期个人客户收入总金额为 4,413.21 万元、2,829.58 万元、3,094.36 万元及 782.67 万元，占比为 67.56%、60.69%、62.56%及 68.37%，比例已较为充分。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）发行人存在对个人客户销售主要系发行人客户所处行业特点所致，发行人对个人客户的销售具有商业合理性；

（2）报告期内，发行人对个人客户的销售金额真实、准确；

（3）报告期内，发行人对个人客户的销售有所波动，主要系受主要受下游客户经营游乐场的需求波动所致，总体来看，发行人对个人客户较为零散，总体销售金额较小；

（4）报告期内，发行人对个人客户的销售毛利率有所波动，且与主营业务平均毛利率存在一定的差异，主要系发行人个人客户较为分散，向发行人采购也较为零散，各年存在采购产品、配件等不同产品的情况，由于向发行人采购产品的结构不同，导致毛利率存在一定的波动。总体来看，发行人向个人客户销售的毛利率与平均主营业务毛利率相比不存在重大差异，对个人客户销售毛利率总体系合理的。

（四）对上述其他事项发表明确意见

1、核查程序

保荐机构及申报会计师针对发行人客户与供应商重叠情况，进行了如下核查：

（1）获取报告期内客户与供应商重叠的公司名单，了解重叠的原因及背景；

（2）对发行人管理层进行访谈，了解存在客户与供应商重叠的情况背景及合理性；

（3）查询同行业公司公开披露信息，确认客户与供应商重叠的合理性；

（4）逐家核查客户与供应商的公司的销售、采购金额及明细，确认相关金额的真实性；

（5）对主要既是客户又是供应商的公司进行访谈，了解其向发行人采购及销售的原因；

（6）核查客户与供应商的公司的相关背景，确认与发行人不存在关联关系。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：发行人存在既是客户又是供应商的情况主要系同行业采购行为所致，具备商业合理性；报告期内，发行人既是客户又是供应商的金额较小，不存在销售和采购额相近的对象，且此类客户/供应商与公司不存在关联关系，相互采购均基于正常的商业行为。

问题六：关于营业成本及供应商

根据申报材料和审核问询回复：

（1）报告期各期，直接材料成本占比均超过 80%。

（2）报告期内，公司外购套件生产机台销售收入及毛利贡献占比在 30%左右。一般而言，公司购买的游戏套件将取得境外游戏游艺开发厂商该款游戏套件在中国及其他特定区域的独家销售权；同时，公司需达到游戏套件供应商的保底采购量的要求。

（3）中山市崎山机械设备有限公司（以下简称崎山机械）、中山市金瑞恒金属制品有限公司（以下简称金瑞恒）和中山市勤强五金机械厂（以下简称勤强五金）存在租赁发行人厂房并向发行人供货的情形。

（4）报告期各期，发行人制造费用分别为 1,545.51 万元、1,699.78 万元、1,991.52 万元和 1,088.35 万元。

请发行人补充披露：

（1）主要原材料是否从不同渠道采购，如是，通过比较不同渠道的采购价格分析并披露采购单价公允性。

（2）报告期各期外购套件生产机台具体销售收入金额及占比、毛利金额及占比，不同游戏套件独家销售权、保底采购量的具体情况及对应产品销售量（金额与数量）与销售毛利率，保底采购量的确定依据及过程、修改频率，是否存在游戏套件保底采购量高于对应产品销售量的情形，是否存在外购套件生产机台后产品滞销的情形，相关产品是否需要计提存货跌价准备。

（3）崎山机械、金瑞恒和勤强五金的基本情况，包括但不限于成立时间、注册资本、发行人与其合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、报告期各期发行人采购内容、采购金额、采购金额占其当期销售金额的比例、采购信用期及与其他供应商的差异情况、采购单价，充分论证上述供应商采购单价的公允性以及供

应商租赁发行人厂房单价的公允性、是否存在供应商替发行人承担成本费用的情形，结合资金流水核查情况补充披露发行人、发行人董监高、发行人主要股东与上述供应商、供应商董监高和主要股东是否存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来。

（4）制造费用明细构成，分析并披露各明细构成波动原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对崎山机械、金瑞恒和勤强五金采购单价公允性的核查方式、核查程序、核查范围及核查结论。

回复：

一、主要原材料是否从不同渠道采购，如是，通过比较不同渠道的采购价格分析并披露采购单价公允性

报告期内，公司采购的主要原材料包括游戏套件，主机、显示器、电子元器件、加工件、非金加工件、塑胶件等，采购的物料品种较多，具有小批多次的特点。

游戏套件为整个游戏游艺设备的核心部件，包括游戏软件，以及其他主要功能部件组合，报告期内，公司主要向 Raw Thrills、万代南梦宫、鉭象电子、科乐美等境外游戏游艺设备公司购买。一般而言，公司购买的游戏套件将取得境外游戏游艺开发厂商该款游戏套件在中国及其他特定区域的独家销售权，报告期内，公司不存在通过其他渠道采购游戏套件的情况。

针对其他主要材料，主机、显示器、电子元器件等通用性材料以及加工件、非金加工件、美工件等定制化原材料，公司主要在周边选取合格供应商进行采购。为规避原材料供应风险并保证有竞争力的采购价格，对于生产用主要原材料类别，公司一般储备 2-3 家供应商，在确定合理采购价格后对一种型号原材料选取一个主要供应商进行采购。同时，基于公司对物料的采购需求、供应商供货能力、交货周期等因素，存在部分原材料同时向不同供应商采购的情况。

报告期内，公司从不同渠道（供应商）采购的同一品种、型号原材料金额分别为 5,152.48 万元、6,209.72 万元、4,510.81 万元和 1,688.86 万元，占当期原材料采购

金额（除套件）的比例分别为 26.75%、30.11%、23.33%和 25.11%。由于公司除套件外其他主要原材料的单价一般较低、采购金额通常也较小。因此，选取报告期各期，不同采购渠道采购前五种材料，占不同渠道采购金额的 25.19%、20.50%、29.23%和 34.15%，上述材料在不同供应商的采购单价对比如下：

期间	序号	材料名称	规格型号	供应商名称	采购金额（万元）	采购单价（元（个/件/台））
2020 年 1-9 月	1	65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	东莞市芝麻开花电子有限公司	145.07	3,080.13
		65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	广州励邦电子科技有限公司	11.72	3,084.07
		65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	深圳市金四象科技有限公司	55.82	3,084.07
	2	43 寸显示器	DV430FHM-NN1	东莞市芝麻开花电子有限公司	31.99	1,409.34
		43 寸显示器	DV430FHM-NN1	深圳市金四象科技有限公司	125.35	1,442.48
	3	65 寸原装液晶屏（裸屏）	LG 65 寸原装显示屏 LC650EGY	东莞市芝麻开花电子有限公司	16.99	2,123.89
		65 寸原装液晶屏（裸屏）	LG 65 寸原装显示屏 LC650EGY	深圳市宏浩源电子科技有限公司	87.16	2,234.85
	4	15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市五兴木业有限公司	20.73	113.27
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市方盈装饰材料有限公司	36.36	113.27
	5	15MM 双面黑色夹板	4×8 尺 (1220X2440) 双面贴 0.8MM 黑色防火板	中山市五兴木业有限公司	37.66	198.23
		15MM 双面黑色夹板	4×8 尺 (1220X2440) 双面贴 0.8MM 黑色防火板	中山市方盈装饰材料有限公司	7.93	198.23
		合 计			**576.79**	
2019 年度	1	43 寸显示器	DV430FHM-NN1	东莞市芝麻开花电子有限公司	41.69	1,442.48
		43 寸显示器	DV430FHM-NN1	深圳市金四象科技有限公司	614.54	1,446.31
	2	15MM 双面黑色夹板	4×8 尺 (1220X2440) 双面贴 0.8MM 黑色防火板	广西跃发木业有限公司	7.98	199.39
		15MM 双面黑色夹板	4×8 尺 (1220X2440) 双面贴 0.8MM 黑色防火板	中山市方盈装饰材料有限公司	135.00	197.78

		15MM 双面黑色夹板	4×8 尺(1220X2440) 双面贴 0.8MM 黑色防火板	中山市五兴木业有限公司	52.37	198.21
	3	15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	佛山市燕宁木业有限公司	21.56	102.65
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市方盈装饰材料有限公司	119.73	113.52
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市五兴木业有限公司	32.86	112.36
	4	65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	东莞市芝麻开花电子有限公司	129.22	3,084.07
		65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	广州励邦电子科技有限公司	16.65	3,084.07
		65 寸液晶显示器	LT65BN21（A）	深圳市金四象科技有限公司	10.79	3,084.07
	5	15 厘夹板	4×8 尺/合资	中山市五兴木业有限公司	8.35	104.42
		15 厘夹板	4×8 尺/合资	中山市永丰装饰材料工程有限公司	127.58	102.06
		合 计			**1,318.32**	
2018 年度	1	42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	成都易美逊电子科技有限公司	5.96	1,568.38
		42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	东莞市芝麻开花电子有限公司	240.32	1,573.82
		42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	广州励邦电子科技有限公司	321.99	1,568.38
		42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	深圳市金四象科技有限公司	7.55	1,606.84
	2	15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	佛山市聚乾装饰材料有限公司	34.64	117.95
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市方盈装饰材料有限公司	192.41	117.89
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市五兴木业有限公司	0.12	117.76
	3	32 寸液晶显示器（液晶显示组件）	32 寸 LC320DXE	东莞市芝麻开花电子有限公司	56.20	899.26
		32 寸液晶显示器（液晶显示组件）	32 寸 LC320DXE	广州励邦电子科技有限公司	84.04	898.84
		32 寸液晶显示器（液晶显示组件）	32 寸 LC320DXE	深圳市金四象科技有限公司	32.48	899.80
	4	15 厘双面宝石兰麻面夹板	4×8 尺(1220X2440) 双面贴 0.8MM 宝石兰防火板	佛山市聚乾装饰材料有限公司	36.11	213.68
		15 厘双面宝石兰麻面夹板	4×8 尺(1220X2440) 双面贴 0.8MM 宝石	中山市方盈装饰材料有限公司	132.70	213.76

			兰防火板			
	5	电脑主机	intel G3240/SW-M9302 主板/KingSton 4G DDR3/Foresee 128G SSD/翔升 GT750-1G	深圳硕微科技有限公司	116.04	2,517.24
		电脑主机	intel G3240/SW-M9302 主板/KingSton 4G DDR3/Foresee 128G SSD/翔升 GT750-1G	深圳市中科众智技术有限公司	12.59	2,517.24
		合 计			**1,273.16**	
2017 年度	1	42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	成都易美逊电子科技有限公司	222.61	1,602.63
		42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	广州励邦电子科技有限公司	253.77	1,580.13
		42 寸 LED 显示器	42 寸 LED 裸机	深圳市金四象科技有限公司	148.79	1,606.84
	2	宽屏液晶显示器（液晶显示组件）	42 寸裸机	成都易美逊电子科技有限公司	105.68	1,598.79
		宽屏液晶显示器（液晶显示组件）	42 寸裸机	广州励邦电子科技有限公司	104.09	1,577.12
		宽屏液晶显示器（液晶显示组件）	42 寸裸机	深圳市金四象科技有限公司	116.50	1,606.84
	3	32 寸液晶显示器（液晶显示组件）	32 寸 LC321DXE	广州励邦电子科技有限公司	90.04	907.71
		32 寸液晶显示器（液晶显示组件）	32 寸 LC322DXE	深圳市金四象科技有限公司	94.60	910.50
	4	胶合板(夹板)	1220×2440×15MM 甘力牌	中山市五兴木业有限公司	79.75	100.85
		胶合板(夹板)	1220×2440×15MM 甘力牌	中山市永丰装饰材料工程有限公司	4.03	100.85
	5	15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	佛山市聚乾装饰材料有限公司	76.86	117.95
		15 厘夹板	4×8 尺/冠成皇冠 15 厘夹板	中山市五兴木业有限公司	1.19	117.95
		合 计			**1,297.91**	

由上表可见，**报告期内，公司从不同渠道（供应商）采购的原材料主要为主机、显示器、木料等通用性较高的原材料，且不同供应商采购单价不存在明显差异。针对加工件、非金加工件、塑胶件等定制零部件，一般而言，涉及图纸设计、新开模具、**

打样、批量生产等过程，供应商开发周期相对较长，同时针对单一材料的采购量整体偏少，通过不同渠道采购往往不利于采购效率的提升和采购成本的控制，以单一渠道采购为主，同时，公司核价部门根据材料的材质、尺寸、重量以及单位加工费等进行采购成本控制。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之（二）营业成本分析”之6、主要供应商采购情况”之“（5）主要原材料从不同渠道采购情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、报告期各期外购套件生产机台具体销售收入金额及占比、毛利金额及占比，不同游戏套件独家销售权、保底采购量的具体情况及对应产品销售量（金额与数量）与销售毛利率，保底采购量的确定依据及过程、修改频率，是否存在游戏套件保底采购量高于对应产品销售量的情形，是否存在外购套件生产机台后产品滞销的情形，相关产品是否需要计提存货跌价准备

（一）报告期各期外购套件生产机台具体销售收入金额及占比、毛利金额及占比

报告期各期，公司外购套件生产机台销售收入金额及占比、毛利金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
外购套件生产机台销售收入	6,393.19	10,753.87	8,854.99	8,966.54
主营业务收入	17,069.98	45,063.30	42,985.25	40,976.59
外购套件生产机台销售占比	37.45%	23.86%	20.60%	21.88%
外购套件生产机台销售毛利	2,059.87	2,840.78	1,859.30	2,021.83
主营业务毛利	5,744.08	15,793.02	15,149.41	14,000.97
外购套件生产机台毛利占比	35.86%	17.99%	12.27%	14.44%

报告期各期，公司前五大外购套件生产机台销售情况如下：

期间	序号	外购套件生产机台产品名称	销售金额（万元）	占套件生产机台收入比重	占主营业务收入比重

2020 年 1-9 月	1	动感飞车	1,599.75	25.02%	9.37%
	2	胜利摩托 VR	1,587.58	24.83%	9.30%
	3	华卡音舞	751.15	11.75%	4.40%
	4	侏罗纪公园	311.23	4.87%	1.82%
	5	海盗大冒险	295.93	4.63%	1.73%
	合计		4,545.64	71.10%	26.63%
2019 年度	1	动感飞车	3,303.24	30.72%	7.33%
	2	侏罗纪公园	1,307.23	12.16%	2.90%
	3	胜利摩托 VR	1,272.35	11.83%	2.82%
	4	舞律炫步	715.38	6.65%	1.59%
	5	超级摩托车 3 代	705.41	6.56%	1.57%
	合计		7,303.61	67.92%	16.21%
2018 年度	1	动感飞车	3,501.08	39.54%	8.14%
	2	侏罗纪公园	1,869.89	21.12%	4.35%
	3	世界摩托车锦标赛	1,370.85	15.48%	3.19%
	4	胜利追击	1,030.90	11.64%	2.40%
	5	异形大决战	500.75	5.66%	1.16%
	合计		8,273.48	93.43%	19.25%
2017 年度	1	世界摩托车锦标赛	2,075.01	23.14%	5.06%
	2	胜利追击	1,983.63	22.12%	4.84%
	3	动感飞车	1,979.43	22.08%	4.83%
	4	侏罗纪公园	1,235.29	13.78%	3.01%
	5	异形大决战	487.59	5.44%	1.19%
	合计		7,760.96	86.55%	18.94%

最近三年,公司外购套件生产机台销售收入占比不超过24%,毛利贡献不超过18%;2020 年 1-9 月,疫情影响导致公司收入有所下降,同时公司于 2019 年引进的胜利摩托 VR、华卡音舞等新的套件生产机台产品获得市场欢迎,从而导致外购套件生产机台销售收入占比及毛利贡献占比阶段性有所上升。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“5、报告期各期外购套件生产机台相关情况”之“（1）报告期各期外购套件生产机台具体销售收入”中补充披露上述楷体

加粗相关内容。

（二）不同游戏套件独家销售权、保底采购量的具体情况及对应产品销售量（金额与数量）与销售毛利率，保底采购量的确定依据及过程、修改频率，是否存在游戏套件保底采购量高于对应产品销售量的情形，是否存在外购套件生产机台后产品滞销的情形，相关产品是否需要计提存货跌价准备

1、主要游戏套件独家销售权授予情况

报告期内，公司主要游戏套件的独家销售权授予情况如下：

序号	套件名称	套件厂商名称	授权性质	授权销售区域
1	动感飞车	Raw Thrills	独家	中国（含香港、澳门和台湾地区）
			非独家	日本、韩国、菲律宾、新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国、澳大利亚、非洲、南美洲
2	侏罗纪公园	Raw Thrills	独家	中国（含香港、澳门和台湾地区）
			非独家	日本、韩国、菲律宾、新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国、澳大利亚、非洲、南美洲
3	超级摩托车3代	Raw Thrills	独家	中国（含香港、澳门和台湾地区）
			非独家	日本、韩国、菲律宾、新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国、非洲
4	异形大决战	Raw Thrills	独家	中国（含香港、澳门和台湾地区）
			非独家	日本、韩国、菲律宾、新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国、非洲
5	世界摩托车锦标赛	Raw Thrills	独家	中国（含香港、澳门和台湾地区）
			非独家	日本、韩国、菲律宾、新加坡、泰国、马来西亚、印尼、越南、老挝、柬埔寨、缅甸、印度、巴基斯坦、斯里兰卡、孟加拉国、澳大利亚、非洲、南美洲

序号	套件名称	套件厂商名称	授权性质	授权销售区域
6	胜利追击	鈊象电子	独家	全球范围
7	胜利摩托 VR	鈊象电子	独家	全球范围
8	海盗大冒险	万代南梦宫	非独家	中国大陆（不含香港、澳门和台湾地区）
9	华卡音舞	Marvelous Inc	独家	中国大陆（不含香港、澳门和台湾地区）
10	舞律炫步	科乐美	独家	中国大陆（不含香港、澳门和台湾地区）

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“5、报告期各期外购套件生产机台相关情况”之“（2）主要游戏套件独家销售权授予情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、保底采购量的具体情况、保底采购量的确定依据及过程、修改频率及对应产品销售量（金额与数量）与销售毛利率

报告期内，公司主要外购套件的保底采购量及对应产品的销售金额、销量及毛利率情况如下：

单位：台、万元

序号	套件生产机台产品名称	对应套件保底采购量	2020 年 1-9 月			2019 年			2018 年			2017 年		
			销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率
1	动感飞车	500	422	1,599.75	40.33%	754	3,303.24	25.12%	865	3,501.08	12.61%	508	1,979.43	14.65%
2	胜利摩托 VR	无	122	1,587.58	25.07%	103	1,272.35	17.77%	-	-	-	-	-	-
3	华卡音舞	200	133	751.15	27.60%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	侏罗纪公园	500	96	311.23	38.87%	199	1,307.23	32.38%	302	1,869.89	30.34%	213	1,235.29	27.09%
5	海盗大冒险	无	39	295.93	35.60%	10	75.22	32.09%	-	-	-	-	-	-
6	超级摩托车 3 代	500	65	242.76	29.91%	182	705.41	17.10%	-	-	-	-	-	-
7	胜利追击	无	47	147.82	30.25%	166	577.28	28.08%	318	1,030.90	19.07%	602	1,983.63	21.78%
8	异形大决战	200	17	75.98	32.12%	71	331.46	37.60%	110	500.75	29.42%	108	487.59	26.12%
9	舞律炫步	100	9	75.40	20.12%	85	715.38	29.88%	-	-	-	-	-	
10	世界摩托车锦标赛	500	8	21.27	34.07%	123	485.60	34.07%	365	1,370.85	26.29%	560	2,075.01	24.20%

序号	套件生产机台产品名称	对应套件保底采购量	2020 年 1-9 月			2019 年			2018 年			2017 年		
			销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率	销量	销售金额	毛利率
合计			958	5,108.88	32.12%	1,693	8,773.17	26.10%	1,960	8,273.48	20.70%	1,991	7,760.96	21.72%
占外购套件生产机台销售收入的占比			-	79.91%	-	-	81.58%	-	-	93.43%	-	-	86.55%	-

报告期内，公司主要外购游戏套件中，鈊象电子、万代南梦宫的套件产品未与公司约定保底采购量，其余外购套件对保底采购量进行了相应约定。对于套件厂商要求约定保底采购量的情形，公司一般根据拟购买套件的机台预计市场销量、套件厂商的销量预期，套件价格条件、套件授权区域等综合因素与套件厂商协商确定保底采购量，保底采购量约定完成期限一般为 3 年。一般而言，保底采购量确定后原则上不会发生变化。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“5、报告期各期外购套件生产机台相关情况”之“（3）主要游戏保底采购量及相关产品的销售情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

3、是否存在游戏套件保底采购量高于对应产品销售量的情形，是否存在外购套件生产机台后产品滞销的情形，相关产品是否需要计提存货跌价准备

报告期内，公司约定保底采购量的游戏套件的保底采购量及对应产品累计销量情况如下：

单位：套，台

序号	套件名称	外购套件生产机台开始销售时间	保底采购量	报告期内对应套件生产机台销量	保底采购量是否高于对应产品销量
1	动感飞车	2016 年	500	2,549	否
2	侏罗纪公园	2015 年	500	810	否
3	世界摩托车锦标赛	2016 年	500	1,055	否
4	超级摩托车 3 代	2019 年	500	247	是
5	异形大决战	2015 年	200	306	否
6	舞律炫步	2019 年	100	94	是
7	华卡音舞	2020 年	200	133	是

截至 2020 年 9 月末，公司约定保底采购量的主要外购套件中，超级摩托车 3 代、舞律炫步、华卡音舞对应套件产品的累计销量暂低于对应套件的保底采购量，主要系超级摩托车 3 代、舞律炫步、华卡音舞均系公司于 2019 年引进的新套件项目，相关套件对应产品上市销售时间较短所致，其中，超级摩托车 3 代游戏套件系 2019 年 6 月开始引入，华卡音舞游戏套件自 2019 年 12 月开始引入，截至 2020 年 9 月末，上述两款产品销量占保底采购量的比重已达到 49.4%、66.5%，产品市场认可度较高，预计 3 年内产品累计销量达到保底采购量的约定不存在风险。

公司根据市场需求和销售计划向套件厂商分批采购游戏套件，一般而言，新套件对应产品的销售生命周期在 5 年左右。此外，对于市场反响好、用户接受程度高的产品，公司可以通过游戏软件更新或游戏硬件平台升级，实现产品销售生命周期的有效延伸，如“动感飞车”系公司 2016 年开始合作的套件项目，经过不断游戏软件更新及硬件平台升级，公司后续推出“动感飞车（豪华版）”、“动感飞车（动感版）”和“动感飞车（至尊版）”，报告期内累计销量达 2,549 台，持续获得市场热销。

截至2020年9月末，公司库存的外购套件共945套，全部系报告期内新采购套件，其中942套游戏套件系在2018年之后采购，相关套件对应生产机台产品目前均处于正常的销售状态。

报告期各期末，公司按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

报告期各期末，公司套件机生产机台不存在滞销的情形，且相关产品的毛利率未出现无法覆盖必要的税费的情形，因此相关产品不存在减值情形，原材料套件亦不存在减值的情形，公司相关套件及对应产品不存在需要计提跌价准备的情形。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“5、报告期各期外购套件生产机台相关情况”之“（4）保底采购量套件对应产品的销售情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、崎山机械、金瑞恒和勤强五金的基本情况，包括但不限于成立时间、注册资本、发行人与其合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、报告期各期发行人采购内容、采购金额、采购金额占其当期销售金额的比例、采购信用期及与其他供应商的差异情况、采购单价，充分论证上述供应商采购单价的公允性以及供应商租赁发行人厂房单价的公允性、是否存在供应商替发行人承担成本费用的情形，结合资金流水核查情况补充披露发行人、发行人董监高、发行人主要股东与上述供应商、供应商董监高和主要股东是否存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来

（一）崎山机械、金瑞恒和勤强五金的基本情况，包括但不限于成立时间、注册资本、发行人与其合作开始时间、股权结构、是否存在实质或潜在的关联关系、报告期各期发行人采购内容、采购金额、采购金额占其当期销售金额的比例、采购信用期及与其他供应商的差异情况、采购单价

1、三家供应商采购的基本情况及公司向其采购的基本情况

报告期各期，崎山机械、金瑞恒和勤强五金的基本情况及公司向其采购内容、采购金额、采购单价的具体情况如下：

（1）中山市金瑞恒金属制品有限公司

中山市金瑞恒金属制品有限公司成立于 2016 年 6 月，注册资本为 200 万，注册地为中山市西区政安路 1 号，经营范围为：生产、加工、销售：钣金加工、日用金属制品、金属加工机械及零配件、电子产品、电子产品及其配件生产技术研究、开发。(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。)(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)。股权结构为周忠孝持股 75%，吴丽云持股 25%，与公司不存在实质或潜在的关联关系。公司与其的采购方式为按生产需求向其采购，付款方式为货到票到付款，结算周期为 60 天。

金瑞恒成立之前，由广州市川信金属制品有限公司与世宇科技发生交易，川信金属由林建亮、雷卫民于 2011 年 3 月设立的企业，持股比例分别为 87.5%、12.5%。2016 年 6 月，金瑞恒成立，股东林建亮、吴丽云，分别持股 75%、25%；2016 年 9 月股东变更为周忠孝、吴丽云，分别持股 75%、25%，法定代表人、执行董事兼经理为周忠孝（林建亮的妻弟），监事为吴丽云。金瑞恒成立以后，川信金属不再向公司供货，转由金瑞恒向公司供应。

川信金属从 2011 年开始成为发行人的供应商，一直从事五金加工业务，历年来主要经营地址为广州市番禺区石碁镇金山村华创动漫产业园 B24 号、石碁镇塱边村基业中路 1 号，由于长期良好的业务合作关系，以及加工件定制化的特点，林建亮于 2016 年成立金瑞恒并到世宇科技园租赁场地就近供应，主要向世宇科技供货，以便双方更好的实现业务合作，而川信金属则继续向其他客户供货。公司与金瑞恒之间属于市场化交易行为，双方不存在关联关系，双方交易不属于关联交易，也不存在关联交易非关联化的情形。

报告期内，公司向其采购的主要内容、数量、金额及单价情况如下：

期　间	主要采购内容	加工件采购数量（万件）	加工件采购金额（万元）	加工件采购均价（元/件）	其他采购金额（万元）	采购总额（万元）	采购额占采购总额比例
2020 年 1-9 月	加工件及其他	17.26	490.57	28.42	14.35	504.92	4.95%
2019 年	加工件及其他	38.97	945.16	24.25	71.16	1,016.32	3.85%
2018 年	加工件及其他	35.68	864.83	24.24	88.80	953.63	3.77%
2017 年	加工件及其他	36.99	993.43	26.86	51.53	1,044.96	4.17%

（2）中山市崎山机械设备有限公司

中山市崎山机械设备有限公司成立于 2015 年 7 月，注册资本为 600 万元，注册地为中山市西区政安路 1 号，经营范围为：研发、生产、加工、销售：机械设备、五金制品、模具及配件。(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)。股权结构为罗丽峰持股 95%，罗云海持股 5%，与公司不存在实质或潜在的关联关系。

公司于 2011 年与其建立合作关系，当时通过东升镇永锋机械模具厂向公司供应，东升镇永锋机械模具厂系罗丽峰 100%控制的企业，2015 年中山市崎山机械设备有限公司成立后转而由中山市崎山机械设备有限公司向公司供应。公司主要向其采购加工件。公司与其的采购方式为根据需求向其采购，付款方式为货到票到后付款，结算周期为 60 天。

报告期内，公司向其采购的主要内容、数量、金额及单价情况如下：

期　间	主要采购内容	采购数量（万件）	采购金额（万元）	采购均价（元/件）	其他采购金额（万元）	采购总额（万元）	采购额占采购总额比例
2020 年 1-9 月	加工件及其他	8.50	221.96	26.11	10.53	232.49	2.28%
2019 年	加工件及其他	26.66	554.36	20.79	69.03	623.39	2.36%
2018 年	加工件及其他	31.41	718.27	22.87	116.24	834.51	3.30%
2017 年	加工件及其他	20.88	496.25	23.76	73.41	569.66	2.28%

（3）中山市勤强五金机械厂

中山市勤强五金机械厂原名为中山市东区勤强五金机械厂，是自然人杜刚

于 2010 年 1 月设立的个体工商户，于 2011 年 5 月升级为杜刚名下的个人独资企业，随后于 2016 年 4 月又更名为中山市勤强五金机械厂，与公司不存在实质或潜在的关联关系。杜刚自 2000 年起与发行人子公司世宇实业有业务合作。公司主要向其采购加工件。公司与其的采购方式为根据需求向其采购，付款方式为货到票到后付款，结算周期为 60 天。

报告期内，公司向其采购的主要内容、数量、金额及单价情况如下：

期　间	主要采购内容	采购数量（万件）	采购金额（万元）	采购均价（元/件）	其他采购金额（万元）	采购总额（万元）	采购额占采购总额比例
2020 年 1-9 月	加工件及其他	9.50	274.70	28.92	23.83	298.53	2.92%
2019 年	加工件及其他	19.08	617.88	32.39	55.44	673.32	2.55%
2018 年	加工件及其他	15.32	494.90	32.31	51.01	545.91	2.16%
2017 年	加工件及其他	21.87	564.31	25.80	54.84	619.15	2.47%

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“①三家供应商采购的基本情况及公司向其采购的基本情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、三家供应商结算周期情况

公司的对供应商的结算周期一般为 30 天至 90 天，报告期内，公司对此三家供应商的结算周期均为货到票到后 60 天内付款，与对其他供应商的结算政策无重大差异。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“②三家供应商结算周期情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

3、公司对三家供应商采购额占其销售比例的情况

公司向三家供应商采购额占其销售比例的情况如下：

（1）崎山机械对世宇科技的供货占其总销售额比例在 80%以上，供货对象除了世宇科技以外，也存在其他一些合作稳定的客户，且提供的也是五金制品的加工服务。

（2）金瑞恒对世宇科技的供货占其总销售额比例在约 80-90%之间，供货对象除了世宇科技以外，其余是一些零星的客户，且销售的货物亦主要是钣金件。金瑞恒之前一直由广州市川信金属制品有限公司为主体向世宇科技供货，为更有效地为世宇科技供应定制化材料，林建亮在世宇科技园租赁场地以后新设立了中山市金瑞恒金属制品有限公司，后直接转由新公司即金瑞恒对接世宇科技供货；若综合考虑川信金属、金瑞恒等公司的情况，其对世宇科技的销售占比在 30%左右；林建亮控制的公司另外还对外提供轨道交通设备、电控柜、室外爬梯、银行柜员机、通讯设备、工业吸尘器、和面机、打印机的钣金加工等服务。

（3）勤强对世宇科技的供货占其总销售额比例在 60%左右，向其他客户销售的同样也是金属结构件和传动件。

综上所述，以上三家供应商都有自身的客户体系，不是单一只向发行人供货，发行人引入其到厂区内就近供应，也是基于相互之间长期合作及加工件定制化的特点做出的优化生产的决策，属于正常的商业合作关系，由于发行人引入其就近供应，主要是看重其长期合作形成的良好配套能力，从而更好的保证对公司的供货，导致其对发行人的销售占比较高，对发行人有一定的依赖性。但发行人与三家就近供应的供应商均系市场化供销关系，且除了该等供应商，公司还有其他加工件供应商，发行人可以在加工件供应商群体中优胜劣汰，不会对上述三家供应商形成重大依赖。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“③公司对三家供应商采购额占其销售比例的情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）充分论证上述供应商采购单价的公允性以及供应商租赁发行人厂房单价的公允性、是否存在供应商替发行人承担成本费用的情形，结合资金流水核查情况补充披露发行人、发行人董监高、发行人主要股东与上述供应商、

供应商董监高和主要股东是否存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来

1、采购单价的公允性分析

报告期内，公司制定了严格的采购价格内部控制流程，公司采购管理中心设立了专门的核价部门，原材料采购定价需经核价部审核后确定。同时，在选择供应商时，公司一般向多家供应商询价，并依据核价部审核后确定的价格确定报价的合理性，综合评判后确认供应商。因此，公司供应商的选择系正常的商业判断、选择的结果，原材料采购单价公允。

针对向金瑞恒、崎山及勤强五金主要采购的加工件，公司的具体核价方式如下：核价人员根据研发部提供的产品生产所需物料的图纸，以及相关物料所需的材料的材质、尺寸、重量、加工工序、单位加工费、材料加工损耗等因素并考虑供应商合理的毛利率，通过一系列计算得出采购目标价，在此基础上，对供应商的报价进行审核。一般加工件需要激光切割、折弯、焊接、打磨等多道加工工序制造而成，不同加工件受材质、工艺复杂程度等的影响存在不同的价格。

以公司 2020 年 1-9 月采购金额最大的加工件为例，该加工件为甜蜜回旋的框体，物料代码为 202.2.1906.022，其主要原材料为钢材，涉及多个平面，每个平面加工需要经过激光切割、穿刺、数控折弯、数控冲床、焊接、压铆、抽牙、打磨、表面处理等多道工序加工而成，因此，公司核算部根据研发部提供的物料图纸，确认材料重量、面积、所需加工工序后，根据公开渠道查询确认的材料价格（如在上海有色金属网查询的钢材价格）、各工序加工费单价，依据如下公式对该物料进行核价，采购价格=供应商材料成本+供应商加工成本+供应商毛利+税费，具体为：采购价格=（钢材单价（元/kg）*钢材重量*（1+材料加工损耗率）+材料厚度*激光切割长度*激光切割单价+材料厚度*穿刺个数*穿刺单价+数控折弯次数*折弯单价+焊接长度*焊接单价+压铆个数*压铆单价+抽牙个数*抽牙单价+打磨长度*打磨单价+表面处理面积*表面处理单价）+供应商毛利（一般为 10%）+税费（13%），通过以上核算，公司核价部确认 202.2.1906.022 的采购合理单价为 2,058.00 元。2020 年 1-9 月，公司对该物料的实际采购单价为 2,058.61 元（不含税单价 1,821.78 元）。

具体情况如下：

供应商材料成本+供应商加工成本+供应商毛利+税费=单价				材料成本		加工成本										
						mm	0.65		0.065		1 元/1～2.5mm		16		0.24	
物料编码	零件名称	零件图号	材质	净重 kg	材料成本	材料厚度	激光切割长度（m）	激光费（元/m）	穿刺（个）	穿刺费（元）	数控折弯（次）	折弯费（元/次）	焊接长度（米）	焊接费（元/米）	压铆个数（个）	压铆费（元/个）
202.2.1906.022	甜蜜回旋的框体	TMHX-01-01	Q235		0.00			0.00		0.00		0		0.00		0
		TMHX-01-01-01	Q235	29.718	130.76	1.5	9.6	9.36	30	2.93	20	16	4.7	28.20	6	1.44
			Q235	5.466	24.05	1.5	8	7.80	85	8.29	8	6.4	5.9	23.60	18	4.32
			Q235	0.440	1.94	2	1.4	1.82		0.00		0	1.36	5.44		0
		TMHX-01-01-02	Q235	0.471	2.07	1.5	1.4	1.37	9	0.88	4	1.6	0.4	1.60	8	1.92
		TMHX-01-01-03	Q235	2.500	11.00	1.5	4.4	4.29	20	1.95	18	7.2	0.5	2.00	4	0.96
		TMHX-01-01-04	Q235	3.200	14.08	1.5	5.1	4.97	20	1.95	18	7.2	2.3	9.20	4	0.96
		TMHX-01-01-05	Q235	4.532	19.94	1.2	5.6	4.37	24	1.87	2	0.8	2.45	9.80	18	4.32
		TMHX-01-01-06	Q235	4.532	19.94	1.2	5.6	4.37	24	1.87	2	0.8	2.45	9.80	18	4.32
		TMHX-01-01-07	Q235	37.820	166.41	1.2	36.6	28.55	132	10.30	86	68.8	2.9	11.60	56	13.44
			Q235	2.620	11.53	1	11	7.15		0.00		0		0.00		0
			Q235	7.102	31.25	1.5	6.4	6.24		0.00		0		0.00		0
		TMHX-01-01-08	Q235	5.908	26.00	1.2	7.1	5.54	8	0.62	12	9.6	2.5	10.00	8	1.92
		TMHX-01-01-09	Q235	15.122	66.54	1	11.6	7.54	64	4.16	18	14.4	2.3	9.20	32	7.68
		TMHX-01-01-10	Q235	15.407	67.79	1	12.4	8.06	40	2.60	18	14.4	2.3	9.20	40	9.6
		TMHX-01-01-11	Q235	3.950	17.38	1.2	13.3	10.37	8	0.62	24	19.2	9.3	37.20		0
		TMHX-01-01-12	Q235	0.474	2.09	1.2	2.6	2.03	40	3.12	40	16	0.8	3.20	8	1.92
		TMHX-01-01-13	Q235	10.450	45.98	2	11.7	15.21	8	1.04	48	19.2		0.00		0
			Q235	0.830	3.65	1	3.5	2.28		0.00	32	12.8	0.4	1.60		0
合　计					**662.38**			**131.31**		**42.20**		**214.40**		**171.64**		**52.80**

续表：

供应商材料成本+供应商加工成本+供应商毛利+税费=单价				加工成本（续）										供应商毛利10%	税费13%	合计单价	确认价格
物料编码	零件名称	零件图号	材质	0.12		0.12		3.00	48.00		12.00		加工成本小计				
				倒沉孔（个）	倒沉孔费（元/个）	抽牙（个）	抽牙费（元/个）	打磨费（元/米）	校调工时	校调价格	表面处理面积（㎡）	表面处理费（元/㎡）					
202.2.1906.022	甜蜜回旋的框体	TMHX-01-01	Q235		0		0	0.00	15.00	12.00		0.00	12.00	1.20	1.56	14.76	
		TMHX-01-01-01	Q235		0		0	5.64		0.00	4.43	53.21	116.78	24.75	32.18	304.47	
			Q235		0		0	7.08		0.00		0.00	57.49	8.15	10.60	100.29	
			Q235		0		0	3.26		0.00		0.00	10.52	1.25	1.62	15.33	
		TMHX-01-01-02	Q235		0	4	0.48	0.96		0.00		0.00	8.80	1.09	1.41	13.38	
		TMHX-01-01-03	Q235		0	24	2.88	1.20		0.00		0.00	20.48	3.15	4.09	38.72	
		TMHX-01-01-04	Q235		0	24	2.88	5.52		0.00		0.00	32.68	4.68	6.08	57.52	
		TMHX-01-01-05	Q235		0		0	5.88		0.00	1.01	12.15	39.19	5.91	7.69	72.73	
		TMHX-01-01-06	Q235		0	16	1.92	5.88		0.00	1.01	12.15	41.11	6.11	7.94	75.10	
		TMHX-01-01-07	Q235		0	92	11.04	6.96		0.00	5.31	63.74	214.43	38.08	49.51	468.43	
			Q235		0		0	0.00		0.00		0.00	7.15	1.87	2.43	22.97	
			Q235		0		0	0.00		0.00	1.21	14.48	20.72	5.20	6.76	63.92	
		TMHX-01-01-08	Q235		0		0	6.00		0.00		0.00	33.68	5.97	7.76	73.40	
		TMHX-01-01-09	Q235	48	5.76	32	3.84	5.52		0.00	3.85	46.23	104.33	17.09	22.21	210.17	
		TMHX-01-01-10	Q235	32	3.84	32	3.84	5.52		0.00	3.93	47.10	104.16	17.20	22.35	211.50	
		TMHX-01-01-11	Q235		0	64	7.68	22.32		0.00		0.00	97.40	11.48	14.92	141.18	
		TMHX-01-01-12	Q235		0	32	3.84	1.92		0.00		0.00	32.03	3.41	4.43	41.96	
		TMHX-01-01-13	Q235		0	40	4.8	0.00		0.00		0.00	40.25	8.62	11.21	106.06	
			Q235		0		0	0.96		0.00		0.00	17.64	2.13	2.77	26.18	
合　计					**9.60**		**43.20**	**84.62**		**12.00**		**249.07**	**1,010.84**	**167.32**	**217.52**	**2,058.06**	**2,058.00**

通过以上公司对原材料的采购核价过程可见，公司原材料采购单价系严格根据公司采购价格控制流程进行核算及对供应商询价后确定的采购单价，充分考虑了所需材料的成本及供应商的合理利润率，公司采购单价系公允的。

报告期内，公司向崎山机械、金瑞恒和勤强五金采购钣金件等加工件，由于加工件产品具有定制化的特点，而且种类、规格繁多，公司一般在确定合理采购价格后对一种加工件选取一个主要供应商进行采购。同时，基于公司对物料的采购需求、供应商供货能力等因素，部分加工件存在同时向不同供应商采购的情况。公司对于部分存在可比性的采购种类价格分别予以比较，具体情况如下：

年度	物料代码	物料名称	供应商	采购单价（元/件）
2020 年 1-9 月	202.1.08.07.061	吃币导币斗	中山市金瑞恒金属制品有限公司	19.91
			中山市振荣金属制品有限公司	19.92
	202.1.08.07.028	推板	中山市金瑞恒金属制品有限公司	27.47
			中山市振荣金属制品有限公司	27.58
	2.66.03.030385	连杆	中山市崎山机械设备有限公司	10.62
			中山市勤强五金机械厂	10.62
	2.60.00063005	假币口组件 E	中山市金瑞恒金属制品有限公司	6.69
			中山市石岐区精业机械厂	6.71
	202.1.1803.007	下中横梁	中山市勤强五金机械厂	7.96
			中山市励新五金制品有限公司	7.96
	202.1.1803.019	闸门固定板	中山市崎山机械设备有限公司	44.25
			中山市励新五金制品有限公司	44.25
	202.1.1807.002	曲柄	中山市崎山机械设备有限公司	10.18
			中山市石岐区精业机械厂	10.62
2019 年	202.1.08.07.122	(推币档销)防脱板	中山市金瑞恒金属制品有限公司	5.71
			中山市励新五金制品有限公司	5.60
			中山市振荣金属制品有限公司	5.67
	202.1.08.07.012	安装架	中山市励新五金制品有限公司	4.48
			中山市振荣金属制品有限公司	4.54
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	4.57
	202.1.08.07.036	主面板	中山市金瑞恒金属制品有限公司	64.71
			中山市励新五金制品有限公司	63.43
			中山市振荣金属制品有限公司	64.27
	202.1.08.07.066	连轴	中山市崎山机械设备有限公司	5.93
			中山市勤强五金机械厂	6.04
	202.1.08.07.050	灯箱座	中山市金瑞恒金属制品有限公司	66.98
			中山市励新五金制品有限公司	65.66
			中山市振荣金属制品有限公司	66.53
	202.1.08.07.108	推币下币斗	中山市振荣金属制品有限公司	71.08
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	71.56
			中山市励新五金制品有限公司	70.24

	202.4.1710.069	UPS 压板	中山市励新五金制品有限公司	19.49
			中山市崎山机械设备有限公司	19.49
	202.1.1403.041	球芯轴	中山市崎山机械设备有限公司	45.11
			中山市石岐区精业机械厂	44.82
	202.1.1406A.020	显示器外壳	中山市崎山机械设备有限公司	169.80
			中山市振荣金属制品有限公司	166.87
			中山市励新五金制品有限公司	169.80
	202.1.1406A.031	灯底座	中山市崎山机械设备有限公司	51.06
			中山市振荣金属制品有限公司	50.18
			中山市励新五金制品有限公司	51.06
	202.1.1406A.037	上电源盒	中山市崎山机械设备有限公司	9.70
			中山市励新五金制品有限公司	9.70
			中山市振荣金属制品有限公司	9.53
	206.1.08.07.004	过线套	中山市崎山机械设备有限公司	26.81
			中山市勤强五金机械厂	27.28
	202.1.1603F.049B	杂物网	中山市金瑞恒金属制品有限公司	56.10
			中山市勤强五金机械厂	56.72
	202.1.1603F.027	δ2 喷红色塑	中山市金瑞恒金属制品有限公司	30.17
			中山市勤强五金机械厂	30.17
	202.1.1804Y.163	65 寸横向包边条	中山市勤强五金机械厂	10.62
			中山市石岐区精业机械厂	10.62
	202.1.1804Y.170	65 寸中段右侧板	中山市勤强五金机械厂	92.92
			中山市石岐区精业机械厂	92.92
2018 年	202.4.1710.070	底座组焊件	中山市崎山机械设备有限公司	1,324.79
			中山市励新五金制品有限公司	1,324.79
	202.E.1603.043	YZS 树根组件	中山市东区得奇电器五金工程部	714.73
			中山市崎山机械设备有限公司	714.52
			中山市石岐区精业机械厂	711.67
	202.4.1820.025	后门	中山市金瑞恒金属制品有限公司	80.17
			中山市崎山机械设备有限公司	80.17
	202.4.1606A.027	座椅动感平台	中山市金瑞恒金属制品有限公司	72.18
			中山市勤强五金机械厂	72.15
	202.1.08.07.108	推币下币斗	中山市振荣金属制品有限公司	70.14
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	70.14
	202.1.1702B.001	球道前盖	中山市石岐区精业机械厂	67.50
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	67.50
	202.4.1710.052	围栏侧固定钣金	中山市励新五金制品有限公司	23.08
			中山市崎山机械设备有限公司	23.08
			中山市石岐区精业机械厂	23.08
	202.1.08.07.122	(推币档销)防脱板	中山市金瑞恒金属制品有限公司	5.60
			中山市振荣金属制品有限公司	5.60
	202.5.13.03.028	内贴板	中山市金瑞恒金属制品有限公司	10.37
			中山市励新五金制品有限公司	10.37
	202.E.1665A.024	风机固定钣金	中山市崎山机械设备有限公司	7.13
			中山市东区得奇电器五金工程部	7.14
	206.9.1702.007	扳机支架	中山市勤强五金机械厂	20.79
			中山市石岐区精业机械厂	20.73

	206.9.1702.005	冲击块 2	中山市勤强五金机械厂	2.50
			中山市石岐区精业机械厂	2.49
2017 年	202.1.08.07.122	(推币档销)防脱板	中山市登峰电器有限公司	5.77
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	5.63
			中山市励新五金制品有限公司	5.60
			中山市振荣金属制品有限公司	5.66
	202.E.1610.017	19 齿链轮	中山市崎山机械设备有限公司	36.48
			中山市勤强五金机械厂	37.53
	202.E.17D4008.008	JRMTN 弯管	中山市东区得奇电器五金工程部	32.48
			中山市崎山机械设备有限公司	32.48
	202.E.1600.020	PY 连接角铁 1	中山市崎山机械设备有限公司	7.69
			中山市石岐区精业机械厂	7.69
	202.E.1657.001A	XJS 枝干组件	中山市石岐区精业机械厂	102.56
			中山市崎山机械设备有限公司	102.56
	202.1.08.07.046	安装滑轨板	中山市振荣金属制品有限公司	4.53
			中山市励新五金制品有限公司	4.48
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	4.50
			中山市登峰电器有限公司	4.62
	202.4.13.03.013	币盒	广州市番禺区化龙环美金属制品加工厂	22.22
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	22.22
	202.1.08.07.019	玻璃挡边	中山市登峰电器有限公司	13.85
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	13.49
			中山市励新五金制品有限公司	13.43
			中山市振荣金属制品有限公司	13.58
	202.E.1627.014	不倒翁脚轮支架	中山市石岐区精业机械厂	42.74
			中山市崎山机械设备有限公司	42.74
	2.60.00056007A	彩票门	中山市金瑞恒金属制品有限公司	17.46
			中山市励新五金制品有限公司	17.09
	202.E.1665A.037	侧架	中山市崎山机械设备有限公司	64.10
			中山市东区得奇电器五金工程部	63.07
	202.1.08.07.061	吃币导币斗	中山市登峰电器有限公司	20.00
			中山市金瑞恒金属制品有限公司	19.50
			中山市励新五金制品有限公司	19.40
			中山市振荣金属制品有限公司	19.62
	206.5.13.03.009	小底板	中山市勤强五金机械厂	17.24
			中山市石岐区精业机械厂	17.77
	206.4.1504.011	限位块	中山市勤强五金机械厂	10.68
			中山市石岐区精业机械厂	10.68

有上表对比可见，公司向中山市金瑞恒金属制品有限公司、中山市崎山机械设备有限公司、中山市勤强五金机械厂及其他供应商采购同种型号加工件的单价不存在显著差异，采购价格系公允的。

同时，针对就近供应的三家供应商的供应较大的材料，中介机构予以了对外独立询价，询价标准为分别选取 2020 年 1-9 月公司向金瑞恒、崎山及勤强五金

采购金额前六大物料，并各随机抽取 4 类共 10 类物料进行询价，选取的物料采购总额占金瑞恒、崎山及勤强五金2020年1-9月的采购总额的比例分别为14.48%、17.45%及 21.32%。询价的具体情况如下：

单位：元/件

供应商	物料类别	物料代码	物料名称	计量单位	公司采购单价注	询价结果
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.2.1906.022	框体	PCS	1,821.78	1,841.59
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.034A	控制台	PCS	281.42	283.19
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.041A	顶网框架	PCS	212.39	215.93
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1901.001	上框组焊	PCS	632.74	654.87
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.053A	左侧前支架	PCS	119.47	121.68
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.055A	右侧前支架	PCS	119.47	119.47
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.011A	后左侧板	PCS	90.27	91.15
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1803.019	闸门固定板	PCS	44.25	45.58
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1603D.089	导轨轴	PCS	9.03	9.29
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1903B.010A	升降固定板	PCS	26.55	26.99
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.3.1901.009	框体	PCS	849.56	874.34
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.10.13.030	脚轮底座	PCS	1,030.09	1,061.95
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1912.026	侧部装饰架	PCS	247.79	251.77
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.10.13.031	上底座	PCS	798.32	826.11
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.1.1605.150D	灯箱钣金主体	PCS	318.58	325.22
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.10.13.043	控制台主体	PCS	549.38	551.33
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.1.1707.048A	胶轮轴	PCS	5.66	5.93
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1708.002	脚轮板	PCS	5.13	5.18
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.1.1904.019	前网罩	PCS	86.73	89.82

中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1708.111A	正面围栏架 1	PCS	460.18	469.47
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1801.011	上架组焊	PCS	589.73	607.52
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1801.008A	下支架组焊	PCS	575.22	586.28
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1606B.004A	动感平台	PCS	447.26	459.29
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1606B.003	底架	PCS	295.49	298.67
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1801B.001B	机箱组焊	PCS	769.91	780.97
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1801.018	车底座组焊	PCS	156.11	163.72
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1801.027	显示器框	PCS	156.11	161.95
中山市勤强五金机械厂	加工件	299.4.1606B.011	皮带同步轮 A	PCS	91.95	95.13
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1603D.089	导轨轴	PCS	9.03	9.29
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1803.028	杂物网	PCS	47.26	49.12

注：公司采购单价系 2020 年 1-9 月年采购单价。

中介机构亦对 2019 年度的采购单价进行了对外独立询价，2019 年加工件共万余种物料，询价标准为分别选取公司向金瑞恒、崎山及勤强五金采购物料中，各随机抽取 5 类物料进行询价，选取的物料采购总额占金瑞恒、崎山及勤强五金 2019 年的采购总额的比例分别为 6.03%、12.12%及 8.35%，询价的具体情况如下：

单位：元/件

供应商	物料类别	物料代码	物料名称	计量单位	公司采购单价注	询价结果
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1707H.007C	外框	PCS	670.83	671.68
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1707H.007B	外框	PCS	655.17	661.50
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1707H.001A	底箱	PCS	175.34	176.11
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1603D.001	左侧后支架组件	PCS	558.83	559.73
中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	202.1.1707H.025A	中箱	PCS	140.18	142.48
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.1.1605.150D	灯箱钣金主体	PCS	314.83	319.91
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.1.1707.048A	胶轮轴	PCS	5.60	5.60

中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1808.019	木箱底座	PCS	280.99	284.51
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1808.026	手轮转盘	PCS	97.72	99.56
中山市崎山机械设备有限公司	加工件	202.4.1820.001	框体	PCS	456.90	457.96
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1603E.044A	控制台	PCS	262.07	267.48
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1603E.001	左后支架组焊件	PCS	222.63	230.09
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1603E.003	右后支架组焊件	PCS	216.95	216.28
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.4.1606B.004A	动感平台	PCS	457.43	471.24
中山市勤强五金机械厂	加工件	202.1.1603E.002A	左前支架组焊件	PCS	159.95	161.50

注：公司采购单价系 2019 年采购单价。

经询价对比，公司对三家供应商采购加工件单价与市场价格不存在重大差异，采购价格系合理。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“④对三家供应商采购单价的公允性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、供应商租赁发行人厂房单价的公允性

三家供应商租赁公司厂房的面积、价格情况如下：

供应商名称	租赁面积（平方米）	租赁价格（元/平方米•月）				可比市场价格
		2017年	2018年	2019年	2020年	
金瑞恒	2,520.00	16.66	17.87	19.19	20.60	2018年12月18日通过58同城查询的公司周边约1公里的可比工业厂房出租价格为20元/平方米•月
崎山	2,470.10	20.14	21.02	21.95	22.92	
勤强	3,185.25	19.30	20.14	21.02	21.95	

综上，上述三家供应商租赁的价格与周边类似工业厂房的市场价格基本接近，并保持约 4.4%-7.3%左右的年增长率，租赁价格公允。

三家厂商租赁价格略有差异，其中崎山及勤强租赁的厂房附带部分架空办公阁楼，因而租赁价格略高，并且勤强租赁面积较大，相比而言前期租赁价格略有优惠，崎山和勤强的年租金增长率在 4.4%左右；金瑞恒租赁厂房没有附带架空办公阁楼，前期租赁价格相对较低，但年租金增长率在 7.3%左右。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“⑤三家供应商租赁发行人厂房的单价的公允性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

3、是否存在供应商替发行人承担成本费用的情形

金瑞恒、崎山及勤强三家供应商均为与公司长期合作的供应商，一直为市场化供需关系，不存在实质或者潜在关联交易，公司于 2016 年引入其到厂区内就近供应，系基于相互之间长期合作及加工件定制化的特点做出的优化生产的决策，属于正常的商业合作关系；公司引入其就近供应后，能使其形成良好配套能力，从而更好的保证对公司的供货。

报告期内，公司对三家供应商采购的价格系市场化价格，采购价格公允；三家供应商向公司租赁厂房的租金亦系公允的。同时，三家供应商具有合理的利润率水平，均不存在超额利润，也不存在亏损的情形。

同时，中介机构获取了三家就近供应的供应商各自的员工名册，确认不存在员工重叠、供应商为发行人承担员工工资等情形。

综上所述，三家供应商不存在为公司承担成本费用的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“⑥三家供应商是否存在为发行人承担成本费用的情形”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

4、结合资金流水核查情况补充披露发行人、发行人董监高、发行人主要股东与上述供应商、供应商董监高和主要股东是否存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来

中介机构获取了发行人及董监高、主要股东流水进行核查，具体核查情况如下：

项目	公司及个人银行账户数量	核查范围	重点核查的交易对方	是否与核查的交易对方存在往来
发行人银行账户	34	全部	金瑞恒及其股东、董监高周忠孝、吴丽云，原股东及董监高林建亮；崎山及其股东、董监高罗丽峰、罗云海、付永林；勤强（个人独资企业）及其股东杜刚	除了正常货款支付及租金收取之外，不存在其他非交易性资金往来
吕飞雄（发行人控股股东、实际控制人）	9	全部		不存在资金往来
林容娣（发行人控股股东、实际控制人）	8	全部		不存在资金往来
吕雪峰（发行人控股股东、实际控制人）	9	全部		不存在资金往来
宋子大（发行人董事及高管）	3	全部		不存在资金往来
毛燕冰（发行人董事及高管）	3	全部		不存在资金往来
朱贺（发行人高管）	2	全部		不存在资金往来
田守文（发行人高管）	3	全部		不存在资金往来
冯幸梅（发行人监事）	3	全部		不存在资金往来
李文豪（发行人监事）	4	全部		不存在资金往来

综上，**发行人、发行人董监高、发行人主要股东与上述三家就近供应的供应商、供应商董监高和主要股东不存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来。**

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（6）厂区内三家供应商采购情况”之“⑥三家供应商是否存在为发行人承担成本费用的情形”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、制造费用明细构成，分析并披露各明细构成波动原因

制造费用主要包含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，如生产管理人员工资、办公费、差旅费，生产用房屋、机器设备等的折旧费、修理费等。报告期内，公司营业成本中制造费用明细及变动具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	296.98	729.11	578.85	454.89
折旧摊销费用	440.11	558.68	402.20	445.96
物料消耗	200.25	433.49	402.40	325.96
水电费	71.22	115.25	92.02	80.20
办公修理费	21.31	88.30	62.37	37.81
房租	-	-	-	41.25
其他	58.49	66.69	161.92	159.45
合 计	1,088.35	1,991.52	1,699.78	1,545.51

报告期内，公司制造费用主要由职工薪酬、折旧费用以及辅助物料消耗等构成，制造费用呈逐年上升的趋势。

1、职工薪酬

报告期各期，制造费用中职工薪酬金额分别为 454.89 万元、578.85 万元和 729.11 万元和 296.98 万元，报告期 2017 至 2019 年呈现增长趋势主要系随着公司业务规模的快速发展，公司车间管理人员数量及人均薪酬均有所增加。2020 年 1-9 月受疫情影响，公司产量下降幅度较大，生产管理人员的薪酬呈一定幅度的下降，总体上与公司的业务规模相匹配。

2、折旧摊销

报告期各期，制造费用中折旧摊销金额分别为 445.96 万元、402.20 万元和 558.68 万元和 440.11 万元。2018 年，制造费用折旧金额稍有下降，主要是少量按平均年限法计提固定资产折旧已经提足。随着 2018 年下半年固定资产中生产设备和自动化生产线等的增加，2019 年制造费用中折旧费有所上升，2020 年 1-9 月折旧摊销费用较 2019 年度较为稳定。

3、物料消耗

报告期内，制造费用中包装等物料消耗金额分别为 325.96 万元、402.40 万元和 433.49 万元和 200.25 万元。报告期内，公司物料消耗金额随着产量及产

品包装类型的影响而变动，物料消耗金额报告期内整体呈上升趋势。2020 年 1-9 月，公司受疫情影响，产量下降幅度较大，相应的生产物料消耗金额也呈较大幅度的下降，总体上与公司的业务规模相匹配。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“2、主营业务成本分析”之“（4）制造费用明细构成”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、中介机构核查意见

（一）说明对崎山机械、金瑞恒和勤强五金采购单价公允性的核查方式、核查程序、核查范围及核查结论

1、核查程序

对于崎山机械、金瑞恒及勤强五金采购单价的公允性，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

（1）访谈了世宇科技管理层和采购负责人，了解向三家就近供应的供应商采购基本情况及内部控制流程；

（2）了解三家供应商的财务状况和盈利水平，确认其拥有合理的利润率水平；

（3）实地走访三家供应商现场核查了相关情况，并分别对其管理人员、实际控制人进行访谈，核实并了解双方合作进一步信息；

（4）访谈发行人采购相关人员，了解产品采购供应商的选择、采购单价确定的内控流程；

（5）抽选发行人采购的物料，通过发行人核价的公式对其进行复核计算，确认采购的单价确定系按发行人采购单价确定的内控流程执行；

（6）获发行人及董监高、主要股东流水，确认发行人及董监高、主要股东与三家供应商、供应商董监高和主要股东不存在其他利益安排或正常业务之外的资金往来；

（7）查阅并核对其他可比供应商同类货件采购价格，并选取 2020 年 1-9 月公司向金瑞恒、崎山及勤强五金采购金额前六大物料，同时各随机抽取 4 类共

10 类物料进行对外询价，确认采购价格的公允性。选取的物料采购总额占金瑞恒、崎山及勤强五金 2020 年 1-9 月的采购总额的比例分别为 14.48%、17.45%及 21.32%；同时抽取 2019 年向三家供应商采购的各 5 种物料进行对外询价，选取的物料采购总额占金瑞恒、崎山及勤强五金 2019 年的采购总额的比例分别为 6.03%、12.12%及 8.35%，进一步确认采购价格的公允性。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人与中山市崎山机械设备有限公司、中山市金瑞恒金属制品有限公司、中山市勤强五金机械厂三家供应商采购价格公允，不存在利益输送情形。

（二）上述其他事项核查意见

保荐机构及申报会计师针对采购公允性、套件采购情况、制造费用情况进行了如下核查：

1、核查程序

保荐机构及申报会计师对上述其他事项进行了如下核查：

（1）访谈发行人管理层，了解采购流程、是否不存从不同渠道采购的情况及套件采购相关情况；

（2）获取发行人报告期内采购明细，对比从不同供应商采购的单价，确认单价的合理性；

（3）获取发行人报告期内套件机销售明细，分析并确认销售额、毛利占比波动的原因；

（4）了解发行人不同套件的授权情形，采购是否存在保底采购量，并对采购量与销售量进行对比分析，确认套件是否存在滞销情形，并进一步确认套件是否需计提跌价；

（5）获取发行人报告期内制造费用明细，分析并确认构成及波动的原因及合理性。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人存在部分原材料从不同供应商采购的情形，不同供应商采购单价无重大差异，采购价格系公允的；

（2）发行人部分主要外购游戏套件与套件厂商约定了保底采购量，报告期内发行人外购游戏套件保底量暂时高于对应产品销售量主要系相关外购套件生产机台上市销售时间较短所致，具有合理性，发行人不存在外购套件生产机台后产品滞销的情形，相关产品不需要计提存货跌价准备；

（3）报告期内，发行人制造费用不存在异常波动情形，制造费用结构系合理的。

问题七：关于毛利率

根据申报材料和审核问询回复：

（1）发行人在分析不同品类毛利率变动时，缺少量化分析，常见的原因为“某一毛利率较高的产品销售占比较高”，既未说明毛利率具体情况和具体销售占比，又未说明该产品毛利率较高的原因。

（2）报告期内，公司商用游戏游艺机中模拟类毛利率分别为 24.96%、24.24%、30.68%和 35.36%。2020 年 1-9 月，公司与大玩家达成合作运营机台转卖销售，由于合作机台成本较低，导致相关产品如动感飞车等模拟类游戏游艺设备毛利率有所上升。

（3）发行人对比了与同行业可比公司综合毛利率的差异，未对比可比产品的差异情况。

请发行人：

（1）量化分析并披露报告期各期不同品类产品毛利率变动的原因及合理性，对于毛利率较高的产品予以合理、充分、必要解释

（2）补充披露 2020 年 1-9 月合作运营机台转卖销售的具体情况，包括转卖销售金额、数量、产品类型或型号、已使用年限、平均单价、毛利率、销售对象，合作机台转卖销售毛利率较高的商业合理性，合作机台成本较低的原因，合作机台虽然成本较低但销售单价打折力度是否更大，如果无相应折扣或低价，销售对象选择购买合作机台而非购买新机器的合理性，销售对象与发行人是否存在实质或潜在的关联关系。

（3）补充披露发行人与同行业可比公司可比产品的毛利率差异情况及差异原因。

请保荐人、申报会计师：

（1）说明对 2020 年 1-9 月合作运营机台转卖销售毛利率较高是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论。

（2）说明合作运营机台转卖销售过程实物流和资金流的核查方式、核查比例，对转卖销售的最终客户是否进行了走访，对转卖销售的产品投入运营或使用情况是否进行了核验。

（3）对上述其他事项发表明确意见。

回复：

一、量化分析并披露报告期各期不同品类产品毛利率变动的原因及合理性，对于毛利率较高的产品予以合理、充分、必要解释

报告期各期，公司各类产品的毛利率变动情况如下：

单位：万元

项　目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
商用游戏游艺机	模拟类	2,559.67	35.36%	3,860.07	30.68%	2,657.53	24.24%	3,044.00	24.96%
	儿童类	396.31	36.16%	1,673.68	29.05%	3,323.30	43.77%	3,002.47	38.45%
	嘉年华类	1,983.81	31.95%	6,910.56	36.84%	6,776.40	38.10%	5,936.15	37.62%
	礼品类	347.94	29.26%	413.52	39.95%	571.77	41.01%	651.42	37.88%
新型游戏游艺设备		68.54	28.68%	1,441.35	38.57%	763.40	33.65%	-	-
其他主营业务		387.81	35.33%	1,493.83	46.79%	1,057.00	35.48%	1,366.93	39.35%
主营业务毛利		**5,744.08**	**33.65%**	**15,793.02**	**35.05%**	**15,149.41**	**35.24%**	**14,000.97**	**34.17%**

报告期各期，公司各类产品的毛利率呈现一定的波动，主要系各类产品报告期各期销售的细分产品结构有所不同所致。报告期内，公司一方面积极坚持自主研发，同时与境外知名游戏游艺开发厂商合作购买套件，持续向市场推出新的产品；另一方面，公司不断优化生产工艺，并对原有产品进行升级，积极推出新的版本、型号。通过新产品、新版本的不断推出，公司游戏游艺设备种类不断丰富。随着报告期各期主要销售产品的结构不同，毛利率呈现一定的波动。

（一）模拟类产品毛利率变动分析

报告期内，公司商用游戏游艺机中模拟类销售收入分别为 12,193.34 万元、

10,963.10 万元、12,581 万元和 7,238.11 万元，毛利率分别为 24.96%、24.24%、30.68%和 35.36%。从公司不同产品类型来看，商用游戏游艺机中模拟类总体毛利率较低，主要系其销售较好的产品如侏罗纪公园、动感飞车、胜利追击、世界摩托车锦标赛、胜利摩托 VR 等，均为引进海外受欢迎的机型，与 Rawthrills、鈊象电子等海外知名游戏开发厂商合作，购买其产品套件并生产销售。由于此类模拟机的游戏套件均为外购，成本较高，故总体毛利率较低。

2018 年模拟类产品毛利率较 2017 年基本持平，2019 年毛利率较 2018 年上升 6.44 个百分点，主要系公司一方面加强产品研发，通过不断推出新的产品型号及老产品更新换代，提高产品的毛利率，如动感飞车系列，2019 年销售的豪华版增加了座椅双层震动功能，并丰富了赛道、玩法，可实现拍照及花式炫技，从而提高了产品销售价格，毛利率由 12.61%增加至 25.21%；另一方面公司自主研发的毛利率较高的产品一球成名取得了良好的销售，2019 年一球成名实现销售 1,065.98 万元，占模拟类产品收入比例为 8.67%，毛利率达 44.81%，带动了整体毛利率的上升。

动感飞车 2019 年与 2018 年销售金额、占比及毛利率对比情况如下：

项　目	2019 年	2018 年
销售额（万元）	3,303.24	3,501.08
占模拟类收入比重	26.26%	31.94%
毛利率	25.21%	12.61%

2020 年 1-9 月模拟类毛利率较 2019 年上升 4.68 个百分点，主要系公司与大玩家及西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司达成合作运营机台转卖销售，由于合作机台折旧后成本较低，导致相关产品如动感飞车等模拟类游戏游艺设备毛利率有所上升。2020 年 1-9 月合作设备转卖业务中模拟类销售额为 727.69 万元，销售毛利率为 69.59%。若扣除对合作设备机台转售的影响，2020 年 1-9 月公司模拟类毛利率为 31.54%，较 2019 年无大幅变动。

（二）儿童类产品毛利率变动分析

报告期内，公司商用游戏游艺机中儿童类销售收入分别为 7,808.80 万元、7,593.22 万元、5,761.21 万元和 1,095.92 万元，毛利率分别为38.45%、43.77%、

29.05%及 36.16%。其中，2018 年毛利率较 2017 年增加 5.32 个百分点，主要系产品销售结构变化所致，2018 年公司新推出了毛利率较高的儿童机奇幻滑梯、巴祖卡、方块工厂三款儿童机，同时公司减少了对毛利率较低的产品快乐小钓手的销售，综合导致 2018 年儿童机毛利率有所上升。

巴祖卡、奇幻滑梯、方块工厂为日本永旺幻想定制研发生产的产品，为外销日本市场的产品，其 2018 年销售额、占儿童类销售额占比及毛利率情况如下：

项　目	巴祖卡	方块工厂	奇幻滑梯
销售额（万元）	910.99	818.00	952.76
占儿童类收入比重	12.00%	10.77%	12.55%
毛利率	50.23%	59.93%	43.48%

从上表可以看出，2018 年巴祖卡、方块工厂和奇幻滑梯三款产品合计销售 2,681.75 万元，占儿童类产品收入比例为 35.52%，带动了整体了毛利率的提升。

2019 年商用游戏游艺机中儿童类产品毛利率较 2018 年下降 14.72 个百分点，主要系 2018 年毛利较高的产品奇幻滑梯、巴祖卡、方块工厂在 2019 年销售较少，**三者收入占比由 2018 年的 35.32%下降至 0.34%。**同时，公司为满足客户一体化采购需求而向中山市大成动漫科技有限公司采购 6 人版疯狂套动物 342 台进行销售，该部分产品对外销售的毛利率低，导致儿童机综合毛利率有所下降，**若不考虑 2019 年对 6 人版疯狂套动物的销售，2019 年儿童类毛利率将上升 8.02 个百分点至 37.07%。**

2019 年，6 人版疯狂套动物销售金额、占比、单价及毛利率情况如下：

项　目	销售额（万元）	占儿童类收入比重	毛利率
6 人版疯狂套动物	1,897.34	32.93%	12.72%

2020 年 1-9 月，儿童类毛利率为 36.16%，较 2019 年增加 7.11 个百分点，主要在于 2019 年销售外购的 6 人版疯狂套动物拉低了整体毛利率，若剔除外购产品销售的影响，则 2019 年毛利率为 37.07%，与 2020 年 1-9 月一致。

（三）嘉年华类产品毛利率变动分析

报告期内，公司商用游戏游艺机中嘉年华类收入分别为 15,780.79 万元、

17,787.06 万元、18,755.98 和 6,210.04 万元，毛利率分别为 37.62%、38.10%、36.84%及 31.95%，最近三年毛利率相对稳定，保持在 37%左右的毛利率；2020 年 1-9 月毛利率较 2019 年下降 4.89 个百分点，主要系毛利率较高的产品极速保龄销售占比有所降低；同时，2019 年推出的新产品炫动篮球、太空侵略者在 2020 年取得了较好的销售，**其销售占比达 31.76%，但毛利率相对略低。**

极速保龄 2020 年 1-9 月、2019 年销售金额、占比及毛利率情况对比如下：

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年
销售额（万元）	784.89	4,970.89
占嘉年华类收入比重	12.64%	26.50%
毛利率	41.08%	47.12%

从上表可以看出，2019 年和 2020 年 1-9 月，极速保龄球销售金额分别为 4,970.89 万元和 784.89 万元，销售占比由由 26.50%下降至 12.64%，导致 2020 年 1-9 月对嘉年华类产品整体毛利率的贡献下降。

2020 年 1-9 月，炫动篮球、太空侵略者的销售金额、占比及毛利率情况如下：

项　目	炫动篮球	太空侵略者
销售额（万元）	1,644.25	328.08
占嘉年华类收入比重	26.48%	5.28%
毛利率	30.90%	27.91%

（四）礼品类产品毛利率变动分析

报告期内，公司商用游戏游艺机中礼品类的收入分别为 1,719.72 万元、1,394.28 万元、1,035.14 万元和 1,189.32 万元，毛利率分别为 37.88%、41.01%和 39.95%及 29.26%，最近三年毛利率相对稳定，保持在 40%左右的毛利率；2020 年 1-9 月毛利率有所下降，主要系公司销售部分同行业采购的礼品机如礼品墙，以及套件合作机台甜蜜回旋毛利率较低所致。**2020 年 1-9 月，公司共销售礼品墙及甜蜜回旋 286.46 万元，占商用游戏游艺机中礼品类收入比例 24.09%，其毛利率为 22.23%，导致整体毛利率下降。**

（五）新型游戏游艺设备毛利率变动分析

报告期内，公司于 2018 年推出新型游戏游艺设备，产品主要有欢乐乒乓（PONG），受到欧美、日本等地区的青睐，销售情况较好。公司新型游戏游艺设备目前主要出口销售，**2018 年和 2019 年毛利率分别为 33.65%和 38.57%，2019 年毛利率较 2018 年有所上升，主要系公司推出的毛利率较高的欢乐乒乓酒吧版、闪亮版、Dave&Buster 定制四人版销售有所增加，如 2019 年 Dave&Buster 定制四人版销售收入达 943.19 万元，毛利率为 44.09%。2020 年 1-9 月受海外疫情影响，新型游戏游艺设备收入大幅下降，由 2019 年的 3,737.02 万元下降至 239 万元，包括毛利率较高的 Dave&Buster 定制四人版等产品销售有所下降，销售额由 2019 年的 943.19 万元下降至 31.20 万元，从而导致新型游戏游艺设备整体毛利率下降。**

综上，报告期内，公司不同品类产品的毛利率存在一定的波动，主要系具体销售产品的具体产品结构、细分型号等不同导致的，毛利率的波动具有合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利构成及毛利率分析”之“2、毛利率分析”之“（1）主要产品毛利及毛利率”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、补充披露 2020 年 1-9 月合作运营机台转卖销售的具体情况，包括转卖销售金额、数量、产品类型或型号、已使用年限、平均单价、毛利率、销售对象，合作机台转卖销售毛利率较高的商业合理性，合作机台成本较低的原因，合作机台虽然成本较低但销售单价打折力度是否更大，如果无相应折扣或低价，销售对象选择购买合作机台而非购买新机器的合理性，销售对象与发行人是否存在实质或潜在的关联关系

（一）补充披露 2020 年 1-9 月合作运营机台转卖销售的具体情况，包括转卖销售金额、数量、产品类型或型号、已使用年限、平均单价、毛利率、销售对象，合作机台转卖销售毛利率较高的商业合理性

2020 年 9 月，公司与北京大玩家及西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司达成合作设备销售协议，将摆放在其游乐场的合作机台形成一次性买断式销售。

1、合作机台转销业务的背景及合理性

（1）对大玩家转售的背景及合理性

为深化与国内重要客户的战略合作关系，创新公司业务模式，以及更及时、准确地了解消费者需求，为公司产品创意及研发提供第一手的市场信息，公司自 2016 年开始在国内市场选择与部分客户适当进行游戏游艺设备合作运营，报告期内主要在 2017 年、2018 年进行了部分合作经营设备的投放，2019 年及 2020 年 1-9 月新的合作经营设备投放非常少，2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-9 月，发行人合作设备投入金额分别为 806.15 万元、696.58 万元、47.76 万元和 3.70 万元，由于回收周期相对较长，占用资金，在发行人目前的资金实力下，该项业务整体处于压缩状况。

与大玩家的合作经营始于 2016 年，2018 年完成设备投放，截至目前已经合作三年左右时间，公司通过合作经营，积累了大量玩家偏好信息，为未来研发方向提供了数据支撑，该批合作经营设备投放的目的已经达到。

2020 年上半年受疫情影响，公司不能正常收取分成款，因而从上半年开始协商推动大玩家来买断该批合作经营设备，由于该批设备的整体营收情况较好，从 5 月开始疫情影响消退，大玩家经营情况逐步恢复，因此在 9 月份双方最终达成了合作经营转售的协议。

大玩家系公司长期的重要合作伙伴，与发行人不存在实质或潜在的关联关系，系市场化交易行为。

（2）对西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司转售的背景及合理性

西安柏霖斯的场地经营分为上下两层，第一层的经营模式单台投币收费模式，第二层为价值较高的游戏游艺设备及数字体育产品等，采取通票模式。本次西安柏霖斯转售的设备主要为超级方程式赛车，设备单价较高，因而其游乐场每次收取 20 元/局，单局游玩收取价格高，西安柏霖斯认为设备使用频率受到一定限制，拟转变经营模式，更好的发挥设备价值，因此将设备转移到二楼由玩家购买通票游玩，由于设备不再单局收费，不再方便采取分成合作的模式，因此将之前合作经营的设备买断。

西安柏霖斯成立于 2017 年 7 月，从事室内游乐场经营，注册资本为 600 万

元，自然人范海岩、张帆分别持股 60%、40%，与发行人不存在实质或潜在的关联关系，系市场化交易行为。

2、合作机台销售的具体情况

2020 年 1-9 月，公司与大玩家达成合作经营设备转销售协议，销售的产品为动感飞车、冠军骑士等模拟类游戏游艺设备，相关设备发出时间、已使用年限，金额、数量、平均单价及毛利率情况如下：

设备名称	设备发出时间	已使用年限	数量（台）	销售额（万元）	平均单价（万元/台）	毛利率
动感飞车（中文版）	2017 年 112 台，2018 年 2 台	2-3 年	114	231.53	2.03	82.61%
冠军骑士	2016 年 24 台，2017 年 34 台	3-4 年	58	43.12	0.74	82.73%
狂野狩猎	2016 年 20 台，2017 年 12 台	3-4 年	32	39.15	1.22	83.51%
驱魔使者 2	2018 年	2 年	25	64.60	2.58	63.12%
胜利追击	2018 年	2 年	8	9.91	1.24	43.19%
世界摩托车锦标赛	2018 年	2 年	4	5.10	1.27	39.19%
战龙勇士	2017 年 34 台，2018 年 11 台	2-3 年	45	83.63	1.86	71.25%
侏罗纪公园	2018 年 37 台，2017 年 34 台	2 年	71	138.27	1.95	44.96%
合计			357	615.30	1.72	69.63%

2020 年 1-9 月，公司与西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司亦达成合作经营设备转销售协议，具体销售的产品金额、数量、平均单价及毛利率情况如下：

设备名称	设备发出时间	已使用年限	数量（台）	销售额（万元）	平均单价（万元/台）	毛利率
超级方程式赛车	2018 年 12 月	2 年	1	84.07	84.07	68.64%
舞律炫步双人版	2019 年 1 月	1 年	1	12.39	12.39	66.21%
椰子大战双人版	2018 年 12 月	2 年	1	3.98	3.98	59.08%
一球成名	2018 年 12 月	2 年	2	7.08	3.54	88.69%
音律炫动	2019 年 1 月	1 年	2	8.84	4.42	62.49%
合计			7	116.36	16.62	68.81%

（二）合作机台成本较低的原因，合作机台虽然成本较低但销售单价打折力度是否更大，如果无相应折扣或低价，销售对象选择购买合作机台而非购买新机器的合理性

1、合作机台成本较低的原因

合作机台成本较低主要是折旧计提以后净值较低所致。报告期内，公司对合作机台业务的会计处理如下：

1、　合作机台作为固定资产铺出时：

借：固定资产—原值

贷：存货

按月确认合作机台收入时：

借：应收账行款

贷：主营业务收入

应交税费—销项税

同时按月对合作机台计提折旧：

借：主营业务成本

贷：固定资产累计折旧

2、　固定资产退回或出售、报废时：

（1）如退回的固定资产因后续仍将用于对外投放设备铺出，退回后的对外投放设备仍在固定资产科目核算并计提折旧。

（2）如因管理层有明确意图用于出售时：

借：固定资产清理

固定资产累计折旧

贷：固定资产—原值

借：存货

贷：固定资产清理

借：主营业务成本

贷：存货

借：应收账款

贷：主营业务收入

应交税费—增值税

（3）如管理层拟将合作机台进行报废时：

借：固定资产清理

固定资产累计折旧

贷：固定资产—原值

借：营业外支出

贷：固定资产清理

公司以上对合作机台的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。同时，公司同行业可比公司华立科技也存在对外投放合作机台的销售模式，其对合作机台的会计处理方式与公司一致。

由以上会计处理可以看出，公司对大玩家销售的合作机台折旧后成本较低，主要系相关机台主要在 2017 年、2018 年对大玩家投放，且由于公司合作机台的折旧年限为 3 年，相关固定资产折旧已计提 2-3 年，因此，合作机台由固定资产转回存货时，相关固定资产净值已较低，相应转入存货金额较低，导致对外转销的营业成本也较低。2020 年 1-9 月，公司合作机台转回存货的固定资产原值为 1,363.85 万元，累计折旧为 1,135.76 万元，转入存货的净值金额为 228.09 万元。

2、合作机台销售折价情况

虽然公司合作机台转销的成本较低，但公司基于转销的合作机台已使用了一定的年限，公司对其销售均给予了一定的折价。2020 年 1-9 月，公司对大玩家合作机台转销的平均单价为 1.72 万元/台，同类新产品当期对外销售的平均单价为 5.42 万元/台，该批产品的平均折价率 31.73%。对西安柏霖斯转销的合作机台，公司对其转销的平均单价为 16.21 万元/台，同类新产品当期对外销售的平均单价为 20.17 万元/台，该批产品的平均折价率 80.37%。

公司对大玩家的销售给予的折价较多，主要系对大玩家销售的产品由于投入时间较长；对西安柏霖斯销售的产品由于投放时间较短，给予的折价较少。因此，基于公司已给予合作机台相应的折价进行销售，且客户已使用相关产品一段时间，对设备营收情况、运营状况较为认可，客户选择直接购买合作机台而非购买新机具有合理性。

综上，公司合作机台折旧后成本较低系按公司会计政策的一致性确认的结果；公司对合作机台销售均进行了一定的折价，不存在高价销售的情况；由于合作机台已经在客户旗下游乐场运营较长时间，合作机台使用状况及营收情况良好，并且合作机台销售的折价合理，大玩家和西安柏霖斯选择购买合作机台而非新设备具有合理性。

（三）销售对象与发行人是否存在实质或潜在的关联关系

北京大玩家娱乐股份有限公司成立于 2016 年 12 月，注册地为北京市朝阳区，注册资金 5,000 万元，发起人股东为维军、曾庆福分别持股 61%、39%，专业从事室内游乐场所经营业务。

北京大玩家娱乐股份有限公司目前是大玩家超乐场的运营平台，大玩家超乐场及旗下品牌 Play1 家庭娱乐中心、NEW 约等遍布全国 100 多个城市的核心商圈，目前拥有近 400 家门店，名下游乐场主要面对家庭娱乐、年轻人综合性游乐为主，是国内连锁游乐场数量最多的企业。

西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司成立于 2017 年 7 月，注册地为西安市雁塔区，注册资金 600 万元，股东范海岩、张帆分别持股 60%、40%，专业从事室内游乐场所经营业务。

北京大玩家娱乐股份有限公司、西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司及其股东与公司均不存在实质或潜在的关联关系。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利构成及毛利率分析”之“2、毛利率分析”之“（3）2020 年 1-9 月合作机台销售毛利率情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、补充披露发行人与同行业可比公司可比产品的毛利率差异情况及差异原因

鉴于公司所处行业的特性及可比数据的可获得性，华立科技与公司业务较为接近，故选取其作为可比产品的毛利率对比的可比公司。

报告期内，公司商用游戏游艺设备分为模拟类、儿童类、嘉年华类及礼品类，其中模拟类产品的销售占比在 30%左右，以嘉年华产品为主的其他类产品的销售占比在 70%左右；华立科技游戏游艺设备分为模拟体验类、亲子娱乐类及休闲运动类，模拟类产品的销售占比在 60%左右。公司与华立科技具体产品构成情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技
模拟类	销售收入	7,238.11	8,072.75	12,581.00	19,831.46	10,963.10	19,362.11	12,193.34	15,919.13
	销售占比	46.00%	59.07%	32.99%	66.41%	29.05%	54.54%	32.51%	48.38%
其他类别	销售收入	8,495.28	5,592.66	25,552.33	10,031.9	26,774.56	16,135.47	25,309.31	16,986.18
	销售占	54.00%	40.93%	67.01%	33.59%	70.95%	45.46%	67.49%	51.62%

	比								

除商用游戏游艺设备中模拟类产品外，公司的其他类产品主要为嘉年华类产品，华立科技的其他类产品为亲子娱乐类及休闲运动类。

结合公司和华立科技可比产品类型，模拟类产品毛利率比较情况如下：

单位：万元/台

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技
模拟类	单价	5.20	5.12	5.26	5.24	4.37	4.85	4.32	4.36
	单位成本	3.36	3.46	3.64	3.49	3.31	3.37	3.24	3.01
	毛利率	35.36%	32.32%	30.68%	33.53%	24.24%	30.48%	24.96%	31.01%

由上表可以看出，2017 年至 2019 年发行人商用游戏游艺机模拟类毛利率低于华立科技，主要原因在于华立科技模拟类产品销售占比高，在模拟类产品上具有一定的竞争优势;2020 年 1-9 月发行人模拟类产品毛利率略高于华立科技，系公司与大玩家等达成合作运营机台转卖销售，导致模拟类毛利率有所提升。若扣除合作机台转销业务对模拟类毛利率的影响，2020 年 1-9 月公司模拟类毛利率为 31.54%，略低于华立科技。

结合公司和华立科技可比产品类型，其他类游戏游艺设备产品毛利率比较情况如下：

单位：万元/台

项目		2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技	发行人	华立科技
其他类别	单价	2.46	3.12	2.63	2.71	2.46	2.06	2.29	1.87
	单位成本	1.67	2.19	1.71	1.81	1.48	1.39	1.42	1.28
	毛利率	32.11%	29.73%	35.21%	33.19%	39.86%	32.45%	37.89%	31.16%

报告期内，公司的其他类产品主要为嘉年华类产品，公司其他类产品的毛利率高于华立科技产品的毛利率。

综上，发行人产品结构与华立科技的产品结构有所差异，发行人嘉年华类

产品以自主研发产品为主，产品在境内外受到市场欢迎，具有较强的市场竞争优势，销售占比和销售毛利率较高；而华立科技模拟类产品销售占比高，在模拟类产品上具有一定的竞争优势，其毛利率相对较高。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）毛利构成及毛利率分析”之“3、同行业上市公司主要产品毛利率分析”之“（2）主要产品毛利率与同行业可比公司可比产品毛利率对比情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、中介机构核查意见

（一）说明对 2020 年 1-9 月合作运营机台转卖销售毛利率较高是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论

1、核查程序

针对合作机台转卖业务，中介机构予以了重点关注，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

（1）访谈公司财务负责人、销售负责人，了解合作机台转卖业务的背景及相关财务处理方式，合作机台转为买卖的内部审批流程，确认合作机台转销的合理性；

（2）获取合作机台转销的明细，确认系公司已发出的固定资产，复核其已折旧成本等金额的准确性，折旧政策的一惯性，确认其转销成本较低的合理性；

（3）获取合作机台转销合同，相关转销客户接收确认单，并对转销客户大玩家及西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司进行走访，确认合作机台转销的真实性；

（4）对合作机台转销单价进行复核，与公司同类产品对外销售单价进行对比，结合合作机台已使用年限等因素，确认合作机台折价销售的合理性；

（5）查阅合作运营机台的发货记录，过往年度的分成记录及双方的分成核对单据；

（6）结合过往年度对大玩家、西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司合作运营机

台的函证情况核实机台分布情况；

（7）查询大玩家、西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司的工商信息，确认其与发行人不存在关联关系。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人合作机台转销具有商业合理性；合作机台毛利率较高主要系相关成本已在折旧中计提，公司合作机台销售以给予了较高的折扣率，价格合理，毛利率较高具有合理性；合作机台销售对象与发行人不存在关联关系，系真实的市场化交易行为。

（二）说明合作运营机台转卖销售过程实物流和资金流的核查方式、核查比例，对转卖销售的最终客户是否进行了走访，对转卖销售的产品投入运营或使用情况是否进行了核验

1、核查程序

对于大玩家的转卖设备，已于 2016-2018 年发出并投放在大玩家名下门店经营，本次转卖不涉及实物移动，转卖后大玩家继续放置于原有门店经营；对于西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司的转卖设备，已于 2018 年 12 月-2019 年 1 月发出并投放在其名下门店经营，本次转卖不涉及实物移动，转卖后西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司继续放置于原有门店经营。对合作运营机台转销的实物流及资金流，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

（1）获取合作机台转销明细及客户接收单，确认已签收；

（2）实地走访大玩家、西安柏霖斯电子娱乐有限责任公司，确认合作机台转销的真实性，确认合作机台已签收；

（3）过往年度已对大玩家、西安柏林斯进行函证，确认其相关合作机台数量及合作机台已摆放在其相关门店中使用，函证比例为 100%；

（4）获取相关合同，回款单，确认合作机台销售的回款情况。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人转销合作机台均已实际由客户接收，相关回款客户按合同约定进行回款。

（三）对上述其他事项发表明确意见

1、核查程序

针对发行人毛利率变动及与同行业可比产品的对比情况，保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序：

（1）获取发行人分类及产品毛利率明细表，对毛利率波动原因及合理性进行分析；

（2）访谈发行人管理层，了解毛利率波动的具体原因；

（3）获取同行业可比公司数据，分析与同行业毛利率差异的合理性；

（4）对发行人客户进行走访，了解发行人产品的优势、市场价格的合理性。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

报告期内，发行人各类产品毛利率存在一定的波动，主要系销售产品的结构有所变动所致，毛利率波动具有合理性；发行人与同行业可比公司可比产品的毛利率存在一定的差异，主要系产品分类、各自的优势产品不同导致，具有合理性。

问题八：关于期间费用

根据申报材料和审核问询回复：

（1）报告期各期，销售费用-快递运输费用金额分别为 513.41 万元、733.27 万元、755.24 万元和 48.01 万元。

（2）报告期各期，发行人销售费用—售后服务费分别为 178.46 万元、351.34 万元、328.42 万元和 143.55 万元。

（3）发行人销售费用率总体高于中山金马、华立科技，低于鈊象电子，管理费用率低于中山金马、略低于华立科技，高于鈊象电子。

（4）发行人委托 Amusements Worldwide LLC.在美国租赁场地、聘用人员协助公司进行产品的仓储、物流服务、产品展示、营销推广服务并向其支付运营费用。报告期各期，运营费用金额分别为 350.46 万元、526.36 万元、640.01 万元和 258.04 万元。Amusements Worldwide LLC.是发行人 2017 年和 2018 年的前五大经销商客户，销售金额分别为 1,065.24 万元和 479.96 万元。

请发行人：

（1）补充披露销售费用-快递运输费用与销售规模、销售区域的匹配性。

（2）补充披露报告期各期针对售后服务费是否需要计提预计负债，新收入准则下售后维修费是否构成单项履约义务，如不构成，是否应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》的规定进行会计处理。

（3）分析并披露发行人与同行业可比公司销售费用率和管理费用率存在差异的原因。

（4）补充披露 Amusements Worldwide LLC.既是发行人前五大经销商客户又为发行人提供服务的合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益冲突，运营费用中仓储、物流、营销推广等各类服务的金额、占比及与相关工作量的匹配性。

（5）补充披露发行人与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式及相关经销协议的主要条款、与其他经销商是否存在差异，报告期各期 Amusements Worldwide LLC.的销售金额及占比，营销推广过程中获得销售机会时，

Amusements Worldwide LLC.是否会优先考虑自身利益（如优先推销其经销的产品）而不是发行人的利益。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对发行人与 Amusements Worldwide LLC.的合作关系及是否存在利益安排是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论。

回复：

一、 销售费用-快递运输费用与销售规模、销售区域的匹配性

自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则，快递运输费中履行销售合同发生的必要成本部分计入营业成本，导致 2020 年 1-9 月公司销售费用中快递运输费为 48.01 万元。若考虑计入营业成本的快递运输费 311.39 万元，2020 年 1-9 月公司快递运输费未 359.40 万元。

考虑计入营业成本的快递运输费后，报告期各期，公司快递运输费用按业务类型构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
快递运输费	359.40	755.24	733.27	513.41
其中：海运费	267.35	454.06	421.19	336.54
境内陆路运输费	5.61	66.11	117.05	76.39
快递费	86.44	235.07	195.03	100.48

报告期内，公司向客户销售游戏游艺设备运费主要由客户承担，公司承担的快递运输费用主要为中山向美国仓库调货产生的海运费、个别境内客户根据合同约定由公司负责运输以及开展游戏游艺设备合作运营业务而产生的境内陆路运输费用、售后配件产生的快递费用和日常办公、参展等产生的快递运输费用等。

（一）海运费

海运费主要为公司从中山向美国仓库调货产生的海上运输费用：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海运费	267.35	454.06	421.19	336.54

美国销售收入	1,589.31	6,786.60	5,285.96	4,309.31
占 比	16.82%	6.69%	7.97%	7.81%

报告期内，公司海运费与公司在美国的销售规模整体上较为匹配，2020 年 1-9 月海运费较高的主要原因为本年受疫情影响，海上航运线路有所缩减，且美国港口相关工作人员减少导致货柜周转减慢，海上航线及货柜均呈现供不应求的状态，综合导致海上运输价格涨幅较高。

（二）内陆运输费用

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境内陆路运输费用（A）	5.61	66.11	117.05	76.39
由公司承担运费的境内业务（B）	58.74	794.81	2,475.54	2,110.35
其中：境内客户销售收入	55.03	747.05	1,778.96	1,304.20
新增合作运营设备规模	3.71	47.76	696.58	806.15
占 比（A/B）	9.55%	8.32%	4.73%	3.62%

报告期内，公司境内销售由公司承担运费的主要有万达宝贝王、恒大集团、新城多奇妙等个别客户，另外，公司在境内开展的游艺设备合作运营业务，由公司负责运输设备至合作客户的游乐场地。同时，内陆运输费受运输次数、运输距离等因素的影响而有所波动。2019 年及 2020 年 1-9 月，运输费占比有所增加，主要系相关业务规模整体较小，万达宝贝王、恒大集团批量采购有所减少，而运输费受运输批量、运输次数、运输距离等因素的影响未同比减少所致。报告期内，公司境内陆路运输费用与境内客户销售规模以及新增合作运营设备规模整体上是匹配的。

（三）快递费用

报告期内，快递费用主要为公司售后配件产生的快递费用：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
快递费（A）	86.44	235.07	195.03	100.48
售后配件规模（B）	502.61	1,906.67	1,568.24	1,563.83
其中：售后收费配件收入	407.72	1,642.51	1,283.54	1,412.55
售后免费配件成本	94.89	264.16	284.70	151.28

占 比（A/B）	17.20%	12.33%	12.44%	6.43%

报告期内，公司快递费用主要为向客户提供售后配件而产生，整体上金额较小。快递费用受寄件次数、重量、距离影响较大，2017 年至 2019 年呈上升趋势，2020 年 1-9 月受疫情影响降幅较为明显。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“A、快递运输费用与销售规模、销售区域的匹配性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、补充披露报告期各期针对售后服务费是否需要计提预计负债，新收入准则下售后维修费是否构成单项履约义务，如不构成，是否应当按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》的规定进行会计处理

根据公司与客户签订的销售合同约定，公司在向客户销售游戏游艺设备的同时，向客户提供一定期间的质量保证，在质保期内的产品质量问题，由公司负责提供免费售后服务，报告期内，售后服务金额分别为 178.46 万元、351.34 万元、328.42 万元和 143.55 万元。

（一）新收入准则下售后维修费是否构成单项履约义务

公司针对已售产品向客户提供一定期间的售后服务，为向客户保证所售商品符合合同既定标准而提供的一项质量保证，与合同中约定的转让商品履约义务不可单独区分，同时，客户也无需针对该项质量保证而向公司支出额外费用，因此不构成单项履约义务。

（二）售后服务费是否应当按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》的规定进行会计处理

公司在售后服务费实际发生时计入当期销售费用，未在销售实现年度进行预提。报告期内，公司发生的售后服务费占营业收入的比例较小，分别为 0.43%、0.81%、0.72%和 0.83%。根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》第四条规定，或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：

（1）该义务是企业承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

公司向客户提供售后服务是公司承担的现时义务，但在质保期内，公司是否需针对已售产品提供售后维修服务具有偶尔性和不确定，不能判断公司承担该项履约义务导致经济利益流出的可能性，同时未来售后维修费用的金额也不能可靠计量。另外，发行人产品质量良好，报告期内，售后服务费占营业收入的比例较小，分别为 0.43%、0.81%、0.72%和 0.83%。因此，公司未对售后服务费用进行预提，而是于实际发生维修支出时确认为当期费用，符合企业会计准则的规定。

公司同行业可比公司华立科技亦未对售后服务费计提预计负债，公司与其会计处理一致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“B、售后服务费未计提预计负债的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、分析并披露发行人与同行业可比公司销售费用率和管理费用率存在差异的原因

（一）销售费用率与同行业可比公司存在差异的原因

公司销售费用率与同行业公司对比如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	3.90%	5.82%	6.13%	6.66%
中山金马	5.82%	4.70%	4.52%	5.02%
鈊象电子	NA	20.86%	24.57%	23.37%
本公司	**8.03%**	**9.63%**	**9.42%**	**7.79%**

注：万代南梦宫财务报告将销售费用与管理费用合并列示，无法取得单独的销售费用率数据

由上表可见，公司销售费用率总体高于中山金马、华立科技，低于鈊象电子。

公司销售费用率低于鈊象电子，主要系鈊象电子的主营业务包括商用游戏

游艺机的软、硬件及线上游戏，主要产品分为商用游戏游艺机及线上游戏两大类。由于鉭象电子业务及客户群体与公司仍存在一定的差异，导致销售费用率亦存在一定的差异，公司销售费用率低于鉭象电子。

公司销售费用率高于中山金马及华立科技，主要系公司的销售模式、销售区域与其存在一定的差异所致。中山金马主要从事大型游乐设施的生产和销售，下游客户主要为户外大型游乐园、主题公园和城市综合体等。中山金马及华立科技主要以内销为主，中山金马2017年外销的占比为0.54%，华立科技2017年、2018年及2019年外销的占比分别为21.00%、17.00%及12.99%，而公司积极开拓海外市场，在香港及加拿大设立下属公司进行海外客户开发，因此销售人员及相关销售费用较多；同时，由于公司境外销售较多，境外销售相关的快递运输费等也较高，综合导致公司销售费用率高于华立科技及中山金马。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“D、销售费用率与同行业可比公司比较情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）管理费用率与同行业可比公司存在差异的原因

公司与同行业公司管理费用率对比情况如下：

公司名称	2020年1-9月	2019年	2018年	2017年
华立科技	6.27%	6.43%	7.23%	7.82%
中山金马	22.71%	13.24%	13.01%	11.28%
鉭象电子	3.22%	3.74%	5.00%	4.52%
本公司	**8.58%**	**5.62%**	**5.94%**	**6.59%**

最近三年，发行人管理费用率低于中山金马、略低于华立科技，高于鉭象电子。

中山金马主要从事大型游乐设施的生产和销售，下游客户主要为户外大型游乐园、主题公园和城市综合体等，业务类型与公司仍存在一定的差异，导致管理费用率与公司存在一定的差异，管理费用率高于公司；鉭象电子的主营业务包括商用游戏游艺机的软、硬件及线上游戏，主要产品分为商用游戏游艺机

及线上游戏两大类。鈊象电子整体销售规模较大，2019 年实现销售额 52.91 亿新台币，因此综合管理费用率较低，公司管理费用率高于鈊象电子。

最近三年，公司管理费用率略低于华立科技，主要系公司管理费用中的工资薪酬略低于华立科技。公司管理人员平均薪酬低于华立科技，主要系公司所在地中山与华立科技所在地广州的经济发展水平及平均薪酬水平存在一定的差异导致。

报告期内，公司与华立科技管理人员人均薪酬对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	-	18.18	18.09	19.33
公司	5.14	10.27	10.54	10.67

最近一期，公司管理费用率高于华立科技，主要系 2020 年 1-9 月公司销售规模较去年有所下降。同时，2020 年上半年部分月份公司合作经营业务受下游客户无法开业的影响，合作经营设备均处于停工状态，公司工厂亦受新冠疫情影响存在停工及开工率不足的情况，公司将对应的时间段的合作机台折旧费及生产车间的部分生产人员工资等相关成本计入管理费用停工损失中，共计提 214.57 万元；而华立科技将其停工期间自营游乐场的成本（包括游乐场租金、设备折旧、职工薪酬等）和合作运营游乐场投放设备的折旧成本共 1,162.40 万元计入营业外支出中。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（2）管理费用”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、补充披露 **Amusements Worldwide LLC.**既是发行人前五大经销商客户又为发行人提供服务的合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益冲突，运营费用中仓储、物流、营销推广等各类服务的金额、占比及与相关工作量的匹配性

（一）补充披露 **Amusements Worldwide LLC.**既是发行人前五大经销商客户又为发行人提供服务的合理性，是否符合行业惯例，是否存在利益冲突

报告期内，发行人对 Amusements Worldwide LLC.的销售明细如下表所示（含同一控制下企业 Snag a game）：

单位：万元

产品种类	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商用游戏游艺机	-	36.83	96.73	520.36
新型游戏游艺设备	-	135.61	74.96	-
配件	7.64	276.10	308.27	544.88
合计	7.64	448.54	479.96	1,065.24

Amusements Worldwide LLC.为美国自然人 Gene Cramm100%持股的企业，成立于 2010 年 9 月，Gene Cramm 担任总裁，其配偶 Hope Cramm 担任副总裁， Gene Cramm 原为美国知名儿童游乐游乐场经营企业 Chuck E. Cheese's（CEC）的副总裁，从 CEC 退休后，创办了 Amusements Worldwide LLC.，由于 Gene Cramm 对游戏游艺设备行业较为熟悉，因此 CEC 委托 Amusements Worldwide LLC.负责部分游戏游艺设备的海外进口及设备的后续维护业务，Amusements Worldwide LLC.从中国、意大利、韩国等国家进口游戏游艺设备，再销售给 CEC，并提供整体服务。

一直以来，在商用游戏游艺机方面，Amusements Worldwide LLC.只拥有 CEC 一家客户，所采购的商用游戏游艺机全部销售给 CEC，世宇科技一直通过 Amusements Worldwide LLC.将产品销售给 CEC，除了 CEC 以外，Amusements Worldwide LLC.没有开发其他商用游戏游艺设备整机客户，CEC 的产品需求最终由 CEC 自身决定，Amusements Worldwide LLC.系接受 CEC 委托负责设备采购事务的执行，因此在客户资源方面没有利益冲突。

由于 CEC 近年来经营情况一般，对外采购设备较少，因此 Amusements Worldwide LLC.从 2018 年开始很少向 CEC 销售。2020 年 6 月，CEC 已根据《美国破产法》第 11 章的规定申请破产保护。

由于 Amusements Worldwide LLC.在长期与 CEC 配套采购的过程中积累了较强的游戏游艺设备售后服务经验，加之其股东及总裁 Gene Cramm 是美国游戏游艺产业领域的资深专业人士，因此为了更好的开拓美洲市场，发行人与 Amusements Worldwide LLC.分别于 2016 年 11 月签订了《Distributorship

Agreement》（《经销协议》），委托 Amusements Worldwide LLC.经销公司产品的同时，重点为公司在美洲市场的所有客户提供售后服务。由于近两年来 Amusements Worldwide LLC.的唯一客户 CEC 设备采购需求较少，因此其重点工作是提供售后服务。

Hope Cramm 从可口可乐退休以后，由于看好新型游戏游艺设备欢乐乒乓 PONG 的市场前景，于 2019 年设立了 Snag a game 专门从事欢乐乒乓 PONG 的销售和市场推广，授权的区域为美国家庭市场，系单项产品的经销客户之一，目前销售规模比较小，不影响发行人市场客户资源。

美洲市场特别是北美市场是公司的主要市场，市场需求大，客户数量较多，但距离发行人境内总部较远，并存在文化和时区差异，因此为了更好的做好美洲市场的销售（主要为北美地区，同时兼顾南美地区），提升客户服务水平，因此发行人客观上存在寻找本地售后服务团队的必要性，具有合理背景。由于 Amusements Worldwide LLC.仅对特定一家客户销售，Snag a game 仅经销特定一款产品，不会影响世宇科技的美洲市场客户资源，客户的产品销售由发行人的海外销售团队服务，客户认可的是公司的产品及品牌，双方在客户资源方面不存在冲突，发行人也没有流失客户资源，最近三年发行人在北美市场的销售稳步增长，2017 年、2018 年、2019 年，发行人对北美地区的销售金额分别持股为 6,120.78 万元、7,020.26 万元、8,741.91 万元，取得了良好的效果。

境内行业内其他企业一般在北美市场的销售规模较小，因此同行业企业没有在北美地区委托专业的售后服务机构，目前还没有形成行业惯例。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“C、对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的具体情况”之“b、Amusements Worldwide LLC.既是公司经销商又为发行人提供服务的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）运营费用中仓储、物流、营销推广等各类服务的金额、占比及与相关工作量的匹配性

报告期各期，公司销售费用中运营费用的具体金额及占比情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人员费用	142.54	55.24%	415.97	64.99%	259.78	49.35%	192.80	55.01%
场地租金	78.83	30.55%	101.51	15.86%	60.64	11.52%	35.49	10.13%
包装、运输费用	6.39	2.48%	55.75	8.71%	61.34	11.65%	34.61	9.88%
办公费用	10.03	3.89%	22.29	3.48%	45.40	8.63%	9.50	2.71%
招待费	0.07	0.03%	3.74	0.58%	2.80	0.53%	5.98	1.71%
财产保险费	9.07	3.51%	16.70	2.61%	16.87	3.21%	24.65	7.03%
税金	3.21	1.24%	5.85	0.91%	10.30	1.96%	2.58	0.74%
外购售后配件	0.36	0.14%	0.05	0.01%	20.55	3.90%	14.34	4.09%
其他	7.54	2.92%	18.15	2.84%	48.68	9.25%	30.51	8.71%
合计	258.04	100.00%	640.01	100.00%	526.36	100.00%	350.46	100.00%

报告期各期，公司对 Amusements Worldwide LLC.的运营费主要包括人员费用、场地租金及包装、运输费用，人员费用主要为 Amusements Worldwide LLC.为配合公司提供营销推广、仓储保管、售后服务的相关人员支出，场地租金系美国租赁仓库的仓储费用，包装、运输费用系其为公司在美洲地区销售产品质保期（半年）内的产品提供售后服务费，向公司客户快递相关售后配件等产生的相关费用。2017 年至 2019 年，随着公司北美洲及南美洲销售规模的增长，公司的运营费有所增加。报告期各期，公司运营费用占公司北美洲及南美洲合计销售规模的比例如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
运营费用	258.04	640.01	526.36	350.46
美洲地区销售收入	2,053.62	10,393.89	9,864.24	8,797.15
占比	12.57%	6.16%	5.34%	3.98%

2017 年至 2019 年，随着公司美洲地区销售规模的增加，公司运营费用金额有所增加，占美洲地区收入的占比亦有所增加。2020 年 1-9 月，受境外新冠疫情的影响，公司运营费用有所下降，但由于美国仓库租金等固定支出较高，因此运营费用占美洲地区收入的比例有所上涨。

2017 年至 2019 年，公司运营费用的上涨主要系人员费用、场地租金及包装、运费费用的增加，其中人员费用增加主要系随着美洲地区销售规模的增加，Amusements Worldwide LLC.增加了服务人员为公司提供相关服务。

场地租金的增加主要系随着公司美洲地区销售规模的增加，公司扩大了美国地区仓储的租赁面积，截至目前，公司美国租赁场地的面积为 2,338.83 ㎡，2017 年 1 月至 2017 年 5 月的租赁面积则为 836.12 ㎡，2017 年 6 月至 2019 年 6 月的租赁面积为 1,644.38 ㎡。

2017 年至 2019 年，公司包装、运输费用为 34.61 万元、61.34 万元及 55.75 万元，2017 年至 2018 年随着美洲地区销售规模的增加有所增加，2019 年略有下降，主要系当期客户售后服务需求略有下降所致。2017 年、2018 年及 2019 年，公司发给 Amusements Worldwide LLC.的用于美洲客户质保期内售后的配件金额为 10.79 万元、30.71 万元及 28.98 万元，2019 年亦有所下降，与包装、运输费用的变动相匹配。

总体来看，公司运营费用的增长主要系随着美洲地区的销售规模增长而变动，运营费用的变动与美洲地区销售规模的变动系匹配的。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“C、对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的具体情况”之“a、运营费用的具体构成及变动的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、补充披露发行人与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式及相关经销协议的主要条款、与其他经销商是否存在差异，报告期各期 Amusements Worldwide LLC.的销售金额及占比，营销推广过程中获得销售机会时，Amusements Worldwide LLC.是否会优先考虑自身利益

（一）补充披露发行人与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式及相关经销协议的主要条款、与其他经销商是否存在差异

1、具体合作模式

发行人与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式如下：

（1）商用游戏游艺机销售方面，目前其客户只有 CEC 一家，其根据客户需求情况向公司采购商用游戏游艺机，买断式销售，与其他一般经销客户相一致；

（2）对于新型游戏游艺设备，目前由 Snag a game 指定经销一款产品，其根据客户需求情况向公司采购商用游戏游艺机，买断式销售，与其他一般经销客户相一致；

（3）配件方面，售后服务期内的配件需求由公司免费配送，客户存在售后服务需求时，由公司业务人员联系 Amusements Worldwide LLC.提供相关服务，Amusements Worldwide LLC.执行免费保修后向公司报备设备照片、客户信息、机台状态信息等，公司国内售后服务部门进行监督；超出售后服务期内的维修，由 Amusements Worldwide LLC.向公司购买配件，并向客户提供售后服务。Amusements Worldwide LLC.向公司购买配件为买断式，与其他经销客户相一致。

报告期内，发行人对 Amusements Worldwide LLC.的销售明细如下表所示（含同一控制下企业 Snag a game）：

单位：万元

产品种类	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商用游戏游艺机	-	36.83	96.73	520.36
新型游戏游艺设备	-	135.61	74.96	-
配件	7.64	276.10	308.27	544.88
合计	**7.64**	**448.54**	**479.96**	**1,065.24**
占主营业务收入的比例	**0.04%**	**1.00%**	**1.12%**	**2.60%**

2、协议的主要条款

根据 Amusements Worldwide LLC.与公司签订的经销协议，主要条款如下：

（1）公司委托 Amusements Worldwide LLC.作为其游戏游艺产品在北美地区的经销商，并负责该等产品在本协议经销地区的售后服务。

（2）公司委托 Amusements Worldwide LLC.在美国租赁场地用于办公、产品展示及仓储，并委托经销商聘请相关服务人员向客户提供售后服务。经销商应当以其自身名义就上述租赁、聘用事宜与相关方签订协议。

（3）经销商负责北美、南美地区的售后服务，包括发行人直接向客户销售的产品及经销商自行销售的经销产品：

①产品在质保期内的，Amusements Worldwide LLC.应当在审核客户提出的服务要求及证据后，免费向客户提供售后服务，售后服务所需的零配件由公司免费提供并发送至经销商或其指定地点；

②产品超过质保期的，Amusements Worldwide LLC.可以向客户提供售后服务并收取服务费用，该等服务费用的收取标准详见公司就售后服务制定或发送的制度或文件，售后服务所需的零配件应当向供应商采购。

（4）Amusements Worldwide LLC.承担经销商因提供上述售后服务产生的运营费用及相关税费，包括但不限于：场地租金及水电费、售后服务人员的劳务报酬及保险费用、差旅费、维修用配件购买费、租赁场地的清洁费/垃圾清理费、租赁场地的电话及网络费、包装材料费用、保修配件运费、办公用品费、叉车燃油费、杂费等。经销商应当在每月 15 日前向发行人提供上月的运营费用结算单。经销商承诺该等运营费用为上述售后服务产生的真实且实际发生的费用，如发行人要求提供相关单据查验或存档时，经销商应当提供该等单据。发行人确认上述费用后于收到运营费用结算单及相关单据后 30 个工作日内向经销商支付该等运营费用。

3、与其他经销商是否存在差异

公司在产品销售方面，Amusements Worldwide LLC.的销售条款与其他经销商不存在差异。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“C、对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的具体情况”之“c、公司与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式及相关经销协议的主要条款、与其他经销商是否存在差异”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）报告期各期 Amusements Worldwide LLC.的销售金额及占比，营销推广过程中获得销售机会时，Amusements Worldwide LLC.是否会优先考虑自身

利益

1、报告期各期 **Amusements Worldwide LLC.**的销售金额及占比

报告期各期，公司对 Amusements Worldwide LLC.的销售金额及占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售金额	7.64	448.54	479.96	1,065.24
主营业务收入	17,069.98	45,063.30	42,985.25	40,976.59
占比	0.04%	1.00%	1.12%	2.60%

报告期各期，公司对 Amusements Worldwide LLC.的销售金额为 1,065.24 万元、479.96 万元、448.54 万元及 7.64 万元，占主营业务收入的比例为 2.60%、1.12%、1.00%及 0.04%，占比较小且逐年降低。

报告期各期，公司向 Amusements Worldwide LLC.销售的具体产品类型如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
商用游戏游艺设备	-	36.83	96.73	520.36
新型游戏游艺设备	-	135.61	74.96	-
配件	7.64	276.10	308.27	544.88
合计	7.64	448.54	479.96	1,065.24

2017 年，公司向 Amusements Worldwide LLC.销售商用游戏游艺设备及配件，其中商用游戏游艺设备主要系销售给最终客户 CEC，配件主要为 Amusements Worldwide LLC.为公司美国等地客户单独提供产品维修等服务所需的配件。2018 年起，随着最终客户 CEC 需求的减少，Amusements Worldwide LLC.主要向公司采购配件，同时其同一控制公司 Snag a Game 为公司新产品新型游戏游艺设备欢乐乒乓 PONG 的经销商，向公司采购欢乐乒乓。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，Amusements Worldwide LLC.向公司采购金额较低。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、

经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“C、对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的具体情况”之“d、对 Amusements Worldwide LLC.销售的具体情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、营销推广过程中获得销售机会时，Amusements Worldwide LLC.是否会优先考虑自身利益

在商用游戏游艺机方面，Amusements Worldwide LLC. 一般不主动进行营销推广，主要为辅助发行人进行营销推广，Amusements Worldwide LLC.的客户只有 CEC 一家，CEC 根据自身需求决定采购游戏游艺设备的类型和品牌，CEC 的产品需求最终由 CEC 自身决定，Amusements Worldwide LLC.系接受 CEC 委托负责设备采购事务的执行，未曾抢占发行人的其他客户资源，Amusements Worldwide LLC.不存在优先考虑自身利益（如优先推销其经销的产品）而不是发行人的利益的情形。

新型游戏游艺设备方面，Snag a game 只经销欢乐乒乓 PONG 这一款产品，欢乐乒乓 PONG 系获得 ATRARI 授权的产品，市场上不存在类似产品或者可比产品，Snag a game 不存在经销类似产品的情形，Snag a game 也不存在优先考虑自身利益（如优先推销其经销的产品）而不是发行人的利益的情形。

配件产品方面，协议约定 Amusements Worldwide LLC.的配件只能向发行人采购，不存在向其他供应商采购的情形，Amusements Worldwide LLC.不存在优先考虑自身利益（如优先推销其经销的产品）而不是发行人的利益的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）利润表其他项目逐项分析”之“2、期间费用分析”之“（1）销售费用”之“C、对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的具体情况”之“e、营销推广过程中获得销售机会时，Amusements Worldwide LLC.是否会优先考虑自身利益”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

六、说明对发行人与 Amusements Worldwide LLC.的合作关系及是否存在利益安排是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论

（一）核查程序

针对与 Amusements Worldwide LLC.的合作关系，保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解与 Amusements Worldwide LLC.的合作模式，了解并确认交易背景的合理性和相关费用的内部控制流程；

2、前往美国走访 Amusements Worldwide LLC.，访谈其实际控制人 Gene Cramm，确认与发行人合作的背景、提供服务的内容；

3、获取公司与 Amusements Worldwide LLC.签订的《经销协议》，确认协议内容及 Amusements Worldwide LLC.按照协议开展相关服务的真实性；

4、获取 Amusements Worldwide LLC.境外仓库的租赁合同及 STALCUP LAW OFFICES OF BRETT STALCUP 出具的法律意见书，确认 Amusements Worldwide LLC 于美国地区租赁物业真实，并确认租赁面积及租金的变动；

5、对 Amusements Worldwide LLC.进行函证，确认报告期各期交易金额的准确性；

6、对报告期各期对 Amusements Worldwide LLC.的交易凭证进行核查，确认对其销售金额的准确性；

7、核查报告期各期对 Amusements Worldwide LLC.支付运营费用的明细，确认其金额的准确性及合理性；

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为；

1、Amusements Worldwide LLC.既是发行人前五大经销商客户又为发行人提供服务的合理性主要系基于为了更好地服务美洲市场，具有商业合理性，系真实的市场化交易行为；

2、在产品销售方面，发行人与 Amusements Worldwide LLC.的具体合作模式及相关经销协议的主要条款、与其他经销客户不存在重大差异；

3、报告期内，发行人与 Amusements Worldwide LLC.交易金额真实准确，Amusements Worldwide LLC.不存在优先考虑自身利益的行为。

问题九：关于应收账款

根据申报材料和审核问询回复：

（1）报告期各期末，公司应收账款余额分别为 4,286.24 万元、4,628.23 万元、7,861.75 万元及 11,959.99 万元。

（2）报告期各期末，公司逾期应收账款分别为 644.24 万元、885.45 万元、980.99 万元及 1,522.43 万元。

（3）报告期各期末，一年以内的应收账款占应收账款的余额分别为 97.36%、96.19%、96.99%及 92.17%，整体呈下降趋势。

（4）大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司支付方式目前为发货前支付 30%，其余 12 个月内支付。信用期高于其他主要客户。

（5）发行人对于采购金额较小，或者新增客户，一般采取预收账款的形式销售，不给予信用期。

（6）报告期内，发行人应收账款不存在单项计提坏账准备的情形，存在坏账核销情况。报告期内，部分客户资金周转困难导致超期未回款。

请发行人：

（1）区分不同客户类型（经销和直销、境内和境外）补充披露报告期各期末应收账款余额、占销售收入比例、坏账准备计提金额及比例、截至目前期后回款金额及比例，坏账准备计提比例是否基本覆盖期后未回款的比例。

（2）区分不同客户类型（经销和直销、境内和境外）补充披露报告期各期末逾期应收账款余额、占销售收入比例、坏账准备计提金额及比例、截至目前期后回款金额及比例；补充披露 2020 年 9 月末逾期应收账款增幅较大的原因，是否影响应收账款的可回收性，是否存在需要单项计提坏账准备的情形。

（3）补充披露 1 年以内（含 1 年）应收账款余额占比整体呈下降趋势的原因，发行人的信用政策是否发生变化，结合主要客户和新增客户的销售结算模式及信用政策、主要客户销售金额和应收账款余额变动情况、新增客户的销售

金额和应收账款余额情况，披露发行人是否存在通过放松信用政策刺激销售的情形。

（4）补充披露报告期各期对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的信用政策，给予大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的信用期高于其他主要客户的原因及合理性。

（5）补充披露报告期各期给予信用期和不给予信用期的销售收入金额及占比，与信用政策的匹配性，对于采购金额较小客户和新增客户信用政策执行的一贯性。

（6）结合同行业可比公司情况、客户资金周转困难导致超期未回款的具体情况等，补充披露报告期内应收账款不存在单项计提坏账准备的合理性，特别是对于核销的应收账款此前未识别为需单项计提坏账的合理性，发行人识别应收账款单项计提坏账的及时性、充分性和有效性；补充披露报告期内坏账核销标准及核销具体情况，包括核销对象、金额、账龄、原因等。

（7）补充披露 1 年以上应收账款未收回的具体情况及原因，与交易对手是否存在纠纷，并结合交易对手的经营情况及偿债能力分析坏账计提是否充分。

（8）结合上述问题回复充分分析并披露发行人坏账准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、区分不同客户类型（经销和直销、境内和境外）补充披露报告期各期末应收账款余额、占销售收入比例、坏账准备计提金额及比例、截至目前期后回款金额及比例，坏账准备计提比例是否基本覆盖期后未回款的比例

（一）报告期各期内销、外销客户应收账款情况

报告期各期末境内和境外客户应收账款余额、占销售收入比例、坏账计提金额及比例、期后回款金额及比例情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2020.09.30/ 2020 年 1-9 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
内销	应收账款余额	10,386.67	5,153.79	3,302.91	2,630.31

	坏账准备	570.15	276.41	179.57	139.33
	计提比例	5.49%	5.36%	5.44%	5.30%
	销售收入	11,341.70	22,337.18	19,418.31	22,374.37
	应收账款/销售收入	91.58%	23.07%	17.01%	11.76%
	期后回款	2,186.58	2,230.86	3,224.36	2,554.86
	期后回款/应收账款余额	21.05%	43.29%	97.62%	97.13%
外销	应收账款余额	2,291.72	3,151.02	1,585.54	1,891.35
	坏账准备	148.24	166.65	80.65	96.09
	计提比例	6.47%	5.29%	5.09%	5.08%
	销售收入	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
	应收账款/销售收入	40.01%	13.87%	6.73%	10.17%
	期后回款	414.69	2,340.39	1,424.50	1,890.91
	期后回款/应收账款余额	18.10%	74.27%	89.84%	99.98%

注：期后回款统计截止日期 2020 年 11 月 30 日

2017 年至 2019 年，随着公司销售规模的增长，整体应收账款有所增加。2017 年末至 2019 年末，公司内销、外销应收账款余额占当期收入比例较低，分别为 11.03%、11.37%和 18.43%，公司销售回款情况良好。2020 年 9 月末，应收账款余额较当期收入金额占比有所增加，主要系受新冠疫情影响，自 2020 年 6 月销售收入才逐步恢复，收入主要集中在三季度，大部分客户在信用期尚未回款所致，同时受疫情影响带来的短期资金压力，部分客户付款进度减缓所致。对此，公司已积极与客户沟通回款计划，并严格按公司坏账准备计提政策计提了坏账准备。

（二）报告期各期直销、经销客户应收账款情况

报告期各期末直销和经销客户应收账款余额、占销售收入比例、坏账计提金额及比例、期后回款金额及比例情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2020.09.30/2020 年 1-9 月	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度	2017.12.31/2017 年度
直销	应收账款余额	11,430.15	7,265.04	3,882.68	3,624.93
	坏账准备	628.14	382.82	208.87	189.42
	计提比例	5.50%	5.27%	5.38%	5.23%

	销售收入	13,478.05	32,201.88	30,310.50	32,748.57
	应收账款/销售收入	84.81%	22.56%	12.81%	11.07%
	期后回款	2,352.28	3,948.59	3,796.33	3,549.04
	期后回款/应收账款余额	20.58%	54.35%	97.78%	97.91%
经销	应收账款余额	1,248.24	1,039.77	1,005.77	896.73
	坏账准备	90.25	60.24	51.35	46.00
	计提比例	7.23%	5.79%	5.11%	5.13%
	销售收入	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02
	应收账款/销售收入	34.75%	8.08%	7.94%	10.90%
	期后回款	248.99	622.66	852.53	896.73
	期后回款/应收账款余额	19.95%	59.88%	84.76%	100.00%

注：期后回款统计截止日期 2020 年 11 月 30 日

2017 年末至 2019 年末，公司直销、经销应收账款余额占当期收入比例较低，其中直销销售的比例分别为 11.07%、12.81%和 22.56%，经销销售的比例分别为 10.90%、7.94%和 8.08%，公司销售回款总体情况良好。2020 年 9 月末经销应收账款余额占收入比例为 34.75%，仍处于较低水平；直销应收账款余额占收入比例上升至 84.81%，主要系受新冠疫情的阶段性影响，收入主要集中在三季度，大部分客户在信用期尚未回款，同时客户付款进度亦有所减缓，2020 年 9 月末应收账款余额较当期收入金额占比有所增加。对此，公司已积极与客户沟通回款计划，并严格按公司坏账准备计提政策计提了坏账准备。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“④应收账款区分不同客户类型构成情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（三）坏账计提能覆盖预期信用损失

报告期各期末，公司严格按公司坏账准备计提政策计提了坏账准备，逾期应收账款、期后回款及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2020-9-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
逾期应收账款	1,522.43	980.99	885.45	644.24
期后回款额	207.83	677.47	714.14	573.70
尚未回款金额	1,314.60	303.52	171.31	70.54
坏账准备	718.39	443.06	260.22	235.42
坏账准备对逾期未回款金额覆盖率	54.65%	145.97%	151.90%	333.74%

注：期后回款统计截止日期 2020 年 11 月 30 日

从上表可以做看出，报告期各期末公司计提的坏账准备对逾期未回款金额的覆盖率分别为 333.83%、151.90%、145.97%和 54.65%，计提的坏账准备能覆盖预期信用损失。其中，2020 年 9 月末坏账准备覆盖率下降，主要是受新冠疫情影响，下游游乐场运营商客户回款进度延缓所致，随着我国疫情得到有效控制，相关不利因素逐步消除，公司已积极与客户沟通回款计划，预期信用风险损失较小，计提的坏账准备能覆盖预期信用损失。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款坏账计提情况”之“B、坏账计提能覆盖预期信用损失”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、区分不同客户类型（经销和直销、境内和境外）补充披露报告期各期末逾期应收账款余额、占销售收入比例、坏账准备计提金额及比例、截至目前期后回款金额及比例；补充披露 2020 年 9 月末逾期应收账款增幅较大的原因，是否影响应收账款的可回收性，是否存在需要单项计提坏账准备的情形

（一）报告期各期不同客户类型应收账款逾期情况

1、内销和外销客户逾期应收账款情况

报告期各期末境内和境外客户逾期应收账款余额、占销售收入比例、坏账计提金额及比例、期后回款金额及比例情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2020.09.30/ 2020 年 1-9 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
内销	逾期应收账款余额	500.53	504.83	545.59	289.87

	坏账准备	29.32	44.66	41.30	20.83
	计提比例	5.86%	8.85%	7.57%	7.18%
	销售收入	11,341.70	22,337.18	19,418.31	22,374.37
	逾期应收账款/销售收入	4.41%	2.26%	2.81%	1.30%
	期后回款	93.11	405.83	473.81	219.78
	期后回款/逾期应收账款余额	18.60%	80.39%	86.84%	75.82%
外销	逾期应收账款余额	1,021.91	476.16	339.86	354.36
	坏账准备	84.75	32.21	18.78	19.61
	计提比例	8.29%	6.76%	5.52%	5.53%
	销售收入	5,728.28	22,726.12	23,566.94	18,602.22
	逾期应收账款/销售收入	17.84%	2.10%	1.44%	1.90%
	期后回款	114.72	271.63	240.33	353.93
	期后回款/逾期应收账款余额	11.23%	57.05%	70.71%	99.88%

注：期后回款统计截止日期 2020 年 11 月 30 日

2、直销、经销客户逾期应收账款情况

报告期各期末直销和经销客户逾期应收账款余额、占销售收入比例、坏账计提金额及比例、期后回款金额及比例情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2020 年 9 月 30 日/2020 年 1-9 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
直销	逾期应收账款余额	1,195.97	685.21	606.33	523.14
	坏账准备	69.91	53.82	45.05	34.33
	计提比例	5.85%	7.85%	7.43%	6.56%
	销售收入	13,478.05	32,201.88	30,310.50	32,748.57
	逾期应收账款/销售收入	8.87%	2.13%	2.00%	1.60%
	期后回款	159.26	572.69	533.71	452.61
	期后回款/逾期应收账款余额	13.32%	83.58%	88.02%	86.52%
经销	逾期应收账款余额	326.47	295.78	279.12	121.10
	坏账准备	44.16	23.05	15.02	6.10
	计提比例	13.53%	7.79%	5.38%	5.04%
	销售收入	3,591.93	12,861.42	12,674.75	8,228.02

	逾期应收账款/销售收入	9.09%	2.30%	2.20%	1.47%
	期后回款	48.56	104.78	180.43	121.10
	期后回款/逾期应收账款余额	14.87%	35.42%	64.64%	100.00%

注：期后回款统计截止日期 2020 年 11 月 30 日

2017 年末至 2019 年末，公司内销、外销及直销、经销的逾期应收账款余额占当期收入比例较低，且逾期应收账款回款情况良好。2020 年 9 月末，境外客户和直销客户逾期应收账款余额较当期收入金额占比有所增加，主要系受新冠疫情影响，部分客户延缓了回款所致。对此，公司已积极与客户沟通回款计划，并严格按公司坏账准备计提政策计提了坏账准备。

（二）2020 年 9 月末逾期应收账款情况

受新冠疫情的影响，部分客户延缓了付款进度， 2020 年 9 月末逾期应收账款金额为 1,522.43 万元，较上年末增加 541.45 万元。从逾期应收账款情况来看，逾期应收账款以直销客户为主，占比为 78.56%，且逾期主要集中在 1 年以内，主要系部分客户与公司结算滞后所致，实际发生坏账损失的比例较少，收款风险较低。随着我国疫情得到有效控制，相关不利因素逐步消除，公司已积极与客户沟通回款计划，不存在需要单独计提坏账准备的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“⑥逾期应收账款情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、补充披露 1 年以内（含 1 年）应收账款余额占比整体呈下降趋势的原因，发行人的信用政策是否发生变化，结合主要客户和新增客户的销售结算模式及信用政策、主要客户销售金额和应收账款余额变动情况、新增客户的销售金额和应收账款余额情况，披露发行人是否存在通过放松信用政策刺激销售的情形

（一）补充披露 1 年以内（含 1 年）应收账款余额占比整体呈下降趋势的原因，发行人的信用政策是否发生变化

报告期各期末，公司应收账款构成情况如下：

单位：万元、%

项　目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	11,685.80	92.17	8,054.60	96.99	4,702.43	96.19	4,402.24	97.36
1 至 2 年	818.82	6.46	173.67	2.09	166.46	3.41	102.59	2.27
2 至 3 年	173.30	1.37	76.53	0.92	6.65	0.14	16.83	0.37
3 至 4 年	0.47	0.00	-	-	12.92	0.26	-	-
合　计	**12,678.39**	**100.00**	**8,304.81**	**100.00**	**4,888.45**	**100.00**	**4,521.66**	**100.00**
坏账准备	718.39	5.67	443.06	5.33	260.22	5.32	235.42	5.21
账面价值	**11,959.99**	**94.33**	**7,861.75**	**94.67**	**4,628.23**	**94.68**	**4,286.24**	**94.79**

报告期各期末，公司账龄结构合理，报告期各期末，一年以内的应收账款占应收账款的余额分别为 97.36%、96.19%、96.99%及 92.17%。**2017 年末至 2019 年末，一年以内应收账款的占比较为稳定，均为 96%以上。2020 年 9 月末，一年以内的应收账款占比略有下降，为 92.17%，主要系受新冠疫情影响，公司主要客户北京大玩家娱乐股份有限公司的应收账款中存在一年以上的应收账款 580.46 万元，导致一年以上的应收账款金额及占比有所增加。**

北京大玩家娱乐股份有限公司目前是国内连锁游乐场数量最多的企业，亦是公司报告期内主要客户之一。公司对其的结算政策为收货后 180 天内支付订单合同款项。2020 年上半年部分月份，受新冠疫情突然爆发的影响，国内采取了较为严格的防疫措施，游艺娱乐场所阶段性暂停营业或限制人流的措施，对该客户的经营产生了较为不利的阶段性影响，随着国内疫情得到良好控制，其游乐场的经营情况得到恢复。公司基于新冠疫情影响的客观因素及与其良好的合作关系，与其友好协商达成了延期分期回款的约定。大玩家目前严格按照约定分期回款。截至本问询函回复出具日，北京大玩家娱乐股份有限公司已回款 513.26 万元，公司截至 2020 年 9 月末对其的 1 年以上的应收账款已基本收回。同时，基于境内疫情控制情况的良好及大玩家游乐场门店营业的恢复，其于 2020 年 5 月起开始逐渐恢复向公司采购，对于与其新发生的交易，公司与其约定的结算政策仍为收货后 180 天内支付订单合同款项，不存在对其放宽信用政策的情况。

综上，报告期内公司一年以内的应收账款整体占比较高，2020 年 9 月末占比略有下降主要系受新冠疫情影响，部分客户如北京大玩家娱乐股份有限公司回款有所延缓所致。北京大玩家娱乐股份有限公司报告期内回款情况良好，针对此次疫情影响，其与公司友好达成了分期回款约定，目前严格按照约定回款，坏账风险较小。对于 2020 对其新增销售，公司保持对其信用政策的一惯性，不存在对其放宽信用期的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“②应收账款账龄情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）结合主要客户和新增客户的销售结算模式及信用政策、主要客户销售金额和应收账款余额变动情况、新增客户的销售金额和应收账款余额情况，披露发行人是否存在通过放松信用政策刺激销售的情形

在销售信用政策方面，公司主要依据境内外客户的经营情况、合作历史、采购金额、未来合作的可能性等多方面综合考虑，确认对其销售的政策。对于采购金额较小，或者新增客户，一般采取预收账款的形式销售，不给予信用期；对于境内外经营情况较好、采购金额较大的客户，经过客户提出，公司业务申请，财务进行分析审批后，由总经理确认，一般给予 1 个月至 3 个月的信用期；对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，经过客户提出，由总经理审批后，可以对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的信用期。

近年来，随着游艺娱乐场所快速向品牌化、规模化、连锁化、专业化发展，大玩家超乐场、万达宝贝王、永旺茉莉幻想、卡通尼乐园、反斗乐园、风云再起、东方英雄嘉年华等领先连锁运营商近年来加快门店扩充速度，积极抢占市场。在此背景下，国内连锁游艺娱乐场所运营商每年采购游戏游艺设备金额较大，资金投入量大，公司主要依据相关客户的经营情况、合作历史、采购金额、未来合作的可能性，给予连锁游艺娱乐场所运营商一定的信用期，共同促进行业的发展，这也与行业惯例一致。目前，同行业公司中华立科技给予信用较好

的大中型公司、长期合作的公司等 12 个月的信用期；首次合作的客户或规模较小的客户，执行先款后货的政策；除此之外，给予客户 6 个月的信用期。

1、主要客户销售结算模式及信用政策、主要客户销售金额和应收账款余额变动情况

（1）主要客户的销售结算模式、信用政策及相关变化情况

报告期各期，公司对主要客户的结算模式及信用政策如下（报告期前十大客户）：

序号	客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	北京大玩家娱乐股份有限公司	银行转账，收货后 180 天内支付订单合同价款	银行转账，收货后 180 天内支付订单合同价款	银行转账，收货后 180 天内支付订单合同价款	银行转账，收货后 180 天内支付订单合同价款
2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	银行转账，交货后付款，按月结算	银行转账，交货后付款，按月结算	银行转账，交货后付款，按月结算	银行转账，交货后付款，按月结算
3	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	银行转账，发货前支付 30%，其余 12 个月内支付	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕
4	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	银行转账，发货前支付 30%，其余发货后 2 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 30%，其余发货后 2 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 30%，其余发货后 2 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 30%，其余发货后 2 个月内支付完毕
5	南京风云投资管理有限公司	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕，或使用供应链融资开具银行承兑汇票	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕
6	中山市冠宇娱乐有限公司	银行转账，发货后 3 个月内支付完毕，或使用供应链融资开具银行承兑汇票	银行转账，发货后 3 个月内支付完毕	银行转账，发货后 3 个月内支付完毕	银行转账，发货后 3 个月内支付完毕
7	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	银行转账，货到付款，信用额度为 50 万美金	银行转账，货到付款，信用额度为 50 万美金	银行转账，货到付款，信用额度为 50 万美金	银行转账，货到付款，信用额度为 50 万美金
8	潍坊娱人码头娱乐城	银行转账，发货前支付 10%，其余发货后 6 个月内支付完毕	-	-	-
9	TEEG TOPCO PTY LTD	银行转账，签订订单后支付 30%，剩余 70%在发货前支付；其印尼的主体签订订单后支付 50%，剩	银行转账，签订订单后支付 30%，剩余 70%在发货前支付；其印尼的主体签订订单后支付 50%，剩	银行转账，签订订单后支付 30%，剩余 70%在发货前支付；其印尼的主体签订订单后支付 50%，剩	银行转账，签订订单后支付 30%，剩余 70%在发货前支付；其印尼的主体签订订单后支付 50%，剩

		余 50%在发货后 3 个月内支付完毕	余 50%在发货后 3 个月内支付完毕	余 50%在发货后 3 个月内支付完毕	余 50%在发货后 3 个月内支付完毕
10	EIKOU Electronics., Ltd	银行转账，订单签订后支付 30%，剩余 60%在发货前支付，10% 在发货后 3 个月内支付	银行转账，订单签订后支付 30%，剩余 60%在发货前支付，10% 在发货后 3 个月内支付	银行转账，订单签订后支付 30%，剩余 60%在发货前支付，10% 在发货后 3 个月内支付	银行转账，订单签订后支付 30%，剩余 60%在发货前支付，10% 在发货后 3 个月内支付
11	Player One Amusement Group Inc.	银行转账，发货后 30 天内付款，信用额度 50 万美金	银行转账，发货后 30 天内付款，信用额度 50 万美金	银行转账，发货后 30 天内付款，信用额度 50 万美金	银行转账，发货后 30 天内付款，信用额度 50 万美金
12	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	银行转账，到货后 30 天内付款	银行转账，到货后 30 天内付款	银行转账，到货后 30 天内付款	银行转账，到货后 30 天内付款
13	伍彩汇业(广州)贸易有限公司	银行转账，发货后 2 个月内支付合同价款	银行转账，发货后 2 个月内支付合同价款	-	-
14	INSTANCE AUTOMATICS LTD	银行转账，发货后 60 天内支付完毕，信用额度为 30 万美金	银行转账，发货后 60 天内支付完毕，信用额度为 30 万美金	银行转账，发货后 60 天内支付完毕，信用额度为 30 万美金	银行转账，发货后 60 天内支付完毕，信用额度为 30 万美金
15	上海卡通尼文化发展有限公司	银行转账，订单签订后支付定金 30%，剩余 70%的货款在发货后 2 个月内支付	银行转账，订单签订后支付定金 30%，剩余 70%的货款在发货后 2 个月内支付	银行转账，订单签订后支付定金 30%，剩余 70%的货款在发货后 2 个月内支付	银行转账，订单签订后支付定金 30%，剩余 70%的货款在发货后 2 个月内支付
16	万达宝贝王集团有限公司	银行转账，发货前支付 30%，发货并验收后 45 日内支付剩余款项	银行转账，发货前支付 30%，发货并验收后 45 日内支付剩余款项	银行转账，发货前支付 30%，发货并验收后 45 日内支付剩余款项	银行转账，发货前支付 30%，发货并验收后 45 日内支付剩余款项
17	Atracciones Coney Island SAC	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕
18	COTO C.I.C.S.A	银行转账，发货并收到提单后支付完毕	银行转账，发货并收到提单后支付完毕	银行转账，发货并收到提单后支付完毕	银行转账，发货并收到提单后支付完毕
19	KC Wonderland Corp.	银行转账，发货前支付 50%，剩余部分在发货后 3 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 50%，剩余部分在发货后 3 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 50%，剩余部分在发货后 3 个月内支付完毕	银行转账，发货前支付 50%，剩余部分在发货后 3 个月内支付完毕
20	Amusements Worldwide LLC.	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕	银行转账，发货后 1 个月内支付完毕
21	P.T.FUN INTERNATIONAL	银行转账，发货前支付 50%的货款，剩余 50%在 3 个月内支付	银行转账，发货前支付 50%的货款，剩余 50%在 3 个月内支付	银行转账，发货前支付 50%的货款，剩余 50%在 3 个月内支付	银行转账，发货前支付 50%的货款，剩余 50%在 3 个月内支付
22	北方华录文化科技（北京）有限公司	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕
23	CONSTRUCCIONES,	银行转账，智利、秘	银行转账，智利、秘	银行转账，智利、秘	银行转账，智利、秘

	MOVIMIENTOS DE TIERRA Y ATRACCIONES COMTERRA S A	鲁、哥伦比亚主体的采购，寄送提单之前支付完毕，信用额度为 25 万美金；其墨西哥主体的采购，发货前支付 50%，发货后三个月支付完毕，信用额度为 25 万美金	鲁、哥伦比亚主体的采购，寄送提单之前支付完毕，信用额度为 25 万美金；其墨西哥主体的采购，发货前支付 50%，发货后三个月支付完毕，信用额度为 25 万美金	鲁、哥伦比亚主体的采购，寄送提单之前支付完毕，信用额度为 25 万美金；其墨西哥主体的采购，发货前支付 50%，发货后三个月支付完毕，信用额度为 25 万美金	鲁、哥伦比亚主体的采购，寄送提单之前支付完毕，信用额度为 25 万美金；其墨西哥主体的采购，发货前支付 50%，发货后三个月支付完毕，信用额度为 25 万美金

总体来看，报告期各期，公司对主要客户的结算政策及信用期未发生重大变化。公司主要依据客户的经营情况、合作历史、采购金额、未来合作的可能性等多方面综合考虑，根据自身内部规定及政策给予客户不同的信用期，不存在对其放宽信用期刺激销售的情形。

其中，2020 年 1-9 月，公司对前十大客户中大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司给予了一定的信用期，主要是东方英雄系国内知名连锁游艺娱乐场所运营商，与公司合作长达 10 年以上，本年采购金额大及未来合作的空间较大，达到了公司最高等级授信标准。经公司总经理批准，同意其预付 30%金额，并对尾款予以 12 个月信用期。

2020 年 1-9 月，公司对前十大客户中潍坊娱人码头娱乐城给予了一定的信用期，拥有近 20 年的经营历史，系山东省比较知名的游乐场所经营企业，与公司合作长达 10 年以上，本年采购金额大及未来合作的空间较大，达到了公司最高等级授信标准。经公司总经理批准，同意其预付 10%金额，并对尾款予以 6 个月信用期。

（2）主要客户的销售金额、应收账款余额变动情况

报告期各期，公司对主要客户的销售金额、应收账款余额情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年 1-9 月销售额	2020 年 9 月末应收账款余额	2019 年销售额	2019 年末应收账款余额	2018 年销售额	2018 年末应收账款余额	2017 年销售额	2017 年末应收账款余额
1	北京大玩家娱乐股份有限公司	1,064.67	4,050.97	3,283.88	3,071.94	3,357.51	2,198.25	2,686.67	744.46
2	永旺幻想（中国）儿	1,609.30	948.13	2,700.85	330.01	2,000.00	196.82	1,240.73	375.52

	童游乐有限公司								
3	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	1,713.50	1,330.36	78.38	-	24.81	-	26.75	-
4	BANDAI NAMCO TECHNICA INC.	865.96	-	234.00	154.85	7.46	-	19.01	-
5	南京风云投资管理有限公司	838.63	820.95	218.93	7.20	108.04	17.95	164.71	5.60
6	中山市冠宇娱乐有限公司	823.19	11.34	282.25	13.60	153.29	4.64	305.51	48.72
7	H. BETTI INDUSTRIES, INC.	770.30	269.88	2,251.07	120.70	2,398.18	38.00	1,134.68	80.31
8	潍坊娱人码头娱乐城	520.97	599.58	-	-	-	-	-	-
9	TEEG TOPCO PTY LTD	368.53	145.93	1,258.95	200.24	1,648.36	35.66	984.20	1.22
10	EIKOU Electronics., Ltd	313.87	337.56	2,301.91	46.49	2,846.68	77.97	247.72	0.04
11	Player One Amusement Group Inc.	262.21	97.67	1,534.34	10.39	1,132.31	34.06	893.40	374.35
12	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	54.05	5.17	1,107.11	760.41	61.56	10.45	717.20	38.95
13	伍彩汇业(广州)贸易有限公司	0.77	-	985.64	-	-	-	-	-
14	INSTANCE AUTOMATICS LTD	291.40	34.92	730.76	183.79	462.52	127.79	516.77	165.03
15	上海卡通尼文化发展有限公司	45.39	88.42	702.28	261.80	441.45	74.54	333.41	84.44
16	万达宝贝王集团有限公司	15.48	39.96	636.54	100.23	1,327.85	95.90	1,168.55	96.53
17	Atracciones Coney Island SAC	46.10	68.05	617.16	69.71	940.57	-	755.35	-
18	COTO C.I.C.S.A	6.14	2.70	116.72	-	597.21	-	305.58	-
19	KC Wonderland Corp.	6.67	14.58	407.81	50.14	544.56	21.96	582.05	64.78
20	Amusements Worldwide LLC.	7.64	18.05	448.54	23.51	479.96	87.08	1,065.24	104.11
21	P.T.FUN INTERNATIONAL	62.91	129.88	604.90	95.48	415.43	56.72	820.87	216.78
22	北方华录文化科技（北京）有限公司	2.57	2.65	6.50	2.31	175.81	2.50	820.71	0.18
23	CONSTRUCCIONES, MOVIMIENTOS DE TIERRA Y	6.44	-	228.49	9.49	297.11	3.21	794.26	2.64

	ATRACCIONES COMTERRA S A								

由上表可见，公司报告期各期主要客户的应收账款余额情况与销售金额及对其信用政策基本匹配。2020 年 9 月末，部分客户受到新冠疫情的影响，对公司对回款有所放缓，如北京大玩家娱乐股份有限公司，基于此公司已积极与其沟通回款情况，截至本问询函回复出具日，北京大玩家娱乐股份有限公司业务已基本恢复，公司收到其回款 513.26 万元。

综上，报告期内公司主要客户的信用政策及结算方式未发生重大变化，主要客户信用期限与信用政策相吻合，主要客户的应收账款余额变动情况与销售金额相匹配。公司不存在通过放宽信用期刺激销售的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“②应收账款账龄情况”之“A、主要客户信用政策及应收账款余额变动情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、对新增客户的销售结算模式及信用政策、新增客户销售金额和应收账款余额变动情况

在销售信用政策方面，公司主要依据境内外客户的经营情况、合作历史、采购金额、未来合作的可能性等多方面综合考虑，确认对其销售的政策。对于采购金额较小，或者新增客户，一般采取预收账款的形式销售，不给予信用期；对于境内外经营情况较好、采购金额较大的客户，经过客户提出，公司业务申请，财务进行分析审批后，由总经理确认，一般给予 1 个月至 3 个月的信用期；对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，经过客户提出，由总经理审批后，可以对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的信用期。

2020 年由于受新冠疫情的影响，下游游乐场经营客户短期内资金压力较大，但疫情后部分境内客户为了把握市场机遇，设备投资需求较大，发行人结合市场需求情况主动加大境内市场开拓力度，并结合同行业华立科技的信用政策，对满足公司销售信用政策的大客户经审批后给予相应的信用期限。

报告期各期，公司对销售额 10 万元以上的新增客户的销售额及应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
新增客户销售额	743.98	7,443.03	4,217.18	3,577.35
营业收入	17,290.12	45,333.42	43,341.77	41,215.72
占比	4.30%	16.42%	9.73%	8.68%
新增客户应收账款余额	27.69	241.31	171.43	176.56
应收账款账面余额	12,678.39	8,304.81	4,888.45	4,521.66
占比	0.22%	2.91%	3.51%	3.90%
新增客户应收账款余额占销售额的比例	3.72%	3.24%	4.07%	4.94%

由上表可见，2017 年至 2019 年公司对销售额 10 万元以上的新增客户的销售额有所增加，主要系随着公司极速保龄、欢乐乒乓、一球成名等新产品的持续推出及公司的积极市场开拓，公司产品受到了境内外市场的欢迎，持续有新客户向公司采购。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，新增客户销售额有所减少。同时，报告期各期末，公司对新增客户的应收账款余额占应收账款总额及新增客户销售额的比例均较小，可见公司严格按销售信用政策执行，对新增客户一般采取预收款的形式。报告期各期末，公司新增客户的应收账款余额变动与当期销售额、公司信用政策匹配，不存在通过放宽信用期刺激销售的情形。

综上，报告期各期，公司对主要客户及新增客户的销售结算模式及信用政策未发生重大变化，主要客户及新增客户的应收账款余额与其销售金额、信用政策相匹配，公司不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“②应收账款账龄情况”之“B、新增客户信用政策及应收账款余额变动情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、补充披露报告期各期对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的信用政策，给予大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的信用期高于其他主要客户的原因及合理性

报告期各期，公司对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的信用政策如下：

客户名称	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	银行转账，发货前支付 30%，其余 12 个月内支付	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕	银行转账，发货前支付完毕

2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司下游游乐场客户经营均受到一定的影响，导致资金存在一定的暂时性紧缺。然而，随着境内新冠疫情的良好控制，公司下游客户也期望充分把握后疫情时代的商场、城市购物中心等对游乐场业态提供的多项优惠政策，进而实现进一步发展。

同时，公司也在疫情后积极主动作为，加大对境内市场的开发力度，积极把握境内市场疫情恢复后的新市场机遇。在此背景下，大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司基于其自身名下游乐场门店人气恢复情况良好及对行业发展的信心，积极开设新的门店并对原有门店设备进行更新及补充，向公司采购较多的产品。

而同行业可比公司华立科技的信用政策为一般情况下，给予信用较好的大中型公司、长期合作的公司等 12 个月的账期，华立科技对其前五大客户均给予 12 个月的账期。

2017 年至 2019 年，大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司每年的采购额相对较少，其均在发货前支付货款，也未向公司提出信用账期申请；2020 年 1-9 月基于其自身名下游乐场门店人气恢复情况良好及对行业发展的信心，新开门店 5 家，并对原有门店中的 9 家集中更新及补充设备，其资金投入量大，加上其经营情况良好、合作时间长、采购金额较大及未来合作的可能性高，符合公司销售信用政策，因此，在大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司预付 30%款项的情况下，经公司总经理审批给予尾款 12 个月的信用期。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“②应收账款账龄情况”之“C、大连东方英雄信用期的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、补充披露报告期各期给予信用期和不给予信用期的销售收入金额及占

比，与信用政策的匹配性，对于采购金额较小客户和新增客户信用政策执行的一贯性

报告期各期，给予信用期和不给予信用期的销售收入及占比：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
有信用期销售额	13,908.59	80.44%	29,975.60	66.12%	25,545.88	58.94%	18,348.87	44.52%
无信用期销售额	3,381.53	19.56%	15,357.82	33.88%	17,795.89	41.06%	22,866.85	55.48%
合计	17,290.12	100.00%	45,333.42	100.00%	43,341.77	100.00%	41,215.72	100.00%

报告期各期，公司有信用期客户的销售占比逐年上升，主要原因为游戏游艺行业发展逐渐朝连锁化和规模化方向发展，行业集中度逐渐上升，公司的客户集中度明显提升，2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，发行人对前十大客户的销售占比分别为 28.33%、39.07%、37.41%及 52.07%。公司针对具有一定规模和资信实力的客户给予信用期符合行业惯例。

另外，由于出口业务与国内业务市场信用环境习惯和文化不相同，总体来说，境外客户信用期限要求时间短，境内客户信用期限要求时间更长，因此，发行人适应不同国家市场给予不同的信用政策，一直以来发行人对境内客户给予信用期的情况相对较多，信用期相对较长，2020 年受新冠疫情影响，公司大力发展开拓境内客户，2020 年 1-9 月境内销售占比提升幅度较大。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，发行人境内业务占主营业务收入的比例分别为 54.60%、45.17%、49.57%及 66.44%，因此 2020 年 1-9 月有信用期销售额增加也与发行人客户分布变动相匹配。

报告期各期，公司对无信用期的客户的销售额为 22,866.85 万元、17,795.89 万元、15,357.82 万元及 3,381.53 万元，公司新增 10 万元以上的客户的销售额为 3,577.35 万元、4,217.18 万元、7,443.03 万元及 743.98 万元，公司对新增客户及采购额较小的客户仍主要采用预收款的形式销售，信用政策具有一致性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“②应收账款账龄情况”之“D、给予信用

期与不给予信用期客户收入与应收账款的匹配性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

六、结合同行业可比公司情况、客户资金周转困难导致超期未回款的具体情况等，补充披露报告期内应收账款不存在单项计提坏账准备的合理性，特别是对于核销的应收账款此前未识别为需单项计提坏账的合理性，发行人识别应收账款单项计提坏账的及时性、充分性和有效性；补充披露报告期内坏账核销标准及核销具体情况，包括核销对象、金额、账龄、原因等

（一）结合同行业可比公司情况、客户资金周转困难导致超期未回款的具体情况等，补充披露报告期内应收账款不存在单项计提坏账准备的合理性

1、公司及同行业可比公司应收账款单项计提坏账准备的会计政策

公司对应收账款单项计提坏账准备的会计政策如下：

（1）2017 年至 2018 年公司及同行业可比公司的应收账款单项计提坏账准备的会计政策比较如下：

①单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法

单项金额重大的应收款项的确认标准：期末单项金额大于等于 100 万元的应收款项。

②单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：

对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

公司同行业可比公司华立科技的单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项主要会计政策如下：

单项金额重大的判断依据或金额标准：	公司将单个法人主体或自然人欠款余额超过人民币100 万元（含100 万元）的应收款项划分为单项金额重大的应收款项-
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：	对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备

（2）2019 年及以后年度，公司及同行业可比公司华立科技均执行新金融工

具准则，应收账款按照预期信用损失率计提坏账准备，当有客观证据表明应收账款存在减值的，对应收账款单独评估信用风险，确认预期信用损失，单项计提坏账准备。

公司与华立科技对应收账款单项计提坏账准备的会计政策一致。

2、公司客户资金周转困难导致超期未回款的具体情况

报告期末，公司对客户 P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 及中汇高科文化有限公司的应收账款分别为 175.45 万元及 70.00 万元，以上 2 家客户因存在暂时性资金周转困难导致超期未还款。对以上 2 家客户，公司与其持续沟通回款计划，已与 2 家客户达成延期分期回款书面协议。

P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 为印尼较大的游艺设备专业代理商，其代理的客户较多，除公司外，其也是南梦宫等国际知名公司在印尼的代理商。公司与其建立合作关系较长，客户的资信状况一贯保持良好。其逾期的主要原因为印尼国内货币对美元的汇率异常波动，外汇管制较严，客户自身属于代理商，其下游游乐场客户的欠款较多，影响了其自身的资金周转，2020 年该客户也受新冠疫情的阶段性影响，其下游游乐场客户经营受到了较大冲击，回款出现阶段性困难。公司始终与该客户保持着良好的沟通，了解客户的实际情况，沟通回款的计划，公司与其友好协商达成了延期分期回款的书面约定，预期最终坏账损失的风险较低，预期该客户坏账损失的风险较低，暂时性延期的可能性较大，无须单项计提坏账准备。近期内，P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 已分别于 2020 年 9 月和 12 月分别向发行人回款 7.53 元和 3.28 万元，合计 10.81 万元，其与发行人保持良好沟通和持续回款状态。

中汇高科文化有限公司应收账款产生的原因为该客户计划新开高端游乐场，通过现场考察，于 2017 年向公司采购单价较高的游戏游艺设备 F1 超级方程式赛车等产品，金额合计 400 万元，公司已收回 330 万元，尾款 70 万元未收回。由于该客户游乐场业务经营未达预期，导致客户的资金周转困难，尾款至今未付。公司与其友好协商达成了延期分期回款的书面约定，预期最终坏账损失的风险较低，暂时性延期的可能性较大，无须单项计提坏账准备。近期内，中汇高科文化有限公司已于 2020 年 12 月向发行人回款 10 万元，其与发行人保持良好沟通和持续回款状态。

因此，公司经充分评估该 2 家公司的回款情况后，未单独计提坏账准备。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款坏账计提情况”之“C、报告期不存在单项计提坏准备的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）对于核销的应收账款此前未识别为需单项计提坏账的合理性，发行人识别应收账款单项计提坏账的及时性、充分性和有效性；补充披露报告期内坏账核销标准及核销具体情况，包括核销对象、金额、账龄、原因等

报告期各期，公司核销的应收账款金额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
金额	-	36.04	19.22	100.53

报告期内，公司主要核销的应收账款的具体情况如下：

单位：万元

期间	核销应收账款对象	核销金额	账龄	核销原因
2019 年	盘锦龙辉室内公园娱乐有限公司	27.24	1-2 年	多次催收未果，确认无法收回后核销
	莱芜恒大金碧天下置业有限公司	8.81	3-4 年	账龄较长，多次催收未果
	合计	36.04		
2018 年	大白鲸世界文化发展（大连）有限公司	10.70	2-3 年 7.80 万元；3-4 年 2.90 万元	账龄较长，多次催收未果
	中国京冶工程技术有限公司	7.55	2-3 年	账龄较长，多次催收未果
	合 计	18.25		
2017 年	刘健	25.80	1 年以内	多次催收未果，确认无法收回后核销
	Apple Town	23.62	1 年以内	多次催收未果，确认无法收回后核销
	合 计	49.42		

报告期内，公司核销的应收账款金额较小，主要为针对多次催收未果的、确认无法收回的应收账款进行核销。对于此类应收账款，公司未单项计提坏账，主要系公司一直持续与客户沟通回款计划，且相关主要应收账款金额较小，故公司在报告期各期末评估风险未单项计提坏账准备，在确认无法收回后对其进

行核销。

报告期内，公司执行了较为严格的回款考核政策，回款与销售人员的业绩考核关联度较高，销售人员会持续跟进客户的回款，财务人员按月更新境内外全部客户的回款信息及逾期信息并报送销售副总经理和公司总经理。公司定期针对多次催收未回或有客观证据表明应收款预计难以收回时，经销售人员申请，销售副总经理审核，并经总经理审批，财务账面做核销处理。公司执行了较为谨慎的坏账核销政策，报告期各期末不存在应单项计提而未单项计提的客户应收款项。

综上，公司报告期各期末已充分评估并识别客户的坏账风险，确认报告期各期末不存在需要单项计提坏账准备的情形。报告期各期核销的应收账款金额较少，公司坏账计提系充分的。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款坏账计提情况”之“D、报告期应收账款核销情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

七、补充披露 1 年以上应收账款未收回的具体情况及原因，与交易对手是否存在纠纷，并结合交易对手的经营情况及偿债能力分析坏账计提是否充分

报告期各期末，公司 1 年以上应收账款余额及坏账计提情况如下：

单位：万元

期间	1 年以上应收账款余额	坏账准备计提金额	计提比例
2020.09.30	992.58	134.10	13.51%
2019.12.31	250.21	40.33	16.12%
2018.12.31	186.03	25.10	13.49%
2017.12.31	119.42	15.31	12.82%

报告期末，公司主要的 1 年以上应收账款客户及余额构成如下：

单位：万元

客户	应收账款余额	其中超过 1 年的应收账款余额	期后回款金额
北京大玩家娱乐股份有限公司	4,050.97	580.46	213.26
PT.MEGAINDO GEMILANG LESTARI	175.45	174.74	-

中汇高科文化有限公司	70.00	70.00	-
Ventas Servicios Y Espectaculos	65.63	65.20	3.59
西宁新华联童梦乐园有限公司	31.19	31.19	10.00
COBAY SDN BHD	57.29	16.92	-
MR WILLIAM JOHN A BARNES	100.66	14.33	-
Funscape LLC	8.93	8.93	-
PLAY FOUR FUN COMERCIAL INPORTADORA	59.87	8.50	-
其他客户	80.30	22.31	5.82
合　计	4,700.29	992.58	232.67

注：表格中期后回款截止 2020 年 11 月 30 日

2019 年年末，公司存在应收账款一年以上余额的主要客户为北京大玩家娱乐股份有限公司、P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 和中汇高科文化有限公司三家公司。截至本问询函回复出具日，三家客户期后回款金额合计 526.54 万元。

报告期末存在应收账款一年以上余额的主要客户未回款原因及坏账损失风险分析如下：

1、北京大玩家娱乐股份有限公司：北京大玩家娱乐股份有限公司为报告期内公司主要客户之一，客户拥有门店数量近 400 家，是国内连锁游乐场数量最多的企业，公司于 2005 年开始与其旗下游乐场建立购销合作关系，始终保持着良好的合作关系，客户的资信状况良好，其正常信用期一般为收货后 180 天支付。2020 年 9 月末公司对其存在一年以上的应收账款，主要系 2020 年上半年部分月份，受新冠疫情突然爆发的影响，国内采取了较为严格的防疫措施，游艺娱乐场所阶段性暂停营业或限制人流的措施，对该客户的经营产生了较为不利的阶段性影响，导致其延缓了对公司的还款。随着国内疫情得到良好控制，其游乐场的经营情况得到恢复，公司与其友好协商达成了延期分期回款的书面约定，大玩家目前按照约定分期回款，坏账风险较低。近期内，大玩家按照约定分期回款，截至本问询函回复出具日，北京大玩家娱乐股份有限公司已回款 513.26 万元，一年以上的应收账款已基本收回，其与发行人保持良好沟通和持续回款状态。

2、P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI：P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 2020

年9月末应收账款余额175.45万元，均已逾期。该客户为印尼较大的游艺设备专业代理商，其代理的客户较多，除公司外，其也是南梦宫等国际知名公司在印尼的代理商。公司与其建立合作关系较长，客户的资信状况一贯保持良好。其逾期的主要原因为印尼国内货币对美元的汇率异常波动，外汇管制较严，客户自身属于代理商，其下游游乐场客户的欠款较多，影响了其自身的资金周转，2020 年该客户也受新冠疫情的阶段性影响，其下游游乐场客户经营受到了较大冲击，回款出现阶段性困难。公司始终与该客户保持着良好的沟通，了解客户的实际情况，沟通回款的计划，公司与其友好协商达成了延期分期回款的书面约定，预期该客户坏账损失的风险较低，暂时性延期的可能性较大。截至 2020 年 9 月末，该客户欠款 175.45 万，已提坏账准备 36.19 万元。近期内，P.T.MEGAINDO GEMILANG LESTARI 已分别于2020年9月和12月分别向发行人回款7.53元和3.28万元，合计10.81万元，其与发行人保持良好沟通和持续回款状态。

3、中汇高科文化有限公司：中汇高科文化有限公司 2020 年 9 月末应收款余额70万元。该客户应收账款产生的原因为该客户计划新开高端游乐场，通过现场考察，于 2017 年向公司采购单价较高的游戏游艺设备 F1 超级方程式赛车等产品，金额合计400万元，公司已收回330万元，尾款70万元未收回。由于该客户游乐场业务经营未达预期，导致客户的资金周转困难，尾款至今未付。公司与其友好协商达成了延期分期回款的书面约定，预期最终坏账损失的风险较低。2020年9月末，该客户应收账款70万元，已提坏账准备21万元。近期内，中汇高科文化有限公司已于2020年12月向发行人回款10万元，其与发行人保持良好沟通和持续回款状态。

综上，公司存在部分 1 年以上的应收账款未收回主要部分客户基于其经营情况暂时性延缓了对公司的还款所致，公司与以上客户不存在纠纷，客户仍在持续经营，公司亦与客户持续沟通还款计划，不存在需要单独全额计提坏账的情况。公司已严格按坏账准备计提政策按账龄对 1 年以上的应收账款计提了坏账准备，坏账准备已计提充分。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、

资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款坏账计提情况”之“E、账龄一年以上应收账款具体情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

八、结合上述问题回复充分分析并披露发行人坏账准备计提的充分性

报告期内，公司保持一贯的销售信用政策，主要依据境内外客户的经营情况、合作历史、采购金额、未来合作的可能性等多方面综合考虑，确认对其销售的信用政策。对于采购金额较小，或者新增客户，一般采取预收账款的形式销售，不给予信用期；对于境内外经营情况较好、采购金额较大的客户，一般给予 1 个月至 3 个月的信用期；对于国内集团连锁游艺娱乐场所运营商，在采购金额达到一定规模情况下，对客户集团整体进行授信，并给予 6 个月至 12 月的信用期。

依据上述信用政策，应收账款余额占营业收入的比重总体处于较低水平。2017 年至 2020 年 1-9 月，应收账款余额占营业收入的比重分别为 10.97%、11.28%、18.32%和 73.33%。其中，2020 年 1-9 月应收账款余额占营业收入的比重较高，主要是境内直销应收账款余额占收入比例上升所致，这主要系系受新冠疫情的阶段性影响，收入主要集中在三季度，大部分客户在信用期尚未回款，同时客户付款进度亦有所减缓；同时，2020 年 1-9 月内销占比提升，发行人对境内客户给予信用期的情况相对较多，信用期相对较长。随着我国疫情得到有效控制，相关不利因素逐步消除，应收账款余额占营业收入比例将逐步下降。

从公司应收账款账龄结构来看，报告期各期末，一年以内的应收账款占应收账款的余额分别为 97.36%、96.19%、96.99%及 92.17%，总体保持在较高水平，账龄结构合理。2020 年 9 月末，一年以内的应收账款占比略有下降，主要系客户北京大玩家娱乐股份有限公司的应收账款中存在一年以上的应收账款 580.46 万元。截至本问询函回复出具日，北京大玩家娱乐股份有限公司已回款 513.26 万元，公司截至 2020 年 9 月末对其的 1 年以上的应收账款已基本收回。

结合公司给予的信用政策，报告期各期末，公司逾期应收账款余额占营业收入的比重分别为 1.56%、2.04%、2.16%和 8.81%，2017 年末至 2019 年末，占当期收入比例较低，且逾期应收账款回款情况良好；2020 年 9 月末有所上升，

主要系受新冠疫情影响，部分客户延缓了回款所致。对此，公司已积极与客户沟通回款计划，并按坏账准备计提政策计提了坏账准备。

报告期内，公司坏账计提政策与同行业公司一致，并严格按公司计提政策计提了坏账准备，同时积极与暂时资金周转困难的客户沟通还款计划，达成延期分期回款书面协议，确认不存在需要单项计提坏账的情形。依据公司坏账计提政策，计提的坏账准备能够覆盖可能的信用风险损失，2017 年末至 2020 年 9 月末，计提的坏账准备对逾期未回款金额的覆盖率分别为 333.74%、151.90%、145.97%和 54.65%，虽然 2020 年 9 月末受新冠疫情的影响有所下降，但随着我国疫情得到有效控制，相关不利因素逐步消除，未来信用风险损失较小。

综合上述分析，报告期各期末，公司严格按照坏账计提政策对应收账款的坏账风险进行了充分评估，确认不存在需要单项计提坏账的情形，并已严格按照账龄对应收账款计提了坏账准备，公司应收账款的坏账准备已充分计提。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（3）应收账款”之“③应收账款坏账计提情况”之“F、坏账准备计提的充分性分析”中补充披露上述楷体加粗相关内容

九、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐结构及申报会计师针对应收账款执行了如下核查程序：

1、查阅公司内部信用政策相关文件、了解发行人应收账款内部控制制度，访谈发行人管理层，进行穿行测试等，了解发行人的信用政策、执行情况及应收账款余额变动的原因；

2、获取报告期各期末应收账款及逾期明细，并按不同客户类型确认应收账款余额，对其变动的合理性进行分析性复核；

3、对报告期各期末应收账款进行函证，报告期各期末应收账款函证确认金额为 3,628.88 万元、4,066.26 万元、7,271.40 万元及 11,271.35 万元，占应收账款余额的比例为 80.26%、83.18%、87.56%及 88.90%；

4、获取发行人报告期内主要客户的应收账款信用政策及应收账款余额，确认政策的变动及原因、合理性；

5、通过查阅发行人对东方英雄授信的内部审批文件、访谈发行人高管、走访东方英雄等方式，充分了解对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司的给予一定信用期的背景及合理性；

6、获取报告期各期给予信用期及不给予信用期的客户销售额、主要新增客户销售额，确认发行人信用政策的一致性；

7、获取发行人核销应收账款明细，了解核销原因，确认此前未单项计提坏账的原因及合理性；

8、对报告期末应收账款余额较大、账龄超过一年的客户逐一了解原因，并对其回款情况进行核查，确认不需单项计提坏账的合理性。

（二）核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人制定了严格的应收账款信用政策，报告期总体执行情况良好。报告期各期末，发行人区分经销与直销、境内与境外客户的应收账款余额与对其收入金额具有匹配性，2020 年 9 月末应收账款余额占收入金额有所增加主要系受新冠疫情的阶段性影响所致；报告期各期末，发行人已对各类客户的应收账款充分计提坏账准备；

2、报告期各期末，发行人区分经销与直销、境内与境外客户的逾期应收账款余额与对其收入金额具有匹配性，2020 年 9 月末逾期应收账款余额占收入金额有所增加主要系受新冠疫情的阶段性影响所致；报告期各期末，发行人已对各类客户的逾期应收账款充分计提坏账准备；

3、报告期内公司一年以内的应收账款整体占比较高，2020 年 9 月末占比略有下降主要系受新冠疫情阶段性影响所致；

4、报告期各期，发行人对主要客户及新增客户的销售结算模式及信用政策未发生重大变化，主要客户及新增客户的应收账款余额与其销售金额、信用政策

相匹配，公司不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形；

5、发行人对大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司给予了一定的信用期，主要是公司基于其资质、业务规模、与公司历史合作情况、新冠疫情对行业的影响、同行业可比公司的信用政策、发行人 2020 年加大国内市场开拓力度等因素确认的结果，符合发行人一贯的信用政策；

6、报告期内，发行人对采购金额较小客户和新增客户信用政策保持了一贯性；

7、报告期内，发行人未单项计提坏账准备具有充分性及合理性；

8、报告期内，发行人核销的应收账款金额较小，此前未单项计提坏账准备具有充分性及合理性；

9、发行人与报告期末 1 年以上应收账款余额客户不存在纠纷，相关应收账款已计提充分；

10、总体来看，报告期内发行人已严格按照坏账计提政策，充分评估各类客户的坏账计提风险，已对应收账款充分计提了坏账准备。

问题十：关于供应链融资销售

2020 年 9 月开始，公司与招商银行合作尝试开展供应链融资业务。截至招股说明书签署日，由于客户向公司开具银行承兑汇票，公司相应为客户提供连带保证责任的金额为 1,042.57 万元。对于划分为供应链融资组合，公司根据预期损失率计提信用损失。

请发行人补充披露：（1）与供应链融资相关的销售情况（更新到最新情况），包括客户名称、销售金额及占比、销售产品类型及数量、平均单价、销售产品投入运营使用的具体情况（包括门店分布）、毛利率、主要商业条款、资金用途及流向、相关销售是否存在应收账款、是否收取融资费用等，充分论证该模式的商业合理性，是否符合行业惯例。（2）采用供应链融资销售模式前后，同一客户销售收入情况，发行人是否利用该模式刺激销售。（3）供应链融资组合预期损失率的确定依据及其合理性，量化分析供应链融资销售模式的信用风险，并针对性进行风险披露。（4）供应链融资销售方式在同行业可比公司的应用情况，该种销售方式常见的领域和行业及其特点，是否主要应用于设备单价较高的领域和行业，结合上述情况充分论证并披露发行人 2020 年 9 月开始运用该种方式销售的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师：（1）说明对供应链融资销售收入真实性及商业合理性是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论。（2）说明对供应链融资销售产品的资金流和实物流的核查方式、核查程序、核查比例及核查结论。（3）对上述其他事项发表明确意见。

回复：

一、与供应链融资相关的销售情况（更新到最新情况），包括客户名称、销售金额及占比、销售产品类型及数量、平均单价、销售产品投入运营使用的具体情况（包括门店分布）、毛利率、主要商业条款、资金用途及流向、相关销售是否存在应收账款、是否收取融资费用等，充分论证该模式的商业合理性，是否符合行业惯例

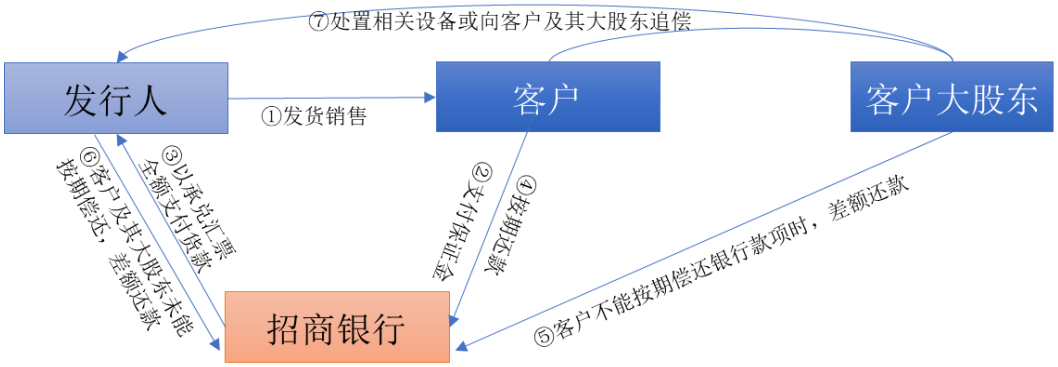
（一）与供应链融资相关的销售情况（更新到最新情况），包括客户名称、

销售金额及占比、销售产品类型及数量、平均单价、销售产品投入运营使用的具体情况（包括门店分布）、毛利率、主要商业条款、资金用途及流向

1、公司供应链融资模式介绍

供应链融资（Supply Chain Finance）是银行围绕核心企业，为其上下游企业提供金融服务，在此模式下，一方面为金融机构提供了一个切入优质客户的新渠道，通过面向供应链系统成员提供服务来拓展优质客户；另一方面有效缓解金融机构与中小型企业之间的信息不对称问题，把单个企业的不可控风险转变为供应链企业整体的可控风险。鉴于上述优点，金融机构积极向企业拓展供应链金融服务，而公司下游客户主要为游艺娱乐场所运营商，其客户为个人消费者，现金流良好，属于金融机构优质目标客户。因此，近年来金融机构一直向公司积极推介供应链融资服务。

在招商银行等金融机构的推介下，公司采用的供应链融资主要流程及商业条款为：公司向客户销售商品后，经合作银行批准的客户以自有资金向银行缴纳 30%的保证金，由银行开出银行承兑汇票向公司支付全额货款，客户再按期向银行偿还融资款（剩余 70%款项在 12 个月内按期等额还本），公司对客户到期未能偿还的融资款项承担差额补足责任，同时该等客户以设备质押和大股东承担连带担保责任的方式向公司提供反担保。如出现客户未按期支付银行款项导致公司履行了代偿义务，公司有权处置客户融资购买的游戏游艺设备或者要求其大股东等承担支付义务，相应的未清偿本金、利息、违约金、法律费用及其他相关费用均由客户及其大股东承担。



在供应链融资模式下，客户与银行签署《授信协议》和《最高额不可撤销担保书》，公司与银行签署《授信协议》和《最高额保证合同》，公司与客户及

其大股东签署《反担保协议》。

2、与供应链融资相关的销售情况

2020 年 1-11 月，公司与供应链融资相关的销售情况如下：

单位：台、万元、万元/台

客户名称	产品类型	数量	金额	平均单价	毛利率	销售占比
风云投资	各类商用游戏游艺设备	113	596.55	5.28	29.80%	2.38%
冠宇娱乐		246	787.08	3.20	27.83%	3.14%
合计	-	359	1,383.63	-	-	5.51%

2020 年 1-11 月公司与供应链融资相关的销售金额为 1,383.63 万元，占当期营业收入的比例为 5.51%，销售产品主要为各类游戏游艺设备，平均单价差异主要系对其销售的具体产品结构有所不同所致。上述销售回款方式均为银行承兑汇票，客户以自有资金向银行缴纳 30%的保证金，公司承担供应链融资余额 70%的连带担保责任，截止 2020 年 11 月末，公司为客户供应链融资提供连带保证责任的金额为 990.69 万元。

公司前述与供应链融资相关的产品销售后，截至本回复签署日，客户已将前述设备投入风云投资所属 18 家门店及冠宇娱乐所属 23 家门店运营使用。相关产品投入门店使用的具体情况如下：

客户名称	序号	门店名称	设备台数（台）	是否已投入使用
风云投资	1	风云再起滁州苏宁广场店	4	是
	2	风云再起淮安茂业天地店	5	是
	3	风云再起南京常发广场店	3	是
	4	风云再起南京新街口天丰大厦店	3	是
	5	风云再起南京水平方店	2	是
	6	风云再起南京新街口正洪大厦店	2	是
	7	风云再起上海百联店	12	是
	8	风云再起上海维璟广场店	12	是
	9	风云再起上海长风大悦城店	12	是
	10	风云再起沈阳大悦城店	2	是
	11	风云再起沈阳华强店	2	是
	12	风云再起太原茂业店	13	是
	13	风云再起天津南京路店	9	是
	14	风云再起无锡清扬茂业天地店	10	是

	15	风云再起无锡苏宁广场店	8	是
	16	风云再起芜湖苏宁广场店	8	是
	17	风云再起西宁国芳百货店	5	是
	18	风云再起沈阳中街恒隆店	1	是
	合计		**113**	-
冠宇娱乐	1	冠宇开心主场中山板芙店	7	是
	2	冠宇开心主场中山大涌店	1	是
	3	冠宇开心主场中山东凤店	2	是
	4	广州市天河路正佳广场店	23	是
	5	冠宇极限主场惠州店	14	是
	6	冠宇江门布鲁精灵店	8	是
	7	冠宇开心主场开平店	5	是
	8	冠宇开心主场中山南朗店	11	是
	9	冠宇极限主场普宁店	12	是
	10	冠宇开心主场东莞清溪店	5	是
	11	冠宇开心主场清远 1 店	10	是
	12	冠宇开心主场清远 2 店	10	是
	13	冠宇开心主场中山三乡店	5	是
	14	冠宇开心主场中山沙溪店	9	是
	15	冠宇开心主场东莞石龙店	4	是
	16	冠宇开心主场中山坦洲 1 店	5	是
	17	冠宇开心主场中山坦洲 2 店	3	是
	18	冠宇开心主场中山张家边店	4	是
	19	冠宇极限主场阳江店	5	是
	20	冠宇极限主场湛江店	1	是
	21	冠宇极限主场天奕星河店	46	是
	22	冠宇极限主场东莞樟木头店	35	是
	23	冠宇极限主场广州金海岸店	21	是
	合计		**246**	-

3、公司供应链融资的资金用途及流向

在目前公司采用的供应链融资模式下，客户向招商银行缴纳保证金后，由招商银行开出银行承兑汇票直接向公司支付全额货款，公司收到银行承兑汇票后主要通过背书方式支付上游供应商的采购款。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（1）供应链融资相关的具体销售情况”中补充披露上述楷体加粗

相关内容。

（二）相关销售是否存在应收账款、是否收取融资费用等

截止 2020 年 11 月末，前述供应链融资相关的产品销售均全部通过银行承兑汇票的方式回款，不存在期末应收账款；在该模式下，客户向招商银行支付 30%的保证金及开票手续费，同时按期向银行支付剩余款项，向除此之外，招商银行未向公司或客户收取融资费用，公司也未向客户收取融资费用。

（三）充分论证该模式的商业合理性，是否符合行业惯例

供应链融资是把供应链上的核心企业及其相关的上下游配套企业作为一个整体，根据供应链中企业的交易关系和行业特点制定基于货权及现金流控制的整体金融解决方案的一种金融服务模式，这种服务模式无须另行提供抵押质押担保，有利于解决中小企业融资难的问题，还可以降低供应链条融资成本，提高核心企业及配套企业的竞争力。鉴于上述优点，供应链融资是全球设备行业常用的货款支付方式，国内上市公司中采用该模式的设备制造商有泰瑞机器、海天精工、蓝英装备、伊之密、三一重工、中联重科、徐工科技、山河智能、日发精机、基蛋生物等，该等企业均系所在各细分行业领先企业。

公司下游客户包括大玩家超乐场、永旺莫莉幻想、风云再起、冠宇娱乐、万达宝贝王乐园等知名游艺娱乐场所运营商，其在全国开展连锁经营，客户为个人消费者，现金流良好，为金融客户优质目标客户。为切入优质客户，金融机构一直积极向公司推介供应链融资服务。2020 年初新冠疫情爆发，对整个商用游戏游艺机行业产生了较大的阶段性不利冲击，给游艺娱乐场所运营商带来短期资金压力；随着国内新冠疫情全面控制，不利影响已基本消除，整个行业处于逐步复苏阶段，一些客户积极拓展新店，提前抢占核心商圈或地段，以占据未来市场先发优势。由于客户拓展新店或更新设备一般需要批量采购，导致货款总额相对较高，加上本次新冠疫情一定程度上加剧资金投入压力。在此背景下，经金融机构积极推介及下游客户的金融服务需求，公司与招商银行合作开展供应链融资结算模式，符合公司实际业务需要，具有商业上的合理性。

根据可比公司中山金马（国内游乐设施行业领先企业）于 2020 年 4 月 29

日披露的《关于向客户提供融资租赁回购担保的公告》(公告编号：2020-047)，显示中山金马为进一步促进业务的发展，解决信誉良好且需融资支持的客户的付款问题，将与民生金融租赁股份有限公司等融资租赁金融机构开展设备融资租赁业务，担保总额度不超过人民币 2 亿元，由中山金马通过融资租赁公司将其设备融资租赁给客户，其将按产品销售合同约定的价款及时从融资租赁公司获得货款，客户在融资期限内分期将融资租赁费支付给融资租赁公司，而中山金马承担该还款的连带担保责任。

综上所述，供应链融资是一种比较成熟的结算模式，有利于解决中小企业融资难的问题，可以有效降低供应链条融资成本，提高产业链中核心企业及配套企业的竞争力，具有商业合理性。由于商业银行一般是将整个行业供应链上的核心优质企业作为起点，因此能够采用供应链融资模式的企业基本为细分行业内综合实力领先企业；与公司行业相似的游乐设施行业领先企业中山金马也于 2020 年开始首次涉足供应链融资结算模式，因此发行人在行业逐步复苏的大背景下，尝试采用供应链融资的结算方式符合公司自身及行业的实际情况，目前开展规模较小。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（3）供应链融资相关的具体销售情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、采用供应链融资销售模式前后，同一客户销售收入情况，发行人是否利用该模式刺激销售

（一）公司采用供应链融资销售模式前后，同一客户销售收入情况

2020 年 9 月，经招商银行审核通过，公司与风云投资和冠宇娱乐的部分销售结算采用了供应链融资的方式。作为一种结算方式，供应链融资与公司向客户销售产品并无直接关系。其中，2020 年 1-11 月，风云投资采用供应链融资销售金额为 596.55 万元，非供应链融资销售金额为 571.55 万元；冠宇娱乐资采用供应链融资销售金额为 787.08 万元，非供应链融资销售金额为 36.96 万元。

上述两家客户中，风云投资在采用供应链融资销售模式前后销售金额基本

一致，冠宇娱乐则采用供应链融资销售金额相对较高，主要是2020年新开3家门店，新场地设备需求增加，同时已有门店设备进行更新换代。风云投资、冠宇娱乐在2020年对公司的采购增加，主要系客户自身的设备需求增加所致，与供应链融资模式无关。

（二）公司是否存在利用供应链融资模式刺激销售的情形

1、供应链融资是金融机构主导推介的一种交易结算模式

供应链融资一方面为金融机构提供了一个切入优质客户的新渠道，通过面向供应链系统成员提供服务来拓展优质客户；另一方面有效缓解金融机构与中小型企业之间的信息不对称问题，把单个企业的不可控风险转变为供应链企业整体的可控风险。因此，金融机构积极向企业拓展供应链金融服务。在公司供应链融资结算模式中，招商银行会对拟采用供应链融资的客户进行审批，纳入征信系统，审批通过后需向银行支付30%的保证金，并在12个月内按期等额还款剩余款项，具有较强的资金约束和违约成本。

本次采用供应链融资结算的风云投资和冠宇娱乐均为国内知名游艺娱乐品牌运营商，属于金融机构优质目标客户，其中风云投资在全国拥有70家左右门店，经营规模大；冠宇娱乐在全国拥有30家左右门店，且近年来持续有新的门店开业，经营规模较大。

2、供应链融资模式是公司与客户双向选择的过程

从公司来看，相比于给予客户应收账款信用期，供应链融资结算能及时收到银行票据的承兑汇票，提高了资金周转效率，虽然在供应链融资结算模式下公司承担了担保责任，但只要客户最终足额偿还货款，公司就无需实际履行担保责任，同时公司对应客户之大股东等需向银行和公司提供连带保证责任，并以购买的设备抵押担保，而相比应收账款，银行承兑汇票相关款项的优先属性高，且纳入征信系统，客户在主客观上偿还银行承兑汇票相关款项的可能更高，有效降低了公司应收账款回收的风险。

从客户来看，在后疫情时代，商城、城市购物中心等面临业态调整及吸引人流的问题，积极招商吸引游乐场业态入驻，连锁品牌运营商积极拓展新店，

提前抢占核心商圈或地段，短期一次性投入资金量大，但后期现金流稳定，因此，供应链融资结算模式下按期等额还款与客户现金流匹配。

综上，公司部分客户采用供应链融资模式进行结算是符合当前市场环境的供需双方双向选择的结果，公司不存在主动利用供应链融资模式刺激销售的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（3）供应链融资前后对同一客户的销售情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、供应链融资组合预期损失率的确定依据及其合理性，量化分析供应链融资销售模式的信用风险，并针对性进行风险披露

（一）供应链融资组合预期损失率的确定依据及其合理性

公司从谨慎性出发，充分考虑客户违约的可能，对于划分为供应链融资组合，根据资产负债表日未到期担保责任余额，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制预期损失率对照表，计算预期信用损失：

项目	未逾期	逾期 1-3 个月	逾期 4-6 个月	逾期 7-12 个月	逾期 1 年以上
计提比例	2.00%	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%

截至 2020 年 9 月 30 日，公司的供应链融资未到期担保责任余额为 622.58 万元计提对外担保风险准备金 12.45 万元；截至 2020 年 11 月 30 日，公司的供应链融资未到期担保责任余额为 990.69 万元计提对外担保风险准备金 19.81 万元。

根据目前 IPO 在审企业浙江泰坦股份有限公司的招股说明书及上市公司海天精工（601882）、慈星股份（300307）等公开披露信息，其对供应链融资对外担保责任的预计负债计提比例具体如下：

公司名称	对外担保风险准备金计提方式

泰坦股份	公司于每期末对买方信贷担保余额计提风险准备金，计入预计负债。风险准备金额的计提包含两种情况： A、按照账龄分析法对期末担保余额计提风险准备金，具体计提比例为：（1）未逾期：计提比例为 2%；（2）逾期 1-3 月，计提比例为 5%；（3）逾期 4-6 月，计提比例为 20%；（4）逾期 7-12 月，计提比例为 50%；（5）逾期 12 个月以上，计提比例为 100%。 B、针对客户逾期还款且经营不善，存在影响持续经营能力的情况，客户偿债能力存在不确定性，经单独测试，全额计提风险准备。
海天精工	公司对买方信贷计提风险准备，计入预计负债。公司对买方信贷采用账龄分析法计提风险准备，对逾期的买方信贷单独进行风险测试，预计未来可能承担的担保损失，经单独测试不需个别计提风险准备的与未逾期的销售担保贷款一起按信用风险特征划分若干组合，采用账龄分析法计提风险准备，具体计提比例为：（1）未逾期：计提比例为 2%；（2）逾期 1-3 月（含 3 个月），计提比例为 5%；（3）逾期 4-6 月（含 6 个月），计提比例为 20%；（4）逾期 7-12 月（含 12 个月），计提比例为 50%；（5）逾期 13 个月以上，计提比例为 100%。
慈星股份	公司对买方信贷担保责任计提预计负债。预计负债包括未到期责任准备金和未决赔偿准备金。 A、未到期责任准备金：按资产负债表日未到期担保责任余额的一定比例（未发生代偿的未到期担保责任余额计提比例为 1%；已发生代偿且代偿时间在 1 年以内(含 1 年)的未到期担保责任余额计提比例为 2%；已发生代偿且代偿时间在 1 年以上的未到期担保责任余额计提比例为 5%）和当期保费收入的 50%计提。对有确凿证据表明担保风险存在明显差异的未到期担保责任余额，根据履行担保义务所需支出的最佳估计数计提。 B、未决赔偿准备金：是指公司为已发生诉讼但尚未结案且需代偿的担保责任提取的准备金，采用个别认定法计提。

如上表所示，采用供应链融资模式的相关公司对于相应的担保责任均计提了预计负债，公司的处理方法和对外担保风险准备计提比例与相关上市公司不存在重大差异，公司提取对外担保预期信用损失的计提比例和方法已合理反映了公司的预期信用损失情况，预计负债的计提充分、合理。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（4）供应链融资组合预期损失率的确定依据及其合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）量化分析供应链融资销售模式的信用风险，并针对性进行风险披露

公司实施的供应链融资系一种实现销售回款的结算模式，其主要信用风险为对应客户未能按期向银行支付贷款，且其大股未也未能足额偿付时，公司因担保责任而承担的差额补偿责任，但对该等客户之大股东等需向公司反担保且客户还需做设备抵押担保，可以有效控制公司担保损失。同时，对于供应链融资模式，

公司设置了供应链融资风险控制程序，采用“公司筛选+银行审核”的双重审核机制。当客户提出应链融资需求时，公司和银行会结合客户的主体资格、经营年限、收入规模及市场地位等方面判断是否符合供应链融资要求，经过各方严格的审核，银行才会最终给予相应的授信额度并开具银行承兑汇票。

截止 2020 年 11 月末，公司因供应链融资对外担保责任的余额为 990.69 万元，按照公司目前的预期信用损失率计算，应计提的信用损失为 19.81 万元。截止 2020 年 11 月末，相关客户均能够按照协议约定如期归还银行贷款，未发生逾期不能偿还的情形。

假设该等客户逾期归还银行承兑汇票相关款项，按照公司的信用损失计提政策，2020 年预计承担的信用损失及其对当期公司利润的影响情况如下表：

单位：万元

应计提信用损失	已计提风险准备金	需要补提准备金	占 2020 年预计利润总额的比例
49.53	19.81	29.72	0.72%

总体而言，公司已经建立了较完善的授信管理制度及风控审批制度，能够有效甄别高风险客户，保证供应链融资模式下的客户的质量，有效降低信用风险；同时，公司供应链融资对外担保责任余额较低，信用风险对公司当期利润的影响相对较小。

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、（四）为客户开具银行承兑汇票提供担保的风险”进行了风险披露如下：

“2020 年 9 月开始，公司与招商银行合作尝试开展供应链融资业务并签订相关担保合同，本公司认可的客户购买本公司游戏游艺设备产品或服务可向招商银行申请开具银行承兑汇票作为支付手段，而本公司需要为客户开具的相应银行承兑汇票提供连带担保。截至本招股说明书签署日，由于客户向本公司开具银行承兑汇票，本公司相应为客户提供连带保证责任的金额为 **990.69 万元**。

根据相关协议，公司要求客户及其大股东等向公司提供反担保，如果客户拖欠银行款项导致本公司履行了代偿义务，公司有权处置客户融资购买的游戏游艺设备或者要求其大股东等承担支付义务，客户及其大股东等同意承担未清偿的本金、利息、违约金、法律费用及其他相关费用。

截至目前，公司供应链融资业务规模开展相对较小，开展时间较短，尚未发生客户违约事项。若未来出现公司进一步扩大供应链融资业务规模，公司业务经验不足导致不能严格执行内控制度、未能审慎选择被担保方，宏观经济形势或者行业发展趋势发生不利变动等情形，均可能导致本公司承担连带保证责任，从而使公司经济利益遭受损失，**包括为客户代偿当期应归还的银行承兑汇票相关款项，补提风险准备金等，**对公司生产经营和经营业绩产生不利影响。”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、财务风险”之“（四）为客户开具银行承兑汇票提供担保的风险”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、供应链融资销售方式在同行业可比公司的应用情况，该种销售方式常见的领域和行业及其特点，是否主要应用于设备单价较高的领域和行业，结合上述情况充分论证并披露发行人 2020 年 9 月开始运用该种方式销售的原因及合理性

（一）供应链融资模式的概念和特点

供应链融资一般是把供应链上的核心企业及其相关的上下游配套企业作为一个整体，根据供应链中企业的交易关系和行业特点制定基于货权及现金流控制的整体金融解决方案的一种融资模式；其特点就是抓住优质企业稳定的供应链，围绕供应链上下游经营规范、资信良好、有稳定销售渠道和回款资金来源的企业进行产品设计，以核心企业为中心，选择资质良好的上下游企业作为银行的融资对象，这种业务模式无须另行提供抵押质押担保，有利于解决中小企业融资难的问题，还可以降低供应链条融资成本，提高核心企业及配套企业的竞争力。供应链融资是全球设备行业常用的货款支付方式，国内上市公司中采用该模式的设备制造商有泰瑞机器、海天精工、蓝英装备、伊之密、三一重工、中联重科、徐工科技、山河智能、日发精机、基蛋生物等，该等企业均系所在各细分行业领先企业。

公司实施的供应链融资系一种实现销售回款的结算模式，能够较为有效的解决中小企业融资难问题的模式，其特点是商业银行抓住优质企业稳定的供应链，以细分行业内综合实力领先的企业为起点，因此该模式主要适用于各行业内龙头企业，一般对客户累计销售货值达到一定规模均可以采用；而在设备单

价较高的领域和行业一般资金都是资金密集型的产业，生产商和客户资金压力一般较大，采用供应链融资结算方式的企业相对较多。

（二）公司 2020 年 9 月开始运用供应链融资模式的原因及合理性

随着国内新冠疫情全面控制，不利影响已基本消除，整个行业处于逐步复苏阶段，一些客户积极拓展新店，提前抢占核心商圈或地段，以占据未来市场先发优势。由于客户拓展新店或更新设备一般需要批量采购，导致货款总额相对较高，加上本次新冠疫情一定程度上加剧资金投入压力。金融机构积极推介及下游客户也存在金融服务需求，在此背景下，2020 年 9 月公司与招商银行合作开展供应链融资结算模式，以实现公司与客户的双赢，具有商业上的合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（1）公司使用供应链融资模式的原因及合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（三）供应链融资模式在同行业可比公司的应用情况

可比公司中山金马（国内游乐设施行业领先企业）于 2020 年 4 月 29 日披露《关于向客户提供融资租赁回购担保的公告》（公告编号：2020-047），公告显示中山金马为进一步促进业务的发展，解决信誉良好且需融资支持的客户的付款问题，将与民生金融租赁股份有限公司等融资租赁金融机构开展设备融资租赁业务，担保总额度不超过人民币 2 亿元，由中山金马通过融资租赁公司将其设备融资租赁给客户，其将按产品销售合同约定的价款及时从融资租赁公司获得货款，客户在融资期限内分期将融资租赁费支付给融资租赁公司，而中山金马承担该还款的连带担保责任。

综上所述，供应链融资是一种比较成熟的结算模式，有利于解决中小企业融资难的问题，可以有效降低供应链条融资成本，提高产业链中核心企业及配套企业的竞争力，具有商业合理性。由于商业银行一般是将整个行业供应链上的核心优质企业作为起点，因此能够采用供应链融资模式的企业基本为细分行业内综合实力领先企业；与公司行业相似的游乐设施行业领先企业中山金马也于 2020 年开始首次涉足供应链融资结算模式；因此，发行人在行业逐步复苏的

大背景下，尝试采用供应链融资的结算方式符合公司自身及行业的实际情况。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“15、供应链融资销售相关情况”之“（5）供应链融资在同行业可比应用情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、中介机构核查意见

（一）说明对供应链融资销售收入真实性及商业合理性是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施，并说明核查方式、核查程序、核查比例及核查结论

1、核查程序

针对供应链融资销售收入的真实性及商业合理性，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

（1）获取发行人开展供应链融资业务的内部控制相关文件，访谈发行人管理层，了解供应链融资的背景和商业合理性；

（2）实地走访招商银行及获取供应链融资相关合同，进一步了解并确认供应链融资的合作模式及商业合理性；

（3）实地走访南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司，确认供应链融资的商业合理性及对其销售的真实性，并确认交易金额的真实性及准确性，确认比例为 100%；

（4）检查对南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司的销售合同、发货单、签收单等资料，进一步确认收入的真实性；

（5）查阅同行业其他上市公司的相关公告等。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人在行业逐步复苏的大背景下，尝试采用供应链融资的结算方式符合公

司自身及行业的实际情况，具有合理的商业背景；发行人涉及供应链融资模式的销售收入真实、准确。

（二）说明对供应链融资销售产品的资金流和实物流的核查方式、核查程序、核查比例及核查结论

1、核查程序

针对供应链融资销售产品的资金流及实物流，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

（1）访谈发行人管理层，了解供应链融资的资金流情况；

（2）实地走访招商银行及获取供应链融资相关合同，进一步了解并确认供应链融资的资金流；

（3）获取了南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司支付银行保证金、截至 2020 年 11 月末每月支付分期款项的资金流水，确认其按期支付相关款项；

（4）获取发行人收取的招商银行开具的承兑汇票，并检查其背书等情况；

（5）发行人对南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司的销售进行核查，检查发货记录、实地走访门店，确认相关产品已实际发往客户各门店并使用，核查比例为 100%。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人供应链融资模式系是一种比较成熟的结算模式，截止 2020 年 11 月末相关银行承兑票据已实际收到，采用供应链融资的客户均按合同要求按期支付保证金；发行人对采取供应链融资客户的销售均为真实销售，客户已在其游乐场门店中投入并使用相关产品。

（三）对上述其他事项发表明确意见

1、核查程序

针对上述其他事项，保荐机构及申报会计师执行了如下核查程序；

（1）获取发行人对南京风云投资管理有限公司及中山市冠宇娱乐有限公司的销售明细，了解供应链融资销售背景；

（2）了解供应链融资预期损失率的确定依据，分析相关合理性；

（3）对比开展类似业务的上市公司供应链融资预期损失率的确定依据，确认其合理性。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人开展供应链融资业务具有商业合理性，不存在通过其刺激销售的情形；发行人对供应链融资业务的预期信用损失计提充分，计提的预期信用损失率系合理的。

问题十一：关于存货

根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期各期末，公司存货账面价值分别为 8,297.81 万元、9,560.02 万元、10,968.57 万元及 11,595.89 万元。报告期内，在产品和发出商品未计提存货跌价准备。（2）公司采取“以销定产、适当备货”的生产模式，根据市场需求和公司的销售业务目标，由市场部门定期制定销售预测。（3）报告期各期末，公司存在库龄超过一年的存货，金额分别为 618.54 万元、1,040.12 万元、1,548.82 万元及 2,341.76 万元，占存货的比例为 7.16%、10.42%、13.56%及 19.42%。（4）发行人在美国和加拿大拥有海外仓库，并委托发行人经销商客户 Amusements Worldwide LLC.在美国租赁场地、聘用人员协助公司进行产品的仓储、物流服务。

请发行人：（1）补充披露报告期各期末各类存货最新的期后结转金额及比例、各类存货可变现净值确定方法，结合存货库龄、存货周转率、可变现净值金额和计算过程、同行业存货跌价准备的计提情况等披露存货跌价准备计提是否充分，在产品和发出商品不计提存货跌价准备的原因及合理性。（2）补充披露发行人产品的生产周期及销售周期，各类原材料的备货标准，存货库存水平的合理性、与发行人销售情况的匹配性，报告期各期末不同存货类别中有订单支持的金额及比例，是否与“以销定产、适当备货”的生产模式相匹配，存货结构变动的原因及合理性；补充披露发行人预测市场销量和实际销量的差异情况。（3）结合库龄超过一年存货逐年增加的具体情况及原因，补充披露发行人产品是否存在滞销情形，存货逐年上升是否因为销量预测不准确或产品滞销。（4）补充披露海外仓库的管理办法、内控制度及报告期执行情况，发行人存货与 Amusements Worldwide LLC.的存货是否存放在同一仓库，是否可明确区分。（5）补充披露发行人对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例，盘点差异原因、数量和金额、影响。

请保荐人、申报会计师： （1）说明疫情情况下如何对 2020 年 9 月末存货进行充分、有效的核查，包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论。（2）说明参与监盘的具体情况，包括参与监盘时间、地点、人员、范围、各类存货监盘方法、程序、比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具

体情况、是否现场取得经发行人确认的盘点表以及相关结果的处理情况。（3）说明对海外仓库存货是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施及具体情况，海外仓库存货权属的核查方式、核查程序、核查比例及核查结论。（4）对上述其他事项发表明确意见。

回复：

一、补充披露报告期各期末各类存货最新的期后结转金额及比例、各类存货可变现净值确定方法，结合存货库龄、存货周转率、可变现净值金额和计算过程、同行业存货跌价准备的计提情况等披露存货跌价准备计提是否充分，在产品和发出商品不计提存货跌价准备的原因及合理性

（一）报告期各期末各类存货最新的期后结转金额及比例

报告期各期末，各类存货的期后结转金额及比例如下：

单位：万元

项　目	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	期末余额	期后结转金额	比例	期末余额	期末结转金额	比例	期末余额	期后结转金额	比例	期末余额	期后结转金额	比例
原材料	3,737.42	1,380.01	36.92%	3,242.46	2,472.03	76.24%	2,663.62	2,182.60	81.94%	2,674.59	2,338.36	87.43%
在产品	866.75	245.38	28.31%	1,112.40	1,055.76	94.91%	522.04	506.09	96.94%	800.01	800.01	100.00%
库存商品	7,440.21	2,896.66	38.93%	6,697.99	4,858.46	72.54%	6,555.19	5,943.88	90.67%	5,075.07	4,945.70	97.45%
发出商品	16.75	12.58	75.10%	370.62	370.62	100.00%	243.19	243.19	100.00%	89.21	89.21	100.00%
账面余额	12,061.13	4,534.62	37.60%	11,423.47	8,756.87	76.66%	9,984.05	8,875.77	88.90%	8,638.89	8,173.28	94.61%

注：期后结转金额为截至 2020 年 11 月 30 日的金额

2017 年末及 2019 年末，公司各类存货期后结转情况整体较为良好。公司 2020 年 9 月末，公司期末存货期后结转率较低，主要系至期后结转时间较短所致。报告期内，公司存货周转率分别为 3.34 次/年、3.00 次/年、2.74 次/年及 0.97 次/年，存货整体变现能力较强，不存在大额积压的情况。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“②各类存货期后结转情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）各类存货可变现净值确定方法，结合存货库龄、存货周转率、可变现净值金额和计算过程、同行业存货跌价准备的计提情况等披露存货跌价准备计提是否充分，在产品和发出商品不计提存货跌价准备的原因及合理性

1、存货跌价准备的测试过程

报告期各期末，公司按照成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备。存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

公司存货跌价准备的具体测试过程如下：

（1）库存商品可变现净值的确定方法

公司以正常生产经营过程中产品预计的售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额作为可变现净值。针对库存正常产品，有订单支持的产品，按照合同价作为预计售价，无订单支持的产品按照公司最近的市场平均售价作为预计的售价。针对由于版本升级换代而结存的老款游戏游艺设备以及部分收回的测试及合作经营游戏游艺设备，公司基于谨慎性原则及公司历史销售数据，二手机台参照正常售价的40%作为预计售价，老款设备根据库龄情况在正常售价的基础上分别进行6折至9折的折扣率处理。

报告期各期末，针对公司正常库存主要产品的可变现净值金额及计算过程如下：

①2020年9月30日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	751	3,099.15	4,732.03	137.47	4,594.56	否
儿童类	346	480.09	725.97	21.09	704.88	否
嘉年华类	1,208	2,023.12	3,105.20	90.21	3,014.99	否
礼品类	148	267.91	412.32	11.98	400.34	否
新型游戏游艺设备	577	373.19	542.92	15.77	527.14	否
其他		283.18	432.27	12.56	419.71	否

合 计	**3,030**	**6,526.63**	**9,950.71**	**289.08**	**9,661.62**	

②2019 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	710	2,658.13	4,038.05	111.85	3,926.20	否
儿童类	636	931.93	1,431.78	39.66	1,392.12	否
嘉年华类	1,048	1,758.48	2,806.54	77.74	2,728.80	否
礼品类	131	201.36	308.22	8.54	299.68	否
新型游戏游艺设备	223	305.04	596.43	16.52	579.91	否
其他		58.74	74.20	2.06	72.14	否
合计	**2,748**	**5,913.68**	**9,255.22**	**256.37**	**8,998.85**	

③2018 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	单位可变现净值	是否存在减值
模拟类	812	2,760.51	4,168.07	128.38	4,039.69	否
儿童类	627	774.40	1,268.40	39.07	1,229.33	否
嘉年华类	1,111	1,709.62	2,699.80	83.15	2,616.65	否
礼品类	201	264.73	442.58	13.63	428.95	否
新型游戏游艺设备	231	179.06	297.28	9.16	288.12	否
其他		115.05	159.91	4.93	154.99	否
合计	**2,982**	**5,803.37**	**9,036.04**	**278.31**	**8,757.73**	

④2017 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	单位可变现净值	是否存在减值
模拟类	470	1,451.77	2,105.10	50.94	2,054.16	否
儿童类	750	900.48	1,395.63	33.77	1,361.86	否
嘉年华类	1020	1,406.75	2,241.11	54.23	2,186.88	否
礼品类	185	165.72	267.27	6.47	260.8	否
其他		154.97	206.72	5.00	201.71	否
合计	**2,425**	**4,079.69**	**6,215.84**	**150.42**	**6,065.41**	

报告期各期末，针对由于版本升级换代而结存的老款游戏游艺设备以及部分收回的测试及合作经营游戏游艺设备，可变现净值的金额及计算过程如下：

单位：万元

期 间	产品类别	结存数量	结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	跌价准备计提金额
2020.09.30	模拟类	61	215.66	158.00	8.84	149.16	66.51
	儿童类	97	265.63	240.82	12.52	228.29	37.33
	嘉年华类	91	145.81	107.57	7.05	100.52	45.28
	礼品类	24	26.92	21.25	1.48	19.77	7.15
	新型游乐设备	16	14.32	4.57	0.28	4.29	10.02
	其他		245.25	201.63	17.87	183.75	61.5
	合 计	**289**	**913.58**	**733.83**	**48.04**	**685.79**	**227.79**
2019.12.31	模拟类	87	360.48	315.28	26.85	288.43	72.05
	儿童类	78	184.71	132.6	11.08	121.52	63.19
	嘉年华类	70	62.19	37.35	3.45	33.9	28.28
	礼品类	14	15.56	12.17	1.1	11.07	4.5
	新型游乐设备	17	14.53	4.27	1.38	2.89	11.63
	其他		146.84	96.79	11.59	85.2	61.64
	合 计	**266**	**784.31**	**598.46**	**55.45**	**543.01**	**241.29**
2018.12.31	模拟类	95	350.17	283.16	28.55	254.61	95.56
	儿童类	75	201.09	151.54	13.69	137.85	63.24
	嘉年华类	137	86.18	44.99	3.48	41.51	44.67
	礼品类	11	11.64	9.68	1.03	8.65	2.99
	新型游乐设备	10	8.38	-	-	-	8.38
	其他		94.36	66.02	8.46	57.56	36.8
	合 计	**328**	**751.82**	**555.39**	**55.21**	**500.18**	**251.64**
2017.12.31	模拟类	122	520.51	442.42	24.99	417.43	103.08
	儿童类	81	231.02	187.04	11.7	175.34	55.68
	嘉年华类	72	66.65	40.9	2.47	38.43	28.22
	礼品类	10	15.71	15.47	0.86	14.61	1.1
	其他		161.49	147.44	10.54	136.9	24.59
	合 计	**285**	**995.38**	**833.27**	**50.56**	**782.71**	**212.67**

（2）发出商品可变现净值的确定方法

报告期各期末，公司发出商品均为按照销售合同约定发货，尚未达到收入确认条件的在途商品。公司按照合同售价和预计的销售费用和相关税费金额确定其可变现净值。

报告期各期末发出商品的可变现净值金额及计算过程如下：

①2020 年 09 月 30 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
儿童类	2	3.02	3.57	0.10	3.47	否
嘉年华类	1	2.22	3.02	0.09	2.93	否
其他		11.50	23.2	0.67	22.53	否
合 计	**3**	**16.75**	**29.79**	**0.87**	**28.92**	

②2019 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	26	208.37	267.62	7.41	260.21	否
儿童类	11	15.34	26.09	0.72	25.37	否
嘉年华类	65	115.80	187.65	5.20	182.45	否
礼品类	7	9.80	18.22	0.50	17.72	否
新型游乐设备	7	7.34	13.45	0.37	13.08	否
其他		13.97	28.24	0.78	27.46	否
合 计	**116**	**370.62**	**541.27**	**14.99**	**526.28**	

③2018 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	21	77.12	110.57	3.41	107.16	否
儿童类	7	8.61	15.76	0.49	15.27	否
嘉年华类	4	3.63	6.07	0.19	5.88	否
礼品类	32	27.53	44.71	1.38	43.33	否
新型游乐设备	100	81.13	139.30	4.29	135.01	否
其他		45.18	54.90	1.69	53.21	否

合 计	**164**	**243.19**	**371.30**	**11.44**	**359.87**	

④2017 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	4	10.54	16.61	0.40	16.21	否
儿童类	27	33.48	55.82	1.35	54.47	否
嘉年华类	30	26.52	44.49	1.08	43.41	否
礼品类	7	8.34	15.26	0.37	14.89	否
其他		10.33	19.14	0.46	18.68	否
合 计	**68**	**89.21**	**151.33**	**3.66**	**147.66**	

（3）在产品可变现净值确定方法

报告期各期末，公司在产品均为尚未完工入库，结存在车间的在制品。公司按照在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

报告期各期末，在产品可变现净值金额及计算过程如下：

① 2020 年 09 月 30 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计继续投入成本	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	220	91.44	897.61	1,506.64	43.77	565.26	否
儿童类	64	23.28	124.5	189.01	5.49	59.02	否
嘉年华类	870	340.48	1,007.60	2,131.28	61.92	1,061.76	否
礼品类	231	114.71	425.66	839.91	24.40	389.85	否
新型游乐设备	165	19.14	108.19	243.73	7.08	128.46	否
其他		277.70	48.17	406	11.79	346.04	否
合 计	**1,550**	**866.75**	**2,611.73**	**5,316.57**	**154.46**	**2,550.38**	

② 2019 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计继续投入成本	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	271	516.93	815.77	2,000.98	55.43	1,129.78	否

儿童类	86	62.29	125.73	305.2	8.45	171.02	否
嘉年华类	734	327.47	1,194.64	2,292.92	63.51	1,034.77	否
礼品类	8	6.18	28.36	58.05	1.61	28.08	否
新型游乐设备	231	37.56	216.83	408.33	11.31	180.19	否
其他		161.97	159.04	411.31	11.39	240.88	否
合计	**1,330**	**1,112.40**	**2,540.37**	**5,476.79**	**151.71**	**2,784.71**	

③ 2018 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计继续投入成本	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	169	83.39	410.26	757.96	23.35	324.35	否
儿童类	206	102.73	190.75	443.31	13.65	238.91	否
嘉年华类	609	75.83	796.54	1,289.25	39.71	453.00	否
礼品类	25	16.19	44.59	94.85	2.92	47.34	否
新型游乐设备	575	127.39	344.04	770.56	23.73	402.79	否
其他		116.51	186.07	381	11.73	183.20	否
合计	**1,584**	**522.04**	**1,972.25**	**3,736.93**	**115.10**	**1,649.58**	

④ 2017 年 12 月 31 日

单位：万元

产品类别	期末结存数量	期末结存金额	预计继续投入成本	预计销售金额	预计销售税费	可变现净值金额	是否存在减值
模拟类	531	327.52	1,411.52	2,607.57	63.10	1,132.95	否
儿童类	297	112.24	300.53	728.75	17.64	410.58	否
嘉年华类	829	208.71	1,103.41	1,884.61	45.61	735.59	否
礼品类	20	27.96	9.76	61.77	1.49	50.52	否
新型游乐设备	50	2.64	32.07	63.97	1.55	30.35	否
其他		120.94	234.32	429.96	10.41	185.23	否
合计	**1,727**	**800.01**	**3,091.61**	**5,776.63**	**139.79**	**2,545.23**	

（4）原材料可变现净值确定方法

公司原材料品种和数量较多，单位原材料的库存单价较低，公司库存原材料主要用于产品的生产，部分用于售后服务。报告期内，公司主要原材料的市

场采购价格较为稳定，主要原材料在正常情况下可长期储存。同时，公司主要产品的毛利率较为稳定，主要产品不存在跌价，其生产所需的原材料也不存在跌价。报告期各期末，针对结存库龄超过 1 年的老款游戏游艺设备生产所需的原材料，综合考虑原材料的通用性及使用计划，结合老款游戏游艺设备的跌价准备计提比例及原材料库龄情况，库龄 1-2 年部分按照其账面余额的 30%-50%计提跌价准备，库龄在 2 年以上部分按照其账面余额的 80%计提跌价准备。

原材料存货跌价计算结果及过程：

单位：万元

库龄	2020.09.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	库存余额	计提金额	库存余额	计提金额	库存余额	计提金额	库存余额	计提金额
1-2 年	144.19	58.96	133.70	55.66	147.14	59.46	89.10	37.27
2-3 年	90.47	72.38	85.30	68.24	50.24	40.19	29.16	23.33
3 年以上	132.64	106.11	112.14	89.71	90.91	72.73	84.77	67.81
合 计	367.30	237.45	331.14	213.61	288.29	172.38	203.03	128.41

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“③存货跌价准备计提情况”之“A、存货跌价准备的测试过程”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、在产品和发出商品不计提存货跌价准备的合理性分析

报告期各期末，在产品均为尚未完工入库，结存在车间的在制品，在产品在期后结转为库存商品入库。报告期各期末，公司按照在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，经测算的在产品可变现净值均大于结存成本，不存在跌价。

发出商品均为按照销售合同约定发货，尚未达到收入确认条件的在途商品，在期后均已正常结转销售，经测算的可变现净值均大于结存成本，不存在跌价。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资

产构成分析”之“（6）存货”之“③存货跌价准备计提情况”之“B、在产品和发出商品不计提存货跌价准备的合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

3、同行业存货跌价准备的计提情况

报告期各期末，公司存货跌价计提情况如下：

单位：万元

项　目	2020.09.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面余额	12,061.13	11,423.47	9,984.05	8,638.89
跌价准备	465.24	454.91	424.02	341.08
跌价率	3.86%	3.98%	4.25%	3.95%

公司与同行业可比公司存货跌价准备的计提政策一致，均在资产负债表日，采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

2017年末至2020年9月末，公司与同行业公司存货跌价率对比情况如下：

公司名称	2020-9-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
中山金马	3.29%	2.33%	1.56%	3.30%
华立科技	7.71%	8.22%	8.87%	10.75%
世宇科技	3.86%	3.98%	4.25%	3.95%

注：中山金马和华立科技2020年9月末存货跌价率为2020年6月末数据

从上表可以看出，公司存货跌价率处于行业中间水平，高于中山金马，低于华立科技。华立科技存货跌价计提比较相对较高，主要原因在于华立科技长库龄存货金额较大且占比较高所致，具体如下：

单位：万元

项目		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
华立科技	3年以内	17,916.85	91.20%	15,663.04	90.16%	18,004.41	89.23%
	3年以上	1,728.16	8.79%	1,709.67	9.84%	2,172.25	10.76%
发行人	3年以内	11,245.31	98.44%	9,868.43	98.84%	8,553.09	99.01%
	3年以上	178.16	1.56%	115.61	1.16%	85.79	0.99%

一般来说，由于游戏设备的更新换代及版本的升级导致长库龄的老款游戏游艺设备跌价比率较大，从上表可知，华立科技 3 年以上存货金额及占比远高

于公司，2017 年末至 2019 年末公司 3 年以上库龄占比分别为 0.99%、1.16%和 1.56%，而华立科技为 10.76%、9.84%和 8.79%，从而导致华立科技计提的存货跌价比率相对较高。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“③存货跌价准备计提情况”之“C、同行业存货跌价计提情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

4、存货跌价准备计提的充分性、合理性

根据公司的存货跌价准备计提政策，报告期各期末，公司按照成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备，存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定，与同行公司计提政策一致，存货跌价准备计提充分、合理。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“③存货跌价准备计提情况” 之“D、存货跌价准备计提的充分性、合理性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、补充披露发行人产品的生产周期及销售周期，各类原材料的备货标准，存货库存水平的合理性、与发行人销售情况的匹配性，报告期各期末不同存货类别中有订单支持的金额及比例，是否与“以销定产、适当备货”的生产模式相匹配，存货结构变动的原因及合理性；补充披露发行人预测市场销量和实际销量的差异情况

（一）发行人产品的生产周期及销售周期，各类原材料的备货标准，存货库存水平的合理性、与发行人销售情况的匹配性

公司主要原材料为套件、加工件、主机、显示器、电子元器件及木料等类，公司套件主要为进口采购，采购周期较长，一般为 1.5 个月（日本企业的套件供应周期较长，在半年以内）；主机、显示器及电子元器件等采购周期一般为

1-2 周；金属加工件的采购周期一般为 3-4 周，非金属加工件的采购周期一般为 1-2 周；木料采购周期一般为 1 周左右；有机片采购周期一般为 1-2 周。公司产品主要为游戏游艺设备，从采购下单采购原材料到产品完工入库的生产周期，通常需要 1-1.5 个月（自主研发设备，非套件机台）。

公司产品主要应用于动漫游戏城、游乐园、儿童主题乐园、家庭娱乐中心等各类游艺娱乐场所，主要采取直销模式将产品直接销售给下游游艺娱乐场所经营企业。同时由于公司产品在海外销售的区域较广，海外具备较为成熟的专业经销商，公司产品在海外销售采取直销与经销并存的模式。公司直销和经销客户的管理基本一致，经销均为买断式销售，主要以购销订单或者合同方式约定买卖双方的权利和义务。公司从取得正式销售订单到交货的周期约为 3 个月以内（境外的需考虑海运时间），具体交货周期受产品的市场需求情况及公司备货水平等因素影响。

鉴于公司销售交货周期通常短于产品的生产周期，公司需提前进行原材料的备货以及对部分产品提前安排生产，因此公司需保有一定的存货备货水平。公司采购部门根据最新的在手销售订单情况以及公司对未来 6 个月的销售预测情况，动态的调整公司存货备货水平。

各类原材料具体的备货周期及备货水平主要由产品的生产计划和原材料采购周期决定。公司生产计划部门根据当月的在手销售订单及未来的销售预测情况，提前安排产品的生产计划，包括计划的排产时间和完工时间。生产计划确定后，根据产品的 BOM 清单、原材料的采购周期以及库存和未交货采购订单数量运算出原材料的需求计划，包括需求数量及到货时间计划，采购部门根据具体的原材料需求计划提前安排采购。

结合公司的生产周期及销售周期，为了及时应对客户的各种需求，公司对原材料、库存商品等各类存货均有一定的备货。2017 年至 2019 年，随着公司销售规模的增长，公司销售备货有所增加，导致存货余额有所增加。2020 年 9 月末，存货余额略有增加，主要系受 2020 年新冠疫情影响，部分客户延缓采购需求所致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、

资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“①存货构成及波动分析” 之“A、存货构成与生产周期、销售周期、各类原材料的备货情况及销售情况的匹配性”中补充披露上述楷体加粗相关内容。中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）报告期各期末不同存货类别中有订单支持的金额及比例，是否与“以销定产、适当备货”的生产模式相匹配，存货结构变动的原因及合理性；补充披露发行人预测市场销量和实际销量的差异情况

1、存货订单支持情况、市场销量与实际销售的差异情况

报告期各期末，公司库存商品中订单支持情况如下：

单位：万元

存货类别	项目	2020.09.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品	期末余额	7,440.21	6,697.99	6,555.19	5,075.70
	订单支持金额	4,730.49	3,856.50	3,938.98	3,467.89
	订单支持率	63.58%	57.58%	60.09%	68.32%

报告期各期末，公司库存商品中有订单支持的比例在60%左右，与公司“以销定产、适当备货”的生产模式相匹配。报告期内，随着公司销售规模的增加，公司期末余额有所增加。2017年末及2019年末，公司库存商品和发出商品期后结转收入情况整体较为良好，分别为94.61%、88.90%和76.66%，除2019年末存货受疫情影响略有下降外，公司预测销售备货基本能实现销售，与实际销售量不存在重大差异，不存在滞销情况。

从行业来看，由于生产周期较长，为保障供货的及时性，一般会备货生产以缩短产品交付周期，如同行业可比公司华立科技的生产模式为“根据市场预测和客户订单的情况制订生产计划并及时调整，对部分畅销机型和通用零部件进行生产备货，以加快产品的发货速度，更快地响应客户需求”，与公司“以销定产、适当备货”的生产模式一致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“①存货构成及波动分析” 之“B、存货订单

支持情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

2、存货结构变动的合理性

报告期各期末，公司存货结构情况如下：

单位：万元

项目	2020.09.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	3,737.42	30.99%	3,242.46	28.38%	2,663.62	26.68%	2,674.59	30.96%
在产品	866.75	7.19%	1,112.40	9.74%	522.04	5.23%	800.01	9.26%
库存商品	7,440.21	61.69%	6,697.99	58.63%	6,555.19	65.66%	5,075.07	58.75%
发出商品	16.75	0.14%	370.62	3.24%	243.19	2.44%	89.21	1.03%
合 计	**12,061.13**	**100.00%**	**11,423.47**	**100.00%**	**9,984.05**	**100.00%**	**8,638.89**	**100.00%**

报告期内，公司存货主要由原材料和库存商品构成，存货结构整体上较为稳定。同时，随着 2017 年至 2019 年公司销售规模的增长，公司对存货备货有所增加，存货余额有所增加。2020 年 9 月末，存货余额略有增加，主要系受 2020 年新冠疫情影响，部分客户延缓采购需求所致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“①存货构成及波动分析”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、结合库龄超过一年存货逐年增加的具体情况及原因，补充披露发行人产品是否存在滞销情形，存货逐年上升是否因为销量预测不准确或产品滞销

报告期各期末，公司超过一年的存货金额分别为 618.54 万元、1,040.12 万元、1,548.82 万元及 2,341.76 万元，占存货的比例为 7.16%、10.42%、13.56%及 19.42%，**主要系部分原材料及库存商品的库龄有所增加所致，具体说明如下：**

1、公司根据在手订单及销售预测制定生产计划、并进行适当备货，由于公司产品种类丰富，且产品存在一定的备货周期，故公司对各类产品适当的保持了一定的库存以应对客户需求。2017 年至 2019 年，公司销售收入均呈逐年增长趋势，2020 年上半年受疫情影响，客户延缓或推迟设备采购，但随着我国疫

情的有效控制，公司营业收入自 2020 年 6 月起呈恢复增长态势。

2、公司生产各类产品所需的原材料如套件、加工件等主要为定制化产品，亦具有一定的生产、采购周期，故公司对各类原材料亦进行了一定的备货以应对市场需求。同时，随着公司推出的产品种类的增加及累计销售规模的增加，客户对售后维修所需的配件需求也不断增加，为了及时应对客户的售后需求，公司对部分产品的配件进行了一定的备货，从而导致随着时间的增加，1 年以上存货库存金额有所增加，非产品销售预测不准确或滞销所致。

3、2017 年末及 2019 年末，公司库存商品和发出商品期后结转收入情况整体较为良好，分别为 94.61%、88.90%和 76.66%，2019 年末较以前年度下降主要系 2020 年受新冠疫情影响所致，随着我国境内疫情管控的持续向好，境内游艺娱乐场所的客流量和营收情况开始逐步恢复和好转，不存在大额积压的情况。同时，报告期各期末，公司按成本与可变现净值孰低法对存货进行跌价测试，相关存货跌价准备已计提充分。

综上所述，公司存货一年以上占比较低，公司产品推出以来销售情况良好，且毛利率较高，不存在滞销的情形。公司存货库龄一年以上的金额有所增加主要系随着公司累计推出产品种类的增加及累计销售金额的增加，为及时应对客户产品及售后服务需求所进行的备货有所增加所致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“④库龄超过一年的存货情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、补充披露海外仓库的管理办法、内控制度及报告期执行情况，发行人存货与 **Amusements Worldwide LLC.**的存货是否存放在同一仓库，是否可明确区分

对于海外仓库的管理，公司制定了严格的内控制度，制定了《海外存货管理办法》内部控制规定，严格控制海外仓库的收发存，对于每一笔海外仓库的流转，均有对应的台账予以记录，公司总部财务部根据存货流转情况核对台账信息的准确定；同时，公司要求美国仓库管理人员每月 3 日前完成仓库库存盘

点，将盘点表及库存结存信息报送公司财务部；加拿大世宇定期对加拿大仓库进行盘点，并在每月 2 日前将盘点及库存结存信息报送财务部。财务部根据盘点情况与收发存情况、海外存货台账进行核对，确认账实相符。报告期内，公司严格按《海外存货管理办法》对海外仓库进行控制，海外仓库管理情况良好。

公司在美国的租赁的仓库系用于存放及管理公司的海外库存，公司的产品未与 Amusements Worldwide LLC.的存货存放在同一仓库，能明确与 Amusements Worldwide LLC.的存货进行区分，公司产品能够单独堆放、识别并对其进行管理。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“⑥海外仓库的管理办法、内控制度及执行情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、补充披露发行人对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例，盘点差异原因、数量和金额、影响

公司根据内部管理规定，对存货进行定期盘点，每年至少全面盘点一次，由公司财务部门牵头，生产、物流配合实施全面财产清查的盘点工作。具体盘点过程如下：

1、由财务部组织编写《盘点计划》，包括盘点范围、盘点要求、盘点地点及人员分工和时间安排等主要内容；

2、由财务部门根据各仓库，准备存货盘点表，盘点表包含仓库、库位、物料代码、物料名称和账面结存数量；

3、进行实地盘点，在存货盘点表上逐一登记实盘数量，并与账面结存数量比较，存在差异注明。发现损坏、变质、陈旧的存货，也要单独注明；

4、盘点结束，仓管部门负责人、库管员和清查小组负责人分别在存货盘点表上签字，并注明盘点日期；

5、对盘亏、毁损的存货查清原因并确定责任；

6、编写清查报告，上报公司财务总监。

报告期各期末，公司已严格按照存货内部控制要求对存货进行了全盘盘点，

确认公司报告期各期末存货真实、准确、完整。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（6）存货”之“⑦存货盘点情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。中补充披露上述楷体加粗相关内容。

六、中介机构核查意见

（一）说明疫情情况下如何对 2020 年 9 月末存货进行充分、有效的核查，包括核查方式、核查标准、核查比例、核查证据及核查结论

1、核查程序

报告期内，公司库存分布主要集中在中山厂区仓库内，少部分存放于美国和加拿大境外仓库。报告期末，公司境外库存余额为 730.68 万元，占比 6.06%，疫情因素对报告期末的存货核查影响较小。

报告期末，国内疫情已经得到有效控制，中介机构参与实地监盘的方式，对存货期末库存进行核实。由于国外疫情报告期末尚未得到有效控制，申报会计师在往年已前往美国、加拿大仓库现场盘点并了解国外仓库基本情况的基础上，主要通过视频方式参与盘点。

报告期末，申报会计师主要执行了以下核查程序：

（1）了解公司与存货有关内部控制，并对其有效性进行测试。

（2）取得公司报告期存货收发及结存明细，并分析公司报告期末存货构成情况、存货本期增减变动的原因以及存货周转情况，结合以前年度的指标、同行业同期相关指标对比分析。

（3）取得公司存货盘点管理制度；获取并复核公司存货盘点资料，对存货进行监盘和抽盘，将盘点结果倒扎后与资产负债表日账面金额进行比较，并对盘点日至资产负债表日的存货进出执行相关单据检查程序；同时对测试机台进行了函证。报告期末，存货监盘比例为 80.11%，其中：针对境内存货，申报会计师主要实地参与监盘，监盘比例为 79.47%，针对境外存货，基于疫情的影响，申报会计师通过视频方式全程参与监盘，监盘比例为 90.16%。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人 2020 年 9 末存货均为真实拥有的存货，金额准确。

（二）说明参与监盘的具体情况，包括参与监盘时间、地点、人员、范围、各类存货监盘方法、程序、比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况、是否现场取得经发行人确认的盘点表以及相关结果的处理情况

报告期各期末，中介机构对发行人存货执行监盘、函证等审计、复核程序，具体执行措施如下：

1、计划存货监盘工作

盘点日前，发行人结合公司存货特点制定详细盘点计划，对盘点小组人员、盘点路线、注意事项等做出安排，中介机构复核公司盘点计划，确认公司盘点计划无遗漏事项。

盘点日前，所有出入库单据均录入金蝶 K3 系统，以确保存货账面数量与实物的一致性；另外存货全部摆放整齐，存货卡片标识清楚，存货暂时停止流动。

2、盘点前检查工作

盘点日，中介机构监盘人员提前查看盘点现场，确认存货已经停止流动，各仓库物料卡片标识清楚。发行人打印各仓库各批次结存数量明细，交给各盘点小组开始盘点。

3、监盘方式

中介机构针对库存存货实地监盘点数，与存货清单核对是否一致，针对测试机台采取独立函证确认，针对发出商品采取期后单据检查确认。盘点过程中，中介机构对每个盘点小组均安排人员进行现场监盘，该人员自始至终均未离开现场。监盘过程中，中介机构对存货状态进行观察，是否有残损、陈旧、变质的货物，是否需要计提减值或报废处理。

4、盘点总结

报告期各期末，根据存货监盘结果，复核与仓库台账、财务账簿记录的一致性。对于监盘截止日与报表日不一致的，编制存货监盘倒轧表，抽查报表日与监盘截止日的存货收发记录，复核报表日存货库存数量与仓库台账、财务账簿记录的一致性。

报告期各期末，发行人盘点、中介机构监盘的具体时间、地点、人员情况如下：

年度	仓库名称	地点	盘点范围	公司盘点人员	公司盘点复核人员	中介机构监盘人员	盘点时间
2020 年 9 月末	世宇科技生产车间	1 栋 2 楼、3 楼、4 楼；2 栋 1 楼、2 楼；4 栋 1 楼、2 楼；9 栋 1 楼	在产品	孙桂平、张诗富、徐永洪、廖庆胜、凌红金、李冰微、李涛、刘洪菊、麦建恒、翼凯文、姜通生、龙汉文、梁汉坤、杨炳棠	杨振、林志华，郭金英	张锦花	2020 年 11 月 7 日-9 日
	世宇科技成品仓	3 栋 3 楼、4 楼；4 栋 3 楼、4 楼；5 栋 3 楼；7 栋 3 楼；综合楼展厅；5 栋展厅；广州星力展厅	产成品	陈健美、林伟强、黄秋月	李明昆、何智婵	欧福洪、胡跃明	2020 年 11 月 7 日-9 日
	世宇科技原材料仓	2 栋 1 楼；2 栋 3 楼；3 栋 3 楼	原材料	黄代支、冯嘉进、黄文俊、黄俊杰、李新平、何家俊、郭镇辉	吴君、冯美妮、张翅，田守文、滕锦波、林灼玲、梁永明、黎宏志	范兴雅、叶芹、刘新萍	2020 年 11 月 7 日-9 日
	世宇实业厂区生产车间	9 栋 1 楼	在产品	佘运随	李明昆	张锦花	2020 年 11 月 7 日-9 日
	世宇实业厂区仓库	9 栋 1 楼	原材料、产成品	谢应水	李明昆	张锦花	2020 年 11 月 7 日-9 日
	世宇互动体育成品仓	4 栋 3 楼	产成品	陈健美	李明昆	欧福洪	2020 年 11 月 7 日-9 日
	美国仓库	美国达拉斯	产成品及配件	Frank	Steven	欧福洪	2020 年 11 月 13 日
	加拿大仓库	加拿大安大略	产成品及配件	Kevin	Steven	/	
2019 年末存货盘点情况	世宇科技生产车间	1 栋 2 楼、3 楼、4 楼；2 栋 1 楼、2 楼、3 楼、4 楼；4 栋 1 楼、2 楼；5 栋 2 楼；9 栋 1 楼	在产品	孙桂平、张诗富、徐永洪、廖庆胜、凌红金、李冰微、李涛、刘洪菊、麦建恒、翼凯文、陈名湘、姜通生、龙汉文、梁汉坤、杨炳棠	杜政锦、梁健豪、杨振、廖锦华、柯钦杰、林志华，郭金英	赵全国、舒茜	2020 年 1 月 1 日-2020 年 1 月 3 日
	世宇科技成品仓	3 栋 3 楼、4 楼；4 栋 3 楼、4 楼；5 栋 1 楼、3 楼；7 栋 3 楼；综合	产成品	陈健美、翼凯文、黄秋月	李明昆、何智婵	宁蕊、赵全国、王玫	

年度	仓库名称	地点	盘点范围	公司盘点人员	公司盘点复核人员	中介机构监盘人员	盘点时间
		楼展厅；广州星力展厅					
	世宇科技原材料仓	2 栋 1 楼；3 栋 2 楼；4 栋 1 楼	原材料	何志芬、黄代支、冯嘉进、黄文俊、黄俊杰、李新平、何家俊、郭镇辉	吴君、冯美妮、张翅，田守文、滕锦波、张洋铭、林灼玲、梁永明、黎宏志、胡伊航、林坚常、何文洪、樊奇志、范建强、何锦洪	宁蕊、李洁、刘新萍	
	世宇实业厂区生产车间	9 栋 1 楼	在产品	余运随	李明昆	赵全国、胡跃明、王玫	
	世宇实业厂区仓库	9 栋 1 楼	原材料、产成品	何彩娣	李明昆	赵全国、舒茜	
	世宇互动体育成品仓	4 栋 3 楼	产成品	陈健美	李明昆	赵全国、舒茜	
	美国仓库	美国达拉斯	产成品及配件	Frank	Steven	欧福洪	
	加拿大仓库	加拿大安大略	产成品及配件	Kevin	Steven	欧福洪	
2018 年末存货盘点情况	世宇科技生产车间	1 栋 2 楼、3 楼、4 楼；2 栋 1 楼、2 楼、3 楼、4 楼；4 栋 1 楼、2 楼；5 栋 2 楼	在产品	孙桂平、张诗富、杨应双、徐永洪、廖庆胜、刘桂珠、李冰微、刘洪菊、麦建恒、吴国民、龙汉文、温仲权、李俊蓓、陈名湘、杨运林、姜通生、谢平富、张云师	梁健豪、杨华明、林华生、柯钦杰、罗建民、廖锦华、郭金英	赵全国	2019 年 1 月 2 日-2019 年 1 月 3 日（美国仓库盘点时间 2019 年 1 月 8 日）
	世宇科技成品仓	3 栋 3 楼、4 楼；4 栋 3 楼、4 楼；5 栋 1 楼、3 楼；综合楼展厅；广州星力展厅	产成品	陈健美、李立美、贺琳婕	李明昆、何智婵	赵全国、王美琪、王玫	
	世宇科技原材料仓	2 栋 1 楼；3 栋 2 楼	原材料	何志芬、黄代支、冯嘉进、韦进接、陈列强、姜果、黄文俊、郭桂添、林	田守文、张雪雅、滕锦波、张洋铭、吴君、林灼玲、	张雨怡、王美琪、舒茜	

年度	仓库名称	地点	盘点范围	公司盘点人员	公司盘点复核人员	中介机构监盘人员	盘点时间
				家明、罗辛、李志锐	梁永明、黎宏志、林绍明、彭加颖、梁斌养、林坚常、林权文、胡伊航、樊奇、刘宏斌、何文洪、范建强、何锦鸿		
	世宇实业厂区生产车间	9 栋 1 楼	在产品	佘运随	李明昆	赵全国、舒茜	
	世宇实业厂区仓库	9 栋 1 楼	原材料、产成品	何彩娣	李明昆	赵全国、舒茜	
	世宇互动体育成品仓	4 栋 3 楼	产成品	陈健美	张洋铭	赵全国	
	美国仓库	美国达拉斯	产成品及配件	Frank	Steven	高睿、刘新萍	
	加拿大仓库	加拿大安大略	产成品及配件	Kevin	Steven	高睿、刘新萍	
2017 年末存货盘点情况	世宇科技生产车间	1 栋 2 楼、3 楼、4 楼；2 栋 1 楼、3 楼、4 楼；3 栋 4 楼；4 栋 1 楼、2 楼；5 栋 2 楼	在产品	余敏根、张诗富、杨应双、徐永洪、张云师、廖庆胜、刘桂珠、李冰微、刘洪菊、麦建恒、陈名湘、龙汉文、温仲权、李俊蓓、吴国民、卢建辉、姜通生、谢平富	梁健豪、郭金英、林绍明、林华生、霍志鸿、罗建民、廖锦华	王文凯、严绍东	2017 年 12 月 30 日-2017 年 12 月 31 日
	世宇科技成品仓	3 栋 3 楼；4 栋 3 楼、4 楼；5 栋 1 楼、3 楼；综合楼展厅	产成品	陈健美、吴棣康	陈鹏、李明昆、何智婵	洪瑛敏、梅诚成、严绍东	
	世宇科技原材料仓	2 栋 2 楼；3 栋 2 楼	原材料	何志芬、黄代支、冯嘉进、韦进接、陈列强、姜果、黄文俊、林家明、李志锐、陈汉超	田守文、张洋铭、吴君、黄智海、梁永明、郭金英、林灼玲	黄璐瑶、王玫	
	世宇实业厂区生产车间	广东省中山市	在产品	谢应水	李明昆	梅诚成	
	世宇实业厂区仓库	广东省中山市	原材料、产成品	谢应水	李明昆	梅诚成	

年度	仓库名称	地点	盘点范围	公司盘点人员	公司盘点复核人员	中介机构监盘人员	盘点时间
	世宇互动体育成品仓	4 栋 3 楼	产成品	陈健美	李明昆	梅成诚	
	广州分公司星力展厅	广东省广州市	产成品	黄秋月	何智婵	/	
	美国仓库	美国达拉斯	产成品及配件	Frank	Steven	/	
	加拿大仓库	加拿大安大略	产成品及配件	Kevin	Steven	/	

中介机构报告期各期末监盘比例及确认情况具体如下：

单位：万元

2020.09.30					
项目	库存商品	原材料	发出商品	在产品	合计
账面金额	7,440.21	3,737.42	16.75	866.75	12,061.13
盘点确认金额	6,893.92	2,185.44	-	487.85	9,567.21
盘点差异金额	-	-0.23	-	-	-0.23
回函确认金额	86.89	-	-	-	86.89
回函差异金额	-	-	-	-	-
期后检查确认金额	-	-	8.57	-	8.57
期后检查差异金额	-	-	-	-	-
合计确认金额	6,980.81	2,185.44	8.57	487.85	9,662.67
合计确认比例	93.83%	58.47%	51.16%	56.28%	80.11%
2019.12.31					
项目	库存商品	原材料	发出商品	在产品	合计
账面金额	6,697.99	3,242.46	370.62	1,112.40	11,423.47
盘点确认金额	6,374.32	1,998.81	-	801.86	9,174.98
盘点差异金额	-	-1.4	-	-	-1.4
回函确认金额	92.57	-	-	-	92.57
回函差异金额	-	-	-	-	-
期后检查确认金额	-	-	354.39	-	354.39
期后检查差异金额	-	-	-	-	-

合计确认金额	6,466.89	1,998.81	354.39	801.86	9,621.94
合计确认比例	96.55%	61.64%	95.62%	72.08%	84.23%
2018.12.31					
项目	**库存商品**	**原材料**	**发出商品**	**在产品**	**合计**
账面金额	6,555.19	2,663.62	243.19	522.04	9,984.04
盘点确认金额	6,288.76	1,413.74	-	387.99	8,090.49
盘点差异金额	-	-0.42	-	-	-0.42
回函确认金额	135.54	-	-	-	135.54
回函差异金额	-	-	-	-	0
期后检查确认金额	-	-	237.62	-	237.62
期后检查差异金额	-	-	-	-	0
合计确认金额	6,424.30	1,413.74	237.62	387.99	8,463.65
合计确认比例	98.00%	53.08%	97.71%	74.32%	84.77%
2017.12.31					
项目	**库存商品**	**原材料**	**发出商品**	**在产品**	**合计**
账面金额	5,075.07	2,674.59	89.21	800.01	8,638.89
盘点确认金额	4,344.91	1,378.76	-	640.23	6,363.90
盘点差异金额	-	-0.58	-	-	-0.58
回函确认金额	-	-	-	-	0
回函差异金额	-	-	-	-	0
期后检查确认金额	-	-	88.92	-	88.92
期后检查差异金额	-	-	-	-	0
合计确认金额	4,344.91	1,378.76	88.92	640.23	6,452.82
合计确认比例	85.61%	51.55%	99.67%	80.03%	74.70%

保荐机构及申报会计师已对发行人报告期各期末存货进行了充分的核查，取得相关盘点表，确认报告期各期末存货账实相符。

（三）说明对海外仓库存货是否予以了重点关注，是否采取了针对性核查措施及具体情况，海外仓库存货权属的核查方式、核查程序、核查比例及核查结论

1、核查意见

中介机构对海外仓库进行了重点关注，针对海外仓库存货权属进行了如下核查：

（1）访谈发行人管理层，了解海外仓库设立的背景，收发货的管理情况；

（2）获取发行人海外仓库管理制度，并获取仓库台账等资料，确认仓库管理制度有效执行，发行人能明确海外库存的数量、金额；

（3）访谈海外仓库管理人员，确认仓库的管理情况及存货的归属情况；

（4）获取发行人报告期各期末海外库存清单，并对其进行盘点，进一步确认发行人账上存货真实存在且属于发行人。相关盘点具体实施情况如下：

于 2018 年末、2019 年末亲自前往美国及加拿大，对仓库进行了实地监盘。

2020 年 9 月末，基于疫情的影响，中介机构采用了远程审计的方式，对发行人海外仓库存执行了如下核查程序：

①通过视频观察发行人境外仓库保管人员的实地盘点过程，并拍摄了期末主要库存图片；

②观察仓库中库存分布情况，观察公司盘点人员的盘点过程，是否按照盘点计划执行，并准确记录存货数量和状况，过程中重点关注存货数量是否存在差异、存货状态是否存在毁损破坏情况，抽查并选取存货明细表中部分存货，以验证存货的存在；

③对存货进行视频监盘，确认账实相符；存货监盘比例达到 90.16%。

2、核查结论

通过以上核查，保荐机构及申报会计师认为：发行人报告期末海外仓库存库属于发行人，期末库存真实且账实相符。

（四）对上述其他事项发表明确意见

1、核查程序

针对上述其他事项，保荐机构及申报会计师执行的核查程序如下：

（1）获取报告期各期末存货构成明细及期后结转明细，确认存货结转情况；

（2）获取发行人存货可变现净值计算表，确认存货减值已计提充分；

（3）访谈发行人管理层，了解发行人生产、销售周期，备货情况及各期销售情况，确认发行人生产模式的合理性；

（4）复核报告期各期末库存的订单支持情况，进一步确认发行人生产模式的合理性；

（5）获取发行人库龄超过一年以上的存货明细，了解库龄较长的原因，复核相关存货的销售情况，确认相关存货不存在滞销情形；

（6）访谈发行人管理层，了解海外仓库的管理流程及海外仓库的存货堆放情况；获取发行人《海外存货管理办法》内部控制规定，并获取相关海外仓库盘点资料，确认发行人对海外仓库管理有严格的内控制度并有效执行；

（7）实地走访发行人美国、加拿大仓库，确认美国仓库的货物独立存放，与 Amusements Worldwide LLC.的存货能够单独区分；

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）发行人各期末存货期后结转情况整体较为良好，发行人已严格按照跌价计提政策对存货计提充分的跌价准备；

（2）发行人“以销定产、适当备货”的生产模式与生产、备货周期相匹配，发行人存货不存在滞销的情形；发行人存货期后结转情况良好，预测销售备货基本能实现销售，与实际销售量不存在重大差异，不存在滞销情况；

（3）发行人存货库龄一年以上的金额有所增加主要系随着公司累计推出产品种类的增加及累计销售金额的增加，为及时应对客户产品及售后服务需求所进行的备货有所增加所致；

（4）发行人对海外仓库管理制定了严格的内控制度，切报告期内海外仓库管理内控得到有效执行；发行人美国仓库存货未与 Amusements Worldwide LLC.的存货存放在同一仓库，发行人可以明确识别、管理其美国仓库库存。

问题十二：关于产能及产能利用率

根据申报材料和审核问询回复：报告期各期，发行人产能分别为 14,000 台、15,000 台、15,000 台和 11,250 台，产能利用率分别为 98.53%、100.19%、82.03%和 42.43%。

请发行人补充披露：（1）产能具体计算方法和过程、与生产运营设备原值的匹配性、单位固定资产产能与可比公司是否存在显著差异，如是，请披露原因。（2）2019 年和 2020 年 1-9 月产能利用率大幅下降的原因，发行人生产经营是否发生重大不利变化。（3）发行人最新在手订单情况及生产排期情况，结合上述情况披露发行人产能利用是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、产能具体计算方法和过程、与生产运营设备原值的匹配性、单位固定资产产能与可比公司是否存在显著差异

1、发行人产能计算方法、与生产运营设备原值的匹配关系

公司主营产品为商用游戏游艺机，根据产品特点和定位等不同，主要分为模拟类、嘉年华类、儿童类和礼品类等四大类，各大类产品根据游戏创意、产品设计等不同，又细分为众多产品型号，不同类型产品差异较大，生产所需投入的工作量差异也较大；此外，公司产品生产主要聚焦于产品的部件组装及整机测试，产品生产用零部件主要向外部供应商采购。因此，外部供应链供货的及时性、产品整体设计复杂度、公司相关机器设备和生产场地设施条件、以及生产人员操作熟练程度等多种因素成为影响公司产能的关键因素。

公司产能系根据外部供应链供货的及时性、产品整体设计复杂度、公司相关机器设备和生产场地设施条件、以及生产人员操作熟练程度等因素，以及结合公司 2017 年产品实际产量、标准工作状态等由公司生产部门综合评估得出，2017 年产能为 14,000 台。2018 年，公司新购置了激光切割机、计算机数值控制刨花机、数控折弯机等一批木板、金属件加工专业设备，提高了公司产品生产用零部件的供应效率，公司产品年生产能力提高至 15,000 台；2019 年，公司

影响产能的关键因素未发生明显变化，公司产品年生产能力为 15,000 台。

报告期内，公司产能与机器设备原值的匹配情况如下：

项目	2020 年 9 月末/2020 年 1-9 月	2019 年度/末	2018 年度/末	2017 年度/末
产能（台）	11,250	15,000	15,000	14,000
生产设备原值（万元）	1,093.38	1,039.57	999.91	481.27

注：2020 年 1-9 月产能按 2020 年产能 15,000 台*3/4 进行折算

游戏游艺设备行业主要注重产品的游戏创意、整体设计等核心环节，公司产品也主要采取自主设计、自主总装及测试相结合的生产模式，公司生产主要聚焦于产品各部件组装和整机测试环节，对于产品零部件前加工环节，除木框框体结构、部分金属加工件等零部件由公司自主生产外，公司产品零部件前加工（如钣金、车工等）主要向外部供应商定制化采购为主，从而导致公司产能与机器设备原值匹配性较低。此外，不同的游戏游艺设备因产品造型、整体设计、装配复杂度等不同，所需投入的工作量及设备投入差异较大，也导致产能与机器设备原值匹配性较低。

2、单位固定资产产能与可比公司的比较情况

最近三年，公司产能与机器设备原值同华立科技比较情况如下：

单位：台、万元、万元/台

项目	2019 年度/末		2018 年度/末		2017 年度/末	
	华立科技	本公司	华立科技	本公司	华立科技	本公司
产能①	5,500	15,000	8,500	15,000	8,000	14,000
生产设备原值②	465.69	1,039.57	1,250.18	999.91	1,318.67	481.27
单台设备对应固定资产投入②/①	0.08	0.07	0.15	0.07	0.16	0.03

注：华立科技 2018 年末生产设备原值包括其原子公司东莞微勤的生产设备原值

2017 年、2018 年，公司单台设备生产对应固定资产投入为0.03万元/台，0.07万元/台，公司每生产单台设备投入固定资产低于华立科技，主要系公司产

品生产用零部件主要依托向外部供应商采购，华立科技原下属公司东莞微勤拥有较多生产设备，具备较强的零部件自主加工能力；2018年，公司单台设备生产对应固定资产投入较2017年有所上升，主要系2018年公司购置了激光切割机、计算机数值控制刨花机、数控折弯机等一批木板、金属件加工专业设备。

2019年，公司单台设备生产对应固定资产投入与华立科技基本一致，主要系华立科技于2018年底出售了以零部件加工为主的下属子公司东莞微勤，华立科技的番禺生产基地集中于组装、测试环节，与公司生产模式基本一致。

综上，结合游戏游艺设备行业产品生产特点，公司单位固定资产产能与可比公司不存在显著差异。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“1、主要产品的产能、产量及销售情况”之“①发行人产能计算方法、与生产运营设备原值的匹配关系”、“②单位固定资产产能与可比公司的比较情况” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、2019 年和 2020 年 1-9 月产能利用率大幅下降的原因，发行人生产经营是否发生重大不利变化

报告期各期，公司的产能利用率情况如下：

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
产能（台）	11,250	15,000	15,000	14,000
产量（台）	4,773	12,304	15,029	13,794
产能利用率	42.43%	82.03%	100.19%	98.53%

2019年，公司产能利用率较2018年下降幅度较大，产品产量较2018年同比减少2,725台，主要系公司根据市场需求主动调整产品结构，减少了技术含量低、产品单价低、毛利率低的产品的生产与销售，把主要生产能力投入到技术含量、产品单价及附加值相对较高的产品，该等产品一般生产、装配复杂度相对较高，对外部物料要求也相对较高，需投入更多的工作量，从而导致产品生产产量同比有所下滑，但产品生产结构得到优化，支持了公司销售收入的稳步增长。

2017年、2018年和2019年，公司营业收入分别为41,215.72万元、43,341.77万元和45,333.42万元，营业收入保持稳定增长趋势。

按照产品单价2万元进行划分，报告期各期公司游戏游艺设备销售情况如下：

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
合计销售量（台）	4,941	13,658	14,831	13,891
单价 2 万元以下的产品销量（台）	1,454	4,043	5,101	4,650
扣除单价低于 2 万元以下的产品销量（台）	3,487	9,615	9,730	9,241

由上表可知，最近三年，公司单价2万元以上的游戏游艺设备销量分别为9,241台、9,730台和9,615台，整体保持稳定的发展态势，公司生产经营未发生重大不利变化。

与同行业可比公司华立科技相比，公司扣除单价低于2万元以内的游戏游艺设备产品的销售变动趋势与华立科技一致，具体如下：

项　目		2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	游戏游艺设备出货量（台）	9,966	13,513	14,113
	单价 2 万元以内出货数量（台）	1,360	4,495	5,836
	扣除单价低于 2 万元以下的产品出货数量（台）	8,606	9,018	8,277
公司	游戏游艺设备销量（台）	13,658	14,831	13,891
	单价 2 万元以内出货数量（台）	4,043	5,101	4,650
	扣除单价低于 2 万元以下的产品出货数量（台）	9,615	9,730	9,241

注：同行业可比公司未披露2020年1-9月单价2万元以内游戏游艺设备出货数量信息

2020 年 1-9 月，公司产能利用率为 42.43%，主要系受新冠疫情影响，公司产品销售同比出现较大幅度下滑，公司相应减少产品排产所致。随着国内新冠疫情的有效管控，公司下游客户经营逐步恢复，自 2020 年 6 月以来，公司产品销售开始实现快速恢复性增长。2020 年第三季度，公司实现营业收入 9,683.34 万元，较上年同期同比增长 10.05%，新冠疫情对公司销售带来的阶段性不利影响已基本消除。

游戏游艺设备产业是由技术、创意和内容驱动的行业，随着电子、软件、网络技术的快速发展，以及 VR、AR、人工智能等创新科技的逐步应用，游戏游

艺设备也不断创新产品形态和游戏玩法，增强产品的仿真性和科技体验；同时，游戏游艺设备还兼顾亲子互动、休闲娱乐、运动健康等功能，受到了不同年龄层段用户群体的喜爱，游艺娱乐场所成为了线下商业实体吸引人流的重要业态。

随着国内疫情的有效管控，疫苗研发进展的有效推进，海外疫情控制预计也将取得积极进展。在后疫情时代，商业综合体普遍面临人流吸引和业态调整问题，游乐场因其吸引客流能力强、承租面积大等特征，成为了商业综合体的重点招商对象，并享有更好的承租价格等优惠条件，迎来了新的市场机遇。基于文化娱乐消费未来巨大的市场空间，游戏游艺设备市场需求也将随着文化娱乐消费市场的发展而不断增长。此外，公司顺应“全民健身”理念，依托游戏游艺设备开发的技术和资源积累，成功开发并推出了数字互动体育娱乐设备，将数字技术与体育健康等有机结合，在娱乐健康化、体验化、智能化的大趋势下，数字体育互动娱乐项目也将为室内娱乐项目注入新意，成为公司未来业务新的增长点。

综上，2020 年 1-9 月公司产能利用率较低主要系受新冠疫情影响所致，目前新冠疫情对公司销售带来的阶段性不利影响已基本消除，公司的生产经营未发生重大不利变化。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之 之“1、主要产品的产能、产量及销售情况”之“③2019 年和 2020 年 1-9 月产能利用率大幅下降的原因，发行人生产经营是否发生重大不利变化” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、发行人最新在手订单情况及生产排期情况，结合上述情况披露发行人产能利用是否充分

随着国内疫情的有效管控，公司下游市场开始逐步恢复，公司生产也逐步恢复正常。2020年7月-11月，公司各月产量及产能利用率情况如下：

期间	产量（台）	标准产能（台）	产能利用率
2020年7月	503	1,250	40.24%
2020年8月	651	1,250	52.08%
2020年9月	1,233	1,250	98.64%

2020年10月	1,284	1,250	102.72%
2020年11月	1,336	1,250	106.88%

截至2020年9月，公司产能利用率已达到98.64%，产能利用率已得到充分利用。

截至本问询函回复签署日,公司累计已取得的预计在第四季度发货的订单及意向合同约为1.4亿元，2020年10-11月，公司已发货确认收入7,803.39万元。根据订单及意向合同情况，公司生产部门12月生产排期计划生产1,500台，预计产能利用率为120%，主要系为满足下游客户圣诞、元旦、春节、寒假等旺季采购需求，公司将通过增加装配班组人员、员工加班、加强外部物料的供应效率等措施来满足现有订单产品生产需求，公司产能已得到充分利用。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的产能及销售情况”之“1、主要产品的产能、产量及销售情况”之“④发行人最新在手订单情况及生产排期情况” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

关于发行人产能及产能利用率有关事项，保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈生产部门负责人，了解影响发行人产能的关键因素，实地查看发行人生产现场，了解产品生产工艺过程，并获取发行人产品生产月报表，与发行人产能情况进行比对核查。

2、取得发行人报告期内生产相关机器设备的原值，并与发行人产能变化情况，以及查阅同行业可比公司招股说明书等文件进行比对核查；

3、获取发行人的产品销售明细账，了解发行人 2019 年及 2020 年 1-9 月产品生产情况，并与同行业可比公司招股说明书等文件进行比对核查；

4、获取了发行人在手订单情况，并结合发行人产能及生产排期情况，核查发行人产能利用情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、游戏游艺设备行业主要注重产品的游戏创意、整体设计等核心环节，发行人产品也主要采取自主设计、自主总装及测试相结合的生产模式，产能与机器设备原值匹配性较低，发行人单位固定资产产能与可比公司华立科技不存在显著差异。

2、2019 年发行人产能利用率下降主要系发行人根据市场需求主动调整产品结构导致生产产量同比有所下滑；发行人单价 2 万元以上的游戏游艺设备销量分别为 9,241 台、9,730 台和 9,615 台，整体保持稳定的发展态势，与同行业可比公司华立科技趋势一致，发行人生产经营未发生重大不利变化。

3、2020 年 1-9 月发行人产能利用率较低主要系受新冠疫情影响所致，目前新冠疫情对公司销售带来的阶段性不利影响已基本消除，发行人的生产经营未发生重大不利变化。

4、随着国内疫情的有效管控，发行人下游市场开始逐步恢复，发行人生产也逐步恢复正常，目前产能已充分利用。

问题十三：关于 2020 年盈利预测

根据《盈利预测审核报告》，公司 2020 年度预计实现营业收入 30,436.50 万元，较 2019 年下降 32.86%，预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司净利润 3,530.93 万元，较 2019 年下降 29.68%。公司盈利预测假设新冠肺炎疫情在我国境内不出现重大反复，影响基本消除，国内游戏游艺场所正常经营，游戏设备需求持续增长。公司已取得并预计在 2020 年第四季度发货的境内外订单及意向合同金额合计约 1 亿元。

请发行人：（1）详细披露不同业务收入和成本、期间费用的预测依据和预测过程，预测依据是否充分可靠、预测过程是否谨慎、相关预测方法是否符合行业惯例。（2）补充披露盈利预测假设中“新冠肺炎疫情在我国境内不出现重大反复，影响基本消除”的具体含义，是否已充分考虑各地零星发生的疫情风险，盈利预测假设条件中对境外疫情的具体考量，境外收入、成本和费用预测的谨慎性，发行人对疫情影响及盈利预测的可实现性是否予以充分考虑。（3）补充披露 2020 年各个月份实现收入和利润情况，2020 年 10 月和 11 月实际数据与预测数据的差异情况，2020 年 7-11 月实现营业收入、扣除非经常性损益前后的归属于母公司所有者的净利润与盈利预测的差异情况，盈利预测是否谨慎、恰当。（4）补充披露发行人已取得并预计在 2020 年第四季度发货的境内外主要订单及意向合同的具体情况及进展，境内与境外的订单及意向合同的金额和占比，是否可撤销，是否存在订单延迟情况，上述订单第四季度的执行和收入确认情况。

请保荐人、申报会计师结合目前境外的疫情情况，对发行人订单及合同的真实性、实际执行情况等进行充分核查，并对上述事项及发行人盈利预测的合理性发表明确意见。

回复：

一、不同业务收入和成本、期间费用的预测依据和预测过程，预测依据是否充分可靠、预测过程是否谨慎、相关预测方法是否符合行业惯例

发行人结合与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单、最新业务数据、行业市场发展状况及成本和期间费用变动情况，根据谨慎性原则对 2020 年

10-12 月业绩水平进行了预测，具体说明如下：

（一）不同业务收入的预测依据和预测过程

结合行业发展状况、与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单及公司销售计划和采取的措施，公司 2020 年 10-12 月营业收入预测情况如下：

单位：万元

项　目		2020 年 10-12 月收入预测金额	2019 年 10-12 月收入金额	同比变动比率
商用游戏游艺机	模拟类	6,579.89	5,304.45	24.04%
	儿童类	311.44	1,120.55	-72.21%
	嘉年华类	3,616.71	6,897.58	-47.57%
	礼品类	712.38	338.85	110.23%
新型游戏游艺设备		432.43	1,456.20	-70.30%
其他主营业务		1,427.51	1,007.34	41.71%
其他业务收入		66.02	68.22	-3.22%
合　计		13,146.38	16,193.19	-18.82%

根据主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单及销售计划，公司预测 2020 年 10-12 月营业收入为 13,146.38 万元，主要为商用游戏游戏机的销售，较 2019 年第四季度下降 2,988.96 万元，降幅 18.82%。

随着我国防疫政策及时有效及新冠疫苗研发的有序推进，国内人流、物流等相关限制措施基本解除，境内游乐场经营情况已基本恢复至正常水平，而商城、城市购物中心等在后疫情时代出于业态调整、吸引人流等因素的考虑，逐步扩大或鼓励游乐场业态的发展；同时，寒暑假及节假日为游乐场旺季，从 2020 年第三季度开始，客户亦逐步增加对游戏设备的投入。2020 年三季度，公司主营业务销售收入已达 2019 年三季度的 109.33%；2020 年 10-11 月已实现销售收入 7,803.39 万元，为预测期收入 59.36%，而 12 月为一年中游戏游艺设备的销售高峰，其预测合理、可实现性高。

从产品构成来看，本次预测收入以模拟类游戏游艺机为主，其占预测收入的 50.05%。模拟类游戏游艺机主要通过模拟真实场景，使玩家达到真实参与游戏角色的感觉，受青少年以上人群的欢迎。公司积极开拓模拟机类型，近年来陆续推出了侏罗纪公园、世界摩托车锦标赛、胜利追击、动感飞车、胜利摩托

VR、泰奇 VRLeo 等受欢迎的机型，模拟机收入保持了较高的水平。根据在手订单及销售计划第四季度预计收入较 2019 年第四季度增长 24.04%。2020 年 10-11 月模拟类游戏游艺机已实现销售 4,182.30 万元，占预测收入的 63.56%。

公司商用游戏游艺机的嘉年华类游艺机为公司重点发展的机型，近年来，公司通过积极研发陆续推出了极速保龄、怪兽猎人、椰子大战、深海寻宝、星际宝藏及炫动篮球等嘉年华类游戏游艺机，获得市场认可，特别是境外市场销售较多，但受境外疫情的影响，根据在手订单第四季度及销售计划预计收入为 3,616.71 万元，较 2019 年第四季度下降 47.57%。 2020 年 10-11 月嘉年华类游艺机实现销售 2,070.57 万元，占预测收入的 57.25%。

公司商用游戏游艺机的儿童类和礼品类游艺机随着市场需求结构的调整以及门槛较低且竞争较为激烈，近年来收入总体呈下降趋势，出于谨慎性考虑，预测 2020 年底四季度收入为 1,023.82 万元，较去年同期下降 29.85%。2020 年 10-11 月儿童类和礼品类游艺机实现销售 563.48 万元，占预测收入的 55.04%。

新型游戏游艺设备是公司近年来积极储备的面向更广阔市场领域的新产品，近年来在境外市场开拓亦取得良好效果，主要面向境外市场销售，呈快速增长趋势，但 2020 年受境外疫情影响，销售下降，本次根据在手订单及销售计划预计收入为 432.43 万元，金额较小，较 2019 年第四季度下降 70.30%。2020 年 10-11 月新型游戏游艺设备实现销售 133.90 万元，占预测收入的 30.96%。

其他主营业务收入为配件销售收入，为与公司主营业务相关的配套或衍生出的业务类型，2020 年第四季度预测收入为 1,427.51 万元，2020 年 10-11 月已实现销售收入 757.93 万元，占预测收入的 53.09%；其他业务收入为房租收入，2020 年 10-12 月收入按目前的租赁协议进行预测。

（二）不同业务成本的预测依据和预测过程

本次对于 2020 年四季度盈利预测，营业成本根据产品业务类别，以公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月已实现数为基础，结合预测期经营计划、产品销售构成、2020 年 9 月末存货情况及成本控制措施，并考虑各产品类型营业成本的变动趋势等因素进行预测，公司各产品毛利率预测情况同期对比如下：

项　目		2020 年 10-12 月预测毛利率	2019 年 10-12 月毛利率	同比变动比率
商用游戏游艺机	模拟类	31.32%	27.40%	3.92%
	儿童类	35.96%	36.40%	-0.44%
	嘉年华类	36.12%	34.07%	2.05%
	礼品类	34.43%	34.64%	-0.21%
新型游戏游艺设备		36.16%	41.26%	-5.10%
其他主营业务		52.28%	50.97%	1.31%
主营业务毛利率		35.37%	33.76%	1.61%

受产品销售结构变动影响，2020 年第四季度商用游戏游艺机中模拟类毛利率较去年同期增加 3.92 个百分点，导致预测期主营业务毛利率较上年同期增加 1.61 个百分点。2020 年第四季度，公司预测模拟类毛利较高的产品动感飞车至尊版、豪华版、海盗大冒险、泰奇 VRLeo 等能实现良好的销售，带来模拟类销售毛利率的提升。

（三）公司期间费用的预测依据和预测过程

公司销售费用主要包括职工薪酬、展览费、差旅交通费、运营费用等，预测期职工薪酬是根据公司 2020 年 9 月末销售人员结构、平均工资水平、社会保险费及职工福利费等的计提比例进行预测，并充分考虑销售人员绩效及年终奖；展览费、广告宣传费根据预测期间公司实际的展览及广告宣传安排，综合考虑新冠疫情影响、各项费用支出进行预测；运营费用根据 2020 年度疫情期间北美地区实际的运营费支出进行预测；其他费用是根据公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月已实现数，并考虑销售费用占营业收入比率及公司销售拓展计划进行预测。

公司管理费用主要包括职工薪酬、折旧摊销费用、办公租赁费用、水电物业费及差旅交通费用等，职工薪酬根据公司 2020 年 9 月末管理人员结构、平均工资水平、社会保险费及职工福利费等的计提比例进行预测，并充分考虑管理人员绩效及年终奖；折旧摊销费用根据 2020 年 9 月末实际的固定资产、无形资产及长期待摊费用原值以及折旧摊销标准进行计提测算；办公及租赁费用根据 2020 年 9 月末实际的租赁协议延续计算；其他费用是根据公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月已实现数，并考虑管理费用占营业收入比率及

公司经营计划进行预测。

公司研发费用主要包括职工薪酬、物料消耗、委外及模具制造费用、租赁费等,预测期职工薪酬是根据公司2020年9月末研发人员结构、平均工资水平、社会保险费及职工福利费等的计提比例进行预测，并充分考虑研发人员绩效及年终奖；租赁费根据2020年9月末实际的租赁协议延续计算；其他费用是根据2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-9月已实现数及预测期间的研发项目计划进行预计。

公司财务费用包括利息支出、利息收入、汇兑损失以及手续费支出等，利息费用是根据公司2020年9月末的借款余额及融资计划，按公司实际借款利率进行预测；利息收入由活期利息收入及结构性存款利息收入构成，其中活期利息收入以2020年9月末资金结存情况为基础，根据预测期间平均活期存款余额及活期存款利率进行预计，结构性存款利息收入依据已购买金额及利率水平进行预计；考虑汇率变动的不确定性，未预测汇兑损失；手续费支出根据2020年1-9月已实现数，并考虑手续费支出占营业收入的比率预测。

公司2020年第四季度期间费用预测同期对比情况如下：

项　目	2020年10-12月预测比率	2019年10-12月实际比率	同比变动
销售费用率	3.47%	5.72%	减少2.25个百分点
管理费用率	3.39%	3.53%	减少0.14个百分点
研发费用率	3.50%	4.45%	减少0.95个百分点

2020年第四季度销售费用率较去年同期有所下降，一方面在于新会计准则的实施，从2020年开始，原计入销售费用的运费大部分转为营业成本核算，导致销售费用中运输费用减少；另一方面在于受美国疫情影响，销售费用中运营费用较去年同期下降143.42万元,从而导致销售费用率下降;管理费用率与2019年同期基本一致，其中咨询顾问费用有所下降，主要是公司聘请的美国行业专家而发生的顾问费用，2020年由于受新冠疫情的影响，该美国行业专家实际并未提供相关产品及北美市场的咨询顾问服务；研发费用较2019年同期下降260.60万元，主要是研发物料消耗、委外及模具费用等减少所致，其中研发物料消耗减少145.82万元、委外及模具费用减少89.48万元。

（四）预测方法是否充分可靠、盈利预测过程是否谨慎、相关预测方法是否符合行业惯例

公司 2020 年度预测收入是在 2020 年 1-9 月已实现金额的基础上，结合与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单及公司销售计划和采取的措施进行预测，与 2019 年实际收入情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年度			2019 年度
	1-9 月实现数	10-12 月预测数	合计数	
商用游戏游艺机	15,733.39	11,220.42	26,953.81	38,133.33
新型游戏游艺设备	239.00	432.43	671.43	3,737.02
其他主营业务	1,097.59	1,427.51	2,525.10	3,192.95
其他业务收入	220.14	66.02	286.15	270.13
合　计	17,290.12	13,146.38	30,436.50	45,333.42

根据盈利预测，2020 年第四季度的营业收入为 13,146.38 万元，较 2019 年第四季度下降 18.82%，同时 2020 年 10-11 月累计已经实现 7,803.39 万元，为预测期收入 59.36%。由于 12 月存在圣诞节，并且邻近元旦及春节假期、寒假等，因此 12 月一般为一年中游戏游艺设备的销售高峰，公司 2020 年 12 月份实现预测收入的可行性较高。

在预测收入的基础上，公司 2020 年度预测毛利率与 2019 年度实际毛利率情况如下：

项　目	2020 年度预测毛利率	2020 年 1-9 月实际毛利率	2019 年实际毛利率
商用游戏游艺机	33.45%	33.61%	33.72%
新型游戏游艺设备	33.50%	28.68%	38.57%
其他主营业务	44.91%	35.33%	46.79%
主营业务毛利率	34.40%	33.65%	35.05%

公司 2020 年各产品预测毛利率与 2019 年基本一致，其中新型游戏游艺设备较 2019 年下降 5.07 个百分点，主要系 2019 年毛利率较高的 Dave&Buster 定制四人版销售占比较高所致。

公司 2020 年预测期间费用率与 2019 年实际费用率情况如下：

项　目	2020 年度预测比率	2020 年 1-9 月比率	2019 年度比率
销售费用率	6.06%	8.03%	9.63%
管理费用率	6.34%	8.58%	5.62%
研发费用率	6.15%	8.17%	5.68%

2020 年销售费用率较去年同期下降，主要在于新会计准则的实施，从 2020 年开始，原计入销售费用的运费转为营业成本核算，导致销售费用中运输费用减少 370.43 万元，若考虑营业成本的运输成本计入销售费用，则 2020 年销售费用率为 7.28%；同时，受疫情及销售收入阶段性下降的影响，相应人员工资费用、展览费、广告宣传费、运营费用等有所减少导致销售费用下降，其中展览会下降 296.09 万元、运营费用下降 319.13 万元，共影响销售费用率 2.02 个百分点。除销售费用外，2020 年预测管理费用率和研发费用率均高于去年同期，其预测过程谨慎。

公司 2020 年度预测净利润率与 2019 年实际净利润率一致，具体情况如下：

项　目	2020 年度预测比率	2020 年 1-9 月比率	2019 年度比率
净利润率	11.97%	6.10%	11.88%
扣非后净利润率	11.61%	5.52%	11.08%

综上所述，公司针对 2020 年的盈利预测过程谨慎、预测依据充分可靠，2020 年净利润率和扣非后净利润率与 2019 年一致，预测方法与同行业可比公司华立科技一致，具体为：收入依据与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单并结合行业发展状况及公司销售计划进行预测；在收入预测的基础上，根据产品业务类别，以 2020 年 1-9 月已实现数为基础结合不同产品的成本构成预测相应营业成本，预测主营业务毛利率较 2019 年有所下降；期间费用根据 2020 年 9 月末员工人数、工资水平及社会保险费计提情况，并考虑各期间费用占营业收入的比重进行预测，其预测期间费用率与 2019 年不存在重大差异。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十九、盈利预测情况”之“（三）盈利预测的补充说明”之“1、不同业务收入和成本、期间费用的预测依据和预测过程，预测依据是否充分可靠、预测过程是否谨慎、相关预测方法是否符合行业惯例” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、盈利预测假设中“新冠肺炎疫情在我国境内不出现重大反复，影响基

本消除”的具体含义，是否已充分考虑各地零星发生的疫情风险，盈利预测假设条件中对境外疫情的具体考量，境外收入、成本和费用预测的谨慎性，发行人对疫情影响及盈利预测的可实现性是否予以充分考虑

（一）盈利预测假设中关于我国新冠肺炎疫情的说明

受新冠肺炎疫情影响，2020 年 2 月、3 月、4 月国内大部分游乐场响应国家号召延后开业，对公司上半年经营业绩产生一定影响，本次盈利预测假设中“新冠疫情不会出现重大反复，影响基本消除”的具体含义系不会出现今年 2-4 月全国性大范围疫情导致的游乐场暂停营业。虽然，我国目前仍然存在零星发生疫情的情形，但我国采取了一系列措施进行应对，包括坚持联防联控、群防群控、群专结合，加强政策协调和信息共享；强化检测预警，加快推进核酸检测能力建设，进一步开展发热病例、进口冷链食品从业人员、隔离场所工作人员和进口货物从业人员等重点人群，同时针对零星发散病例通过大规模核算检测检测，及时发现感染人员，迅速将疫情规模控制下来，不会出现大规模疫情蔓延。

因此，由于我国防疫政策及时有效、民众配合度较高，疫情在较短的时间内得到控制，根据钟南山院士在公开媒体的判断，依据当前中国所采取的防疫制度以及防疫制度的强度，并不认为中国会爆发第二波肺炎疫情。目前，全国绝大多数地区已是低风险地区，全国性大范围疫情爆发的可能性不大。

同时，我国新冠疫苗已取得良好进展，阿联酋和巴林国家卫生监管局正式批准国药集团中国生物研发的新冠灭活疫苗注册上市，国药集团中国生物已向国家药监局提交上市申请。

综合上述分析，本次盈利预测测假设中“新冠疫情不会出现重大反复，影响基本消除”已充分考虑考虑各地零星发生的疫情风险。

（二）对境外疫情的具体考量，境外收入、成本和费用预测的谨慎性

虽然我国新冠疫情不会出现重大反复，影响基本消除，但国外疫情总体尚未得到控制，公司主要境外销售国家中，北美、欧洲、南美洲疫情较为严重，亚洲的日本、韩国、越南，以及澳洲的澳大利亚等国家疫情控制较好。随着美

国辉瑞/德国 BioNTech 疫苗（已在美国、加拿大、英国、巴林、沙特、墨西哥等国获批上市）、美国 Moderna 疫苗（已在美国获批上市）、国药集团中国生物（已在阿联酋、巴林获批上市）疫苗陆续获批上市，境外市场疫情防控有望逐步取得积极进展。公司主要境外市场美国、加拿大、英国、主要欧盟国家、日本、韩国等发达国家和地区预计将在 2021 年上半年基本完成新冠疫苗接种工作，民众日常生活或经济活动逐步恢复正常。

在此背景下，在盈利预测过程中，出于谨慎性考虑，对 2020 年第四季度境外销售收入预测依据与客户签订的销售意向性协议、合同/订单进行预测，预测境外收入、成本情况如下：

项　目	2020 年 10-12 月 预测情况	2019 年 10-12 月 实际情况	变动情况
销售收入	1,614.98	6,654.76	-75.73%
营业成本	1,008.78	3,946.27	-74.44%
毛利率	37.54%	40.70%	-3.16%

2020 年第四季度境外预测销售收入为 1,614.98 万元，较上年同期下降 75.73%；同时，2020 年 10-11 月，公司境外销售收入为 1,016.16 万元，已达预测数 62.92%，其相关预测谨慎、合理。

在费用方面，与境外相关费用主要为境外员工的人工薪酬和销售费用中的运营费用。对于境外员工的职工薪酬，以 2020 年 9 月末人员构成、平均工资水平及职工福利费等的计提比例进行预测。运营费用系公司委托第三方服务公司在美国租赁场地、聘用人员负责协助公司进行产品的仓储、展示推广以及北美和南美地区的售后服务工作。由于 2020 年度北美地区受新冠疫情的影响较大，预测期间北美地区预计受新冠疫情的影响仍将持续，公司根据 2020 年度疫情期间北美地区实际的运营费支出进行预测。

综上所述，在我国新冠疫情影响基本消除、境外疫情防控有望逐步取得积极进展的背景下，公司 2020 年第三季度营业收入达 9,683.34 万元，为 2019 年三季度的 110.05%，在此基础上，结合与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单及公司销售计划对 2020 年第四季度收入进行预测。2020 年第四季度预测收入为 13,146.38 万元，较 2019 年同期下降 18.82%，其中境外预测收入为

1,614.98 万元，较上年同期下降 5,039.78 万元，其预测谨慎、合理。2020 年 10-11 月已实现销售收入 7,803.39 万元，达预测收入的 59.39%，考虑到 12 月存在圣诞节，并且邻近元旦及春节假期、寒假等，因此 12 月往往是一年中游戏游艺设备的销售高峰，公司 2020 年 12 月份实现预测收入的可行性较高。因此，公司对 2020 年盈利预测是谨慎的，疫情风险对盈利预测可实现性的影响已充分考虑。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十九、盈利预测情况”之“（三）盈利预测的补充说明”之“2、新冠肺炎疫情影响的考量” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、2020 年各个月份实现收入和利润情况，2020 年 10 月和 11 月实际数据与预测数据的差异情况，2020 年 7-11 月实现营业收入、扣除非经常性损益前后的归属于母公司所有者的净利润与盈利预测的差异情况，盈利预测是否谨慎、恰当

（一）2020 年各个月份实现收入和利润情况

2020 年 1-11 月，公司实现的收入和比例如情况如下：

单位：万元

月　份	营业收入	净利润	扣非后净利润
2020 年 1 月	2,180.80	20.31	20.91
2020 年 2 月	917.83	-78.00	-81.41
2020 年 3 月	1,473.34	22.38	14.51
2020 年 4 月	422.51	-328.18	-329.96
2020 年 5 月	485.21	-219.89	-226.71
2020 年 6 月	2,127.09	13.21	10.75
2020 年 7 月	1,823.16	12.03	4.40
2020 年 8 月	3,808.80	556.80	553.89
2020 年 9 月	4,051.38	1,055.94	987.72
2020 年 10 月	3,484.02	717.03	703.09
2020 年 11 月	4,319.37	721.34	700.52
合　计	25,093.50	2,492.98	2,357.71

注：2020 年 10 月及 11 月数据为未审数据

随着我国境内疫情管控的持续向好，2020 年 5 月，国务院印发《国务院应对新型冠状病毒感染肺炎疫情联防联控机制关于做好新冠肺炎疫情常态化防控工作的指导意见》，正式确认可采取预约、限流等方式开放公园、旅游景点，以及影剧院、游艺厅等密闭式娱乐休闲场所，境内游艺娱乐场所的客流量和营收情况开始逐步恢复和好转，公司营业收入自 2020 年 6 月起呈恢复增长态势。

2020 年 1 月下旬开始，国内新冠疫情逐步产生影响，国内销售下降，但 1-3 月境外疫情尚不严重，发行人境外销售基本正常，因此 1-3 月发行人保持一定的销售规模，并且基本盈亏平衡。

3 月下旬开始，境外疫情加剧，发行人境外销售受到较大不利影响，同时 4-5 月境内实际运营的游乐场较少，营收还处于缓慢恢复过程中，境内需求也比较少，因此 4-5 月发行人销售规模小，存在较大的亏损。

6 月开始，境内游乐场营收及人气有所恢复，部分客户适当加大投入，迎接暑假旺季，因此销售增加幅度相对较大。

8-9 月，境内游乐场营收恢复情况良好，下游客户投资信心有效恢复，并且备战十一国庆及中秋假期，发行人设备销售开始强劲复苏。

10 月国庆中秋假期较长，设备的市场需求减少，发行人设备销售有所减少。

11 月开始，下游客户开始备战圣诞、元旦、寒假及春季旺季，新门店开业及原有门店更新需求增加，市场逐步进入一年中的旺季，发行人设备销售增加。

（二）2020 年 10 月-11 月实际数据与预测数据的差异情况

单位：万元

月　份	2020 年 10-11 月 实际数	2020 年 10-11 月 预测数	差异率
营业收入	7,803.39	7,621.32	2.39%
营业成本	4,883.25	4,846.99	0.75%
销售费用	322.84	293.37	10.05%
管理费用	293.87	290.40	1.19%
研发费用	312.45	306.85	1.82%
财务费用	113.58	15.17	648.71%
净利润	1,438.37	1,433.10	0.37%

从上表可知，公司 2020 年 10-11 月收入和成本实际发生额较预测值分别高 2.39%和 0.75%，公司盈利预测相对谨慎。期间费用中，管理费用实际发生额与预测值基本一致；销售费用较预测值高 29.47 万元，比率为 10.05%，主要系销售收入较预测值增加带动所致；财务费用实际发生额较预测值高 98.41 万元，比率为 648.71%，主要系由于无法对汇率波动进行合理预期，出于谨慎性原则未对汇兑损益进行预测，随着人民币升值幅度加大导致差异较大。

总体而言，2020 年 10-11 月净利润实际发生额高于预测值 5.27 万元，两者基本一致，公司相关盈利预测谨慎、合理。

（三）2020 年 7-11 月收入、扣非后净利润预测及实现情况

2020 年 7-11 月收入及扣非后净利润预测及实现情况如下：

单位：万元

月　份	2020 年 7-11 月 实际数	2020 年 7-11 月 预测数	差异率
营业收入	17,486.73	17,210.18	1.61%
扣非后净利润	2,949.62	2,971.62	-0.74%

从营业收入来看，2020 年 7-11 月营业收入实际发生额较预测数增加 1.61%，扣除非经常性损益后净利润实际发生额与预测数基本一致，相关预测谨慎、合理。

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十九、盈利预测情况”之“（三）盈利预测的补充说明”之“3、2020 年各月实现收入和利润情况” 中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、公司已取得并预计在 2020 年第四季度发货的境内外主要订单及意向合同的具体情况及进展，境内与境外的订单及意向合同的金额和占比，是否可撤销，是否存在订单延迟情况，上述订单第四季度的执行和收入确认情况

（一）公司取得的订单及意向合同情况

截至本回复签署日，公司已取得的预计在第四季度发货的境内与境外订单及意向合同金额如下：

单位：万元

项　目	金　额	占　比
境内订单及意向合同	12,422.13	88.08%
境外订单及意向合同	1,681.33	11.92%
合　计	14,103.46	100.00%

（二）公司取得的订单及意向合同执行情况

截至本回复签署日，公司已取得的预计在第四季度发货的订单及意向合同 14,103.46 万元（不含税金额），上述订单以境内为主，随着我国新冠疫情影响基本消除，加上 12 月存在圣诞节，并且邻近元旦及春节假期、寒假等，已签署订单客户未要求撤销及延迟发货等情况，其执行情况良好，具体如下：

单位：万元

项　目	金　额	占　比
2020 年 10-11 月收入金额	7,803.39	55.33%
12 月待发货金额	6,300.07	44.67%
合　计	14,103.46	100.00%

发行人已在招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“十九、盈利预测情况”之“（三）盈利预测的补充说明”之“4、盈利预测期订单执行情况”　中补充披露上述楷体加粗相关内容。

五、中介机构核查情况

（一）核查程序

对于发行人盈利预测情况，保荐机构、申报会计师执行的核查程序如下：

1、查阅行业研究报告，访谈下游客户及实地走访其经营场所，了解目前下游客户游乐场经营情况及行业发展趋势；

2、访谈公司实际控制人、销售总监及销售人员、财务负责人等主要业务人员，了解核实 2020 年第四季度经营计划、销售计划等经营情况；

3、核查公司与主要客户的销售意向性协议、合同/订单及在第四季度的订单执行情况；

4、查阅盈利预测报告，核查编制盈利报告的编制方法和预测依据；

5、复核收益测算的各项参数、指标以及假设条件等，与公司 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月相关指标对比，核查效益测算合理性；

6、对比分析 2020 年 10-11 月实际发生数与盈利预测数，核查相关盈利预测是否谨慎、合理。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人结合与主要客户已签订的销售意向性协议、合同/订单、最新业务数据、行业市场发展状况、同行业公司情况及成本与期间费用变动情况，依据谨慎性原则对 2020 年业绩水平进行预测，其预测依据充分可靠、预测过程谨慎，与同行业预测方法一致，符合行业惯例。

2、预测假设中“新冠疫情不会出现重大反复，影响基本消除”的具体含义系不会出现今年 2-4 月全国性大范围疫情导致的游乐场暂停营业；同时，国外疫情总体尚未得到控制，预测中对国内零星疫情发生风险和国外疫情情况进行了充分考虑，2020 年第四季度预测收入为 13,146.38 万元，较 2019 年同期下降 18.82%，其中境外预测收入为 1,614.98 万元，较上年同期下降 5,039.78 万元，疫情风险对盈利预测可实现性影响予以充分考量；

3、根据发行人 2020 年 10-11 月收入、成本、期间费用、净利润实际情况与预测数据对比分析，发行人相关盈利预测谨慎、合理；

4、截至目前，发行人已取得的预计在第四季度发货的境内与境外订单及意向合同金额为 14,103.46 万元，其中境外订单金额为 1,681.33 万元，占比 11.92%；发行人订单以境内为主，随着我国新冠疫情影响基本消除，加上 12 月存在圣诞节，并且邻近元旦及春节假期、寒假等，已签署订单客户未要求撤销及延迟发货等情况，其执行情况良好。

问题十四：关于其他事项

根据申报材料和审核问询回复：（1）报告期内各期末，公司预付账款为133.35万元、384.11万元、138.52万元及723.26万元。（2）发行人未通过比较同行业可比公司及当地平均工资水平说明各类人员薪酬的合理性。（3）2020年第三季度，发行人单季度实现营业收入9,683.34万元，较上年同期同比增长10.05%。

请发行人：（1）补充披露2020年9月末预付账款大幅增加的背景、原因及合理性，是否存在对单个供应商预付金额较大的情形，如是，请按照审核关注要点要求在招股说明书中披露供应商名称、预付金额、账龄，并结合付款政策及同行业可比公司情况说明合理性及是否符合行业惯例。（2）补充披露生产人员、管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬，对比同行业可比公司及当地平均工资水平，披露员工薪酬的合理性。（3）补充披露2020年7-11月前五大客户、供应商及对应的销售、采购金额，主要销售产品数量、单价、成本情况，同比是否存在较大变化及变化的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充披露**2020**年**9**月末预付账款大幅增加的背景、原因及合理性，是否存在对单个供应商预付金额较大的情形，如是，请按照审核关注要点要求在招股说明书中披露供应商名称、预付金额、账龄，并结合付款政策及同行业可比公司情况说明合理性及是否符合行业惯例

2020年9月末，公司预付账款为723.26万元，较2019年末增加589.28万元。

2020年9月末，公司预付账款较2019年末增加幅度较大，主要系2020年9月末公司对TAITO CORPORATION及EIKOU ELECTRONICS.，LTD预付账款较多。2020年9月末，公司对其预付账款具体情况如下：

单位：万元

客户名称	账龄	金额

TAITO CORPORATION	1 年以内	318.01
EIKOU ELECTRONICS., LTD	1 年以内	167.36

TAITO CORPORATION 系日本游戏游艺设备知名供应商。2020 年 9 月末，公司对其预付账款金额为 318.01 万元主要系公司于 2019 年底成为其南美、北美等地游戏游艺设备“一击即中”的合作推广商，向其采购“一击即中”并面向南美、北美客户进行销售。依据公司与 TAITO CORPORATION 签订的合作协议，公司需向其预付部分设备款，因此 2020 年 9 月末公司形成对其的预付账款 318.01 万元。

EIKOU ELECTRONICS CO,LTD 为公司主要客户之一，为日本专业从事游艺设备进口业务的经销商，配合 KAGA Electronics Co.,Ltd.（加贺电子株式会社，东京证券交易所上市公司，股票代码 8154）一起为日本永旺等游乐场所经营企业提供产品和服务。公司于 2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月向其采购了少量游戏设备、套件等。2020 年 1-9 月，公司向其采购游戏游艺设备拉拉乐的套件，并于 2020 年 9 月底形成了 167.36 万元套件的预付账款。

公司预付账款主要为采购材料等支付的款项，依据与供应商的协议要求进行支付。同行业可比公司华立科技外购套件较多，2017 年末、2018 年末及 2019 年末其预付账款金额为 539.06 万元、1,610.67 万元及 1,608.71 万元，预付账款主要供应商为套件、卡片、整机供应商。因此，2020 年 9 月末公司因购买游戏游艺设备、套件导致预付账款有所增加符合行业惯例。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产的主要构成及减值准备提取情况”之“2、流动资产构成分析”之“（4）预付账款”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

二、补充披露生产人员、管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬，对比同行业可比公司及当地平均工资水平，披露员工薪酬的合理性

（一）生产人员、管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬

报告期内，按职能性质划分的各岗位人均工资情况如下：

单位：万元

按职能性质划分岗位	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售人员	7.21	14.92	14.85	12.59
管理人员	5.14	10.27	10.54	10.67
生产人员	4.07	8.27	8.07	7.26
研发人员	9.30	13.40	13.25	12.39
人均薪酬（万元）	5.87	10.68	10.43	9.67

注：平均薪酬依据薪酬总额及全年平均人数计算，其中薪酬总额包括工资、奖金、五险一金、福利等。

报告期内，公司的员工按行政管理岗、销售岗、研发岗和生产岗划分。2017 年至 2019 年，公司各岗位员工的平均工资整体呈上升趋势，2020 年 1-9 月，受疫情影响，薪酬水平有所下降。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（二）负债的主要构成和变化”之“（6）应付职工薪酬”之“①各岗位人员平均薪酬情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）员工薪酬水平与同行业可比公司及当地工资平均水平的比较情况

1、与同行业工资平均水平的比较情况

鉴于公司所处行业的特性及可比数据的可获得性，华立科技为同行业可比公司，故选取其作为平均薪酬可比公司。

报告期内，公司平均薪酬与同行业公司工资平均水平对比情况如下：

单位：万元

同行业公司	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
华立科技	-	12.44	12.59	12.26
发行人	5.87	10.68	10.43	9.67

注：华立科技平均薪酬系其招股书披露数据。

报告期内，发行人平均工资水平略低于华立科技，差距在 20%左右，主要是华立科技所在地广州与发行人所在地中山的经济发展水平及平均公司水平等存在一定的差异所致，根据广东省统计局披露的城镇单位就业人员平均工资，2019 年广州市平均工资较中山市高 40.77%。

2、与当地工资平均水平的比较情况

报告期内，公司平均薪酬与当地平均工资对比如下：

同行业公司	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
发行人	5.87	10.68	10.43	9.67
中山市平均工资	-	8.49	7.40	6.77

注：中山平均工资数据来源于中山市统计局公布的中山市城镇单位就业人员年平均工资。

报告期内，发行人的平均公司水平均高于中山市平均工资。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（二）负债的主要构成和变化”之“（6）应付职工薪酬”之“②员工薪酬水平与同行业可比公司及当地工资平均水平的比较情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

三、补充披露 2020 年 7-11 月前五大客户、供应商及对应的销售、采购金额，主要销售产品数量、单价、成本情况，同比是否存在较大变化及变化的原因

（一）2020 年 7-11 月前五大客户情况及同比变动情况

2020 年 7-11 月及 2019 年 7-11 月，公司前五大客户、销售金额及占当期销售总额的比例情况如下：

单位：万元

时间	排名	客户名称	金额	比例
2020 年 7-11 月	1	大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司	2,287.44	13.08%
	2	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	1,970.45	11.27%
	3	北京大玩家娱乐股份有限公司	1,868.36	10.68%
	4	潍坊娱人码头娱乐城	1,355.44	7.75%
	5	南京风云投资管理有限公司	895.00	5.12%
	合 计		8,376.69	47.90%
2019 年 7-11 月	1	北京大玩家娱乐股份有限公司	1,142.42	6.88%
	2	Dave &Buster’s Entertainment, Inc.	1,035.50	6.24%
	3	伍彩汇业(广州)贸易有限公司	923.04	5.56%
	4	H. BETTI INDUSTRIES, INC	671.21	4.04%
	5	永旺幻想（中国）儿童游乐有限公司	381.51	2.30%

	合　计	4,153.68	25.01%

2020 年 7-11 月，公司前五大客户与 2019 年 7-11 月存在一定的差异，主要系受境内外新冠疫情的控制程度存在一定的差异所致。2019 年 7-11 月，公司前五大客户中 Dave &Buster’s Entertainment, Inc.及 H. BETTI INDUSTRIES, INC.为美国客户，2020 年受新冠疫情的影响向公司采购有所减少。伍彩汇业为日本 GENDA（原名 MIDAS）在中国的子公司，其管理团队主要来自日本，疫情影响人员往来，导致 2020 年对公司的采购减少。

同时，2020 年上半年，受新冠疫情的影响，境内客户延缓了设备更新及新开门店采购计划。2020 年 7-11 月，基于境内疫情的良好控制及客户的游乐场新开门店及原有门店设备更新、市场开拓需求，境内客户大玩家、永旺幻想、大连东方英雄嘉年华投资管理有限公司、潍坊娱人码头娱乐城、南京风云投资管理有限公司等向公司采购增加。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“7、重要客户分析”之“（6）2020 年 7-11 月主要客户情况及同比变动情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（二）2020 年 7-11 月前五大供应商情况及同比变动情况

2020 年 7-11 月及 2019 年 7-11 月，公司前五大供应商、采购金额及占当期采购总额的比例情况如下：

单位：万元

时间	排名	供应商名称	主要原材料	金额	比例
2020 年 7-11 月	1	鈊象电子股份有限公司	游戏套件	543.55	5.60%
	2	Marvelous Inc	游戏套件	540.87	5.57%
	3	Raw Thrills, Inc	游戏套件	458.22	4.72%
	4	东莞市芝麻开花电子有限公司	显示器	454.32	4.68%
	5	中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	451.92	4.65%
	合　计			2,448.88	25.21%
2019 年	1	鈊象电子股份有限公司	游戏套件	1,111.68	9.57%
	2	Raw Thrills, Inc	整机设备	935.00	8.05%

7-11月	3	东莞市芝麻开花电子有限公司	显示器	463.79	3.99%
	4	Konami Amusement (Thailand) Co., Ltd.	游戏套件	447.67	3.86%
	5	中山市金瑞恒金属制品有限公司	加工件	433.84	3.74%
	合 计			3,391.97	29.22%

2020年7-11月,除了Marvelous Inc外,公司前五大供应商较2019年7-11月未发生变动，亦为2019年7-11月前五大供应商。

Marvelous Inc.成立于1997年，主要从事在线游戏、游戏软件、游戏游艺设备、音乐和视频的生产和销售，是日本最大的游戏商之一。目前在东京证券交易所上市，证券代码为：7844。公司于2019年与其建立合作，向其采购华卡音舞套件，基于2020年华卡音舞销售情况良好，公司向其采购较多。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“6、主要供应商采购情况”之“（7）2020年7-11月主要供应商情况及同比变动情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

（三）2020年7-11月主要销售产品情况及同比变动情况

2020年7-11月，公司销售前五大产品的数量、金额、占营业收入比重、单价、成本及上年同期情况如下：

期间	序号	产品名称	所属产品类别	销售金额(万元)	数量(台)	单价(万元/台)	成本(万元)	占比
2020年7-11月	1	动感飞车	模拟类	1,743.98	454	3.84	1,003.86	9.97%
	2	海盗大冒险	模拟类	1,064.11	141	7.55	690.48	6.09%
	3	胜利摩托VR	模拟类	963.37	78	12.35	679.10	5.51%
	4	泰奇VRLeo	模拟类	795.66	209	3.81	459.79	4.55%
	5	华卡音舞	模拟类	777.88	137	5.68	558.42	4.45%
	小计			5,345.00	1,019	5.25	3,391.65	30.57%
2019年7-11月	1	欢乐乒乓	新型游戏游艺设备	1,812.39	572	3.17	1,092.49	10.91%
	2	动感飞车	模拟类	1,516.99	343	4.42	1,128.86	9.13%
	3	极速保龄	嘉年华类	1,462.29	412	3.55	802.51	8.80%

期间	序号	产品名称	所属产品类别	销售金额(万元)	数量(台)	单价(万元/台)	成本(万元)	占比
	4	深海寻宝	嘉年华类	764.54	197	3.88	452.04	4.60%
	5	篮球争霸赛	嘉年华类	642.63	631	1.02	541.10	3.87%
	小计			6,198.84	2,155	2.88	4,017.01	37.32%

2020 年 7-11 月，公司主要销售产品为动感飞车、海盗大冒险、胜利摩托 VR、泰奇 VRLeo 及华卡音舞，与 2019 年 7-11 月主要销售产品存在一定的差异，主要系胜利摩托 VR、泰奇 VRLeo、海盗大冒险、华卡音舞为公司于 2019 年下半年至 2020 年相继推出的新产品，以上产品在推出后受到市场的认可，同时在境内新冠疫情得到良好的控制的情况下，于 7-11 月实现了良好的销售。2020 年 7-11 月，动感飞车的销售单价较低，主要系公司于 2020 年 9 月实现对大玩家的合作机台转销业务，动感飞车单价较低，若扣除此影响，动感飞车单价为 4.45 万元。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“9、主要产品的具体情况”之“（5）2020 年 7-11 月主要销售产品情况及同比变动情况”中补充披露上述楷体加粗相关内容。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上事项，保荐机构及申报会计师进行了如下核查：

1、获取发行人报告期末预付账款明细，了解预付账款金额增长的原因及合理性；

2、针对预付账款主要供应商，获取相关合同及款项支付凭证，确认预付账款的真实性；对预付账款主要供应商进行函证，进一步确认预付账款的真实性；

3、查询同行业可比公司预付账款情况，确认发行人预付账款符合行业惯例；

4、取得报告期内发行人工资明细表，对各岗位和各级别人员工资薪酬变动进行分析。查阅了中山市统计局、广州市统计局发布的城镇居民平均年收入，查

找同行业披露薪酬的公司，进行员工薪酬对比；

5、获取发行人 2020 年 7-11 月及 2019 年 7-11 月销售、采购明细，确认前五大客户、供应商及主要销售产品情况，了解变动的原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人 2020 年 9 月末预付账款有所增加主要系预付 TAITO CORPORATION 及 EIKOU ELECTRONICS., LTD 游戏游艺设备采购款及套件款，相关付款政策符合行业惯例；

2、发行人报告期内平均薪酬高于中山市平均工资，具有合理性；发行人平均薪酬略低于同行业可比公司华立科技，主要是华立科技所在地广州与发行人所在地中山的经济发展水平及平均工资水平等存在一定的差异所致；

3、发行人 2020 年 7-11 月主要客户、供应商及销售产品与上年同期存在一定的差异，主要受境内外疫情控制情况的差异、新产品推出的时间等因素的影响所致，不存在异常情况。

（本页无正文，为《广东世宇科技股份有限公司关于<广东世宇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二轮审核问询函>的回复》之签章页）

广东世宇科技股份有限公司

2020 年12月26日

发行人董事长声明

本人已认真阅读广东世宇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二轮审核问询函回复的全部内容，确认审核问询函的回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

董事长签名：

吕飞雄

广东世宇科技股份有限公司

2020年12月26日

（本页无正文，为《长城证券股份有限公司关于<广东世宇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二轮审核问询函>的回复》之签章页）

保荐代表人签字：

胡跃明　　严绍东

长城证券股份有限公司

2020 年 12 月 26 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读广东世宇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二轮审核问询函回复的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函的回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

李　翔

长城证券股份有限公司

2020 年 12 月 26 日