



公证天业会计师事务所(特殊普通合伙)

Gongzheng Tianye Certified Public Accountants, SGP

中国·江苏·无锡

总机: 86 (510) 68798988

传真: 86 (510) 68567788

电子信箱: mail@gztycpa.cn

Wuxi . Jiangsu . China

Tel: 86 (510) 68798988

Fax: 86 (510) 68567788

E-mail: mail@gztycpa.cn

关于苏州华之杰电讯股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的

审核中心意见落实函的回复

上海证券交易所:

按照贵所于 2021 年 6 月 25 日下发的《关于苏州华之杰电讯股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函》(上证科审(审核)[2021]355 号)(以下简称“意见落实函”)的要求,我们就意见落实函对苏州华之杰电讯股份有限公司(以下简称“公司”、“发行人”或“华之杰”)审核落实问题中涉及申报会计师的问题进行了核查,现回复如下:

如无特别说明,本意见落实函回复使用的简称与《苏州华之杰电讯股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书(上会稿)》(以下简称“招股说明书”)中的释义相同。

如无特别说明,本意见落实函回复中的所有数值保留 2 位小数,若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况,均为四舍五入原因造成。

意见落实函所列问题	宋体(加粗)
意见落实函所列问题的回复	宋体(不加粗)
中介机构核查意见	宋体(不加粗)

问题 3:

请发行人在招股说明书中补充披露寄售业务模式特点，及其销售的收入金额、占比及主要客户情况。

请保荐机构及申报会计师进一步说明寄售产品的具体核查情况，并发表明确意见。

回复:

一、发行人披露

(一) 请发行人在招股说明书中补充披露寄售业务模式特点，及其销售的收入金额、占比及主要客户情况。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/一、发行人主营业务及主要产品情况/（四）主营业务模式/4、销售模式”补充披露如下：

“在发行人与客户的销售过程中，发行人会综合考虑客户需求、资信情况等多种因素，选择寄售模式或者非寄售模式。寄售模式下，公司将商品发送至客户指定的仓库存储，在客户实际领用后，才确认为实际销售并进行结算。寄售模式有助于实现采购方的“零库存”管理目标，在保证生产供应连续的同时，减少库存商品对采购方资金的占用，提高采购方的资产周转效率，但会在一定程度上增加发行人的管理难度。因此，公司并非对所有客户采取寄售模式，通常仅针对资信情况较好、经营规模较大、仓储能力较强、管理水平较高的大型客户，主要包括佳世达、TCL、宝时得集团、海信集团、百得集团、莱克集团等。

报告期内，发行人寄售模式收入分别为 8,456.80 万元、7,423.74 万元和 7,596.53 万元，占当期主营业务收入分别为 14.49%、12.76%和 8.83%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
佳世达	3,272.21	3.80%	3,312.35	5.69%	3,124.33	5.35%

TCL	1,257.57	1.46%	1,118.51	1.92%	1,520.03	2.60%
宝时得集团	810.45	0.94%	768.16	1.32%	1,213.80	2.08%
海信集团	538.90	0.63%	707.24	1.22%	813.52	1.39%
百得集团	727.37	0.85%	576.13	0.99%	690.12	1.18%
莱克集团	392.49	0.46%	504.70	0.87%	772.33	1.32%
小计	6,998.98	8.14%	6,987.10	12.01%	8,134.14	13.93%
寄售合计	7,596.53	8.83%	7,423.74	12.76%	8,456.80	14.49%
非寄售合计	78,405.88	91.17%	50,766.04	87.24%	49,915.21	85.51%
主营业务收入	86,002.41	100.00%	58,189.79	100.00%	58,372.01	100.00%

”

二、申报会计师核查

（一）核查程序

申报会计师就上述事项履行了如下核查程序，具体情况如下：

1、访谈发行人实际控制人及销售负责人，了解公司寄售销售模式的业务流程，包括但不限于寄售销售模式的选择标准、寄售仓库的管控措施、寄售产品的控制权转移时点等情况；

2、查阅寄售模式下客户的采购合同、收入确认相关单据，了解和评估公司寄售模式的收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

3、对寄售模式下销售收入进行抽样测试，核对销售收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售发票、发货清单、领用对账单等，核查相关收入的真实性、完整性；

4、实地走访主要寄售客户，了解公司合作背景、合同主要条款及寄售业务的相关约定，分析其与发行人执行的寄售模式业务流程是否相适应；

5、对报告期各期寄售客户的交易额和应收账款余额实施函证程序，对于未回函客户及回函差异情况全部执行了分析检查等替代性程序，以评价应收账款余额和销售收入的真实性和准确性。报告期内，对寄售客户的函证情况如下：

单位：万元

项目		2020-12-31/ 2020 年度	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度
销售额	函证金额	7,396.56	7,189.44	8,221.93
	占寄售销售总额比例	97.37%	96.84%	97.22%
	回函率	94.69%	91.90%	87.48%
应收账款余额	函证金额	2,854.62	2,325.81	2,885.64
	占寄售类应收账款总额比例	96.64%	97.25%	96.76%
	回函率	94.01%	87.79%	89.37%

6、获取各期末公司寄售仓库的存货清单，对寄售仓存货执行函证程序，并检查至期后销售结转情况如客户签收单或领用对账单、发票等情况，以评价寄售仓存货的存在性和销售结转的准确性。对寄售仓存货金额函证情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
寄售仓库存余额	913.67	607.64	1,042.33
函证金额	816.46	571.98	842.30
函证比率	89.36%	94.13%	80.81%
回函相符金额	365.21	25.90	544.65
回函相符率	44.73%	4.53%	64.66%
期后销售检查金额	687.08	490.37	763.30
检查比率	75.20%	80.70%	73.23%

注：2019 年主要寄售客户苏州佳世达电通有限公司未回函，故回函率较低，中介机构执行了替代程序。

7、对截至 2020 年 9 月 30 日、2020 年 12 月 31 日的寄售仓库的存货实施盘点程序，进一步核查寄售产品的结存状况，具体盘点情况如下：

单位：万元

项目	2020/12/31	2020/9/30
寄售仓库存余额	913.67	887.95
抽盘金额	535.96	398.45
抽盘比例	58.66%	44.87%

8、检查报告期各期末资产负债表日前后的寄售收入交易记录，核对相关销

售订单、发货清单、对账单等相关支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、寄售模式下，公司以客户实际领用寄售产品时作为控制权转移时点，并以此确认销售收入，符合企业会计准则的规定；

2、公司能够有效管控寄售产品，结合公司寄售产品的函证、盘点及期后销售情况，报告期各期末，公司寄售存货余额真实、准确、完整。

问题 4：

请发行人进一步说明并在招股说明书中补充披露：（1）结合工业级、专业级和 DIY 家用级的划分标准，说明发行人五类电动工具零部件产品按工业级、专业级和 DIY 家用级分类的收入构成情况，并说明工业级产品的下游应用情况和技术先进性；（2）外购产成品的主要类别，外购产成品的技术要求与自产产品的差异情况，并在招股说明书财务分析相关章节披露各期外购产成品的收入、成本、毛利率情况，并分析毛利率较高的原因。

请保荐机构和申报会计师对上述事项核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人披露

（一）结合工业级、专业级和 DIY 家用级的划分标准，说明发行人五类电动工具零部件产品按工业级、专业级和 DIY 家用级分类的收入构成情况，并说明工业级产品的下游应用情况和技术先进性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、经营成果分析/（二）营业收入分析/2、主营业务收入按产品构成分类”补充披露如下：

“（2）电动工具业务收入按工业级、专业级、DIY 家用级的划分标准及收入

构成情况

① 发行人电动工具业务按工业级、专业级、DIY 家用级的划分标准

发行人主要根据终端产品的使用场景并综合考虑电动工具的主要制造商，将发行人电动工具产品进一步划分为工业级、专业级和 DIY 家用级三个级别，不同级别产品的使用场景及主要制造商情况如下：

级别	使用场景	主要制造商
工业级	主要用于对工艺精准度要求很高的作业场所	瑞士喜力得 Hilti、美国米沃奇 Milwaukee、德国泛音 Fein 等。
专业级	需要持续长时间重复作业的场所，主要应用于有较强专业要求的先进制造及装备领域	百得集团、TTI、博世集团、牧田、麦太保、锐奇等。
DIY 家用级	主要应用于精准度要求不高和持续作业时间不长的场合，如家用装饰类电动工具	百得集团、TTI、喜利得、麦太保、格力博、泉峰等。

其中，工业级的电动工具主要用于对工艺精准度要求很高的作业场所，其对于供应商、原材料的要求及管控均较为严格，且生产工艺、产品寿命等均需达到工业级要求，技术先进性程度最高。上述不同级别产品的供应链、技术要求特征与差异情况如下：

项目	工业级	专业级	DIY 家用级
供应链要求特征与差异	供应商资质较高，需达到工业级要求； 供应商客户群要求最高，需为国际知名品牌； 供应商品质管控严格，需达到工业级要求； 元器件/零件品牌要求最高，需为工业级进口知名品牌。	供应商的资质要求高； 供应商的客户群要求较高，需为高端客户品牌； 供应商的品质管控较为严格； 元器件/零件品牌要求相对较高，需为知名品牌。	供应商的资质要求一般； 供应商的客户群要求一般，中低端客户品牌即可； 供应商的品质管控适中； 元器件/零件品牌要求一般，不限品牌。
技术要求特征与差异	对原材料要求最高，需为工业级进口原材料； 生产工艺需为工业级； 产品寿命需达到工业级要求； 产品运用工况为工业级要求。	对原材料要求较高，需为进口原材料； 生产工艺较先进或有特殊工艺要求； 产品寿命次数要求较高； 产品运用工况相对恶劣。	对原材料要求一般，普通原材料即可； 生产工艺要求一般，常用工艺即可； 产品寿命次数要求一般； 产品运用工况要求一般。

② 发行人电动工具业务按工业级、专业级、DIY 家用级的收入构成情况

报告期内，公司生产和销售的电动工具零部件下游产品主要为专业级和 DIY 家用级的电动工具，具体构成情况如下：

单位：万元

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工业级	3,856.14	5.02%	4,728.69	9.64%	5,027.21	10.93%
专业级	38,234.54	49.74%	21,705.75	44.26%	17,912.29	38.95%
DIY 家用级	34,778.08	45.24%	22,611.20	46.10%	23,048.41	50.12%
合计	76,868.76	100.00%	49,045.63	100.00%	45,987.91	100.00%

报告期内，公司电动工具领域产品主要包括智能开关、智能控制器、无刷电机、精密结构件和其他等产品，上述产品按照工业级、专业级和 DIY 家用级分类的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能开关	29,929.23	38.94%	16,067.25	32.76%	16,121.21	35.06%
工业级	1,223.36	1.59%	2,097.63	4.28%	2,662.83	5.79%
专业级	6,864.56	8.93%	2,337.59	4.77%	2,165.89	4.71%
DIY 家用级	21,841.31	28.41%	11,632.03	23.72%	11,292.49	24.56%
智能控制器	18,152.15	23.61%	12,759.41	26.02%	12,144.51	26.41%
工业级	1.06	0.00%	-	-	-	-
专业级	11,954.39	15.55%	8,741.99	17.82%	7,308.13	15.89%
DIY 家用级	6,196.70	8.06%	4,017.42	8.19%	4,836.37	10.52%
无刷电机	16,317.67	21.23%	7,693.46	15.69%	4,917.19	10.69%
专业级	15,659.40	20.37%	7,129.21	14.54%	4,568.07	9.93%
DIY 家用级	658.28	0.86%	564.26	1.15%	349.13	0.76%
精密结构件	6,697.17	8.71%	7,611.84	15.52%	7,601.44	16.53%
工业级	2,442.82	3.18%	2,471.77	5.04%	2,234.48	4.86%
专业级	936.28	1.22%	856.46	1.75%	911.77	1.98%
DIY 家用级	3,318.07	4.32%	4,283.60	8.73%	4,455.19	9.69%
其他	5,772.54	7.51%	4,913.66	10.02%	5,203.56	11.32%

工业级	188.90	0.25%	159.28	0.32%	129.90	0.28%
专业级	2,819.92	3.67%	2,640.49	5.38%	2,958.43	6.43%
DIY 家用级	2,763.72	3.60%	2,113.89	4.31%	2,115.22	4.60%
合计	76,868.76	100.00%	49,045.63	100.00%	45,987.91	100.00%

注：发行人的智能控制器主要为专业级和 DIY 家用级的产品，2020 年下半年新推出的 SM010 系工业级智能控制器。

经咨询发行人主要客户，目前电动工具终端市场销售构成中，专业级和 DIY 家用级电动工具的市场份额分别约为 40% 和 50% 左右，合计 90% 左右，且专业级的电动工具占比呈现上升趋势，剩余部分为工业级的电动工具，工业级电动工具市场较小。

鉴于电动工具的市场结构，发行人目前主要聚焦于专业级电动工具和 DIY 家用级电动工具，且专业级产品的收入规模快速增长、收入占比持续提升，DIY 家用级产品的收入规模也呈现快速增长趋势。但是，发行人的技术水平达到了工业级的要求，并实现了一定收入，但鉴于相关应用场景相对较少，收入有所波动。发行人产品主要集中于专业级电动工具和 DIY 家用级电动工具产品系由于终端市场结构导致的，发行人的产品结构与终端产品市场结构较为吻合。

③工业级产品的下游应用情况和技术先进性

公司的工业级产品主要运用于对工艺精准度要求很高的作业场所、粉尘较多等工况恶劣的作业环境、智能化程度要求高的使用场景以及作业精度和可控性要求高等作业场所。发行人工业级产品主要有 FA027 系列、FA029 系列、BH-08D 系列，其在下游具体应用情况和下游产品所应用的领域如下。

产品名称	下游应用情况	下游产品应用领域
FA027 系列	冲击扳手、数显扭矩扳手、重型角磨机、重型往复锯、深度切割机、冲击钻等。	机械工业、建筑装潢、隧道施工、木材加工。
FA029 系列	静音液压起子机、高扭矩冲击扳手、重型冲击扳手等。	机械工业、建筑装潢、隧道施工、木材加工。
BH-08D 系列	电锤、电扳手、冲击钻等。	智能制造、机械工业、建筑装潢、隧道施工、木材加工。

上述各系列产品其技术先进性及所使用的对应核心技术情况如下表所示：

发行人产品	技术先进性	对应核心技术
-------	-------	--------

FA027 系列	1、通过环形凸起或凹槽，形成限位的活动腔室。在闭合状态时，动触片两端都被固定，当受到来自外界的强烈震动时，可以不受影响进行断开或闭合的操作，保证了开关电气性能稳定性和可靠性； 2、采用创新的自锁装置，结构简单、安装方便，使开关具有自锁功能，降低失误操作概率，产品安全性、可靠性大幅提升； 3、通过静锁片、动锁片以及解锁片的相互配合，实现触点的瞬时通断效果，大幅提升开关使用寿命和可靠性。	1、高防震、耐电弧、稳定的接触系统； 2、高可靠性防误操作自锁技术 3、防打火的瞬断接触系统
FA029 系列	1、采用特殊处理的 PCB 及碳膜印刷工艺，实现耐大振动、长寿命以及适应恶劣工况； 2、可靠性高的模块化接触系统，可以耐受大电流； 3、通过定制的复合材料，使工具在刹车、换向单元有突出的工业级表现。	1、高可靠的模块化、自动化设计； 2、高强度、耐强震动的推动系统设计； 3、防尘密封技术； 4、重工况、高寿命的刹车技术。
BH-08D 系列	在端子中增加中通长孔和侧面勾爪，紧密并牢固地和电池座结合在一起；同时增加凸起，便于清晰辨别和防错。	卡爪防错技术

”

（二）外购产成品的主要类别，外购产成品的技术要求与自产产品的差异情况，并在招股说明书财务分析相关章节披露各期外购产成品的收入、成本、毛利率情况，并分析毛利率较高的原因

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、经营成果分析/（四）毛利贡献及毛利率分析/3、外购产成品毛利率分析”补充披露如下：

“发行人成立于 2001 年，成立之初，发行人主要从事消费电子开关及结构件的生产与销售。发行人从创立伊始便紧跟客户需求，并以此捕捉市场发展趋势，依托技术创新、产品迭代，不断扩充产品种类，逐渐将业务重心拓展至电动工具领域，公司传统的消费电子零部件业务量有所下降。报告期内，公司消费电子零部件销售收入分别为 12,384.10 万元、9,144.16 万元和 9,133.65 万元，占当期主营业务收入比重分别为 21.22%、15.71%和 10.62%，呈现逐年下降趋势。

随着发行人消费电子零部件业务收入规模的逐渐减小，部分产品由于销量减少，已不具备规模效应。同时，由于该类产品的产品结构、技术要求、生产工艺等方面均较为简单，整体上该类产品的生产壁垒相对较低，国内供应商众多，竞

争较为激烈。因而发行人可以通过多方询价，寻找最优供应商。基于上述原因，部分外购产成品的自产成本已高于外购成本。同时，为满足客户对于中高端产品和低端产品搭配的一揽子需求，公司会向其他合格零部件供应商采购简易的结构件、开关等产成品作为配套产品满足客户一揽子采购需求，并进行自主检测合格之后向客户进行销售。

基于上述原因，报告期内，发行人存在外购部分技术含量较低，有外购成本优势的开关、精密连接件、碳刷架等产成品，进行复检，重新评估产品品质，以达到客户要求。发行人外购产成品经检验复查无误后，以发行人的品牌打包并装箱，发货销售至客户。

(1) 外购产成品的主要类别

报告期内，外购产成品的主要类别为消费电子零部件的精密结构件产品及开关产品。其中，消费电子零部件的开关产品销售收入在公司外购产成品销售收入中的占比分别为 61.15%、54.40%和 61.02%，消费电子零部件的精密结构件产品的销售收入在公司外购产成品销售收入中的占比分别为 33.77%、41.92%和 37.08%，具体情况如下：

单位：万元

外购产成品类别		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
电动工具	精密结构件	19.86	0.47%	8.57	0.23%	13.85	0.31%
	其他	60.41	1.43%	47.13	1.25%	61.86	1.37%
	小计	80.26	1.90%	55.70	1.47%	75.71	1.67%
消费电子	精密结构件	1,567.89	37.08%	1,585.53	41.92%	1,530.20	33.77%
	开关类	2,580.36	61.02%	2,057.86	54.40%	2,770.85	61.15%
	其他	0.40	0.01%	83.48	2.21%	154.14	3.40%
	小计	4,148.64	98.10%	3,726.87	98.53%	4,455.19	98.33%
合计		4,228.90	100.00%	3,782.57	100.00%	4,530.90	100.00%

(2) 外购产成品的技术要求与自产产品的差异情况

相比较自产产品，发行人外购的产成品在产品结构、技术要求、生产工艺等方面均较为简单，整体上该类产品的生产壁垒相对较低，国内供应商众多，竞争

较为激烈。发行人具备生产该类外购产成品的能力，但鉴于部分外购产成品的自产成本已高于外购成本。同时，为满足客户对于中高端产品和低端产品搭配的一揽子需求，公司会向其他合格零部件供应商采购简易的结构件、开关等产成品作为配套产品满足客户一揽子采购需求，并进行自主检测合格之后向客户进行销售。

整体而言，发行人外购产成品在结构设计、技术要求、生产工艺等方面均低于自产产品，因而外购产成品的单价亦低于自产产品，且公司不存在同一料号的产品既外购、又自产的情形。

(3) 各期外购产成品的收入、成本、毛利率情况

报告期内，公司外购产成品各期收入、成本、毛利率及公司同类自产产品毛利率对比情况如下：

单位：万元

期间	产品类别		外购产成品			自产产品 毛利率	差异
			收入	成本	毛利率		
2020 年度	电动 工具	精密结构件	19.86	8.04	59.50%	32.63%	26.87 个百分点
		其他	60.41	29.18	51.69%	23.08%	28.61 个百分点
		小计	80.26	37.22	53.62%	-	-
	消费 电子	精密结构件	1,567.89	1,219.16	22.24%	24.91%	-2.67 个百分点
		开关类	2,580.36	1,628.69	36.88%	25.01%	11.87 个百分点
		其他	0.40	0.36	9.32%	26.57%	-17.26 个百分点
		小计	4,148.64	2,848.21	31.35%	-	-
合计		4,228.90	2,885.43	31.77%	-	-	
2019 年度	电动 工具	精密结构件	8.57	3.41	60.20%	36.74%	23.46 个百分点
		其他	47.13	24.1	48.86%	25.73%	23.13 个百分点
		小计	55.70	27.51	50.61%	-	-
	消费 电子	精密结构件	1,585.53	1,176.86	25.77%	28.22%	-2.44 个百分点
		开关类	2,057.86	1,255.54	38.99%	27.68%	11.31 个百分点
		其他	83.48	73.28	12.23%	41.07%	-28.84 个百分点
		小计	3,726.87	2,505.67	32.77%	-	-
合计		3,782.57	2,533.18	33.03%	-	-	

2018 年度	电动 工具	精密结构件	13.85	4.41	68.15%	42.35%	25.80 个百分点
		其他	61.86	30.69	50.38%	29.81%	20.58 个百分点
		小计	75.71	35.1	53.63%	-	-
	消费 电子	精密结构件	1,530.20	1,103.27	27.90%	28.81%	-0.91 个百分点
		开关类	2,770.85	1,726.16	37.70%	30.43%	7.27 个百分点
		其他	154.14	135.94	11.81%	40.04%	-28.23 个百分点
		小计	4,455.19	2,965.37	33.44%	-	-
	合计		4,530.90	3,000.47	33.78%	-	-

(4) 外购产成品与自产产品毛利率差异分析

报告期内，发行人外购产品与自产产品在结构设计、技术要求、生产工艺等方面存在较大差异，且公司不存在同一料号的产品既外购、又自产的情形，从而产品单价、毛利率等有所不同，具体原因如下：

① 电动工具零部件产品

报告期内，外购的电动工具零部件产品主要系精密结构件及其他类产品。

A、电动工具-精密结构件

报告期内，外购的电动工具零部件中的精密结构件产品的毛利率分别为 68.15%、60.20%和 59.50%，自产的消费电子零部件的开关产品的毛利率分别为 42.35%、36.74%和 32.63%，具体情况如下：

单位：元/件

期间	类别	单位售价	单位成本	毛利率
2020 年度	外购	0.25	0.10	59.50%
	自产	1.39	0.94	32.63%
2019 年度	外购	0.25	0.10	60.20%
	自产	1.41	0.89	36.74%
2018 年度	外购	0.25	0.08	68.15%
	自产	1.37	0.79	42.35%

报告期内，外购的电动工具零部件中的精密结构件产品的毛利率均高于自产产品，主要是因为外购的电动工具-精密结构件销售收入较少，报告期内分别为

13.85 万元、8.57 万元和 19.86 万元，且该产品销售单价较低，仅为 0.25 元/件，较低于自产产品销售单价，因而下游客户对于该产品的单价敏感程度较低，因此产品毛利相对较高。

B、电动工具-其他

报告期内，外购的电动工具零部件中的其他产品的毛利率分别为 50.38%、48.86%和 51.69%，自产的消费电子零部件的其他产品的毛利率分别为 29.81%、25.73%和 23.08%，具体情况如下：

单位：元/件

期间	类别	单位售价	单位成本	毛利率
2020 年度	外购	0.50	0.24	51.69%
	自产	2.75	2.11	23.08%
2019 年度	外购	0.54	0.27	48.86%
	自产	2.82	2.10	25.73%
2018 年度	外购	0.58	0.29	50.38%
	自产	2.64	1.85	29.81%

报告期内，外购的电动工具零部件中的其他产品的毛利率均高于自产产品，主要是因为外购的该产品销售收入较少，报告期内分别为 61.86 万元、47.13 万元和 60.41 万元，且该产品销售单价较低，仅为 0.50-0.58 元/件，低于自产产品销售单价，因而下游客户对于该产品的单价敏感程度较低，因此产品毛利相对较高。

②消费电子零部件产品

报告期内，发行人外购的消费电子零部件产品主要包括精密结构件、开关类和其他产品。其中，外购的消费电子零部件的精密结构件产品的毛利率分别为 27.90%、25.77%和 22.24%，自产的消费电子零部件的精密结构件产品的毛利率分别为 28.81%、28.22%和 24.91%，两者较为接近。外购的消费电子零部件的其他产品毛利率低于自产产品，主要是由于公司选择了部分毛利较高的产品进行自产。

报告期内，外购的消费电子零部件的开关产品的毛利率分别为 37.70%、

38.99%和 36.88%，自产的消费电子零部件的开关产品的毛利率分别为 30.43%、27.68%和 25.01%，该类外购产品的毛利率高于自产产品，具体情况如下：

单位：元/件

期间	类别	单位售价	单位成本	毛利率
2020 年度	外购	0.19	0.12	36.88%
	自产	1.33	1.00	25.01%
2019 年度	外购	0.16	0.10	38.99%
	自产	1.39	1.00	27.68%
2018 年度	外购	0.17	0.10	37.70%
	自产	1.30	0.90	30.43%

报告期内，外购的消费电子零部件的开关产品的毛利率均高于自产产品，主要原因系公司为满足客户一揽子采购需求，对低端产品亦有需求。报告期内，公司外购的消费电子零部件的开关产品单位售价为 0.16-0.19 元/个，公司自产的消费电子零部件的开关产品单位售价为 1.30-1.39 元/个。出于经济、效率角度出发，公司对部分技术含量较低、附加值较低，且具有外购成本优势的产品向合格供应商采购。此外，由于外购的消费电子零部件的开关的单价均较低，客户对于该部分产品的敏感程度较低，其议价力度也相应较弱，因而其外购产成品的毛利率高于同类自产产品。”

二、保荐机构和申报会计师核查

（一）核查程序

申报会计师就上述事项履行了如下核查程序，具体情况如下：

- 1、访谈了公司主要管理层、研发负责人，了解公司电动工具产品中工业级、专业级、DIY 家用级的划分标准、依据及其合理性和可操作性；
- 2、查阅同行业研究报告关于工业级、专业级、DIY 家用级电动工具的分类情况，了解工业级产品的下游应用情况和技术先进性；
- 3、核查了公司外购产成品的构成明细，核查了公司外购产成品的收入、成本、毛利构成情况；

4、访谈了公司主要管理层、研发负责人，了解公司外购产成品与自产产品在技术要求方面的差异情况，分析外购产成品毛利率较高的原因。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人电动工具产品按工业级、专业级、DIY 家用级的划分标准合理，发行人五类电动工具零部件产品按工业级、专业级和 DIY 家用级分类的收入构成情况划分合理；

2、公司就外购产成品的类别、收入、成本及毛利率的构成情况披露准确，外购产成品毛利率较高具有合理性。

(本页无正文，为公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）《关于苏州华之杰电讯股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页)



中国注册会计师
(项目合伙人)



中国注册会计师



2021年6月29日