

关于华智机器股份公司
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

保荐人：

主承销商：



民生证券股份有限公司

MINSHENG SECURITIES CO., LTD.

中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1168 号 B 座 2101、2104A 室

深圳证券交易所:

贵所于 2020 年 12 月 10 日出具的《关于华智机器股份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》(以下简称“《审核问询函》”)已收悉,华智机器股份公司(以下简称“发行人、“公司”或“华智股份”)、民生证券股份有限公司(以下简称“保荐机构”或“民生证券”)、广东信达律师事务所(以下简称“发行人律师”)、大华会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“申报会计师”)等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查,现回复如下,请予审核。

保荐机构对本回复材料中的发行人回复(包括补充披露和说明的事项)进行了逐项核查,确认并保证其真实、完整、准确。

除另有说明外,本回复报告所用简称与《华智机器股份公司创业板首次公开发行股票招股说明书(申报稿)》中的释义相同。本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况,均为四舍五入所致。

审核问询函所列问题	黑体(不加粗)
审核问询函所列问题的回复	宋体(不加粗)
引用原招股说明书内容	宋体(不加粗)
对招股说明书的修改、补充	楷体(加粗)

招股说明书中对问询函中要求披露的回复内容,进行了补充披露。考虑到问询函中回复的完整性,不同问题的回复存在重复内容的情况。因此,招股说明书补充披露时,考虑招股说明书上下文联系及可读性,针对重复的内容进行了适当合并、简略,并按照招股说明书中编号重新进行了编排。

目录

问题 1: 关于发行人股东深圳沈氏.....	4
问题 2: 关于历史沿革.....	15
问题 3. 关于资金流水核查.....	19
问题 4. 关于创业板定位.....	27
问题 5. 关于市场规模和竞争对手.....	39
问题 6. 关于客户集中.....	49
问题 7. 关于第一大客户华为.....	71
问题 8. 关于收入确认.....	79
问题 9. 关于营业收入.....	85
问题 10. 关于审计截止日后财务信息及经营状况.....	99
问题 11. 关于外销收入及营业收入核查.....	104
问题 12. 关于供应商.....	110
问题 13. 关于主营业务成本.....	115
问题 14. 关于毛利率.....	120
问题 15. 关于销售人员、管理人员平均工资.....	132
问题 16. 关于存货.....	136

问题 1：关于发行人股东深圳沈氏

根据审核问询回复，2019 年 1 月，沈坚将其持有深圳沈氏 99%股权（对应 990 万元出资额）以 990 万元价格转让给蒋笑。该次股权转让前深圳沈氏所持发行人 25.09%的股权对应的净资产值为 5,104.41 万元。主要系 2016 年以来蒋笑和沈坚之间发生了多次争议和分歧，但沈坚仍认可蒋笑对发行人的贡献，双方根据实际贡献情况对发行人原有股权比例进行了重大修正所致。

请发行人：

（1）补充披露“2016 年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间是否存在矛盾，以及沈坚持有发行人及深圳沈氏股份多年，最终将发行人股份接近原价转让给东洲创富、东洲泰富，将深圳沈氏股份原价转让给蒋笑的原因及商业合理性，该等转让价格的定价公允性，是否存在代持关系或其他利益安排；

（2）补充披露沈坚将深圳沈氏 99%股权转让给蒋笑后，约定深圳沈氏持有的江苏嘉瑞 52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有的原因及商业合理性，上述约定是否符合法律法规的规定；

（3）结合《首发业务若干问题解答（2020 年修订）》问题 26 的相关规定，补充披露发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏 99%股权的行为是否涉及股份支付。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，说明核查依据、核查过程。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露“2016 年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间是否存在矛盾，以及沈坚持有发行人及深圳沈氏股份多年，最终将发行人股份接近原价转让给东洲创富、东洲泰富，将深圳沈氏股份原价转让给蒋笑的原因及商业合

理性，该等转让价格的定价公允性，是否存在代持关系或其他利益安排

发行人在招股说明书“第五节、七、（一）控股股东、实际控制人”补充披露如下：

1、补充披露“2016年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间是否存在矛盾

（1）蒋笑与沈坚各自初始股权比例确定的背景

①蒋笑与沈坚合作的背景

沈坚系在上海、江苏地区发展起来的企业家，自2000年初开始，沈坚便在上海、江苏等地经营企业，其个人直接或间接控制的包括上海东洲企业投资管理有限公司、上海东洲罗顿通信股份有限公司、江苏省化工研究所有限公司在内的数十家企业。

蒋笑自2000年9月至2011年2月期间，任职于瑞谷科技（深圳）有限公司（以下简称“瑞谷科技”），职位为副总经理，分管瑞谷科技的整个研发、销售环节，尤其是客户资源的开拓工作。瑞谷科技主要从事网络能源产品的研发、制造及销售，经过了十年的历练，蒋笑积累了一批优质的客户资源及丰富的生产、管理经验。

沈坚与蒋笑在早期业务联络过程中认识后，蒋笑在网络能源行业进行创业的计划得到了沈坚的支持，沈坚看好网络能源行业的前景，也很认可蒋笑的个人能力以及蒋笑在该行业积累的经验及资源。两人经过多次的商议，最终确定通过两人共同合作设立公司的方式从事网络能源产品的生产和销售。

②初始股权比例确定的背景

由于发行人设立之初，业务能否顺利开展，能否持续经营均存在一定的不确定性，蒋笑与沈坚初始股权比例的分配（蒋笑间接持有发行人60%的股权、沈坚间接持有发行人40%的股权）主要系根据双方未来可能对发行人贡献度的预期（如对于发行人后续资源引进、客户开发、公司经营管理等方面投入的时间与

精力等)的基础上协商确定的;在初始股权比例确定的时点,双方均未能考虑到在发行人后续发展的过程中,各自对发行人的实际贡献度与最初确定的股权比例的预期投入度可能会存在严重不匹配的情况。

(2) 发行人发展过程中,双方虽就各自对发行人的实际贡献度与初始股权比例的匹配度存在争议和分歧,但沈坚最终认可蒋笑对发行人的付出和努力

自发行人设立以来,沈坚因其主要工作地和生活地均在上海,并没有投入过多的时间和精力参与发行人的实际经营管理活动,其在合作过程中并未兑现其应参与发行人经营管理的程度和完成应由其负责的重大事项,其应为发行人引进上海地区的客户及相关资源亦均未兑现。随着发行人经营业务的不断发展壮大,蒋笑认为沈坚对发行人在发展过程中的实际贡献度较低,不符合当初二人商议的初始股权投入匹配度,并在与沈坚的沟通交流甚至争吵的过程中,多次表示希望降低沈坚持有的发行人的股权比例,以修正双方的初始股权比例与各自对发行人的实际贡献度不匹配的情况。

沈坚最初对于蒋笑关于修正初始股权比例的要求无法接受,因此两人的争议和分歧越来越大,双方共同合作经营公司的基础也随之逐步丧失;但随着发行人业务超预期的发展壮大,沈坚也逐渐见证了蒋笑在发行人主要客户的取得及维护、主要生产工艺流程及质量控制流程的打造、智能制造信息化管理平台及多进程柔性制造的构建等方面所起的决定性作用,在发行人经营管理中的核心地位突出且不可替代;发行人在以蒋笑为核心的管理团队的带领下,生产经营规模不断扩大,从当初二人合作时的小型公司已发展成为具有一定规模和体量的大中型企业。因此,在发行人业务不断壮大的过程中,沈坚逐步认可了蒋笑所作出的努力和付出对发行人的成长至关重要。

(3) 沈坚自身的相关情况,对其接近原价转让大幅股权产生重要影响

如上所述,沈坚系在上海、江苏地区发展起来的企业家,一方面,其在江苏、上海拥有众多的企业和资产,且需要其个人投入大量的时间和精力去参与管理;而发行人的业务活动主要集中在广深地区,因此,其几乎无法投入太多的时间和精力参与发行人的实际经营管理活动;另一方面,沈坚在江苏、上海等地的产业和资产规模也较大,除其持有的发行人股份外,其自身的财务状况

也较为良好。另外，沈坚近年来的身体健康情况并不太好，且在经历了一次较大的身体疾病后，也导致其看待财富的心态和投资理念均发生了较大的变化。

综上所述，正是基于蒋笑与沈坚的合作背景以及沈坚未按当初的贡献度预期来对发行人进行投入，以及发行人发展壮大主要来自于蒋笑所作之贡献的事实情况，因而沈坚在综合考虑自己的财务状况和身体状况后，逐步同意由其让渡部分股权用于员工股权激励直至后来大幅转让股权给蒋笑，作为修正双方股权比例的方式。

因此，“2016年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间不存在矛盾；沈坚持有发行人及深圳沈氏股份多年，最终将发行人股份接近原价转让给东洲创富、东洲泰富具有合理性，将深圳沈氏股份原价转让给蒋笑具有合理性。

2、沈坚持有发行人及深圳沈氏股份多年，最终将发行人股份接近原价转让给东洲创富、东洲泰富，将深圳沈氏股份原价转让给蒋笑，该等转让价格的定价公允性，是否存在代持关系或其他利益安排

(1) 沈坚将发行人股权接近原价转让给东洲创富、东洲泰富的定价公允性，是否存在代持关系或其他利益安排

1) 本次股权转让的定价公允性

本次股权转让价格为每1元出资额作价1.09元，本次股权转让的目的是对员工进行股权激励，以东洲有限截至2017年4月30日的净资产作为定价基础，转让价格与公允价值的差额部分确认为股份支付。股份支付权益定价以沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《深圳东洲新能源科技有限公司拟进行股份支付所涉及的该公司股东全部权益评估报告》收益法评估结果确定，股权激励相关权益定价公允。

2) 本次股权转让是否存在代持关系或其他利益安排

经对沈坚进行访谈确认，上述股权转让系沈坚的真实意思表示，不存在委托持股或其他利益安排；且本次股权转让的程序以及相关转让义务均已经履行完毕，转让真实有效，不存在任何纠纷和潜在纠纷。

(2) 沈坚将深圳沈氏股权原价转让给蒋笑定价公允性，是否存在代持关系或其他利益安排

1) 本次股权转让的背景系对沈坚投入与股权比例匹配度的调整，并非正常的市场定价

本次股权转让系按照深圳沈氏注册资本作为定价依据，即股权转让价格为每1元出资额作价1元。根据经大华审计的发行人资产负债表，截至2018年12月31日，发行人的净资产为20,344.42万元，截至本次深圳沈氏股权转让前，深圳沈氏所持有发行人25.09%的股份对应的净资产值为5,104.41万元。

本次股权转让的背景系基于对沈坚投入与股权比例匹配度的调整，具有很强的主观性，因此不能视为是完全市场化的交易；但如本题第一问所述，本次股权转让具有合理性。

2) 沈坚将深圳沈氏股权原价转让给蒋笑，股权转让真实，不存在代持关系或其他利益安排

①本次股权转让已履行了全部相关法律手续并已依法纳税

经查阅深圳沈氏的工商内档，2019年1月，深圳沈氏作出股东决定，同意沈坚将其持有深圳沈氏99%股权（对应990万元出资额）以990万元价格转让给蒋笑。经核查，双方已依据前述股东决定签署了相应的股权转让协议，该协议合法有效，转让款已支付完毕，相应的股权转让工商变更登记手续也已办理完毕，不存在任何纠纷、潜在纠纷，本次股权转让合法有效。

此外，沈坚已就上述股权转让事宜按照深圳沈氏对应的净资产值依法缴纳了个人所得税。

②本次股权转让不存在规避同业竞争监管要求及关联交易非关联化情形

A、本次股权转让不存在规避同业竞争监管要求的情形

经核查，沈坚及其近亲属控制或施加重大影响的相关企业与发行人之间不存在同业竞争，且沈坚已出具关于避免同业竞争的承诺，因此，发行人不存在通过本次股权转让使得沈坚及其近亲属控制或施加重大影响的相关企业规避同

业竞争监管要求的情形。

B、本次股权转让不存在关联交易非关联化的情形

经核查，发行人已严格按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020修订）》、《企业会计准则》等相关规定将沈坚及其近亲属控制或施加重大影响的相关企业认定为关联方并在招股说明书中如实披露，不存在关联方遗漏的情形，因此，本次股权转让不存在关联交易非关联化的情形。

③本次股权转让不存在因规避股份锁定而做的特殊股份比例利益安排的情形

本次股权转让后，蒋笑、沈坚分别对其所持发行人股份的限售安排作出承诺，其中蒋笑承诺：“自发行人首次公开发行（A股）股票并在创业板上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人本次发行前已发行的股份，也不得提议由发行人回购该部分股份”；沈坚承诺：“自发行人首次公开发行（A股）股票并在创业板上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人本次发行前已发行的股份，也不得提议由发行人回购该部分股份”。本次股权转让完成后，沈坚整体持股比例降低至5%以下，其所持股份锁定12个月，转让给蒋笑的股份由蒋笑作出承诺锁定36个月。

因此，上述股权转让不存在因规避股份锁定而做的特殊股份比例利益安排的情形。

经登陆中国裁判文书网、中国执行信息公开网网站进行查询，上述股权转让涉及的当事人之间不存在任何诉讼、纠纷；经核查沈坚的《个人信用报告》（查询日期为2020年4月1日），截至前述查询日，沈坚不存在到期未清偿的大额债务。

因此，本次股权转让虽非市场价格，但具有合理性，股权转让系当事双方的真实意思表示，转让合法有效，不存在委托持股或其他利益安排，不存在规避同业竞争监管要求及关联交易非关联化等情形，也不存在因规避股份锁定而做的特殊股份比例利益安排的情形。

综上所述，“2016 年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间不存在矛盾；沈坚将发行人股权参考发行人净资产的价值转让给东洲创富、东洲泰富，具有商业合理性，转让价格与公允价值的差额部分已确认为股份支付；沈坚将深圳沈氏股权接近原价转让给蒋笑，虽非市场价格，但具有合理性；前述两次股权转让均系转让相关方的真实意思表示，转让合法有效，不存在代持关系或其他利益安排。

（二）补充披露沈坚将深圳沈氏99%股权转让给蒋笑后，约定深圳沈氏持有的江苏嘉瑞52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有的原因及商业合理性，上述约定是否符合法律法规的规定

发行人在招股说明书“第五节、七、（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业”补充披露如下：

1、沈坚将深圳沈氏99%股权转让给蒋笑后，约定深圳沈氏持有的江苏嘉瑞52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有的原因及商业合理性

（1）江苏嘉瑞设立至今，沈坚直接或间接拥有江苏嘉瑞 52%的权益从未发生过变化

江苏嘉瑞成立于 2008 年 1 月 15 日，主要从事房产开发、物业管理等业务。自江苏嘉瑞设立时至 2018 年 2 月期间的股东为沈坚（持股 52%）、舒春雷（持股 48%）；2018 年 2 月 22 日，沈坚将其所持江苏嘉瑞的 52%的股权全部转让给深圳沈氏（沈坚当时持有深圳沈氏 100%的股权）。

根据对沈坚的访谈，沈坚基于税务筹划方面的考虑，其于 2018 年 1 月设立深圳沈氏后，便通过股权价格调整的方式将其直接持有的发行人的部分股权、江苏嘉瑞 52%的股权均调整至深圳沈氏名下。江苏嘉瑞自设立至今，沈坚一直直接或间接持有其 52%的权益，沈坚从未考虑过转让江苏嘉瑞的前述权益，因此，其在与蒋笑协商向蒋笑转让其间接持有发行人的部分股权时，双方一致认同，沈坚转让深圳沈氏的股权时，仅涉及沈坚间接持有的发行人部分股权的转让，

不涉及江苏嘉瑞的权益变动。

(2) 根据对沈坚的访谈，鉴于江苏嘉瑞属于房地产企业，如深圳沈氏将其持有江苏嘉瑞的股权再转回至沈坚个人名下，将会涉及较为复杂的房地产税务清算程序及大额的税负成本，因此，经双方协商，沈坚虽将其所持有的深圳沈氏 99%股权转让给蒋笑，但关于深圳沈氏所持有江苏嘉瑞的股权暂不考虑进行调整，并在深圳沈氏的《股权转让协议》中作出了“沈坚将深圳沈氏 99%股权转让给蒋笑后，深圳沈氏持有的江苏嘉瑞 52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关”的相关约定。

基于上述，关于“深圳沈氏持有的江苏嘉瑞 52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有”的约定具有商业合理性。

2、关于“江苏嘉瑞的股权（包括相应的债权、债务）与蒋笑无关”的特殊约定是否符合法律法规的规定

(1) 关于“江苏嘉瑞的股权（包括相应的债权、债务）与蒋笑无关”的特殊约定未违反《公司法》之相关规定

经核查《公司法》之相关规定，《公司法》明确规定了公司股东依法享有资产收益（如分红权）、参与重大决策和选择管理者等权利以及股东可以对外转让股权的权利，但《公司法》及相关司法解释未明文禁止股权转让双方在进行股权转让时将前述股东权利进行分割处置。

因此，关于“江苏嘉瑞的股权（包括相应的债权、债务）与蒋笑无关”的特殊约定并未违反《公司法》之相关规定。

(2) 关于“江苏嘉瑞的股权（包括相应的债权、债务）与蒋笑无关”的特殊约定未违反当时有效的《合同法》之相关规定

经核查沈坚与蒋笑签署的《股权转让协议》并核查当时有效的《合同法》之相关规定，该《股权转让协议》不存在当时有效的《合同法》第五十二条规定之合同无效的情形：

①不存在一方以欺诈、胁迫的手段订立合同，损害国家利益的情形；不存

在恶意串通，损害国家、集体或者第三人利益的情形，不存在以合法形式掩盖非法目的的情形，不存在损害社会公共利益的情形。

经访谈沈坚、蒋笑，《股权转让协议》虽包含特殊约定，但系双方自愿签署，系基于真实意思表示订立，真实有效；前述《股权转让协议》中所涉及的江苏嘉瑞系民营企业，不涉及国有资产及集体资产的变动，因此，不存在一方以欺诈、胁迫的手段订立合同的情形，亦不存在损害国家、集体及社会公共利益的情形。

根据沈坚、蒋笑提供的无犯罪记录证明并登录裁判文书网、中国执行信息公开网、百度网、搜狗网进行查询，沈坚、蒋笑不存在相关违法及涉诉记录，也不存在相关负面舆论新闻；因此，不存在恶意串通，损害第三人利益的情形，亦不存在以合法形式掩盖非法目的的情形。

②不存在违反法律、行政法规的强制性规定的情形

经查阅《公司法》及相关司法解释、当时有效的《合同法》及相关司法解释等相关法律、法规之规定，未发现禁止股权转让双方将股东权利进行分割处置的相关规定。

(3) 司法实践中法院对于包含股东权利分割处置等特殊约定的合同/协议倾向于认定有效

经查询相关司法判例¹，司法实践中法院倾向于认为，包含有该等特殊约定或安排的股权转让相关协议/合同属于公司股东间的意思自治范畴，如其内容并未违反《公司法》等法律、法规的强制性规定，且不存在当时有效的《合同法》规定之合同法定无效情形的，应属有效约定。

综上所述，沈坚将深圳沈氏 99%股权转让给蒋笑后，约定深圳沈氏持有的江苏嘉瑞 52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有，该特殊约定具有商业合理性，且内容未违反法律、法规规定，合法有效。

¹ 案例摘选如下：

①绿地能源集团有限公司与陆国伟股权转让合同纠纷上诉案（（2016）沪民终 497 号）；

②冀显翼与佛山市西伍服饰有限公司与公司有关的纠纷上诉案（（2019）粤 01 民终 22758 号）；

③徐琳与广州勒猫电子商务有限公司合同纠纷案（（2019）粤 0111 民初 34349 号）。

(三) 结合《首发业务若干问题解答(2020年修订)》问题26的相关规定,补充披露发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏99%股权的行为是否涉及股份支付

发行人在招股说明书“第五节、七、(一)控股股东、实际控制人”补充披露如下:

《企业会计准则第11号-股份支付》以及《企业会计准则讲解(2010)》对股份支付的定义及相关判断情况作出了详细的规定,而针对实务中容易存在理解偏差的情形,证监会于2020年6月10日发布了《首发业务若干问题解答(2020年修订)》作出了具体的补充指引。根据以上相关文件,判断是否存在股份支付,需重点考虑交易的目的是否为换取职工或者其他方提供的商品或服务。《首发业务若干问题解答(2020年修订)》中指出“通常情况下,解决股份代持等规范措施导致股份变动,家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动,资产重组、业务并购、持股方式转换、向老股东同比例配售新股等导致股权变动等,在有充分证据支持相关股份获取与发行人获得其服务无关的情况下,一般无需作为股份支付处理。”即,应当判断低价受让股权更多地是基于激励对象作为企业职工、供应商、客户等特定身份,还是基于其此前已具备的股东身份。报告期内,发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏99%股权的行为,是基于股东实际贡献度而对初始股权比例进行的调整,发行人实际控制人蒋笑自公司成立之日起即作为发行人实际控制人的身份,自始至终未发生过变化。该次股权受让行为,与蒋笑为发行人提供商品或服务无关,因此无需作为股份支付处理。

此外,《首发业务若干问题解答(2020年修订)》问题26中进一步规定“对于为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股事宜,如果根据增资协议,并非所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份,对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份,应属于股份支付;如果增资协议约定,所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份,但股东之间转让新增股份受让权且构成集团内股份支付,导致实际控制人/老股东超过其原持股比例获得的新增股份,也属于股份支付。对于实际控制人/老股

东原持股比例，应按照相关股东直接持有与穿透控股平台后间接持有的股份比例合并计算”，该项规定的交易方式系发行人向特定对象发行新增股份，而非新老股东之间、现有股东之间转让存量股份，发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏 99%的股权，并未导致其他股东持有发行人的股份比例发生变化，因此无需作为股份支付处理。

综上所述，发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏 99%股权的行为，不涉及股份支付，发行人的会计处理符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》、《企业会计准则讲解（2010）》以及《首发业务若干问题解答（2020 年修订）》问题 26 的相关规定。

二、核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了沈坚、蒋笑填写的调查表并访谈了沈坚、蒋笑，了解沈坚、蒋笑之间的商业合作历史、股权转让的相关背景等情况。

2、查阅了上述股权转让（沈坚将发行人股份转让给东洲创富、东洲泰富，将深圳沈氏股权转让给蒋笑）的相关协议、内部决议等工商资料。

3、查阅了上述股权转让涉及之定价依据文件以及个人所得税缴纳文件。

4、取得了沈坚和蒋笑出具的关于股份锁定等事宜的相关承诺函。

5、登陆中国裁判文书网、中国执行信息公开网网站查询沈坚、蒋笑之间是否存在上述股权转让相关之诉讼纠纷；查阅了沈坚的《个人信用报告》，了解沈坚的债务及信用状况。

6、查阅了沈坚与蒋笑签署的关于转让深圳沈氏 99%股权的《股权转让协议》并就上述特殊约定事宜访谈了沈坚，了解上述特殊约定的背景情况。

7、查阅了江苏嘉瑞提供的主营业务说明函，税务、工商等行政部门的合规证明，截至 2019 年 12 月 31 日的财务报表，了解江苏嘉瑞的主营业务及财务情况以及经营合规性等情况。

8、检索查阅了《中华人民共和国公司法》及相关司法解释、股权转让时有

效的《中华人民共和国合同法》及相关司法解释等相关法律、法规之规定，核查上述特殊约定是否违反了法律法规之规定。

9、取得了沈坚、蒋笑提供的无犯罪记录证明，核查沈坚、蒋笑是否存在相关违法犯罪记录。

10、登陆并核查了中国裁判文书网、中国执行信息公开网、百度网、搜狗网；查询整理了相关司法判例，了解司法实践中法院对于包含有类似上述特殊约定的股权转让相关协议/合同的效力的认定态度。

11、检索查阅了《企业会计准则第 11 号-股份支付》、《企业会计准则讲解（2010）》以及《首发业务若干问题解答（2020 年修订）》等规定。

三、核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、“2016 年以来沈坚与蒋笑发生多次争议和分歧，合作基础已经丧失”与“沈坚仍认可蒋笑对发行人的努力和付出”的表述之间不存在矛盾；沈坚将发行人股权参考发行人净资产的价值转让给东洲创富、东洲泰富，具有商业合理性，转让价格与公允价值的差额部分已确认为股份支付；沈坚将深圳沈氏股权接近原价转让给蒋笑，虽非市场价格，但具有合理性；前述两次股权转让均系转让相关方的真实意思表示，转让合法有效，不存在代持关系或其他利益安排。

2、沈坚将深圳沈氏 99%股权转让给蒋笑后，约定深圳沈氏持有的江苏嘉瑞 52%股权（包括对应的债权、债务）均与蒋笑无关，仍为沈坚实际拥有，该特殊约定具有商业合理性，且内容未违反法律、法规规定，合法有效。

3、发行人实际控制人蒋笑受让沈坚持有的深圳沈氏 99%股权的行为，不涉及股份支付，发行人的会计处理符合《首发业务若干问题解答（2020 年修订）》问题 26 的相关规定。

问题 2：关于历史沿革

根据招股说明书及审核问询回复，发行人原股东深圳蒋氏企业管理咨询中心

和深圳沈氏企业管理咨询中心（以下分别简称“蒋氏企业”和“沈氏企业”）成立于2017年10月，于2017年12月以1元/出资额的价格分别向发行人前身深圳东洲增资3,600万元、2,400万元。2018年2月，蒋氏企业和沈氏企业分别将其持有的深圳东洲股份全部以1元/出资额的价格转让给深圳蒋氏和深圳沈氏，蒋氏企业和沈氏企业于2018年3月注销。发行人解释注销蒋氏企业和沈氏企业的主要原因为经办人员操作失误，错误将蒋氏企业和沈氏企业注册为个人独资企业，不符合蒋笑、沈坚拟在股东层面进行资本运作的初衷，成立后经办人员及时发现注册错误，随即开展注销工作，重新设立有限公司深圳蒋氏和深圳沈氏承接蒋氏企业和沈氏企业持有的深圳东洲股份。

请发行人：结合有限公司和个人独资企业面临的税负差异情况，补充披露取消分红的原因及商业合理性，蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体是否存在代持或其他利益安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，说明核查依据、核查过程。

回复：

一、发行人补充披露

（一）结合有限公司和个人独资企业面临的税负差异情况，补充披露取消分红的原因及商业合理性

发行人在招股说明书“第七节、十、（三）偶发性关联交易”处补充披露如下：

1、有限责任公司与个人独资企业在获得分红时的税负差异情况

根据《企业所得税法》规定，居民企业就其直接投资于其他居民企业取得的投资收益，属于免税收入。如发行人分红给深圳蒋氏、深圳沈氏两家有限责任公司，即视为该两家有限责任公司取得了投资收益，该等投资收益属于免税收入，深圳蒋氏、深圳沈氏无需就取得该等分红缴税。

根据国家税务总局关于《关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定》执行口径的通知（国税函〔2000〕84号）之规定，个人独资企业

对外投资分回的利息或者股息、红利，不并入企业的收入，而应单独作为投资者个人取得的利息、股息、红利所得，按“利息、股息、红利所得”应税项目计算缴纳个人所得税。根据《个人所得税法》第二条、第三条之规定，纳税人就“利息、股息、红利所得，财产租赁所得，财产转让所得和偶然所得”，适用比例税率，税率为20%。因此，如发行人分红给蒋氏企业、沈氏企业两家个人独资企业，则蒋氏企业、沈氏企业的投资者蒋笑、沈坚应就该等分红分别按照20%的税率计算缴纳个人所得税。

综上所述，如发行人分红给深圳蒋氏、深圳沈氏两家有限责任公司，深圳蒋氏、深圳沈氏无需就取得该等分红缴税，在深圳蒋氏、深圳沈氏向蒋笑、沈坚分配投资收益前，蒋笑、沈坚亦不存在相应的纳税义务。如发行人分红给个人独资企业，蒋笑、沈坚将直接承担税负。因此，从节约税负成本的角度考虑，取消对个人独资企业蒋氏企业、沈氏企业的分红具有商业合理性。

2、个人独资企业的特殊法律性质不适合作为资本运作的平台，不符合发行人股东沈坚、蒋笑的初衷

根据《公司法》规定，有限责任公司具有独立的法人资格；股东以其认缴的出资额为限对公司承担责任；根据《个人独资企业法》之规定，个人独资企业不具有法人资格；投资人以其全部个人财产对个人独资企业债务承担无限责任。有限责任公司的法律性质（如独立承担民事责任、股东仅以其出资额为限对公司债务承担有限责任等）将更有利于发行人股东沈坚、蒋笑将其作为各自资本市场运作的平台，而个人独资企业基于其自身的局限性，较有限责任公司而言，不利于后续资本市场的运作。

鉴于有限责任公司具备法人资格、具有获得分红收入属于免税收入、股东承担有限责任等优势，因此，发行人股东蒋笑、沈坚设立有限责任公司最初考虑将其作为后续资本运作的平台；但由于经办人员操作失误而错误注册成了个人独资企业——沈氏企业和蒋氏企业，并办理了沈氏企业和蒋氏企业变更为发行人股东的工商登记手续；后经发现操作失误后，为纠正前述错误，发行人于2017年12月22日作出分红决议并于2017年12月27日将分红款分别支付至蒋氏企业、沈氏企业账户后，即于2017年12月29日作出取消分红决议，相关股

东后续退回了全部分红款。

基于上述，考虑到个人独资企业的设立不符合发行人股东沈坚、蒋笑后续进行资本运作的初衷以及发行人分红给个人独资企业将导致蒋笑、沈坚直接承担税负，深圳东洲取消了对蒋氏企业和沈氏企业的分红，并在蒋氏企业和沈氏企业将分红款全额退回给发行人后，重新分红给新设立的深圳蒋氏、深圳沈氏，该等操作具有商业合理性。

(二) 蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体是否存在代持或其他利益安排

发行人在招股说明书“第七节、十、(三)偶发性关联交易”处补充披露如下：

2017年12月，蒋氏企业（蒋笑当时为投资人的个人独资企业）、沈氏企业（沈坚当时为投资人的个人独资企业）通过增资形式入股深圳东洲，其中，蒋氏企业认缴深圳东洲新增注册资本3,600万元，沈氏企业认缴深圳东洲新增注册资本2,400万元。前述增资入股深圳东洲系蒋笑、沈坚持股方式的改变（即由二人直接持股变更为二人直接及间接持股，以便搭建资本运作平台），该次增资前后，深圳东洲的实际权益人仍为蒋笑、沈坚，并未发生变化。

2018年2月，蒋氏企业将其持有深圳东洲40%的股权转让给深圳蒋氏（蒋笑持有100%股权的有限责任公司）；沈氏企业将其持有深圳东洲26%的股权转让给深圳沈氏（沈坚当时持有100%股权的有限责任公司）；前述股权转让系为了纠正工商变更的错误，该次股权转让前后，蒋笑、沈坚实际持有深圳东洲的权益仍未发生变化。

2018年2月股权转让完成后，持股平台的设立错误得以纠正，考虑到蒋氏企业和沈氏企业已无存在的意义，蒋笑、沈坚故于2018年3月将蒋氏企业和沈氏企业注销；由于蒋氏企业、沈氏企业自注销后法律主体资格已丧失，因此，蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体之间不存在代持情形。经就上述企业主体是否存在代持事项对沈坚、蒋笑进行的访谈，并核查了上述企业的银行流水，上述企业之间的股权转让系蒋笑、沈坚基于资本运作考虑而进行

的持股方式调整，蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体均不存在委托持股或其他利益安排。

综上所述，深圳东洲取消分红具有商业合理性，蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体之间不存在代持或其他利益安排。

二、核查程序

保荐人、发行人律师执行了如下核查程序：

1、核查了发行人提供的深圳东洲分红决议文件、取消分红的决议文件，以及相关分红及退回分红的银行回单，确认上述股东分红及取消分红等事项是否完整履行了公司内部审批程序。

2、对沈坚、蒋笑进行了访谈，了解沈坚、蒋笑注销蒋氏企业、沈氏企业并重新设立深圳蒋氏、深圳沈氏的商业考虑等情况，核查了上述企业的银行流水，并取得了沈坚、蒋笑关于蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体之间不存在代持或其他利益安排的访谈确认。

3、查阅了发行人、蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏的工商内档。

4、查阅了《企业所得税法》、《个人所得税法》、《关于个人独资企业和合伙企业投资者征收个人所得税的规定》、《个人独资企业法》、《公司法》等法律法规及相关司法解释等规定，了解有限公司与个人独资企业之间的差异情况。

三、核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

深圳东洲取消分红具有商业合理性，蒋氏企业、沈氏企业、深圳蒋氏、深圳沈氏等主体之间不存在代持或其他利益安排。

问题 3. 关于资金流水核查

请保荐人和申报会计师补充说明是否已按照《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题 54 的规定对发行人相关银行账户资金流水进行核查，并说明

资金流水的核查范围、异常标准及确定依据、核查程序、核查证据,结合上述资金流水核查情况就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确意见。

回复:

一、发行人流水的核查情况

(一) 核查范围

保荐人和申报会计师获得了发行人及发行人报告期内子公司的银行账户流水进行核查。

(二) 异常标准及确定依据

异常标准: 发行人存在大额资金往来,且与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配;发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等存在异常大额资金往来;发行人存在大额或频繁取现的情形,且无合理解释;发行人同一账户或不同账户之间,存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形,且无合理解释;发行人存在大额购买无实物形态资产或服务(如商标、专利技术、咨询服务等)的情形,且相关交易的商业合理性存在疑问;银行流水收付款对象与财务入账收付款对象不一致,存在三方回款情况。

确定依据: 参照中国证监会《首发业务若干问题解答》问题 54 中关于银行流水核查所需要重点关注的 10 个方面,结合发行人自身的业务特点来确定。

(三) 核查程序及核查证据

1、发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷

获取并查阅发行人的资金管理制度,访谈发行人相关人员,了解资金管理流程中与财务报告相关内部控制的设计及执行情况,评价发行人内部控制的有效性。

2、不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况,不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

截至报告期末,发行人及子公司的银行账户情况如下:

公司	开户数量
华智股份	7
惠州华智	1

注：单一主体设立多个账户主要是出于日常经营活动中存在多币种结算的需要。

(1) 从银行获取发行人报告期内银行账户开户清单、银行对账单及发行人及子公司的《企业信用报告》，未发现存在不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的银行账户；

(2) 复核了发行人银行账户清单，各账户用途清晰；

(3) 取得发行人申报期各期的银行对账单，核实账面银行存款余额的存在及准确性；

(4) 对发行人报告期内所有银行账户进行发函，函证银行账户开立、注销、是否使用受限、存款余额等事项，检查是否与账面记录一致；

(5) 抽取大额银行流水，进行公司银行日记账与银行对账单发生额的双向比对，核查是否存在异常情况。

经核查，不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配

抽取大额银行流水，进行公司银行日记账与银行对账单发生额的双向比对，核查是否存在异常情况，对发行人报告期内所有银行账户进行发函。发行人货币资金主要为银行存款。报告期各期末，发行人货币资金的分布情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存现金	-	0.21	-	0.14
银行存款	4,384.67	10,274.94	5,531.99	3,273.90
其他货币资金	0.12	-	-	-
合计	4,384.79	10,275.16	5,531.99	3,274.04

报告期各期末，发行人均保持了一定规模的货币资金余额用于满足日常经营需要，主要用于采购原材料、支付员工工资等。

报告期内，发行人将主要的资金用于经营活动上，经营活动现金流出分别为 41,415.83 万元、47,205.55 万元、51,180.68 万元和 25,297.56 万元，主要用于采购原材料及支付员工工资等，支出规模与发行人主营业务规模匹配；

报告期内，发行人投资活动现金流出金额分别为 1,273.20 万元、10,799.67 万元、18,535.69 万元和 21,371.94 万元，投资活动的现金支出主要是为扩大生产规模而购置固定资产及华智新能源智能设备产业基地建设，以及为了充分利用资金而购买结构性存款等低风险理财产品；

报告期内，发行人筹资活动现金流出金额分别为 8,343.84 万元、7,750.00 万元、0 万元和 0 万元，主要用于股利分配、偿还借款等。

保荐人和申报会计师抽取了发行人报告期内所有银行账户 100 万以上流水进行财务账面记录和银行对账单流水双向核查，核查比例在全体发生额的 70% 以上。对于上述流水，将资金往来对手方信息与账面记录进行核对，关注是否存在对方名称与资金收付对手方不一致的情况，是否发生与业务不相关、不存在相关交易背景或交易金额明显异常的大额资金流动的情况。经核查，发行人大额资金流水不存在异常资金往来，均为日常经营业务的收付、购置固定资产及华智新能源智能设备产业基地建设、购买理财产品等，不存在无业务背景异常资金往来。

综上，发行人资金流向主要用于日常经营，大额资金往来不存在异常，也不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不匹配的情形。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来

保荐人和申报会计师抽取了发行人报告期内所有银行账户 100 万以上流水进行财务账面记录和银行对账单流水双向核查，核查比例在全体发生额的 70% 以上。将上述大额资金往来交易对手信息与发行人主要客户、主要供应商、员工名册及关联方名单进行比对。

经核查，发行人与实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出且无合理解释的情形

保荐人和申报会计师抽取了发行人报告期内所有银行账户 100 万以上流水进行财务账面记录和银行对账单流水双向核查，核查比例在全体发生额的 70% 以上。对于上述流水，将资金往来对手方信息与账面记录进行核对，关注是否存在大额或频繁取现的情况，是否存在对方名称与资金收付对手方不一致的情况，是否发生与业务不相关、不存在相关交易背景或交易金额明显异常的大额资金流动的情况。经核查，发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出且无合理解释的情形。

6、发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形

保荐人和申报会计师获取了公司的银行账户清单，核查发行人银行流水情况，获取了发行人的无形资产清单以及相关费用科目明细表。经核查，发行人除聘请中介机构产生的咨询费等，不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术等）的情形。

二、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员流水的核查情况

（一）核查范围

保荐人及申报会计师获取了报告期内发行人实际控制人、董事(除独立董事外)、监事、高级管理人员及出纳的个人银行账户流水，控股股东、5%以上股东的单位银行流水。具体核查范围包括：实际控制人、董事长兼总经理蒋笑，董事沈坚，董事兼副总经理柯妹国；监事戈燕、肖永红、何学斌，前董事刘芳、王明洪，财务总监兼董事会秘书陈露；出纳明娟、汪琼（曾担任出纳）；控股股东深圳蒋氏企业管理有限公司，持股 5% 以上股东深圳沈氏企业管理有限公司。核查标准：以单笔 5 万元为重大标准进行核查。

（二）异常标准及确定依据

异常标准：发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或

者频繁出现大额存现、取现情形；控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常；控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商存在异常大额资金往来；关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

确定依据：参照中国证监会《首发业务若干问题解答》问题 54 中关于银行流水核查所需要重点关注的 10 个方面，结合发行人自身的业务特点来确定。

（三）核查程序及核查证据

1、发行人实际控制人个人账户的大额资金往来、大额存取现金符合其实际使用需求，存在合理理由

保荐人和申报会计师获得了公司实际控制人蒋笑的银行账户信息、银行卡流水，及其出具的关于所提供银行账户流水完整性的承诺函。对其单笔 5 万以上的银行流水进行核查，蒋笑账户大额流水中不存在分红、工资、报销以外的与发行人之间的大额资金往来；其他大额资金交易往来有合理理由，主要原因包括理财、购房款、股权转让款、借还款等；主要资金流向或用途不存在异常，不存在大额或频繁存取现无法合理解释的情况；与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来情况，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

同时，蒋笑已出具声明，“本人 2017 年 1 月 1 日-2020 年 6 月 30 日名下账户，与华智股份的供应商、客户及供应商、客户的关联方，包括但不限于股东、董事、监事、关键岗位人员等，无资金往来，不存在通过个人账户为华智股份账外支付成本费用、虚构销售或采购、虚构销售回款或采购付款等情形”。

2、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常

（1）现金分红

报告期内公司的股利分配情况如下：

2017年12月22日，深圳东洲召开股东会，审议通过了利润分配决议，利润分配金额为5,000万元。发行人于2017年12月27日支付完毕本次分红款项。

2017年12月29日，深圳东洲召开股东会，审议通过将2017年12月22日作出的利润分配决议作废，不再执行，并同意将公司已支付的资金作为往来款退回给公司。本次分红取消主要系深圳蒋氏和深圳沈氏首次注册时的企业性质错选为“个人独资企业”，不符合股东设立个人持股平台初衷，鉴于此，公司股东会再次审议通过了取消分红的决议，股东退回款项重新进行分红。

2018年2月12日，深圳东洲召开股东会，审议通过了利润分配决议，利润分配金额为6,000万元。本次分红已于2018年2月实施完毕。

2018年6月11日，深圳东洲召开股东会，审议通过了利润分配决议，利润分配金额为1,600万元。本次分红已于2018年7月实施完毕。

(2) 取得薪酬的情形

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
关键管理人员薪酬	146.99	296.33	275.34	247.58

(3) 上述人员资金用途和流向不存在异常情形

保荐人和申报会计师对控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员单笔5万以上的流水进行核查，主要资金流向或用途不存在异常，不存在大额或频繁存取现无法合理解释的情况，与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

同时，上述人员已出具声明，“本人2017年1月1日-2020年6月30日名下账户，与华智股份的供应商、客户及供应商、客户的关联方，包括但不限于股东、董事、监事、关联岗位人员等，无资金往来，不存在通过个人账户为华智股份账外支付成本费用、虚构销售或采购、虚构销售回款或采购付款等情形”。

3、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来，发行人不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形，不存在关联方代发行人收取客户款项或支

付供应商款项的情形

保荐人和申报会计师对控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员单笔5万以上的流水进行核查，主要资金流向或用途不存在异常，与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来情况，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

同时，上述人员已出具声明，“本人2017年1月1日-2020年6月30日名下账户，与华智股份的供应商、客户及供应商、客户的关联方，包括但不限于股东、董事、监事、关联岗位人员等，无资金往来，不存在通过个人账户为华智股份账外支付成本费用、虚构销售或采购、虚构销售回款或采购付款等情形”。

三、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为，报告期内：

- 1、发行人资金管理相关内部控制制度设计合理，并得到有效执行；
- 2、发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；
- 3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配；
- 4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；
- 5、发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出且无合理解释的情形；
- 6、发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务(如商标、专利技术、咨询服务等)的情形；
- 7、发行人实际控制人个人账户的大额资金往来、大额存取现金符合其实际使用需求，存在合理理由；
- 8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员从发行人获

得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途不存在重大异常；

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来，发行人不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

问题 4. 关于创业板定位

发行人在《关于符合创业板定位要求的专项说明》中披露，发行人是以网络能源为核心的专业电子制造服务商。发行人已形成了 9 项核心技术，3 项技术与公司的生产管理相关，主要是制造管理综合信息系统、柔性制造信息系统和多进程仓储信息系统；6 项技术与公司的智能制造工艺相关，主要应用在检测、老化等多个生产环节。

请发行人结合自身主营业务范围、核心竞争力、市场拓展能力、技术水平及与同行业对比情况，围绕创新、创造、创意的生产经营及成长性等情况，说明发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定及具体依据。

请保荐人就上述事项进行审慎评估并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充说明

（一）主营业务范围、核心竞争力、市场拓展能力、技术水平及与同行业对比情况

1、公司主营业务范围

公司是一家专业的电子制造服务商，致力于为客户提供差异化和多样化的电子制造服务，涵盖电子产业链除品牌和销售以外的大部分环节，核心在于为电子产品商提供与生产制造相关的设计、工程、原材料采购和管理、制造、测试等价

值链全程服务。报告期内，公司主要为华为、维谛提供网络能源产品的电子制造服务，应用于通信基站、数据中心、光伏发电等领域。

经过多年的电子制造服务积累，一方面，公司根据网络能源行业多品种、小批量、多批次的行业特点，构建了相应的柔性生产体系，并持续进行工艺改进升级，能够快速响应不同客户的需求。另一方面，公司在生产信息化、自动化方面不断投入，推动工业化和信息化深度融合：公司自主研发的信息系统与生产经营过程具备较高的适应性，能够实现系统一键调试、实时信息处理、生产状况实时监测、现场资源追踪、信息追溯等功能，对生产、测试过程进行严格控制，在减少人员繁琐操作、提高效率的同时，改善产品质量，为公司的产品品质保障能力、交付能力和柔性服务能力奠定了基础，促使公司长期、健康发展。

2、公司核心竞争力及市场拓展能力

公司的核心竞争力主要包括：

(1) 制造管理综合信息系统下的精益生产能力

为打破传统电子制造服务产生的数据孤岛情况，实现信息化与工业化的深度融合，公司顺应智能制造发展趋势，采用精益生产理念持续对生产过程中产生的信息进行加工、传递、整合、共享并综合呈现。公司通过工业互联网技术，对 ERP、MES、WMS、QMS、OA 等 5 大系统进行深度开发和集成应用，将五大系统的数据信息打通和共享，实现数据互联互通，打造了具有竞争优势的智能制造信息化管理平台，形成每 5 分钟刷新的实时工厂运营可视化界面，搭建起工厂运营智能监控中心。

该系统能够从海量的制造数据中挖掘出有价值的信息，应用于生产计划管理、仓储管理、制程控制、产品检测、生产数据收集等多个环节，提高了生产效率并保证了产品品质的一致性和稳定性，使得公司具备多产品、多订单同步生产的综合能力。另外，结合自主研发的制造管理综合信息系统，通过采集现场生产数据，公司对产线、车间、工厂的作业和管理流程实现实时可视化管理，对生产进度、物料资源、人员数据等信息进行优化分析，将参与生产的人、机、料、法、环等所有要素全部实施条码管控，实现互联互通，突破了传统制造企业 IT 系统缺乏

关联性、数据分析靠人工、信息反馈不及时、无效信息过多等诸多难题，让信息的获取、分析、决策变得“轻而易举”，大幅提升了公司的生产管理效率和产品的品质。

（2）柔性制造能力

网络能源产品的制造流程较长，包括物料准备、贴片、插件、测试、老化等多道工序，而网络能源产品具有多品种、小批量、多批次的特点，实现生产连续性相对较难。为实现多订单、多品种、多进程生产，公司打造了柔性制造信息系统，通过作业单管理、生产管理、质量管理、工装管理、设备管理等各个信息系统模块，深度融合 MES，利用物联网技术进行自动识别、防呆和纠错。通过柔性制造信息系统，公司将单进程制造转变为多进程的柔性制造，在发料、贴片、插件、测试流程实现多订单多品种共线生产，极大提高了公司制造的敏捷性。柔性制造系统将制造全流程打通，设置多重防误防呆控制，例如发料环节就锁定上料设备、位置和工装，在各关键点设置信息录入节点，有效防止出错，使多进程制造质量得到保障。公司已具备快速适配各类产品的柔性制造能力，能够满足客户的多品种、小批量、多批次的个性化需求，在保障产品品质的同时大幅提高了公司的产品交付能力。

（3）产品质量管控能力

公司的客户主要为华为和维谛，均为网络能源行业的龙头企业，网络能源产品作为通信网络的关键性基础设施之一，对产品的可靠性、稳定性要求较高，因此对 EMS 厂商的生产能力和品质管控能力提出了严格要求。公司高度重视产品质量管控，建立了完善而有效的质量管理流程和体系，成立了品质管理部门，监督生产质量管理规范的实施并对产品质量负责。公司制定了合格供应商认证流程、原材料采购流程、新产品试制流程、半成品到成品生产的各环节质量控制标准，以保证产品质量符合各项要求。公司加强日常监督管理，定期及不定期组织全面的自检、分析、纠正和管理评审，并接受客户和第三方审查，公司已经通过 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、ISO/TS16949:2009 汽车电子认证等认证，为公司不断巩固和加强核心竞争力提供了有力保障。

公司的市场拓展能力表现如下：

在发展过程中，公司陆续与网络能源行业的龙头企业维谛、华为达成合作，同时基于维谛境内主体与公司的良好合作关系，通过维谛同一集团内引荐，公司与维谛境外多个主体陆续开展合作。后来，公司基于对新能源汽车行业风口的判断，与新能源汽车充电桩领域的知名企业英可瑞、英飞源达成合作。2020年4月，发行人与扫地机器人行业龙头公司美国 iRobot corporation 开展合作试样，并实现了 13.44 万元的试样收入，但由于后续美国新冠疫情的爆发导致双方合作推迟。2020 年下半年，发行人陆续与研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司和上海洞彻智能科技有限公司进行洽谈和测试验证，截至本问询回复出具日，已取得在手订单合计 203.22 万元。

近年来网络能源行业增长较快，华为、维谛等主要客户对公司的采购需求亦在较快增长，2019 年度公司产能利用率达到 93.48%。基于公司管理层较为谨慎的经营风格，公司产能扩张速度有限，在产能利用率较为充分的情形下优先确保服务好公司核心客户华为和维谛，具有商业合理性。随着中美贸易摩擦的不断升级，自 2020 年开始，公司积极拓展美国 iRobot corporation、研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司等新客户，但由于发行人产能利用率较高以及 EMS 行业产品测试周期较长的影响，公司 2020 年的客户仍以华为、维谛为主。

3、公司的技术水平

公司为客户提供的智能制造服务涵盖产品研发设计、制造加工、产品测试等多个关键环节，其对公司技术实力和生产管理经验均要求较高，公司在较为激烈的行业竞争中能够为行业龙头客户持续稳定提供服务并实现出口外销，主要得益于相应流程系统和先进技术的匹配，智能制造和精益生产的融合，公司的主要技术水平如下：

（1）智能无线供电技术：该技术主要用于待测产品工装与测试设备之间的无线供电，基于能量守恒以及等效电路的原理，对用于电能传输以及交换的磁耦合共振式电路进行节点能量模型建模，并基于该模型对关键节点的流动功率分析，建立了调节速度快，控制精确的控制策略，避免了因磁耦合共振造成的电路系统高阶且非线性以及电气隔离造成的负载变化难以适应的问题，实现了对该电路的

工作频率以及输出功率的智能控制，形成了“一种磁耦合共振式智能电路”发明专利。

(2) 无线充电电路与系统技术：该技术主要用于提升无线电能变换电路效率问题，通过控制使得能量的注入、传递、提取相互独立，避免相互干扰，不仅具有较高的充电效率，还保证了较高的输出功率能力，形成了“一种无线充电电路与系统”发明专利。

(3) 智能充电检测技术：该技术通过对待充电设备的剩余电量进行实时检测，进而通过控制模块控制无线充电装置与待充电设备之间的供电，该检测电路实现了对待充电设备的智能充电，无需人工介入；设置温度传感器感测待充电设备充电时的温度，进而根据温度的高低，通过控制模块控制无线充电装置与待充电设备之间的供电，延长了待充电设备的使用寿命，防止对待充电设备的过度充电；设置异物检测模块，有利于对功率传输区域内的各类异物进行检测，进而切换供电线路，防止因异物存在带来的损失，形成了“一种智能充电检测电路”发明专利。

(4) 一种逆变器：公司所制造的电源大多是大功率直流电源，电压范围从 48V 低电压到 1000V 高电压，回馈负载需要适应不同电压范围，通用逆变器不适用。本技术通过采用至少包括电流控制器、有源箝位反激电路、开关管换向电路和占空比检测电路等的技术方案，以实现有效占空比不易丢失、补偿稳定性好与对反馈量的控制效果好的优点，形成了“一种逆变器”发明专利。

(5) 电源可靠性老化验证监控软件：软件的功能主要包括交流和直流供电的控制功能、老化时间温度设定功能、显示烧机中各种参数进度、故障告警功能。软件通过串口直连与 PLC 及温控模块进行通讯，能够实现各参数下载、数据的读取、显示及设置修改等功能；具有操作结果、运行状态的指示显示，并形成了相应的软件著作权。

(6) 电源老化监控系统：本软件主要用于电厂、电站电源、通信电源、军工企业等对产品的可靠性老化测试进行监控，软件通过串口直连与 PLC 及温控模块进行通讯，功能主要包括 AC 电控制功能、DC 电控制功能、老化时间温度设定功能、显示烧机中各种参数进度、故障告警等功能；本软件可对不同机型

的参数进行下载、数据读取、显示与设置更改。机种的参数下载、烧机状态、总时间、开始时间、结束时间、已过时间、剩余时间、当前温度进行显示，简洁明了，方便生产人员与质量控制人员去了解管控产品的老化状态，提高生产效率与质量管控能力；同时在异常状态进行实时告警，实现人机一体化，并形成了相应的软件著作权。

4、同行业可比公司产品结构对比情况

同行业可比 EMS 公司的业务规模相对较大，产品类型丰富，与发行人的差异主要集中在侧重的业务领域有所不同。同行业可比公司的应用领域主要集中在消费电子、电脑及存储、网络通讯等，报告期内，发行人的同行业上市公司产品结构如下：

单位：万元

产品类型	2020年1-6月			2019年度		
	卓翼科技	环旭电子	光弘科技	卓翼科技	环旭电子	光弘科技
消费电子类	62,484.68	507,315.52	95,164.14	161,674.89	1,286,193.14	175,203.55
物联网类	-	-	5,931.77	-	-	12,441.08
通讯类（注）	80,749.36	709,672.22	8,375.81	155,367.63	1,392,144.31	20,226.26
汽车电子类	-	69,785.45	2,122.95	-	177,330.15	8,510.13
智能穿戴类	-	-	121.50	-	-	-
工业类	-	182,426.37	-	-	420,378.85	-
电脑及存储类	-	220,019.48	-	-	419,350.64	-
其他	11,506.52	11,397.18	2,402.82	17,430.65	23,003.92	2,663.09

续：

产品类型	2018年度			2017年度		
	卓翼科技	环旭电子	光弘科技	卓翼科技	环旭电子	光弘科技
消费电子类	176,053.68	1,168,735.40	112,721.08	159,289.38	808,249.63	80,703.11
物联网类	-	-	8,848.31	-	-	8,850.57
通讯类（注）	123,425.52	1,195,189.34	19,962.38	103,445.85	1,350,236.99	18,908.71
汽车电子类	-	165,129.17	11,550.12	-	167,802.92	10,497.71
智能穿戴类	-	-	-	-	-	-
工业类	-	322,430.22	-	-	210,235.51	-
电脑及存储类	-	463,402.18	-	-	403,311.77	-
其他	14,982.42	38,140.38	6,726.86	13,589.69	28,882.16	8,451.14

注：通讯类指：网络通讯终端类（卓翼电子）；通讯类（环旭电子）；网络通讯类（光弘

科技)

由上表可知，发行人的同行业上市公司的产品结构中无网络能源类产品，仅有通讯类产品，其金额及收入占比如下：

单位：万元

同行业上市公司	披露的产品类别	2020年1-6月	占比	2019年度	占比
环旭电子	通讯类产品	709,672.22	41.70%	1,392,144.31	37.44%
卓翼科技	网络通讯终端类	80,749.36	52.18%	155,367.63	46.45%
光弘科技	网络通讯类	8,375.81	7.34%	20,226.26	9.23%

续：

同行业上市公司	披露的产品类别	2018年度	占比	2017年度	占比
环旭电子	通讯类产品	1,195,189.34	35.65%	1,350,236.99	45.48%
卓翼科技	网络通讯终端类	123,425.52	39.25%	103,445.85	37.44%
光弘科技	网络通讯类	19,962.38	12.49%	18,908.71	14.84%

同行业可比上市公司中，环旭电子的通讯产品主要包括无线通信 SiP 模块、系统级物联网模块、物联网模块、远距通讯低功耗模块、企业级无线路由器等；卓翼科技的网络通讯终端类包括无线网卡、光纤接入设备、4G 路由器、4G LTE 网关、单双频模块等；光弘科技的网络通讯类包括网络路由器、基站定位终端等。

发行人的网络能源类产品包括整流模块、嵌入式电源、太阳能光伏逆变器、UPS、电源监控等。就网络能源行业而言，网络能源产品具有测试功率大、插件占比大、制造技术含量高、制造工艺复杂、产品品种多、小批量、多批次的特点，投入产出比相对较低，因此网络能源产品在同行业上市 EMS 制造商中占比不高。

网络能源产品复杂的制造流程和较大的人力投入，在制造效率的改进和质量保障方面需要持续优化。发行人通过长期的制造实践和研发投入，将信息技术、工艺研究与生产制造深度结合，开发出一整套适应上述特点的综合信息系统，打通制造过程数据孤岛，并通过广告牌系统实时与管理行为交互，有效提升了生产效率，保障了产品质量，为公司在网络能源行业的市场地位打下了坚实的基础。

(二) 创新、创造、创意的生产经营及成长性等情况

为打破传统电子制造服务产生的数据孤岛情况，发行人将工业化和信息化深

度融合,以数据作为核心驱动力,对公司的生产制造进行管理,实现数字化生产、数字化运营,大幅提升了生产效率和制造质量,发行人创新、创造、创意的生产经营情况如下:

1、制造管理综合信息系统

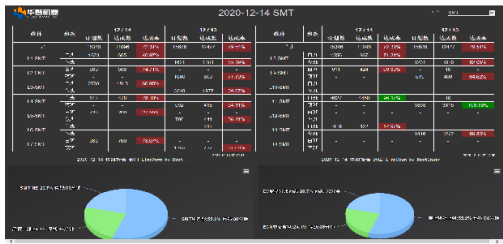


大多数企业 MES 系统仅采集生产完成情况,公司通过工业互联网技术,打通公司 MES、WMS、QMS、ERP、OA 等各信息系统,将生产过程的关键步骤全部采集,实现数据互联互通,该系统能够从海量的制造数据中挖掘出有价值的信息,例如将产品特性、良品率、制造效率等指标与产品制造过程参数之间建立关系,协助管理改进,为更加敏捷和柔性的制造响应提供支撑。

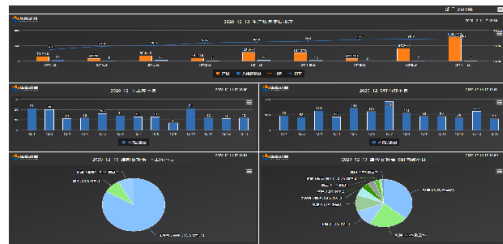
公司的制造管理综合信息系统根据不同的业务流程和业务场景,可以自动、实时输出产线级、车间级、管理级等各种运营可视化看板。公司的看板系统基于对大数据系统的高度融合性和精细化的数据采集,为公司实现平均 3 小时换线的敏捷生产提供信息系统支撑。

车间看板: 实现公司各生产线的效率、良品率、物料状态等数据实时显示,便于现场管理,以及生产线的管理改进。

生产效率看板

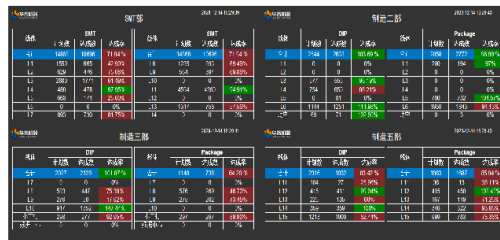


良品率看板

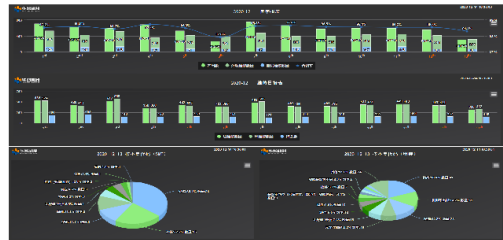


管理看板：实时显示各车间的效率、良品率及归类、各维度运营数据、客户指标及交付 KPI 等，实时的运营情况触发管理干预，不断提高制造水平。

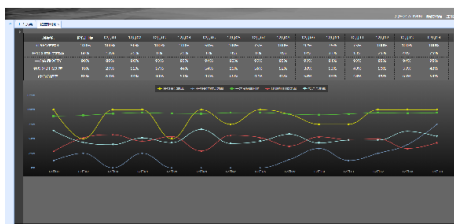
各车间生产效率



各车间生产不良率及原因归类



任务令周期等5个维度的生产运营数据



客户指标及交付KPI

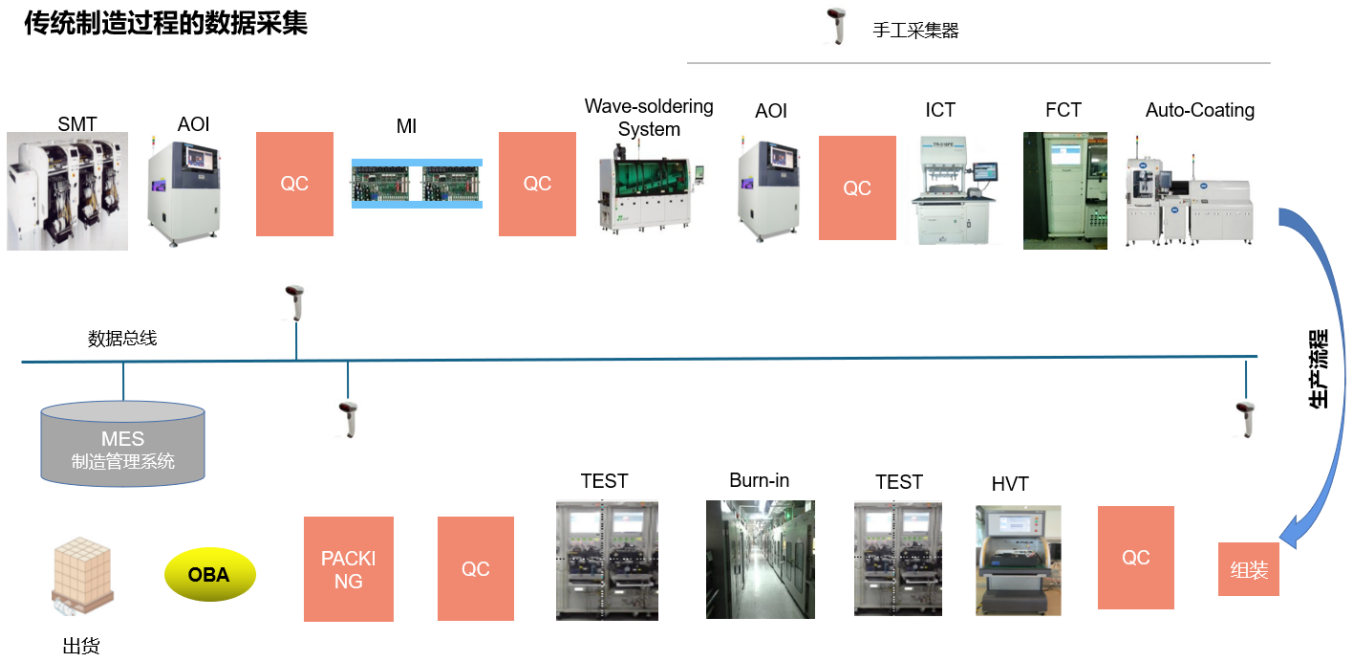


2、柔性制造信息系统

传统制造系统的核心是基于大规模量产生产模式的信息采集与制造执行，不能适应柔性制造的需要。基于公司在网络能源行业生产制造的多年探索，针对柔性制造的痛点和难点，自主开发了相应的柔性制造信息系统，贯穿了从原材料到成品的柔性制造全过程并闭环柔性化、精益化、数字化管理。

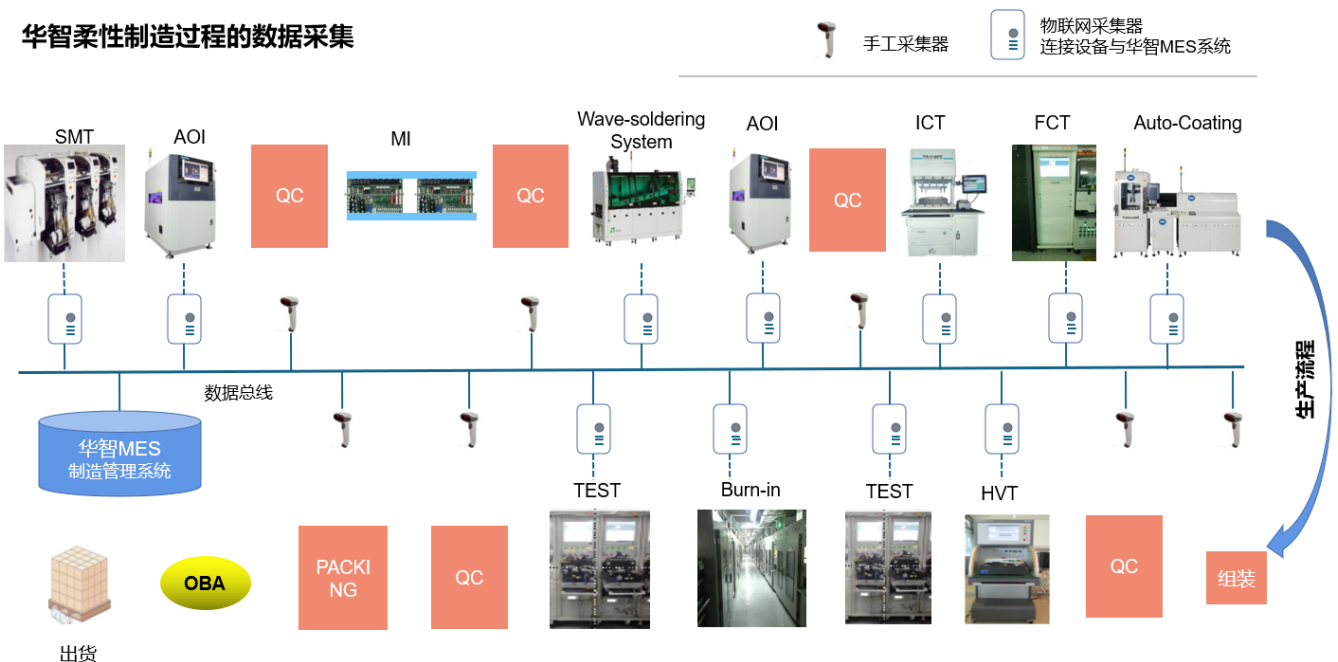
传统制造过程的数据采集，没有将各制造设备产生的数据打通，对于大规模生产，基于生产的基本使用需求，往往在部分或个别环节设立相应的数据采集点。但若满足在发料、贴片、插件、测试流程实现多订单多品种共线生产的柔性制造需求，采集点的不足，制造过程就不够透明，导致半成品的流转状态不可控，因此无法支持准确、快速、敏捷的换线要求。

传统制造过程的数据采集



基于传统制造的痛点和难点，公司自主开发了相应的柔性制造信息系统，在每个手动环节均设置相应的数据采集点，各生产制造设备通过物联网采集器接入柔性制造信息系统，贯穿了从原材料到产成品的全过程，实现了对全流程制造的原材料信息、生产工艺信息、工程信息、人员信息、设备信息、工装信息、备件信息的使用和管理，实现多品种共线生产，大大提高了公司制造的敏捷性。另外，公司的柔性制造系统将制造全流程打通，可以实现全面智能防错功能设计，在各关键点设置信息录入节点，可以有效防止出错，使多进程制造质量得到保障。

华智柔性制造过程的数据采集



3、多进程仓储信息系统

该系统能够实现智能多进程提供物料配送处理。柔性制造要求一条生产线同时生产多个不同产品，该系统的开发使用改变了传统的一条产线同一时间只进行一个进程，配送一个产品物料的模式，而具备向一条产线同时自动配送多进程多物料的能力；并按生产节拍自动及时补料；收发料基于视觉引导管理，具备物料收发的防呆防错控制，并大幅提高效率。

智能配料功能，物料名称、数量、批次、制造时间、供应商等物料信息通过物料条码扫描进入系统，物料出库时系统会自动按物料制造时间顺序发料，并对同一订单物料需要配对的物料自动配对，有效保证了物料的先进先出，确保电力电子关键器件的匹配性和制造质量。

报告期内，发行人呈现一定的成长性：

第一，从财务指标的角度，基于公司制造管理综合信息系统下的精益生产能力、柔性制造能力和产品质量管控能力等核心竞争力，公司的总资产分别为 30,501.15 万元、39,059.12 万元、46,752.53 万元和 51,754.21 万元，呈逐年增长趋势，复合增长率为 19.27%；2017 年至 2019 年公司的主营业务收入分别为 40,174.05 万元、50,755.37 万元和 51,703.49 万元，呈逐年上升趋势，复合增长率为 13.45%，2020 年度，在新冠疫情和中美贸易摩擦的双重影响下，公司管理层预计实现销售收入 5 亿元，与去年基本持平；截至 2021 年 1 月 7 日，公司在手订单合计 22,164.68 万元；因此，公司的主营业务呈现出一定的成长性。

第二，从行业发展的角度，2017 年至 2019 年，全球 EMS 渗透率分别为 21.89%、23.92% 和 25.79%，呈现逐年上升趋势。随着全球电子制造行业的不断发展，产业链分工更加专业细化，品牌商对电子制造服务商的外包需求不断扩大，渗透率将进一步提高，下游电子产品市场的发展不断地为发行人未来业务的发展带来了较大的市场空间。

第三，从国家产业支持的角度，公司的主要产品为网络能源产品，是通信基站、数据中心等必不可少的主要模块，近年来，国家政策积极推动新基建的发展，其涵盖了公司产品的主要应用领域，国家产业政策与公司主营业务相契合，对公

司未来的生产经营具有积极影响。

（三）发行人是否符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定

综上所述，发行人将工业化和信息化深度融合，以数据作为核心驱动力，对公司的生产制造进行管理，实现数字化生产、数字化运营，大幅提升了生产效率和制造质量，符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条关于创业板定位的描述。另外，发行人的主要产品为网络能源产品，是通信基站、数据中心等必不可少的主要模块，根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人隶属于“C38 电气机械和器材制造业”；根据《国民经济行业分类》（2017），发行人隶属于“C38 电气机械和器材制造业”之“C3824 电力电子元器件制造业”，不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条所列上市推荐行业负面清单所属行业，因此，发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的规定。

二、核查程序

保荐人执行了如下核查程序：

1、获取发行人营业执照及工商登记资料，查看发行人的主要生产线，了解发行人的主要产品工艺流程及主要应用领域；

2、访谈发行人实际控制人及总经理，查阅发行人与主要客户签订的业务合同，了解发行人的核心竞争力和市场拓展能力；

3、查看发行人获取的专利、软件著作权等知识产权情况，了解发行人的技术水平；

4、查阅同行业可比公司的年度报告、招股说明书等公开资料，了解发行人业务和产品与同行业可比公司的异同；

5、访谈发行人实际控制人、总经理及研发负责人，了解发行人主营业务与传统电子制造服务的区别和联系，发行人将工业化与信息化的融合情况；

6、获取发行人的销售明细账及审计报告，核查发行人总资产、营业收入等的变动情况；查阅行业资料及国家政策，了解发行人的成长空间；

7、查阅《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》并分析发行人是否符合上述规定的相关要求。

三、核查结论

经核查，保荐人认为：

发行人将工业化和信息化深度融合，以数据作为核心驱动力，对公司的生产制造进行管理，实现数字化生产、数字化运营，符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的相关要求，属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中所述的创新创业企业，符合创业板定位要求。

问题 5. 关于市场规模和竞争对手

申报材料显示，发行人是以网络能源为核心的 EMS 电子制造服务商。EMS 行业的应用领域广阔，目前主要应用领域为计算机、通信、消费电子等，网络能源占比较小。

请发行人补充披露网络能源 EMS 行业的市场规模、发行人的市场占有率、国内外主要竞争对手以及发行人与竞争对手相比的优劣势、发行人主营业务的成长空间及可能性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）网络能源EMS行业市场规模及发行人市场占有率

发行人在招股说明书“第六节、二、（三）、业务与技术所属行业的特点和发展趋势；结合行业情况充分披露自身的创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”补充披露如下：

2、网络能源 EMS 行业市场规模及公司市场占有率

通信网络是构建信息社会和万物互联的基础，而网络和信息的传输需要能源的支撑，包括一次能源（水能、光能、煤炭等）与二次能源（电能、汽油等），因此，所有的网络都离不开能源。一般而言，通信基站等网络通信设备均通过电能或储能装置为其进行能源供应，但在偏远、地质条件恶劣的地区，变电站及输配电线路无法达到，则会通过光伏发电等绿色新能源，将光能转换为电能为其进行能源供应；另外，光伏并网发电系统与常规电网相连，经过光伏逆变器逆变后并入电网，共同承担供电任务。根据华为官方网络能源介绍，网络能源产品涵盖数据中心能源、通信电源、光伏逆变器等多个领域，为网络提供能源支撑，其全系列网络能源产品如下：



资料来源：华为技术

(1) 网络能源行业市场规模

按照华为网络能源产品分类进行统计，网络能源各细分市场如下：

1) 数据中心电源

① 模块化数据中心

根据 ICT research、Marketsand Markets 的相关统计数据，2017 年-2019 年，中国模块化数据中心市场规模如下：

单位：亿元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
国内模块化数据中心市场规模	52.09	48.71	45.22

资料来源：ICT research、中科曙光

模块化数据中心厂家主要包括华为、维谛、施耐德、中兴、台达等，其中华为占据 20%以上的市场份额。

②UPS 电源

随着全球步入信息时代，UPS 应用更加广泛，全球市场及中国市场均稳步增长。根据前瞻产研和赛迪顾问的相关统计数据，2017 年-2019 年，中国国内及全球 UPS 市场规模如下：

单位：亿元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
中国 UPS 市场规模	72.3	68.1	61.7
全球 UPS 市场规模	540.3	519.8	481.9

资料来源：前瞻产研、赛迪顾问、中泰证券研究所；

注 1：因未能直接获取 2019 年全球 UPS 市场规模数据，上表中 2019 年全球 UPS 市场规模数据系假定 2019 年保持与 2018 年相同的增长率测算取得；

注 2：2017 年-2019 年全球 UPS 市场规模系根据各年年末美元汇率中间价换算取得。

国内 UPS 市场厂商主要有伊顿、施耐德、维谛、科华恒盛、科士达、华为等，前五大品牌合计占有超过 80%的国内市场份额，市场集中度较高。

③机房空调

根据赛迪顾问数据，2017 年-2019 年中国机房空调市场规模分别为 48.5 亿元、52.8 亿元和 57.4 亿元。根据 Marketsand Markets 数据，全球数据中心制冷市场 2016 年市场规模为 71.2 亿美元，并保持年复合增长率 14.9%，预计 2021 年市场规模 142.8 亿美元。

单位：亿元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
中国机房空调市场规模	57.4	52.8	48.5
全球机房空调市场规模	754.0	646.3	532.3

资料来源：赛迪顾问、Marketsand Markets；

注:2017年-2019年全球机房空调市场规模系根据各年年末美元汇率中间价换算所得。

国内市场厂商主要有维谛、英维克、华为、佳力图、施耐德、艾特网能、依米康等,前五大品牌合计占有超过60%的市场份额,市场集中度较高;其中,行业龙头维谛市场占有率约为30%。

2) 通信电源

通信电源主要用于为通信设备、光通信网络设备、宽带通信设备、程控和网络交换机、环境及监控设备等提供电源保障。伴随基站总数增长,通信电源市场也不断扩大。根据《中国电源行业年鉴2020》,2017年-2019年中国通信电源的市场规模如下:

单位:亿元

项目	2019年	2018年	2017年
中国通信电源市场规模	137	128	120

数据来源:中国电源行业年鉴2020

由于无法获取全球通信电源市场规模数据,根据中国新建通信基站数量占全球比例粗略估计,全球通信电源市场规模约为中国市场的2倍左右(根据国家工信部及行业数据统计,我国4G基站数量占全球50-60%)。

通信电源的下游直接客户为通信运营商和铁塔公司,根据我国三大运营商集采数据,华为、中兴、中恒电气、动力源、台达(中达电通)和维谛占据运营商集采90%以上的份额。

3) 光伏逆变器

根据智新资讯及Wood Mackenzie数据,2018年、2019年中国及全球光伏逆变器市场规模情况如下:

单位:亿元

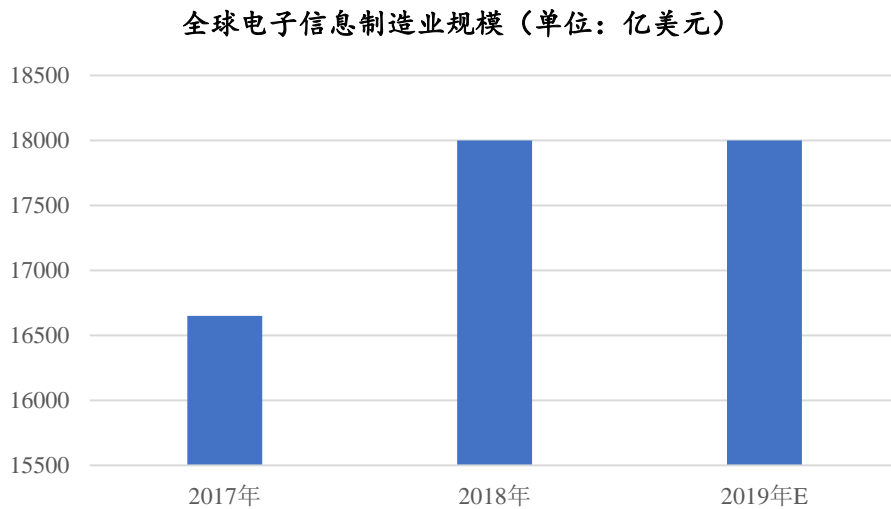
项目	2019年	2018年
中国逆变器市场规模	63.7	100.9
全球逆变器市场规模	597.8	511.3
其中:中国企业	162.9	125.9
外国企业	371.2	284.5

数据来源：智新资讯、Wood Mackenzie、东吴证券研究所

光伏逆变器行业内主要企业有阳光电源、锦浪科技、固德威、上能电气、SolarEdge、SMA、Fronius 等；2019 年中国逆变器市场规模约为 63.7 亿元，全球逆变器市场规模约为 597.8 亿元。

(2) EMS 渗透率

根据中国信息通信研究院资料，2017 年、2018 年和 2019 年（预测）全球电子信息制造业规模分别约为 1.67 万亿美元、1.80 万亿美元和 1.80 万亿美元。根据 New Venture Research 统计数据，2017 年、2018 年和 2019 年（预测）全球 EMS 行业的市场规模分别为 3,645 亿美元、4,306 亿美元和 4,642 亿美元，据此测算 EMS 渗透率分别为 21.89%、23.92%和 25.79%。



资料来源：中国信息通信研究院、Gartner 等

(3) 网络能源 EMS 行业市场规模及公司市场占有率

假设网络能源行业 EMS 渗透率与整个电子信息行业 EMS 渗透率一致，在此基础上推算网络能源 EMS 行业市场规模及公司市场占有率如下：

单位：亿元

项目	2019 年	2018 年
网络能源市场规模（国内市场）	382.49	398.51
其中：通信电源市场规模（国内市场）	137	128
EMS 渗透率	25.79%	23.92%

网络能源 EMS 市场规模（国内市场）	98.64	95.32
其中：通信电源 EMS 市场规模（国内市场）	35.33	30.62
公司网络能源类产品 EMS 收入	4.76	4.54
其中：公司通信领域产品 EMS 收入	3.38	3.75
公司网络能源产品 EMS 市场占有率	4.83%	4.76%
其中：公司通信领域产品 EMS 市场占有率	9.57%	12.24%

根据上表数据粗略测算，2018 年、2019 年，国内网络能源 EMS 市场规模约为 95.32 亿元和 98.64 亿元，公司市场占有率分别约为 4.76%和 4.83%；由于公司产品主要集中在通信领域，国内通信领域 EMS 市场规模约为 30.62 亿元和 35.33 亿元，公司市场占有率分别约为 12.24%和 9.57%。

（二）国内外主要竞争对手

发行人在招股说明书“第六节、二、（三）、业务与技术所属行业的特点和发展趋势；结合行业情况充分披露自身的创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”补充披露如下：

4、公司在网络能源 EMS 行业国内外的主要竞争对手

（1）富士康

富士康成立于 1974 年，全球最大的 EMS 服务商，台湾证券交易所、上海证券交易所上市公司，连续多年入选全球财富 500 强。业务主要包括资讯产业、通讯产业、自动化设备产业、光电产业、精密机械产业、汽车产业以及与消费性电子产业有关的各种连接器、机壳、散热器、组装产品和网络线缆装配等产品的制造、销售与服务，服务于国内外多家知名品牌厂商。

（2）斯比泰（IMI）

斯比泰，菲律宾证券交易所上市公司（PSE: IMI）。斯比泰电子是一家专业的电子制造服务提供商，全球 EMS 供应商前 20 强，服务范围包括 PCBA 和成品总装、电源解决方案的设计与制造等，涵盖汽车、工业电子、航空航天等多个领域，在菲律宾、中国、保加利亚、捷克、德国、日本、墨西哥等国家或地区设有工厂，服务于国内外多家知名品牌厂商。

（3）捷普（JABIL）

捷普，成立于 1966 年，纽约证券交易所上市公司，2017-2019 年全球 EMS 前 10 强。该公司旗下子公司分布在全球 30 个国家或地区，产品及服务覆盖电脑周边设备、数位打印机、事务机、数据传输、自动化及消费产品等多个领域，2019 年实现营业收入 252.82 亿美元。

(4) 信华精机

信华精机有限公司成立于 1986 年，是一家由中、港合资的企业，注册资金 1950 万美元。信华精机主要生产销售车载镜头（涵盖领域有 ADAS 系统、倒车后视系统和环视系统）；车用汽车音响 CD/DVD 机芯；无线通讯、数字广播、等车载影音娱乐系统专用模块；（锂）电池管理系统；非标自动化设备等。信华公司已成为全球机芯开发设计与制造的主要厂家之一，同时也为多家国内外知名企业提供 EMS 产品与服务。

(5) 安科讯

深圳市安科讯实业有限公司成立于 1999 年，注册资本为 4000 万元人民币。安科讯长期坚持走高端智能制造的道路，聚焦于 ICT（信息与通讯技术）、网络能源、新能源、工业自働化、汽车电子、物联网、企业网等领域，为国内外多家优秀企业提供专业的生产制造服务，在各类电子产品制造的研发设计、生产工艺等方面积累了丰富的经验。

(三) 发行人与竞争对手相比的优劣势

发行人与竞争对手相比的优劣势已在招股说明书“第六节、二、（三）、业务与技术所属行业的特点和发展趋势；结合行业情况充分披露自身的创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”补充披露如下：

5、发行人与竞争对手相比的优劣势

发行人与竞争对手相比的竞争优势主要体现在：

(1) 发行人是行业内极少的能够同时向华为、维谛提供网络能源 EMS 服务的核心供应商

发行人的网络能源产品主要应用于通信领域，全球通信设备市场集中度较

高，华为、爱立信、中兴、诺基亚等少数几家公司占据了绝大部分市场，其中华为主导设计网络能源产品，并将生产制造外包给 EMS 厂商，爱立信、诺基亚主要向网络能源设备商采购，其中维谛占其较高的市场份额，维谛获取发行人提供的网络能源产品后经过一定的集成再销售给爱立信、诺基亚等通信设备生产商。报告期内，发行人的主要客户为华为、维谛，均是行业龙头企业，在下游寡头垄断的竞争格局中占有较高的市场份额，发行人是行业内极少的能够同时向华为、维谛销售网络能源产品的供应商。

在网络能源 EMS 领域，发行人大部分竞争对手均只服务于一家主要客户，而发行人凭借网络能源产品先进的技术工艺优势、及时快速的产品交付能力、差异化定制服务和优质的产品质量，同时与华为、维谛等国内外知名品牌商建立了稳定发展、良性互动的长期合作关系，能够充分满足核心客户对产品技术、质量、交期等高标准要求。因此，发行人能够同时作为华为、维谛的核心供应商，表明其在网络能源 EMS 细分领域具有较强的核心竞争力。

(2) 发行人具备领先的信息化管理优势

发行人自 2014 年成立，就高度重视并开发了信息化系统，经过多年的改进、优化、提升，实现了生产制造全流程管控。信息化管理系统是发行人在 EMS 行业脱颖而出的核心竞争力之一。发行人顺应智能制造发展趋势，采用精益生产理念持续对生产过程中产生的信息进行加工、传递、整合、共享并综合呈现。发行人通过工业互联网技术，对 ERP、MES、WMS、QMS、OA 等 5 大系统进行深度开发和集成应用，将五大系统的数据信息打通和共享，实现数据互联互通，打造了具有竞争优势的智能制造信息化管理平台，形成每 5 分钟刷新的实时工厂运营可视化界面，搭建起工厂运营智能监控中心。信息化管理能够从海量的制造数据中挖掘出有价值的信息，应用于生产计划管理、仓储管理、制程控制、产品检测、生产数据收集等多个环节，提高了生产效率并保证了产品品质的一致性和稳定性，使得发行人具备多产品、多订单同步生产的综合能力。信息化管理优势是发行人持续发展壮大的保障，也是发行人与同行业竞争对手相比核心竞争力的体现。

(3) 发行人具有快速和高质量的交付能力

网络能源行业产品具有多品种、小批量、多批次的特点，对交付时间要求严格，因此其供应商需要具备足够的生产规模、生产效率以及严格的产品质量管理体系，才能实现对客户的快速响应，满足客户对技术、交期、质量、成本等综合要求。发行人基于自身强大的技术实力、先进的信息化管理系统、灵活机动的管控能力、快速高效的客户响应能力，能够根据客户不断变化的需求快速调整，及时满足客户的快速响应和交付保障。

另外，在同行业直接竞争对手中，仅有发行人与安科讯两家非上市中国民族企业，在同行业竞争对手主要为外资企业的情况下，发行人为该领域少数能够满足华为、维谛在品质、交付等方面需求的企业，并长期为华为、维谛等提供安全、稳定及持续的产品供应。

发行人与网络能源 EMS 行业竞争对手相比，竞争劣势主要体现在：

一方面，发行人的主要竞争对手如富士康、捷普等作为全球电子制造服务知名企业，产品线广泛分布于计算机、通讯、消费电子、汽车电子、新能源等各个领域，多年的电子制造服务也积累了丰富的管理经验，整体经营规模和市场占有率较高，在 EMS 行业具有较高的市场地位。与竞争对手相比，发行人经营规模较小，产品也主要集中在网络能源领域，在产品线的广度和规模优势等方面均有所不足。

另一方面，富士康、捷普、斯比泰等同行业竞争对手均为上市公司，具有较高的知名度，融资渠道更为多样便捷，资金实力较强，有利于优秀人才的引进、产品线的不断扩展和生产工艺的持续改进，与竞争对手相比，发行人资金实力相对不足，融资渠道和金额较为单一和有限。随着发行人业务规模的扩大和产品种类的拓宽，发行人对资金的需求日益增加，以落地新客户和新产品，从而进一步提升竞争力。

（四）发行人主营业务的成长空间及可能性

发行人在招股说明书“第六节、二、（三）、业务与技术所属行业的特点和发展趋势；结合行业情况充分披露自身的创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”补充披露如下：

6、发行人主营业务的成长空间及可能性

公司凭借客户粘性优势、信息化管理优势、柔性智能制造优势、质量优势等竞争优势以及多年经营积累的良好市场口碑，在网络能源行业确立了一定的市场地位。根据以上粗略估计，国内网络能源市场规模约 400 亿元，其中网络能源 EMS 市场规模约 100 亿元，在 EMS 渗透率提升及国家加大新基建建设等背景下，公司主营业务具有一定的成长空间。

(1) EMS 渗透率逐年提升

2017 年至 2019 年，全球 EMS 渗透率分别为 21.89%、23.92%和 25.79%，呈现逐年提升趋势。随着全球电子制造行业的不断发展，产业链分工更加专业和细化，品牌商对电子制造服务外包需求不断扩大，保障了网络能源制造行业的稳定需求，为网络能源制造企业的长期稳定发展提供了坚实的基础。截至目前，亚太地区 EMS 市场规模占全球市场份额的 70%以上，产能不断向中国大陆转移，国产品牌崛起，为中国大陆厂商带来良好发展机遇；同时 EMS 模式趋于成熟，渗透率将进一步提高，下游电子产品市场的发展不断地为 EMS 行业带来市场空间。

(2) 网络能源市场规模将迎来较快增长

公司提供电子制造服务的主要应用领域为通信基站、数据中心、智能光伏等。在国家加快 5G 网络、数据中心及光伏发电等新型基础设施建设力度的背景下，预计公司网络能源产品将形成持续快速增长的态势。

随着 5G 进入商用时代，5G 基站密度及功耗激增，对应通信电源市场规模也将大幅上升，将带来大量的通信电源市场需求。随着信息化广泛应用于金融、教育、农业、军工、新能源、电力等多个领域，数据中心业务需求旺盛、市场空间快速扩增，将给模块化数据中心、机房空调、UPS 产品带来较快增长。

(3) 市场占有率有望进一步提升

公司主要客户华为和维谛作为行业龙头企业，拥有业界最完整的网络能源产品线。经过多年的商务合作，公司已与华为、维谛形成了紧密的业务合作关系，形成了较强的客户粘性优势，并成功树立了具有标杆和示范效应的客户资

源，在市场端取得良好的口碑和效益，公司市场占有率有望获得进一步提升。

二、核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、查阅了华为官方网站关于网络能源介绍；
- 2、查阅了《招股说明书》（申报稿）以及查阅了大华出具的《审计报告》；
- 3、查阅了网络能源行业主要企业的年报、招股说明书等公开披露资料；
- 4、对发行人相关负责人员及主要客户进行访谈，了解发行人市场地位、竞争优势劣势，及发行人主营业务的成长空间及可能性；
- 5、获取了中国电源协会《中国电源行业年鉴 2020》、中国信息通信研究院、赛迪顾问、ICT research、Marketsand Markets、Wood Mackenzie 及相关券商研究报告等关于网络能源细分行业的统计数据。

三、核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

2018 年、2019 年国内网络能源市场规模约 400 亿元，其中网络能源 EMS 市场规模约 100 亿元。发行人在网络能源 EMS 领域具备较强的竞争优势；在 EMS 渗透率提升及国家加大新基建建设等背景下，发行人主营业务未来成长空间较大。

问题 6. 关于客户集中

申报材料显示，报告期内，发行人向华为、维谛的销售金额占主营业务收入的比例分别为 91.32%、91.70%、93.60%和 99.82%，集中度逐年上升。

请发行人：

（1）结合发行人与华为、维谛在各细分领域业务的合作情况，进一步补充披露中美贸易摩擦对发行人销售的具体影响，进行针对性的风险提示，通过敏感性分析的方式进行量化披露，并结合发行人开拓新客户的情况、核心竞争力、在

手订单等情况，补充披露客户集中度对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响；

(2) 补充披露发行人在华为和维谛同类产品供应商中的排名、采购数量和金额占比及份额，技术水平及竞争优劣势，华为和维谛对其他供应商的具体采购情况（包括采购价格、数量、毛利率、型号等）和主要交易方式和条件，是否与发行人相同，未来是否存在竞争加剧导致发行人业绩波动的风险；

(3) 进一步补充披露发行人针对相关风险采取的主要应对措施及其实施效果。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。此外，请保荐人和申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对以下事项进行核查并发表明确意见：

(1) 发行人客户集中，对华为和维谛合计销售收入占比超过 90%的原因，说明是否与行业经营特点一致，是否符合行业惯例；

(2) 发行人客户近期的经营状况，是否发生重大不利变化及对发行人的影响；

(3) 发行人与华为和维谛的合作历史、业务具有稳定性和可持续性的依据，相关交易的定价原则以及是否公允；

(4) 发行人与华为和维谛是否存在关联关系，发行人是否独立获取与华为和维谛的业务，发行人具备独立面向市场获取业务能力的依据。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 结合发行人与华为、维谛在各细分领域业务的合作情况，进一步补充披露中美贸易摩擦对发行人销售的具体影响，进行针对性的风险提示，通过敏感性分析的方式进行量化披露，并结合发行人开拓新客户的情况、核心竞争力、在手订单等情况，补充披露客户集中度对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响；

发行人在招股说明书“第六节、四、（二）报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

1、结合发行人与华为、维谛在各细分领域业务的合作情况，进一步补充披露中美贸易摩擦对发行人销售的具体影响，进行针对性的风险提示，通过敏感性分析的方式进行量化披露

（1）发行人与华为、维谛在各细分领域业务的合作情况

根据华为公布的年报，华为将其业务划分为以下三个经营分部：其一，运营业务：为全球电信运营商客户提供系列产品、服务和商业解决方案，包括：无线网络、固定网络、云核心网、电信软件、IT 基础设施、网络能源、专业服务和网络部署服务等；其二，企业业务：利用云计算、软件定义网络、大数据、物联网等新 ICT 技术打造支撑数字化的基础设施平台，为政府及公共事业、金融、能源、交通、制造等各行业客户提供数字化转型相关的产品及服务；其三，为消费者和商业机构提供智能手机、平板电脑、可穿戴设备、家庭融合终端等智能设备及针对这些设备的应用。发行人与华为的合作主要集中在运营业务分部中的网络能源领域。

维谛原为美国艾默生电气下属子公司，后被白金私募基金从艾默生电气以超过 40 亿美元的交易价格收购其网络能源业务，更名为维谛技术，并在美国纽交所上市。根据其公司介绍，维谛拥有美国、亚太、欧洲中东非洲三大分部，服务于数据中心、通信、商业和工业三大终端市场。其中，数据中心市场收入占比超过 50%，为主要构成部分，主要应用于 Hyperscale（超大型计算）、企业、分布式 IT/边缘、主机托管和云等领域；其次为通信市场，主要应用于宏站、中心机房、小站和数据中心等；商业与工业市场占其较小份额，主要应用于医疗保健、制造业、铁路/公共交通、电力、石油和天然气等领域。由于维谛承接了原艾默生电气的网络能源业务，发行人与维谛的合作主要集中在网络能源领域的通信市场、数据中心市场。

报告期内发行人向华为和维谛销售的产品及对应的华为、维谛业务板块情况如下：

公司产品类别	产品简介	对应的华为业务板块	对应的维谛业务板块
整流模块	为通信系统的正常运行供给电源，是整个通信网络的关键基础设施。	站点能源	通信网络、数据中心市场
嵌入式电源	将电能转换成各种设备所需要的电压或电流的机板。	站点能源	-
太阳能光伏逆变器	将光伏输出的直流变换为交流，供给日常交流负载使用。	智能光伏	-
UPS	主要用于给数据中心等提供不间断的电力供应。	数据中心能源	-
电源监控	对运行的电源设备进行监控和自动控制，实现无人值守、集中管理的装置。	站点能源	通信网络、数据中心市场
非车载充电模块	用于充电桩，与交流电网连接，将交流电变换为直流电，为电动汽车电池提供直流电。	车载电源	-
天线驱动模块	是基站用于调整天线方向使用的驱动模块。	站点能源	-

(2) 中美贸易摩擦对发行人销售的具体影响，进行针对性的风险提示，通过敏感性分析的方式进行量化披露

2019年，由于受中美贸易摩擦加剧的影响，维谛北美和维谛欧洲在2019年相应减少了对公司的采购规模，公司对维谛北美的销售金额由2018年度的5,276.25万元下降至1,465.62万元，对维谛欧洲的销售金额由2018年度的1,506.33万元下降至1,015.62万元；2020年，由于维谛北美、维谛印度、维谛欧洲、维谛巴西等均处于疫情爆发较为严重的地区，受疫情管控不力的影响，该等客户的采购和生产活动都受到不同程度的放缓，发行人对维谛境外的销售收入出现较大幅度的下滑；由于中国对新冠疫情采取了有效的应对措施以及公司与维谛境内主体合作的继续深入，2020年发行人对维谛境内的销售收入有较大幅度的增长。

当地时间2019年5月15日，美国商务部宣布将华为列入美方“实体清单”，之后陆续采取了一系列制裁措施，限制华为使用安卓系统、部分应用软件以及高端芯片。尽管如此，华为凭借优秀的管理能力和强大的产品竞争力，2019年度实现销售收入8,588.33万元，较2018年增长19.08%，2020年1-6月实现销售收入4,540.00万元，较2019年同期增长13.1%。2017-2019年，发行人来自华为的销售收入分别为12,375.10万元、13,357.85万元和27,392.62万元，呈

逐年增长趋势，2020年1-6月发行人对华为实现销售收入13,981.26万元，较上年同期增长31.13%。

2020年1-9月，发行人对华为实现销售收入18,671.14万元（经会计师审阅），较上年同期增长4.27%。如果中美贸易摩擦持续升级，一方面，美国政府针对华为出具更为严厉的管制措施，华为的经营环境将会面临更大的不确定性，华为可能大幅减少对发行人的采购需求；另一方面，虽然维谛美国、亚太、欧洲中东非洲几大分部独立运营，若美国采取极端的贸易措施，可能会影响维谛境内、境外主体对发行人的采购，而发行人来自华为、维谛的销售收入占比较高，若发行人短期内无法获取新客户进行替代，发行人的经营业绩将面临一定的下滑风险。基于以下假设，发行人对华为、维谛销售收入下滑的敏感性测试如下：

①2020年发行人对华为、维谛的销售收入较上年同期下滑幅度分别达10%、30%、50%（发行人对华为、维谛2019年度销售收入为48,392.40万元）；

②2020年当期扣除非经常性损益后净利润率维持2019年度水平不变；

③2020年全年来来自于其他客户的收入与2019年度保持不变。

基于以上假设，发行人由于中美贸易摩擦升级对华为、维谛收入下滑对业绩影响敏感性分析如下表所示：

单位：万元

项目		2020年发行人对华为、维谛销售收入降幅		
		10%	30%	50%
主营业务收入	金额	46,864.25	37,185.77	27,507.29
	较2019年下降	9.36%	28.08%	46.80%
扣除非经常性损益后净利润	金额	4,976.67	3,948.88	2,921.09
	较2019年下降	9.72%	28.36%	47.01%

备注：以上假设条件对应的敏感性分析不构成对发行人的盈利预测。

基于以上假设，当2020年发行人对华为、维谛的销售收入下滑幅度分别为10%、30%和50%时，发行人2020年度扣除非经常性损益后净利润将分别较上年下降9.72%、28.36%和47.01%。若未来中美贸易关系出现极端情况，导致公司

主要客户华为、维谛的经营状况及面临的国际环境出现重大不利变化，导致华为、维谛对发行人的采购需求大幅下滑，将会对发行人的经营业绩造成重大不利影响。

2、结合发行人开拓新客户的情况、核心竞争力、在手订单等情况，补充披露客户集中度对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响

(1) 发行人开拓新客户的情况、核心竞争力、在手订单等情况

公司的核心竞争力主要包括制造管理综合信息系统下的精益生产能力、柔性制造能力和产品质量管控能力，能够打破传统电子制造服务产生的数据孤岛情况，实现信息化与工业化的深度融合，并采用精益生产理念持续对生产过程中产生的信息进行加工、传递、整合、共享并综合呈现，提高了生产效率并保证了产品品质的一致性和稳定性，使得公司具备了多产品、多订单同步生产的综合能力，同时在保障产品品质的同时大幅提高了公司的产品交付能力，解决了客户的痛点和难点。

凭借公司的核心竞争力，在发展过程中，公司陆续与网络能源行业的龙头企业维谛、华为达成合作，同时基于维谛境内主体与公司的良好合作关系，通过维谛同一集团内引荐，公司与维谛境外多个主体陆续开展合作。后来，公司基于对新能源汽车行业风口的判断，与新能源汽车充电桩领域的知名企业英可瑞、英飞源达成合作，2020年4月，发行人与扫地机器人行业龙头公司美国iRobot corporation开展合作试样，并实现了13.44万元的试样收入，但由于后续美国新冠疫情的大爆发导致双方合作推迟。2020年下半年，发行人陆续与研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司和上海洞彻智能科技有限公司进行洽谈和测试验证，截至本问询回复出具日，已取得的在手订单情况如下：

客户名称	在手订单金额（含税，万元）
研创光电科技（赣州）有限公司	88.84
江苏吉泰科电气股份有限公司	46.88
上海洞彻智能科技有限公司	67.50

上述三家企业的基本情况如下：

研创光电科技（赣州）有限公司（以下简称“研创光电”），是一家集研发、设计、生产和销售 LTCC 产品及片式元器件产品的国家高新技术企业，经过近十年的创新与发展，公司产品已涵盖 5G 滤波器、片式元器件、无线充电流延磁片、陶瓷天线、复合基板等多个高新技术领域，产品广泛应用于 5G 通讯与元器件、军工电子、集成模组、无线充电及近场通信技术等领域。

江苏吉泰科电气股份有限公司（以下简称“吉泰科”），专注于电力电子技术和电机控制技术，主要涵盖工业变频器、伺服驱动器、新能源汽车电机控制器、风力发电变流器和光伏逆变器等产品的研发、生产和销售，2016 年 3 月在新三板挂牌并于 12 月摘牌，目前正在江苏省证监局 IPO 辅导备案中。

上海洞彻智能科技有限公司（以下简称“洞彻智能”），是一家专注于微电机产品、电机控制类产品、电机控制芯片研发设计的企业，为客户提供各种品质优良、性价比高的微电机相关产品和解决方案，目前洞彻智能的产品在家用电器行业已经具有较好的竞争力，并持续推进在汽车零部件、工业、运动健康等多领域的协调发展。

近年来网络能源行业增长较快，华为、维谛等主要客户对公司的采购需求亦在较快增长，2019 年度公司产能利用率达到 93.48%。基于公司管理层较为谨慎的经营风格，公司产能扩张速度有限，在产能利用率较为充分的情形下优先确保服务好公司核心客户华为和维谛，具有商业合理性。随着中美贸易摩擦的不断升级，自 2020 年开始，公司积极拓展美国 iRobot corporation、研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司等新客户，但由于发行人产能利用率较高以及 EMS 行业产品测试周期较长的影响，公司 2020 年的客户仍以华为、维谛为主。

（2）客户集中度对发行人持续经营能力是否存在重大不利影响

报告期内，发行人的客户集中度较高，与发行人的产品应用领域、下游行业特点及公司经营策略相吻合，发行人主要客户均为行业龙头企业，并且已经

同发行人形成了持续稳定的合作关系，客户集中度高对发行人持续经营能力不会产生重大不利影响。但是，如果公司未来在产品质量、生产效率、快速响应等方面无法继续满足华为、维谛等重要客户的需求，从而无法维持与其合作关系，或者因中美贸易摩擦升级，美国采取极端贸易措施导致华为、维谛面临的经营环境发生重大不利变化从而导致其对公司的采购需求下降，而公司又无法在短期内开发新客户进行替代，发行人的经营业绩将会大幅下滑，将会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

(二) 补充披露发行人在华为和维谛同类产品供应商中的排名、采购数量和金额占比及份额，技术水平及竞争优劣势，华为和维谛对其他供应商的具体采购情况（包括采购价格、数量、毛利率、型号等）和主要交易方式和条件，是否与发行人相同，未来是否存在竞争加剧导致发行人业绩波动的风险；

发行人在招股说明书“第六节、四、（二）报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

1、发行人在华为和维谛同类产品供应商中的排名、采购数量和金额占比及份额，技术水平及竞争优劣势

报告期内，华为和维谛未对外披露网络能源类产品 EMS 的排名、采购数量和金额；经查询网络公开信息，也未能查询到华为和维谛在网络能源类产品 EMS 的排名、采购数量和金额。

根据对华为的实地走访，并结合发行人在华为 PCBA 外包框架采购项目招标的 8 个产品族中，获得 5 个大份额标包、1 个中份额标包和 2 个小份额标包的实际情况，由于大份额标包仅有一家供应商中标且占比在 50%以上，因此，发行人在华为网络能源产品供应商招标中，中标份额排名第一。

根据对维谛的实地走访，维谛境内主体与发行人合作的整流模块主要应用在通信站点能源领域，该产品线中发行人占比大概在 40%-50%，而电源监控产品占比较低；维谛境外主体未明确发行人在其同类供应商中所处的地位。

公司目前已形成智能无线供电技术、无线充电电路与系统技术、智能充电检测技术等 9 项核心技术，在提升生产效率、提高良品率和保证产品可靠性、

稳定性方面发挥着重要作用，发行人的技术水平具体论述详见本问询回复“问题4”之“一、（一）、3、公司的技术水平”。发行人相较于竞争对手的优劣势详见本问询回复“问题5”之“一、（三）发行人与竞争对手相比的优劣势”。

2、华为和维谛对其他供应商的具体采购情况（包括采购价格、数量、毛利率、型号等）和主要交易方式和条件，是否与发行人相同，未来是否存在竞争加剧导致发行人业绩波动的风险

（1）华为和维谛对其他供应商的具体采购情况（包括采购价格、数量、毛利率、型号等）和主要交易方式和条件，是否与发行人相同

针对发行人同类产品，华为和维谛的其他供应商包括富士康、斯比泰、捷普、信华精机和安科讯等，富士康、斯比泰和捷普均为全球领先的综合性 EMS 企业，网络能源 EMS 业务占比较低，未在公开信息中对相应采购情况进行披露；信华精机和安科讯为非上市公司，无法获取其公开信息。

根据发行人中介机构对华为和维谛的访谈，华为通过招投标的方式确定供应商份额及采购价格；维谛通过商务谈判的方式与各供应商协商确定采购价格及相应份额。华为和维谛均通过市场化原则与发行人建立合作关系，相关合作模式及定价机制符合公司制度及行业惯例，与公司签署的合作协议中不存在有明显不同于其他供应商的关键性条款，华为和维谛对其他供应商的主要交易方式和条件与发行人不存在实质性差异。但是，因华为和维谛对其他供应商的具体采购情况（包括采购价格、数量、毛利率、型号）和主要交易方式、条件系其商业秘密，华为和维谛未向发行人及中介机构提供相关信息。

经发行人中介机构查询网络公开信息，深圳中富电路股份有限公司（以下简称“中富电路”）向华为提供的通信类 PCB 板主要运用在华为网络能源领域，越博动力的交易标的深圳市华灏机电有限公司（以下简称“华灏机电”）是华为通信网络设备的总装和测试 EMS 服务商。虽然中富电路、华灏机电并非发行人在华为、维谛同类产品的其他供应商，但是其向华为提供的产品或服务的应用领域与发行人一致或相似，均主要在网络能源领域，根据其披露的公开信息，其主要交易方式和条件与发行人对比情况如下：

项目	合格供应商认证	合作模式	物料提供方式	信用期
中富电路	审厂、进行合格供应商认证	招投标方式获取订单	自主采购	90天
华灏机电	进行合格供应商认证	招投标方式获取订单	核心物料向华为采购	60天
发行人	审厂、进行合格供应商认证	招投标方式获取订单	主要物料由华为提供	75天

经过对比发现，中富电路、华灏机电与发行人一致，均需通过华为的合格供应商认证，也主要通过招投标方式获取华为的订单。但在物料采购和信用期方面，由于向华为提供的产品和服务的不同，中富电路主要向华为提供通信类PCB板，为发行人的上游，华灏机电主要对华为的通信网络设备进行总装和测试，为发行人的下游，因此在物料提供方式及信用期方面与发行人有所差异。

(2) 未来可能存在竞争加剧导致发行人业绩波动的风险

网络能源产品具有测试功率大、插件占比大、制造技术含量高、制造工艺复杂、产品品种多、小批量、多批次的特点，需要较大的人力投入，同时在制造效率的改进和质量保障方面需要持续优化，网络能源EMS厂商需要经过较长时间和较为严格复杂的认证程序方能成为华为、维谛等行业龙头客户的合格供应商，且一旦成为其合格供应商，通常会形成较为稳定、持续的合作关系。目前，国内能够进入华为、维谛网络能源EMS采购体系的企业相对较少，公司的直接竞争对手除安科讯为内资公司外，信华精机为中港合资企业，富士康、捷普、斯比泰等均为全球领先的综合性EMS企业。尽管公司通过柔性化的生产能力、及时的交付能力和稳定可靠的产品质量取得华为、维谛等主要客户的信赖，与其长期保持着稳定的合作关系，但若公司未来与竞争对手相比不能持续保持在技术工艺、产品质量、交付响应等方面的优势，无法及时满足华为、维谛等主要客户的需求，可能存在竞争加剧导致公司业绩波动的风险。

(三) 进一步补充披露发行人针对相关风险采取的主要应对措施及其实施效果

发行人在招股说明书“第六节、四、（二）报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

1、继续扩大在华为、维谛网络能源产品领域的业务规模，同时积极向其他

业务领域延伸

自发行人成为华为、维谛的合格供应商之后，凭借公司出色的柔性制造能力、产品质量以及交付能力，2017年至2020年1-6月，对华为实现销售收入12,375.10万元、13,357.85万元、27,392.62万元和13,981.26万元，呈逐年增长趋势；发行人对维谛实现销售收入24,311.74万元、33,185.37万元、20,999.78万元和10,449.73万元，虽然2019年由于中美贸易战及印度基站建设数量放缓的影响导致发行人对维谛境外的销售收入减少，但得益于国内5G基站及数据中心的建设，2020年1-9月，发行人仍对维谛实现销售收入19,086.68万元，较去年同期增长18.20%。

现阶段公司产品在主要应用在华为的站点能源、智能光伏、数据中心能源和车载电源领域，主要应用在维谛的通信网络和数据中心市场，该等产品市场需求广阔，随着5G基站、数据中心以及太阳能光伏电站的不断建设，公司产品的市场需求有望维持较快的增长。另外，公司也正在与华为进行接洽，向光传输等泛网络产品、电动汽车电源管理系统、车载充电器以及电脑电源等领域进行拓展；公司正在与维谛推进电力操作电源的合作，应用于发电厂、变电站等领域，现试制已通过待批量生产，同时，双方正在洽谈UPS领域的合作，预计2021年完成试制。

2、加大对其他客户的开拓力度，进一步优化客户结构

随着中美贸易摩擦的不断加剧，发行人凭借与华为、维谛长期合作形成的市场口碑和自身强大的制造能力，加大了对新客户的开拓力度。2020年4月，发行人与扫地机器人行业龙头公司美国iRobot corporation开展合作试样，并实现了13.44万元的试样收入，但由于后续美国新冠疫情的爆发导致双方合作推迟。2020年下半年，发行人陆续与研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司和上海洞彻智能科技有限公司进行洽谈和测试验证，截至本问询回复出具日，已取得在手订单合计203.22万元。

3、加强技术与工艺储备，向其他业务领域拓展

工艺技术的提升、制造流程的改进是发行人实现持续稳定发展的重要保证。

发行人在网络能源领域长期的专注和深耕，使发行人积累了丰富且深入的生产管理经验，打造了高质量、高效率、高交付的柔性制造系统。未来公司将在继续巩固网络能源领域竞争优势的基础上，进一步加强对消费电子、汽车电子等业务领域的开发力度，持续改善公司客户结构，降低经营风险。

请保荐人、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。此外，请保荐人和申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的要求对以下事项进行核查并发表明确意见：

（一）发行人客户集中，对华为和维谛合计销售收入占比超过90%的原因，说明是否与行业经营特点一致，是否符合行业惯例；

报告期内发行人同行业可比公司前二大客户的客户集中度情况如下：

公司名称	2019年度	2018年度	2017年度
光弘科技	69.69%	38.20%	41.59%
环旭电子	53.38%	51.60%	50.29%
卓翼科技	34.12%	44.52%	39.02%
发行人	93.60%	91.70%	91.32%

注：半年度报告中，同行业可比公司未披露2020年1-6月前五大客户占比情况。

报告期内，发行人前二大客户销售占比分别为 91.32%、91.70%和 93.60%，客户集中度高。发行人同行业可比公司中环旭电子 2019 年度前二大客户销售占比为 53.38%，光弘科技 2019 年度前二大客户销售占比为 69.69%，客户集中度也相对较高，且大致呈逐年上升趋势。但由于发行人同行业可比公司业务规模相对较大，产品类型丰富，且应用领域主要集中在消费电子、电脑及存储、网络通讯、汽车电子等，而发行人主要为网络能源类产品，主要应用于通信领域，由于下游行业经营特点不同，导致发行人的客户集中度较同行业可比公司更高。

报告期内，发行人的客户集中度较高，与下游行业经营特点相一致。发行人的网络能源类产品主要应用于通信领域，而在通信领域，由于基础建设投资巨大、技术门槛相对更高、边际成本也相对较小，存在很强的规模经济效应，因此下游

通信设备生产商呈现出较高的市场集中度。根据市场研究公司 Dell'Oro Group 发布的数据，报告期内全球范围内前五大通信设备生产商分别为华为、诺基亚、爱立信、中兴通讯和思科，2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，上述五家厂商全球电信设备市场合计收入份额占比分别为 75%、74% 和 76%，行业集中度较高，如下表所示：

全球电信设备市场前五大厂商收入份额

通信设备商	全球电信设备市场收入份额		
	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年
华为	30%	28%	28%
诺基亚	15%	16%	17%
爱立信	14%	14%	14%
中兴通讯	11%	9%	8%
思科	6%	7%	8%
合计	76%	74%	75%

上述五大通信设备生产商中，华为近年来在全球电信设备市场收入份额排名均稳居第一，其主导设计网络能源产品，并将生产制造外包给 EMS 厂商，爱立信、诺基亚主要向网络能源设备商采购，其中维谛占其较高的市场份额，维谛获取发行人提供的网络能源产品后经过一定的集成再销售给爱立信、诺基亚等通信设备生产商；另外，维谛也向通信运营商直接销售网络能源产品。报告期内，发行人的主要客户为华为、维谛，均是行业龙头企业，在下游寡头垄断的竞争格局中占有较高的市场份额。经查询网络公开信息，以华为、中兴、爱立信等电信设备厂商为主要客户的公司前二大客户销售占比情况如下：

公司名称	前二大客户名称	2019 年	2018 年	2017 年
国人科技	中兴通讯、爱立信	79.83%	82.83%	77.97%
阿莱德	爱立信、诺基亚	86.16%	87.23%	86.68%
武汉凡谷	第一/二大客户	84.15%	70.27%	78.21%
大富科技	第一/二大客户	65.79%	67.53%	58.87%
发行人	华为、维谛	93.60%	91.70%	91.32%

国人科技、阿莱德、武汉凡谷、大富科技 2019 年度前二大客户销售占比分

别为 79.83%、86.16%、84.15%和 65.79%，客户集中度较高。国人科技为全球领先的基站射频系统产品及解决方案提供商，主要客户包括中兴通讯、爱立信、诺基亚等；阿莱德是一家高分子材料通信设备零部件供应商，为客户提供用于移动通信基站设备内、外部的零部件产品，主要客户包括爱立信、诺基亚、中兴等；武汉凡谷是一家主要从事射频器件和射频子系统的研发、生产、销售的上市公司，其主要客户为通信行业下游的移动通信主设备商，包括华为、爱立信和诺基亚等；大富科技主营业务为移动通信基站射频产品、智能终端产品、汽车零部件的研发、生产和销售，其中，移动通信基站射频产品主要客户包括华为、爱立信和诺基亚等，由于大富科技除移动通信基站射频产品外，还有智能终端产品、汽车零部件两大产品线，因此其客户集中度相对较低。

综上所述，由于华为、爱立信等前五大设备厂商占据全球电信设备市场 75% 以上的市场份额，发行人的网络能源产品主要应用在通信领域，客户集中度较高符合行业特性。另外，发行人在自身经营规模偏小，受资金、生产场地、产能等条件约束的情况下，集中主要资源实施大客户策略，选择优先服务好华为和维谛等行业龙头客户，符合公司实际发展状况。同时，华为、维谛等大客户的资信水平较高，有利于发行人控制经营及回款风险，保证良好的现金流，因此，发行人对华为、维谛的销售占比较高。

（二）发行人客户近期的经营状况，是否发生重大不利变化及对发行人的影响；

报告期内，华为、维谛为发行人的主要客户，发行人对其实现的销售收入占公司主营业务收入的比重在 90% 以上。尽管受到中美贸易摩擦及新冠疫情的双重影响，但作为行业龙头企业的华为和维谛，有着及时有效的风险应对体系，2020 年经营状况良好，未发生重大不利变化。

1、华为公司近期的经营状况及对发行人的影响

华为公司 2019 年年报披露，华为已建立了一整套严密有效的业务连续性管理体系，覆盖了从供应商到华为，从华为到客户的端到端业务。根据华为公司官网公布的数据，2020 年上半年，华为实现销售收入 4,540 亿元人民币，同比增长 13.1%，净利润率 9.2%。其中，运营商业务收入为 1,596 亿元人民币，企业业务

收入为 363 亿元人民币，消费者业务收入为 2,558 亿元人民币。在受到美国持续打压的情形下，由于前期储备了充分库存，并且已经预先开展了美国物料的替代预案，华为公司在 2020 年上半年较去年同期仍保持增长，充分验证了其管理体系的有效性。发行人与华为公司合作的领域主要集中在运营商业务，2019 年上半年，华为公司实现运营商业务收入 1,465 亿元人民币，2020 年上半年运营商业务较去年同期增长 8.94%，经营状况良好；2020 年上半年，发行人对华为实现销售收入 13,981.26 万元，较去年同期增长 31.13%。因此，2020 年上半年，华为公司的整体业务以及与发行人主要合作领域业务均保持增长状态，未发生重大不利变化。

但是，由于去全球化、贸易保护主义的加剧，全球贸易摩擦与贸易壁垒的不断升级，产业投资信心不足、地缘政治、美国可能的进一步制裁等带来的不确定性影响，华为所面临的外部风险可能增加。受制于美国政府的压力，2020 年 7 月，英国正式对外宣布，已决定停止在 5G 建设中使用华为设备；2020 年 10 月，瑞典决定排除华为，并自行建设本国 5G 网络，意大利宣布基于自身国家安全，将在 5G 建设中排除华为设备，华为仍面临着西方国家进一步制裁的风险。根据华为官网公布的数据，2020 年前三季度，华为实现销售收入 6,713 亿元人民币，同比增长 9.9%，较 2020 年上半年的收入增长率有所下降。

尽管在当前局势下，华为的经营环境面临着很大的不确定性，但是全球企业、政府与美国政府之间对于华为问题仍处于不断博弈阶段。2020 年 11 月，高通已获得向华为出售 4G 芯片的供货许可；2020 年 12 月，德国、法国、荷兰等欧盟 17 国联合发布了《欧洲处理器和半导体科技计划联合声明》，欧盟相关国家将在未来几年内投资 1450 亿欧元研究半导体技术，以提高欧盟在该领域的技术地位和市场份额，以便服务包括华为在内的更多海外客户；当地时间 2021 年 1 月 1 日，瑞典电信巨头爱立信向瑞典政府施压，要求取消对华为的禁令，否则会将公司总部搬出瑞典。

因此，在去全球化、贸易保护主义加剧的大背景下，中美之间的贸易摩擦呈长期化、常态化态势，华为有可能面临西方国家持续性的贸易制裁措施。若出现极端贸易措施，华为的经营环境将会面临更大的不确定性，华为可能大幅减少对

发行人的采购需求，发行人的经营业绩将会面临大幅下滑的风险。

2、维谛近期的经营状况及对发行人的影响

根据维谛招股说明书披露的数据，2019年1-9月，维谛实现销售收入32.60亿美元，其中美洲地区实现销售收入16.75亿美元，占比51.40%，亚太地区实现销售收入9.06亿美元，占比27.80%，欧洲中东非洲三地实现收入6.78亿美元，占比20.81%；2020年1-9月，维谛实现销售收入30.65亿美元，较去年同期下降5.98%，其中美洲地区实现销售收入14.83亿美元，占比48.40%，亚太地区实现销售收入9.26亿美元，占比30.22%，欧洲中东非洲三地实现收入6.55亿美元，占比21.38%。由于新冠疫情爆发及政府管控不力的影响，2020年1-9月维谛美洲地区和欧洲中东非洲地区的销售收入较去年同期有所下降，但得益于中国政府对新冠疫情采取的行之有效的措施，以及中国的数据中心、5G项目和风力发电的强劲需求，虽然印度及亚洲其他地区的收入较去年同期有所下降，但亚太地区整体收入较去年同期有所增长。

发行人对维谛境内主体和境外主体的销售收入同维谛的地区收入分布趋势基本一致。受国外新冠疫情爆发的影响，2020年1-9月，发行人对维谛境外实现销售收入5,092.26万元（已经会计师审阅），较去年同期下降37.37%；得益于国内5G基站及数据中心的建设，发行人对维谛境内实现销售收入13,994.42万元（已经会计师审阅），较去年同期增长74.57%。因此，作为维谛的核心供应商之一，由于国内订单需求增加，虽然国外新冠疫情影响较为严重，2020年1-9月，发行人仍对维谛实现销售收入19,086.68万元，较去年同期增长18.20%。

虽然2020年1-9月，发行人对维谛的销售收入较去年同期保持增长，但如维谛招股说明书风险提示中所述，新冠疫情已经对维谛的销售渠道、运营效率、供应链、员工队伍等方面产生了不利影响，由于受病毒自身发展及政府管控措施等多方面的影响，维谛无法具体预测新冠疫情对其的影响程度和时间跨度。因此，若新冠疫情继续大范围蔓延，将会对维谛的正常业务运营产生持续性的不利影响，发行人对维谛境外主体的销售收入将会进一步下降，从而导致发行人经营业绩的下滑。

（三）发行人与华为和维谛的合作历史、业务具有稳定性和可持续性的依

据，相关交易的定价原则以及是否公允；

1、发行人与华为和维谛的合作历史、业务具有稳定性和可持续性的依据

在经过审厂调查、样品测试、小批量试制、批量能力评估等一系列供应商认证程序后，发行人于 2014 年成为维谛的合格供应商，2015 年成为华为的合格供应商，并持续稳定的为维谛、华为提供高标准的 EMS 服务。发行人与维谛、华为的合作至今，已有 7 年左右的历史，中间未曾有过中断，并在长期合作过程中，发行人与华为、维谛的采购、研发、质检、生产制造等各个部门形成了良好的合作关系，业务具有稳定性和可持续性的依据主要表现在：

(1) EMS 服务厂商的粘性较强，客户的转换成本较高

与物料、设备等常规供应商相比，EMS 服务厂商的客户粘性更高。EMS 服务厂商实质上是客户生产能力的外延，对保障客户的产品正常、稳定供应至关重要。由于 EMS 服务厂商是客户自身生产能力的外延，其在选择 EMS 厂商时通常设置较高的门槛，一般都需要先审厂尽调，后续通过初审、复审、终审，以及样品测试、小批量试制、批量能力评估等一系列复杂的认证程序，才会认证成为合格供应商进行批量合作。双方开展批量合作后，客户和发行人均需制程工艺、质量管控流程、设备等多个方面共同投入，客户也会派驻专家团队长期在发行人生产现场进行培训指导和突发问题解决，双方已形成了“你中有我、我中有你”的关系，特别是维谛、华为等行业龙头企业对 EMS 厂商均按照“严进严出”的规则，除非有重大品质问题，一般不会选择轻易更换。

(2) 发行人的综合服务能力较强，在维谛、华为同类产品中份额较高

在长期合作的过程中，发行人致力于不断提高自身的制造管理综合信息系统下的精益生产能力、柔性制造能力、产品质量管控能力和交付能力，并基于对客户需求的深刻理解，发行人在产品质量、响应速度和交付周期等方面得到了维谛和华为较高的认可。维谛在与中介机构访谈过程中表示，发行人提供的产品质量稳定，供应柔性较强，产品竞争力较强，对维谛境内主体的供货份额占比大概在 40%-50%；发行人在华为 PCBA 外包框架采购项目招标的 8 个产品族中，获得 5 个大份额标包、1 个中份额标包和 2 个小份额标包，由于大份额标包仅有一家供

应商中标且占比在 50% 以上，发行人在华为网络能源产品供应商招标中，中标份额排名第一，并获得了华为颁发的多个优秀供应商奖项。

(3) 2020 年 1-9 月，发行人对维谛、华为的收入保持增长，在手订单充足

2020 年，全球新冠疫情的爆发使得各国的生产经营活动未能正常开展，中美贸易摩擦也愈演愈烈，如此双重背景下，2020 年 1-9 月，发行人对维谛实现销售收入 19,086.68 万元，较去年同期增长 18.20%；发行人对华为实现销售收入 18,671.14 万元（数据已经会计师审阅，下同），较去年同期增长 4.27%。发行人对维谛、华为的销售收入保持增长状态，充分显示了公司是华为、维谛长期、稳定的合作伙伴。另外，截至 2021 年 1 月 7 日，发行人对维谛、华为的在手订单合计 22,164.68 万元，订单充足，发行人与维谛、华为的合作持续、稳定。

2、发行人与华为、维谛相关交易的定价原则以及是否公允

发行人与客户的合作需要取得客户供应商严格的审核、认证，进入客户合格供应商名录，并需要通过周期性的招投标（综合评估技术、质量、交付、成本等因素）或商务谈判，最终合作均需通过竞争性报价环节确定。发行人在确定竞争性报价策略时，会综合考虑多方面因素，例如行业及产品长期市场趋势、客户需求量、前期投入成本、不同产品类型的市场竞争空间、物料成本和人工成本变动情况、行业价格水平等方面后，最终做出决策。

报告期内，发行人对维谛的产品报价由物料成本、物料之外的其他成本以及合理利润组成，维谛境内产品按季度更新报价，发行人采购部门根据客户提供的物料清单报出物料价格，中试部门确认 BOM 的准确性。产品的物料成本由物料数量乘以物料单价汇总得出，产品的非物料成本包含：物料损耗、人工成本、包装成本、辅料成本、车间管理成本等组成。维谛境外的产品价格相比维谛国内的产品价格主要增加报关成本及海外产品专用包装成本，由于境内外的采购主体不同，对于维谛境外产品发行人不按季度更新报价，当维谛境外客户下达大额采购订单时，双方前述成本构成情况通过商务谈判调整产品价格。

报告期内，发行人对华为销售的产品主要通过招投标确定产品报价。华为产品报价由人工成本、辅料成本、包装成本、运输成本、运营费率组成（BOM 主

要原材料由华为提供，不纳入产品报价)。华为一般每两年招标一次，技术标通过后，发行人通过华为报价模板填列各种费率，包括 SMT 贴片费率、人工成本费用率、机器设备费率、运输费率、运营费率等，形成产品价格并体现在投标价格之中。

发行人作为华为、维谛的电子制造服务商，所生产的产品均为客户定制的协议项下的“产品”，不存在向不同客户销售同型号产品的情况。报告期内，发行人与维谛通过商务谈判、报价协商的方式取得订单，均履行了双方主体规定的内部审批程序按照市场化的原则进行定价；发行人与华为通过招投标的方式获取订单，华为的每次招投标均履行规定的程序，招投标程序公平，产品销售价格依据中标结果确定。因此，发行人与主要客户相关交易的定价原则合理，具有公允性。

(四) 发行人与华为和维谛是否存在关联关系，发行人是否独立获取与华为和维谛的业务，发行人具备独立面向市场获取业务能力的依据。

1、发行人与华为和维谛是否存在关联关系，发行人是否独立获取与华为和维谛的业务

根据华为 2019 年年报，华为是一家 100% 由员工持有的民营企业，无实际控制人。华为通过工会实行员工持股计划，参与者仅为公司员工，没有任何政府部门、机构持有华为股权，发行人与华为年报中披露的持股员工代表会成员、董事会成员、监事会成员等均不存在持股、任职等关联关系。而维谛官方网站披露其为一家总部位于美国俄亥俄州哥伦布市的公司，目前已在纽约证券交易所上市 (NYSE:VRT)，根据维谛披露的招股说明书，其股东、董监高与发行人不存在关联关系。根据中介机构对华为和维谛的实地走访，该两家公司有权受访人员均表示“华为（维谛）、华为（维谛）的股东、董事、监事、高级管理人员、主要业务人员与发行人、发行人控股股东及其他股东、发行人实际控制人、发行人的董监高、发行人的子公司不存在关联关系，不存在经济往来或其他利益关系（如投资、信托持有或委托持有或直接或间接持有发行人股权或权益、亲属关系、任职关系、购销关系或其他特殊利益关系等）”。

华为、维谛作为行业龙头企业，维谛为纽交所上市公司，华为虽未上市但建立了完善的法人治理结构，上述两家公司的生产经营均按照各自的公司治理要求

以及采购管理制度与供应商达成合作，市场透明度较高。发行人凭借自身在网络能源产品制造领域的精益生产能力、柔性制造能力、产品质量管控能力和交付能力，经过了华为、维谛严格、复杂的供应商认证程序，最终进入其合格供应商名录。报告期内，发行人通过招投标方式获取华为相关业务，通过商务谈判、报价协商的方式获取维谛相关业务，发行人与华为、维谛均按照其内部采购程序独立获取相关业务，过程合法合规。

2、发行人具备独立面向市场获取业务能力的依据

(1) 发行人建立了自主完善的供产销体系

发行人具备与生产经营有关的主要系统、辅助系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、机器设备以及专利、软件著作权等，具有独立的采购和销售系统，具备与经营有关的完整业务体系。发行人已建立起完善的“产供销”体系，在业务、机构、人员、资产、财务等方面均保持独立，能够自主经营管理，具备独立面向市场能力。

(2) 发行人依据自身策略进行业务拓展

发行人采取大客户策略，在发展过程中，依靠自身的柔性制造、产品交付、质量管理等竞争优势，发行人陆续与网络能源行业的龙头企业维谛、华为达成合作，同时基于维谛境内主体与公司的良好合作关系，通过维谛同一集团内引荐，公司与维谛境外多个主体陆续开展合作。后来，公司基于对新能源汽车行业风口的判断，与新能源汽车充电桩领域的知名企业英可瑞、英飞源达成合作。2020年4月，发行人与扫地机器人行业龙头公司美国 iRobot corporation 开展合作试样，并实现了 13.44 万元的试样收入，但由于后续美国新冠疫情的大爆发导致双方合作推迟。2020 年下半年，发行人陆续与研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司和上海洞彻智能科技有限公司进行洽谈和测试验证，截至本问询回复出具日，已取得在手订单合计 203.22 万元。

(3) 发行人自有生产基地的建设将有助于发行人突破现有产能瓶颈

近年来网络能源行业增长较快，华为、维谛等主要客户对公司的采购需求亦在较快增长，2019 年度公司产能利用率达到 93.48%。截至目前，发行人惠州华

智新能源设备产业基地一期项目已接近完工状态。发行人将在惠州厂房全部建设完毕后，陆续将目前厂房的机器设备搬迁至惠州自有厂房，同时计划通过购置更多生产线和招聘生产人员以快速提升产能，扩充的产能对于满足并承接现有大客户和新客户的订单需求，创造了必要的生产条件。

综上，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

二、核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、对发行人管理层进行访谈，了解发行人与华为公司近期在各细分领域业务的合作情况；

2、对发行人关于中美贸易摩擦对发行人销售具体影响的敏感性分析进行复核，了解发行人销售受中美贸易摩擦的影响；

3、对发行人管理层进行访谈，了解发行人开拓新客户的方式以及新客户开拓进展情况；获取并了解发行人近期的在手订单情况；

4、对发行人管理层进行访谈，了解发行人是否知悉主要客户对与发行人同产品的其他供应商的采购情况等相关信息，查阅发行人主要客户年度报告或官方网站，是否对相关信息进行公开披露；

5、对发行人管理层进行访谈，了解发行人针对相关风险采取的主要应对措施，分析并了解上述措施的可行性；

6、查阅发行人同行业可比公司的年度报告等公开披露资料，了解同行业可比公司客户集中度情况，对比分析发行人客户集中度高是否符合行业惯例、行业特点，对发行人管理层进行访谈，了解客户集中度高是否对发行人持续经营能力存在重大不利影响；

7、对发行人管理层进行访谈，了解近期经营状况是否发生重大不利变化；对发行人近期财务报表进行审阅，并与上年同期财务情况进行对比分析；

8、对发行人管理层进行访谈，了解发行人对主要客户相关交易的定价原则，分析并判断是否具备公允性；

9、通过天眼查等公开披露信息查阅发行人主要客户华为和维谛是否存在关联关系，并通过访谈发行人管理层，了解其是否独立获取华为和维谛业务，以及分析发行人对具备独立面向市场获取业务能力的判断依据。

三、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人与华为主要在站点能源、智能光伏、数据中心能源和车载电源领域进行合作，与维谛主要在通信网络和数据中心市场进行合作；2019年，由于受中美贸易摩擦加剧的影响，维谛北美和维谛欧洲在2019年相应减少了对公司的采购规模，华为凭借优秀的管理能力和强大的产品竞争力，2019年度实现销售收入较去年同期增长19.08%，发行人来自华为的销售收入也呈逐年增长趋势。若未来中美贸易关系出现极端情况，导致公司主要客户华为、维谛的经营状况及面临的国际环境出现重大不利变化，导致华为、维谛对发行人的采购需求大幅下滑，将会对发行人的经营业绩造成重大不利影响。

针对客户集中度较高的风险，发行人正积极进行新客户开拓，也取得了部分在手订单。但是，发行人的销售收入仍主要来自于华为和维谛。若华为、维谛面临的经营环境发生重大不利变化从而导致其对公司的采购需求下降，将会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响。

2、发行人在华为、维谛同类产品供应商中的排名和占比较高，华为和维谛对其他供应商的主要交易方式和条件与发行人不存在实质性差异。若公司未来与竞争对手相比不能持续保持在技术工艺、产品质量、交付响应等方面的优势，无法及时满足华为、维谛等主要客户的需求，可能存在竞争加剧导致公司业绩波动的风险。

3、针对相关风险，发行人将继续扩大在华为、维谛网络能源产品领域的业务规模，同时积极向其他业务领域延伸；并加大对其他客户的开拓力度，进一步优化客户结构；另外，发行人也将加强技术与工艺储备，向其他业务领域拓展。

4、发行人客户集中，对华为和维谛合计销售收入占比超过90%主要是由于下游行业集中度高导致，与同行业可比公司经营特点一致，符合行业惯例。

5、2020 年前三季度，华为销售收入同比增长 9.9%，经营状况良好，若未来出现极端贸易措施，华为的经营环境将会面临更大的不确定性，发行人的经营业绩将会面临大幅下滑的风险；由于新冠疫情影响，2020 年 1-9 月，维谛销售收入较去年同期下降 5.98%，经营状况良好，若新冠疫情继续大范围蔓延，将会对维谛的正常业务运营产生持续性的不利影响。

6、发行人与华为和维谛的合作历史较长、业务具有稳定性和可持续性；发行人与主要客户合作业务的相关交易的定价原则合理，具有公允性。

7、发行人与华为和维谛不存在关联关系，发行人独立获取了与华为和维谛的业务，具备独立面向市场获取业务能力。

问题 7. 关于第一大客户华为

申报材料显示，2018 年，发行人收到华为中标函，确认发行人为中标供应商，获得其整流器、逆变器、UPS、电源监控等产品的大份额标包，嵌入式电源的中份额标包，有效期为 2018 年度-2019 年度，于 2020 年延期一年。2021 年为华为下一轮招标期，预期发行人不存在续标风险。

请发行人：

（1）补充披露华为对网络能源产品的采购模式，招投标的主要流程，报告期内通过招投标方式和非招投标方式采购的金额及占比；

（2）补充披露报告期各期向华为销售收入中通过招投标方式和非招投标方式的金额及占比；

（3）进一步说明并补充披露 2021 年预期发行人不存在续标风险的依据，按照乐观、中性、保守三种情形，量化分析并披露 2021 年华为下一轮招标对发行人生产经营和财务状况的影响，并进行充分的风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 补充披露华为对网络能源产品的采购模式，招投标的主要流程，报告期内通过招投标方式和非招投标方式采购的金额及占比

发行人在招股说明书“第六节、四、(二)报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

1、华为对网络能源产品的采购模式

根据华为投资控股有限公司 2020-2022 年度债务融资工具募集说明书：“公司采购战略和业务运营包括以下几个方面：(1) 建立了战略采购、价值采购、阳光采购的科学采购体系。通过聚焦战略品类、持续汇聚主流、深化战略供应商合作，构筑健康产业链，同时构建廉洁、公正、公平的采购业务环境。(2) 持续关注端到端成本(TCO)。以质量优先、优质优价为核心理念的 TCO 供应商选择方法论，已在全球全面推行。(3) 全面落实质量优先战略，对持续高质量的优秀供应商实施份额激励。以“科学选择、系统预防、有效拦截、快速处理”四层防护堤坝为质量管理整体策略，并融入采购业务全流程。(4) 与合作伙伴开展契约化合作，并通过数字化采购平台，建立全链接协同，构建极简交易模式。(5) 聚焦可持续发展战略。将可持续发展融入采购业务，明确可持续发展红线要求。”

华为对网络能源产品电子制造服务的采购模式遵循上述集团公司采购原则，在价值采购、阳光采购的科学采购体系下，坚持质量优先、优质优价的经营理念，根据客户订单和自身需求预测制定电子制造服务采购策略，主要通过招投标的方式，邀请经华为认证的合格供应商参与投标，并根据各合格供应商的技术标(含技术、质量、响应等因素的绩效考核结果)和商务标的综合得分，确定各供应商的中标份额，中标后通过华为的数字化采购平台下达采购订单。华为公司持续对供应商进行绩效考核管理，每年对其进行定期现场审核，每季度进行综合评分，确认供应商在生产能力、品质管控能力以及交付能力等方面持续满足华为的合格供应商要求。

2、华为网络能源产品EMS招投标的主要流程

(1) 华为采购认证部根据产品需求和采购策略制定招标文件，向经认证的合格供应商发送邀标函，分为技术标和商务标：技术标对投标方的质量能力要求、工程能力要求、工艺管控要求、订单交付管理要求等进行了规定；商务标主要对商务条款、报价、产品份额等方面进行了规定。商务标投标资格将由招标方的技术标投标结果决定，即只有技术标通过后才能进行华为商务标的投标。

(2) 获得华为供应商认证的合格供应商可以参与投标。华为与合作伙伴开展契约化合作，并通过数字化采购平台，建立全链接协同，构建极简交易模式。因此，通过华为认证的供应商可以通过华为 SRM 系统进行密封竞价，参与投标和报价。

(3) 根据既定的技术标和商务标规定结合合格供应商提交的投标资料、报价等进行开标与评标，由评标委员会综合评估各供应商的商务、质量和交付得分确定各供应商的中标份额。

(4) 结果通知：华为公司向中标供应商发送相应采购项目中标函，确认中标产品族及份额，中标供应商签发回执。

(5) 通过华为 SRM 系统向供应商下达订单。

3、报告期内通过招投标方式和非招投标方式采购的金额及占比

华为对网络能源产品 EMS 供应商采取合格供应商认证制度，华为对供应商的认证流程一般需要经过“初审—复审—终审，以及样品测试—小批量试制—批量能力评估”等程序，才会与供应商开展批量合作。报告期内，华为对网络能源产品电子制造服务的采购均采用招投标方式，邀请经华为认证的合格供应商参与投标，并根据各合格供应商的技术标和商务标的综合得分，确定各供应商的中标份额。华为招标清单中用量数据仅为预测数据，中标函中仅对中标产品族及份额进行约定，不会对每年的实际采购金额或数量进行约定。

(二) 补充披露报告期各期向华为销售收入中通过招投标方式和非招投标方式的金额及占比

发行人在招股说明书“第六节、四、(二) 报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

报告期内，发行人与华为之间的订单均系通过参与华为招投标活动的方式获得，具体如下：

单位：万元

时间	对华为销售额	对华为招投标销售额	招投标销售占比	招标文件所列产品编码销售金额	招标文件所列产品编码销售金额占比
2020年1-6月	13,981.26	13,981.26	100%	3,833.41	27.41%
2019年度	27,392.62	27,392.62	100%	14,032.66	51.22%
2018年度	13,357.85	13,357.85	100%	5,415.83	40.55%
2017年度	12,375.10	12,375.10	100%	6,295.16	50.86%

根据华为的招投标规则，华为对网络能源产品电子制造服务的采购均采用招投标方式，中标函中仅对供应商的中标产品族及份额（大份额、中份额、小份额）进行约定，华为招标清单中每个产品族下面的产品编码及用量数据仅为预测，供应商在投标时确定相应产品族 SMT 贴片点数费率、工序费率、人工费率等费率标准及年度降价幅度，华为将会根据自身需求、物料替代、工艺变更等情况对产品族中的产品及产品编码进行相应更新。因此，报告期内，发行人对华为销售收入中通过招投标方式占比均为 100%，金额分别为 12,375.10 万元、13,357.85 万元、27,392.62 万元和 13,981.26 万元，其中原招标清单中每个产品族下所列产品编码销售金额占比分别为 50.86%、40.55%、51.22%和 27.41%。

2020 年 1-6 月招标文件所列产品编码销售金额占比较低，一方面是由于随着中美贸易摩擦的加剧，华为加强了对产品中进口物料的替代以及相应生产工艺的变更，由于 BOM 和工艺发生了变化，变更后的产品会生成新的产品编码，华为直接以新产品编码下达采购订单；另一方面，华为重视新产品的研发设计，随着产品生命周期的演进，2018 年招标清单各产品族下的产品需要进行更新换代，随着新产品的不断引入，原招标清单中所列产品编码对应的销售金额降低。

（三）进一步说明并补充披露 2021 年预期发行人不存在续标风险的依据，按照乐观、中性、保守三种情形，量化分析并披露 2021 年华为下一轮招标对发行人生产经营和财务状况的影响，并进行充分的风险提示

发行人在招股说明书“第六节、四、（二）报告期内对主要客户销售情况”处补充披露如下：

1、2021年预期发行人不存在续标风险的依据

(1) 华为网络能源 EMS 合格供应商门槛较高，华为对公司的考核评级较高

华为是通信行业的龙头企业，为了巩固其行业地位，对其供应链体系内供应商的供货能力、供货稳定性以及订单响应速度要求较高，因此在选择 EMS 厂商时通常设置较高的门槛。2014 年，华为开始启动对发行人的供应商认证，通过“初审—复审—终审，以及样品测试—小批量试制—批量能力评估”等程序，并于 2015 年 7 月开始批量合作。与华为开始批量合作后，华为持续对供应商进行绩效考核管理，每年对公司进行定期现场审核并进行综合评分，凭借公司出色的柔性制造能力、产品质量管控能力以及交付能力等综合服务能力，公司在华为同类供应商中考核名列前茅，并在 2018 年取得华为招标中多个大份额标包。2017 年至 2020 年二季度，公司共有 7 个季度获得华为 A 类供应商（综合评分大于 90 分）的评价，公司已经与华为公司形成了良好的合作关系。

(2) 通过采购业务推动供应商可持续发展是华为采购战略的重要组成部分，华为对合格供应商持培养态度，与发行人的粘性较强，不会轻易更换

华为公司坚持“质量优先”战略，将可持续发展作为战略重要组成部分，逐步提升可持续发展在供应商认证、绩效评估和采购决策等环节的权重，深化与客户、供应商和行业组织的合作，通过采购业务推动供应商可持续发展，对持续高质量的优秀供应商实施份额激励。经过多年的商务合作，公司已与华为形成了紧密的业务合作关系。

发行人作为华为的网络能源 EMS 服务商，与华为的合作有较强的粘性。发行人在成为华为合格供应商之后，华为根据自身的采购策略和产品计划，一方面，持续投入大量专家团队（一般长驻工厂人员多达 10 人以上），指导发行人的产能建设、制程和工艺设计等，并对发行人生产及质量管理人员进行培训指导，协助发行人按照华为的质量标准制定相应的质量管控流程和体系；另一方面，除发行人进行设备购置以外，华为自身也会向发行人投入大量的专用设备、工装夹具等，以共同打造满足华为产品要求的高标准生产线。

发行人作为华为的核心供应商，对于华为保持自身生产的正常平稳运行至

关重要。特别是，2020年新冠疫情期间，华为主动为发行人提供各种免疫物资，帮助发行人复工复产，并无偿支援100多名研发人员支持公司生产，保证了产品的按时交付。华为对发行人在专家人员、设备、物料等方面的支持，充分体现了华为对公司的培养以及与公司可持续合作的信心。

在与华为长期的合作过程中，公司凭借自身突出的智能制造优势，在华为PCBA外包框架采购项目招标的8个产品族中，获得5个大份额标包、1个中份额标包和2个小份额标包（每个产品族中仅有一个大份额标包且比例在50%以上），在华为网络能源产品供应商招标中，中标份额排名第一。

（3）发行人对于保障华为网络能源产品供应的安全性具有重要作用

华为充分重视其供应链的安全性。近年来，在中美贸易摩擦的背景下，华为加大了对国内供应商的支持和培养。2019年，作为华为重要EMS厂商的伟创力因执行美国禁令，停止与华为的合作，并对华为的物资、设备等资源进行扣留，使华为遭受了重大损失。因此，发行人作为华为在网络能源产品EMS领域两家国产供应商之一，得到了华为的大力支持和培养。

（4）EMS供应商的转换成本较高，华为在策略上会保持与其重要供应商合作的稳定性

华为在确保供应安全，降低订单过于集中于某个或某几个供应商带来的供应风险的前提下，为减少供应商的初始认证、后续沟通、培育和管理成本，确保供货质量、生产交付效率和产品的稳定性，华为对网络能源EMS领域的供应商订单采取适当分散的策略，合格供应商数量大概在4家左右，并与其保持长期合作关系，如无重大质量问题等通常会选择沿用现有供应商，不会轻易更换。另外，由于公司获得了5个大份额标包，与华为之间的合作关系较为密切，对华为各方面产品的需求理解也较为全面和深刻。公司出色的柔性制造能力、产品质量管控能力以及交付能力得到了华为的认可。发行人曾获得华为颁发的“交付保障奖（网络能源产品线）”、“最佳合作奖”、“EMS/ODM工厂QCC发表三等奖”、“EMS/ODM工厂6Sigma优秀项目奖”等多个奖项。综上，双方持续开展合作的预期较为明确。

2、按照乐观、中性、保守三种情形，量化分析并披露2021年华为下一轮招标对发行人生产经营和财务状况的影响，并进行充分的风险提示

由于发行人来自华为的销售收入占比较高，如果发行人在2021年华为下一轮招标时未获得标包，且发行人短期内无法寻找新的客户进行替代，将导致发行人面临经营业绩大幅下降的风险。2021年华为下一轮招标对发行人生产经营和财务状况的影响按照乐观、中性、保守三种情形，量化分析如下：

按照以下假设：

(1) 乐观情形：2021年华为下一轮招标发行人均获得大份额标包；中性情形：2021年华为下一轮招标发行人获得与2018年相同标包份额；保守情形：2021年华为下一轮招标发行人未获得标包份额。

(2) 2021年对华为收入（以2020年对华为的销售收入为基准，2020年公司对华为的收入未经审计）：乐观情形增长率为30%（在2020年10月举行的华为数字能源高峰论坛上，华为表示将持续加大投入数字能源基础设施建设），中性情形增长率为0%，保守情形来自华为的收入为0。

(3) 2021年当期扣非后净利率维持2020年度水平不变（2020年公司财务报表未经审计）。

(4) 2021年来自于其他客户的收入与2020年度收入保持不变。

基于上述假设，量化分析如下：

单位：万元

项目	乐观	中性	保守
2021年华为收入	33,150.00	25,500.00	0.00
2021年其他客户收入	24,500.00	24,500.00	24,500.00
2021年收入合计	57,650.00	50,000.00	24,500.00
2021年扣非后净利润	5,334.31	4,600.00	2,266.97

2021年华为下一轮招标按照乐观、中性、保守三种情形量化分析，发行人2021年将实现扣非后净利润5,334.31万元、4,600.00万元和2,266.97万元。由于华为主要采用招投标方式与经认证的合格供应商达成采购合作，除非有重

大品质问题，各供应商中标份额等情况可能有所不同，但一般都会获取相应的份额。若出现极端情况，发行人在华为下一轮招标时未获得相应份额，基于上述保守的量化分析结果，发行人 2019 年度、2020 年度、2021 年度归属于发行人普通股股东的净利润（净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 2,695.06 万元、4,600.00 万元（未经审计）和 2,266.97 万元。发行人最近两年净利润为正且累计净利润不低于 5,000 万元，符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（一）项的规定。

若美国政府对华为公司的禁令持续或升级，或其他原因导致发行人在 2021 年华为下一轮招标时未获得标包，且发行人短期内无法寻找新的客户进行替代，将导致发行人面临经营业绩大幅下降的风险。公司已在招股说明书“第四节、一（一）中美贸易摩擦加剧引发的经营风险”部分补充披露。

二、核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、查阅华为年度报告、2020-2022 年度债务融资工具募集说明书，对发行人实际控制人、华为进行访谈，了解华为对网络能源产品的采购模式，招投标的主要流程，获取华为网络能源产品招投标的相关文件及发行人的中标函；

2、查看华为招投标规则，获取华为招标清单中所列网络能源产品编码，根据发行人提供的销售明细表计算招投标金额占比情况；

3、访谈发行人实际控制人，获取发行人与华为合作过程中的相关资料，确认发行人在 2021 年预期不存在续标风险的依据；

4、查阅《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，若发行人在 2021 年无法拿到华为标包，是否仍符合规定的上市条件。

三、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、华为对网络能源产品电子制造服务的采购模式遵循集团公司采购原则，坚持质量优先、优质优价的经营理念，根据客户订单和自身需求预测制定电子制

造服务采购策略，主要通过招投标的方式，邀请经华为认证的合格供应商参与投标进行采购。报告期内，华为对网络能源产品电子制造服务的采购均采用招投标方式。

2、报告期内，发行人与华为之间的订单均系通过参与华为招投标活动的方式获得，金额分别为 12,375.10 万元、13,357.85 万元、27,392.62 万元和 13,981.26 万元，占比均为 100%。

3、由于华为网络能源 EMS 合格供应商门槛较高，且与发行人的粘性较高，发行人作为华为在网络能源产品 EMS 领域两家国产供应商之一，对保证华为的产品供应安全具有重要意义，因此，2021 年预期发行人不存在续标风险。在保守情形下，若发行人在 2021 年无法拿到华为标包，仍符合规定的上市条件。

问题 8. 关于收入确认

申报材料显示：

(1)客供料模式属于受托加工业务，产品销售价格的构成主要是由辅料费、人工和制造费用组成，客供料模式下和自购料模式下收入确认不存在差异；

(2) 发行人按月定期与客户确认商品数量及结算金额，确认销售收入；

(3) 发行人销售合同条款中有关于质保期的约定。

请发行人补充披露：

(1) 受托加工业务按照总额法确认加工后成品的销售收入，而非仅将加工费确认为销售收入是否符合《企业会计准则》以及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的规定；

(2) 按月确认收入是否符合行业惯例；

(3) 质保责任是否构成单项履约义务，预计负债计提方式与同行业是否存在差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）受托加工业务按照总额法确认加工后成品的销售收入，而非仅将加工费确认为销售收入是否符合《企业会计准则》以及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32的规定；

发行人在招股说明书“第八节、四、（一）收入确认和计量方法”处补充披露如下：

发行人未按照总额法确认加工后成品的销售收入，对华为销售的产品报价中仅包含人工费用、制造费用和辅料成本等费用，未包含华为提供的主要材料。根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32中的相关规定“由客户提供或指定供应商的原材料采购价格由双方协商确定且与市场价格基本一致，购买和销售业务相对独立，双方约定所有权转移条款，公司对存货进行后续管理和核算，该客户没有保留原材料的继续管理权，产品销售时，公司与客户签订销售合同，销售价格包括主要材料、辅料、加工费、利润在内的全额销售价格，对于此类交易，通常应当按照实质重于形式原则，以控制权转移认定是否为购销业务处理，从而确定是以总额法确认加工后成品的销售收入，还是仅将加工费确认为销售收入。”发行人根据实质重于形式的原则，报告期内客供料模式的销售收入中均未包含华为提供的主料部分，招股说明书中所述“客供料模式下和自购料模式下收入确认不存在差异”指的是两种模式下双方合同中关于货物所有权及风险的转移的约定无实质差异，两种模式下的收入确认方法一致，均是公司将产品交付客户后，按月定期与客户确认商品数量及结算金额后确认收入，但两种模式的定价基础是有所区别的，招股说明书中已有披露“自购料模式产品价格包括产品主料、辅料、人工和制造费用，而客供料模式产品价格包含产品辅料、人工和制造费用，不包括客户提供给发行人的主要材料”。

综上，发行人受托加工业务的收入确认符合《企业会计准则》以及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32的规定。

（二）按月确认收入是否符合行业惯例；

发行人在招股说明书“第八节、四、（一）收入确认和计量方法”处补充披露如下：

1、发行人收入确认方式

报告期内，发行人内销业务将产品交付客户后，按月定期与客户确认商品数量及结算金额，确认销售收入。

原收入准则以“风险和报酬转移”作为收入确认原则更多的是站在企业的角度，强调谨慎性，避免提前或滞后确认收入对财务报表造成重大影响。而新收入准则以“控制权转移”作为收入确认原则更多的是站在客户的角度，强调相关性。在新收入准则下，“风险和报酬转移”只是判断控制转移的条件之一，而“控制权转移”内涵更广。新收入准则规定：“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：（1）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。（2）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。（3）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。（4）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。（5）客户已接受该商品。（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。”

按照新收入准则相关规定，“接受”不等同于接收，由于发行人的客户为大型知名企业，货物采购入库流程相对完善，实际货物数量需要经过客户相关部门确认，并最终由双方财务部门核对确认商品数量及结算金额。按照发行人与客户的业务交易实质考虑，客户接收货物属于客观接收，而双方核对后认可属于主观接受，故发行人按月定期与客户确认商品数量及结算金额后确认收入是谨慎的，符合《企业会计准则》的相关要求。发行人采用按月确认收入，是基于公司自成立以来与主要客户华为和维谛的交易惯例所考虑，并在报告期内均保持一惯性，按照固定的对账周期确认营业收入，不存在跨期确认营业收入情形。

2、可比公司收入确认方式

发行人作为电子制造服务商，属于 EMS 行业，报告期内发行人生产并销售

的产品主要为网络能源类产品和汽车充电桩电源模块，具体细分产品类型包括整流模块、嵌入式电源、太阳能光伏逆变器、UPS 不间断电源、电源监控、汽车充电桩模块等。因此，从 EMS 行业以及产品类别（电源类或汽车充电桩类相关产品）两个维度选取可比公司进行收入确认政策对比如下：

上市公司	主要产品或业务	与产品销售相关的内销收入确认政策	是否按月确认
环旭电子 (EMS 行业)	公司是电子产品领域提供专业设计制造服务及解决方案的大型设计制造服务商，主营业务主要为国内外的品牌厂商提供通讯类、消费电子类、电脑及存储类、工业类、汽车电子类和其他类电子产品的开发设计、物料采购、生产制造、物流、维修等专业服务。	内销：商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方的时点为本集团将货物运送至客户指定仓库的时点。	否
卓翼科技 (EMS 行业)	国内大型 3C 产品和智能硬件产品的方案提供商，主营 3C 及智能硬件等产品的研发、设计、生产制造与销售服务。产品涉及网络通讯类、消费电子类及智能硬件类等领域。	国内销售业务以商品发出，客户验收合格时作为收入确认时点	否
光弘科技 (EMS 行业)	专业从事消费电子类、网络通讯类、汽车电子类等电子产品的 PCBA 和成品组装，并提供制程技术研发、工艺设计、采购管理、生产控制、仓储物流等完整服务的电子制造服务 (EMS)。	对于直接运送至客户在本公司所设直发仓方式销售的商品，根据发货单签字确认的时点确认收入。对于运送至客户指定的交货地点或其指定的物流公司接货点方式销售的商品，客户在送货单上签字确认的时点确认收入。	否
麦格米特 (产品类别)	主要包括智能家电电控产品、工业电源、工业自动化和新能源汽车及轨道交通产品四大类。	国内销售(不需要安装调试的产品)：一般客户在收到货物后，本公司按月与客户对账确认验收合格的商品数量及结算金额，确认无误后在对账当月确认销售收入的实现。	是
欣锐科技 (产品类别)	包括车载 DC/DC 变换器、车载充电机及以车载 DC/DC 变换器、车载充电机为核心的车载电源集成产品。	国内销售：一般在客户收到货物并签收后，公司每月与客户对账确认合格的商品数量及金额，确认无误后在对账当月确认销售收入实现。	是
英博尔 (产品类别)	以电机控制器为主，电机、车载充电机、DC-DC 转换器、电子油门踏板等为辅的电动车辆关键零部件的研发、生产与销售。公司产品广泛运用于新能源汽车、中低速电动车、场地电动	a. 客户验收并对账确认收入。发行人产品交付客户后，客户初步验收并向发行人出具暂存凭条或签收单。在次月发行人与客户对账确认，依据双方确认的对账单开具发票并确认销售收入。	是

车等领域。	b. 交付验收确认收入。发行人对部分客户在发货前收取全额货款，在产品交付并经客户验收后开具发票并确认销售收入。	
-------	---	--

根据上表中列示的可比上市公司产品销售的内销收入确认政策，基本区分为两种类型，分别为按照客户验收后确认收入、按月与客户对账确认数量和金额后确认收入两种方式，不存在行业内所有公司采用完全一致的收入确认方式的情形，发行人的收入确认方式符合行业惯例。

(三) 质保责任是否构成单项履约义务，预计负债计提方式与同行业是否存在差异。

发行人在招股说明书“第八节、四、(十八) 预计负债”处补充披露如下：

1、质保责任是否构成单项履约义务

根据新收入准则第三十三条相关规定：“对于附有质量保证条款的销售，企业应当评估该质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务。企业提供额外服务的，应当作为单项履约义务，按照本准则规定进行会计处理；否则，质量保证责任应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。在评估质量保证是否在向客户保证所销售商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时，企业应当考虑该质量保证是否为法定要求、质量保证期限以及企业承诺履行任务的性质等因素。客户能够选择单独购买质量保证的，该质量保证构成单项履约义务。”

另外《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南里提及“企业在评估一项质量保证是否在向客户保证所销售的商品符合既定标准之外提供了一项单独的服务时，应当考虑的因素包括：①该质量保证是否为法定要求。当法律要求企业提供质量保证时，该法律规定通常表明企业承诺提供的质量保证不是单项履约义务，这是因为，这些法律规定通常是为了保护客户，以免其购买瑕疵或缺陷商品，而并非为客户提供一项单独的服务。②质量保证期限。企业提供质量保证的期限越长，越有可能表明企业向客户提供了保证商品符合既定标准之外的服务。因此，企业承诺提供的质量保证越有可能构成单项履约义务。③企业承

诺履行任务的性质。如果企业必须履行某些特定的任务以保证所销售的商品符合既定标准（例如，企业负责运输被客户退回的瑕疵商品），则这些特定的任务可能不构成单项履约义务。”

报告期内，发行人与客户签订的销售合同中有约定质保责任，但未约定质保金条款。发行人的质保条款只是为了保证销售给客户的产品符合既定的质量标准，为“保证性质保”，并非提供一项“服务性质保”，因此不构成一项单独的履约义务。

2、预计负债计提方式与同行业是否存在差异

报告期内发行人与同行业可比公司的预计负债计提情况如下：

公司名称	与产品质量保证相关的预计负债计提情况
环旭电子	报告期内计提余额分别为 688.18 万元、310.25 万元 160.40 万元和 131.13 万元, 占各年度营业收入的比重分别为 0.02%、0.00%、0.01%和 0.01%
卓翼科技	未计提
光弘科技	未计提
发行人	未计提

报告期内，发行人承担的售后服务工作主要是解决由于部分零部件不良导致的产品问题。一般情况下，发行人均可快速解决，且工作量相对较少，耗用人工工时、成本也较少。报告期内发行人承担返修义务发生的维修成本分别仅为 10.47 万元、15.15 万元、19.58 万元和 10.73 万元，分别占发行人营业成本比重为 0.03%、0.04%、0.05%和 0.05%，发行人承担返修义务实际发生的维修成本占当期营业成本比重均很小，故发行人在实际发生返修义务时确认相关维修成本，未对质保费用进行预提。发行人三家同行业可比公司中，卓翼科技和光弘科技报告期内均未计提预计负债，而环旭电子报告期内与产品质量保证相关的预计负债计提余额分别 688.18 万元、310.25 万元 160.40 万元和 131.13 万元，占各年度营业收入的比重分别为 0.02%、0.00%、0.01%和 0.01%。环旭电子报告期内的收入规模高达 297.6 亿元-372.04 亿元，远高于发行人的收入规模，相关售后维修风险相比发行人更高。综上，发行人预计负债计提情况与同行业上市公司相比不存在显著差异。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取发行人销售合同，查阅合同中对验收、风险报酬转移、结算等条款的具体规定，结合发行人业务实质，评估发行人收入确认条件是否符合《企业会计准则》以及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32的规定。

2、查询同行业上市公司收入确认方式情况，核查发行人的收入确认方式是否符合行业惯例。

3、检查销售合同中的质保条款，评估发行人与客户约定的质保条款是否构成一项单独的履约义务，查询同行业公开披露的年报，核查发行人预计负债计提方式与同行业是否存在重大差异。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人受托加工业务的收入确认符合《企业会计准则》以及《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32的规定。

2、发行人内销业务在产品交付客户后，按月定期与客户确认商品数量及结算金额后确认销售收入的方式，符合行业惯例。

3、发行人与客户签订的销售合同中有质保责任，但未约定质保金条款。发行人的质保条款只是为了保证销售给客户的产品符合既定的质量标准，为“保证性质保”，并非提供一项“服务性质保”，因此不构成一项单独的履约义务。发行人预计负债计提情况与同行业上市公司相比不存在显著差异。

问题 9. 关于营业收入

申报材料显示，2020年发行人第一季度、第二季度收入占比分别为34.40%、65.60%，其中第二季度收入为16,054.18万元，高于往年同期。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内各季营业收入变动情况及变动的原因及合理性；

(2) 结合各月的收入情况，补充披露各季度收入占比变动的原因及合理性，是否存在年底或期末突击确认收入的情形；

(3) 结合各期在手订单（或新签订单）金额，补充披露发行人各期营业收入变动合理性；

(4) 结合报告期内同行业可比公司经营业绩、上下游发展等，补充披露报告期各期营业收入整体变动的原因及合理性；

(5) 分析并披露在外部环境变化（如美国大选结果）情况下，公司应对冲击的有效措施，包括拓展华为以外客户的举措及其对发行人业务可能产生的影响；

(6) 补充披露 2020 年 1-6 月的业绩同比变动情况及原因分析。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明收入截止性测试的过程、测试数量、测试充分性、测试结论，是否存在跨期确认收入、突击确认收入的情形。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 补充披露报告期内各季营业收入变动情况及变动的原因及合理性

发行人在招股说明书“第八节、十、（一）营业收入分析”处补充披露如下：

报告期内，公司主营业务收入按季度划分的情况如下：

单位：万元

季度	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	8,419.69	34.40%	12,854.20	24.86%	11,691.50	23.03%	10,451.81	26.02%
第二季度	16,054.18	65.60%	12,106.27	23.41%	12,990.02	25.59%	9,967.66	24.81%
第三季度	-	-	12,405.67	23.99%	13,066.30	25.74%	9,561.67	23.80%
第四季度	-	-	14,337.35	27.73%	13,007.55	25.63%	10,192.91	25.37%
合计	24,473.86	100.00%	51,703.49	100.00%	50,755.37	100.00%	40,174.05	100.00%

如上表所示，除 2020 年 1-6 月外，报告期内其他年度各季度的营业收入占

比较为均衡，不存在季度间收入变动异常的情况。2019 年第四季度较其他季度比重稍高，主要系随着美国对华为公司单方面制裁的加剧以及 5G 建设的推进，为保证供应安全，华为公司加大了备货力度所致。

2020 年第一季度发行人的营业收入明显低于第二季度，主要是因为第一季度由于新冠疫情导致的全国性复工延期、人口流动以及物流限制等政策的影响，发行人的正常生产经营活动受到了影响，导致客户订单的生产和交付出现延期。2020 年 3 月，国家对新冠疫情进行了有效控制，发行人也全面复工复产，物料采购、订单生产和产品交付均恢复正常开展；另外，发行人也通过出访外地招聘生产人员、灵活安排生产任务、提高生产和交付效率等方式，完成了原定的第一季度和第二季度原定的客户订单交付任务，因此在第二季度，发行人销售收入较第一季度以及去年同期均有较大增长。因此，2020 年 1-6 月，发行人实现主营业务收入 24,473.86 万元，较去年同期仅下降了 1.95%，新冠疫情对发行人的影响较小，营业收入未发生重大变化。

(二) 结合各月的收入情况，补充披露各季度收入占比变动的原因及合理性，是否存在年底或期末突击确认收入的情形

发行人在招股说明书“第八节、十、(一) 营业收入分析”处补充披露如下：

发行人客供料模式下分月收入情况如下：

单位：万元

月份	客供料模式			
	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1 月	2,893.71	2,152.11	1,200.21	1,161.64
2 月	1,410.80	1,442.09	695.46	649.23
3 月	455.33	701.27	375.38	531.37
4 月	2,752.88	2,090.04	798.75	865.95
5 月	3,061.43	2,035.07	820.51	866.71
6 月	3,407.11	2,241.81	1,016.29	1,174.84
7 月	-	2,021.04	1,116.38	1,298.70
8 月	-	2,304.59	1,014.93	721.09
9 月	-	2,918.76	1,126.68	1,034.80

月份	客供料模式			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
10月	-	2,884.45	1,175.35	1,165.64
11月	-	3,024.85	1,657.82	1,162.98
12月	-	3,576.56	2,362.14	1,742.15
合计	13,981.26	27,392.62	13,359.89	12,375.10
季度占比情况				
第一季度	34.04%	15.68%	17.00%	18.93%
第二季度	65.96%	23.24%	19.73%	23.49%
第三季度	-	26.45%	24.39%	24.68%
第四季度	-	34.63%	38.89%	32.89%

续：自购料模式分月收入情况如下

单位：万元

月份	自购料模式			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
1月	1,578.62	4,351.66	4,146.55	2,645.92
2月	1,030.00	2,845.11	3,079.18	2,164.89
3月	1,051.23	1,361.97	2,194.71	3,298.76
4月	1,728.36	1,341.26	2,738.21	2,747.05
5月	2,137.70	1,754.09	3,799.13	2,562.36
6月	2,966.70	2,644.00	3,817.14	1,750.74
7月	-	1,799.98	3,867.69	2,349.08
8月	-	1,545.80	3,408.03	2,609.97
9月	-	1,815.50	2,532.60	1,548.03
10月	-	1,458.90	2,285.50	2,203.64
11月	-	1,403.89	2,848.63	2,083.51
12月	-	1,988.71	2,678.12	1,834.99
合计	10,492.60	24,310.87	37,395.48	27,798.95
季度占比情况				
第一季度	34.88%	35.21%	25.19%	29.17%
第二季度	65.12%	23.61%	27.69%	25.40%
第三季度	-	21.23%	26.23%	23.41%

月份	自购料模式			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
第四季度	-	19.96%	20.89%	22.02%

如上表所示，2020年第一季度主要受疫情的影响，第二季度全面复工复产后收入规模上升。2017至2019年度，自购料模式下第一季度至第四季度收入占比基本呈现递减趋势，主要是因为自购料模式客户下达的采购计划覆盖期间较长，有利于发行人计划部门提前做好物料采购和生产规划，根据产能利用的实际情况安排生产任务进行生产，因此随着在手订单的逐步消化收入呈递减趋势。客供料模式下，第一季度至第四季度收入占比基本呈现递增趋势，主要是因为根据华为的采购惯例，一般下半年会逐步增加采购订单进行备货生产并于第四季度达到峰值。2017-2019年度，发行人客供料模式下第四季度的营业收入比重分别为32.89%、38.89%和34.63%，是因与华为形成的交易惯例导致，并不存在于某一年度期末突击确认收入的情形。

(三) 结合各期在手订单（或新签订单）金额，补充披露发行人各期营业收入变动合理性

发行人在招股说明书“第八节、十、（一）营业收入分析”处补充披露如下：

报告期各期末在手订单与营业收入变动情况如下：

单位：万元

时点	自购料模式			
	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
在手订单金额①	21,732.63	12,508.96	18,218.55	30,962.16
备注：在手订单涵盖期间	次月起全年	次年第一至第三季度	次年第一至第三季度	次年上半年
期后涵盖期间实现收入②	-	19,086.68	19,459.38	19,774.92
在手订单收入实现比③=②/①	-	152.58%	106.81%	63.87%

续：

单位：万元

时点	客供料模式
----	-------

	2020. 6. 30	2019. 12. 31	2018. 12. 31	2017. 12. 31
在手订单金额①	2,962.78	4,672.74	3,749.52	1,667.06
备注：在手订单涵盖期间	次月起两个月	次年1-2月	次年1-2月	次年1-2月
期后涵盖期间实现收入②	-	4,304.51	3,594.20	1,895.68
在手订单收入实现比③=②/①	-	92.12%	95.86%	113.71%

(1) 根据发行人与华为和维谛等客户签署的合同及交易惯例，客户提供未来一段期间的需求计划，发行人对需求计划进行审核评估后作出相应反馈，双方达成一致意见后发行人按照计划备货执行生产任务，同时客户不定期对采购计划数据进行更新。上述在手订单，包括每个报告期末客户通过系统或邮件下发的未来一段期间计划采购量以及期末已发出在途的货物数量，乘以相应货物的预计销售单价得出。

(2) 如上表列示，自购料模式下 2017-2019 年各期末时点取得客户维谛的在手订单（采购需求测算）金额分别为 30,962.16 万元，18,218.31 万元和 12,508.96 万元，各期末时点维谛根据未来的采购需求做出评估并通过邮件下达需求计划，2017-2019 年末计划期间分别为次年上半年、次年第一季度至第三季度和次年全年。发行人次年计划在计划涵盖时间内实际实现销售收入分别为 19,774.92 万元、19,459.38 万元和 19,086.68 万元，在手订单收入实现比分别为 63.87%、106.81%和 152.58%，除 2017 年外，发行人在手订单均超额达成。

发行人 2017 年末的在手订单金额较高，主要是因为维谛境外主体基于基站建设需求预计将于 2018 年进行大量采购，向发行人下达了金额较高的采购需求计划，但相应期间发行人在手订单收入实现比仅为 63.87%，主要是因为发行人 2018 年中标华为多个产品族的大份额标单，发行人为对不同业务模式合理调配了产能，与客户协商后，自购料模式该部分需求计划实际最终于 2018 年第三季度完成。2019 年末，发行人在手订单收入实现比为 152.58%，主要系维谛在 2020 年上半年中标运营商 5G 建设项目，采购需求增加，而该部分采购需求并未体现在 2019 年末的需求计划当中。

(3) 如上表列示，发行人客供料模式下 2017-2019 年各期末时点取得客户

华为在手订单金额分别为 1,667.06 万元、3,749.52 万元和 4,572.74 万元，华为的采购需求计划周期相比维谛较短，涵盖期间为 1-2 个月。发行人次年计划在计划涵盖时间内实际实现销售收入分别为 1,895.68 万元、3,594.20 万元和 4,304.51 万元，在手订单收入实现比分别为 113.71%、95.86%和 92.12%，发行人在手订单达成率较高。

(四) 结合报告期内同行业可比公司经营业绩、上下游发展等，补充披露报告期各期营业收入整体变动的原因及合理性

发行人在招股说明书“第八节、十、(一) 营业收入分析”处补充披露如下：

1、发行人经营业绩与同行业上市公司趋势保持一致

报告期内，发行人与同行业上市公司营业收入变动趋势情况如下：

单位：万元、%

公司名称	2020年1-6月	同比变动	2019年度	同比变动	2018年度	同比变动	2017年度
光弘科技	114,118.99	7.96	219,044.10	37.07	159,808.75	25.43	127,411.24
环旭电子	1,701,702.99	16.52	3,720,418.84	10.89	3,355,027.50	12.94	2,970,568.50
卓翼科技	154,740.56	16.40	334,473.17	6.36	314,461.62	13.80	276,324.92
发行人	24,581.28	-1.50	51,907.54	2.20	50,792.61	24.37	40,838.53

注：同行业可比公司 2020 年 1-6 月数据未经审计。

报告期内，发行人营业收入变动幅度分别为 24.37%、2.20%和-1.50%，而报告期内同行业可比公司的营业收入情况，其中光弘科技的变动幅度分别为 25.43%、37.07%和 7.96%，环旭电子的变动幅度分别为 12.94%、10.89%和 16.52%，卓翼科技的变动幅度分别为 13.80%、6.36%和 16.40%，发行人与同行业可比公司收入变动趋势基本一致。2020 年 1-6 月，发行人基于电动汽车充电桩市场竞争白热化的判断及保证回款控制经营风险的考虑，不再与英可瑞进行合作，从而导致发行人营业收入较去年同期有小幅下滑。

报告期内，发行人与同行业上市公司受益于下游行业的不断发展，营业收入基本保持增长趋势，但由于同行业可比公司的应用领域主要集中在消费电子、电脑及存储、网络通讯等，而发行人主要聚焦于网络能源领域，因此发行人与同行业上市公司的收入变动幅度呈现出一定的差异性，但变动趋势基本保持一

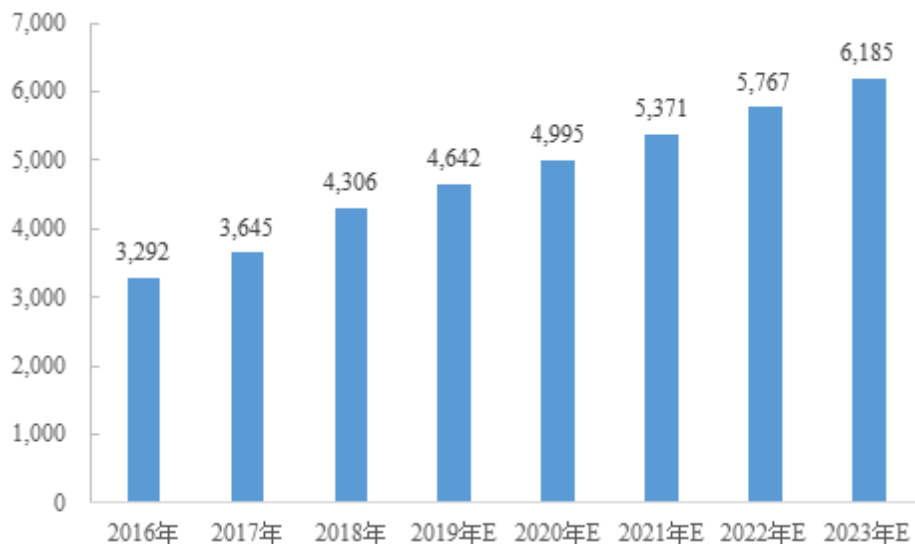
致，不存在重大异常。

2、电子制造服务行业保持持续增长

随着全球专业化分工的进一步细化和 EMS 模式的逐渐成熟，全球 EMS 行业整体上呈现增长的发展态势。根据 New Venture Research 的数据，2016-2018 年全球 EMS 行业市场规模从 3,292 亿美元增长至 4,306 亿美元，年均复合增长率约为 14.36%。伴随物联网应用和 5G 商用拓展，未来通信基础设施、智能硬件产业将全面升级，New Venture Research 预计 2023 年全球 EMS 行业市场规模可达 6,185.42 亿美元，2018-2023 年的年均复合增长率为 7.51%。

2016-2023 年全球 EMS 行业的市场规模情况及预测

单位：亿美元



数据来源：New Venture Research

目前，电子制造服务的下游应用领域已经覆盖计算机、通信、消费电子、汽车电子、工业控制、医疗设备等，其中，网络能源的需求主要来自通信基站、数据中心等，目前，我国正处于数字化转型、智能升级、融合创新的关键阶段，5G 基站、数据中心是信息化产业的重要基础设施，属于我国重点支持的领域，我国出台了一系列政策推动 5G 基站、数据中心行业的发展，网络能源作为 5G 基站和数据中心的重要组成部分，未来市场有望保持快速增长。根据国内网络能源市场规模与 EMS 渗透率进行粗略测算，2018 年、2019 年，国内网络能源 EMS 市场

规模约为 95.32 亿元和 98.64 亿元，未来也将继续保持增长状态。发行人也随着行业整体发展收入规模持续扩大，其收入增长具有合理性。

3、下游主要客户经营状况保持良好状态

华为和维谛为发行人的主要客户。2017 至 2019 年，华为实现销售收入 6,036.21 亿元、7,212.02 亿元和 8,588.33 亿元，2020 年前三季度，华为实现销售收入 6,713 亿元人民币，同比增长 9.9%；根据维谛招股说明书披露的数据，2017 年至 2020 年 1-9 月，维谛实现销售收入 38.79 亿美元、42.86 亿美元、44.31 亿美元和 30.65 亿美元，2020 年 1-9 月较去年同期下降 5.98%，但整体也呈增长状态。因此，得益于发行人主要客户业务的增长，从而带动了发行人报告期内的营业收入的持续增长。

（五）分析并披露在外部环境变化（如美国大选结果）情况下，公司应对冲击的有效措施，包括拓展华为以外客户的举措及其对发行人业务可能产生的影响

发行人在招股说明书“第八节、十、（一）营业收入分析”处补充披露如下：

1、外部环境变化及其对发行人业务可能产生的影响

报告期内发行人的主要客户为华为和维谛，由于中美贸易摩擦影响，华为自 2019 年起面临着特朗普政府的多重打压，而维谛作为总部在美国的企业（纽约证券交易所上市企业），虽然发行人对其销售的产品暂未在美国政府加征关税清单中，但维谛北美和欧洲降低了对发行人的采购需求，对发行人的业务发展产生了一定影响。

根据中国首席经济学家论坛副理事长、中信证券首席经济学家诸建芳发表的文章《关于美国大选背景下的两大交易主题》中相关研究，虽然拜登上台后仍会对中国采取施压政策，但无论是从贸易、科技、金融、军事等方面，大概率不会维持特朗普任期内激进的对华策略，而是奉行多边主义，采取多边结盟的方式对中国施压，对华政策的实施方式可能趋于缓和，拜登政府与特朗普政府可能实施的对华政策对比如下：

表 3：大选之后，特朗普和拜登可能实施的对华政策

对华领域	特朗普（共和党）	拜登（民主党）
整体策略	奉行单边主义和贸易保护主义，在贸易、科技、金融、军事、外交等领域态度较为强硬	奉行多边主义，采取多边结盟的方式对中国施压。
贸易	<ul style="list-style-type: none"> 贸易政策：特朗普采取加征关税、汇率操纵标签、出口管制等方式要求中国在贸易方面做出更多让步，同时也会将贸易制裁与其他问题相结合。 	<ul style="list-style-type: none"> 贸易方面：拜登与特朗普针对战后国际贸易架构有着不同的观点。拜登认为国际贸易规则是美国获取利益的重要工具，美国应该成为贸易规则制定者，强调应该通过多边联盟向不遵守规则的国家施压。
科技/金融/环境	<ul style="list-style-type: none"> 科技领域：特朗普采用实体清单管理、关键技术脱钩等方式限制中国科技企业的海外业务拓展。 金融领域：主要涉及通过相关法案限制中概股上市、加强信息披露、禁止交易等方式制裁美国上市的中国企业。 	<ul style="list-style-type: none"> 科技领域：拜登重视科技投入和技术安全性，可能采取多边联盟的方式对中国相关企业和技术进行制裁 环境领域：主张对中国的碳排放达到巴黎气候协议的排放标准，以及“一带一路”的基础建设项目等提出环保要求。
军事/外交/人权	<ul style="list-style-type: none"> 军事外交领域：特朗普通过在争议领域挑衅、限制军民融合交流、关闭领事馆等方式对中国政府施加压力。 	<ul style="list-style-type: none"> 军事外交领域：拜登主张继续加强在亚太地区的军事部署，强调硬实力与软实力的并行，不主张大范围的军事部署。外交上部分领域仍会与中国合作。

资料来源：特朗普及拜登竞选网站，中信证券研究部

另外根据中国首席经济学家论坛理事、中国社科院世经政所国际投资室主任张明在接受《中国外汇》圆桌访谈时发表观点，他认为：“拜登上台估计不会改变美国对华整体战略，这一战略取向已经由接触转为了遏制。我认为中美经贸摩擦不会结束，甚至也不会显著改善，中美摩擦注定会长期化，而且已经从经贸领域扩展至技术、人才、金融甚至地缘政治。不过，中美摩擦的形势可能会发生新的变化。例如，拜登政府可能会千方百计联合欧盟、英国、日韩、澳新等发达国家，以及印度、巴西等新兴市场国家，联合向中国施压。不过，拜登也不会采取措施让中美关系全面恶化，斗而不破应该是未来较长时间里中美关系的特点。在中美经贸摩擦持续的同时，不排除中美重启战略经济双边对话的可能性。”

整体而言，就目前来看，在拜登政府上台之后，对中国高新技术产业仍会持续施行打压政策，但是，拜登代表的民主党大概率不会维持特朗普代表的共和党时期的激进对华政策，实施方式可能会趋于缓和，对发行人的客户及发行人自身有利好倾向，但不排除会采取更为严厉的制裁措施，到时发行人客户的经营环境将会面临更大的不确定性，可能大幅减少对发行人的采购需求，发行人的经营业绩将面临大幅下滑的风险。

2、发行人采取的应对措施

(1) 加大对其他客户的开拓力度，进一步优化客户结构

随着中美贸易摩擦的不断加剧，发行人凭借与华为、维谛长期合作形成的市场口碑和自身强大的制造能力，加大了对新客户的开拓力度。2020年4月，发行人与扫地机器人行业龙头公司美国 iRobot corporation 开展合作试样，并实现了 13.44 万元的试样收入，但由于后续美国新冠疫情的爆发导致双方合作推迟。2020年下半年，发行人陆续与研创光电科技（赣州）有限公司、江苏吉泰科电气股份有限公司和上海洞彻智能科技有限公司进行洽谈和测试验证，截至本问询回复出具日，已取得在手订单合计 203.22 万元。

（2）加快自有生产基地建设，突破现有产能瓶颈

报告期内，发行人全部生产经营场所均通过逐步租赁而来，面积较小且受制于厂区固有规划限制，生产管理效率在一定程度上受到了限制，因此报告期内发行人集中产能主要用于发展网络能源类产品，并采取大客户战略，优先满足华为和维谛的产品制造需求。截至目前，发行人惠州华智新能源设备产业基地一期项目已接近完工状态。发行人将在惠州厂房全部建设完毕后，陆续将目前厂房的机器设备搬迁至自有厂房，同时计划购置更多生产线和招聘生产人员以快速提升产能，扩充的产能对于满足并承接现有大客户和新客户的订单需求，创造了必要的生产条件。

（3）加强技术与工艺储备，向其他业务领域拓展

工艺技术的提升、制造流程的改进是发行人实现持续稳定发展的重要保证。发行人在网络能源领域长期的专注和深耕，使发行人积累了丰富且深入的生产管理经验，打造了高质量、高效率、高交付的柔性制造系统。未来公司将在继续巩固网络能源领域竞争优势的基础上，进一步加强对消费电子、汽车电子等业务领域的开发力度，持续改善公司客户结构，降低经营风险。

（六）补充披露2020年1-6月的业绩同比变动情况及原因分析

发行人在招股说明书“第八节、十、（一）营业收入分析”处补充披露如下：

2020年1-6月，发行人的业绩情况及较去年同期变动如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动金额	变动幅度
----	-----------	-----------	------	------

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动金额	变动幅度
营业收入	24,581.28	24,955.50	-374.22	-1.50%
毛利润	4,956.95	3,891.79	1,065.16	27.37%
营业利润	3,911.47	2,622.93	1,288.54	49.13%
净利润	3,486.36	2,284.91	1,201.45	52.58%
归属于母公司所有者的净利润	3,486.36	2,284.91	1,201.45	52.58%
扣非后归属于母公司所有者的净利润	2,605.78	1,773.41	832.37	46.94%

2020年1-6月，发行人营业收入与上年同期相比，仅下降了1.50%，与上年同期相比变动较小，但毛利润较上年同期增长27.37%，营业利润较上年同期增长49.13%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润也较上年同期增长46.94%。由上表可知，发行人净利润（扣非前后）的增长主要来自于毛利的增长，发行人不同业务模式下收入和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月				2019年1-6月		
	收入	毛利率	毛利额	毛利增加额	收入	毛利率	毛利额
自供料模式	10,492.60	14.62%	1,534.02	-1,049.65	14,298.10	18.07%	2,583.67
客供料模式	13,981.26	23.71%	3,314.96	2,010.95	10,662.38	12.23%	1,304.47
合计	24,473.86	19.81%	4,848.97	961.30	24,960.48	15.58%	3,888.14

自购料模式下，2020年1-6月毛利率较去年同期有所下降，主要是由于新冠肺炎疫情这一全球性事件影响，发行人的产品出口受到限制，对维谛境外主体销售规模下降较多，2019年1-6月，发行人对维谛境外主体的销售收入为6,847.92万元，2020年1-6月对维谛境外主体销售收入仅为2,314.94万元，由于维谛境外主体产品的毛利率水平高于境内主体，因此自购料模式下毛利率较上年同期有所下降。另外，由于2020年1-6月自购料模式下的销售收入较去年同期下降3,805.50万元，由于固定成本的影响使得相应的规模效应降低，对毛利率的下降也有一定的影响。

2020年1-6月，自供料模式下的销售收入较去年同期减少3,805.50万元，

毛利额下降 1,049.65 万元；客供料模式下的销售收入较去年同期增加 3,318.89 万元，导致毛利额却增加 2,010.95 万元。这是由于自供料模式下，产品成本不仅包括人工薪酬、机器设备折旧等，更包括材料成本，且报告期内材料成本占自购料模式下主营业务成本的比重接近 90%，而客供料模式下主要材料由华为提供，发行人计入主营业务成本的材料仅为辅料，因此，客供料模式下同等销售收入对应的产品销售数量要高出自供料模式一个数量级，客供料模式下的同等销售收入的规模效应要比自购料模式下大的多，因此其收入增长带来的毛利额的增加要远高于自购料模式下收入降低带来的毛利额的下降。客供料模式下，2019 年度及 2020 年上半年，各季度收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

季度	2020 年度			2019 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
第一季度	4,759.85	4,183.69	12.10%	4,295.46	3,828.69	10.87%
第二季度	9,221.42	6,481.93	29.71%	6,366.91	5,529.21	13.16%
第三季度	-	-	-	7,244.39	5,448.21	24.79%
第四季度	-	-	-	9,485.85	6,687.88	29.50%

从上表各季度毛利率随销售额变动情况可以看出，客供料模式下，规模效应对毛利率有巨大影响。当收入规模为 4000 万左右时，毛利率仅 10%-12%，随着收入规模的增长，毛利率也随之上涨，当收入规模达到 9000 万时，规模效应凸显，毛利率提升到 29%左右。

综上所述，2020 年 1-6 月，发行人在整体收入规模与去年同期基本持平的情况下，由于客供料收入的上升导致规模效应凸显，引起了总体毛利额较去年同期有较大幅度的增长，从而带来了发行人营业利润和净利润的相应增长。

二、核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取报告期内营业收入成本明细表及期末在手订单统计表，查询同行业上市公司年度报告，结合同行业可比公司经营业绩分析报告各期营业收入和净利润变动的原因及合理性。

2、获取发行人分月的收入明细表进行分析，结合与发行人高级管理人员的

访谈，分析发行人各季度收入变动的合理性。

3、查阅相关资料，了解外部环境变化对中国贸易、科技、金融及发行人所在行业的影响；对发行人管理层进行访谈，了解公司的战略选择及应对措施，并评估发行人战略措施的可行性。

4、针对发行人临近资产负债表日前后的收入进行截止性测试，执行了如下核查程序：

(1) 获取并检查资产负债表日前后销售收入明细情况，关注是否存在销售异常波动情况；

(2) 对于内销客户的销售收入，取得报告期各期末前后一个月的签收对账单和销售发票，结合销售合同检查收入确认的准确性以及是否存在跨期情况；

(3) 对于外销客户的销售收入，取得报告期各期末前后一个月的货物出口报关单、货运提单和销售发票；获取电子口岸信息并与账面记录进行核对；取得报告期内海关出口证明，与账面外销收入进行对比分析，并对相关人员进行访谈，了解海关数据、出口退税数据与发行人财务数据存在差异的原因；

针对资产负债表日前后一个月的收入实施截止性测试具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
截止日前1个月主营业务收入金额	6,373.81	5,565.27	5,040.26	3,577.14
截止日前1个月测试金额	6,370.04	5,550.87	3,933.99	3,510.99
占比	99.94%	99.74%	78.05%	98.15%
截止日后1个月主营业务收入金额	5,848.26	4,472.33	6,503.77	5,346.76
截止日后1个月测试金额	5,764.81	4,445.81	5,508.22	4,362.17
占比	98.57%	99.41%	84.69%	81.59%

(4) 结合应收账款和销售收入的函证情况，检查回函是否存在差异，分析差异原因，核查是否存在跨期确认收入情形；

(5) 询问并了解资产负债表日后的销售退回情况，检查是否存在资产负债表日不满足收入确认条件的情况。

三、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、除 2020 年 1-6 月受新冠肺炎疫情影响，报告期内其他年度各季度的营业收入确认较为均衡，不存在各季度收入变动异常情况。

2、发行人各季度销售收入趋势变动，是因与客户形成的交易惯例导致，并不存在于某一年度期末突击确认收入的情形。

3、发行人自购料模式和客供料模式下的采购需求计划与相应期间营业收入变动趋势基本相符，发行人在手订单达成率较高。

4、由于产品应用领域的不同，发行人与同行业上市公司的收入变动幅度呈现出一定的差异性，但变动趋势基本保持一致，不存在重大异常；发行人收入随着 EMS 行业整体收入规模持续扩大，其收入增长具有合理性；发行人的收入变动同下游主要客户的经营状况相匹配。

5、在拜登政府上台之后，对中国高新技术产业仍会持续施行打压政策，但实施方式可能会趋于缓和，对发行人的客户及发行人自身有利好倾向，但不排除会采取更为严厉的制裁措施，到时发行人客户的经营环境将会面临更大的不确定性，可能大幅减少对发行人的采购需求，发行人的经营业绩将面临大幅下滑的风险，发行人正在积极拓展新客户进行风险应对。

6、2020 年 1-6 月，发行人在整体收入规模与去年同期基本持平的情况下，由于客供料收入的上升导致规模效应凸显，引起了总体毛利额较去年同期有较大幅度的增长，从而带来了发行人营业利润和净利润的相应增长。

7、发行人的销售收入均记录于正确的会计期间，不存在跨期确认收入、年末突击确认收入的情形。

问题 10. 关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人披露：

(1) 审计截止日后的主要经营状况以及 2020 年 1 至 9 月的业绩情况，分析并披露变动原因及合理性；

(2) 2020 年 1 至 9 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

(3) 如 2020 年 1 至 9 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示。

(4) 2020 年全年业绩预计情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

发行人在招股说明书“第八节、十五、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的主要经营状况”处补充披露如下：

(一) 审计截止日后的主要经营状况以及2020年1至9月的业绩情况，分析并披露变动原因及合理性

1、审计截止日后的主要经营状况

审计截止日至本招股说明书签署之日，公司经营状况正常，公司盈利模式、采购模式、生产模式、销售模式等未发生变化，主要产品的生产、主要供应商、主要原材料市场供应情况和采购价格等也未发生重大变化，发行人与主要客户华为、维谛等业务开展情况良好。但由于新冠疫情和中美贸易摩擦的双重影响，2020 年 1-9 月，发行人对维谛境外主体的销售收入有较大幅度的下滑，除此之外，公司未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

2、2020 年 1-9 月的业绩情况

发行人财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日。根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

信息披露指引》，大华会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人截至 2020 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2020 年 1-9 月合并及母公司利润表、2020 年 1-9 月合并及母公司现金流量表以及相关财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》。2020 年 1-9 月公司的业绩情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动幅度
营业收入	37,994.14	37,227.87	2.06%
营业利润	5,641.47	4,601.43	22.60%
净利润	5,038.09	4,009.29	25.66%
归属于母公司所有者的净利润	5,038.09	4,009.29	25.66%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,953.85	3,369.22	17.35%

发行人 2020 年 1-9 月实现营业收入 37,994.14 万元，较 2019 年同期增长 2.06%，略有增长；实现营业利润 5,641.47 万元，较 2019 年同期增长 22.60%，归属于母公司所有者的净利润 5,038.09 万元，较 2019 年同期增长 25.66%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 3,953.85 万元，较 2019 年同期增长 17.35%，主要系第二季度华为订单有较大幅度的增加，合作规模上升带来的规模效应凸显，导致公司毛利率上升；另外，2020 年 1-9 月公司收到的计入其他收益的政府补助较去年同期增多导致归属于母公司所有者的净利润增长较多。

（二）2020 年 1 至 9 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

1、2020 年 9 月末主要资产负债表项目（金额高于 50 万元）变动幅度超过 30% 的主要科目变动原因、相关影响因素及持续性具体如下：

单位：万元

报表项目	2020.9.30	2019.12.31	变动比例	变动原因及影响的持续性
货币资金	3,834.35	10,275.16	-62.68%	往来款结算时间性差异及支付工程款所致。往来款结算时间性差异具有普遍性和持续性，随着工程的完工，支付工程款的影响因素消除，不具有持续性

报表项目	2020. 9. 30	2019. 12. 31	变动比例	变动原因及影响的持续性
应收款项融资	-	55.00	-100.00%	本期银行承兑汇票全部到期所致。银行承兑汇票到期后影响因素消除，不具有持续性
其他流动资产	1,131.63	291.18	288.63%	本期留抵增值税增加所致。待抵扣和留抵的增值税进项税额抵扣后影响因素消除，不具有持续性
在建工程	18,202.35	7,888.13	130.76%	子公司惠州华智新能源智能设备产业基地本期持续建设所致，待工程完工后影响因素消除，不具有持续性
应付职工薪酬	1,247.05	2,153.22	-42.08%	实现同等销售收入，由于客供料模式不包含主要材料，客供料模式所需要的人员数量和用工成本要远高于自购料模式，应付职工薪酬的下降主要系2020年9月当月华为销售收入较2019年12月下降所致（12月3,576.56万元，9月1,666.19万元），应付职工薪酬的变动同华为订单需求高度相关
应交税费	265.94	730.89	-63.61%	公司2019年前三季度预缴企业所得税较少，相应期末应交企业所得税较多所致。公司在2020年已完成2019年度企业所得税汇算清缴，影响已经消除，不具有持续性
其他应付款	160.82	373.01	-56.89%	去年子公司收取的工程投标保证金本期返还供应商所致，待工程完工后影响因素消除，不具有持续性

2、2020年1-9月主要利润表项目（金额高于50万元）变动幅度超过30%的主要科目变动原因、相关影响因素及持续性具体如下：

单位：万元

项目	2020年 1-9月	2019年 1-9月	变动比例	变动原因及影响的持续性
财务费用	16.17	-265.46	-106.09%	主要系2020年1-9月汇兑损失增加所致。公司外销业务使用美元进行结算，美元汇率的变动对公司汇兑损益具有持续性影响
其他收益	1,576.69	980.25	60.85%	本期收到较多政府补助所致。政府补助对公司不具有持续性影响

资产减值损失	-52.08	-38.70	34.57%	本期备货较多导致按政策计提较多存货跌价准备所致
--------	--------	--------	--------	-------------------------

(三) 如2020年1至9月经营业绩下滑的,请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况,是否具有持续影响,是否影响持续经营能力,并作重大事项提示

发行人2020年1-9月实现营业收入37,994.14万元,归属于母公司所有者的净利润5,038.09万元,较2019年同期增长25.66%,扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润3,953.85万元,较2019年同期增长17.35%,发行人收入、利润均维持增长状态,经营业绩未出现下滑情形。

(四) 2020年全年业绩预计情况

发行人预计2020年度营业收入约为48,000.00万元至51,000.00万元,同比下降幅度约为1.75%至7.53%;预计2020年度归属于母公司股东的净利润约为5,600.00万元至5,900.00万元,同比增长幅度约为107.79%至118.92%;预计2020年度归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润约为4,500.00万元至4,700.00万元,同比下降幅度约为14.74%至18.36%。上述2020年度财务数据为公司初步预测数据,未经会计师审计或审阅,且不构成盈利预测。

公司预计2020年度营业收入同比下降幅度约为1.75%至7.53%,扣除非经常性损益后的净利润同比下降幅度约为14.74%至18.36%,针对该事项,公司已在招股说明书“第四节、一(一)中美贸易摩擦加剧引发的经营风险”部分补充披露如下:

“(一) 中美贸易摩擦加剧引发的经营风险

近年来,国际政治经济环境发生较大的变化,贸易摩擦不断,公司的主要客户维谛总部位于美国,通过境内外多个主体与公司合作;公司的主要客户华为受到美国的出口管制,相关芯片产业链薄弱环节受到一定程度的限制等。如果部分国家改变对中国的贸易政策,或客户受国际政治环境变动的影响,减少对发行人的订单需求,将可能导致公司面临经营业绩大幅下降的情况。受中美贸易摩擦的影响,公司对华为的销售收入在2020年未达预期,公司预计2020年度营业收

入同比下降幅度约为 1.75%至 7.53%，扣除非经常性损益后的净利润同比下降幅度约为 14.74%至 18.36%。若未来中美贸易关系出现极端情况，导致公司主要客户华为、维谛的经营状况及面临的国际环境出现重大不利变化，而公司又未及时拓展新的优质客户，将会对公司的持续经营能力产生重大不确定性。”

二、核查程序

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

1、与发行人实际控制人进行访谈，了解审计截止日后公司的主要经营情况及财务状况；

2、查阅会计师出具的 2020 年 1-9 月审阅报告，并对主要会计报表项目进行同期对比分析，对变动较大的项目了解其原因及影响情况。

三、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、审计截止日至本问询函回复签署之日，公司经营状况正常，2020 年 1-9 月业绩实现情况良好。

2、公司经营业绩实现同比增长，2020 年 1-9 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动幅度较大的情况原因合理，不会对公司产生重大不利影响。

问题 11. 关于外销收入及营业收入核查

请保荐人、申报会计师补充说明：

（1）对发行人外销收入核查情况，包括不限于核查方法（走访等）、核查比例以及核查结论；

（2）说明外销收入核查最终销售实现的方法、核查比例、核查结论；

（3）说明对营业收入真实性的核查的方法、核查比例、核查结论。

回复：

一、对发行人外销收入核查情况，包括不限于核查方法（走访等）、核查比例以及核查结论

1、核查方式

保荐人和发行人会计师履行了如下核查程序：

（1）通过查阅销售合同及与发行人管理层的访谈，了解和评估发行人的收入确认时点是否符合会计准则的规定；

（2）获取海关系统出口数据中发行人报告期内的全部出口记录，并与发行人账面记录的境外销售情况进行核对；

（3）采用抽样的方法，核对出口报关单、提单等支持性文件，检查发行人收入确认是否与披露的会计政策一致；

（4）获取报告期内的境外客户销售明细统计表，了解报告期内境外客户的稳定性，分析境外客户销售收入变动情况及变动原因；

（5）对报告期主要境外客户的销售情况进行函证；

（6）通过核对银行对账单，检查报告期内客户回款情况。

2、核查比例

（1）对外销收入发函比例及回函比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
外销收入总额①	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39
发函金额②	2,291.77	9,892.46	19,584.50	13,579.24
发函比例③=②/①	99.00%	100.00%	99.88%	99.51%
回函金额④	2,029.83	9,848.49	19,584.50	13,579.24
回函比例⑤=④/②	88.57%	99.56%	100.00%	100.00%
回函确认比例⑥=④/①	87.68%	99.56%	99.88%	99.51%
差异调节金额⑦	261.94	43.97	-	-
回函+差异调节确认比例⑧=（④+⑦）/①	99.00%	100.00%	99.88%	99.51%

报告期内,对发行人境外销售收入的发函比例分别为99.51%、99.88%、100.00%和99.00%,取得回函金额占比分别为100.00%、100.00%、99.56%及88.57%,其中2020年1-6月份回函确认金额与发函金额的差异主要是因为时间性差异所致,发行人根据收入确认政策以货物装船时点取得报关单确认收入,部分客户以收到货物入库时点进行核对后回函。中介机构进一步对差异明细进行检查,确认公司的外销收入无误。

(2) 对境外客户的访谈比例情况如下:

单位: 万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
外销收入总额①	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39
访谈客户对应金额②	2,006.83	8,168.28	16,931.62	9,840.64
访谈核查比例③=②/①	86.69%	82.57%	86.35%	72.11%

报告期内,对发行人主要海外客户进行了访谈,访谈的客户销售额占发行人当期境外销售收入的比例分别为72.11%、86.35%、82.57%和86.69%,整体核查充分,未发现异常情况。

(3) 对外销收入细节测试检查情况如下:

单位: 万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
外销收入总额①	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39
细节测试检查金额②	2,072.73	7,669.90	15,593.68	10,625.29
细节测试核查比例③=②/①	89.54%	77.53%	79.53%	77.86%

报告期内,对发行人境外销售收入的细节测试及凭证检查比例分别为77.86%、79.53%、77.53%和89.54%,检查比例较高,核查充分,未发现异常情况。

(4) 对外销收入回款测试检查情况如下:

单位: 万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
外销收入总额①	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
回款测试检查金额②	2,545.76	11,393.14	17,828.64	13,984.38
回款测试核查占收入比例③= ②/①	109.97%	115.17%	90.93%	102.48%

报告期内，对发行人外销收入的回款进行核查，核查金额占外销收入比例分别为 102.48%、90.93%、115.17% 和 109.97%，整体核查充分，未发现异常情况。

3、检查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人境外销售收入发生额完整、真实、准确。

二、说明外销收入核查最终销售实现的方法、核查比例、核查结论

发行人境外客户均为维谛的境外主体，维谛是一家为数据中心、通信网络、商业和工业环境等领域，提供关键基础设施保障技术的制造企业，并非贸易商或经销商，为发行人外销终端客户。该公司总部位于美国俄亥俄州哥伦布市，分布着超过 25 家的制造及装配工厂。白金私募基金从艾默生电气以超过 40 亿美元的交易价格收购网络能源业务后，更名为维谛（Vertiv），目前已在纽约证券交易所上市。除上述对维谛境外主体采取访谈、函证、细节性测试、回款测试等核查方法外，中介机构采取的核查方法及核查比例如下：

1、核查方式

(1) 检查境外销售的客户资质背景，取得境外客户的中信保海外资信报告；

(2) 查询境外客户的公开披露信息，了解其销售情况，以验证该等客户是否具有实质性销售业务。

2、核查比例

对发行人境外客户的资质背景核查，取得境外客户的中信保海外资信报告比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
总体金额①	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
检查样本金额②	2,314.94	9,892.46	19,607.91	13,646.39
检查比例③=②/①	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

3、核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：维谛并非经销商或代理商性质的企业，而是具有实际生产经营业务的主体，维谛获取发行人提供的网络能源产品后经过一定的集成再销售给爱立信、诺基亚等通信设备生产商。维谛为发行人的终端客户，发行人境外销售已经实现最终真实销售。

三、说明对营业收入真实性的核查的方法、核查比例、核查结论

1、整体核查程序

保荐人和发行人会计师履行如下核查程序：

(1) 了解及评价与收入确认事项有关的内部控制设计的有效性，并执行控制测试。

(2) 获取销售清单，选取样本检查销售合同及订单，访谈管理层，识别与商品所有权上的风险与报酬转移相关的合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求。

(3) 细节测试：对交易额、余额较大的客户进行细节测试检查，通过检查销售订单、出库单、发票、客户验收对账单、报关单、船运提单等收入确认资料，以确认营业收入发生额的准确性。

(4) 对客户实施函证程序，并对主要客户进行访谈，了解并询问其与发行人的交易情况。

(5) 对客户回款情况进行检查，核对账面记录及银行流水记录是否一致，是否符合客户账期。

2、核查比例

(1) 函证

单位：万元

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	收入总额①	24,581.28	51,907.54	50,792.61	40,838.53
	发函金额②	24,450.67	51,789.86	50,715.11	40,149.26
	发函比例③=②/①	99.47%	99.77%	99.85%	98.31%
	回函金额④	24,004.96	51,725.65	50,712.64	40,105.57
	回函比例⑤=④/②	98.18%	99.88%	100.00%	99.89%
	回函确认比例⑥=④/①	97.66%	99.65%	99.84%	98.21%
	差异调节金额⑦	445.72	64.21	---	---
	回函+差异调节金额合计确认比例⑧=(④+⑦)/①	99.47%	99.77%	99.84%	98.21%

部分询证函回函金额存在差异，经了解均系发行人与客户双方入账时间性差异导致，中介机构已获取回函差异相关资料，检查差异原因是否合理并编制了调节表，确认相关回函差异对财务报表数据无影响。

(2) 访谈

单位：万元

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	营业收入总额①	24,581.28	51,907.54	50,792.61	40,838.53
	访谈客户对应金额②	24,107.00	48,498.45	42,758.01	34,312.51
	访谈核查比例③=②/①	98.07%	93.43%	84.18%	84.02%

(3) 细节测试

单位：万元

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	营业收入总额①	24,581.28	51,907.54	50,792.61	40,838.53
	细节测试检查金额②	22,518.49	40,270.09	37,149.27	29,664.92
	细节测试核查比例③=②/①	91.61%	77.58%	73.14%	72.64%

(4) 收入回款测试

单位：万元

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业	营业收入总额①	24,581.28	51,907.54	50,792.61	40,838.53

项目		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
收入	客户回款测试检查金额 ②	25,882.81	57,343.97	47,767.02	38,611.60
	客户回款测试核查比例 ③=②/①	105.29%	110.47%	94.04%	94.55%

3、检查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：报告期内，发行人营业收入真实、准确、完整。

问题 12. 关于供应商

申报材料显示，报告期内，发行人前五大供应商采购占比为 37.95%、32.76%、25.68%。

请发行人：

(1) 补充披露前五大供应商情况，包括成立时间、股权结构、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的的原因、是否符合发行人的业务发展情况；

(2) 说明主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 补充披露前五大供应商情况，包括成立时间、股权结构、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的的原因、是否符合发行人的业务发展情况

发行人在招股说明书“第六节、五、（二）向主要供应商采购情况”处补充披露如下：

1、补充披露前五大供应商情况，包括成立时间、股权结构、实际经营业务、与发行人的合作时间、发行人采购的具体内容、发行人采购占其总销售额的比例

报告期内公司前五大供应商情况如下：

供应商合并后简称	供应商名称	成立时间	股权结构	实际经营业务	开始合作时间	发行人采购的具体内容	发行人采购占其总销售额的比例
艾睿	ARROW/COMPONENTS AGENT LIMITED	1979年11月	Components Agent (Cayman) Limited 99.20%; TMC Fund Company Limited 0.80%	从事电子元器件的销售，主要代理欧美品牌产品	2014年	晶体管、半导体芯片等	发行人采购占其总销售额的比例较低，不足1%
海光电子	深圳市海光电子有限公司	1988年4月	天津光电集团有限公司 54.25%; 魏晋峰 20.00%; 王浩 15.75%; 李东海 10.00%	生产和销售各类变压器、电感器等磁性元器件	2013年	电感器、变压器等	发行人最近一年采购额约占其销售额的4%左右
大联大控股	品佳股份有限公司	1987年1月	大联大投资控股股份有限公司 100%	代理销售电子元器件	2015年	晶体管、半导体芯片等	发行人采购占其总销售额的比例较低，不足1%
	WPG SCM LIMITED	2001年12月	WPG South Asia Pte Ltd. 100%	代理销售电子元器件	2015年	晶体管、半导体芯片等	发行人采购占其总销售额的比例较低，不足1%
	世平国际（香港）有限公司	1996年4月	WPI Investment Holding (BVI) Company Limited 100%	代理销售电子元器件	2015年	晶体管、半导体芯片等	发行人采购占其总销售额的比例较低，不足1%

锡业股份	云南锡业股份有限公司深圳经销分公司	分公司： 2005年12月 股份公司： 1998年11月	锡业股份为A股上市公司，股票代码009630.SZ，其2020年3季报公告的主要股东（持股5%以上）情况如下：云南锡业集团有限责任公司32.52%；云南锡业集团（控股）有限责任公司12.49%	从事锡、铜、锌矿的开采、选矿以及锡、铜、锌金属的冶炼和锡的深加工	2015年	锡条	发行人最近一年采购额约占整个锡业股份总销售额的0.03%
众一	深圳市众一贸泰电路板有限公司	2010年10月	王世国 50.00%；张旭东 50.00%	线路板的生产与销售	2011年	电路板	4%左右
确信爱法	确信爱法金属(深圳)有限公司	1997年03月	(香港)爱法焊锡制品有限公司 100%	生产与销售焊接产品，锡条、锡线、锡膏及助焊剂等	2014年	锡膏锡条、助焊剂等	1%左右

注：以上表格仅列示交易额较大的主体，PCG Trading LLC dba converge、YOSUN HONGKONG CORPORATION LIMITED、鹤山市众一电路有限公司因其单家与发行人交易额较小，未做具体信息披露。

2、报告期各期发行人对各主要供应商采购金额发生变动的的原因、是否符合发行人的业务发展情况

报告期各期，发行人对各主要供应商采购金额发生变动的的原因主要系发行人业务增长及销售结构变动所致，符合发行人的业务发展情况。自购料模式下，发行人生产所需的所有原材料均由发行人进行采购，客供料模式下，发行人生产所需的主要原材料由客户提供，发行人仅负责生产辅料的采购，因此，发行人对主要原材料的采购金额主要随自购料模式业务收入的变动而变动，而对生产辅料的采购金额主要随客供料模式业务收入的变动而变动。具体如下：

单位：万元

供应商合并	供应商名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年	采购额变动原因
-------	-------	-----------	-------	-------	-------	---------

后简称						
艾睿	ARROW/COMPONENTS AGENT LIMITED	1,243.56	1,306.49	2,192.37	1,871.32	艾睿为发行人晶体管、半导体芯片等主要原材料的供应商。2018年，随着公司自购料模式业务的增长，发行人对艾睿的采购额上涨。2019年度，由于公司自购料模式业务的下降，发行人对艾睿的采购额下降。2020年上半年，发行人为增强自身相对竞争对手更具柔性化的制造优势，在竞争对手无法及时满足客户的要求时及时提供产品，争取更多订单，提前采购较多原材料；同时由于受到新冠肺炎疫情影响，为了防止后期原材料供应不足，加大了原材料的采购。
	PCG Trading LLC dba converge	3.12	226.59	54.75	1.29	
	小计	1,246.68	1,533.08	2,247.12	1,872.61	
海光电子	深圳市海光电子有限公司	888.02	1,488.44	4,191.20	3,170.85	海光电子为发行人电感器、变压器等主要原材料的供应商。2018年，随着公司自购料模式业务的增长，发行人对海光电子的采购额上涨。2019年度，由于公司自购料模式业务的下降，发行人对海光电子的采购额下降。发行人对海光的采购额下降幅度大于发行人自购料模式业务的下降幅度，主要系综合考虑成本、交付等因素，调低对海光的采购份额所致。
大联大控股	品佳股份有限公司	550.85	543.70	995.47	1,585.43	大联大控股为发行人晶体管、半导体芯片等主要原材料的供应商。2018年，因业务量增加，发行人2018年度物料需求量大，大联大控股无法完全及时地满足发行人的采购要求，导致发行人在其他供应商购买同类原材料的金额增加。2019年度，由于公司自购料模式业务的下降，发行人对大联大控股的采购额进一步下降。
	WPG SCM LIMITED	131.93	255.03	408.49	449.04	
	世平国际（香港）有限公司	39.08	47.91	190.80	205.66	

	YOSUN HONGKONG CORPORATION LIMITED	29.03	37.86	27.97	-	2020年上半年,发行人为增强自身相对竞争对手更具柔性化的制造优势,在竞争对手无法及时满足客户的要求时及时提供产品,争取更多订单,提前采购较多原材料;同时由于受到新冠肺炎疫情影响,为了防止后期原材料供应不足,加大了原材料的采购。
	小计	750.89	884.49	1,622.74	2,240.13	
锡业股份	云南锡业股份有限公司深圳经销分公司	720.66	1,399.24	116.23	160.26	锡业股份为发行人生产辅料锡条的供应商。2018年,发行人对锡业股份的采购小幅下降,主要系生产工艺改进锡条用量减少所致。2019年度,由于公司客供料模式业务的大幅上涨,发行人对锡业股份的采购额上涨。
众一	深圳市众一贸泰电路板有限公司	428.32	682.54	1,357.23	1,170.86	众一为发行电路板等主要原材料的供应商。2018年,随着公司自购料模式业务的增长,发行人对众一的采购额上涨。2019年度,由于公司自购料模式业务的下降,发行人对众一的采购额下降。2020年上半年,发行人为增强自身相对竞争对手更具柔性化的制造优势,在竞争对手无法及时满足客户的要求时及时提供产品,争取更多订单,提前采购较多原材料;同时由于受到新冠肺炎疫情影响,为了防止后期原材料供应不足,加大了原材料的采购。
	鹤山市众一电路有限公司	91.57	156.03	220.05	-	
	小计	519.89	838.57	1,577.28	1,170.86	
确信爱法	确信爱法金属(深圳)有限公司	228.24	1,068.13	1,317.14	1,129.08	确信爱法为发行人生产辅料锡膏锡条、助焊剂等原材料的供应商。随着公司业务的增长,发行人对确信爱法的采购额上涨。2019年度,由于公司加深与锡业股份的合作,向锡业股份的采购金额大幅上涨,发行人对确信爱法的采购额有所下降。

(二) 说明主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形。

由本题第一问回复列示前五大供应商成立时间情况可知，发行人主要供应商成立时间较早，与发行人合作多年，不存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形，不存在利益输送的情形。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、香港网上查册中心等网站查询主要供应商基本资料，包括成立时间、股权结构等；

2、访谈主要供应商，了解其实际经营业务、与发行人开始合作时间及其销售总额、发行人对其采购占其销售额的比例、是否存在利益输送情况等；

3、访谈发行人相关负责人，了解分析报告期各期发行人对各主要供应商采购金额变动的原因及合理性。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人对各主要供应商采购金额发生变动的原因具有合理性，符合发行人的业务发展情况。

2、报告期内，主要供应商不存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形，不存在利益输送的情形。

问题 13. 关于主营业务成本

申报材料显示：

(1) 发行人客供料业务报告期各期主营业务收入变动比例分别为 7.94%、105.07%、2.08%，主营业务成本变动比例分别为 32.63%、85.36%、-0.76%；

(2) 报告期各期, 发行人制造费用-材料费分别为 1,834.62 万元、1,894.95 万元、3,078.86 万元、1,143.08 万元。

请发行人补充披露:

(1) 2019 年度营业收入增速与营业成本增速不一致的原因及合理性;

(2) 制造费用下材料费无法根据产品直接归集的原因及合理性, 并分析生产成本归集及主营业务成本结转的完整性, 报告期成本与费用归集、分配、结转的依据是否充分、合规, 核算是否正确, 相关会计政策是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、发行人补充披露

(一) 2019年度营业收入增速与营业成本增速不一致的原因及合理性

发行人在招股说明书“第八节、十、(二)营业成本分析”处补充披露如下:

客供料模式下营业收入与营业成本的变动情况如下:

单位: 万元

项目	2019 年度	变动幅度	2018 年度	变动幅度	2017 年度
主营业务收入	27,392.62	105.07%	13,357.85	7.94%	12,375.10
主营业务成本	21,493.98	85.36%	11,596.00	32.63%	8,743.00

如上表列示, 2017 年度-2019 年度客供料模式下发行人主营业务收入分别为 12,375.10 万元、13,357.85 万元和 27,392.62 万元, 变动幅度分别为 7.94% 和 105.07%; 发行人主营业务成本分别为 8,743.00 万元、11,596.00 万元和 21,493.98 万元, 变动幅度分别为 32.63% 和 85.36%。2018 年度和 2019 年度主营业务收入和主营业务成本的增速有所差异。

2018 年度主营业务收入较 2017 年度增长 7.94%, 主营业务成本较 2017 年度增长 32.63%, 主要是由于发行人 2018 年获得华为的大份额标包, 为保证后期订单产能与生产效率, 发行人于 2018 年下半年投入了较多的生产资源并新增了约 3000 万元的生产设备投资, 因新增产线前期处于调试阶段, 新雇佣员工对新产

线也存在磨合期，因此 2018 年下半年的设备投资未能完全释放产能，完工成品因此而分配的成本上升，导致主营业务成本增长率远超主营业务收入的增长率。

2019 年度，发行人产能和生产效率提升，且因 2018 年度新中标订单在 2019 年度大量实现生产，当实际产量越多，包括机器设备折旧、车间管理人员薪酬、房屋租赁费等固定成本的摊薄作用越明显，因此而分配的产品成本下降，导致主营业务成本增长率低于主营业务收入的增长率。

(二) 制造费用下材料费无法根据产品直接归集的原因及合理性，并分析生产成本归集及主营业务成本结转的完整性，报告期成本与费用归集、分配、结转的依据是否充分、合规，核算是否正确，相关会计政策是否一致

发行人在招股说明书“第六节、五、(一)报告期内采购原材料、能源的情况”处补充披露如下：

1、制造费用下材料费无法根据产品直接归集的原因及合理性

发行人制造费用-材料费主要为通用辅料，其中锡膏和三防漆为辅料的主要构成部分。锡膏是伴随着 SMT 应运而生的一种新型焊接材料，是由焊锡粉、助焊剂以及其它的表面活性剂、触变剂等加以混合，形成的膏状混合物，主要用于 SMT 行业 PCB 表面电阻、电容、IC 等电子元器件的焊接；三防漆是一种特殊配方的涂料，用于保护线路板及其相关设备免受环境的侵蚀，具有良好的耐高低温性能，其固化后成一层透明保护膜，具有优越的绝缘、防潮、防漏电、防震、防尘、防腐蚀、防老化、耐电晕等性能。上述辅料的通用性及物理特殊性发行人难以将其直接追溯至成本对象，因此在领料的时一次性计入当期制造费用-材料费，在计算产品成本时按工时进行合理分配。

2、分析生产成本归集及主营业务成本结转的完整性

发行人生产成本下设置直接材料、直接人工和制造费用对当期生产成本进行归集核算，其中直接材料归集核算生产直接耗用原材料，直接人工归集核算车间直接从事产品生产人员的薪酬，制造费用归集核算固定资产折旧、机物料消耗、水电费消耗、生产管理人员薪酬等间接生产费用。

具体核算方法如下：

直接材料：材料成本为生产过程消耗的主要材料以及产品生产过程中不可或缺的辅助材料，采用加权平均法进行领用核算。“直接材料”科目核算的原材料可直接追溯至成本对象，发行人生产部门按照 BOM 清单领取物料进行生产，领取的物料直接归集至对应的生产订单。

人工成本：人工成本主要为生产制造车间人员的薪酬，主要归集核算部门包括制造部、SMT 部和维修部等，公司按照车间归集人工成本，根据产品的工时占比在部门内的产品进行分摊。

制造费用：制造费用主要为与生产制造有相关关系的部门的人员薪酬、领用的辅助材料、车间水电费、设备折旧费用、厂房租赁费用、采购的外部劳务等相关费用，公司按照部门归集制造费用，并根据工时在不同产品间进行分摊。

完工产品与在产品的成本分配：成品/半成品的核算采用实际成本法。月末在产品成本包含材料和人工成本及制造费用。材料按实际成本计算，人工成本按实际成本计算。发行人完工产品和在产品的成本分配方法采用分步结转法，直接材料一次性投入并按照工单归集，根据生产系统追溯的成本对象将上述归集的直接材料分配至当月完工入库产品和在产品，再根据数量分摊计算完工产品、在产品单个产品的直接材料金额；按照工单实际总标准工时（实际产量乘以单个产品标准工时）将上述归集的直接人工和制造费用在完工产品和在产品之间进行分配，再根据数量分摊计算完工产品、在产品单个产品的直接人工和制造费用金额。

营业成本结转：发行人产品完工并经验收合格后入库，将上述归集的生产成本结转至库存商品。产品销售出库时，按月末一次加权平均法计价结转至发出商品，发行人根据收入确认政策，产品销售达到收入确认时点时，由存货结转成本至主营业务成本。

3、报告期成本与费用归集、分配、结转的依据是否充分、合规，核算是否正确，相关会计政策是否一致

基于上述各流程中公司生产成本的归集情况，发行人生产成本归集及结转主营业务成本完整，报告期成本与费用归集、分配、结转的依据充分、合规，

核算正确，相关会计政策一致。

发行人制定了健全的生产成本核算制度，设置了生产成本的核算方法、完工产品入库管理、月末在产品成本分摊等内部控制环节。发行人的内部控制能够有效保证材料领用、成本归集、费用分摊、存货入库、成本结转等环节按企业会计准则和发行人会计政策的规定进行核算，相关内部控制制度可以保证产品成本计算、费用分摊的准确性和及时性。

综上，报告期内发行人生产成本归集及结转主营业务成本完整，报告期成本与费用归集、分配、结转的依据充分、合规，核算正确，相关会计政策一致。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内营业收入成本明细表，复核发行人客供料模式下各期营业收入和营业成本变动情况；了解发行人 2018 年度和 2019 年度客供料模式营业收入增速和营业成本增速变动匹配性存在差异的原因。

2、了解主要产品生产所需资源投入、生产工艺流程，考虑成本核算方法的合理性；查阅原材料领料单、制造费用相关单据、成本计算表，查验成本归集是否准确、完整，成本计算是否准确；查阅原材料收发存、库存商品收发存、发出商品收发存，复核存货计价是否准确，验证存货成本结转的准确性。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内发行人客供料模式营业收入增速和营业成本增速变动匹配性存在差异具有合理性，符合发行人实质业务情况。

2、报告期内，制造费用下材料费无法根据产品直接归集具有合理性，生产成本归集及主营业务成本结转完整；报告期内，成本与费用归集、分配、结转的依据充分、合规，核算正确，相关会计政策一致。

问题 14. 关于毛利率

申报材料显示,发行人自购料模式 2019 年、2020 年 1-6 月毛利率有所下滑,主要是因为受中美贸易摩擦导致外贸环境趋紧的影响,毛利贡献率下降导致毛利率下降。客供料模式下,公司的毛利率呈先下降后上升趋势。

请发行人:

(1) 结合自购料产品定价、成本、竞争环境变化等因素,补充披露发行人自购料产品毛利率下滑的原因及合理性,毛利贡献率下降导致毛利率下降的合理性;

(2) 补充披露发行人自购料业务毛利率是否存在持续下滑的风险,相关风险的披露是否充分;

(3) 补充披露各期发行人收入变动、毛利变动与利润变动的差异情况,以及导致上述差异的主要项目、科目,进一步分析导致相关差异的具体原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、发行人补充披露

(一) 结合自购料产品定价、成本、竞争环境变化等因素,补充披露发行人自购料产品毛利率下滑的原因及合理性,毛利贡献率下降导致毛利率下降的合理性

发行人在招股说明书“第八节、十、(三)毛利额及毛利率分析”处补充披露如下:

公司产品定价由财务部以成本利润加成作为定价基础提出建议,由市场部结合市场竞争情况制定国内和国外销售底价。产品成本主要由材料成本、人工成本及制造费用构成。报告期内,发行人自购料模式下各产品的单价、单位成本、毛利率情况如下:

产品类别	期间	主营业务收入 (万元)	占比	数量 (PCS)	单价(元)	单位成本 (元)	毛利率	毛利贡献率
------	----	----------------	----	-------------	-------	-------------	-----	-------

整流模块	2020年1-6月	9,568.26	91.19%	181,258	527.88	452.29	14.32%	13.06%
	2019年度	19,453.27	80.02%	330,395	588.79	486.41	17.39%	13.91%
	2018年度	30,944.79	82.75%	540,448	572.58	453.86	20.73%	17.16%
	2017年度	22,848.72	82.19%	392,189	582.59	461.16	20.84%	17.13%
电源监控	2020年1-6月	911.85	8.69%	35,838	254.44	208.87	17.91%	1.56%
	2019年度	1,561.71	6.42%	68,422	228.25	189.29	17.07%	1.10%
	2018年度	2,283.36	6.11%	90,045	253.58	208.95	17.60%	1.07%
	2017年度	1,464.34	5.27%	71,172	205.75	169.37	17.68%	0.93%
汽车充电桩电源模块	2020年1-6月	12.49	0.12%	65	1,921.47	1,861.64	3.11%	0.00%
	2019年度	3,295.89	13.56%	22,988	1,433.74	1,277.24	10.92%	1.48%
	2018年度	4,167.34	11.14%	30,893	1,349.62	1,117.09	17.23%	1.92%
	2017年度	3,485.88	12.54%	21,402	1,628.76	1,208.15	25.82%	3.24%
自购料业务合计	2020年1-6月	10,492.60	100.00%	217,161	483.17	412.54	14.62%	14.62%
	2019年度	24,310.87	100.00%	421,805	576.35	481.31	16.49%	16.49%
	2018年度	37,395.49	100.00%	661,386	565.41	451.50	20.15%	20.15%
	2017年度	27,798.94	100.00%	484,763	573.45	451.30	21.30%	21.30%

注：由于发行人品类众多，整体毛利率的变动受各类型产品毛利率及其占比的影响，为更好的说明公司自购料业务毛利率变动原因，以下分析中引入了毛利贡献率来进行说明。各类型毛利贡献率=各类型产品毛利率*各类型产品销售收入占整体收入的比，整体毛利率=Σ各类型产品毛利贡献率，因此，各类型产品毛利贡献率的变动直接导致整体毛利率的变动。

(1) 整流模块

整流模块业务区分境内外销售情况如下：

期间	主营业务收入(万元)	内外销占比	数量(PCS)	单价(元)	单位成本(元)	毛利率	对自购料模式业务的毛利贡献率
内销							
2020年1-6月	7,690.06	80.37%	146,152	526.17	453.96	13.72%	10.06%
2019年度	10,209.69	52.48%	168,388	606.32	523.51	13.66%	5.74%
2018年度	12,467.47	40.29%	185,189	673.23	552.43	17.94%	5.98%
2017年度	10,035.07	43.92%	174,397	575.42	466.31	18.96%	6.84%
外销							
2020年1-6月	1,878.20	19.63%	35,106	535.01	445.32	16.76%	3.00%

2019 年度	9,243.62	47.52%	162,007	570.57	447.85	21.51%	8.18%
2018 年度	18,477.32	59.71%	355,259	520.11	402.48	22.62%	11.17%
2017 年度	12,813.65	56.08%	217,792	588.34	457.03	22.32%	10.29%

① 竞争环境变化

A、一方面，由于受中美贸易摩擦加剧的影响，维谛北美在 2019 年相应减少了对公司的采购规模；另一方面，2018 年印度基站数量较 2017 年增长 46.99%，2019 年较 2018 年仅增长 7.11%，随着维谛印度基站建设数量的放缓，公司对维谛印度的销售额也呈下降趋势。在中美贸易摩擦加剧和印度基站建设数量放缓的双重影响下，导致公司 2019 年外销收入出现较大幅度的下滑。

B、2020 年，发行人外销客户受疫情影响严重。报告期内，发行人与维谛合作的境外主体主要有印度、北美、欧洲等，该等地区都是新冠肺炎疫情重灾区。受疫情管控不力的影响，该等客户的采购和生产活动都受到不同程度的放缓。

C、报告期各期自购料模式下境内销售占比分别为 43.92%、40.29%、52.48% 和 80.37%，境内销售占比呈增长趋势，一方面发行人自 2019 年起受上述外部环境变化影响，境外销售规模有所放缓；另一方面，由于发行人主业聚焦以及柔性化的生产服务能力，因而通过竞争优势获取了客户更多采购订单，弥补了因外部环境变化导致的自购料模式境外收入下滑。

② 产品定价和成本变动情况

如上表列示，报告期各期单价和单位成本变动均较大，主要受客户产品种类繁多、售价区间广的影响，发行人产品单价、成本自十几元至几千元不等，且报告期内发行人自购料模式下销售的整流模块产品类型超过 350 种，当期销售的产品种类构成对平均单价、成本影响较大。

报告期内自购料模式下整流模块价格分层情况如下：

内外销	价格分层 (元)	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		营业收入 (万元)	收入占比	营业收入 (万元)	收入占比	营业收入 (万元)	收入占比	营业收入 (万元)	收入占比
外销	<500	484.96	5.07%	1,508.86	7.76%	5,494.31	17.76%	2,397.36	10.49%
	500-1000	1,304.12	13.63%	7,331.88	37.69%	12,851.39	41.53%	10,176.94	44.54%

	1000-2000	82.58	0.86%	402.24	2.07%	120.16	0.39%	-	0.00%
	>2000	6.54	0.07%	0.60	0.00%	11.46	0.04%	239.35	1.05%
	小计	1,878.20	19.63%	9,243.58	47.52%	18,477.32	59.71%	12,813.65	56.08%
内销	<500	4,811.18	50.28%	4,240.61	21.80%	5,911.22	19.10%	4,704.62	20.59%
	500-1000	541.23	5.66%	1,016.60	5.23%	826.95	2.67%	2,028.18	8.88%
	1000-2000	1,224.95	12.80%	2,513.47	12.92%	2,301.85	7.44%	1,302.82	5.70%
	>2000	1,112.70	11.63%	2,439.01	12.54%	3,427.44	11.08%	1,999.44	8.75%
	小计	7,690.06	80.37%	10,209.69	52.48%	12,467.47	40.29%	10,035.07	43.92%
合计	9,568.26	100.00%	19,453.27	100.00%	30,944.79	100.00%	22,848.72	100.00%	

如上表列示，报告期发行人对境外客户销售的产品单价主要集中于 500-1000 元区间，分别占整体整流模块收入比重为 44.54%、41.53%、37.69%和 13.63%；而发行人对境内客户销售的产品更多集中于 500 元以下，分别占整体整流模块收入比重为 20.59%、19.10%、21.80%和 50.28%。因内外销产品型号差异导致的定价区间不同，以及外部环境变化导致的内外销比重变化，对发行人报告期各期产品单价造成一定影响。

b. 报告期内产品成本变动情况

自购料模式下，发行人负责采购产品的全部原材料，主要包括半导体部件、被动元器件、IC 芯片和结构件等，价值较高，因此产品成本中直接材料占比相对较高。报告期内整流模块营业成本中材料占比分别为 87.82%、89.99%、87.41%和 86.66%，占比相对稳定。2018 年材料成本占比略高于其他年度，因维谛下达较多订单，发行人为及时完成生产任务，发行人向原有供应商之外的其他可选供应商增加了物料采购，导致物料成本有所增加；2020 年材料成本占比略低于其他年度，主要是因为新冠肺炎疫情导致的用工成本上涨导致。除此之外，报告期内发行人采购的主要物料市场供应充足且价格相对稳定，因此报告期内各产品材料成本波动相对较小。由于发行人产品定价以成本利润加成作为定价基础，为满足客户订单的生产需求，对于物料短缺等原因导致产品物料成本的上升发行人会与客户协商价格调整，一定程度上平滑成本上升对公司利润的不利影响。

c. 境外销售整体毛利率略高于境内销售

在外销产品报价上，发行人在内销产品报价基础上主要增加了以下考虑：其一，在外销报价时发行人考虑了报关船运手续复杂、汇率波动等影响，在报价上略高于内销价格。其二，境外市场价格传导通常滞后于境内，境外客户与境内客户对市场价格波动反应时间存在差异，境内销售价格通常是按季度定期按照最新市场行情进行调整，境外客户对发行人的调价频率结合销量等因素综合考量，因此境外销售价格与境内销售价格存在差异。在以上原因影响下，如上表列示，境外销售毛利率分别为 22.32%、22.62%、21.51%和 16.76%，境内销售毛利率分别为 18.96%、17.94%、13.66%和 13.72%，发行人自购料模式下整流模块境外整体毛利率平均比境内高 3-4 个百分点。

③毛利率变动情况

由于外销产品毛利率相比内销更高，在内外销收入占比变动的情况下，发行人整流模块产品毛利率相应发生变动，具体如下：

2019 年在中美贸易摩擦加剧和印度基站建设数量放缓的双重影响下，发行人对维谛北美和维谛印度的收入大幅下降，整流模块境外的收入份额自 2018 年 59.71%下降至 47.52%，由于外销毛利率相对更高，外销收入份额的下降致使对自购料业务毛利贡献率由 11.17%下降至 8.18%，导致整体毛利率下降约 3 个百分点。2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情这一全球性事件影响，境外客户采购规模进一步缩减，导致 2020 年 1-6 月外销业务的毛利贡献率仅为 3.29%，进而使得整体毛利率继续降低。另一方面，随着产品生命周期的演进，同一产品的产品毛利率有所下降。2019 年对境内客户的销售毛利率由 17.94%下降至 13.66%，主要是由于 2019 年度发行人对境内客户销售的产品仍主要为旧产品型号，随着产品生命周期的递演进，毛利率有所下降，但由于对境内客户的销售比重较上期有所增加，因此 2019 年度境内客户的毛利贡献率由 5.98%减少至 5.74%，导致整体毛利率下降仅 0.2 个百分点，变动幅度较境外客户相对较少。

因而综上，报告期内发行人整流模块毛利率分别为 20.84%、20.73%、17.39%和 14.32%，2017 和 2018 年度毛利率相对较为稳定，而 2019 年度和 2020 年 1-6 月毛利率下滑，主要受外部环境变化、产品结构变化及新冠肺炎疫情等因素影响。

(2) 电源监控

报告期内,发行人自购料模式下电源监控类产品售价与单位成本波动比较均衡,毛利率分别为 17.68%、17.60%、17.07%和 17.91%,保持相对稳定。且由于电源监控类产品在自购料模式下销售占比较低并呈持续上涨趋势,分别为 5.27%、6.11%、6.42%和 8.69%,综合下来,电源监控类产品对公司自购料模式业务的毛利贡献率逐年上涨,分别为 0.93%、1.07%、1.10%和 1.56%。

(3) 汽车充电桩电源模块业务

①下游充电桩模块市场竞争情况

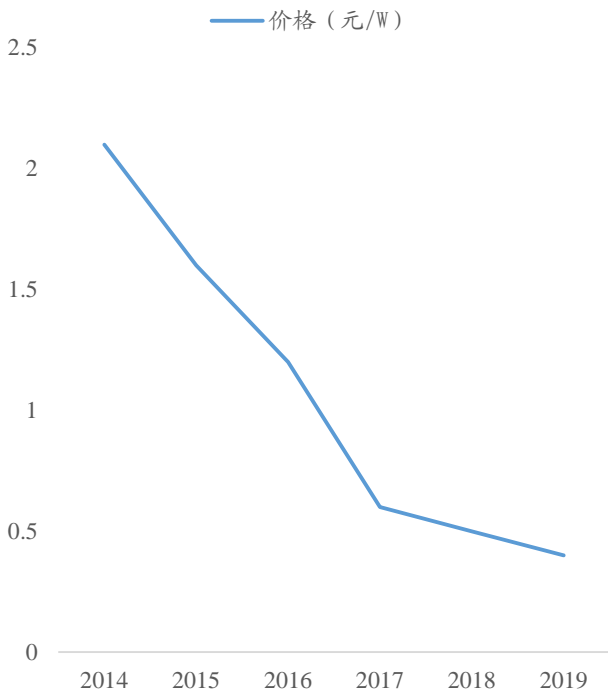
A、充电桩市场竞争激烈,市场集中度较低。目前参与充电桩设备生产竞争的企业数量较多,根据国家电网招标公告,2016-2019 年充电桩主要中标企业共计 12 家,CR3 为 34%,市场集中度仍处于较低位置,许继电气、国电南瑞(含子公司)稳居龙头厂商地位,其他厂商市场份额均不高,市场竞争激烈。

B、技术门槛低,产品同质化程度较高。充电桩主要由充电模块、充电枪、断路器、接触器、滤波器、插座插头、线缆及外壳底座等构成,除充电模块外其余部件技术含量低,因此充电模块成为产品差异化的决定因素,核心技术主要体现为功率校正技术、软开关技术、磁性元器件技术、功率开关驱动技术以及主电路的控制技术。目前国内主要充电模块供应商均在以上技术领域有自己的专利积累,且峰值效率基本均在 95-96%左右,因此产品整体同质化程度较高。

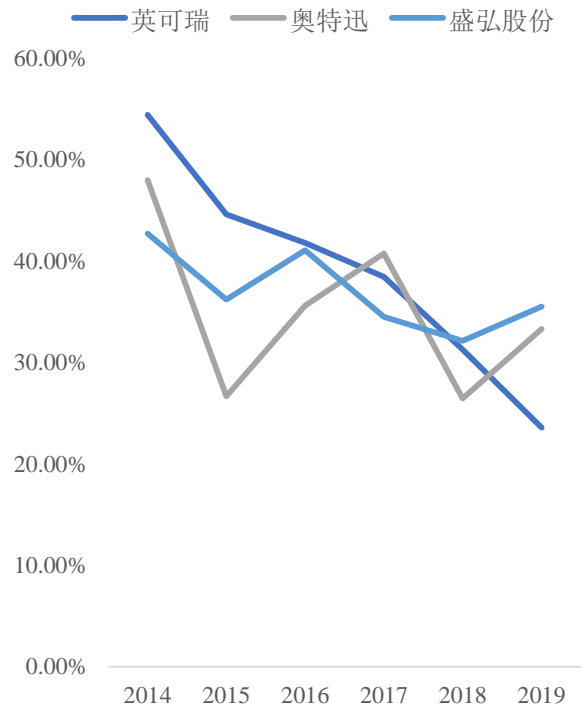
C、受市场激烈竞争影响,盈利空间持续收缩。在激烈的市场竞争背景下,充电桩招标价格逐年下滑,根据充电桩联盟披露,受益于技术进步和规模效应,直流充电模块价格仍处于持续下降过程中,2019 年直流充电模块价格降至 0.4 元/W;叠加直流充电桩供应商相对运营商议价能力较弱,以及交流充电桩需要面临由于新能源汽车补贴退坡带来的成本压力等因素影响,充电设备供应商盈利空间逐年被压缩,毛利率水平持续下行。

直流充电模块价格趋势

充电桩上市公司毛利率趋势



资料来源：充电桩联盟



资料来源：上市公司年报

②公司电动汽车电源类产品业务情况

自购料模式下，公司的主要客户为英飞源、英可瑞，受充电桩市场竞争日益激烈的影响，公司的产品价格整体呈下降趋势，毛利空间逐年萎缩，毛利率从 2017 年的 25.82% 下降至 3.11%。

2018 年，公司加大与英可瑞的合作力度，带动充电桩模收入规模上升。2019 年，公司基于下游充电桩模块市场竞争日益激烈和网络能源产品业务订单饱和、产能紧张的考虑，适度收缩充电桩模块业务规模，向其他业务调配生产资源，销售数量和销售收入有所下滑。2020 年度，公司基于电动汽车充电桩市场竞争白热化的判断及保证回款控制经营风险的考虑，不再与英飞源、英可瑞等企业进行合作，公司电动汽车电源类产品收入大幅下降。随着发行人电动汽车电源类产品业务的缩减，电动汽车电源类产品对公司自购料模式业务的毛利贡献率逐年下降，分别为 3.24%、1.92%、1.48% 和 0.00%。

(二) 补充披露发行人自购料业务毛利率是否存在持续下滑的风险，相关风险的披露是否充分

发行人在招股说明书“第八节、十、(三) 毛利额及毛利率分析”处补充披

露如下：

自购料模式下毛利率变动的影响因素：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入	10,492.60	24,310.87	37,395.48	27,798.95
毛利率	14.62%	16.49%	20.15%	21.30%
环比变动	-1.87%	-3.66%	-1.16%	-
其中：整流模块毛利贡献率影响	-0.86%	-3.24%	0.02%	-
其中：电源监控毛利贡献率影响	0.46%	0.02%	0.14%	-
其中：汽车充电桩电源模块毛利贡献率影响	-1.48%	-0.44%	-1.32%	-

报告期内发行人整体毛利率分别为 21.30%、20.15%、16.49%和 14.62%，环比变动分别为-1.16%、-3.66%和-1.87%，呈现逐年下滑趋势，造成自购料模式毛利率波动的主要因素包括如下：

(1) 汽车充电桩电源模块业务

报告期内发行人汽车充电桩电源模块业务收入分别比重为 12.54%、11.14%、13.56%和 0.12%。如本题第一问回复所述，2020 年度，公司基于电动汽车充电桩市场竞争白热化的判断及保证回款控制经营风险的考虑，不再与英飞源、英可瑞等企业进行合作，公司电动汽车电源类产品收入大幅下降，2020 年度，汽车充电桩电源模块业务毛利贡献率已降至 0.00%，不会导致发行人整体毛利率的进一步下滑。另一方面，自购料模式下汽车充电桩电源模块业务的萎缩，系发行人结合实际经营情况审慎做出的对公司有利的主动选择，虽然短期内对发行人收入规模贡献造成一定不利影响，但长远来看，因该业务暂停而释放的产能，有利于公司集中资源大力发展网络能源产品业务。

(2) 整流模块

报告期内发行人整流模块业务收入比重分别为 82.19%、82.75%、80.02%和 91.19%，为自购料模式下的主要业务类型，主要销售给维谛境内主体和维谛境外主体，仅有少部分销售给其他零星客户。报告期内，整流模块毛利率分别为 20.84%、20.73%、17.39%和 14.32%，报告期前期毛利率相对较为稳定，后期毛

利率出现下滑情况，该业务各年度的毛利贡献率分别为 17.13%、17.16%、13.91% 和 13.06%，毛利贡献率环比变动分别 0.02%、-3.24%和-0.86%，其中 2019 年度毛利贡献率环比下滑较为明显，对发行人整体毛利率的环比变动，起到关键影响作用。

2019 年整流模块业务业绩下滑主要是自 2019 年度开始由于中美贸易摩擦加剧和印度基站建设数量放缓的双重影响，维谛境外客户下达订单减少较多，导致境外业务下滑，整流模块境外的收入份额自 2018 年 59.71%下降至 47.52%，其对自购料业务毛利贡献率由 11.17%降低至 8.18%，为 2019 年度自购料模式毛利率下滑的最直接影响因素。

2020 年 1-6 月因新冠肺炎疫情这一全球性事件影响，境外客户采购规模进一步缩减，导致 2020 年 1-6 月外销业务的毛利贡献率仅为 3.29%，进而使得整体毛利率继续降低。但发行人已采取积极有效的应对措施，通过提前采购关键生产物料，凭借柔性化的生产服务能力，于 2020 年第二季度取得了维谛境内主体较多的 5G 基站站点能源订单，较多的生产量摊薄了固定成本，为发行人毛利率带来积极的财务贡献。如上表列示，虽然境内业务 2020 年 1-6 月的毛利率 13.72% 较 2019 年度的 13.66% 仅有小幅度提升，但考虑到 2020 年第一季度因新冠肺炎疫情疫情影响，生产任务减少导致的固定成本摊薄作用减弱以及额外用工成本提升的影响，实际上发行人财务业绩已在 2020 年第二季度有所改善，境内业务对自购料模式业务的毛利贡献率已达到 9.98%，相比 2017-2019 年度均有较大幅度提升。目前，发行人已与境外客户保持了积极沟通，加大与境外客户的合作，截至 2021 年 1 月 7 日，发行人已取得的境外客户的在手订单金额为 3,985.35 万元。

综上，报告期内发行人自购料模式下毛利率出现下滑，主要受汽车充电桩电源模块及整流模块毛利贡献率大幅下降影响，发行人已采取积极的有效应对措施，并取得大量的在手订单。但是，如果未来外部环境继续恶化且发行人未能采取有效的应对措施，毛利率存在进一步下滑的风险。

发行人在招股说明书“重大事项提示、一、（五）毛利率下降的风险”及“第四节、三、（一）毛利率下降的风险”处披露如下：

报告期内，公司的主营业务毛利率分别为 23.78%、18.32%、19.16%和 19.82%，其中，自购料业务毛利率分别为 21.30%、20.15%、16.49%和 14.62%，呈逐年下降趋势。未来公司可能由于市场竞争加剧或环境变化、主要产品销售价格下降、原辅材料价格上升、用工成本上升等不利因素影响，导致综合毛利率水平下降。受中美政策环境以及新冠疫情突发事件的影响，若中美之间出现极端贸易措施或新冠疫情长期持续无有效应对方案，则发行人的外销收入将会持续下降，发行人的客户将会面临较为严峻的经营环境，将会导致发行人毛利率面临下滑的风险。

（三）补充披露各期发行人收入变动、毛利变动与利润变动的差异情况，以及导致上述差异的主要项目、科目，进一步分析导致相关差异的具体原因

发行人在招股说明书“第八节、十、（十二）各期发行人收入变动、毛利变动与利润变动的差异情况，以及导致上述差异的主要项目、科目，进一步分析导致相关差异的具体原因”处补充披露如下：

1、报告期各期发行人收入变动、毛利变动和利润变动，以及相应影响的主要项目和会计科目如下：

单位：万元

项目	影响会报表科目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
1、主营业务收入	-	24,473.86	51,703.49	50,755.37	40,174.05
其中：客供料模式	-	13,981.26	27,392.62	13,357.85	12,375.10
其中：自购料模式	-	10,492.60	24,310.87	37,397.52	27,798.95
2、主营业务毛利	-	4,849.53	9,907.55	9,297.67	9,553.78
其中：客供料模式	-	3,315.63	5,898.64	1,761.85	3,632.10
其中：自购料模式	-	1,533.90	4,008.91	7,535.83	5,921.68
3、净利润	-	3,486.36	2,695.06	5,870.51	3,827.74
4、非经常性损益	-	1,036.43	-2,661.99	389.83	-1,672.46
其中：股份支付	管理费用	-	-3,689.22	-712.79	-1,821.71
其中：政府补助	其他收益	996.39	984.48	1,060.61	161.62
其中：非流动资产处置损益	资产处置收益、营业外支出	-0.02	-18.07	-20.66	-25.55
其中：银行理财产品收益	投资收益	35.58	31.00	17.96	-
其中：尚未到期理财产品公允价值变动	公允价值变动收益	5.52	-	-	-

其中：其他非经常性损益项目	营业外收入、营业外支出	-1.04	29.82	44.70	13.19
5、扣非（税后影响额）后净利润	-	2,605.78	5,512.23	5,538.81	5,248.65

备注：增值税返还计入报表中“其他收益”科目，但该部分不属于上表列示的非经常性损益。

续：收入变动、毛利变动和利润变动趋势

期间	2020年1-6月（折合全年） 相比2019年度	2019年度相比 2018年度	2018年度相比 2017年度
①主营业务收入	-5.33%	1.87%	26.34%
②主营业务毛利	-2.10%	6.56%	-2.68%
③净利润	158.72%	-54.09%	53.37%
④扣非后净利润	-5.45%	-0.48%	5.53%

(1) 如上表列示，报告期内发行人主营业务收入分别为 40,174.05 万元、50,755.37 万元、51,703.49 万元和 24,473.86 万元，变动幅度分别 26.34%和 1.87%和-5.33%，报告期内发行人主营业务毛利分别为 9,553.78 万元、9,297.67 万元、9,907.55 万元和 4,849.53 万元，变动幅度分别为-2.68%、6.56%和-2.10%。

2018 年度主营业务收入较上期大幅增加 26.34%，主要是因自购料模式下境外客户因基站建设需求向发行人下达了较多订单导致，但 2018 年度主营业务毛利却较 2017 年略微下滑 2.68%，是因为发行人成功再次中标华为的大份额标单，发行人为业务发展而购置了较多机器设备，如下表列示，报告期内分别新增固定资产 838.67 万元、3,033.34 万元、400.18 万元和 42.50 万元，其中 2018 年因大量购置机器设备而增加的折旧费用，因产能未能及时释放，导致分摊的固定成本大幅增加，因而也导致 2018 年度客供料模式主营业务毛利出现大幅下滑，也因此影响了 2018 年度整体主营业务毛利。

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
固定资产原值增加额	42.50	400.18	3,033.34	838.67

2019 年度整体主营业务收入增速放缓，相比 2018 年度仅略微增长 1.87%，虽然发行人 2018 年下半年再次中标华为的大份额标单，该等订单于 2019 年度生产并实现销售，导致客供料模式营业收入大幅增加，但与此同时，由于中美

贸易摩擦加剧和印度基站建设数量放缓的双重影响下，维谛境外客户下达订单减少较多，导致自购料模式营业收入下滑，使得 2019 年全年整体营业收入仅略有增长。但 2019 年度由于上期新增的机器设备产能得到释放，发行人客供料模式的主营业务收入相比 2018 年度有大幅提升趋势，因客供料模式下实际生产量大幅提升导致固定成本摊薄作用明显，毛利率有所提升，而最终使得 2019 年整体主营业务毛利相比上期有所增长。

2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情这一全球性事件影响，第一季度由于发行人的生产任务短暂停滞，导致客供料模式和自购料模式的营业收入均出现下滑情形，但第二季度起因国内 5G 建设的加快推进，客户华为和国内维谛均对发行人下达了较多的采购订单，也因此发行人第二季度营业收入大幅增加。但由于发行人境外客户仍处于疫情相对较为严重的国家或地区，自购料模式由于出口限制导致境外客户营业收入下降较多，最终导致 2020 年 1-6 月与 2019 年度 1-6 月相比，营业收入略有减少。2020 年 1-6 月的主营业务收入和主营业务毛利的变动幅度大致相当。

(2)报告期内发行人净利润分别为 3,827.74 万元、5,870.51 万元、2,695.06 万元和 3,486.36 万元，变动幅度分别为 53.37%、-54.09%和 158.72%，报告期各期净利润波动较为明显，如上表列示，主要是由于股份支付和政府补助等非经常性损益影响所致，其中因授予员工股权激励计划而计入“管理费用”科目的股份支付费用分别为 1,821.71 万元、712.79 万元和 3,689.22 万元，发行人严格按照《企业会计准则》等相关规定对股权激励计划确认股份支付费用；另外报告期内计入“其他收益”科目的政府补助分别为 161.62 万元、1,060.61 万元、984.48 万元和 996.39 万元。上述非经常性损益项目对发行人财务报表净利润影响较大，但剔除该等因素的影响后净利润分别为 5,248.65 万元、5,538.81 万元、5,512.23 万元和 2,605.78 万元，变动幅度分别为 5.53%、-0.48%和-5.45%，变动绝对值和变动幅度均相对较为稳定。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

1、对发行人管理层进行访谈，了解发行人产品定价方法、销售情况，了解

宏观环境变化、行业竞争情况和产品特点对不同业务模式下产品价格、成本及毛利的影响及合理性，了解发行人面对严峻的外部环境变化所做出的战略选择、风险防控措施及可行性。

2、取得发行人报告期内营业收入成本明细表，复核分析发行人报告期内不同业务模式下收入、毛利变动情况、变动原因并评价其变动的合理性，复核分析报告期内境内和境外业务的收入、毛利率变动情况、变动原因并评价其变动的合理性。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人在中美贸易摩擦加剧、印度基站建设数量放缓以及全球疫情爆发的多重影响下，毛利较高的境外产品销售比重下滑，致使报告期内发行人自购料模式下整流模块业务的毛利率逐年下滑，变动原因真实且具有合理性。

2、发行人自购料模式下汽车充电桩电源模块业务的萎缩，系发行人结合实际经营情况审慎做出的对公司有利的主动选择，因该业务暂停而释放的产能，有利于于公司集中资源大力发展网络能源产品业务。

3、发行人已对毛利率持续下滑的风险进行了充分披露。

4、发行人报告期内收入变动、毛利变动与利润变动情况具有合理性。

问题 15. 关于销售人员、管理人员平均工资

申报材料显示，发行人销售人员、管理人员人均月工资均低于同行业平均水平。

请发行人：

(1) 结合主要生产经营地薪资水平、公司人员薪资涨跌情况，补充披露发行人各类人员工资水平的合理性（含生产人员），是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情形；

(2) 结合公司人员流失率，补充披露发行人各类人员工资水平的合理性，是否存在人员流失风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

(一) 结合主要生产经营地薪资水平、公司人员薪资涨跌情况，补充披露发行人各类人员工资水平的合理性（含生产人员），是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情形

发行人在招股说明书“第八节、十、（四）期间费用分析”处补充披露如下：

发行人各类人员工资水平情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
A、销售费用-职工薪酬				
职工薪酬费用（万元）	18.17	51.66	65.38	56.98
月均销售人员数量	5	7	7	7
销售人员人均月工资（元）	6,057	6,378	8,173	6,949
B、管理费用-职工薪酬				
职工薪酬费用（万元）	314.28	635.67	618.16	548.69
月均管理人员数量	68	71	69	58
管理人员人均月工资（元）	7,760	7,487	7,466	7,952
C、研发费用-职工薪酬				
职工薪酬费用（万元）	1,076.44	1,768.72	1,055.09	935.04
月均研发人员数量	222	192	123	107
研发人员人均月工资（元）	8,075	7,683	7,153	7,294
D、生产人员（含劳务派遣）薪酬				
职工薪酬费用（万元）	6,104.09	13,044.75	8,467.76	6,180.62
月均生产人员数量	2,167	2,244	1,540	1,173
生产人员人均月工资	4,694	4,844	4,583	4,390
E、全体人员（含劳务派遣）薪酬				
职工薪酬费用（万元）	7,512.98	15,500.80	10,206.40	7,721.33
月均人员数量	2,462	2,514	1,738	1,344
人均月工资（元）	5,086	5,139	4,893	4,786

如上表所示，报告期内发行人销售人员人均月工资分别为 6,949 元、8,173

元、6,378 元和 6,057 元，2018 年人均薪酬较高，主要是因为发行人在该期间招聘了职位较高的销售人员，相比其他跟单人员薪酬较高，但新招聘销售人员出于个人原因在发行人任职时间较短，导致 2018 年整体销售人员人均薪酬相比其他年度偏高。管理人员人均月工资分别为 7,952 元、7,466 元、7,487 元和 7,760 元，变动幅度相对稳定。研发人员人均月工资分别为 7,294 元、7,153 元、7,683 元和 8,075 元，因公司加强研发团队建设导致研发人员人均薪酬总体呈增长趋势，但波动相对较为平缓。生产人员人均月工资分别为 4,390 元、4,583 元、4,844 元和 4,694 元，整体呈增长趋势，相对比较平缓。

报告期内发行人主要生产经营地虽位于深圳地区，但处于深圳坪山与惠州惠阳区交汇处，故以深圳市和惠州市两地的城镇私营单位就业人员人均月工资作为对比对象，对比情况如下：

单位：元/月

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发行人人均月工资	5,086.31	5,139.01	4,893.28	4,786.05
深圳市城镇私营单位就业人员人均月工资	尚未发布	5,852.75	5,302.92	4,941.42
惠州市城镇私营单位就业人员人均月工资	尚未发布	4,551.75	4,302.92	3,945.42

注：深圳市和惠州市平均工资来源于深圳市和惠州市统计局，市平均工资一般按年发布，无 2020 年上半年数据。

深圳市坪山区人均 GDP 与深圳市整体比较情况如下：

项目	地区	2019 年	2018 年	2017 年
年末常住人口人数（万人）	深圳	1,343.88	1,302.66	1,252.83
	深圳坪山	46.30	44.63	42.80
生产总值（亿元）	深圳	26,927.09	24,221.98	22,438.39
	深圳坪山	760.87	701.66	605.06
人均 GDP（万元/人）	深圳	20.04	18.59	17.91
	深圳坪山	16.43	15.72	14.14

数据来源：根据《深圳市 2017 年国民经济和社会发展统计公报》、《深圳市 2018 年国民经济和社会发展统计公报》和《深圳市 2019 年国民经济和社会发展统计公报》整理

如上表所示，报告期内各期，发行人人均月工资分别为 4,786.05 元、4,893.28 元、5,139.01 元和 5,086.31 元，略低于深圳市城镇私营单位就业人

员人均月工资，略高于惠州市城镇私营单位就业人员人均月工资，主要系发行人主要经营所在地位于深圳市坪山区，位置偏僻，处于深圳坪山与惠州惠阳区交汇处，因此该区人均 GDP 低于深圳全市水平，从侧面推出坪山区人均薪酬低于全市水平。因此，发行人人均月工资略低于深圳市城镇私营单位就业人员人均月工资具有合理性。从变动趋势上看，发行人人均月工资整体呈上涨趋势，与深圳市城镇私营单位就业人员人均月工资变动趋势一致，不存在压低员工薪酬的情形。综上所述，发行人人员工资水平具有合理性，发行人不存在体外主体承担成本及代垫费用的情形。

(二) 结合公司人员流失率，补充披露发行人各类人员工资水平的合理性，是否存在人员流失风险

发行人在招股说明书“第八节、十、(四)期间费用分析”处补充披露如下：

发行人各类人员工资水平的合理性见本题第一问回复。

公司员工流失包括员工合同到期不再续聘、不能胜任工作岗位提前终止合同、员工因个人原因主动离职或因长期不到岗被动离职等情形。2017年度、2018年度、2019年度和2020年度，公司人员流失率分别为18.11%、17.20%、17.87%和21.71%，平均流失率较高，主要系普通生产人员离职率较高所致。由于普通生产人员所承担的工作较为简单，可替代性较强，在员工离职后公司可在短时间内招聘到新员工，推进工作顺利进行，对公司日常经营不会产生较大影响，人员流失风险较低。2020年度，公司离职率较以前年度有所上升，主要系受新冠疫情影响，部分员工节后未返岗所致。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

- 1、取得发行人员工花名册、工资表等资料，分析发行人人均薪酬变动原因；
- 2、将发行人人均薪酬与深圳市城镇单位就业人员人均月工资变动趋势相比较；
- 3、核查发行人及控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及关键岗位人员的大额银行流水情况，检查是否存在体外主体承担成本及代垫费用的情形。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人与深圳市城镇私营单位就业人员人均月工资变动趋势一致，发行人各类人员工资水平具有合理性；

2、发行人不存在体外主体承担成本及代垫费用的情形。

问题 16. 关于存货

请保荐人、申报会计师说明针对原材料、发出商品所采取的核查方法、核查比例、核查充分性和核查结论。

回复：

一、发行人补充说明

保荐人、申报会计师针对原材料、发出商品执行了如下核查程序：

1、核查方法

(1) 访谈发行人管理层，了解发行人采购与付款、生产与仓储、成本核算、存货管理、存货盘点、销售出货相关内部控制制度，评价控制设计，执行内控测试查验相关内部控制制度的执行情况；

(2) 走访生产车间、仓库，观察客供料与自购料的区分管理情况，向仓管员了解材料采购入库、领料、期末盘点情况，询问是否存在材料毁损、灭失的情况及处理方法；

(3) 获取并检查发行人的原材料、发出商品明细表，结合营业收入及成本，分析原材料、发出商品规模的合理性。查阅发行人在手订单明细，分析在手订单规模对期末原材料、发出商品规模的支持情况；

(4) 对报告期内原材料采购进行函证，采购金额回函确认比例分别为 93.64%、97.69%、90.70% 和 92.62%；

(5) 查阅发行人发出商品明细，检查发出商品对应的销售订单、发运凭证、

检查期后结转情况、对发出商品进行函证及替代程序，结合销售情况分析发出商品的规模的合理性；

(6) 查阅同行业年报，分析发行人期末存货规模与同行业相比是否具有合理性；

(7) 对原材料和发出商品监盘前，获取公司盘点计划，复核盘点工作安排的合理性，核查盘点清单及存货存放地点的完整性，核查多个存放地点的仓库是否同时进行盘点；

(8) 编制存货监盘和抽盘计划，执行存货监盘程序，实地观察主要仓库的存货是否摆放整齐、是否有明显标识、是否已停止流动，是否存在呆滞、损毁的存货等情况；

(9) 确认原材料、发出商品可变现净值的确定依据，存货跌价准备的计提方法，以及计提和转回金额的准确性。

由于保荐人于 2020 年 6 月正式进场开展尽职调查，故未参与 2017-2019 年末的原材料和发出商品的监盘工作，即未执行核查程序第（7）项和第（8）项，保荐人采取了以下替代程序：（1）获取发行人 2017-2019 年末的存货收发存明细表，对发行人存货出入库单据进行抽样检查；（2）对发行人的重要供应商进行独立函证，2017-2019 年采购金额回函确认比例分别为 93.64%、97.69%和 90.70%；（3）对发行人 2017-2019 年末的存货盘点计划、盘点表进行复核；（4）获取 2017-2019 年末申报会计师存货监盘计划，对存货监盘表进行分析复核，并对存货监盘过程及监盘结果与会计师进行访谈确认。

2、核查比例

①存货（不包括发出商品）监盘

单位：万元

类别	2020.6.30			2019.12.31		
	余额	监盘金额	监盘比例	余额	监盘金额	监盘比例
原材料	2,114.01	1,464.45	69.27%	1,245.51	1,074.11	86.24%
在产品	696.32	456.31	65.53%	513.71	309.95	60.34%

产成品	848.67	841.47	99.15%	391.84	385.43	98.36%
合计	3,659.00	2,762.23	75.49%	2,151.06	1,769.49	82.26%
类别	2018.12.31			2017.12.31		
	余额	监盘金额	监盘比例	余额	监盘金额	监盘比例
原材料	1,748.64	1,238.39	70.82%	1,661.39	1,022.19	61.53%
在产品	954.48	367.24	38.48%	698.74	354.75	50.77%
产成品	957.51	957.51	100.00%	600.90	595.44	99.09%
合计	3,660.63	2,563.14	70.02%	2,961.03	1,972.38	66.61%

②发出商品函证

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
发出商品①	3,845.16	3,440.78	3,343.24	2,693.14
发函金额②	3,837.14	3,432.76	3,332.69	2,693.14
发函比例③=②/①	99.79%	99.77%	99.68%	100.00%
回函金额④	2,474.03	1,225.19	1,228.79	1,556.31
回函比例⑤=④/②	64.48%	35.69%	36.87%	57.79%
回函确认比例⑥=④/①	64.34%	35.61%	36.75%	57.79%
替代测试金额⑦	1,363.11	2,207.56	2,103.91	1,136.83
核查比例⑧= (④+⑦) /①	99.79%	99.77%	99.68%	100.00%

由于发行人的客户群体较为集中，报告期各期末的发出商品为发行人已发出但尚未经主要客户华为、维谛、英飞源和英可瑞核对确认的产品。保荐人和申报会计师针对报告期各期末该等主要客户均执行了发出商品函证程序，但最终只取得了维谛、英飞源和英可瑞的回函；华为有专门的账务共享中心对接函证事宜，但其只针对往来款和营业收入等有明确金额数据的函证进行回复，由于华为指定配送的仓库数量较多，且地域较为分散，各仓库数据会实时更新，而华为通常不会将每日的仓库库存数据录入系统进行存储，导致其报表日对供应商的发出商品数量难以准确核对，因此华为不对发出商品进行回函。根据中介机构采取多次函证方式、在询证函中加入发行人拟予其结算的金额方式、以及与华为多部门沟通方式，最终均未取得有效回函。

针对华为的发出商品询证函在多次催收仍无法得到有效回复的情况，保荐人

和申报会计师对华为的发出商品执行了替代测试程序。首先了解发行人确认营业收入和往来款的会计政策，是否报告期各期末的发出商品基本均于次月双方实现核对确认；其次获取了发出商品明细表以及收入明细表，核对明细表中的产品型号、数量等是否匹配；最后分析发行人报告期各期末对华为的发出商品金额变动趋势，是否符合发行人对其历史销售惯例以及实际业务情况。

经执行以上函证程序和替代测试程序，最终对发行人报告期各期末的发出商品核查比例为 100.00%、99.68%、99.77%和 99.79%。

3、核查结论

经上述核查程序及结果，申报会计师认为原材料、发出商品不存在重大错报。

二、核查程序

保荐人和申报会计师执行了如下核查程序：

详见本问题针对原材料、发出商品所采取的核查方法的说明。

三、核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

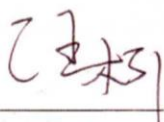
报告期各期，发行人原材料、发出商品真实存在、完整。

(本页无正文,为《关于华智机器股份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》之盖章页)



(本页无正文,为民生证券股份有限公司《关于华智机器股份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:


汪柯


胡涛

民生证券股份有限公司

2021年1月21日



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读华智机器股份公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本保荐机构的内核和风险控制流程，确认本保荐机构按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：


冯鹤年



保荐机构总经理声明

本人已认真阅读华智机器股份公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本保荐机构的内核和风险控制流程，确认本保荐机构按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


冯鹤年



民生证券股份有限公司

2021年1月21日