

关于珠海雷特科技股份有限公司  
向不特定合格投资者公开发行股票  
并在北京证券交易所上市申请文件审查第二轮问询函中  
有关财务会计问题的专项说明

致同专字（2022）第 442A015438 号

北京证券交易所：

根据贵所于 2022 年 8 月 5 日下发《关于珠海雷特科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，我们就问询函中需会计师核查的事项逐项进行了认真核查，现对相关问题回复如下，请贵所审核。

本回复中“公司”、“发行人”指的是珠海雷特科技股份有限公司。除特别说明外，若出现各分项数值之和与合计数尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

**问题 1：2021 年收入大幅增长的合理性及真实性**

根据首轮问询回复，（1）发行人 2021 年营业收入为 15,153.36 万元，较去年同期增长 59.49%；归母扣非后净利润为 3,963.78 万元，较去年同期增长 128.57%。2021 年营业收入大幅增长原因主要是市场需求快速增长、公司加大市场开拓力度、持续进行新产品开发等，发行人未对收入增长具体原因进行量化分析。

（2）发行人境内第一大经销商客户为中山市优悠照明电器有限公司（以下简称优悠照明），成立时间为 2019 年，成立当年即与发行人合作，发行人 2021 年向其销售金额较去年同期增长 121.42%。（3）发行人境外第一大经销商客户为 OneEightyOne.BV，发行人 2021 年向其销售金额较去年同期增长 51.92%，基于信息保密性考虑，境外第一大经销商未向发行人提供公司产品占其当期销售收入的

比例、期末库存和终端销售情况。(4) 发行人 2021 年第四季度收入占比较高且高于同行业平均水平, 2021 年 12 月份(单月) 销售收入较去年同期增长 72.71%。(5) 保荐机构及申报会计师未说明对经销商、境外客户的函证、实地或视频走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例。

(1) 量化分析 2021 年收入大幅增长的原因。请发行人进一步结合公司产品市场需求、市场开拓情况、新产品开发及对应销售情况、新客户开拓及对应新增收入情况、原有客户销售情况等量化分析 2021 年收入大幅增长的原因。

(2) 主要经销商销售收入大幅增长的真实性。请发行人: ①说明优悠照明刚成立即与发行人合作的具体背景、原因、商业合理性。②说明发行人与优悠照明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式, 包括但不限于收入确认政策、终端销售管理、定价考核机制(包括销售、运输费用承担、折扣和返利等)、物流管理模式、信用及收款管理、库存管理机制、对账制度等, 发行人能否决定优悠照明、OneEightyOne.BV 的终端销售价格, 优悠照明、OneEightyOne.BV 与发行人其他经销商在具体合作模式方面是否存在差异。③结合发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的主要产品与其他经销商的对比情况、折扣返利等的具体情况, 进一步说明发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的定价公允性, 发行人是否向优悠照明、OneEightyOne.BV 提供了超出一般经销商的返利折扣。④量化分析发行人 2021 年向优悠照明、OneEightyOne.BV 等主要经销商销售金额大幅增长的合理性, 是否实现了终端销售, 销售收入是否真实。

(3) 经销商期末库存及终端销售实现情况。请发行人: ①补充说明报告期各期末主要经销商的期末库存及占当期采购额的比例, 说明是否存在经销商大额囤货的情形。②补充说明各期末主要经销商的终端客户构成(生产商、装修工程师、经销商及销售金额占比)及终端销售情况。③说明经销商终端客户是否与发行人直销存在重合, 如存在, 说明重合的具体原因、销售对象、销售金额及占比。

(4) 2021 年 12 月份收入增长较快的合理性。请发行人：①按月份分别列示报告期各期第四季度的销售金额及占比，进一步说明报告期各期 12 月份收入确认的时间分布、主要的客户及所处行业情况，收入集中在 12 月份确认的原因及合理性，是否符合客户所处行业的特点。②说明发行人直销、经销模式下对应的 12 月份收入金额及占比情况，是否存在显著差异，分析差异原因。③结合向主要客户销售的变动情况，详细分析 2021 年 12 月份收入增长较快的合理性。

(5) 业绩增长的可持续性。请发行人结合 2022 年 1-6 月经审阅后的业绩情况，说明发行人期后收入、净利润、成本、费用等的变动原因及合理性，进一步分析发行人的业绩增长是否可持续。

请保荐机构及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确核查意见。（2）补充说明报告期各期对经销商、境外客户的函证、实地走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例；进一步说明对新增客户销售收入真实性的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论，以及报告期各期第四季度营业收入的核查情况，包括核查方式、核查金额、核查比例、取得的核查证据、核查结论等，并对收入确认是否有合理的确认证据、确认时点是否准确、是否存在提前确认收入的情况、收入确认是否与会计政策一致等发表明确意见。（3）进一步说明终端客户和终端销售情况，穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论。

#### 【发行人回复】

一、量化分析 2021 年收入大幅增长的原因。请发行人进一步结合公司产品市场需求、市场开拓情况、新产品开发及对应销售情况、新客户开拓及对应新增收入情况、原有客户销售情况等量化分析 2021 年收入大幅增长的原因

2021 年，发行人营业收入较上年增加 5,652.48 万元，增长比例为 59.49%，主要原因是：

### 1、境内市场需求快速增长。

2021 年发行人营业收入增长主要来源于境内销售的增长。其中，境内销售增长额为 4,308.74 万元，增长率 82.91%，对 2021 年度营业收入增长的贡献率为 76.23%。

2021 年发行人境内销售收入大幅度增长主要受国内市场需求快速增长的影响。目前中国家庭智能照明设备渗透率低，发展空间广阔，随着全屋智能的发展和用户对照明智能化需求，近年来国内照明智能化的渗透率持续提高，带动国内智能照明市场持续增长。2021 年度在市场需求持续增长的因素下，叠加疫情减弱后市场的恢复性增长，国内市场呈快速增长。根据 IDC（国际数据公司）数据，2021 年中国智能照明市场出货量 1,906 万台，较上年同比增长 107.80%。

发行人境内销售以智能电源为主，受益于国内市场需求的增长，发行人智能电源的收入及占比一直保持增长趋势。2015 年至 2022 年 1-6 月，发行人智能电源产品销售收入及增长率如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
销售收入	5,692.09	10,533.27	5,808.47	4,496.58	2,398.99	1,703.71	706.33	271.79
增长率	54.90%	81.34%	29.18%	87.44%	40.81%	141.21%	159.88%	

注：2022 年 1-6 月增长率为 2022 年 1-6 月销售收入较上年同期的增长。

2021 年度主要从事 LED 驱动电源业务的上市公司英飞特和崧盛股份境内销售收入的增长率分别为 39.05%和 61.85%，均大幅度增长。

### 2、境外市场需求恢复性增长

2020 年度国外市场需求受疫情影响较大，2021 年随着疫情影响减弱，市场需求开始恢复。受此影响，发行人 2020 年度境外销售收入下降 748.67 万元（剔除处置江门雷特的影响后），2021 年随着市场需求恢复，境外销售收入增长 1,378.29 万元，销售规模实现恢复性增长。

### 3、新产品开发

报告期内，发行人持续进行新产品的开发，产品型号逐渐丰富，扩大了产品的应用范围。报告期内，发行人新开发产品数量及实现的收入情况如下：

单位：个、万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
新增产品型号	52	29	30
新增产品销售收入	5,325.77	2,250.69	249.06

注：2021 年新增产品销售收入包括 2019 年和 2020 年新增产品在 2021 年产品的销售收入，2020 年新增产品收入包括 2019 年新增产品在 2020 年产生的销售收入。

随着无主灯理念设计的流行，主灯配置减少，增加对灯带和筒灯的使用，让光线层次变得更为丰富，改变了传统照明系统设计的原有思维。2020 年和 2021 年，发行人陆续推出的 LM-150 恒压产品系列，适用于无主灯设计的灯带产品，该产品系列推出后，销量大幅增加，尤其在北京、上海和深圳等一线城市，并带动了发行人 10-12W 应用于筒灯产品的恒流智能电源的增长。2021 年，发行人 LM-150 产品和 10-12W 产品较上年合计增长 2,672.57 万元，增长比例为 93.79%。

### 4、加大市场开拓力度

(1) 2021 年，发行人新增国内武汉和杭州办事处，构建了完善的营销网络，上述办事处 2021 年产生销售收入 1,291.79 万元；同时扩大了销售队伍，销售人员数量较上年增加 8 人，增长率为 20.51%。

(2) 通过积极参与行业展会和举办智能照明论坛，扩大产品知名度，并通过现场拜访或网络开拓等方式积极拓展新客户，促进了发行人智能电源和 LED 控制器产品的快速增长。2021 年，发行人新增 5 万元以上客户数量 96 家，销售收入 2,772.06 万元，其中，境内客户 57 家，销售收入 2,173.07 万元，占比 78.39%。2021 年，公司新增主要客户情况如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	客户类型	开拓方式	销售产品	营业收入	占新增客户收入比例
1	重庆宝勒斯商贸有限公司	工程商	朋友介绍	智能电源、LED 控制器	320.11	11.55
2	广东图灿光电科技有限公司	灯具商	实地拜访	智能电源、LED 控制器	120.62	4.35
3	中山市卓辉明电子科技有限公司	灯具商	客户介绍	智能电源	91.34	3.30
4	LSI ELECTRICAL FITTINGS TRADING LLC	工程商	客户介绍	智能电源、LED 控制器	74.06	2.67
5	埃比乐（福建）照明有限公司	灯具商	客户介绍	智能电源	73.17	2.64
合计					<b>679.30</b>	<b>24.51</b>

#### 5、客户稳定性增强，平均销售收入增长

2020 年和 2021 年，公司老客户数量及贡献收入情况如下表所示：

单位：个、万元

项目		2021 年度	2020 年度
老客户	老客户数量	342	288
	老客户销售金额	11,471.19	7,232.33
	老客户销售金额占比	76.06%	76.92%

注：老客户系报告期内任一年度销售额大于5 万元且继续合作的客户，新客户指报告期内任一年度销售额大于5 万元且以前年度没有合作过、本期开始合作的客户。

2021 年，发行人老客户贡献收入占营业收入的比例为 76.06%，老客户数量较上年增加 54 家，销售收入较上年增加 4,238.86 万元，为发行人收入增长的主要来源。发行人依托公司技术平台，为客户提供优质的产品和整体的技术解决方案，发行人与客户之间形成了较强的粘性。

2021 年，发行人销售收入增长超过 30%的前五名客户如下：

单位：万元

客户名称	2021 收入	2020 收入	增长比例	增长原因
中山市优悠照明电器有限公司	805.34	363.72	121.42%	该客户作为中山古镇的独家经销商，下游主要面向灯具商客户：（1）受疫情减弱影响，下游灯具商需求恢复性增加；（2）IC 芯片供求紧张，为

客户名称	2021 收入	2020 收入	增长比例	增长原因
				避免断货，下游灯具商备货量增加。另外，该客户 2021 年大幅增加销售人员数量，发行人针对其销售收入增长较快
深圳绿米联创科技有限公司	764.46	527.63	44.88%	随着其下游智能家居产品销售的增加，发行人作为其智能电源的供应商，针对其销售收入增长较快
LCTECHLLP	428.59	171.53	149.86%	该客户作为印度、孟加拉国和斯里兰卡三国的独家经销商，下游灯具商、工程商和零售客户各占 1/3，2021 年受疫情减弱影响，下游市场需求增加，该客户收入增长较快
深圳市勳星电子有限公司/惠州市勳星科技有限公司	414.17	258.91	59.97%	该客户以 LED 控制器产品和 150W 大功率智能电源为主，下游以灯具厂商为主，受下游市场需求及灯具商备货量增加影响，针对其销售收入增长较快
北京燊明智光科技有限公司	287.17	150.12	91.29%	受益于无主灯设计的趋势，针对灯带的 LM-150W 和筒灯的 10-12W 系列产品快速增长
合计	2,699.73	1,471.91	83.42%	

2020 年和 2021 年当年新增客户中有 18%-30%在后续年度继续与发行人保持交易，并且该等客户在后续年度的整体销售金额及客均收入贡献均显著超过新合作当年水平。发行人每年收入主要来自老客户贡献，但同时也会产生一批数量庞大的新客户，其中部分新增客户能有效留存及转化。新老客户的滚动开发、维护和转化，是发行人不断实现销售规模扩大的主要因素之一。

另外，2020 年度发行人受新冠疫情和处置子公司江门雷特双重影响，发行人销售收入整体处于较低水平，相应抬高了 2021 年的收入增长率水平。

综上，发行人 2021 年营业收入增长主要是在智能照明市场增长的背景下，开发符合市场需求的重点产品并带动原有产品的销售，确保老客户平均收入规模不断增长，加大下游市场开拓力度，持续开发新客户，并促使新增客户能有效留存及转化。

二、主要经销商销售收入大幅增长的真实性。请发行人：①说明优悠照明刚成立立即与发行人合作的具体背景、原因、商业合理性。②说明发行人与优悠照

明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式，包括但不限于收入确认政策、终端销售管理、定价考核机制（包括销售、运输费用承担、折扣和返利等）、物流管理模式、信用及收款管理、库存管理机制、对账制度等，发行人能否决定优悠照明、OneEightyOne.BV 的终端销售价格，优悠照明、OneEightyOne.BV 与发行人其他经销商在具体合作模式方面是否存在差异。③结合发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的主要产品与其他经销商的对比情况、折扣返利等的具体情况，进一步说明发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的定价公允性，发行人是否向优悠照明、OneEightyOne.BV 提供了超出一般经销商的返利折扣。④量化分析发行人 2021 年向优悠照明、OneEightyOne.BV 等主要经销商销售金额大幅增长的合理性，是否实现了终端销售，销售收入是否真实

#### （一）说明优悠照明刚成立即与发行人合作的具体背景、原因、商业合理性

中山优悠照明实际控制人黄绍辉自 2011 年开始从事灯具销售相关工作，2016 年 4 月注册成立中山优一悠光电有限公司，并于 2017 年在中山古镇设立销售门店，该公司主要从事灯珠、传统驱动电源的销售工作，在照明领域积累了较为丰富的客户资源。

中山古镇有中国“灯饰之都”之称，下游灯具生产厂商较多，市场需求大，为发行人重点开发的销售区域，而黄绍辉在中山古镇从事经营活动，有较丰富的客户资源，符合发行人的需求。2018 年 12 月，经客户介绍，发行人与黄绍辉初步达成业务合作意向。由于中山优一悠光电有限公司为小规模纳税人，无法抵扣增值税进项税，2019 年 4 月，黄绍辉注册成立了一般纳税人公司优悠照明，并通过优悠照明，与发行人建立业务关系并签订经销协议。中山市优一悠光电有限公司和优悠照明的公司情况如下：

#### 1、中山市优一悠光电有限公司

项目	中山市优一悠光电有限公司
成立日期	2016-04-08（注销日期：2019-01-07）

注册资本	30 万元人民币
法定代表人	李纯有
注册地	中山市东升镇同乐村龙生经济合作社“龙生围”龙生工业区(罗锦昌、罗满昌厂房)第三幢第一层
股权构成	李纯有持股 90.00%，黄绍辉持股 10.00%（实际控制人：黄绍辉）
经营范围	销售:照明灯具及附件、日用制品、五金制品、电子元件。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
主营业务	LED 灯具

## 2、中山市优悠照明电器有限公司

项目	中山市优悠照明电器有限公司
成立日期	2019-04-24
注册资本	100 万元人民币
法定代表人	李纯有
注册地	中山市古镇镇古一中兴大道与曹兴西路交界处的瑞丰灯配城 12 幢 23 号首层
股权构成	李纯有持股 80.00%（实际控制人：黄绍辉），广州晶彩光电科技有限公司持股 20.00%
经营范围	研发、生产、加工、销售：电子、电器及其配件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	LED 灯具、LED 电源和控制器销售

黄绍辉选择与公司合作主要考虑到国内智能照明电源厂商主要为发行人、上海欧切斯以及中山本地厂商，其中，上海欧切斯在中山地区已经有经销商代理其业务，而发行人产品在智能照明领域具有一定的知名度，且在中山地区设立有办事处，服务及时，发货速度快，黄绍辉选择与发行人进行合作，代理公司智能电源和 LED 控制器。优悠照明同时代理锐高和飞利浦的传统驱动电源。

综上，中山优悠照明成立即与发行人合作具有商业合理性。

(二) 说明发行人与优悠照明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式，包括但不限于收入确认政策、终端销售管理、定价考核机制（包括销售、运输费用承担、折扣和返利等）、物流管理模式、信用及收款管理、库存管理机制、对账制度等，发行人能否决定优悠照明、OneEightyOne.BV 的终端销售价格，优悠照明、OneEightyOne.BV 与发行人其他经销商在具体合作模式方面是否存在差异。

1、说明发行人与优悠照明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式，包括但不限于收入确认政策、终端销售管理、定价考核机制（包括销售、运输费用承担、折扣和返利等）、物流管理模式、信用及收款管理、库存管理机制、对账制度等

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人在合作的经销商客户共 13 家，发行人与优悠照明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式及其他经销商对比如下：

项目	收入确认政策	经销商考核机制	产品定价方式	返利政策	代理区域	物流管理模式	信用及收款管理	代理产品及品牌	对账制度
中山优悠照明	根据合同约定将货物通过快递发给客户，客户签收确认后发行人确认收入	**	**	**	中山古镇独家经销商	单笔 1 万元以上发行人承担，单笔 1 万元以内客户承担，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	月结，额度 20 万元	飞利浦电源、锐高电源、科锐灯珠、天星灯珠、发行人智能电源和 LED 控制器	月度
OneEightyOne.BV	完成海关报关出口并取得报关单时确认收入	**	**	**	荷兰、比利时和卢森堡三国独家经销商	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	月结，额度 6.5 万美元	Digidot、MADRIX 灯光控制系统、Meanwell（明纬）电源、发行人智能电源和 LED 控制器	有欠款时每月一次

项目	收入确认政策	经销商考核机制	产品定价方式	返利政策	代理区域	物流管理模式	信用及收款管理	代理产品及品牌	对账制度
上海银坦照明电器有限公司&雷笙科技(上海)有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户, 客户签收确认后发行人确认收入	**	**	**	上海	经销商承担运费, 由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	周结、额度 10 万元	灯具产品、发行人 LED 控制器和 LED 调光电源	有欠款时每周一次
深圳市勳星电子有限公司&惠州市勳星科技有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户, 客户签收确认后发行人确认收入	**	**	**	深圳	单笔 1 万元以上发行人承担, 单笔 1 万元以内客户承担, 由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	周结、额度 10 万元	灯具产品、发行人 LED 控制器和 LED 调光电源	有欠款时每周一次
上海乐兹科技发展有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户, 客户签收确认后发行人确认收入	**	**	**	上海	经销商承担运费, 由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	周结、额度 10 万元	Meanwell (明纬) 电源、ORZE 电机、三菱工控产品、台芝断路器、东洋变频器、发行人 LED 控制器和 LED 调光电源	有欠款时每周一次

项目	收入确认政策	经销商考核机制	产品定价方式	返利政策	代理区域	物流管理模式	信用及收款管理	代理产品及品牌	对账制度
南昌科普照明设备有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户，客户签收确认完成后发行人确认收入	**	**	**	江西	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	灯具产品、发行人 LED 控制器和 LED 调光电源	季度对账
北京藥明智光科技有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户，客户签收确认完成后发行人确认收入	**	**	**	北京	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	周结、额度 5 万元	发行人 LED 控制器和 LED 调光电源	欠款额度即将超限就对账
江苏灰域智能科技有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户，客户签收确认完成后发行人确认收入	**	**	**	常州	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	周结、额度 5 万元	发行人 L-Home 智能家居产品	有欠款时每周一次
山东安德霖照明科技有限公司	根据合同约定将货物通过快递发给客户，客户签收确认完成后发行人确认收入	**	**	**	山东	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	发行人 LED 调光电源	双方未进行对账

项目	收入确认政策	经销商考核机制	产品定价方式	返利政策	代理区域	物流管理模式	信用及收款管理	代理产品及品牌	对账制度
ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD	完成海关报关出口并取得报关单时确认收入	**	**	**	泰国独家经销商	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	灯具、发行人LED控制器和智能电源	双方未进行对账
L C TECH LLP	完成海关报关出口并取得报关单时确认收入	**	**	**	印度、孟加拉国、斯里兰卡独家经销商	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	灯具、发行人LED控制器和智能电源	双方未进行对账
Applelec Sign Components (UK) Limited	完成海关报关出口并取得报关单时确认收入	**	**	**	英国经销商	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	发行人LED控制器和智能电源	双方未进行对账
Bright green connect	完成海关报关出口并取得报关单时确认收入	**	**	**	英国经销商	经销商承担运费，由发行人通过第三方物流直接发货给经销商	先款后货	发行人智能电源，柏科电源、德国 Self 电源，	双方未进行对账

注：执行第二档价格为采购价格最高不超过第二档价格。

报告期内，发行人销售价格体系仅区分境内客户价格和境外客户价格，不区分经销商和直销客户。发行人根据单笔订货数量设置了不同的价格档位，各档位之间存在一定的价格差异，其中，第一档价格最高，第二至第四档价格依次降低。报告期内，发行人销售价格体系如下：

订货要求	价格	较上一档价格变动比例
0-99 个	第一档	-
100-299 个	第二档	4%-7%
300-999 个	第三档	3%-5%
1000-5000 个	第四档	2%-6%

## 2、发行人能否决定优悠照明、OneEightyOne.BV 的终端销售价格，优悠照明、OneEightyOne.BV 与发行人其他经销商在具体合作模式方面是否存在差异

由于发行人经销商客户均为买断式销售，发行人未针对优悠照明和 OneEightyOne.BV 的终端销售价格进行限制，因此，发行人不能决定优悠照明、OneEightyOne.BV 的终端销售价格。

### （1）优悠照明

报告期内，优悠照明与其他境内经销商客户的收入确认政策、终端销售管理、折扣和返利、库存管理机制、对账制度等保持一致，而年度考核任务量、信用账期及运费承担主体存在差异，主要原因：

①年度考核任务量差异，发行人各经销商考核任务量系签订经销协议时，根据上年的销售量并保持一定的增长比例协商确定，各经销商之间均有所不同；

②信用账期差异，发行人根据以前年度合作时间，并综合考虑经销商销售收入和还款能力确定，优悠照明作为发行人最主要经销商之一，授予其 20 万元信用额度和月结的信用政策，而其他经销商客户主要为周结或先款后货；

③运费承担主体差异，发行人针对省内客户单笔采购额 1 万元以上，运费均由发行人承担，单笔采购额 1 万元以内或者省外客户运费均由客户承担。报告期内，发行人针对优悠照明和省内的经销商深圳勐星/惠州勐星运费政策保持一致。

## （2）OneEightyOne.BV

报告期内，OneEightyOne.BV 与其他境外经销商客户的收入确认政策、终端销售管理、运费承担主体、库存管理机制、对账制度等保持一致，而年度考核任务量、信用账期和折扣及返利政策存在差异，主要原因是：OneEightyOne.BV 与发行人自 2005 年开始合作，多年来稳居发行人前两大客户，2018-2023 年，其考核任务量均为 70 万美元，远高于其他境外经销商客户，发行人授权其 6.50 万美元的信用额度和月结的信用政策；而对其产品销售直接采用第四档价格，其中：LED 控制器在第四档价格基础上并享 95 折优惠，低于其他境外经销商价格。由于其价格较低，OneEightyOne.BV 不享受经销商的返利政策。

（三）结合发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的主要产品与其他经销商的对比情况、折扣返利等的具体情况，进一步说明发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售的定价公允性，发行人是否向优悠照明、OneEightyOne.BV 提供了超出一般经销商的返利折扣。

报告期内，发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 和其他经销商销售的主要产品均为智能电源和 LED 控制器。

### 1、对优悠照明的销售定价及返利

报告期内，发行人针对优悠照明及其他境内经销商客户的销售定价均从第二档价格开始执行，并有一定的优惠政策，具体为“LED 控制器：执行第二档价格，单次起订量达到 1 万元，享 96 折优惠；智能电源：执行第二档价格”，返利比例均为 6%。发行人对优悠照明的销售定价及返利比例与对其他境内经销商客户的一致。

因此，发行人向优悠照明销售的定价公允，不存在提供超出一般经销商返利折扣的情形。

### 2、OneEightyOne.BV

报告期内，发行人针对 OneEightyOne.BV 及其他主要境外经销商客户销售定价原则及返利情况如下：

经销商名称	产品定价方式	返利政策
OneEightyOne.BV	LED 控制器：执行第四档价格 9.5 折； 智能电源：执行第四档价格； 单次订货量不低于 300 台或 6000 美元	无返利
L C TECH LLP	LED 控制器：执行第二档价格，单次起订 量达到 5000 美元，享 96 折优惠； 智能电源：执行第二档价格	销售金额的 6%
ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD	LED 控制器：执行第二档价格，单次起订 量达到 5000 美元，享 96 折优惠； 智能电源：执行第二档价格	销售金额的 6%
Applelec Sign Components (UK) Limited	无优惠政策	LED 控制器销售金额的 18%； 智能电源销售金额的 15%； 2021 年 12 月起：智能 电源销售金额的 10%；
Bright green connect	单次采购达到 5,000 美元，享 95 折优惠	销售金额的 12%

报告期内，发行人针对不同的境外经销商制定了差异化的销售定价，OneEightyOne.BV 的销售定价为执行第四档价格，低于其他经销商 L C TECH LLP 和 ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD 的第二档价格，主要原因是发行人与 OneEightyOne.BV 自 2005 年开始合作，销售金额不断增加，合作较为稳定，发行人给予其较低的采购价格，因此公司对 OneEightyOne.BV 无销售返利。

而境外经销商 Applelec Sign Components (UK) Limited 和 Bright Green Connect Limited 自 2020 年开始与发行人合作，发行人针对其销售价格优惠较少，为鼓励其销售规模快速增长，完成销售任务给予其较高的返利比例。

综上，公司对 OneEightyOne.BV 的销售定价低于其他境外经销商，是综合考虑销售规模和长时间合作关系而采取的差异化定价策略所致，且在对其执行较低的销售价格后，不再对其进行返利。因此，发行人向 OneEightyOne.BV 销售的定价公允，不存在提供超出一般经销商返利折扣的情形。

**（四）量化分析发行人 2021 年向优悠照明、OneEightyOne.BV 等主要经销商销售金额大幅增长的合理性，是否实现了终端销售，销售收入是否真实**

#### 1、发行人 2021 年向优悠照明销售金额大幅增长的合理性

2021 年，发行人针对优悠照明销售收入为 805.34 万元、较上年同期增加 441.62 万元，增长比例为 121.42%，主要原因是：

(1) 优悠照明作为发行人在中山古镇的独家授权经销商，下游客户均为该地区的灯具生产商，中山古镇作为中国的“灯都”，2020 年受疫情影响，国内及国际市场需求减弱，随着 2021 年疫情的减弱，终端客户需求大幅反弹。根据中山市半导体照明行业协会统计数据：2021 年，中山市 LED 照明产品出口额为 123.39 亿元(约 19.28 亿美元)，同比 2020 年增长 26.3%。随着下游市场需求的增加，发行人针对优悠照明销售收入大幅增加；

(2) 优悠照明其实际控制人在古镇灯具市场深耕多年，自 2019 年与发行人开始合作，销售收入持续增长，2021 年其销售人员也从 3 人增长至 5 人，客户数量从 30 个增加到 85 个，其终端客户以中山本地的灯具厂商为主，平均客单价水平为 8-12 万元，随着终端客户数量的增加，优悠照明 2021 年销售收入增长较快；；

(3) 2021 年，IC 芯片供求紧张，终端灯具厂商为避免断货的影响，均适当提高了备货量，下游需求增加。

综上，2021 年，发行人针对优悠照明销售收入的增长具有合理性。

## 2、发行人 2021 年向 OneEightyOne.BV 销售金额大幅增长的合理性

2020 年和 2021 年，OneEightyOne.BV 分产品销售收入如下：

单位：万元

项目		2021 年	2020 年	变动比例
智能电源	大功率	111.00	71.85	54.50%
	中功率	114.75	53.46	114.65%
	小功率	69.90	63.56	9.97%
	小计	<b>295.65</b>	<b>188.87</b>	<b>56.54%</b>
LED 控制器		322.27	218.26	47.65%
智能家居		0.61	-	-
合计		<b>618.53</b>	<b>407.13</b>	<b>51.92%</b>

2021年，发行人针对 OneEightyOne.BV 销售收入较上年增加 211.40 万元，增长比例为 51.92%，主要原因是：

(1) 2021年，发行人针对 OneEightyOne.BV 中、大功率智能电源产品较上年分别增长 114.65%和 54.50%，主要系随着发行人中大功率型号的智能电源不断完善，产品应用范围增加，该客户不断拓展下游客户，产品覆盖多个欧洲国家和地区，因此，该客户中大功率智能电源产品增长较快；

(2) OneEightyOne.BV 自 2005 年与发行人开始合作，系发行人 LED 控制器产品的最主要客户，2020 年受疫情影响，发行人针对该客户 LED 控制器产品较上年减少 115.23 万元，2021 年随着疫情影响减弱，该客户 LED 控制器产品恢复性增长 104.00 万元。

综上，2021年，发行人针对 OneEightyOne.BV 销售收入的增长具有合理性。

### 3、是否实现了终端销售，销售收入是否真实

报告期内，发行人获取了其前 10 大经销商各期末进销存汇总表，前 10 大经销商的销售收入占发行人经销收入的比例分别为 95.89%、93.07%、96.04%和 94.14%，报告期各期末，发行人前 10 大经销商期末库存情况如下：

单位：万元

名称	2022 年 1-6 月/末		2021 年/末		2020 年/末		2019 年/末	
	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例
中山市优悠照明 电器有限公司	42.00	11.22%	30.37	3.78%	42.50	11.82%	35.63	20.60%
OneEightyOne.BV	137.63	22.82%	117.41	18.79%	100.82	24.29%	84.73	15.22%
ILLUSPACE(THAILAND) CO.,LTD.	73.66	33.95%	60.37	26.27%	47.60	20.48%	84.25	30.96%
L C TECH LLP	67.14	19.84%	125.60	29.44%	108.39	63.62%	51.01	21.88%

名称	2022年 1-6月/末		2021年/末		2020年/末		2019年/末	
	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例	期末 库存	占当期 采购额 比例
雷笙科技（上海）有限公司& 上海银坦照明有限公司	47.50	25.74%	41.03	8.59%	41.48	20.42%	21.51	14.65%
深圳市勳星电子有限公司&惠州勳星科技有限公司	42.00	19.15%	19.00	4.61%	23.00	8.95%	15.00	4.72%
北京燊明智光科技有限公司	40.45	26.00%	40.00	14.04%	23.66	15.91%	15.55	12.70%
上海乐兹科技发展有限公司	93.00	122.02%	70.64	32.13%	24.24	20.73%	20.00	11.11%
南昌科普照明设备有限公司	25.00	35.44%	13.97	11.12%	6.16	12.60%	5.37	16.40%
江苏灰域智能科技有限公司	23.00	50.12%	17.00	22.77%	-	-	-	-
合计	<b>591.38</b>	<b>23.23%</b>	<b>535.39</b>	<b>14.49%</b>	<b>417.85</b>	<b>21.30%</b>	<b>333.05</b>	<b>16.80%</b>

注 1：2020 年，受芯片紧缺和印度疫情影响，LCTECHLLP 为避免断货，适当增加了备货量。

注 2：受上海疫情影响，上海乐兹科技发展有限公司 2022 年 6 月末库存量较大。

报告期各期末，发行人前 10 大经销商合计期末库存占其各期采购额的比例分别为 16.80%、21.30%、14.49%和 23.23%，占比合理。因此，报告期各期末，发行人不存在经销商囤货而提前确认收入的情况。

截至 2022 年 9 月 18 日，发行人经销商客户 2022 年上半年期末库存期后销售情况如下：

单位：万元

名称	2022年6月 期末库存	2022年7月-9 月18日经销商 销售收入	2022年9月 18日经销商 库存	经销商存货期 后销售率
中山市优悠照明电器有限公司	42.00	256.33	89.30	100.00%
OneEightyOne.BV	137.63	115.63	102.00	84.02%
ILLUSPACE(THAILAND) CO.,LTD.	73.66	64.01	48.30	86.90%
LCTECHLLP	67.14	231.54	27.60	100.00%
雷笙科技（上海）有限公司	47.50	131.50	30.00	100.00%

名称	2022年6月 期末库存	2022年7月-9 月18日经销商 销售收入	2022年9月 18日经销商 库存	经销商存货期 后销售率
&上海银坦照明有限公司				
深圳市勐星电子有限公司 &惠州勐星科技有限公司	42.00	70.80	46.00	100.00%
北京燊明智光科技有限公司	40.45	40.91	51.43	100.00%
上海乐兹科技发展有限公司	93.00	40.20	70.00	43.23%
南昌科普照明设备有限公司	25.00	25.50	15.00	100.00%
江苏灰域智能科技有限公司	23.00	49.57	2.50	100.00%
合计	591.38	1,025.99	482.13	85.72%

发行人经销商客户 2022 年 6 月库存产品整体期后销售率为 85.72%，除上海乐兹科技发展有限公司受疫情影响导致其期后销售率较低外，发行人其他经销商客户期后销售情况良好，发行人产品实现了终端销售。

报告期内，申报会计师根据经销商进销存汇总表，抽取经销商的下游客户进行走访。走访对象的选取标准：对主要经销商抽取 1-2 家下游终端客户，在其前 10 大客户中随机抽取。终端客户走访内容主要包括：

序号	内容
1	企业基本信息和接受访谈人信息
2	采购情况：产品用途、产品定价方式、信用政策、采购产品类别及金额、占客户同类产品的比例
3	市场竞争情况：同类产品的市场竞争情况，发行人产品的优劣势及改进建议
4	产品质量及售后：客户对产品质量的看法、对退换货的约定、退换货金额；
5	关联关系：相互任职、持股及其他利益关系、财务资助及其他利益安排
6	其他事项：违约及诉讼、声明书等。

根据走访结果，发行人经销商客户实现了终端销售，销售收入真实。

综上，发行人主要经销商客户实现了终端销售，销售收入真实。

三、经销商期末库存及终端销售实现情况。请发行人：①补充说明报告期各期末主要经销商的期末库存及占当期采购额的比例，说明是否存在经销商大额囤货的情形。②补充说明各期末主要经销商的终端客户构成（生产商、装修工程师、经销商及销售金额占比）及终端销售情况。③说明经销商终端客户是否与发行人直销存在重合，如存在，说明重合的具体原因、销售对象、销售金额及占比

(一) 补充说明报告期各期末主要经销商的期末库存及占当期采购额的比例，说明是否存在经销商大额囤货的情形

报告期各期末，发行人前 10 大经销商的期末库存占当期采购额的比例分别为 16.80%、21.30%、14.49%和 23.23%，经销商期末库存一般为 1-2 个月的销售量，因此，发行人经销商不存在期末大额囤货的情况。

(二) 补充说明各期末主要经销商的终端客户构成（生产商、装修工程商、经销商及销售金额占比）及终端销售情况

报告期内，发行人主要经销商的终端客户构成如下：

经销商	灯具厂商	装修工程商	零售客户	下级分销商
中山市优悠照明电器有限公司	78%	21%	1%	-
OneEightyOne.BV	20%	65%	15%	
ILLUSPACE(THAILAND)CO.,LTD.	10%	80%	10%	-
L C TECH LLP	30%	35%	35%	
雷笙科技（上海）有限公司&上海银坦照明有限公司	-	100%	-	-
深圳市勤星电子有限公司&惠州勤星科技有限公司	70%	20%	5%	5%
北京燊明智光科技有限公司	-	80%	20%	-
上海乐兹科技发展有限公司	30%	60%	-	10%
南昌科普照明设备有限公司	70%	25%	-	5%
江苏灰域智能科技有限公司	1%	10%	79%	10%

报告期内，发行人经销商下游客户主要以灯具商和装修工程商为主，零售客户和下级分销商占比较小。根据经销商进销存汇总表，经销商期末库存量平均为 1 至 2 个月左右。

申报会计师根据经销商提供的下游客户明细，针对主要经销商前 10 大客户中任意抽取 1-2 家下游终端进行走访，其中，对国内 5 家经销商的 7 家下游客户进行了实地走访，对国外 2 家经销商的 2 家下游客户进行了视频访谈，确认经销商已实现终端销售。

综上，发行人经销商采购产品已实现终端销售。

(三) 说明经销商终端客户是否与发行人直销存在重合, 如存在, 说明重合的具体原因、销售对象、销售金额及占比

报告期内, 发行人经销商部分终端客户与发行人直销客户存在重合的情况, 重合的具体原因、销售对象、销售金额及占比如下:

单位: 万元

经销商	经销商下游客户	销售方	销售金额				客户重叠原因	
			2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年		
中山市 优悠照明 电器有 限公 司	佛山市顺德区顺恒灯饰有限公司	发行人	-	-	1.97	2.51	发行人开拓的客户, 由于其采购量较少或后续维护成本较高, 发行人将其转给当地经销商进行后续销售	
		经销商	4.14	18.43	7.97	-		
	中山市品鼎照明科技有限公司	发行人	-	3.40	2.73	-		
		经销商	6.29	-	-	-		
	广东思雅特科技有限公司	发行人	-	0.09	26.47	15.88		
		经销商	4.64	-	-	-		
深圳勳 星电子 有限公 司	深圳市吉成云智能科技有限公司	发行人	1.82	34.60	75.06	112.06	客户单笔订单金额较大时向发行人直接采购, 针对零散或紧急订单找当地经销商采购	
		经销商	-	10.00	-	-		
	东莞市乐的美光电科技有限公司	发行人	2.16	1.34	1.85	-	发行人针对客户采用统一合同模板, 而客户对合同也有自己要求, 客户主要向经销商采购, 仅有少部分型号经销商没有库存时才会找发行人直接购买	
		经销商	-	18.00	18.00	12.00		
	深圳市光科照明有限公司	发行人	-	-	-	0.19	发行人开拓的客户, 由于其采购量较少或后续维护成本较高, 发行人将其转给当地经销商进行后续销售	
		经销商	-	8.00	-	6.00		
	东莞市世普照明科技有限公司	发行人	-	-	0.41	0.03		
		经销商	-	-	6.00	-		
	惠州市科利尔照明有限责任公司	发行人	-	-	0.35	0.53		
		经销商	6.52	-	-	-		
	上海乐 兹科技 发展有	上海恩森照明设计工程有限公司	发行人	-	-	-	2.75	该客户属于工程类客户, 向当地经销商采购更为
			经销商	2.30	20.00	8.00	8.00	
韩柯照明(上		发行人	-	-	0.08	9.06		

限公司	海)有限公司	经销商	8.70	10.00	5.00	7.00	方便, 客户为提高项目效率转向当地经销商采购
北京燊明智光科技有限公司	北京同旭光科技有限公司	发行人	-	0.60	8.36	21.10	该客户最初直接从公司采购, 由于维护成本较高, 后续由当地经销商跟进维护
		经销商	21.67	12.49	13.30	-	
发行人针对重叠客户销售金额合计			3.97	40.03	117.29	164.10	
重叠客户收入占发行人营业收入的比例			0.05%	0.26%	1.23%	1.68%	

发行人直销客户与经销商终端客户存在少量重叠的情况, 主要是该类客户一般订单量较小或者后续维护工作较多, 发行人存在将此类客户转给当地经销商进行后续跟进和销售。报告期内, 该类客户占发行人营业收入的比例分别为 1.68%、1.23%、0.26%和 0.05%, 占比逐年减少, 对发行人影响较小。

四、2021 年 12 月份收入增长较快的合理性。请发行人：①按月份分别列示报告期各期第四季度的销售金额及占比, 进一步说明报告期各期 12 月份收入确认的时间分布、主要的客户及所处行业情况, 收入集中在 12 月份确认的原因及合理性, 是否符合客户所处行业的特点。②说明发行人直销、经销模式下对应的 12 月份收入金额及占比情况, 是否存在显著差异, 分析差异原因。③结合向主要客户销售的变动情况, 详细分析 2021 年 12 月份收入增长较快的合理性

(一) 按月份分别列示报告期各期第四季度的销售金额及占比, 进一步说明报告期各期 12 月份收入确认的时间分布、主要的客户及所处行业情况, 收入集中在 12 月份确认的原因及合理性, 是否符合客户所处行业的特点

#### 1、按月份分别列示报告期各期第四季度的销售金额及占比

2019-2021 年, 发行人第四季度销售收入及占比统计如下:

单位: 万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
10 月份收入	1,272.03	8.39%	1,007.95	10.61%	575.67	5.90%

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
11月份收入	1,684.04	11.11%	1,052.29	11.08%	781.20	8.01%
12月份收入	2,396.96	15.82%	1,393.04	14.66%	1,352.37	13.86%
第四季度收入	5,353.02	35.33%	3,453.29	36.35%	2,709.23	27.77%

上表销售收入包含原子公司江门雷特的灯具销售收入，江门雷特于2020年11月起不在公司合并范围，在扣除江门雷特销售灯具收入后，统计如下：

单位：万元

项目	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
10月份收入	1,272.03	8.39%	798.26	8.95%	573.69	6.63%
11月份收入	1,684.04	11.11%	1,052.29	11.79%	750.87	8.68%
12月份收入	2,396.96	15.82%	1,393.04	15.61%	1,329.05	15.36%
第四季度收入	5,353.02	35.33%	3,243.59	36.35%	2,653.61	30.67%

2019至2021年，发行人12月份销售收入占全年收入比例（不含灯具）分别为15.36%、15.61%和15.82%，占比略有增加。

## 2、说明报告期各期12月份收入确认的时间分布、主要的客户及所处行业

①报告期内将12月份收入扣除灯具销售收入后，按旬划分的时间分布如下：

单位：万元

12月份 销售收入	2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上旬	883.75	36.87%	660.84	47.44%	537.04	40.58%
中旬	531.21	22.16%	299.43	21.49%	412.36	31.03%
下旬	982.00	40.97%	432.77	31.07%	379.65	28.39%
合计	2396.96	100.00%	1393.04	100.00%	1,329.05	100.00%

根据上表，2019年至2020年发行人12月上旬收入占比大，2021年下旬占收入占比大，各旬收入占比没有明显的变动趋势，主要受客户下订单备货时间的影响。

②报告期内12月份主要客户销售情况

2021年12月份，发行人前10大客户销售收入及占比如下：

单位：万元

序号	客户	销售收入	占对其全年销售的比例	客户类型
1	深圳绿米联创科技有限公司	344.60	45.08%	智能家居
2	中山市优悠照明电器有限公司	150.03	18.63%	经销商
3	OneEightyOne.BV	132.19	21.37%	经销商
4	LCTECHLLP	71.08	16.58%	经销商
5	深圳市勤星电子有限公司	60.75	14.67%	经销商
6	雷笙科技（上海）有限公司&上海银坦照明电器有限公司	54.00	11.26%	经销商
7	北京燊明智光科技有限公司	51.10	17.79%	经销商
8	SaasInstrumenttiOy	48.64	19.35%	灯具商
9	广东康彩照明科技有限公司	47.22	26.18%	灯具商
10	上海企一实业（集团）有限公司	39.39	12.73%	灯具商
	合计	999.00	22.01%	

2021年12月份，发行人针对深圳绿米联创科技有限公司销售金额占对其全年销售的比例达到45.08%，该客户系发行人ODM客户，2021年下半年受场效应管等半导体器件缺货的影响，其订单推迟至11月和12月，因此，其12月份销售收入占比较高。

2020年12月份，发行人前10大客户销售收入及占比如下：

单位：万元

序号	客户	销售收入	占对其全年销售的比例	客户类型
1	上海企一实业（集团）有限公司	122.74	40.06%	灯具商
2	中山市优悠照明电器有限公司	94.12	25.88%	经销商
3	ILLUSPACE(THAILAND)CO.,LTD.	55.72	23.50%	经销商
4	深圳市勤星电子有限公司	45.59	17.61%	经销商
5	OneEightyOne.BV	44.57	10.95%	经销商
6	常州欧铁照明电器有限公司	38.14	34.65%	工程商
7	江门市想天照明科技有限公司	32.21	25.53%	灯具商
8	上海银坦照明电器有限公司	29.24	14.14%	经销商
9	广东康彩照明科技有限公司	29.07	31.53%	灯具商

序号	客户	销售收入	占对其全年销售的比例	客户类型
10	北京燊明智光科技有限公司	27.49	18.31%	经销商
	合计	518.89	22.97%	

2020年12月，发行人针对上海企一实业（集团）有限公司销售收入占对其全年销售的比例达到40.06%，主要原因是该公司灯具产品下游客户均为经销商，12月是其销售旺季，因此其向发行人12月份采购产品占比较高。

2019年12月份，发行人前10大客户销售收入及占比如下：

单位：万元

序号	客户	销售收入	占对其全年销售的比例	客户类型
1	上海企一实业（集团）有限公司	67.43	29.28%	灯具商
2	上海乐兹科技发展有限公司	56.31	30.82%	经销商
3	OneEightyOne.BV	56.01	11.38%	经销商
4	惠州市勳星科技有限公司	54.06	16.82%	经销商
5	广东艾罗照明科技股份有限公司	52.71	11.81%	灯具商
6	中山市优悠照明电器有限公司	49.38	28.43%	经销商
7	ILLUSPACE(THAILAND)CO.,LTD.	37.29	13.61%	经销商
8	LightingSystemsIntegrated(FZC)	29.37	86.15%	工程商
9	LCTECHLLP	27.29	11.63%	经销商
10	深圳市吉成云创智能科技有限公司	26.87	23.98%	工程商
	合计	456.72	18.26%	

LightingSystemsIntegrated(FZC)系发行人2019年10月新开拓客户，随着合作的推进，叠加年底销售旺季的影响，其12月份销售收入占比较高。

2019-2021年，发行人12月份收入较高的客户主要是商业照明灯具企业、智能家居和终端以灯具商和工程项目为主的经销商客户，该类客户具有明显的淡旺季特性。

### 3、收入集中在12月份确认的原因及合理性，是否符合客户所处行业的特点

报告期内 2019-2021 年公司 12 月份收入占比分别为 13.65%、14.75% 及 15.88%，报告期内波动不大，较其他月份比例偏高，主要是由于：①从国内来看，公司产品主要应用于办公大楼、高级商场、商业综合体等中大型照明工程，根据国内工程建设传统，工程项目或装修项目考虑到春节放假，通常都会在年底抓紧工程进度，所以 12 月国内客户的采购量会有所增加；②从国外来看也有相同原因，公司收到境外公司汇款后，针对个别备货量较少的产品还需要安排原料采购、组织生产、直至发货，需要一段时间；而一般 1 月末或 2 月初是春节，且公司通常安排提前放假，近几年春节假期都达两周时间，国外客户在春节期间无法采购公司产品；国外部分客户由于传统圣诞节及新年假期，也会在 12 月增加采购量，贮备一定的存货。③从同行业可比公司看，也存在类似情况。根据崧盛股份 2021 年年报披露：LED 驱动电源行业整体季节性特征不明显，但由于春节假期对开工率的影响，每年第一季度产销量相对较低，而第四季度由于春节前备货等原因，其产销量相对较高。

综上，发行人 12 月份销售收入偏高具有合理性，符合客户所处行业的特点。

(二) 说明发行人直销、经销模式下对应的 12 月份收入金额及占比情况，是否存在显著差异，分析差异原因

报告期内公司按直销、经销模式对应 12 月份收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	623.25	26.00%	355.09	25.49%	311.14	23.01%
直销	1,773.71	74.00%	1,037.95	74.51%	1,041.23	76.99%
合计	<b>2,396.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,393.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,352.37</b>	<b>100.00%</b>

说明：上表 2019 年数据为包含原子公司江门雷特的灯具销售收入。

可以看出报告期内公司按直销、经销模式的 12 月份收入占比比较稳定，无显著差异。

### (三) 结合向主要客户销售的变动情况，详细分析 2021 年 12 月份收入增长较快的合理性

选取 2021 年度销售收入在 100 万元以上客户进行分析，分季度销售数据如下：

单位：万元

客户	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计	第四季度占比
中山市优悠照明电器有限公司	106.97	220.19	198.44	277.84	803.44	34.58%
深圳绿米联创科技有限公司	1.89	0.06	201.91	560.60	764.46	73.33%
ONEEIGHTYONE BV	105.45	158.31	167.79	186.98	618.53	30.23%
雷笙科技（上海）有限公司	57.50	168.71	108.66	142.54	477.41	29.86%
上海银坦照明电器有限公司						
L C TECH LLP	82.89	59.45	116.78	167.54	426.66	39.27%
深圳市勤星电子有限公司	98.62	77.08	106.20	130.40	412.30	31.63%
重庆宝勒斯商贸有限公司	0.00	15.15	258.75	46.21	320.11	14.44%
上海企一实业（集团）有限公司	32.53	43.39	122.68	110.20	308.80	35.69%
北京燊明智光科技有限公司	24.01	87.09	83.05	90.76	284.91	31.85%
Saas Instrumentti Oy	40.02	69.19	50.00	92.17	251.37	36.67%
ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.	29.87	24.46	94.61	80.86	229.80	35.19%
上海乐兹科技发展有限公司	46.96	40.89	52.52	79.51	219.88	36.16%
江门市想天照明科技有限公司	14.37	95.35	49.25	52.17	211.14	24.71%
中山石客照明有限公司	27.26	75.35	40.35	56.02	198.97	28.15%
ZISICO LED INSTRUMENT LIMITED	45.49	37.54	42.05	73.52	198.60	37.02%
东莞市爱加照明科技有限公司	28.11	66.97	38.12	49.42	182.62	27.06%
广东康彩照明科技有限公司	22.44	35.92	52.79	69.19	180.33	38.37%
上海狼道照明电器有限公司	33.34	23.93	33.69	88.02	178.99	49.18%
杭州永然光电科技有限公司	22.50	95.30	23.74	36.39	177.94	20.45%
Zegal Viet Nam Jsc	46.75	35.78	21.64	41.73	145.91	28.60%
常州欧铁照明电器有限公司	18.11	31.70	47.24	29.32	126.37	23.20%
南昌科普照明设备有限公司	16.13	58.15	21.09	30.23	125.60	24.07%
中山市历宝照明制品有限公司	20.96	53.94	32.71	14.61	122.22	11.95%
广东图灿光电科技有限公司	12.95	19.54	30.61	56.58	119.68	47.28%
MBN GmbH	0.00	60.18	14.49	42.90	117.56	36.49%
广东艾罗照明科技股份有限公司	3.36	35.00	71.22	5.79	115.37	5.02%
深圳锐美特电子有限公司	18.77	25.17	32.52	33.94	110.41	30.74%
CRJ HOLDINGS LTD	21.16	19.89	29.21	38.26	108.51	35.26%

客户	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计	第四季度占比
宁波律杰机电设备有限公司	1.36	54.43	39.74	11.40	106.94	10.66%
Bright Green Connect Limited	24.73	21.41	29.07	25.38	100.60	25.23%
合计	1,004.52	1,809.53	2,210.91	2,720.49	7,745.44	35.12%

考虑到第一季度由于假期较多原因通常销售比例偏低，将第四季度销售占比不超过 30% 视为正常范围，对超过 30% 的客户分析其 12 月份销售增长情况，具体如下：

单位：万元

客户	销售类别	10 月份	11 月份	12 月份	第四季度	第四季度占比	12 月份是否增长较多
中山市优悠照明电器有限公司	经销	44.04	83.77	150.03	277.84	34.58%	是
深圳绿米联创科技有限公司	ODM	0.00	216.00	344.60	560.60	73.33%	是
ONEEIGHTHYONE BV	经销	30.76	24.03	132.19	186.98	30.23%	是
L C TECH LLP	经销	3.25	93.22	71.08	167.54	39.27%	否
深圳市勳星电子有限公司	经销	39.71	29.94	60.75	130.40	31.63%	是
上海企一实业（集团）有限公司	ODM	43.27	27.53	39.39	110.20	35.69%	否
北京燊明智光科技有限公司	经销	12.83	26.82	51.10	90.76	31.85%	是
Saas Instrumentti Oy	直销	6.46	37.07	48.64	92.17	36.67%	是
ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.	经销	43.02	13.75	24.08	80.86	35.19%	否
上海乐兹科技发展有限公司	经销	21.12	11.23	47.16	79.51	36.16%	是
ZISICO LED INSTRUMENT LIMITED	直销	35.04	13.14	25.34	73.52	37.02%	否
广东康彩照明科技有限公司	直销	8.52	13.45	47.22	69.19	38.37%	是
上海狼道照明电器有限公司	直销	16.00	53.62	18.41	88.02	49.18%	否
广东图灿光电科技有限公司	直销	26.36	9.39	20.84	56.58	47.28%	否
MBN GmbH	直销	0.00	42.90	0.00	42.90	36.49%	否
深圳锐美特电子有限公司	直销	13.12	15.51	5.32	33.94	30.74%	否
CRJ HOLDINGS LTD	直销	8.23	15.70	14.33	38.26	35.26%	否

根据上表，发行人主要客户 12 月份较 10、11 月份销售增长较大的主要是 5 家经销商及 1 家 ODM 客户、2 家直销客户。其中：经销商和直销客户基于对自身销售预期及考虑国外圣诞节、国内元旦、春节的假期因素，因而在 12 月份增加了采购量；另外发行人根据单次采购数量设置了四档价格，且对经销商设定的考核任务截止日多为当年 12 月底，客户通常会在 12 月份适当增加采购数量以便拿到较为优惠的产品价格或完成考核任务，因此，其 12 月份销售收入占比较高。

五、业绩增长的可持续性。请发行人结合 2022 年 1-6 月经审阅后的业绩情况，说明发行人期后收入、净利润、成本、费用等的变动原因及合理性，进一步分析发行人的业绩增长是否可持续

(一) 结合 2022 年 1-6 月经审阅后的业绩情况，说明发行人期后收入、净利润、成本、费用等的变动原因及合理性

2022 年 1-6 月，发行人业绩情况与上年同期对比分析如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动比例
营业收入	8,057.84	5,637.13	42.94%
营业成本	4,352.77	2,758.57	57.79%
销售费用	618.73	438.25	41.18%
管理费用	658.15	469.06	40.31%
研发费用	575.24	459.40	25.22%
财务费用	-8.22	12.93	-163.56%
净利润	1,873.39	1,595.10	17.45%

#### 1、营业收入

2022 年 1-6 月，发行人销售收入较上年同期增加 42.94%，其中，内销和外销较上年均有所增加。2022 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月分区域和分产品对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年 1-6 月	
	金额	变动比例	金额	
内销	智能电源	2,941.96	15.73%	2,542.11
	LED 控制器	596.12	-21.87%	763.03
	智能家居及其他	413.65	258.68%	115.33
	小计	3,951.73	15.53%	3,420.46
外销	智能电源	2,750.13	142.84%	1,132.47
	LED 控制器	1,314.56	24.25%	1,058.02
	智能家居及其他	41.43	58.23%	26.18
	小计	4,106.12	85.24%	2,216.67
合计	<b>8,057.84</b>	<b>42.94%</b>	<b>5,637.13</b>	

注：其他收入中主要包括展板、展箱和少量外购产品产生的收入。

2022年1-6月，发行人销售收入较上年同期增长42.92%，主要原因是：

(1) 受国外放开疫情管控的影响，发行人对境外客户的销售收入较上年增加1,889.45万元，增长比例为85.24%，尤其是欧洲和东南亚地区以及其他地区中的印度和阿联酋等国收入较上年增幅较大；2021年1-6月和2022年1-6月，发行人收入增长较大的地区或国家如下：

单位：万元

区域	2022年1-6月	2021年1-6月	增长比例
欧洲	2,040.52	1,105.22	84.63%
东南亚	455.01	232.82	95.43%
其他地区	1,610.59	878.63	83.31%
其中：印度	340.29	147.69	130.41%
其中：阿联酋	339.19	99.75	240.04%
合计	<b>2,835.83</b>	<b>1,558.78</b>	<b>81.93%</b>

(2) 随着发行人智能电源产品型号大、中、低功率的不断推出，产品适用范围增加，发行人报告期内新增产品2022年1-6月产生的收入为3,958.69万元，系发行人收入增长的主要来源，其中适用于无主灯设计的LM-150恒压产品系列较上年同期增加976.46万元，增长比例为176.89%；

(3) 2022年1-6月，发行人销售人员平均数量较上年同期增长20%，销售人员通过现场拜访或网络开拓等方式积极拓展新客户，促进了发行人智能电源产品的快速增长。

综上，2022年1-6月，发行人销售收入较上年增长具有合理性。

## 2、营业成本

2022年1-6月，发行人营业成本较上年同期增加1,594.20万元，增长比例为57.79%，其中，智能电源产品营业成本较上年同期增加1,382.56万元，系发行人营业成本增加的主要来源，主要原因如下：

(1) 2022年1-6月，发行人智能电源销售数量较上年同期增加14.73万件，增长比例为28.07%，智能电源营业成本随销售数量的增长而增加；

2022年1-6月，发行人智能电源销售数量和单位成本与上年同期对比如下：

单位：万元、个、元/件

项目		2022年1-6月	变动比例	2021年1-6月
智能电源	营业成本	3,424.22	67.72%	2,041.65
	销售数量	67.20	28.07%	52.47
	单位成本	50.96	30.96%	38.91

(2) 2022年1-6月，发行人智能电源单位成本较上年增加30.96%，主要受产品结构和单位材料的采购成本、单位人工成本影响所致。

①2022年1-6月发行人大功率智能电源产品占比从11.87%增长至17.32%，由于大功率电源单位成本远高于中低功率电源产品，因此，发行人智能电源单位成本较上期增加。

2022年1-6月，发行人大、中、小功率智能电源产品单位成本及占比与上年同期对比如下：

单位：元/件

项目	2022年1-6月		2021年1-6月	
	单位成本	销量占比	单位成本	销量占比
大功率	111.86	17.32%	94.39	11.87%
中功率	57.64	22.98%	50.09	22.09%
小功率	30.72	59.69%	25.19	66.03%
合计	50.96	100.00%	38.91	100.00%

②2022年1-6月，发行人智能电源单位材料成本较上年增加31.71%，其中，主要原材料IC芯片和变压器单位采购价格较上年同期分别增长39.12%和25.51%；

2022年1-6月，发行人主要原材料单位采购价格与上年同期对比如下：

项目	2022年1-6月采购单价	变动情况	2021年1-6月采购单价
IC芯片	1.25	39.12%	0.90
电容	0.13	34.83%	0.10
电感	0.70	18.27%	0.59
变压器	3.07	25.51%	2.45

③2021年6月，发行人生产人员底薪由1,900.00元调整到2,200.00元，因此，2022年1-6月发行人单位人工成本较上年同期增加。

综上，2022年1-6月发行人营业成本增加主要受销量增长、材料成本及人工成本增加和产品销售结构变化所致。

### 3、期间费用

2022年1-6月，发行人期间费用及占营业收入的比例与上年同期对比如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年1-6月	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	618.73	7.68%	438.25	7.77%
管理费用	658.15	8.17%	469.06	8.32%
研发费用	575.24	7.14%	459.40	8.15%
财务费用	-8.22	-0.10%	12.93	0.23%
合计	1,843.90	22.88%	1,379.65	24.47%

2022年1-6月，发行人期间费用较上年同期增加464.26万元，增长比例为33.65%，主要系2022年1-6月发行人销售人员、管理人员和研发人员数量较上年均有所增加，薪酬相应增长所致。2022年1-6月，发行人销售人员、管理人员和研发人员数量与上年同期对比如下：

单位：个

项目	2022年1-6月		2021年1-6月
	数量	变动比例	数量
销售人员	54	19.33%	45
管理人员	84	24.38%	68
研发人员	61	26.90%	48
合计	199	23.73%	161

注：上述人员数量为1-6月各月末人数的加权平均数。

另外，随着发行人营业收入的快速增长，办公及差旅费、业务宣传费及折旧摊销也有所增加，但由于其增幅低于营业收入，发行人期间费用较上年增长，期间费用率较上年有所下降。

#### 4、净利润

2022年1-6月，发行人净利润较上年增加278.29万元，增长比例为17.45%，低于发行人营业收入的增幅，主要原因是2022年1-6月，受主要原材料IC芯片涨价及生产人员工资调整的影响，发行人毛利率有所下降，净利润增速低于营业收入。

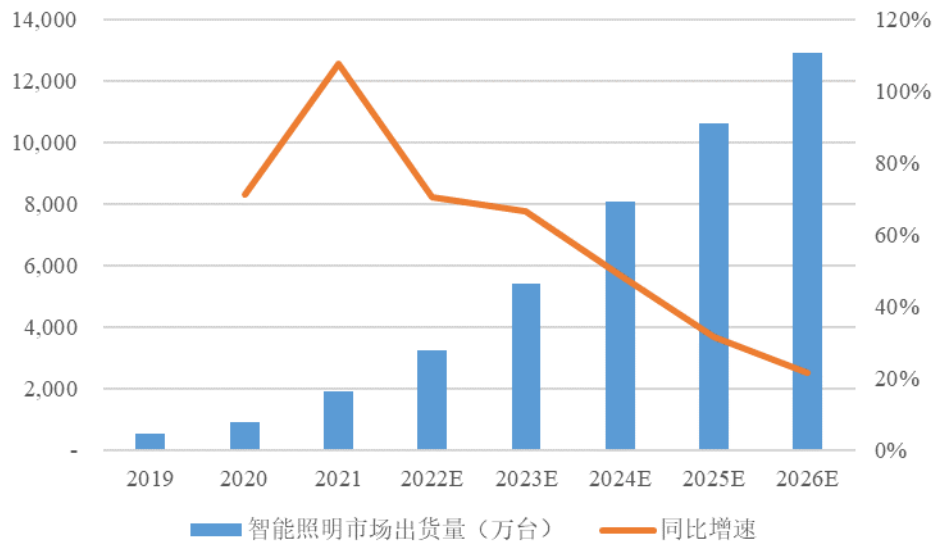
#### （二）进一步分析发行人的业绩增长是否可持续

##### 1、市场需求

全球及中国智能照明行业市场规模近年来均呈现高速增长态势。根据IDC（国际数据公司）数据，2021年中国智能照明市场出货量1,906万台，较上年同比增长107.80%，2019年-2021年年均复合增速为88.72%。

目前，中国商业照明和家居照明中的智能照明设备渗透率低，发展空间广阔。以商业照明为例，根据上海浦东智能照明联合会发布数据显示，2020年，智能照明在中国商业照明领域渗透率为4.0%，预计到2025年，商业照明智能化渗透率将上升到14.9%。在智能家居方面，未来全屋智能市场发展将进一步推进智能照明市场增长。随着用户对智能照明需求的逐步加深，照明设备种类多元化，筒灯、轨道灯等纷纷加入智能化行列。

未来，智能照明在商业照明和家居照明的快速渗透将带动智能照明设备市场出货量快速增长。IDC预测到2026年，中国智能照明市场出货量将达到12,921.48万台，2021年-2026年年均复合增长率为46.63%。2022-2026年，中国智能照明市场出货量预测如下：



数据来源：IDC

## 2、主要客户稳定性

报告期内，发行人主要客户基本保持稳定，从客户数量及客户结构来看，近三年连续与发行人存在业务往来的客户达 293 家，包括照明领域知名品牌、智能家居领域知名品牌及发行人稳固的经销商客户群体。报告期各期，发行人销售收入 75%左右来自于老客户贡献，稳定的主要客户群体为发行人持续发展奠定了良好的客户基础。

## 3、新客户开拓

发行人积极通过搜索引擎、直播平台、社交平台、邮件等线上形式，以及讲座、培训等线下形式，进行市场推广和产品推介，已凭借品类齐全及品质稳定的产品、快速响应的服务体验，持续获取到市场新客户，产品远销近 90 个国家或地区。报告期内，新客户贡献销售收入分别为 2,013.24 万元、1,591.63 万元和 2,772.06 万元，其中部分新增客户能有效留存及转化。新老客户的滚动开发、维护和转化，确保了发行人的销售规模不断增加。

## 4、产品开发

报告期内，发行人主要产品智能电源新增各类产品型号 30 个、29 个、52 个和 12 个，产品开发力度不断增加，新增产品为发行人销售收入的增长提供了充足的保障，另外，发行人研发人员数量持续增加，确保发行人产品保持持续的市场竞争力。

#### 5、在手订单

报告期内，发行人在手订单整体呈现上升趋势，各期末在手订单金额分别为 393.10 万元、388.59 万元、1,010.44 万元和 582.09 万元，但由于发行人订单周期较短，期末在手订单金额大小一定程度受偶然因素的影响，当期新签订单更能反映业绩变化。报告期内，发行人新签订单变化趋势与营业收入的变化趋势具有一致性，呈现稳定增长态势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月/末	2021 年度/年末	2020 年度/年末	2019 年度/年末
在手订单	582.09	1,010.44	388.59	393.10
当期新签订单	8,970.30	17,565.24	10,659.23	10,679.86
营业收入	8,057.84	15,153.36	9,500.88	9,757.44

截至 2022 年 9 月 18 日，公司来自老客户、新客户的在手订单分别为 536.55 万元和 136.81 万元，合计 700.36 万元，与 2022 年 6 月末在手订单相比，有所上升。

综上，随着智能照明市场的快速增长，发行人持续加大新技术、新产品的研究开发力度，保证发行人的核心技术、产品的市场竞争性；从客户需求出发，不断提高产品质量，以服务促进销售，赢得客户的长期信赖；加强市场营销和注重品牌建设，开拓更多新客户，维护好老客户，发行人业绩增长具有可持续性。

六、请保荐机构及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确核查意见。（2）补充说明报告期各期对经销商、境外客户的函证、实地走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例；进一步说明对新增客户销售收入真实性的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论，以及报告期各期第四季度营业收入的核查情况，包括核查方式、核查金额、核查比例、取得的核查证据、核查结论等，并对收入确认是否有合理的确认证

据、确认时点是否准确、是否存在提前确认收入的情况、收入确认是否与会计政策一致等发表明确意见。（3）进一步说明终端客户和终端销售情况，穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论

#### （一）核查上述事项并发表明确核查意见

##### 1、核查程序

申报会计师针对上述问题执行的核查程序如下：

（1）获取发行人 2020 年和 2021 年年销售收入明细表，检查新产品销售、新老客户销售情况；获取发行人所属智能照明行业的行业报告，复核发行人引用的行业数据，分析行业需求变动与发行人业绩变动是否保持一致；询问发行人销售负责人，了解及检查发行人 2021 年销售收入大幅增长的主要原因；了解发行人与优悠照明的合作背景，发行人与优悠照明和 OneEightyOne.BV 的合作模式，分析与其他经销商的差异情况；

（2）获取发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 等经销商的销售收入明细表、销售返利明细表，询问发行人销售负责人，了解发行人销售价格体系，检查发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 销售定价是否公允，分析与其他经销商返利折扣的差异情况；了解及分析发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 等主要经销商销售大幅增长的原因；

（3）获取发行人前 10 大经销商客户的进销存汇总表、期末库存数据，下游前 10 大客户销售数据，询问发行人销售负责人，了解及分析经销商期末库存保有量的合理性；

（4）根据经销商提供的下游客户明细，在主要经销商前 10 大客户中随机抽取 1-2 家下游客户进行走访，检查发行人经销商产品是否已实现终端销售；

（5）获取发行人主要经销商的终端客户明细表，检查终端客户构成及与发行人直销客户重合情况，访谈发行人销售负责人，了解及分析重合的原因。

（6）取得发行人与各家经销商经销协议，了解与经销商相关合作模式，并结合实地走访或视频访谈，核实收入确认政策、终端销售管理、定价考核机制

（包括销售、运输费用承担、折扣和返利等）、物流管理模式、信用及收款管理、库存管理机制、对账制度等，确认发行人能否决定优悠照明和 OneEightyOne.BV 的终端销售价格；了解发行人销售价格体系，核查主要经销商优悠照明和 OneEightyOne.BV 的合作模式与其他经销商是否存在差异；

（7）获取发行人报告期各期 12 月份销售明细表，检查收入及占比情况；查阅同行业上市公司公开信息，访谈发行人销售负责人，了解及分析 12 月份销售增长较大的原因；比较同行业上市公司第四季度销售数据，分析与同行业上市公司相比的差异情况；

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人 2021 年营业收入大幅增长的原因具有合理性；

（2）优悠照明刚成立即与发行人合作原因分析具有合理性；优悠照明、OneEightyOne.BV 的具体合作模式与其他经销商不存在明显差异；发行人向优悠照明、OneEightyOne.BV 的销售定价公允，符合发行人制定的销售价格体系，发行人不存在向优悠照明、OneEightyOne.BV 提供了超出一般经销商的返利折扣的情况；发行人主要经销商销售金额大幅增长具有合理性，销售收入真实；

（3）报告期各期末，发行人主要经销商的期末库存及占当期采购额的比例较低，经销商不存在大额囤货的情况；经销商终端客户构成主要以灯具商和工程商为主，经销商各期退货金额很小，经销商采购产品已实现终端销售；发行人直销客户与经销商终端客户存在少量重合的情况，重合的原因具有合理性；

（4）发行人报告期各期 12 月份收入确认主要集中于上旬和下旬时间，涉及的主要客户为经销商、以及直销客户中的灯具商和工程商，由于年底是施工和灯具销售的旺季，上述客户 12 月份收入较高具有合理性，符合其行业特点；发行人 12 月份经销和直销的收入占比波动较小，无明显差异；2021 年发行人 12 月份销售收入增长较快，主要系 2021 年发行人整体收入增长较快及年底销售旺季叠加所致。

(5) 随着智能照明市场的快速增长，发行人持续加大新技术、新产品的研究开发力度，不断提高产品质量，以服务促进销售，赢得客户的长期信赖；加强市场营销和注重品牌建设，开拓更多新客户，维护好老客户，发行人业绩增长具有可持续性的分析具有合理性。

(二) 补充说明报告期各期对经销商、境外客户的函证、实地走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例；进一步说明对新增客户销售收入真实性的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论，以及报告期各期第四季度营业收入的核查情况，包括核查方式、核查金额、核查比例、取得的核查证据、核查结论等，并对收入确认是否有合理的确认证据、确认时点是否准确、是否存在提前确认收入的情况、收入确认是否与会计政策一致等发表明确意见

1、补充说明报告期各期对经销商、境外客户的函证、实地走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例

#### (1) 对经销商、境外客户的函证

##### ①对经销商函证情况

公司 2019-2021 年度内经销商客户共有 15 家，其中国内 10 家，国外 5 家。会计师对全部经销商发函询证其与公司的交易额、往来余额。其中：14 家回函确认相符，占经销商销售收入比例分别为 100%、99.04%及 98.76%；Applelec Sign Components (UK) Limited 未回函，会计师对其报告期内的交易情况执行替代程序，检查对应的订单、报关单/签收单、报关单、发票和银行回单等原始单据，替代测试结果相符。

2022 年 1-6 月期间公司经销商客户为 13 家，其中国内 8 家，国外 5 家，会计师对 12 家经销商发函询证其与公司的交易额、往来余额。其中：12 家经销商回函确认相符，占经销商销售收入比例为 98.19%；Applelec Sign Components (UK) Limited 未回函，会计师对其交易情况执行替代程序，检查对应的订单、出库单、

报关单、发票和银行回单等原始单据，替代测试结果相符；1家经销商未发函，因当期销售收入金额较小，占比0.06%，故未函证。具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
经销商家数	13	13	14	11
经销商收入	2,396.74	3,846.05	2,107.84	2,067.90
发函家数	12	13	14	11
发函占经销商收入比	99.94%	100.00%	100.00%	100.00%
回函相符家数	11	12	13	11
回函相符金额	2,353.29	3,798.18	2,087.54	2,067.90
回函相符比例	98.19%	98.76%	99.04%	100.00%
回函不符家数	-	-	-	-
未回函家数	1	1	1	-
未回函金额	42.03	47.87	20.30	-
未回函占经销商收入比	1.75%	1.24%	0.96%	-

## ②对境外客户函证情况

会计师按客户的销售金额进行选样，具体情况如下：

抽样方法	分类	总家数	发函家数
<b>一、2019年至2021年</b>			
全部函证	任一年度销售额≥30万	48	48
分层随机抽样	30万>任一年度销售额≥20万	35	12
	20万>任一年度销售额≥10万	105	19
	各年度销售额均<10万	896	16
	分层抽样小计	1036	47
<b>2019年至2021年合计数</b>		<b>1084</b>	<b>95</b>
<b>二、2022年1-6月</b>			
全部函证	销售额≥30万	22	22
分层随机抽样	30万>销售额≥20万	10	10
	20万>销售额≥10万	44	44
	销售额<10万	331	13
	分层抽样小计	385	67
<b>2022年1-6月合计数</b>		<b>407</b>	<b>89</b>

说明：总家数为包含零散客户在内；2019年至2021年总家数为3年累计数扣除重复客户后的数据；2022年由于是半年度销售额，对金额在10万元以上都执行了函证。

截至2022年9月3日，函证及回函情况具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外收入金额	4,106.12	5,647.59	4,303.86	5,553.76
发函金额	3,303.97	3,499.31	2,919.21	4,009.42
发函比例	80.46%	61.96%	67.83%	72.20%
回函相符金额	2,487.92	2,441.11	2,075.61	3,017.15
回函相符占境外收入比例	60.59%	43.22%	48.23%	54.33%
回函不符经查明后相符金额	7.71	14.64	44.77	20.20
回函不符经查明后相符金额占境外收入比例	0.19%	0.26%	1.04%	0.36%
未回函执行替代测试比例	19.69%	18.48%	18.56%	17.51%

其中回函不符的金额与函证金额差异较小，主要是由于①样品销售金额存在差异：涉及 Radium Lampenwerk GmbH 公司；②双方确认购销期间存在的差异：涉及 PT. Nurco Aruna Mitra 公司所形成。会计师通过向公司销售人员及财务人员了解差异原因、复核公司提供的差异调节表、检查发行人销售记录等形成差异的原始凭证，核实差异原因。针对未回函证的客户执行了替代程序，检查对应的订单、出库单、报关单、发票和银行回单等原始单据，替代测试结果相符。针对未发函客户的销售，通过细节性测试程序采用分层抽样方式，选取销售凭证样本检查了销售原始单据，检查结果均相符。

## (2) 对经销商、境外客户实地走访情况

会计师对报告期内经销商、境外客户进行实地走访或视频访谈，访谈内容涵盖了其与发行人的合作背景、商业模式、报告期内采购产品类别及金额、付款约定、运输约定、风险承担、退货情况、是否存在关联关系等，以证实交易发生的真实性。

### ①对经销商实地走访

公司在 2019-2021 年度经销商客户共有 15 家，其中境内经销商 10 家，走访 7 家；境外经销商 5 家，视频访谈 5 家，通过视频访谈及实地走访销售收入占经销商销售收入比例 2019-2021 年分别为 95.89%、96.63%及 99.90%。其中：境内经销商深圳市乐德麦科技有限公司、深圳市雷大科技有限公司 2021 年未再合作，山东安德霖照明科技有限公司销售额较小且 2021 年、2022 年 1-6 月均小于 10 万，故上述

3家经销商未执行实地走访。境外经销商 OneEightyOne.BV 由会计师境外成员所执行实地走访，其他中介机构均同步视频参与访谈。

2022年1-6月期间公司经销商客户为13家，其中境内8家，境外5家（未变动）。通过第三方中介机构昭灵-盈科泰国律师所以对 ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD. 执行实地走访；通过第三方中介机构 Jain Prince & CoChartered Accountants 对 L C TECH LLP 执行实地走访，会计师同步视频参与访谈。

对经销商的走访情况具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
经销商营业收入	2,396.74	3,846.05	2,107.84	2,067.90
<b>走访经销商的营业收入金额</b>	<b>2,395.31</b>	<b>3,842.34</b>	<b>2,036.72</b>	<b>1,982.96</b>
其中：实地走访	1,126.36	2,409.31	1,145.92	982.44
视频访谈	138.95	148.47	75.05	
会计师境外成员所实地走访	603.13	618.53	407.13	492.03
委托境外第三方实地走访	526.87	666.03	408.62	508.50
<b>走访占经销商营业收入比</b>	<b>99.94%</b>	<b>99.90%</b>	<b>96.63%</b>	<b>95.89%</b>
其中：实地走访	47.00%	62.64%	54.36%	47.51%
视频访谈	5.80%	3.86%	3.56%	0.00%
会计师境外成员所实地走访	25.16%	16.08%	19.32%	23.79%
委托境外第三方实地走访	21.98%	17.32%	19.39%	24.59%

## ②对境外客户实地走访

会计师主要依据境外客户各期的销售额占比情况，选取占比较高的大额客户进行访谈，基本涵盖报告期各期外销收入的前20名客户，截止2022年9月3日，共计访谈31家，受疫情影响，走访主要采取视频访谈方式。其中：2019-2021年期间视频访谈22家境外客户，实地走访1家境外客户的国内办事处，通过会计师境外成员所实地走访2家境外客户（OneEightyOne.BV 和 Zegal Viet Nam Jsc）；2022年1-6月期间新增视频访谈6家境外客户，并通过境外第三方中介机构对2家经销商客户实地走访（2019-2021年期间已进行视频访谈），会计师同步视频参与访谈。具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
境外客户营业收入	4,106.12	5,647.59	4,303.86	5,553.76
<b>访谈客户营业收入</b>	<b>2,309.11</b>	<b>2,793.04</b>	<b>2,384.79</b>	<b>3,118.62</b>
其中：境外直销客户	1,040.16	1,360.00	1,493.99	2,118.10
境外经销商	1,268.95	1,433.03	890.81	1,000.52
<b>访谈占境外客户营业收入比例</b>	<b>56.24%</b>	<b>49.46%</b>	<b>55.41%</b>	<b>56.15%</b>
其中：境外直销客户	25.33%	24.08%	34.71%	38.14%
境外经销商	30.90%	25.37%	20.70%	18.02%

### (3) 对经销商、境外客户细节测试情况

会计师对报告期内的销售收入抽样进行细节性测试，检查销售合同（订单）、签收单（邮递签收记录）、报关单、销售发票和银行回单等与销售相关的原始单据，核实收入确认的真实性和完整性等。具体方法为：以各期销售收入凭证为总体，对单笔销售额 5 万元以上的全部检查；对单笔销售在 5 万元以下的销售收入按凭证编号顺序采取分层抽样方式抽取样本进行检查，其中对单笔销售在 2-5 万元的，按间隔 5 笔进行抽样；对单笔销售在 1-2 万元的，按间隔 6 笔进行抽样；对单笔销售在 1 万元以下的，按间隔 10 笔进行抽样。

涉及经销商、境外客户细节测试情况具体如下：

#### ① 经销商细节测试情况：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
经销商营业收入	2,396.74	3,846.05	2,107.84	2,067.90
检查销售金额	2,026.53	3,565.05	1,759.72	1,548.54
占经销商销售比例	84.55%	92.69%	83.48%	74.88%

由于经销商单笔销售金额超过 5 万元占比较高，因此测试比例也比较高。

#### ② 境外客户细节测试情况：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
境外客户营业收入	4,106.12	5,647.59	4,303.86	5,553.76
检查销售金额	3,152.54	3,966.68	2,923.66	4,106.93
占外销客户销售比例	76.78%	70.24%	67.93%	73.95%

#### (4) 对经销商、境外客户截止性测试情况

会计师从顺向及逆向两个方向执行了收入的截止性测试，具体如下：

①顺查：抽取报告期各期末前后 10 天的库存商品出库单，检查对应的货物出口报关单或客户快递签收记录、销售发票或销售订单等原始单据追查至销售清单，检查收入的完整性，确认收入记录于正确的会计期间。具体检查情况如下：

类别	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
报表日前 10 天				
出库单总笔数	420	600	375	405
其中：经销商笔数	70	104	78	87
境外客户笔数	92	159	66	57
报表日后 10 天				
出库单笔数	249	355	164	272
其中：经销商笔数	39	72	30	54
境外客户笔数	38	67	20	36

②逆查：从销售清单中抽取资产负债表日前后 10 天发生的销售明细账，追查至货物出口报关单或客户快递签收记录、库存商品出库单、销售发票等相关单据资料，核对签收单的客户名称、出库日期、签收日期等信息，以确定销售收入的真实性，是否存在跨期确认收入现象。具体检查情况如下：

类别	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
报表日前 10 天				
销售凭证总笔数	481	450	295	281
其中：经销商笔数	51	46	31	29
境外客户笔数	199	152	108	59
报表日后 10 天				
销售凭证总笔数	58	54	81	44
其中：经销商笔数	22	8	13	10
境外客户笔数	3	9	32	20

#### (5) 对经销商、境外客户最终销售核查情况

申报会计师取得了主要经销商提供的雷特产品进销存数据、期后销售情况及销售总额，并与各年发行人销售数据进行对比，了解其期末库存的合理性，具体核查过程和核查比例详见本题第六问“（三）进一步说明终端客户和终端销售情况，

穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论”；

取得报告期各期主要经销商的退货统计数据，了解及分析退货原因及合理性；取得报告期各期主要经销商的提供的下游客户明细及销售数据，按销售金额抽取其重要下游终端客户穿透走访，确认其产品是否最终实现销售，了解是否存在经销商囤货情形。

申报会计师获取了前 10 大经销商的期末存货数据及下游客户信息，并对国内 5 家经销商的 7 家下游客户进行了实地走访，对国外 2 家经销商的 2 家下游客户进行了视频访谈。由于经销商下游单一终端客户采购规模较小，报告期内，经销商下游穿透走访的覆盖比例分别为 1.35%、1.86%、7.32%和 2.18%。

## 2、进一步说明对新增客户销售收入真实性的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论

会计师对新增客户执行了以下核查程序：

(1) 获取报告期收入明细表，分析并计算新增客户数量和销售金额，统计的新客户数据如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新客户家数	58	96	104	115
新客户收入	753.84	2,772.06	1,591.63	2,013.24
新客户占总收入比例	9.40%	18.38%	16.93%	20.78%

说明：表中新客户家数不包括零散客户，零散客户指报告期内各年度销售金额均小于 5 万元的客户，由于其数量较多，单一客户收入金额较小，故未将其纳入统计。

(2) 会计师对收入总体按分层抽样选取样本进行了函证，对未回函部分进行了替代测试，其中对新增客户的函证数据如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新客户函证家数	39	23	23	32
新客户函证收入	624.82	1,893.40	1,101.54	1,425.33

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
发函占新客户收入比例	82.88%	68.30%	69.21%	70.80%
新客户回函相符家数	32	20	15	22
新客户回函相符收入	527.36	1,780.24	753.80	1,284.94
回函相符占新客户收入比例	69.96%	64.22%	47.36%	63.82%
新客户回函不相符查明后相符家数	-	-	1	-
新客户回函不相符查明后相符收入	-	-	16.97	-
回函不相符查明后相符占新客户收入比例	-	-	1.54%	-
新客户未回家数	7	3	7	10
新客户未回函收入	97.45	113.16	330.77	140.38
未回函占新客户收入比例	12.93%	4.08%	20.78%	6.97%

回函不符一家为 Radium Lampenwerk GmbH 公司，差异原因为样品销售金额存在差异，会计师通过向公司销售人员及财务人员了解差异原因、复核公司提供的差异调节表、检查发行人销售记录等形成差异的原始凭证，核实了差异原因。

(3) 会计师结合客户销售金额及客户所在地域选取访谈对象，对客户进行了实地走访或视频访谈，其中对新增客户的访谈情况如下：

单位：家、万元

项目	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	
对新客户访谈家数	实地走访	1	6	7	9
	视频访谈	1	3	8	4
	合计家数	2	9	15	13
对新客户访谈收入	实地走访	33.32	1,260.34	534.97	835.76
	视频访谈	35.65	208.10	325.73	46.45
	合计收入	68.96	1,468.43	860.70	882.21
对新客户实地走访、视频访谈合计收入占新增客户收入比例	9.15%	52.97%	54.08%	43.82%	

(4) 会计师对销售收入执行细节测试，采用分层抽样选取样本，检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、出库单、客户快递签收记录/出口报关单、资金收付记录等，其中对新增客户的细节性测试数据如下：

单位：笔、万元

新增客户细节测试	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
检查凭证笔数	60	209	139	159
检查销售金额	570.98	1,956.21	1,135.98	1,258.35
占新增客户收入比例	75.74%	70.57%	71.37%	62.50%

(5) 检查新增客户于各期资产负债表日后的退货情况，分析退货原因及收入确认的合理性，对新增客户的退货情况统计如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
退货金额	0.00	0.40	0.43	0.00

(6) 获取并检查了新增客户各期末应收账款及期后回款情况，新增客户基本上为先款后货，期末欠款少且期后均已收回，具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
新增客户应收账款余额	1.16	0.87	14.51	58.91

(7) 对各期新增的前 20 大客户，包括执行了实地走访或视频访谈的新增客户登陆国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，查询客户的股东及董监高等信息，检查其工商等相关资料；登录境外客户官方网站或者取得其资信报告，了解其业务背景、主营业务与发行人相关性等内容；核实新增客户是否与发行人存在关联关系。

通过以上核查程序，会计师认为报告期发行人对新增客户的销售真实、准确，与实际情况相符。

### 3、报告期各期第四季度营业收入的核查情况，包括核查方式、核查金额、核查比例、取得的核查证据、核查结论等

会计师对报告期内第四季度的销售收入主要执行了询问、访谈、分析性复核、截止性测试、细节性测试、检查期后销售退回情况及期后回款情况等核查程序，核查情况具体如下：

(1) 获取报告期收入明细表，分析并计算第四季营业收入销售金额，统计的第四季营业收入数据如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
第四季度收入	5,353.02	3,453.29	2,709.23
第四季度占总收入比例	35.33%	36.35%	27.77%

(2) 在对客户访谈时了解销售的季节性特征，取得客户书面声明文件：与发行人之间的交易真实、有效，不存在虚构交易、违规交易或签订虚假合同的情形；询问发行人销售负责人，了解第四季度收入增加的原因，分析其合理性；将主要客户销售收入分季度及将第四季度按月份进行分析，判断是否存在异常增长的情形。

(3) 会计师对销售收入执行细节测试，采用分层抽样选取样本，检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、出库单、客户快递签收记录、出口报关单、资金收付记录等，其中对第四季度的细节性测试数据如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
第四季度收入	5,353.02	3,453.29	2,709.23
检查销售金额	4,043.08	2,397.33	1,732.02
占第四季度销售比例	75.53%	69.42%	63.93%
第四季度占总收入比例	35.33%	36.35%	27.77%

(4) 会计师从顺向及逆向两个方向执行了收入的截止性测试，包括：

①顺查：抽取报告期各期末前后 10 天的库存商品出库单，检查对应的货物出口报关单或客户快递签收记录、销售发票或销售订单等原始单据追查至销售清单，检查收入的完整性，确认收入记录于正确的会计期间。具体检查情况如下：

单位：笔数、万元

分类	2021年	2020年	2019年
报表日前 10 天			
出库单笔数	600	375	405
出库单收入金额	959.67	774.44	419.60
12 月份收入	2,394.62	1,386.53	1,322.75
测试金额占 12 月份收入比例	40.08%	55.85%	31.72%
报表日后 10 天			
出库单笔数	355	164	272
出库单收入金额	374.06	241.54	181.64
1 月份收入	518.69	724.79	424.94
测试金额占 1 月份收入比例	72.12%	33.33%	42.74%

说明：公司所在地珠海市南屏地区 2022 年 1 月 15 日至 2022 年 1 月 28 日，因突发疫情处于封控状态，故 2022 年 1 月前十日出库单占当月收入比重较大。

②逆查：从销售清单中抽取资产负债表日前后 10 天发生的销售明细账，追查至货物出口报关单或客户快递签收记录、库存商品出库单、销售发票等相关单据资料，核对签收单的客户名称、出库日期、签收日期等信息，以确定销售收入的真实性，是否存在跨期确认收入现象。具体检查情况如下：

单位：笔数、万元

分类	2021 年	2020 年	2019 年
报表日前 10 天			
销售凭证笔数	450	295	281
销售凭证收入金额	1,556.57	1,061.61	671.47
12 月份收入	2,394.62	1,386.53	1,322.75
测试金额占 12 月份收入比例	65.00%	76.57%	50.76%
报表日后 10 天			
销售凭证笔数	54	81	44
销售凭证收入金额	353.82	478.10	241.60
1 月份收入	518.69	724.79	424.94
测试金额占 1 月份收入比例	68.21%	65.96%	56.85%

(5) 检查各期资产负债表日后的退换货情况，分析退换货原因，确认不存在影响第四季度收入确认的情形，各期退换货情况统计如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
退货金额	3.64	3.18	3.49	1.71
换货金额	2.54	1.03	4.73	0.00
合计	6.18	4.21	8.21	1.71

(6) 获取并检查各期末应收账款明细及期后回款情况，分析第四季度销售形成的应收账款，检查应收账款期后收回情况，数据如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款余额	103.05	143.79	159.61
期后回款金额	103.05	143.73	155.12
确认坏账损失	0.00	0.06	4.49

通过以上核查程序，会计师认为报告期发行人第四季度的销售真实、准确，与实际情况相符。

4、收入确认是否有合理的确认证据、确认时点是否准确、是否存在提前确认收入的情况、收入确认是否与会计政策一致等发表明确意见

与同行业可比公司收入确认政策相比，公司不存在重大差异，具体如下：

公司名称	模式	收入政策
发行人	内销	①根据销售合同约定的交货方式将货物发给客户或客户自行提货，获取客户的签收回单或查询到客户的邮递签收信息； ②产品销售收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回； ③销售产品的成本能够合理计算。
	外销	①根据与客户签订的出口合同或订单，完成相关产品生产，经检验合格后向海关报关出口，取得报关单； ②产品出口收入货款金额已确定，款项已收讫或预计可以收回； ③出口产品的成本能够合理计算。
崧盛股份	内销	公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求将货物交付给客户或其指定的第三方，公司在取得客户签收单时确认收入。
	外销	公司按照与客户签订的合同、订单的相关要求，完成货物的发运、报关，在办妥出口报关手续后，公司凭经核准后的出口报关单确认收入。
爱克股份	内销	根据合同约定，将产品发出并经客户验收合格后确认收入
	外销	货物在出口发运之后风险报酬转移，公司在货物报关出口当期，依据报关单、提单（运单）等确认销售收入。

公司每笔收入确认均附有相关支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、商品出库单、发货单、客户签收信息或出口报关单等；销售回款附有资金收款凭证等。报告期内，公司已建立了完善的销售管理活动内部控制流程，针对收入截止性的内部控制，公司建立了销售收入确认的具体政策，制定了相关的流程，对销售收入确认的重要凭证，制定了相应的资料收集、传递、审核、核算的管控流程。财务部门安排专人对快递单逐单查询客户签收情况及外销报关单情况，公司严格执行以客户快递签收记录/报关单作为收入确认的依据，公司财务主管定期复核确认单据，以确保收入确认在正确期间。

经核查，会计师认为公司收入确认具有合理的确认证据、确认时点准确、不存在提前确认收入的情况、收入确认与会计政策一致。

(三) 进一步说明终端客户和终端销售情况，穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论

#### 1、进一步说明终端客户和终端销售情况

报告期内，发行人经销商终端客户主要以灯具商和装修工程商为主，零售客户和下级分销商占比较小。报告期内，发行人主要经销商的终端客户构成如下：

经销商	灯具厂商	装修工程商	零售客户	下级分销商
中山市优悠照明电器有限公司	78%	21%	1%	-
OneEightyOne.BV	20%	65%	15%	
ILLUSPACE(THAILAND)CO.,LTD.	10%	80%	10%	-
L C TECH LLP	30%	35%	35%	
雷笙科技（上海）有限公司&上海银坦照明有限公司	-	100%	-	-
深圳市勐星电子有限公司&惠州勐星科技有限公司	70%	20%	5%	5%
北京燊明智光科技有限公司	-	80%	20%	-
上海乐兹科技发展有限公司	30%	60%	-	10%
南昌科普照明设备有限公司	70%	25%	-	5%
江苏灰域智能科技有限公司	1%	10%	79%	10%

报告期内，发行人经销商下游客户主要以灯具商和装修工程商为主，零售客户和下级分销商占比较小。根据经销商进销存汇总表，经销商期末库存量平均为1至2个月左右。

申报会计师根据经销商提供的下游客户明细，针对主要经销商前10大客户中任意抽取1-2家下游终端进行走访，其中，对国内5家经销商的7家下游客户进行了实地走访，对国外2家经销商的2家下游客户进行了视频访谈，确认下游客户的销售情况。

申报会计师根据经销商进销存汇总表，经销商下游客户明细及穿透走访情况，确认发行人经销商已实现终端销售。

## 2、穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论

申报会计师穿透核查终端客户的具体核查方式包括：获取经销商进销存汇总表、终端客户明细和分类情况，访谈终端客户。

报告期内，申报会计师针对经销商实现终端销售核查过程、核查比例和取得的核查证据如下：

(1) 获取发行人主要经销商的各期采购、销售及期末库存数据，获取比例占发行人经销收入的比例分别 95.89%、93.07%、96.04%和 94.14%，由于上述经销商期末库存占其采购金额比例分别为 16.80%、21.30%、14.49%和 23.23%，经销商期末库存一般为 1-2 个月的销售量；取得报告期各期主要经销商的退货统计数据，了解及分析退货原因及合理性，判断经销商采购发行人产品已实现终端销售。

(2) 获取发行人主要经销商的下游客户明细，根据下游客户明细在其前 10 大终端客户中采用随机抽样的方式抽取 1-2 家进行走访。其中，穿透走访共覆盖国内 5 家经销商的 7 家下游客户和国外 2 家经销商的 2 家下游客户，报告期内，针对经销商下游客户走访情况如下：

序号	经销商名称	下游客户名称	方式
1	中山市优悠照明电器有限公司	江门市力业照明科技有限公司	实地走访
2	中山市优悠照明电器有限公司	中山市致格照明电器有限公司	实地走访
3	深圳市勤星电子有限公司	深圳泰和成光电技术有限公司	实地走访
4	南昌科普照明设备有限公司	赣州三合力有限公司	实地走访
5	上海银坦照明电器有限公司	上海耐源电子科技有限公司	实地走访
6	上海银坦照明电器有限公司	上海颐君照明科技有限公司	实地走访
7	上海乐兹科技发展有限公司	上海恩森照明设计工程有限公司	实地走访
8	ILLUSPACE(THAILAND)CO.,LTD.	AlmechEngineeringCO.,LTD	视频访谈
9	LCTECHLLP	LightSourceInternationalLLP	视频访谈

由于经销商下游单一终端客户采购规模较小，报告期内，经销商下游穿透走访的覆盖比例分别为 1.35%、1.86%、7.32%和 2.18%。

(3) 访谈发行人主要经销商客户，了解经销商信用政策，获取经销商下游客户构成及占比情况，确认经销商已实现终端销售。

经核查，申报会计师认为：发行人经销商已实现终端销售。

### 问题 3、毛利率变动趋势与可比公司不一致的合理性

根据首轮问询回复，(1) 2021 年发行人智能电源产品、LED 控制器的毛利率较 2020 年均略有增长，同行业可比公司 2021 年毛利率较去年同期均有所下降，主要受原材料涨价影响，发行人通过提高产品售价来抵消成本上涨的影响，单位售价涨幅高于单位成本涨幅。(2) 报告期内，发行人智能电源产品的单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用的变动趋势与 LED 控制器产品变动趋势不一致。(3) 报告期内，发行人主要产品智能电源和 LED 控制器境外销售毛利率均显著高于境内毛利率，主要受汇率影响和销售的具体产品型号有所差异。

请发行人：(1) 结合不同产品的产能利用率、生产人员变动及其薪资变动、单位制造费用明细项目变动等，进一步量化分析报告期内不同产品单位人工成本、单位制造费用、单位材料成本变动不一致的原因及合理性。(2) 结合产品结构、明细产品成本构成（料工费）与售价变动情况及其原因，量化说明智能电源产品、LED 控制器 2021 年度毛利率上升的原因及合理性，与同行业公司变动不一致的差异原因。(3) 说明报告期各期境内外主要产品的各明细产品售价、成本变动情况及其合理性，分析境外毛利率显著高于境内毛利率的原因。(4) 结合报告期内主要产品销售价格及原材料采购价格的变动情况、产品调价政策、价格传导周期等，量化分析发行人原材料价格传导机制的有效性，说明原材料价格变动风险是否全部或者主要由发行人承担。(5) 结合疫情影响、市场竞争、业务开拓情况、原材料价格传导机制、期后毛利率等，说明发行人整体毛利率水平是否存在下滑风险，请结合实际情况充分揭示相关风险。

请保荐机构、申报会计师核查上述问题并发表明确意见，并说明对成本归集的准确性、完整性及相关内控设计及执行有效性的核查情况、核查结论。

### 【发行人回复】

一、结合不同产品的产能利用率、生产人员变动及其薪资变动、单位制造费用明细项目变动等，进一步量化分析报告期内不同产品单位人工成本、单位制造费用、单位材料成本变动不一致的原因及合理性

#### 1、单位材料成本

报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器单位材料成本变动如下：

单位：元、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年
		金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
单位材料成本	智能电源	42.61	24.59	34.20	9.65	31.19	4.70	29.79
	LED 控制器	36.39	8.3	33.6	-1.98	34.28	1.87	33.65

报告期内，发行人智能电源产品单位材料成本逐年增长，2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月增长率分别为 4.7%、9.65%和 24.59%；LED 控制器产品单位材料成本整体上增长，但增长幅度低于智能电源产品，2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月增长率分别为 1.87%、-1.98%和 8.30%。

报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器单位材料成本的增长主要是原材料价格上涨所致。智能电源产品和 LED 控制器产品单位材料成本变动不一致的主要原因如下：

##### (1) 产品结构变化

发行人智能电源产品按功率大小分为大功率、中功率和小功率产品，不同功率的产品在原材料构成上有所差异，大、中功率产品的单位原材料成本明显高于小功率产品。报告期内，发行人大功率和中功率产品销量占比呈增长趋势，小功率产品占比下降，导致发行人智能电源产品平均单位材料成本不断增长。

报告期，发行人大、中、小功率智能电源产品销量占比及单位材料成本具体如下：

单位：元/个、%

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比
大功率	86.46	17.32	83.62	13.11	77.86	11.87	79.77	10.98
中功率	53.87	22.98	44.94	18.94	42.94	18.91	41.39	22.37
小功率	25.55	59.69	21.67	67.96	19.98	69.22	17.66	66.65
合计	<b>42.61</b>	<b>100.00</b>	<b>34.20</b>	<b>100.00</b>	<b>31.19</b>	<b>100.00</b>	<b>29.79</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人原材料成本和产品结构对智能电源产品平均单位材料成本的影响程度如下：

项目	2022年1-6月	2021年	2020年
平均单位材料成本变动率	24.59%	9.65%	4.70%
其中：材料成本导致的变动率	13.73%	7.17%	4.83%
产品结构导致的变动率	10.86%	2.48%	-0.13%

发行人 LED 控制器产品规格繁多，不同产品对应不同的性能要求，一般而言，性能要求越复杂的产品销售价格越高，单位材料成本也相对较高。由于 2021 年销售价格在 100 元以下的低价格档位产品占比大幅度增加，导致 2021 年 LED 控制器产品平均单位材料成本出现下降。报告期，发行人低价格档位 LED 控制器产品销量占比及单位材料成本具体如下：

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比	单位材料成本	销量占比
0-100元	24.26	51.48	24.34	53.48	23.38	44.46	22.08	43.86
100元以上	49.25	48.52	44.24	46.52	43.00	55.54	42.69	56.14
合计	<b>36.39</b>	<b>100.00</b>	<b>33.60</b>	<b>100.00</b>	<b>34.28</b>	<b>100.00</b>	<b>33.65</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人原材料成本和产品结构对 LED 控制器产品平均单位材料成本的影响程度如下：

项目	2022年1-6月	2021年	2020年
平均单位材料成本变动率	8.30%	-1.98%	1.87%

其中：材料成本导致的变动率	5.49%	3.50%	3.31%
产品结构导致的变动率	2.81%	-5.48%	-1.44%

剔除产品结构变化的影响，报告期智能电源和 LED 控制器平均单位材料成本的变动对比如下：

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年
智能电源平均单位材料成本变动率	13.73%	7.17%	4.83%
LED 控制器平均单位材料成本变动率	5.49%	3.50%	3.31%

## (2) 原材料价格上涨的影响的及时性

剔除产品结构变化的影响，发行人 2020 年智能电源和 LED 控制器平均单位材料成本的增长幅度基本一致，2021 年度和 2022 年 1-6 月智能电源平均单位材料成本的增长幅度明显高于 LED 控制器产品，主要系在此期间智能电源产品的销售增长幅度明显大于 LED 控制器的增长，因而当期销售的产品中当期生产且使用当期采购的原材料的占比也相对较高，从而原材料价格上涨对其的影响也更适时，而对 LED 控制器的影响相对滞后。

报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器收入增长情况如下：

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年
智能电源收入增长率	54.90%	81.34%	29.18%
LED 控制器收入增长率	4.92%	36.50%	-26.52%

## 2、单位人工成本

报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器单位人工成本及变动如下：

项目	2022年 1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	
单位人工成本	智能电源	3.77	18.18	3.19	-20.45	4.01	-10.49	4.48
	LED 控制器	4.17	5.30	3.96	-28.13	5.51	-3.84	5.73

2020 年和 2021 年，发行人智能电源和 LED 控制器单位人工成本均呈下降趋势，2022 年 1-6 月单位人工成本较上年增加，但发行人智能电源和 LED 控制器单位人工成本变动比例不一致，具体情况如下：

(1) 2020 年，受珠海市疫情社保减免政策影响，发行人生产人员社保费用支出较上年减少 41.87 万元，占人工成本的比例为 8.53%，发行人单位人工成本较上年下降。由于发行人 LED 控制器产品质量要求较高，2020 年发行人将 LED 控制器 SMT 贴片委外占比减少 31.32%，智能电源委外占比增加 22.26%，因此，智能电源单位人工成本降幅大于 LED 控制器。

(2) 2021 年，发行人智能电源和 LED 控制器单位人工成本的减少，主要受产能利用率和新增自动化测试设备的影响较大。报告期内，发行人产能和产能利用率如下：

单位：个

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
产能	970,513	1,980,906	1,221,503	1,204,024
产能利用率	98.78%	95.65%	93.41%	99.48%

2021 年，发行人产能利用率由 93.41% 增加至 95.65%，智能电源和 LED 控制器产量较上年分别增长 70.18% 和 32.42%，发行人产能利用率较上年增加，单位人工成本较上年减少；2021 年发行人新增自动化测试设备，减少了测试环节的生产人员数量，发行人整体单位人工成本减少。

另外，发行人针对 LED 控制器插件流程，将部分需要手工焊接的元器件通过更改工艺，用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接，减少了人工插件工时，提高了生产效率，因此，发行人智能电源单位人工成本降幅低于 LED 控制器。

(3) 2022 年 1-6 月，发行人智能电源和 LED 控制器单位人工成本较上年增加，主要原因是：2021 年 6 月，发行人生产人员工资底薪由 1,900.00 元调整到 2,200.00 元，单位人工成本较上年增加。但由于发行人中大功率智能电源产品单位人工成本高于小功率产品，随着中大功率产品占比的增加，发行人智能电源单位人工成本增幅高于 LED 控制器。

### 3、单位制造费用

报告期内，发行人智能电源和控制器单位制造费用明细如下：

单位：元/个

产品	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
智能电源	加工费	2.76	2.15	1.83	1.37
	低值易耗品	0.89	0.68	0.47	0.45
	员工福利费	0.55	0.41	0.42	0.81
	租金水电	0.21	0.27	0.43	0.44
	其他	0.17	0.23	0.16	0.19
	小计	<b>4.58</b>	<b>3.74</b>	<b>3.30</b>	<b>3.26</b>
控制器	加工费	3.11	2.61	2.58	1.65
	低值易耗品	0.97	0.89	0.65	0.59
	员工福利费	0.60	0.54	0.58	1.06
	租金水电	0.23	0.35	0.60	0.58
	其他	0.19	0.30	0.22	0.25
	小计	<b>5.11</b>	<b>4.69</b>	<b>4.63</b>	<b>4.12</b>

报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器单位制造费用均逐年增长，其中，智能电源 2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月单位制造费用增长率分别为 1.23%、13.33%和 22.46%，LED 控制器 2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月增长率分别为 12.38%、1.30%和 8.96%。发行人智能电源和 LED 控制器单位制造费用变动比例不一致，具体情况如下：

（1）2020 年，发行人智能电源和 LED 控制器单位制造费用均有所增加，主要受单位产品加工费的变动所致。2020 年发行人针对委外 SMT 贴片环节导入双工艺（红胶+锡膏），提升了波峰焊接质量和 DIP 整体效率（波峰焊接质量提升 10%，后焊效率提升 150%），采用双工艺需要另收加工费 0.004 元/点，单点成本较普通工艺增加 48.08%，发行人主要针对质量要求较高的控制器产品和大功率智能电源产品采用该工艺。因此，2020 年发行人智能电源和 LED 控制器单位加工费均有所增加，但 LED 控制器单位加工费增幅大于智能电源。

另外，2020 年发行人智能电源和 LED 控制器单位员工福利费较上年下降，主要是受疫情影响，员工外出福利活动较上期大幅减少所致。

(2) 2021 年，发行人智能电源和 LED 控制器单位制造费用均有所增加，但智能电源增长幅度高于 LED 控制器，主要原因是：

① 发行人贴片和插件所需的金属锡大幅涨价，该材料采购成本较上年增加 65.90 万元，影响发行人当期制造费用的比例为 8.83%，金属锡作为低值易耗品在制造费用中核算，发行人智能电源和 LED 控制器中单位耗用的低值易耗品均有所增加。

② 由于发行人智能电源和 LED 控制器产能利用率较高，2021 年随着产量的增加，发行智能电源产品委外占比较上年增加 18.85%，发行人智能电源其整体单位加工费较上年增幅较大，而同期发行人 LED 控制器委外占比变动较小，因此，发行人智能电源单位制造费用变动幅度大于 LED 控制器。

(3) 2022 年 1-6 月，智能电源单位制造费用增长率 22.46%，LED 控制器增 8.96%，具体原因如下：

① 2022 年 1-6 月，受限于发行人产能的影响，智能电源委外占比由 37.97% 增加至 42.24%，LED 控制器委外占比由 19.96% 增至 27.64%。其中，发行人中大功率智能电源的委外占比由 36.91% 增加至 61.71%，由于中大功率产品单板点数远大于小功率产品，因此，发行人智能电源单位产品的加工费增幅大于 LED 控制器；

② 受金属锡持续涨价的影响，发行人智能电源和 LED 控制器单位产品耗用的低值易耗品有所增加。

另外随着发行人产能的不断增加，智能电源和 LED 控制器分摊的租金水电成本逐年减少。

综上，2022 年 1-6 月，发行人智能电源单位制造费用增长幅度高于 LED 控制器具有合理性。

二、结合产品结构、明细产品成本构成（料工费）与售价变动情况及其原因，量化说明智能电源产品、LED 控制器 2021 年度毛利率上升的原因及合理性，与同行业公司变动不一致的差异原因

1、智能电源 2021 年毛利率上升的原因及合理性

报告期内，发行人智能电源单位售价、单位成本对毛利率波动的影响如下：

单位：元/个

项目	2021 年		2020 年
	金额	毛利率变动贡献/幅度	金额
毛利率	42.99%	1.10%	41.89%
单位售价	72.14	4.75%	66.25
单位成本	41.13	-3.65%	38.50
其中：材料成本	34.21	-4.19%	31.19
人工费	3.19	1.14%	4.01
制造费用	3.74	-0.61%	3.30

注：上表中各数据变动影响计算公式如下：

销售均价的影响=（本期销售均价-上期单位成本）/本期销售均价-上期毛利率；单位成本变动的  
影响=（上期单位成本-本期单位成本）/本期销售均价；

毛利率变动幅度=本期毛利率-上期毛利率=单价的影响+单位成本的影响。

2021 年，发行人智能电源产品毛利率较上年增加 1.10 个百分点，其中，销售均价上升贡献 4.75 个百分点，单位成本上升贡献-3.65 个百分点。发行人智能电源单位售价上升主要原因：

①2021 年 7 月，受原材料持续涨价的影响，发行人针对 67 款智能电源产品调整售价，调价幅度为 2%-31%，调价产品占发行人当期智能电源收入的 41.92%；

②2021 年，发行人大功率智能电源产品数量占比由 11.87%增加至 13.11%，由于大功率产品单位售价远高于中低功率产品，因此，发行人智能电源产品平均售价较上年增加。

2021 年，发行人智能电源单位成本较上年增加 3.65%，主要原因是：①受 IC 芯片及其他电子元器件供应关系紧张影响，主要原材料价格较上年有所上涨，其中，IC 芯片单位采购价格较上年增长 4.51%，变压器单位采购价格较上年增长

8.34%；②随着发行人大功率智能电源产品占比的增加，发行人智能电源产品单位成本整体较上年有所增加。

因此，发行人 2021 年毛利率增加主要是随着大功率智能电源产品占比的增加及原材料的涨价，发行人及时调整产品售价，由于调价幅度大于当期产品成本上涨幅度，发行人智能电源毛利率有所增加。

## 2、智能电源 2021 年毛利率变动与同行业公司变动不一致的原因

2020 年和 2021 年，发行人智能电源毛利率变动与同行业公司对比如下：

项目	2021 年毛利率	变动比例	2020 年毛利率
英飞特	32.21%	-7.03%	39.24%
崧盛股份	25.92%	-5.19%	31.11%
发行人	42.99%	1.10%	41.89%

2021 年，发行人智能电源毛利率较上年增加 2.63%，而可比公司英飞特和崧盛股份毛利率较上年分别下降 17.92%和 16.68%，主要原因是：

(1) 2021 年 7 月，发行人针对 67 款智能电源产品进行调整售价，调价幅度为 2%-31%，占发行人智能电源收入的比例为 41.92%；

(2) 受市场供应关系影响，2020 年下半年开始，主要原材料 IC 芯片持续涨价，交货周期大幅延长，尤其是进口芯片的交货周期较长，为避免材料紧张导致产品断货影响，2020 年下半年，发行人采购订单增幅较大，提前锁定采购价格，但由于部分产品交付时间主要集中在 2021 年，因此，2021 年，IC 芯片的涨价对发行人成本的影响低于同行业可比公司。

综上，2021 年发行人智能电源毛利率变动趋势与可比公司英飞特不一致，主要系受原材料采购价格、产品调价因素影响所致。

## 3、LED 控制器 2021 年毛利率上升的原因及合理性

报告期内，发行人 LED 控制器单位售价、单位成本对毛利率波动的影响如下：

单位：元/个

项目	2021年		2020年
	金额	毛利率变动贡献/幅度	金额
毛利率	66.63%	0.34%	66.29%
单位售价	126.61	-1.36%	131.74
单位成本	42.25	1.71%	44.41
其中：材料成本	33.60	0.54%	34.28
人工费	3.96	1.22%	5.51
制造费用	4.69	-0.59%	3.94

2021年，发行人LED控制器产品毛利率较上年上升0.34个百分点，其中，销售均价下降贡献-1.36个百分点，单位成本下降贡献1.71个百分点。发行人LED控制器单位售价和单位成本下降，主要原因是：2021年发行人单位售价100元以内的LED控制器销量占比较上年增加20.03%；另外受发行人产能利用率增加和LED控制器工序改进影响，单位人工成本较上年减少28.13%，因此，发行人LED控制器平均售价和成本较上年同期均有所下降。

#### 4、LED控制器2021年毛利率变动与同行业公司变动不一致的原因

2020年和2021年，发行人LED控制器毛利率变动与同行业公司对比如下：

项目	2021年毛利率	变动比例	2020年毛利率
爱克股份	62.17%	-4.09%	64.82%
发行人	66.63%	0.51%	66.29%

2021年，发行人LED控制器毛利率较上年波动较小，而可比公司爱克股份毛利率较上年下降4.09%，主要原因是：2020年下半年针对主要原材料IC涨价，为避免断货影响，发行人IC芯片采购量大幅增加，由于进口IC交货期较长，发行人提前锁定采购价格，IC芯片涨价对发行人2021年成本影响较小。另外，2021年受产能利用率增加及LED控制器改进插件工艺影响，LED控制器人工成本较上年有所减少，因此，2021年发行人LED控制器毛利率波动较小，而可比公司爱克股份下游均为大型工程类项目，毛利率受项目施工节点和原材料涨价的影响，2021年其照明控制系统毛利率有所下降。

综上，2021 年发行人 LED 控制器毛利率变动趋势与可比公司爱克股份不一致，主要系原材料采购价格、产品调价和下游客户不一致所致。

### 三、说明报告期各期境内外主要产品的各明细产品售价、成本变动情况及其合理性，分析境外毛利率显著高于境内毛利率的原因

#### （一）分析境外毛利率显著高于境内毛利率的原因

报告期内，发行人境内外分产品毛利率对比如下：

单位：%

项目	区域	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
境内	智能电源	35.78	40.41	36.80	32.73
	LED 控制器	59.57	60.69	60.19	60.36
	合计	<b>39.89</b>	<b>43.91</b>	<b>42.29</b>	<b>41.70</b>
境外	智能电源	44.19	49.17	52.53	53.02
	LED 控制器	67.60	70.41	70.42	71.20
	合计	<b>51.84</b>	<b>58.49</b>	<b>59.31</b>	<b>59.02</b>

报告期内，发行人主要产品智能电源和 LED 控制器境外销售毛利率均高于境内，发行人存在同类产品境外销售价格明显高于境内销售价格的情形，主要原因是：

#### （1）产品定价差异。

报告期内，发行人针对单一产品型号仅制定一个基础价格，该价格针对境内客户为含税价（包含增值税），由于发行人产品出口免增值税，该价格针对境外客户为不含税价，另外，发行人采用该价格折算为美元向客户报价时，考虑到汇率的波动风险，通常预留 3%-5%的安全边际，因此发行人境外销售价格高于境内。同一产品境内外销售定价原则如下：

境外产品售价（免税）=境内产品售价（含税价）+汇率波动安全边际。

增值税影响举例如下：

产品	假设境外毛利率	则境内毛利率	毛利率差异
----	---------	--------	-------

产品	假设境外毛利率	则境内毛利率	毛利率差异
智能电源	45.00%	37.85%	7.15%
	50.00%	43.50%	6.50%
LED 控制器	70.00%	66.10%	3.90%
	65.00%	60.45%	4.55%

由于同一产品境内和境外销售价格存在 13%的增值税差异和 3%-5%的汇率波动安全边际，发行人产品境外销售价格高于境内，产品定价的差异导致境外销售毛利率高于境内销售。

(2) 境内和境外销售的主要产品结构存在差异。

报告期内，发行人境内外销售分产品及占比如下：

单位：万元，%

项目		2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
境内	智能电源	2,941.96	36.67	7,437.95	49.32	3,928.35	41.78	2,645.86	27.31
	LED 控制器	596.12	7.43	1,577.71	10.46	1,200.71	12.77	1,470.68	15.18
	其他	397.65	4.96	450.73	2.99	35.46	0.38	56.38	0.58
	小计	3,935.72	49.06	9,466.40	62.77	5,164.52	54.93	4,172.91	43.07
境外	智能电源	2,750.13	34.28	3,095.32	20.52	1,880.12	20.00	1,850.72	19.10
	LED 控制器	1,314.56	16.39	2,478.85	16.44	1,771.20	18.84	2,574.09	26.57
	其他	21.98	0.27	41.68	0.28	586.26	6.24	1,089.92	11.25
	小计	4,086.67	50.94	5,615.86	37.23	4,237.57	45.07	5,514.73	56.93
合计		<b>8,022.39</b>	<b>100.00</b>	<b>15,082.26</b>	<b>100.00</b>	<b>9,402.09</b>	<b>100.00</b>	<b>9,687.65</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人智能电源产品境内销售占比较高，而 LED 控制器则以境外销售为主，LED 控制器产品毛利率较智能电源高约 25 个百分点左右，因此境外销售毛利率高于境内。另外，发行人智能电源在境内和境外销售中均呈增长趋势，智能电源产品对境内外毛利率的差异影响增大。报告期内，发行人智能电源产品大、中、小功率销售收入占比如下：

单位：%

区域	功率	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境内	大功率	33.68	27.59	26.45	27.91
	中功率	21.47	24.17	26.64	24.72

区域	功率	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
	小功率	44.85	48.23	46.91	47.37
	小计	100.00	100.00	100.00	100.00
境外	大功率	38.79	38.09	36.73	33.53
	中功率	37.89	37.47	40.03	45.08
	小功率	23.32	24.45	23.24	21.39
	小计	100.00	100.00	100.00	100.00

报告期内，发行人境外区域中大功率智能电源合计占比分别为 78.61%、76.76%、75.55%和 76.68%，高于境内区域中大功率智能电源的占比，由于中大功率智能电源产品毛利率高于小功率，因此发行人境外智能电源产品毛利率高于境内。

报告期内，发行人与同行业可比公司境内外毛利率对比如下：

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
英飞特	境内	-	33.75%	35.48%	33.45%
	境外	-	34.74%	42.77%	41.92%
崧盛股份	境内	23.68%	25.06%	30.04%	30.43%
	境外	38.43%	34.39%	41.81%	38.78%
发行人	境内	39.89%	43.91%	42.29%	41.70%
	境外	51.84%	58.49%	59.31%	59.02%

注：2022年1-6月，英飞特未披露其境内和境外产品毛利率，2019至2022年1-6月，爱克股份均未披露其境外销售的毛利率。

报告期内，同行业可比公司英飞特和崧盛股份境外销售的毛利率均高于境内，发行人与可比公司情况一致。

综上，发行人境外销售毛利率高于境内销售，符合生产经营实际情况，具有合理性。

**（二）说明报告期各期境内外主要产品的各明细产品售价、成本变动情况及其合理性**

发行人产品的定价原则：

发行人在境外销售价格和境内销售价格的基础上，根据单次采购量设置了四档价格，不区分经销商和直销客户，各档位之间存在一定的价格差异，其中，第一档价格最高，第二至第四档价格依次降低。发行人根据基础价格确定的境外销售价格和境内销售价格为第一档价格，各档次订货量要求及价格变动区间如下：

订货要求	价格	较上一档价格变动比例
0-99 个	第一档	-
100-299 个	第二档	4%-7%
300-999 个	第三档	3%-5%
1000-5000 个	第四档	2%-6%

经销商无论订货量多少，通常从第二档位开始执行，并享受一定的返利或优惠政策，经销商的平均采购价格低于直销客户。发行人严格执行确定的销售价格体系，销售人员没有调整价格的权限。

因此，发行人单一产品价格的变动主要受到销售区域（境内、境外）、单笔采购量和销售模式（经销、直销）及汇率的变动影响。

发行人针对同一产品型号生产不区分境内销售和销外销售，境内和境外销售单位成本一致。

### 1、智能电源

报告期内，发行人智能电源累计销售收入前 5 大产品境内外的单位售价和单位成本对比如下：

单位：元/个

序号	产品型号	区域	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
			单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本
1	SE-12-100-400-W1D	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
2	LM-150-24-G1D2	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
3	LM-150-24-G1A2	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
4	TD-10-100-400-E1P1	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**

序号	产品型号	区域	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
			单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本
5	TD-150-24-E1M1	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**

#### (1) SE-12-100-400-W1D

SE-12-100-400-W1D 系采用 DALI 协议的 12W 小功率智能电源。

##### ①单位售价

境内：2020 年，该产品单位售价较 2019 年下降 3.78%，主要系 2020 年经销商采购金额占该产品内销金额的 22.08%，而 2019 年仅为 14.01%，由于经销商价格有优惠且有返利，因此，其他单位售价较上年下降。

境外：2020 年，该产品单位售价较 2019 年增长 2.54%，主要系 2020 年产品出口平均汇率高于 2019 年所致。2021 年，该产品单位售价较 2020 年增长 9.23%，主要是公司为应对材料成本的上涨，对产品进行调价。2022 年 1-6 月，该产品单位售价较 2021 年下降 3.06%，2022 年 1-6 月销售订单第二档报价区间占比较上年减少 14.35%，因此，该产品单位售价有所下降。

##### ②单位成本

2020 年，该产品单位成本较 2019 年下降 9.61%，主要原因是：2020 年发行人引入智能电源自动测试设备等提高了生产效率，该产品的生产工时有所下降；另外受珠海市疫情期间社保减免政策影响，人工成本降低，因此，该产品 2020 年单位成本下降。

2021 年和 2022 年 1-6 月，该产品单位成本持续上涨，主要系原材料 IC 芯片单位采购价格分别较上年上涨 3.60%和 7.54%，材料涨价导致该产品单位成本上涨。

#### (2) LM-150-24-G1D2

LM-150-24-G1D2 系发行人 2020 年新开发的采用 DALI 协议的 150W 大功率调光电源。

#### ①单位售价

境内：2021 年该产品单位售价较 2020 年变动较小。2022 年 1-6 月，该产品单位售价较 2021 年增长 6.62%，主要系发行人客户上半年单笔采购量较小，适用的价格区间较高所致。

境外：2021 年该产品单位售价较 2020 年变动较小。2022 年 1-6 月，该产品单位售价较 2021 年下降 2.11%，主要原因是：2022 年 1-6 月，经销商采购金额占该产品外销金额的 30.75%，高于 2021 年经销商的占比 19.64%，由于经销商价格较低，因此该产品 2022 年 1-6 月单位售价下降。

#### ②单位成本

2021 年，该产品单位成本较 2020 年增长 10%左右，主要是原材料 IC 芯片及电子元器件涨价所致。2022 年 1-6 月较 2021 年单位成本波动较小。

### (3) LM-150-24-G1A2

LM-150-24-G1A2 系发行人 2020 年新开发的采用 0/1-10V 系列的 150W 大功率调光电源。

#### ①单位售价

境内：2021 年该产品单位售价较 2020 年增长 7.13%，主要受该产品 2021 年调价所致。2022 年 1-6 月该产品单位售价较上年增长 1.49%，变动较小。

境外：2021 年该产品单位售价较 2020 年增长 5.35%，主要受该产品 2021 年调价所致。2022 年 1-6 月该产品单位售价较 2021 年下降 3.32%，主要是因为境外客户销售收入大幅增加，单笔采购量增加导致价格有所下降。

#### ②单位成本

2021 年和 2022 年 1-6 月，该产品单位成本分别较上年上涨 11.31%和 2.77%，主要原因是受供求关系紧张影响，该产品所需电子料件涨价所致。

#### (4) TD-10-100-400-E1P1

TD-10-100-400-E1P1 系采用可控硅系列 10W 小功率智能电源。

##### ①单位售价

境内：2020 年，该产品单位售价较 2019 年上涨 0.12%，变动较小。2021 年该产品单位售价较 2020 年增长 16.08%，主要是公司为应对材料成本的上涨，2021 年 4 月，对产品进行了调价，调价幅度为 31%。2022 年 1-6 月该产品单位售价较 2021 年上涨 0.14%，单位售价波动较小。

境外：2020 年该产品单位售价较 2019 年上涨 5.40%，主要原因是受境外疫情影响，发行人主要经销商客户采购量减少，直销客户采购占比增加，该产品单位售价增加。2021 年该产品单位售价较 2020 年增长 1.68%，变动较小。2022 年 1-6 月该产品单位售价较 2021 年上涨 8.72%，主要原因是发行人以美元向客户报价，受上半年美元对人民币汇率持续走高的影响，该产品单位售价较上年增加。

##### ②单位成本

2020 年，该产品单位成本较 2019 年下降 6.35%，2021 年较 2020 年下降 7.16%，主要是 2020 年为提高生产效率，设计开发了 56 套 10W 系列电源测试治具，且 2020 年增加了 4 台智能电源自动测试设备，2021 年又增加了 2 台智能电源自动测试设备，大幅提升了生产效率。2022 年 1-6 月较 2021 年增长 9.97%，主要是 IC 类等材料订货周期变长，成本传导具有一定滞后性，2021 年下单的 IC 大部分在 2022 年入库，材料涨价导致成本上涨。

#### (5) TD-150-24-E1M1

TD-150-24-E1M1 系可控硅系列 150W 大功率调光电源，该产品于 2021 年停产，替代型号 LM-150-24-G1T2，新型号提高了产品兼容性。

### ①单位售价

2020年，该产品单位售价较2019年下降1.76%，主要是因为2020年经销商采购金额占该产品内销收入的比例由18.09%增加至31.19%，经销商价格有优惠且有返利。2021年较2020年增长0.81%，整体波动较小。

境外：该产品2019-2021年单位售价较为稳定，整体波动较小。

### ②单位成本

2019-2021年，该产品单位成本较为稳定，整体波动较小。

## 2、LED控制器

报告期内，发行人境内外LED控制器累计销售收入前5大型号境内外的单位售价和单位成本对比如下：

单位：元/个

序号	LED控制器型号	区域	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
			单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本	单位收入	单位成本
1	LT-932-OLED	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
2	LT-820-5A	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
3	M1+M3-3A	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
4	R4-5A	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**
5	F4-5A	境内	**	**	**	**	**	**	**	**
		境外	**	**	**	**	**	**	**	**

报告期内，发行人控制器单位售价高于智能电源，但由于其销售收入远低于智能电源，下游客户单次采购量普遍较小，能享受高档位的价格优惠较少，因此，少数采购量较大的直销客户和经销商的采购量对产品的单位售价影响较大。

#### (1) LT-932-OLED 解码器

该产品为DMX512解码器，单位售价较高，主要以境外销售为主。

#### A、单位售价

境内：2020年该产品单位售价较2019年增长2.96%，2020年受疫情影响，该产品销售收入大幅下滑，销售订单价格均处于最高报价区间，因此其单位售价增加。2021年和2022年1-6月该产品单位售价变动，主要系客户采购量变动导致的价格区间整体处于波动所致。

境外：2020年该产品单位售价较2019年增长2.15%，2020年受疫情影响，该产品销售收入下滑36.10%，销售订单价格主要处于报价最高区间，因此其单位售价增加。2021年该产品单位售价较上年减少6.35%，主要原因是发行人主要经销商OneEightyOne.BV针对该产品采购量较大，2021年其采购量较上年增加71.92%，由于其采购价格低于一般直销客户，因此该产品单位售价较上年减少。2022年1-6月该产品单位售价较上年增加4.14%，主要系上半年客户采购量较少，价格区间整体处于高位所致。

#### B、单位成本

2020年，该产品单位成本较2019年下降0.98%，整体波动较小。2021年，该产品单位成本较2020年下降2.48%，主要是因为控制器改进了生产工艺用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接及多台同时烧录程序等，提升了生产效率。2022年1-6月较2021年增长10.59%，主要是IC类等材料订货周期较长（MCU国产21周起，进口52周起），成本传导具有一定滞后性，2021年下单的IC大部分在2022年入库，材料涨价导致成本上涨。

#### （2）LT-820-5A 解码器

##### A、单位售价

报告期内，该产品单位售价变动，主要受2020年该产品单位售价较2019年增长2.96%，2020年受疫情影响，该产品销售收入大幅下滑，销售订单价格均处于最高报价区间，因此其单位售价增加。2021年和2022年1-6月该产品单位售价变动，主要系客户采购量变动导致的价格区间整体处于波动所致。

#### B、单位成本

2020 年该产品单位成本较 2019 年增长 4.68%，主要是本年该产品所用原材料出现过没有库存只能在现货市场以较高价格购买以按时交货。2021 年较 2020 年下降 8.72%，主要是因为控制器改进了生产工艺用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接及多台同时烧录程序等，提升了生产效率。2022 年 1-6 月较 2021 年增长 4.98%，主要是 IC 类等材料订货周期较长，成本传导具有一定滞后性，2021 年下单的 IC 大部分在 2022 年入库，材料涨价导致成本上涨。

### (3) M1+M3-3A

#### A、单位售价

2020 年较 2019 年下降 3.96%，主要是因为 2020 年经销商采购金额占该产品内销金额的 31.96%，而 2019 年为 21.51%，经销商价格有优惠且有返利。2021 年较 2020 年增长 6.22%，2022 年 1-6 月较 2021 年增长 7.61%，主要是公司为应对材料成本的上涨，对产品进行了调价。

境外：2020 年较 2019 年下降 2.88%，主要是因为 2020 年经销商采购金额占该产品外销金额的 25.79%，而 2019 年为 14.85%，经销商价格有优惠且有返利。2021 年较 2020 年增长 7.51%，2021 年销售订单满足产品数量在 0-99 个第一档最高报价区间占比 96.36%，而 2020 年为 52.54%。2022 年 1-6 月较 2021 年下降 3.71%，主要是因为 2022 年 1-6 月经销商采购金额占该产品外销金额的 40.68%，而 2021 年为 16.78%，经销商价格有优惠且有返利。

#### B、单位成本

2020 年，该产品单位成本较 2019 年下降 4.64%，主要是因为控制器改进了生产工艺用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接及多台同时烧录程序等，提升了生产效率。2021 年，产品单位成本较 2020 年变动较小。2022 年 1-6 月，该产品单位成本较 2021 年增长 6.11%，主要是 IC 类等材料订货周期较长，成本传导具有一定滞后性，2021 年下单的 IC 大部分在 2022 年入库，材料涨价导致成本上涨。

### (4) R4-5A

#### A、单位售价

境内：2020年，该产品单位售价较2019年增长4.11%，主要系发行人为应对材料成本的上涨，2020年7月对产品销售价格上调了7%所致。2021年该产品单位售价较2020年增长2.39%，主要系受2020年7月调价所致。2022年1-6月该产品单位售价较2021年增长18.93%，主要原因是该产品销售收入主要来自上海和深圳地区，受疫情影响，该产品销售收入较上年减少90.96%，由于采购量较少，其销售价格均处于最高价格区间。

境外：2020年和2021年，该产品单位售价较上年分别增长1.52%和4.20%，主要是发行人为应对材料成本的上涨，于2020年7月对该产品进行了调价7%所致。2022年1-6月该产品单位售价较2021年增长9.33%，2022年1-6月产品出口汇率较2021年增加。

#### B、单位成本

2020年，该产品单位成本分别较2019年增长3.63%，主要是该产品使用的材料本年涨价所致。2021年，该产品单位售价较2020年下降4.81%，主要是因为LED控制器改进了生产工艺用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接及多台同时烧录程序等，提升了生产效率。2022年1-6月，该产品单位成本较2021年增长20.63元，增长比例为48.07%，主要是该产品采用的TI公司的2.4GRF由于缺货严重，单位采购价格较上年增长20.00元左右，材料涨价导致该产品成本上涨。

### (5) F4-5A

#### A、单位售价

境内：2020年，该产品单位售价较2019年下降0.94%，单位售价波动较小。2021年，该产品单位售价较2020年下降2.99%，主要原因是2021年经销商采购金额占该产品境内销售金额的比例由29.55%增加至54.77%，经销商价格有优惠且有返利。2022年1-6月，该产品单位售价较2021年下降0.72%，波动较小。

境外：2020年，该产品单位售价较2019年下降1.44%，单位售价波动较小。2021年，该产品单位售价较2020年下降7.04%，主要是因为2021年经销商采购金

额占该产品外销金额的 32.49%，而 2020 年为 26.35%，经销商价格有优惠且有返利。2022 年 1-6 月，该产品单位售价较 2021 年增长 1.10%，波动较小。

#### B、单位成本

2020 年，该产品单位成本较 2019 年增长 12.18%，主要原因是该产品使用的材料本年涨价所致。2021 年，该产品单位成本较 2020 年下降 9.10%，主要原因是：2021 年发行人针对控制器改进了生产工艺用波峰焊设备自动上锡代替了手工焊接及多台同时烧录程序等，提升了生产效率。2022 年 1-6 月，该产品单位成本较 2021 年增长 13.53%，主要系产品主要原材料 IC 芯片等材料订货周期较长，成本传导具有一定滞后性，2021 年下单的 IC 大部分在 2022 年入库，原材料涨价导致成本上涨。

四、结合报告期内主要产品销售价格及原材料采购价格的变动情况、产品调价政策、价格传导周期等，量化分析发行人原材料价格传导机制的有效性，说明原材料价格变动风险是否全部或者主要由发行人承担

#### 1、主要产品销售价格及原材料采购价格的变动情况

报告期内，发行人主要产品销售价格及原材料采购价格变动如下：

单位：元/个

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
智能电源	单位售价	84.70	72.14	66.25	63.69
	单位成本	50.96	41.13	38.50	37.53
LED 控制器	单位售价	130.85	126.61	131.74	132.86
	单位成本	45.67	42.25	44.41	43.50
原材料	IC 芯片	1.25	1.11	1.06	1.01
	二级管	0.37	0.27	0.32	0.25
	电容	0.13	0.10	0.11	0.09
	变压器	3.07	2.67	2.46	2.37

报告期内，由于 IC 芯片和变压器占智能电源的成本较高，发行人智能电源销售价格和主要原材料 IC 芯片和变压器采购价格逐年增长，且增长比例差异较小。

而原材料二极管和电容由于型号较多，2021 年受型号变动原因，平均采购价格较上年略有下降，其他年度二极管和电容的变动趋势与智能电源一致。

## 2、产品调价政策

发行人的产品定价模式结合产品成本、产品的功能复杂度并维持一定的毛利率空间确定产品价格区间，并根据客户的采购量进行四档定价。报告期内，考虑到原材料市场采购价格的上涨，发行人共调整产品销售价格 2 次，具体调价情况如下：

序号	调价时间	调价产品
1	2020 年 7 月	LED 控制器 10 款产品调价 7%-54%
2	2021 年 4 月	智能电源 67 款产品调价 2%-31%

## 3、价格传导周期

发行人根据产品生产成本并结合市场竞争策略调整产品价格。报告期内，由于 IC 芯片及部分电子元器件供求关系紧张，下单到交货间隔时间较长，尤其是进口 MCU 芯片，交货周期在 1 年以上。

报告期内，发行人原材料价格波动主要是通过销售成本中直接材料的成本传导，对毛利率产生一定的影响，但对于销售单价，除受直接材料影响外，还会受产品结构、下游行业景气度以及公司新产品研发能力的影响，原材料价格波动对发行人业绩具有一定的影响。

发行人原材料主要包括 IC 芯片、电容、电感和 MOS 管等其他电子元器件等，其中以 IC 芯片采购数量最多。近年来，受疫情影响，全球材料市场供需失衡，叠加全球货币政策影响，2021 年度，IC 芯片、电容、电感等原材料价格上涨幅度较大，由于发行人的价格传导机制具有滞后性，不同产品调价幅度也有差别，原材料价格波动直接影响到发行人的采购成本和经营收益。

综上，在主要产品领域，发行人具有一定的议价能力，随着原材料价格的上涨，发行人针对产品的销售价格会相应调整，该调整过程虽存在一定的滞后性，

但发行人原材料价格传导机制仍然有效。发行人具备一定向下游传导原材料价格上涨的能力，不存在原材料价格变动风险全部或者主要由发行人承担的情况。

**五、结合疫情影响、市场竞争、业务开拓情况、原材料价格传导机制、期后毛利率等，说明发行人整体毛利率水平是否存在下滑风险，请结合实际情况充分揭示相关风险**

### 1、新冠疫情影响

2022 年上半年，国内外经济形势错综复杂，新冠疫情的起伏波动及防控压力依然存在，人员隔离、物流限制等疫情防控措施将可能对发行人原材料供应、生产经营及下游客户需求产生不利影响；同时，国外疫情形式仍相对严峻，使得全球疫情的持续时间、影响范围都具有较大不确定性。新冠疫情的影响短期内难以消除，未来一段时间内仍将影响全球各国的宏观经济形势；若未来疫情进一步蔓延，造成产业链失衡加剧，将对发行人的经营活动和整体毛利率造成不利影响。

### 2、市场竞争情况

由于智能照明市场仍处于快速发展阶段，终端客户的需求持续涌现，智能照明企业需要不断创新，同时精确判断与把握市场走势，不断推出符合市场需求的产品；随着市场中新参与者的增加，以及传统驱动电源企业切入该智能照明市场，市场竞争日益加剧。虽然发行人核心技术均是在行业主流技术的基础上进行的开发，具有竞争优势和先进性，未来不排除有新技术与发行人现有核心技术形成竞争甚至形成替代。随着智能照明市场竞争的加剧，发行人整体毛利率存在下滑的风险。

### 3、业务开拓情况

2021 年，发行人新增国内武汉和杭州办事处，构建了完善的营销网络，同时扩大了销售队伍；发行人积极参与行业展会和举办智能照明论坛，扩大产品知名度，并通过现场拜访或网络开拓等方式积极开拓境内外新客户。发行人主要通过加大研发投入不断提升产品性能、加大营销网络、提升服务等手段抢占市场，提

升市场份额，不存在通过降低售价换取市场的情况，发行人业务开拓对毛利率的影响较小。

#### 4、原材料价格传导机制

自 2020 年下半年开始，发行人主要原材 IC 芯片和其他电子元器件受供求关系影响不断涨价。在主要产品领域，发行人具有一定的议价能力，及时调整产品价格，2020 年和 2021 年整体毛利率水平波动较小。但随着原材料价格的持续上涨，发行人原材料价格传导机制存在一定的滞后性，2022 年 1-6 月发行人整体毛利率较上年有所下降。

#### 5、主要产品结构变动

发行人自 2015 年推出智能电源产品，年均复合增长率达到 80%左右，由于该产品毛利率水平低于 LED 控制器，随着智能电源收入占比的不断提高，发行人整体毛利率存在进一步下降的风险。

#### 6、期后毛利率

2022 年 1-6 月，发行人整体毛利率为 45.98%，较上年下滑 3.31 个百分点，主要是受主要原材料涨价的影响，发行人主要产品智能电源和 LED 控制器单位成本较上年均呈现快速增长趋势，而发行人上半年综合考虑疫情和市场竞争情况，未同步调整产品价格所致。

综上，疫情的不确定性、市场新进入者导致的竞争加剧、发行人产品结构的变化及原材料传导机制的滞后性，发行人整体毛利率存在下降的风险，发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、特别风险提示”补充披露如下：

#### “（二）毛利率下滑风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 51.57%、49.84%、49.29%和 45.98%，受原材料价格变动、客户需求和产品结构变化等方面因素的影响，公司综合毛利率持续下降。未来，随着行业竞争进一步加剧、疫情的不确定性、公司产品结构的变化及原材料价格的波动，公司综合毛利率存在进一步下降的风险。”

六、请保荐机构、申报会计师核查上述问题并发表明确意见，并说明对成本归集的准确性、完整性及相关内控设计及执行有效性的核查情况、核查结论

**【申报会计师回复】**

**1、申报会计师核查上述问题并发表明确意见**

**(1) 核查程序**

申报会计师执行的核查程序如下：

①核查发行人分产品、分渠道、分地区和分客户的销售明细表，询问发行人销售负责人和财务负责人，了解及分析公司毛利率变动的合理性；

②查阅可比公司公开信息，对发行人与可比公司分产品、境内外销售毛利率差异进行复核，结合可比公司公开信息的相关表述，分析毛利率差异的具体原因；

③取得发行人定价及调价制度，询问发行人销售负责人，了解及检查发行人报告期的价格变化情况，确认发行人保持高毛利的合理性；

④获取发行人各报告期末在手订单，询问发行人销售负责人和财务负责人，了解及分析各产品毛利率差异的具体原因及高毛利的可持续性。

**(2) 核查结论：**

经核查，申报会计师认为：

①报告期内，发行人智能电源和 LED 控制器产品单位材料成本、单位人工成本和单位制造费用变动不一致，主要是受产品内部不同型号占比变动、原材料采购价格上涨、生产人员工资调整及疫情期间社保减免，委外加工占比变动影响所致；

②2021 年发行人智能电源产品毛利率增加主要系发行人调整产品售价和毛利率相对较高的中大功率产品销售占比增加较大所致；发行人 LED 控制器产品毛利率增加主要是产品具体型号销量变动，单位售价下降，以及工序作业改进单位人工成本减少影响，单位成本下降，而单位售价下降幅度低于单位成本所致；

③发行人对报告期内各期境内外主要产品的各明细产品售价、成本变动分析具有合理性；发行人境外毛利率显著高于境内，主要系发行人针对具体型号产品制定价格，存在增值税税率及汇率波动的影响；以及受境内外不同产品占比、增值税税率及汇率波动的影响所致；

④随着原材料价格的上涨，发行人针对产品的销售价格会相应调整，该调整过程虽存在一定的滞后性，但发行人原材料价格传导机制仍然有效。发行人具备一定向下游传导原材料价格上涨的能力，不存在原材料价格变动风险全部或者主要由发行人承担的情况；

⑤受疫情的不确定性、市场新进入者导致的竞争加剧、发行人产品结构的变化及原材料传导机制的滞后性的影响，发行人整体毛利率存在下滑的风险。

## 2、说明对成本归集的准确性、完整性及相关内控设计及执行有效性的核查情况、核查结论

公司的生产成本包括直接材料、直接人工和制造费用（含外协加工）。公司成本核算中，直接材料按生产部门以订单的 BOM 用量归集，能够保证直接材料归集的准确性和完整性；直接人工、制造费用按实际发生额进行归集，保证了直接人工、制造费用归集的完整性；公司产品具有生产周期较短、直接人工和制造费用在产品成本中所占比重较小等特点，故期末在产品未分摊人工成本和制造费用；外协加工费与直接人工及制造费用一样按产品标准工时进行分摊。

公司的成本相关内控主要包括原材料出入库相关的控制、直接材料分配、制造费用归集及直接人工相关的归集及分配的内控：

报告期内，公司材料费用根据直接领用情况进行分配，原材料的采购入库及领用环节主要涉及仓储部门、生产部门和财务部门；公司建立和健全了相应内部规章制度，明确各部门的责任，相关制度规定：凡是材料的收发、领退都应符合内部的审批手续，必须经过必要的验收程序，并填制出入库单；采购入库通过质检部验收后仓储人员在系统中录入入库单，生产部门领用时出库单的签字手续必须齐全，需经过仓储部门保管员、生产部门领用人员签字确认后一式三联，仓储

人员需及时录入领用原材料情况。上述内控的有效执行利于公司直接材料的归集及分配更准确。

制造费用的归集依照岗位分离原则和授权审批制度：不得由一个人办理费用支出业务的全过程，费用经办和审批相分离，未经授权的部门和人员不得经办费用的支付业务。其次成本费用的支出实行授权审批制度，在业务发生的初始环节进行审批控制。各部门负责人在授权审批范围内依照相应的审批流程对费用进行审批。制造费用发生过程中的职责分离及严格的审批流程使费用的归集更严格准确。

直接人工的归集按照生产人员考勤，生产部负责人准确的统计生产部门人员考勤表，并月末及时报送行政人事部门，行政人事部门负责计算好部门人员薪酬报给财务部审核并作为成本计入直接人工费用，并按产品标准工时分摊入各产品成本。

申报会计师对公司成本核算执行了以下核查程序：

①询问发行人生产负责人、财务负责人有关主要产品的生产流程、产品生产环节、生产工艺与技术难度、各工序自动化程度、各工序人员配备等情况，实地查看了发行人产品生产全流程，了解发行人成本核算过程，结合生产特点和成本管理的要求等，判断企业的成本核算方法是否符合《企业会计准则》及其应用指南的有关规定和企业的实际情况；

②了解发行人与存货管理及成本归集、核算相关的内部控制制度、财务核算制度的设计和执行，评价其相关内部控制设计的有效性，并对关键控制流程的运行有效性进行测试；

③取得发行人报告期每月的成本核算表，检查核算表的直接材料归集方法，并将成本核算表的产品直接材料价格与 BOM 用量表进行核对，检查其归集的准确性；了解产品工时标准的制定过程，分析工时标准的合理性；获取产品标准工时计算表，复核制造费用及直接人工的成本分摊过程及数据准确性；复核各月产成品与在产品的成本分配的准确性；

④获取原材料收发存明细表与汇总表，检查领料单，并对材料计价进行测试，对耗用的主要原材料与生产总量相配比，分析投入产出比是否合理，分析判断主要原材料耗用量与生产总量变动趋势是否一致，判断是否存在异常波动情形；对主要供应商实施函证及访谈，证实原材料的购进情况；对公司原材料采购凭证按分层抽样选取样本进行细节性测试，检查采购入库单、合同及发票等原始凭证，复核材料入账金额的准确性；对采购原材料出入库进行截止性测试，核实其成本是否计入正确的会计期间。

⑤获取生产部门工资表、生产部门人员花名册，将人员花名册与工资表上统计的生产部人员进行核对，核实生产人员工资统计的完整性；并于报告期各期分别抽查 7 个月的工资发放情况，检查工资发放申请单、员工考勤记录、经财务部审核盖章的工资发放明细表、工资支付等单据，与工资统计表及成本核算表中的生产部门各月人员工资进行核对，核实车间人员工资归集、核算的准确性；

⑥获取公司低值易耗品领用明细表，检查领用出库单，与账面数据进行核对；抽查了车间人员社保及公积金支付凭证，检查社保及公积金缴纳明细表、银行付款单，并与入账金额核对，复核制造费用数据准确性及完整性；并对制造费用截止性进行测试，核实其成本费用是否计入正确的会计期间；取得发行人报告期内委外加工费用统计表，选取委外加工数量大、交易金额高的供应商进行函证；对委外加工费用进行细节测试，检查包括合同、委托加工材料出入库单、验收报告、资金支付凭证等，核查委外加工费用入账的准确性；

⑦取得发行人生产用电数量统计表，检查电费支出凭证，是否与用电数量匹配；

⑧获取产成品及半成品出入库明细表，并检查出入库单据，核实产成品出入库数量与入账的准确性；核对产成品及半成品出库数量与销售结转成本数量，核实成本结转的完整性与准确性；对产成品进行计价测试，复核其入账价值的准确性；对产成品出入库进行截止性测试，核实其成本是否计入正确的会计期间。

⑨获取主营业务成本明细表，复核主营业务成本明细表的正确性，编制生产成本与主营业务成本倒轧表，复核成本的完整性；

⑩通过期末对存货的监盘，核实存货的真实性及准确性。

经核查，申报会计师认为发行人成本归集准确、完整，相关内控制度设计合理并有效执行。

#### 问题 4、与江门雷特交易的公允性

根据首轮问询回复，报告期内，发行人存在向江门雷特销售 LED 控制器的情况；对于同类产品，发行人向江门雷特的销售价格与其他客户存在较大差异，如智能家居产品 DCE-54-280-H2R，发行人向江门雷特的销售价格为 42.48 元/个，向其他客户销售的价格为 64.52 元/个；控制器产品 LT-451-12A，发行人向江门雷特的销售价格为 371.68 元/个，向其他客户销售的价格为 165.25 元/个。

请发行人：（1）进一步分析向江门雷特进行销售是否具有商业合理性，说明同类产品向江门雷特的销售单价及销售毛利率与其他客户存在差异的原因及合理性。（2）说明向不同客户的定价方式，说明自 2016 年与江门雷特合作以来定价方式是否一致及变化原因的合理性。（3）说明江门雷特报告期各月采购数量及采购单价，同应用领域和产品系列的其他客户各月采购数量及采购单价，能否支持关联销售价格具有公允性的结论。

请保荐机构、发行人律师及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确核查意见。（2）进一步说明对关联方认定完整性、关联交易公允性的具体核查过程及核查结论，中介机构在尽职调查过程中是否勤勉尽责。（3）说明发行人关联交易及视同关联交易金额对销售收入比重的影响。

#### 【发行人回复】

一、进一步分析向江门雷特进行销售是否具有商业合理性，说明同类产品向江门雷特的销售单价及销售毛利率与其他客户存在差异的原因及合理性

报告期内，发行人存在向江门雷特销售 LED 控制器、智能电源和智能家居的情况，除 IMS-DALI 系列控制器外，其他产品均为零星销售，主要原因是：

(1) 江门雷特主营业务为各类 LED 灯具的研发、生产和销售，为配合 LED 灯具的生产测试或销售展示，江门雷特从发行人采购少量的智能电源、LED 控制器等产品；

(2) 而江门雷特采购 IMS-DALI 系列控制器主要是应其下游客户要求，采购该产品配合其线条灯在工程类项目中使用，由于发行人产品在智能调光领域具有一定的优势，且前期针对该系列控制器为其进行定制设计了软件测试套装，因此，发行人向江门雷特销售产品具有商业合理性。

报告期内，发行人向江门雷特销售单价及毛利率及其他客户同类产品对比如下：

单位：个、元/个、元

年度	产品名称	型号	销售数量	单价	金额	毛利率	其他客户同类产品价格	价格差异	毛利率差异
转让前	LED 控制器	E610	3	75.22	225.66	57.19%	80.59	-5.37	-4.55%
		EDA4	3	132.74	398.23	57.56%	155.78	-23.04	-7.42%
		EDT2 (注 1)	4	203.54	814.16	65.03%	180.81	22.73	3.49%
		LT-424 (注 1)	1	69.91	69.91	74.31%	66.32	3.59	3.39%
		LT-451-12A	3	371.68	1,115.04	87.48%	165.25	206.43	15.54%
		IMS-DALI 系列	5,966	117.07	698,453.12	55.55%	定制类产品		
	智能电源	DALI-PS-DIN	7	125.16	876.10	84.61%	127.88	-2.72	1.67%
	智能家居	RC4-RF-B	3	33.63	100.89	15.48%	37.02	-3.39	-9.81%
		DCE-48-560-H2R	2	39.83	79.65	3.70%	46.02	-6.19	-22.98%
		DCE-36-280-H2R	1	34.51	34.51	-2.06%	38.05	-3.54	-9.79%
		DCE-54-280-H2R	1	42.48	42.48	7.72%	64.52	-22.04	-31.49%
		GW-WF-PRO	2	353.10	706.19	72.50%	479.72	-126.62	-7.34%
		ST-75-24-W2R	2	115.93	231.86	6.53%	128.41	-12.48	-7.92%
展箱	LT-DISPLAY-BOX-CN	1	591.15	591.15	26.35%	600.80	-9.65	-1.18%	

年度	产品名称	型号	销售数量	单价	金额	毛利率	其他客户同类产品价格	价格差异	毛利率差异
转让后	LED控制器	E610P	2	110.62	221.24	65.05%	93.65	16.97	6.21%
		E610	1	101.77	101.77	68.79%	70.43	31.34	13.61%
		IMS-DALI系列	101	132.74	13,407.08	52.19%	定制类产品		

注 1: EDT2 和 LT424 产品销售由于经销商占比较高, 经销商单笔采购量较大, 采购价格较低, 因此该产品销售给江门雷特价格高于其他客户。

2019 年至 2020 年 10 月, 江门雷特作为发行人控股子公司, 发行人向其销售智能电源、LED 控制器和智能家居, 销售单价及毛利率通常低于其他客户同类产品均价, 主要原因是发行人为支持江门雷特 LED 灯具业务发展, 针对其零星采购均给予其一定的价格优惠, 并根据其产品定制生产了 IMS-DALI 系列控制器, 给予其充分的业务支持, 由于上述交易金额较小, 且在合并范围内进行抵销, 因此, 其对发行人经营业绩影响较小。

2020 年, 发行人销售给江门雷特 3 台 LT-451-12A 控制器, 销售单价和毛利率均高于其他客户同类产品, 主要原因是: 为满足江门雷特测试 DALI 产品的功能要求, 发行人为该产品专门定制了 DALI 测试工装, 由于定制品需要更改软件, 且涉及数量较少, 因此, 单位售价和毛利率高于其他客户同类产品。

2021 年, 发行人销售 3 台 E610 系列 LED 控制器给江门雷特, 单位售价和毛利率高于其他客户同类产品, 主要原因是: 2021 年江门雷特作为独立第三方, 发行人按照制定的标准价格向其销售, 由于采购数量较少, 适用于第一档销售价格, 因此, 其单位售价和毛利率高于其他客户同类产品均价。

## 二、说明向不同客户的定价方式, 说明自 2016 年与江门雷特合作以来定价方式是否一致及变化原因的合理性

### 1、说明向不同客户的定价方式

报告期内, 发行人根据单笔订货数量设置了不同的价格档位, 各档位之间存在一定的价格差异, 其中, 第一档价格最高, 第二至第四档价格依次降低。报告期内, 发行人同一产品销售价格档位如下:

订货要求	价格	较上一档价格变动比例
0-99 个	第一档	-

订货要求	价格	较上一档价格变动比例
100-299 个	第二档	4%-7%
300-999 个	第三档	3%-5%
1000-5000 个	第四档	2%-6%

## 2、说明自 2016 年与江门雷特合作以来定价方式是否一致及变化原因

发行人自 2016 年将江门雷特纳入合并范围，在合并期间，发行人针对其零星采购给予其一定的价格优惠，并根据其需求，为其提供定制化产品。

2020 年 10 月，发行人将江门雷特股权转让给第三方，发行人后续向其销售产品均按照制定的价格体系与其他客户保持一致，发行人对其不再提供额外优惠政策。

综上，发行人自 2016 年与江门雷特合作至 2020 年 10 月对外转让前，定价方式未发生变化。发行人将其对外转让后，定价方式发生变化，发行人对其不再提供额外优惠政策。

## 三、说明江门雷特报告期各月采购数量及采购单价，同应用领域和产品系列的其他客户各月采购数量及采购单价，能否支持关联销售价格具有公允性的结论

报告期内，江门雷特各月采购数量及采购单价，同应用领域和产品系列的其他客户各月采购数量及采购单价对比如下：

单位：个、元/个

月份	产品名称	型号	江门雷特		其他客户		单价差异率	差异原因
			数量	单价	数量	单价		
2019 年 5 月	控制器	E610	3	75.22	132	76.43	1.58%	给予子公司价格优惠
	智能家居	RC4-RF-B	2	33.63	9	38.35	12.31%	给予子公司价格优惠
	智能家居	GW-WF-PRO	2	353.1	4	569.25	37.97%	给予子公司价格优惠
	智能家居	DCE-36-280-H2R	1	34.51	143	38.05	9.30%	给予子公司价格优惠
	智能家居	DCE-48-560-H2R	2	39.83	265	46.02	13.45%	给予子公司价格优惠
	智能家居	DCE-54-280-H2R	1	42.48	28	64.52	34.16%	给予子公司价格优惠
2019 年 9 月	控制器	EDA4	1	132.74	28	155.18	14.46%	给予子公司价格优惠
	控制器	LT-424	1	69.91	8	87.61	20.20%	给予子公司价格优惠
	控制器	IMS-DALI-1000	82	139.82				定制类产品
	电源	DALI-PS-DIN	1	115.04	37	151.36	24.00%	给予子公司价格优惠
	智能家居	RC4-RF-B	1	33.63	261	39.94	15.80%	给予子公司价格优惠

月份	产品名称	型号	江门雷特		其他客户		单价差异率	差异原因
			数量	单价	数量	单价		
	智能家居	ST-75-24-W2R	2	115.93	20	118.58	2.23%	
2019年12月	控制器	IMS-DALI-1000	194	139.82				定制类产品
	控制器	IMS-DALI-700	129	139.82				定制类产品
2020年3月	控制器	EDA4	2	132.75	34	152.55	12.98%	给予子公司价格优惠
	电源	DALI-PS-DIN	2	115.05	187	128.37	10.38%	给予子公司价格优惠
2020年4月	展箱	LT-DISPLAY-BOX-CN	1	591.15	11	600.80	1.61%	
2020年5月	控制器	EDT2	3	203.54	12	177.15	-14.90%	经销收入占比较高，由于经销商单笔采购量较大，价格较低，拉低了平均售价
	控制器	LT-451-12A	3	371.68	5	166.37	-123.41%	为其专门定制了测试软件
	电源	DALI-PS-DIN	3	132.74	50	139.16	4.61%	
2020年6月	控制器	IMS-DALI-TYP-2000	100	104.42				定制类产品
2020年7月	控制器	IMS-DALI-700	428	122.12				定制类产品
	控制器	IMS-DALI-1000	3,070	122.12				定制类产品
2020年8月	控制器	IMS-DALI-TYP-2000	1,448	93.81				定制类产品
2020年9月	控制器	EDT2	1	203.54	52	162.73	-25.08%	经销收入占比较高，由于经销商单笔采购量较大，价格较低，拉低了平均售价
2020年10月	控制器	IMS-DALI-1000	475	132.74				定制类产品
	控制器	IMS-DALI-700	40	132.74				定制类产品
	电源	DALI-PS-DIN	1	132.74	45	135.77	2.23%	
2021年9月	控制器	E610P	2	110.62	850	91.22	-21.27%	经销收入占比较高，由于经销商单笔采购量较大，价格较低，拉低了平均售价
2021年11月	控制器	E610	1	101.77	120	83.23	-22.28%	零星采购价格高于同类客户大批量采购价格
2022年3月	控制器	IMS-DALI-1000	101	132.74				定制类产品

2019年至2020年10月，江门雷特作为发行人控股子公司，发行人针对其零星采购给予其一定的价格优惠，交易额较小且在合并报告层面，上述内部关联交易已抵销，对发行人经营业绩影响较小。

2020年10月后，发行人将江门雷特股权转让给第三方，发行人后续向其销售产品均按照制定的价格体系与其他客户保持一致，关联销售价格公允。

四、请保荐机构、发行人律师及申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确核查意见。（2）进一步说明对关联方认定完整性、关联交易公允性的具体核查过程及核查结论，中介机构在尽职调查过程中是否勤勉尽责。（3）说明发行人关联交易及视同关联交易金额对销售收入比重的影响

**【会计师回复】**

**（一）核查上述事项并发表明确核查意见**

**1、核查程序：**

①获取公司 2019 年至 2022 年 1-6 月销售明细表，检查与江门雷特分产品、型号的交易数量、单价，检查相应的合同或订单、出库单、快递签收单、发票等原始凭证，复核数量、单价的准确性；询问发行人销售负责人、财务负责人，了解及分析向江门雷特销售的原因，以及同类产品与其他客户售价、销售毛利率的差异情况；

②取得发行人定价及调价制度，询问发行人销售负责人，了解发行人自 2016 年与江门雷特合作以来的定价方式及变动情况，以及与其他客户定价的差异情况；

③检查分产品、型号统计的发行人向江门雷特与其他客户的销售数量、单价，复核单价确定是否遵循发行人定价政策，是否与其他客户一致。

**2 核查结论**

经核查，申报会计师认为：

①发行人与江门雷特合作主要是基于双方处于上下游关系，向江门雷特销售具有合理性；发行人转让江门雷特前，向江门雷特销售同类产品与其他客户存在售价、销售毛利率差异，主要是江门雷特作为发行人控股子公司，发行人为支持其发展而给予一定的价格优惠，具有合理性；

②发行人根据客户单笔订货数量不同设置了 4 档销售价格；发行人自 2016 年与江门雷特合作以来定价方式发生变化，变化原因主要是考虑将其对外转让后，

江门雷特作为独立的第三方，与其他客户一样按照公司制定的价格体系采购产品，发行人对其不再提供额外优惠政策，变动原因具有合理性；

③发行人将江门雷特转让后，江门雷特作为独立的第三方，与其他客户一样按照公司制定的价格体系采购产品，江门雷特报告期各月采购数量及采购单价，与同应用领域和产品系列的其他客户各月采购数量及采购单价对比，关联销售价格具有公允性。

(二) 进一步说明对关联方认定完整性、关联交易公允性的具体核查过程及核查结论，中介机构在尽职调查过程中是否勤勉尽责。

#### 1、关联方认定的完整性

##### (1) 核查程序

根据《中华人民共和国公司法》《上市公司信息披露管理办法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》等规定，会计师对发行人关联方逐一识别、认定，具体情况如下：

法律法规	对关联方的认定	发行人是否披露
《中华人民共和国公司法》	控股股东	是
	实际控制人	是
	董事、监事、高级管理人员与其直接或者间接控制的企业	是
《上市公司信息披露管理办法》	直接或者间接地控制上市公司的法人	是
	由前项所述法人直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人	不适用
	关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人	是
	持有上市公司 5%以上股份的法人或者一致行动人	是
	直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的自然人	是
	上市公司董事、监事及高级管理人员	是
	直接或者间接地控制上市公司的法人的董事、监事及高级管理人员	是
直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的自然人、上市公司董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母	是	

法律法规	对关联方的认定	发行人是否披露
	在过去 12 个月内或者根据相关协议安排在未来 12 月内，存在上述情形之一的	不适用
	中国证监会、北京证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的自然人、法人	是
《北京证券交易所股票上市规则（试行）》	直接或者间接控制上市公司的法人或其他组织	是
	由前项所述法人直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或其他组织	不适用
	关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或其他组织	是
	直接或者间接持有上市公司 5% 以上股份的法人或其他组织	是
	在过去 12 个月内或者根据相关协议安排在未来 12 个月内，存在上述情形之一的	不适用
	中国证监会、北京证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的法人或其他组织	不适用
	直接或者间接持有上市公司 5% 以上股份的自然人	是
	上市公司董事、监事及高级管理人员	是
	直接或者间接地控制上市公司的法人的董事、监事及高级管理人员	是
	直接或者间接持有上市公司 5% 以上股份的自然人和上市公司董事、监事及高级管理人员的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母	是
	在过去 12 个月内或者根据相关协议安排在未来 12 个月内，存在上述情形之一的	是
中国证监会、北京证券交易所或者上市公司根据实质重于形式原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能或者已经造成上市公司对其利益倾斜的自然人	是	
《企业会计准则第 36 号——关联方披露》	该企业的母公司	是
	该企业的子公司	是
	与该企业受同一母公司控制的其他企业	不适用
	对该企业实施共同控制的投资方	不适用
	对该企业施加重大影响的投资方	是
	该企业的合营企业或联营企业	不适用
	该企业的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。主要投资者个人，是指能够控制、共同控制一个企业或者对一个企业施加重大影响的个人投资者	是
	该企业或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。关键管理人员，是指有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员。与主要投资者个人或关键管理人员关系密切的家庭成员，是指在处理与企业的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员	是

法律法规	对关联方的认定	发行人是否披露
	该企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业	是

将获取的关联方名单与公司供应商、客户及往来单位的名称比对，检查是否存在关联方交易或关联方资金往来。

检查发行人控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员书面出具的关联关系调查表；检查发行人与上述相关方签署的购销合同，及发行人出具的说明文件；访谈发行人的主要客户、供应商及其相关负责人员；登录国家企业信用信息公示系统、企查查等公示网站，检索主要客户、供应商工商登记信息，以及关联自然人相关信息。

综上，发行人的关联方认定符合《中华人民共和国公司法》《上市公司信息披露管理办法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关要求，完整披露了关联方，申报会计师在尽职调查过程中勤勉尽责。

## （2）核查结论

发行人已按照《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，完整披露了关联方；会计师在调查过程中勤勉尽责。

## 2、关联交易公允性

### （1）核查程序

① 询问发行人销售负责人、财务负责人，了解关联交易发生的具体原因及分析其合理性；

② 获取发行人各产品销售价目表，核查江门雷特的采购价格是否与相应规格型号产品的报价相符；检查发行人同规格型号产品向江门雷特与其他客户的报价；确认定价的合理性、公允性；

③获取发行人报告期内销售清单，分产品规格型号统计表与江门雷特及其他客户的交易情况，询问发行人销售负责人，了解发行人与江门雷特的交易背景、定价情况，及与其他客户存在定价及毛利率差异的原因；

④核查发行人转让江门雷特的资产评估报告，复核评估方法、评估依据，评估报告假设等合理性，确认上述交易的公允性；

⑤检查发行人关联专利许可的相关合同，相关专利的取得及使用情况。

## (2) 核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人关联交易价格公允；会计师在调查过程中勤勉尽责。

## (三) 说明发行人关联交易及视同关联交易金额对销售收入比重的影响

报告期内，发行人经常性交易包括关联采购、与江门雷特之间的关联销售和关键管理人员薪酬。其中，关联采购金额占当期采购额的比例分别为 5.27%、1.47%、0%和 0%。发行人偶发性关联交易包括关联担保、受让专利及处置子公司股权。上述关联交易除关联销售外，其他关联交易对发行人销售收入无影响。

报告期内，发行人关联交易及视同关联交易金额占销售收入的比重如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
向江门雷特销售收入	1.34	0.03	64.54	5.84
占发行人营业收入的比例	0.02%	0.00%	0.68%	0.06%

报告期内，发行人关联销售及视同关联销售金额占营业收入的比重分别为 0.06%、0.68%、0%和 0.02%，对发行人的经营业绩影响较小。

### 问题 5、资金流水核查情况

根据首轮问询回复，保荐机构、申报会计师未说明资金流水的具体核查情况。

请保荐机构及申报会计师补充说明：（1）资金流水核查选取标准的依据、具体对象、资金流水核查笔数、核查比例及核查结论，大额资金流水支出所对应的具体用途、交易对手方及相关证据情况。（2）资金流水核查的重要性水平和核查比例是否足够支持核查结论，并对发行人实际控制人和客户、供应商的实际控制人及关联方、员工是否存在资金往来发表明确意见。（3）说明如何验证经销商实现终端销售，发行人报告期内收入真实准确完整。

#### 【申报会计师回复】

一、资金流水核查选取标准的依据、具体对象、资金流水核查笔数、核查比例及核查结论，大额资金流水支出所对应的具体用途、交易对手方及相关证据情况

#### （一）资金流水核查选取标准的依据、具体对象

根据《首发若干问题解答》，发行人资金流水核查主体的范围为：发行人、发行人子公司、控股股东、实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员（出纳、销售总监、采购总监）。

#### 1、发行人及其子公司

##### ①资金流水核查标准的依据

申报会计师在对资金流水分析的基础上，基于发行人及其子公司自有银行账户之间资金划转（美元账户支出主要为转出到人民币账户）以及购买银行理财产品（主要为人民币账户）在各期资金流水收支占比较高的考虑，核查人民币账户资金流入和流出的比例均在 90%以上，美元和欧元账户资金流入比例为 85%以上、流出比例为 90%以上。资金流水具体核查标准如下：

期间	币种	核查标准
----	----	------

期间	币种	核查标准
2019年-2021年	人民币	序时账：借方发生额≥2万、贷方发生额≥4万 银行流水：流入≥2万、支出≥4万
	美元	序时账：借方发生额≥3千5百、贷方发生额≥2万 银行流水：流入≥3千5百、支出≥2万
	欧元	序时账：借方发生额≥3千5百、贷方发生额≥2万 银行流水：流入≥3千5百、支出≥2万
2022年1-6月	人民币	序时账：借方发生额≥2万、贷方发生额≥4万 银行流水：流入≥2万、支出≥4万
	美元	序时账：借方发生额≥3千5百、贷方发生额≥2万 银行流水：流入≥3千5百、支出≥2万
	欧元	序时账借方：发生额≥3千5百、贷方发生额≥2万 银行流水：流入≥3千5百、支出≥2万

②资金流水核查主体、账户数量及获取资料情况如下：

序号	名称	与发行人关系	核查账户数量	资料获取情况
1	雷特科技	发行人	15	银行流水、已开立银行结算账户清单、企业信用报告
2	江门雷特	发行人子公司	3	
3	广东雷特	发行人子公司	1	
4	雷特照明	发行人子公司	1	
5	小雷科技	发行人子公司	1	
6	小雷智能	发行人子公司	1	

注1：江门雷特于2020年10月转让，银行流水核查期间为2019.1.1-2020.10.31。

注2：小雷智能于2021年10月注销，银行流水核查期间为2019.1.1-注销前。

## 2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

报告期内，发行人控股股东为雷特投资，该公司无实际经营业务，除雷特投资外，实际控制人不存在控制其他企业的情况。雷特投资大额资金流入流出主要包括分红、购买和赎回银行理财产品，为确保覆盖资金流入和流出的比例均在80%以上，将其资金流水核查大额标准确定为20万元，资金流水核查主体如下：

序号	名称	与发行人关系	核查账户数量	资料获取情况
1	雷特投资	控股股东	1	银行流水、已开立银行结算账户清单、企业信用报告

### 3、关联自然人及关键岗位人员

报告期内，发行人实际控制人及其配偶、董事（不包括独立董事）、监事、高级管理人员和关键岗位人员的资金流水核查标准为 5 万元以上（含 5 万元），并根据核查比例，适当增加核查笔数，确保核查流出比例覆盖 70%以上。资金流水核查主体、账户数量及获取资料情况如下：

序号	名称	职务	核查账户数量	资料获取情况
1	雷建文	董事长、总经理	14	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
2	雷建强	董事、副总经理	17	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
3	王华荣	董事、董事会秘书	8	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
4	吴忠仁	董事、副总经理	10	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
5	卓颖钊	董事	24	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
6	何振超	董事	18	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
7	张耀	董事(外部董事)	4	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
8	梁焕燕	监事会主席	5	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
9	蔡伟	职工代表监事	7	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
10	张莉钦	监事	11	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
11	傅亮平	财务总监	11	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
12	吴贻叶	出纳	4	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
13	李方方	销售总监	3	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函
14	李曼琪	采购主管	4	银行流水、个人信用报告，流水完整性、规范性承诺函

（二）资金流水核查笔数、核查比例及核查结论，大额资金流水支出所对应的具体用途、交易对手方及相关证据情况

### 1、发行人及其子公司

单位：万元、笔

币种	分类	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
人民币	累计流入金额	24,263.62	60,131.67	44,616.56	40,819.26
	累计支出金额	25,775.99	58,248.16	46,589.15	41,729.21
	核查笔数	980	2447	1560	1,368.00
	流入核查金额	23,622.63	58,600.53	43,382.04	39,266.48
	支出核查金额	24,881.95	56,197.44	44,924.03	39,970.00
	流入核查占比	97.36%	97.45%	97.23%	96.20%
	支出核查占比	96.53%	96.48%	96.43%	95.78%
美元	累计流入金额	649.69	732.08	707.48	2,166.23
	累计支出金额	638.90	736.89	727.41	2,229.16
	核查笔数	553	678	520	653.00
	流入核查金额	623.90	633.70	621.24	2,069.73
	支出核查金额	637.74	734.96	725.79	2,225.22
	流入核查占比	96.03%	86.56%	87.81%	95.55%
	支出核查占比	99.82%	99.74%	99.78%	99.82%
欧元	累计流入金额	5.15	-	4.08	3.53
	累计支出金额	1.50	-	2.08	3.53
	核查笔数	4	-	6	4.00
	流入核查金额	5.15	-	4.04	3.53
	支出核查金额	1.50	-	2.07	3.53
	流入核查占比	100.00%	-	99.01%	99.92%
	支出核查占比	99.90%	-	99.86%	99.92%

注：上述发生额含发行人及其子公司各自银行账户之间资金划转。

报告期内，发行人及其子公司资金支出的具体用途及金额如下：

单位：万元/%

用途	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
各自银行账户之间资金划转	9,556.88	31.90	19,827.84	30.86	12,181.73	23.58	30,520.05	49.28
认购银行理财产品	10,650.00	35.55	24,928.63	38.80	27,807.31	53.83	20,752.93	33.51
采购货款	5,807.69	19.39	10,466.42	16.29	6,278.67	12.16	4,473.63	7.22
应交税费	476.63	1.59	1,009.12	1.57	448.96	0.87	508.89	0.82
职工薪酬	1,919.66	6.41	3,071.90	4.78	2,310.38	4.47	2,136.91	3.45
在建工程	913.17	3.05	534.00	0.83	1,702.11	3.30	2,763.02	4.46

用途	2022年 1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付股利	-	-	3,300.33	5.14	180.40	0.35	-	-
其他费用	632.60	2.11	1,107.35	1.72	744.50	1.44	771.39	1.25
合计	29,956.64	-	64,245.59	-	51,654.07	-	61,926.83	-

注：其他费用主要包括租金水电、中介费等管理费用、销售费用、制造费用以及运费。

报告期内，发行人及其子公司大额资金流水支出主要包括认购银行理财产品、支付材料采购货款、支付工资及奖金、支付新厂区工程款等，大额资金流水支出对应所对应的具体用途、交易对手方及相关证据情况如下：

用途	交易对手方	证据情况
认购理财产品	银行	内部审批表、网银交易记录、银行函证
支付材料采购货款	材料供应商	采购合同、发票、入库单
支付工资或奖金	发行人员工	工资明细表
支付新厂区工程款	工程类供应商	合同、发票、进度表
缴纳税款	税务局	纳税申报表、税收缴款单
支付股利	各股东	股东大会决议、董事会决议
其他		合同、发票

## 2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

报告期内，申报会计师针对雷特投资大额资金转入和转出核查情况如下：

单位：万元、笔

项目	累计流入	累计支出	核查笔数	流入核查比例	支出核查比例
雷特投资	972.03	972.32	2	100.00%	99.97%

报告期内，雷特投资为支付分红款、购买理财产品和缴纳分红涉及的个人所得税。雷特投资大额资金流水支出对应的交易对手方及相关证据如下：

用途	交易对手方	证据情况
认购理财产品	建设银行	交易记录
缴纳个人所得税	珠海市税务局	纳税申报表、税收缴款单
支付股利	中国银河证券股份有限公司	股东会决议、董事会决议

## 3、关联自然人及关键岗位人员

报告期内，申报会计师针对实际控制人、董监高及关键岗位人员资金流水核查笔数、核查比例如下：

单位：万元

序号	名称	累计流入金额	累计支出金额	核查笔数	流入核查比例	支出核查比例
1	雷建文	6,191.97	5,346.40	95	97.57%	93.10%
2	雷建强	719.32	821.36	33	61.53%	70.99%
3	王华荣	186.33	180.63	27	63.68%	70.01%
4	吴忠仁	137.32	137.30	45	59.73%	74.37%
5	卓颖钊	2,052.98	2,050.76	40	91.34%	92.58%
6	何振超	101.86	212.94	17	64.22%	80.77%
7	张耀	1,426.63	1,407.28	40	65.63%	73.67%
8	梁焕燕	48.37	25.12	16	43.49%	78.18%
9	蔡伟	159.70	160.01	31	42.11%	71.86%
10	张莉钦	171.49	171.44	99	33.20%	70.04%
11	傅亮平	155.60	155.63	47	36.35%	71.76%
12	吴贻叶	31.84	32.24	23	63.21%	73.47%
13	李方方	210.14	191.53	27	48.08%	70.83%
14	李曼琪	30.02	30.02	20	76.19%	70.53%

报告期内，实际控制人雷建文和卓颖钊夫妇大额资金流水支出主要包括认购银行理财产品、增持发行人股权支出及借款给雷建强结清房贷等。实际控制人巨额资金流水支出对应的交易对手方及相关证据如下：

人员	用途	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
雷建文	购买银行理财支出	953.20	1,354.00	682.12	1,830.00
	借出给雷建强结清房贷	158.00			
	小计	1,111.20	1,354.00	682.12	1,830.00
	<b>核查比例</b>	<b>96.21%</b>	<b>91.95%</b>	<b>94.29%</b>	<b>91.71%</b>
卓颖钊	购买银行理财支出	400.00	276.50	70.00	445.00
	增持发行人股权支出		707.00		
	小计	400.00	983.50	70.00	445.00
	<b>核查比例</b>	<b>92.22%</b>	<b>92.92%</b>	<b>71.23%</b>	<b>96.22%</b>

报告期内，除实际控制人雷建文、卓颖钊夫妇外，雷建强大额资金支出主要是结清房贷所产生；外部董事张耀大额资金支出均是与其配偶之间的转账产生，除上述人员外，发行人其他董监高和关键岗位人员资金流水金额较小，主要包括分红款、工资或奖金收入、购房或购车款项支出、购买或赎回理财、以及个人借款等。

根据银行流水不同款项性质分别获取相应凭据：

用途	交易对手方	证据情况
工资收入	珠海雷特股份有限公司	不存在从其他方领取报酬的情形
分红款	雷特投资平台等	股东会决议、股东名册
购房款	房地产开发商及房产中介、银行	购房合同等
理财	银行	购买赎回记录
借款	借款双方	了解借款原因、是否存在代发行人支付成本费用及虚构业绩等情形

**二、资金流水核查的重要性水平和核查比例是否足够支持核查结论，并对发行人实际控制人和客户、供应商的实际控制人及关联方、员工是否存在资金往来发表明确意见**

报告期内，申报会计师针对发行人及其子公司，控股股东、实际控制人控制的其他企业、实际控制人、董监高及关键岗位人员设定了不同的重要性水平（见本回复问题 5 之一、（一）资金流水核查选取标准的依据、具体对象），并且针对大额资金支出核查比例均超过 70%（其中发行人及其子公司大额资金支出核查比例超过 95%），因此，资金流水核查的重要性水平和核查比例支持申报会计师的核查结论。

通过核查发行人实际控制人及其控制的企业流水，并获取实际控制人银行流水规范性承诺函，访谈发行人主要客户和供应商，获取其无关联声明，确认发行人实际控制人和客户、供应商的实际控制人及关联方、员工不存在资金往来情况。

经核查，申报会计师认为：资金流水核查的重要性水平和核查比例足够支持核查结论，发行人实际控制人和客户、供应商的实际控制人及关联方、员工不存在资金往来情况。

**三、说明如何验证经销商实现终端销售，发行人报告期内收入真实准确完整**

**（一）说明如何验证经销商实现终端销售**

为确保发行人及其子公司、控股股东提供的银行账户的完整性，申报会计师获取了上述公司《已开立银行结算账户清单》和银行流水，对已经获取的银行流水与开户清单进行核对，并对银行流水涉及的账户进行交叉检查，确认不存在遗漏。

申报会计师核查了发行人及其实际控制人、控股股东、董监高、关键岗位人员相关的所有流水，同时，将经销商销售收入与发行人的经营性资金流水和销售情况进行对比分析；将发行人经销商及经销商终端客户信息与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键人员资金流水进行对比分析。

经核查，发行人针对销商的销售收入与其资金流水匹配，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。申报会计师针对经销商实际终端销售的验证程序详见本回复“问题 1.2021 年收入大幅增长的合理性及真实性”之“第六问”之“（3）进一步说明终端客户和终端销售情况，穿透核查终端客户的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论。”

经核查，申报会计师认为，发行人经销商均实现终端销售。

## （二）说明如何验证发行人报告期内收入真实准确完整

报告期内，会计师针对报告期销售收入执行的核查程序如下：

1、获取发行人销售收入明细表，访谈和函证发行人主要客户，会计师针对发行人客户函证和走访的选取标准、访谈内容、发函及回函比例详见本回复“问题 6”之“二、2、列表说明各中介机构走访、访谈、函证等核查方式分别对应的客户或供应商数量，对应的销售收入或采购金额，对应的数量占比、金额占比，以及走访或访谈的具体内容、具体时间、具体行程、参与人员等，核查过程中关注的事项，是否存在异常情形，对异常情形的补充核查手段及程序，是否造成对发表意见准确性产生重大不利影响”和“二、3、说明各中介机构选择实地走访、访谈对象的主要依据及合理性，是否存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况，如是，请补充说明具体原因、尽职调查的充分性、合规性”

2、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询境内客户的工商资料；获取境外客户的资信报告，并通过 opencorporates 或 Crunchbase 查询境外客户的股东、董监高信息并与发行人关联方、员工名册进行核对，确认其境内外客户与发行人关联方、员工不存在关联关系；会计师共获取报告期内 106 个客户在 Opencorporates 或 Crunchbase 网站上的公示信息，覆盖发行人涉及业务分布所在的 74 个国家和地区。中国出口信用保险公司资信报告调查及第三方商业资信调查共核查境外客户的销售额占发行人报告期各期间境外销售收入的比例分别为 73.23%、73.10%、71.65%和 66.08%；

3、了解并评价与收入确认相关的关键内部控制，并对内部控制的设计和运行有效性进行测试；从销售收入明细表中抽取资产负债表日前后 10 天发生的样本，追查至签收单/报关单、销售发票等相关单据资料，核对签收单的客户名称、出库日期、签收日期等信息；同时选取在资产负债表日前后 10 天发货的签收单、对应的发票或销售订单等原始单据追查至销售收入明细表，以确认销售收入记录于正确的会计期间；

4、执行细节测试，采用分层抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或订单、销售发票、出库单、客户快递签收记录、出口报关单、资金收付记录等；

5、询问发行人销售负责人，确认报告期内发行人销售收入变动的主要原因，并与同行业可比公司进行对比，确认发行人销售收入波动的合理性；

6、核查发行人客户期后回款情况及期后是否存在销售退回和换货的情况，确认发行人销售收入的真实性；

7、针对发行人境外收入、获取发行人海关电子口岸数据，与发行人境外销售数据进行核对；获取发行人报告期出口退税汇总申报表及出口退税明细账，测试并核查发行人境外销售收入与出口退税的匹配性；

8、会计师通过对发行人的银行资金流水核查，验证了发行人销售收款情况符合发行人销售规模，除购买和赎回银行理财外，发行人大额资金往来均为与生

产经营或在建工程直接相关的销售回款、采购付款、支付工资等往来，不存在重大异常，与发行人经营活动、资产购置等相匹配。

9、会计师通过对发行人实际控制人、控股股东、董监高、关键岗位人员的资金流水核查，验证了发行人与资金管理相关的内部控制健全有效，不存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

另外，会计师针对发行人经销商客户、境外客户及新增客户的专项核查程序详见本回复“问题 1”之“第六问”之“补充说明报告期各期对经销商、境外客户的函证、实地走访、细节测试、截止性测试、最终销售情况等的具体核查过程和比例；进一步说明对新增客户销售收入真实性的具体核查方式、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论，以及报告期各期第四季度营业收入的核查情况，包括核查方式、核查金额、核查比例、取得的核查证据、核查结论等，并对收入确认是否有合理的确认证据、确认时点是否准确、是否存在提前确认收入的情况、收入确认是否与会计政策一致等发表明确意见”。

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内收入真实、准确和完整。

#### 问题 6、切实提高问询回复质量及中介机构执业质量

根据首轮问询回复，申请文件存在部分问询问题未回复、部分核查结论的依据及论证不充分、部分事项核查不充分的情形。

(1) 外协采购合理性、价格公允性。请发行人：①结合第三方可比价格或市场公开价格说明各生产工序外协加工费定价是否合理、公允。②区分不同外协加工工序，对比分析信博精密报告期内收取的加工费与其他外协厂商相比是否存在明显差异，如有，分析差异原因及合理性。③结合前述情况说明 2021 年发行人仅保留信博精密作为外协供应商继续合作的原因及合理性。

(2) 受让专利情况。根据申请材料，截至 2022 年 6 月末，发行人存在受让 19 项专利的情形。其中 16 项基于以个人名义申请专利费用较少的考虑，申请时登记在董事、副总经理雷建强（实际控制人弟弟）名下，后续为了完善发行人的

资产完整性和独立性，雷建强向发行人无偿转让。请发行人说明前述专利转让前的授权许可使用情况，是否签订相关授权使用协议，发行人是否支付使用许可费及其定价是否公允，是否存在利益输送、资金（资源）占用情形。

(3) 募投项目合理性及合规性。请发行人：①结合具体产品的产能利用率（尤其是控制器产品产能利用率较低的情况）、各期在手订单、新签订单变化情况、主要产品竞争优势（技术先进性）等方面，说明募投项目新增的固定资产与公司现有经营情况是否匹配，募投项目经济收益的测算是否合理，募投项目是否符合市场需求，能否有效开拓市场，是否具备可行性。②结合《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021年版）》具体条文规定、与修订前的对比情况，发行人募投建设项目涉及的具体生产工序、现有生产项目环评程序履行情况，以及珠海市生态环境局于2022年3月14日和2022年3月21日出具的《珠海市生态环境局关于研发中心建设项目豁免环评管理的意见》和《珠海市生态环境局关于LED控制器和智能电源扩产建设项目豁免环评管理的意见》具体内容、依据，说明募投项目不需要履行环评程序的合理性、合规性。

(4) 租赁房产对发行人的影响。请保荐机构及发行人律师说明发行人租赁的上海市闵行区绿莲路100弄44号1004室是否存在权属纠纷，并分析说明发行人租赁房产未办理租赁备案对生产经营场所稳定性的影响。

(5) 在建工程核查情况。请保荐机构、申报会计师补充说明在建工程主要供应商的函证情况，包括发函对象、发函金额、回函金额及未回函的原因及采取的具体替代措施；说明对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序和核查结论。

请发行人仔细校对申请文件及问询回复文件，确保信息披露内容、问询回复内容真实、准确、完整，切实提高信息披露质量，精简文字，避免错误、遗漏、重复；明确回复问询问题，提高回复质量及信息披露质量。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师：（1）逐一检查发行人问询回复文件中问询问题回复内容，确保问询问题回复完整、准确，论证过程充分，发表意见明确，确保中介机构发表意见明确、核查过程表述清晰；针对遗漏问题或论

证、核查不充分的情形，认真修改完善并在问询回复中分类列示，并补充提交修改后的首轮问询回复。（2）列表说明各中介机构走访、访谈、函证等核查方式分别对应的客户或供应商数量，对应的销售收入或采购金额，对应的数量占比、金额占比，以及走访或访谈的具体内容、具体时间、具体行程、参与人员等，核查过程中关注的事项，是否存在异常情形，对异常情形的补充核查手段及程序，是否造成对发表意见准确性产生重大不利影响。（3）说明各中介机构选择实地走访、访谈对象的主要依据及合理性，是否存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况，如是，请补充说明具体原因、尽职调查的充分性、合规性。（4）说明是否存在根据其他中介机构核查情况发表意见的情形，如是，请进一步说明是否属于合理信赖的范畴，是否已经保持职业怀疑并运用职业判断进行独立分析，按规定是否需要并已经对相关内容进行调查、复核并做出独立判断。（5）结合前述情况以及前期尽职调查情况，说明各中介机构尽职调查是否充分、是否勤勉尽职、是否符合尽职调查相关规则的要求，相关工作底稿能否真实、准确、完整地反映尽职调查工作，是否存在申报后补充核查程序的情形及原因、合规性；中介机构内部控制是否健全有效，能否确保提交、报送、出具、披露的相关材料和文件符合有关规定，且内容真实、准确、完整。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

#### 【发行人回复】

一、根据首轮问询回复，申请文件存在部分问询问题未回复、部分核查结论的依据及论证不充分、部分事项核查不充分的情形

（一）外协采购合理性、价格公允性。

1、结合第三方可比价格或市场公开价格说明各生产工序外协加工费定价是否合理、公允

发行人外协贴片或插件主要根据不同 PCB 板上需要焊接点位的数量或插件点位的数量进行计价收费，与行业普遍定价方式一致。

报告期内，发行人对外协加工采购数据及平均单价如下：

单位：元/点

外协厂商名称	珠海佳泰电子科技有限公司	珠海市凌航达电子有限公司	珠海三洋电子有限公司	中山市信博精密电子有限公司
综合平均价格	0.01	0.01	0.0137	0.00832

注：公司外协包括 SMT 及插件，且主要以 SMT 为主。因部分外协厂商不涉及插件外协，故上表仅采用报告期 SMT 外协综合平均价格对比各外协供应商采购价格。

经核查，部分可公开查询的上市企业所披露的市场公开价格水平对比情况如下：

单位：元/点

公司名称	SMT 外协采购单价			备注
	2021 年	2020 年	2019 年	
鑫汇科 (831167.BJ)	0.0104	0.0104	0.0104	包括 SMT 贴片、插件
	0.0082	0.0081	-	仅含 SMT 贴片
立方电子 (833030.OC 审核中)	0.01/0.012	0.01/0.012	0.01/0.012	仅含 SMT 贴片；因产品及外协商不同存在两个报价；根据加工数量实行阶梯价
经纬恒润 (688326.SH)	0.0076-0.0115	0.0095-0.0115	0.0095-0.0128	仅含 SMT 贴片；其 2021 年数据为半年度数据
震有科技 (688418.SH)	0.015-0.05			仅含 SMT 贴片；未按年度分别披露
	0.05-0.045			仅含插件；未按年度分别披露

注：（1）因同行上市公司不涉及 SMT 贴片外协或未披露具体价格，考虑到 SMT 贴片及插件委外加工系电子设备制造领域行业惯例，故参考了部分上市公司相关情况；

（2）上表数据来源于上市公司招股说明书及问询函回复等

据上表可知：（1）发行人外协工序主要涉及 SMT 贴片及插件，符合电子设备制造领域行业惯例；（2）行业内普遍的定价方式及定价机制基本相同，即以不同 PCB 板上需要贴片或插件的点位数量计价收费；（3）通过对比报告期内多家上市公司贴片及插件外协供应商的采购单价，发行人的外协加工单价定价合理，不存在重大异常的情形；（4）因发行人涉及的外协工艺主要为 SMT 贴片，该领域供应商众多，市场竞争充分，其定价机制公开透明，价格差异受到外协厂商不同批次的产能、同时期市场价格、同种产品不同的加工环节等因素的影响。

综上，与相同外协工序的市场公开价格相比，发行人报告期内的外协采购价格不存在明显差异或重大异常，采购价格合理、公允。

## 2、区分不同外协加工工序，对比分析信博精密报告期内收取的加工费与其他外协厂商相比是否存在明显差异，如有，分析差异原因及合理性

报告期内，发行人各期委托外协加工工序中针对不同外厂商的外协金额及占比情况如下：

单位：万元，%

外协厂商	外协工序	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%
中山市信博精密电子有限公司	SMT贴片	198.29	97.13	323.66	100	137.88	83.47	4.43	3.31
	插件	5.86	2.87	-	-	25.08	15.18	2.10	1.57
	小计	204.14	100	323.66	100	162.96	98.65	6.53	4.88
珠海佳泰电子科技有限公司	SMT贴片	-	-	-	-	0.01	0.00	28.23	21.09
	插件	-	-	-	-	0.02	0.01	56.48	42.19

外协厂商	外协工序	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%	外协加工金额	占比%
	小计	-	-	-	-	0.03	0.02	84.71	63.28
珠海三洋电子有限公司	SMT贴片	-	-	-	-	0.72	0.43	20.00	14.94
	插件	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	-	-	-	-	0.72	0.43	20.00	14.94
珠海市凌航达电子有限公司	SMT贴片	-	-	-	-	1.49	0.9	22.63	16.90
	插件	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	-	-	-	-	1.49	0.9	22.63	16.90
总计		204.14	100	323.66	100	165.20	100	133.87	100

基于上表，发行人各期委托外协加工工序综合平均单价如下：

单位：元/点

外协厂商名称	外协工序	单价（按点数）			
		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
中山市信博精密电子有限公司	SMT贴片	0.00832	0.00832	0.00832	0.00832
	插件	0.04	-	0.025	0.025
珠海佳泰电子科技有限公司	SMT贴片	-	-	0.01	0.01
	插件	-	-	0.029	0.029
珠海三洋电子有限公司	SMT贴片	-	-	0.0137	0.0137
	插件	-	-	-	-
珠海市凌航达电子有限公司	SMT贴片	-	-	0.01	0.01
	插件	-	-	-	-

上述四家外协厂商地处中山市和珠海市，因该两市 SMT 贴片市场公开价格不能准确获取，仅据上表四家外协厂商 SMT 贴片之均价，测算其与中山市信博精密电子有限公司的价格差异及对当期成本的影响如下表所示：

单位：元/点

SMT 贴片单价（按点数）		价格差异情况		对营业成本的影响			
中山市信博精密电子有限公司	四家外协厂商之均价	单价差异	单价差异率	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
0.00832	0.01051	0.00219	20.80%	0.95%	0.88%	0.60%	0.02%

注：公司外协包括 SMT 及插件，且主要以 SMT 为主。因部分外协厂商不涉及插件外协，故上表仅采用报告期 SMT 外协价格测算差异及对营业成本的影响

根据上表测算可知，中山市信博精密电子有限公司与上表四家外协厂商 SMT 贴片均价的差异对当期营业成本的影响较小，不会对发行人造成较大影响。

由上表可见，中山市信博精密电子有限公司报告期内外协工序中的 SMT 贴片单价较其他外协厂商低约 20%，具有相对优势，其插件单价在合作之初较珠海佳泰电子科技有限公司亦存在相对优势。前述价格优势主要系中山市与珠海市外协市场环境的竞争状况导致，具有合理性；2022 年以来，因锡料价格大幅上涨，插件外协市场价格整体呈上升趋势，中山市信博精密电子有限公司将插件外协单价提高至 0.04 元/点，但因发行人插件外协需求较小，对发行人的外协成本影响较小。

综上所述，中山市信博精密电子有限公司因地处中山市，该地相较珠海市在外协市场环境、外协厂家集中度等方面均有不同，中山市整个外协市场厂家众多且充分竞争。可见，中山市信博精密电子有限公司外协加工尤其 SMT 贴片价格相较其他珠海市外协厂商具有相对优势具有合理性。

### 3、结合前述情况说明 2021 年发行人仅保留信博精密作为外协供应商继续合作的原因及合理性

报告期内，公司与外协供应商具体合作情况如下：

外协厂商名称	外协工序	初次合作时间	持续合作情况	持续合作或终止合作的原因
中山市信博精密电子有限公司	SMT 贴片及插件	2019	持续合作	(1) 公司对其设备进行了工艺升级，产品合格率和生产效率均得到提升； (2) 价格存在相对优势
珠海佳泰电子科技有限公司	SMT 贴片及插件	2014	自 2021 年不再合作	(1) 因该 3 家外协厂商未配备双工艺升级需要的点胶机，不能满足公司由单工艺（全锡膏或全红胶）升级为双

外协厂商名称	外协工序	初次合作时间	持续合作情况	持续合作或终止合作的原因
珠海三洋电子有限公司	SMT 贴片	2019	自 2021 年不再合作	工艺（锡膏+红胶）的需要，一定程度影响生产效率和产品合格率； (2) 价格优势不明显
珠海市凌航达电子有限公司	SMT 贴片	2019	自 2021 年不再合作	

2020 年上半年，为提高生产效率和产品合格率，发行人针对 SMT 贴片和插件流程进行双工艺升级，即由单工艺（全锡膏或全红胶）升级为双工艺（锡膏+红胶），由于该工艺升级需要点胶机，珠海佳泰电子科技有限公司、珠海三洋及珠海市凌航达电子有限公司因未配备该设备或未有明确的意愿进行设备改造，发行人仅对中山市信博精密电子有限公司设备完成了工艺升级。本次升级完成后，发行人产品合格率和生产效率均得到提升，发行人结合外协厂的工艺水平、加工价格、付款政策等综合评价后于 2021 年发行人仅委托中山市信博精密电子有限公司一家外协厂商，符合公司外协采购管理制度等相关要求。

可见，发行人自 2021 年以来仅保留中山市信博精密电子有限公司主要因其设备可满足发行人工艺升级需求，且其外协价格具有相对优势。此外，发行人在新建厂区投入使用后将不再需要外协加工服务，故未预备其他外协厂商。

综上所述，2021 年发行人仅保留中山市信博精密电子有限公司作为外协供应商继续合作具有合理性。

#### 4、核查程序

①获取并查阅了发行人采购管理制度，检查发行人外协供应商评估及管控的具体要求和程序；

②获取发行人报告期内与客户及外协厂商的协议、合同，检查合同主要条款，包括但不限于产品质量、外协要求等相关约定；

③获取发行人报告期内委外加工费用统计表，选取期末委外加工数量大、金额高的供应商进行函证；对委外加工费用进行细节测试，检查包括合同、委托加工材料出入库单、验收报告、资金支付凭证等，核查委外加工费用入账的准确性；

④根据发行人委外加工费用统计表，测算报告期各期不同供应商的平均加工费单价，与发行人回复披露的 SMT 贴片、插件外协供应商采购单价核对；询问发行人生产负责人和财务负责人，了解公司选取信博精密的原因及合作的具体情况；

⑤查询电子设备制造领域上市企业公开披露的 SMT 贴片、插件价格情况，与发行人对比，询问发行人生产负责人和财务负责人，了解差异原因。

## 5、核查结论

①与相同外协工序的市场公开价格相比，发行人报告期内的外协采购价格不存在明显差异或重大异常，采购价格具有合理性；

②中山市信博精密电子有限公司外协加工尤其 SMT 贴片价格相较其他外协厂商具有相对优势，具有合理性；

③发行人自 2021 年仅保留中山市信博精密电子有限公司作为外协供应商继续合作具有合理性。

（五）在建工程核查情况。请保荐机构、申报会计师补充说明在建工程主要供应商的函证情况，包括发函对象、发函金额、回函金额及未回函的原因及采取的具体替代措施；说明对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序和核查结论。

### 【会计师回复】

1、在建工程主要供应商的函证情况，包括发函对象、发函金额、回函金额及未回函的原因及采取的具体替代措施

报告期各期对在建工程主要供应商的函证情况如下：

(1) 2019 年

单位：万元

发函对象	项目名称	合同金额	截至 2019 年 12 月 31 日累计付款金额		
			发函金额	回函金额	回函差异
广东省建筑工程集团有限公司	建安工程	4,200.00	2,350.00	2,350.00	-
	土方工程	124.35	90.00	90.00	-
中山市科建装饰工程有限公司	幕墙工程	567.00	340.64	340.64	-
	铝合金窗制作和安装工程	70.00	-	-	-
广东聚科源楼宇科技有限公司	电梯设备	75.64	19.26	19.26	-
	电梯安装	23.35	-	-	-
合计			<b>2,799.90</b>	<b>2,799.90</b>	-

(2) 2020 年

单位：万元

发函对象	项目名称	合同金额	截至 2020 年 12 月 31 日累计付款金额		
			发函金额	回函金额	回函差异
广东省建筑工程集团有限公司	建安工程	4,200.00	3,550.00	3,550.00	-
	土方工程	124.35	90.00	90.00	-
中山市科建装饰工程有限公司	幕墙工程	567.00	484.60	484.60	-
	铝合金窗制作和安装工程	70.00	66.50	66.50	-
广东聚科源楼宇科技有限公司	电梯设备	75.64	71.76	71.76	-
	电梯安装	23.35	22.18	22.18	-
珠海市迅安捷机电安装工程有限 公司	高低压配电、发电机组、发电房 环保吸音工程	按实际结 算金额确 定	89.59	89.59	-
合计			<b>4,374.64</b>	<b>4,374.64</b>	-

(3) 2021 年

单位：万元

发函对象	项目名称	合同金额	截至 2021 年 12 月 31 日累计付款金额		
			发函金额	回函金额	回函差异

广东省建筑工程集团有限公司	建安工程	4,200.00	3,850.00	3,850.00	-
	土方工程	124.35	90.00	90.00	-
中山市科建装饰工程有限公司	幕墙工程	567.00	532.98	532.98	-
	铝合金窗制作和安装工程	70.00	66.50	66.50	-
广东聚科源楼宇科技有限公司	电梯设备	75.64	71.76	71.76	-
	电梯安装	23.35	22.18	22.18	-
珠海市迅安捷机电安装工程有限公司	高低压配电、发电机组、发电房环保吸音工程	按实际结算金额确定	89.59	89.59	-
合计			<b>4,723.02</b>	<b>4,723.02</b>	-

## (4) 2022年1-6月

单位：万元

发函对象	项目名称	合同金额	截至2022年6月30日累计付款金额			备注
			发函金额	回函金额	回函差异	
广东省建筑工程集团有限公司	建安工程	4,200.00	4,442.63	4,442.63	-	按实际工程量结算
	土方工程	124.35	123.22	123.22	-	
中山市科建装饰工程有限公司	幕墙工程	567.00	532.98	532.98	-	
	铝合金窗制作和安装工程	70.00	66.50	66.50	-	
广东聚科源楼宇科技有限公司	电梯设备	75.64	71.76	71.76	-	
	电梯安装	23.35	22.18	22.18	-	
珠海市迅安捷机电安装工程有限公司	高低压配电、发电机组、发电房环保吸音工程	按实际结算金额确定	89.59	89.59	-	
珠海摩方装饰设计有限公司	园林设计、室内设计服务	按实际结算金额确定	84.12	84.12	-	
广东中京国际建筑设计研究院有限公司	珠海新厂区工程项目设计	61.93	61.03	61.03	-	
珠海市诺诚装饰工程有限公司	装修工程	1,280.00	128.00	128.00	-	
珠海中立德科技有限公司	空调设备安装	242.00	115.20	115.20	-	
广东昭阳信	弱电工程	157.00	31.40	31.40	-	

发函对象	项目名称	合同金额	截至 2022 年 6 月 30 日累计付款金额			备注
			发函金额	回函金额	回函差异	
息技术有限公司						
合计			5,768.62	5,768.62	-	

报告期各期末，会计师对在建工程主要供应商执行函证程序，函证内容包括合同金额、报告期各期末累计付款金额等信息，以确认发行人在建工程的真实性和准确性，上述供应商均回函确认相符。

## 2、说明对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序和核查结论

### (1) 核查程序

①检查发行人在建工程项目备案证、国有建设土地使用权出让合同、建设工程规划许可证、建设用地规划许可证、建筑工程施工许可证等相关证件；询问发行人工程负责人，了解及检查工程建设、验收等相关事宜；公司在建工程已取得的许可证书如下：

序号	证书名称（证号）	发证日期	发证机关
1	建设用地规划许可证（地字第（香洲）2018-012号）	2018/3/23	珠海市住房和城乡建设局
2	建设工程规划许可证（建字第（香洲）2018-012号）	2018/3/24	珠海市住房和城乡建设局
3	建筑工程施工许可证（440402201804040101）（厂区地下室基坑支护工程）	2018/8/29	珠海市香洲区住房和城乡建设局
4	建筑工程施工许可证（440402201812170201）（厂区桩基工程）	2018/12/17	珠海市香洲区住房和城乡建设局
5	建筑工程施工许可证（440402201907180201）（厂区）	2019/7/19	珠海市香洲区住房和城乡建设局
6	建筑工程施工许可证（440402201912050201）（厂区幕墙工程）	2019/12/9	珠海市香洲区住房和城乡建设局

②取得发行人在建工程合同台账，检查发行人签订的主要施工合同，包括建筑施工、规划测绘、工程监理、电气电梯、幕墙铝合金、园林道路等，检查合同

关键条款，包括但不限于合同金额、支付时间、付款条件等，与公司账面记录核对，验证在建工程的完整性；

③取得发行人在建工程明细表，检查工程款列支会计凭证，核查后附的由监理方确认的工程款支付申请表、由监理方确认的工程计量申报表、发票、资金支付凭证等，验证在建工程的真实、准确性；结合在建工程盘点，观察工程进度是否与工程支出相匹配；

④选取单笔 30 万元以上工程款支付凭证 29 笔及随机抽取 30 万元以下的工程款凭证 8 笔进行检查，检查付款金额及时点是否与合同约定一致，检查工程款项支出的合理性，检查金额合计 4,687.90 万元，占期末在建工程比例为 74.75%；

⑤访谈公司新厂区工程的主要施工方，了解及分析新厂区工程项目的施工、结算、验收等相关情况，将访谈进度信息与在建工程监盘的工程进度比对，以证实交易发生情况，了解其与公司业务合作情况及是否存在关联关系或其他利益安排，取得其出具的无关联关系声明；报告期内，已访谈工程总承包方和其他供应商占发行人在建工程比例分别为：

单位：万元

访谈供应商	合同金额	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
广东省建筑工程集团有限公司	4,324.35	4,565.85	3,940.00	3,640.00	2,440.00
中山市科建装饰工程有限公司	637.00	599.48	599.48	551.10	340.64
珠海市诺诚装饰工程有限公司	1,280.00	128.00	-	-	-
<b>合计</b>		<b>5,293.33</b>	<b>4,539.48</b>	<b>4,191.10</b>	<b>2,780.64</b>
占在建工程余额的比例		84.40%	83.39%	91.69%	95.07%

⑥选取在建工程主要供应商执行函证程序，函证内容包括合同金额、2019 年至 2022 年 6 月 30 日各报告期末累计付款金额、2019 年至 2022 年 6 月 30 日各年度付款金额等信息，以证实交易发生情况。截至 2022 年 6 月 30 日回函确认的累计付款金额为 5,768.62 万元，占 2022 年 6 月 30 日在建工程余额比例 91.98%；

供应商	合同金额	截至 2022 年 6 月末 未累计付款 金额	截至 2021 年末累计 付款金额	截至 2020 年末累计 付款金额	截至 2019 年末累计付 款金额
广东省建筑工程集团有 限公司	4,324.35	4,565.85	3,940.00	3,640.00	2,440.00
中山市科建装饰工程有 限公司	637.00	599.48	599.48	551.10	340.64
珠海聚科源电梯工程有 限公司	98.99	93.94	93.94	93.94	19.26
珠海市迅安捷机电安装 工程有限公司	按实际结 算金额确 定	89.59	89.59	89.59	-
珠海摩方装饰设计有限 公司	按实际结 算金额确 定	84.12	-	-	-
广东中京国际建筑设计 研究院有限公司	61.93	61.03	-	-	-
珠海市诺诚装饰工程有 限公司	1,280.00	128.00	-	-	-
珠海中立德科技有限公 司	242.00	115.20	-	-	-
广东昭阳信息技术有限 公司	157.00	31.40	-	-	-
<b>合计</b>		<b>5,768.62</b>	<b>4,723.02</b>	<b>4,374.64</b>	<b>2,799.90</b>
在建工程余额		6,271.36	5,443.41	4,571.01	2,924.90
函证覆盖在建工程余额 比例		91.98%	86.77%	95.70%	95.73%

⑦核查发行人实际控制人、董监高的调查表，通过网络检索主要供应商的基本信息，分析其与发行人是否存在关联关系；

⑧检查发行人及实际控制人、董监高、销售负责人、财务负责人、出纳等关联方及关键人员资金流水，检查与主要工程供应商是否存在与除上述工程业务以外的资金往来；

⑨了解发行人周边同类厂房、办公楼造价情况，查阅公开信息，与发行人在建工程预计平均单位建设成本进行比较，评估发行人建造成本的合理性，获取工程进度的监理报告，核实工程造价是否存在异常；

发行人新厂区工程单位面积造价如下：

建筑内容	在建工程建筑面积 (平方米)	预算金额(万元)	单位面积造价 (元/平方米)
新厂区工程	21,326.48	7,890.00	3,699.63

注：发行人预算金额包含装修费用，与最终完工达到预定可使用状态结转固定资产的金额预计不存在重大差异。

发行人新建厂区位于珠海市南屏镇南屏科技园，与珠海市杰理科技股份有限公司的杰理科技园项目位于同一科技园，且均为厂区新建工程，房屋建筑物类型类似，具有较强的可比性。

根据珠海市杰理科技股份有限公司招股说明书（2022年4月18日），该公司造价情况如下：

项目	建筑面积(平方米)	原值(万元)	单位面积造价(元)
房屋建筑物	47,294.57	17,681.15	3,738.52
投资性房地产	408.00	345.15	8,459.56
合计	47,702.57	18,026.30	3,778.89

注：房屋建筑物为新型产业楼3栋、宿舍1栋及地下车库。

根据对比，发行人新建厂区的单位面积造价与同地区同类建筑物单位面积造价接近，造价公允合理。

## (2) 核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人工程款不存在资金占用或用于体外资金循环情况。

二、请保荐机构、申报会计师、发行人律师：（1）逐一检查发行人问询回复文件中问询问题回复内容，确保问询问题回复完整、准确，论证过程充分，发表意见明确，确保中介机构发表意见明确、核查过程表述清晰；针对遗漏问题或论证、核查不充分的情形，认真修改完善并在问询回复中分类列示，并补充提交修改后的首轮问询回复。（2）列表说明各中介机构走访、访谈、函证等核查方式分别对应的客户或供应商数量，对应的销售收入或采购金额，对应的数量占比、金额占比，以及走访或访谈的具体内容、具体时间、具体行程、参与人员等，核查过程中关注的事项，是否存在异常情形，对异常情形的补充核查手段及程序，

是否造成对发表意见准确性产生重大不利影响。（3）说明各中介机构选择实地走访、访谈对象的主要依据及合理性，是否存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况，如是，请补充说明具体原因、尽职调查的充分性、合规性。（4）说明是否存在根据其他中介机构核查情况发表意见的情形，如是，请进一步说明是否属于合理信赖的范畴，是否已经保持职业怀疑并运用职业判断进行独立分析，按规定是否需要并已经对相关内容进行调查、复核并做出独立判断。（5）结合前述情况以及前期尽职调查情况，说明各中介机构尽职调查是否充分、是否勤勉尽职、是否符合尽职调查相关规则的要求，相关工作底稿能否真实、准确、完整地反映尽职调查工作，是否存在申报后补充核查程序的情形及原因、合规性；中介机构内部控制是否健全有效，能否确保提交、报送、出具、披露的相关材料和文件符合有关规定，且内容真实、准确、完整。

（一）逐一检查发行人问询回复文件中问询问题回复内容，确保问询问题回复完整、准确，论证过程充分，发表意见明确，确保中介机构发表意见明确、核查过程表述清晰；针对遗漏问题或论证、核查不充分的情形，认真修改完善并在问询回复中分类列示，并补充提交修改后的首轮问询回复

申报会计师已逐一检查发行人问询回复内容，确保问询问题回复完整、准确；并根据问询问题进行认真核查，确认论据和论证过程充分，发表意见明确；针对遗漏问题或论证、核查不充分的情形，认真修改完善后提交修改后的首轮问询回复。

（二）列表说明各中介机构走访、访谈、函证等核查方式分别对应的客户或供应商数量，对应的销售收入或采购金额，对应的数量占比、金额占比，以及走访或访谈的具体内容、具体时间、具体行程、参与人员等，核查过程中关注的事项，是否存在异常情形，对异常情形的补充核查手段及程序，是否造成对发表意见准确性产生重大不利影响

#### 1、会计师对客户的走访、访谈及函证情况

①会计师结合客户销售金额及客户所在地域选取访谈对象，基本涵盖报告期各年度收入的前 40 名客户，并保证客户访谈覆盖率达到各年度销售额的 60%左右；

如按各年度前 40 名综合选样未达到 60%比例，则按照以下标准补充选择：1、报告期各期都与发行人有交易；2、报告期各期交易金额较大；截至 2022 年 9 月 3 日走访及访谈情况如下：

单位：家、个、万元

分类	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
走访、访谈数	77			
其中：境内实地走访	45			
境内视频访谈	1			
境外视频访谈	26			
境外视频访谈+第三方中介实地走访	4			
境外客户走访国内办事处	1			
大额（注）销售客户家数	395	438	392	349
客户家数占比	19.49%	17.58%	19.64%	22.06%
走访、访谈客户营业收入	4,832.97	9,755.67	6,262.08	5,723.69
其中：境内实地走访	2,499.29	6,763.01	3,751.03	2,569.39
境内视频访谈	24.56	199.63	126.26	35.67
境外视频访谈	1,064.00	1,362.56	889.07	959.64
境外视频访谈+第三方中介实地走访	1,245.11	1,430.47	919.27	1,076.81
境外客户走访国内办事处			576.45	1,082.17
销售收入总额	8,057.84	15,153.33	9,500.88	9,757.44
走访与访谈销售收入占比	59.98%	64.38%	65.91%	58.66%

注：大额销售客户为报告期内任一年度销售额元在 5 万元及以上的客户。

②报告期内，申报会计师按客户的销售金额进行选样，抽样方法如下：

抽样方法	分类	总家数	发函家数
<b>一、2019 年至 2021 年</b>			
全部函证	任一年度销售额 ≥ 30 万	116	116
分层随机抽样	30 万 > 任一年度销售额 ≥ 20 万	68	22
	20 万 > 任一年度销售额 ≥ 10 万	171	29
	各年度销售额均 < 10 万	1902	26
	分层抽样小计	<b>2141</b>	<b>77</b>
<b>2019 年至 2021 年合计数</b>		<b>2257</b>	<b>193</b>
<b>二、2022 年 1-6 月</b>			
全部函证	销售额 ≥ 30 万	47	47
分层随机抽样	30 万 > 销售额 ≥ 20 万	27	27
	20 万 > 销售额 ≥ 10 万	77	77
	销售额 < 10 万	666	38
	分层抽样小计	<b>766</b>	<b>142</b>

抽样方法	分类	总家数	发函家数
2022年1-6月合计		813	189

说明：总家数为包含零散客户在内；2019年至2021年总家数为3年累计数扣除重复客户后的数据；2022年由于是半年度销售额，对金额在10万元以上都执行了函证。

截至2022年9月3日函证情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	8,057.84	15,153.36	9,500.88	9,757.44
发函金额	6,794.09	11,330.36	7,338.06	7,186.69
发函占营业收入比例	84.32%	74.77%	77.24%	73.65%
回函相符金额	5,904.80	10,217.45	6,421.80	6,053.88
回函相符占营业收入比例	73.28%	67.43%	67.59%	62.04%
回函不符查明后相符金额	30.26	26.64	85.86	71.82
回函不符查明后相符占营业收入比例	0.38%	0.18%	0.90%	0.74%
回函确认占营业收入比例	73.66%	67.61%	68.49%	62.78%
发函客户家数	189	193		
大额（注）销售客户家数	395	438	392	349
发函客户数量占比	47.85%	44.06%	49.23%	55.30%

注：大额销售客户为报告期内任一年度销售额元在5万元及以上的客户。

其中回函不符的金额与函证金额差异较小，主要是由于①样品销售金额存在差异：涉及 Radium Lampenwerk GmbH 公司；②双方确认购销期间存在的差异：涉及 PT. Nurco Aruna Mitra 公司、中山市优一照明有限公司、惠州雷士光电科技有限公司所形成。会计师通过向公司销售人员及财务人员了解差异原因、复核公司提供的差异调节表、检查发行人销售记录等形成差异的原始凭证，核实差异原因。针对未回函证的客户执行了替代程序，检查对应的订单、出库单、报关单、发票和银行回单等原始单据，替代测试结果相符。针对未发函客户的销售，通过细节性测试程序采用分层抽样方式，选取销售凭证样本检查了销售原始单据，检查结果均相符。

## 2、会计师对供应商的走访、访谈及函证情况

①会计师结合供应商所在区域、合作历史等选取走访名单，基本涵盖报告期各期采购额的前 20 名，并保证供应商访谈覆盖率达到各年度采购额的 70%左右，如按各年度前 20 名综合选样未达到 70%比例，则采用与补充客户访谈样本相同的原则补充供应商访谈对象，截至 2022 年 9 月 3 日走访情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
实地走访家数	50			
大额供应商家数	119	164	99	107
走访供应商家数占比	42.02%	30.49%	50.51%	46.73%
实地走访采购额	3,810.98	6,076.12	3,182.46	2,681.42
采购总额	5,322.54	8,687.15	4,382.92	3,745.79
走访采购总额占比	71.60%	69.94%	72.61%	71.58%

说明：表中供应商为原材料供应商；大额供应商指当年度采购额在 5 万元以上的供应商。

②会计师采用分层抽样方式选取供应商寄发询证函，选样方法为：各期按采购金额前 20 名及应付账款前 10 名全部寄发询证，函盖采购金额比例及应付账款比例均在 50%以上；剩余供应商按应付账款余额在 5 万以上的进行随机数选样；5 万以下的供应商因总体金额很小未寄发询证函；发函样本按各期采购额及按应付账款余额占比均达到 75%以上。截至 2022 年 9 月 3 日函证及回函情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
采购金额	5,322.54	8,687.05	4,385.79	3,745.79
发函金额	4,405.34	6,697.85	3,616.85	2,960.45
发函占采购金额比例	82.77%	77.10%	82.47%	79.03%
回函相符金额	4,141.10	6,161.13	3,231.93	2,661.58
回函相符占采购金额比例	77.80%	70.92%	73.69%	71.06%
回函不符查明后相符金额	0.00	248.82	384.41	298.87
回函不符查明后相符占采购金额比例	0.00%	2.86%	8.76%	7.98%
回函确认的采购金额占比	77.80%	73.79%	82.46%	79.03%
未回函经替代测试确认采购金额	264.23	287.90	0.51	0.00

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
未回函经替代测试确认采购金额比例	4.96%	3.31%	0.01%	0.00%
发函供应商家数	59	76	65	56
大额供应商家数	119	164	99	107
发函供应商数量占比	49.58%	46.34%	65.66%	52.34%

说明：表中供应商为原材料供应商；大额供应商指当年度采购额在5万元以上的供应商。

### 3、列表说明走访或访谈的具体内容、具体时间、具体行程、参与人员等

#### (1) 访谈内容

针对客户的访谈，主要内容包括以下7个方面：

序号	内容
1	企业基本信息和接受访谈人信息
2	业务关系情况：包括合作历史、交易模式、交易具体流程及周期
3	采购情况：产品用途、产品的最终流向、产品定价方式、信用政策、客户货款支付情况（有无现金付款、第三方支付）、报告期内采购产品类别及金额、占客户同类产品的比例、交易的季节性特征
4	货物交接：运输方式、运费承担、风险承担
5	产品质量及售后：客户对公司产品质量的看法、对退换货的约定、退换货金额；
6	关联关系：相互任职、持股及其他利益关系、财务资助及其他利益安排
7	其他事项：货款争议、违约及诉讼、合作前景、在手订单、声明书等。

针对供应商的访谈，主要内容包括以下6个方面：

序号	内容
1	企业基本信息和接受访谈人信息
2	业务关系情况：包括合作历史、交易模式
3	销售情况：产品定价方式、信用政策、发行人货款支付情况（有无现金付款、第三方支付）、报告期内销售产品类别及金额、占供应商同类产品的比例、交易的季节性特征
4	货物交接：运输方式、运费承担、风险承担
5	关联关系：相互任职、持股及其他利益关系、财务资助及其他利益安排
6	其他事项：货款争议、违约及诉讼、声明书等。

#### (2) 具体时间、具体行程、参与人员等

##### ① 境内外客户、经销商的走访、访谈情况

截止 2022 年 9 月 3 日，境内共走访客户 46 家，其中直销客户 39 家、经销商 7 家；境外共走访客户 31 家，其中直销客户 26 家、经销商 5 家；走访经销商下游客户 9 家，其中境内经销商下游客户 7 家、境外经销商下游客户 2 家。具体如下：

序号	公司名	方式	访谈时间	行程	走访/访谈人员
<b>一、境内直销客户 39 家</b>					
1	上海企一实业（集团）有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 江门	保荐机构、会计师、律师
2	江门市想天照明科技有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 江门	保荐机构、会计师、律师
3	甫洛照明有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
4	广东埃德尔斯照明科技有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
5	广东康彩照明科技有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
6	中山石客照明有限公司	实地走访	2021/11/8	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
7	广东图灿光电科技有限公司	实地走访	2021/11/9	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
8	中山市卓辉明电子科技有限公司	实地走访	2021/11/9	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
9	中山市岩峰照明科技有限公司	实地走访	2021/11/9	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
10	中山市历宝照明制品有限公司	实地走访	2021/11/9	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
11	佛山市南海方玛照明有限公司	实地走访	2021/11/9	广东 佛山	保荐机构、会计师、律师
12	东莞市爱加照明科技有限公司	实地走访	2021/11/10	广东 东莞	保荐机构、会计师、律师
13	广东艾罗照明科技股份有限公司	实地走访	2021/11/10	广东 广州	保荐机构、会计师、律师
14	广东汉洋电器有限公司	实地走访	2021/11/10	广东 广州	保荐机构、会计师、律师
15	深圳绿米联创科技有限公司	实地走访	2021/11/10	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
16	深圳锐美特电子有限公司	实地走访	2021/11/11	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
17	深圳市伟思拓科技有限公司	实地走访	2021/11/11	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
18	深圳市吉成云创智能科技有限公司	实地走访	2021/11/12	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
19	深圳市耐锐照明有限公司	实地走访	2021/11/12	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
20	深圳市青晓科技有限公司	实地	2021/11/12	广东	保荐机构、会计

序号	公司名	方式	访谈时间	行程	走访/访谈人员
		走访		深圳	师、律师
21	深圳市润鹏科技发展有限公司	实地走访	2021/11/12	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
22	上海狼道照明电器有限公司	实地走访	2021/11/15	上海	保荐机构、会计师、律师
23	苏州工业园区明纬自动化设备有限公司	实地走访	2021/11/16	江苏苏州	保荐机构、会计师、律师
24	宁波律杰机电设备有限公司	实地走访	2021/11/17	浙江宁波	保荐机构、会计师、律师
25	常州欧铁照明电器有限公司	实地走访	2021/11/16	江苏常州	保荐机构、会计师、律师
26	杭州永然光电科技有限公司	实地走访	2021/11/17	浙江杭州	保荐机构、会计师、律师
27	湖南智牛科技有限公司	实地走访	2021/11/23	湖南长沙	保荐机构、会计师、律师
28	湖南天空智慧智能科技有限公司	实地走访	2021/11/23	湖南长沙	保荐机构、会计师、律师
29	四川蓝景光电技术有限责任公司	实地走访	2021/12/2	四川成都	保荐机构、会计师、律师
30	重庆宝勒斯商贸有限公司	实地走访	2021/12/6	重庆	保荐机构、会计师、律师
31	四川百年溢彩照明科技有限公司	实地走访	2021/12/6	四川成都	保荐机构、会计师、律师
32	北京博凯威科技有限公司	实地走访	2021/12/7	北京	保荐机构、会计师、律师
33	北京法澜浮科贸有限公司	实地走访	2021/12/7	北京	保荐机构、会计师、律师
34	河南省乐的美光电科技有限公司	实地走访	2021/12/8	河南郑州	保荐机构、会计师、律师
35	深圳市万森特进出口有限公司	实地走访	2021/11/12	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
36	ZISICO LED INSTRUMENT LIMITED	视频访谈	2021/11/30	广东中山	保荐机构、会计师、律师
37	深圳市专尚科技有限公司	实地走访	2022/7/29	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
38	深圳市默克照明电器有限公司	实地走访	2022/7/29	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
39	广州市伟敏照明科技有限公司	实地走访	2022/7/29	广东广州	保荐机构、会计师、律师
<b>二、境内经销商 7 家</b>					
1	深圳市勳星电子有限公司	实地走访	2021/11/11	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
	惠州市勳星科技有限公司	实地走访	2021/11/11	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
2	雷笙科技（上海）有限公司	实地走访	2021/11/15	上海	保荐机构、会计师、律师

序号	公司名	方式	访谈时间	行程	走访/访谈人员
	上海银坦照明电器有限公司	实地走访	2021/11/15	上海	保荐机构、会计师、律师
3	南昌科普照明设备有限公司	实地走访	2021/11/24	江西南昌	保荐机构、会计师、律师
4	中山市优悠照明电器有限公司	实地走访	2021/11/8	广东中山	保荐机构、会计师、律师
5	北京藥明智光科技有限公司	实地走访	2021/12/7	北京	保荐机构、会计师、律师
6	上海乐兹科技发展有限公司	实地走访	2021/11/15	上海	保荐机构、会计师、律师
7	江苏灰域智能科技有限公司	实地走访	2021/11/16	江苏常州	保荐机构、会计师、律师
<b>三、境外直销客户 26 家</b>					
1	New Vision Lighting(QATAR)W.L.L	视频访谈	2021/11/11		保荐机构、会计师、律师
2	Zegal Viet Nam Jsc	注 1	2021/11/12	越南	保荐机构、会计师、律师
3	PT Cahaya Hemat Utama PT	视频访谈	2021/11/12		保荐机构、会计师、律师
4	MBN GmbH	视频访谈	2021/11/15		保荐机构、会计师、律师
5	The Inspired Lighting LLC	视频访谈	2021/11/16		保荐机构、会计师、律师
6	CRJ HOLDINGS LTD	视频访谈	2021/11/17		保荐机构、会计师、律师
7	Allanson International Inc	视频访谈	2021/11/17		保荐机构、会计师、律师
8	Plus Opto Ltd	视频访谈	2021/11/18		保荐机构、会计师、律师
9	Licencia Para Crear S.A. de C.V.	视频访谈	2021/11/18		保荐机构、会计师、律师
10	LuxLight Pte Ltd	视频访谈	2021/11/22		保荐机构、会计师、律师
11	Lumiere KSA	视频访谈	2021/11/22		保荐机构、会计师、律师
12	WB Energy Solutions Pty Ltd	视频访谈	2021/11/23		保荐机构、会计师、律师
13	PALO ALTO LIGHTING,LLC	视频访谈	2021/11/25		保荐机构、会计师、律师
14	NICOR International Ltd.	走访办事处	2021/12/2	中山	保荐机构、会计师、律师
15	Saas Instrumentti Oy	视频访谈	2021/12/8		保荐机构、会计师、律师
16	Blue Import BIM Oy	视频访谈	2021/12/13		保荐机构、会计师、律师

序号	公司名	方式	访谈时间	行程	走访/访谈人员
17	G&G LED Lighting	视频访谈	2021/12/14		保荐机构、会计师、律师
18	L S I ELECTRICAL FITTINGS TRADING L.L.C	视频访谈	2021/11/15		保荐机构、会计师、律师
19	Creative Lighting Asia (Equipment) Pte Ltd	视频访谈	2022/3/7		保荐机构、会计师、律师
20	proton event & medientechnik GmbH	视频访谈	2022/3/3		保荐机构、会计师、律师
21	Radium Lampenwerk GmbH	视频访谈	2022/7/28		保荐机构、会计师、律师
22	LIGHTUM S.L.	视频访谈	2022/8/1		保荐机构、会计师、律师
23	AUSLITE SOLUTION	视频访谈	2022/7/27		保荐机构、会计师、律师
24	Joeyforlife Co.,Ltd	视频访谈	2022/7/15		保荐机构、会计师、律师
25	Changi-Light Pte Ltd	视频访谈	2022/7/26		保荐机构、会计师、律师
26	Beam Factory Limited	视频访谈	2022/8/9		保荐机构、会计师、律师
<b>四、境外经销商 5 家</b>					
1	Applelec Sign Components (UK) Limited	视频访谈	2021/11/16		保荐机构、会计师、律师
2	inventdesign / ONEEIGHTHYONE BV	注 1	2021/11/11	荷兰	保荐机构、会计师、律师
3	ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.	视频访谈	2021/11/15		保荐机构、会计师、律师
		注 1	2022/8/23	泰国	保荐机构、会计师、律师
4	L C TECH LLP	视频访谈	2021/11/17		保荐机构、会计师、律师
		注 1	2022/8/23	印度	保荐机构、会计师、律师
5	Bright Green Connect Limited	视频访谈	2021/12/14		保荐机构、会计师、律师

注 1: 其中 Zegal Viet Nam Jsc 及 inventdesign / ONEEIGHTHYONE BV 的实地走访由致同会计师事务所境外分所执行, ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.的实地走访通过境外第三方机构昭灵-盈科泰国律师事务所人员执行, 对 L C TECH LLP 的境外实地走访通过境外第三方机构 Jain Prince & CoChartered Accountants 人员执行, 上述走访中介机构均同步参与了视频访谈。

经销商的下游客户走访、访谈情况:

序号	经销商名称	下游客户名称	方式	访谈时间	行程	走访/访谈人员
1	中山市优悠照明电器有限公司	江门市力业照明科技有限公司	实地走访	2022/2/18	广东 江门	保荐机构、会计师、律师
2	中山市优悠照明电器有限公司	中山市致格照明电器有限公司	实地走访	2022/2/18	广东 中山	保荐机构、会计师、律师
3	深圳市勤星电子有限公司	深圳泰和成光电技术有限公司	实地走访	2022/2/18	广东 深圳	保荐机构、会计师、律师
4	南昌科普照明设备有限公司	赣州三合力有限公司	实地走访	2022/2/25	江西 赣州	保荐机构、会计师、律师
5	上海银坦照明电器有限公司	上海耐源电子科技有限公司	实地走访	2022/3/3	上海	保荐机构、会计师、律师
6	上海银坦照明电器有限公司	上海颐君照明科技有限公司	实地走访	2022/3/4	上海	保荐机构、会计师、律师
7	上海乐兹科技发展有限公司	上海恩森照明设计工程有限公司	实地走访	2022/3/4	上海	保荐机构、会计师、律师
8	ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.	Almech Engineering CO.,LTD	视频	2022/4/28		保荐机构、会计师、律师
9	L C TECH LLP	Light Source International LLP	视频	2022/3/30		保荐机构、会计师、律师

## ② 供应商走访及访谈情况

截止 2022 年 9 月 3 日，共实地走访 51 家，其中原材料供应商 50 家，外协加工供应商 1 家。具体如下：

序号	公司名	访谈时间	行程	走访人员
一、原材料供应商				
1	中山市百纳电子科技有限公司	2021/11/15	广东中山	保荐机构、会计师、律师
2	珠海市航达科技有限公司	2021/11/15	广东珠海	保荐机构、会计师、律师
3	杭州利尔达展芯科技有限公司	2021/11/18	浙江杭州	保荐机构、会计师、律师
4	深圳市贝优特科技有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
5	深圳致远微芯科技有限公司	2021/11/22	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
6	深圳市远通恒业科技有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
7	珠海正扬科技实业有限公司	2021/11/15	广东珠海	保荐机构、会计师、律师
8	富昌电子（上海）有限公司	2021/11/15	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
9	深圳市超利维实业有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
10	深圳市飞捷士科技有限公司	2021/11/22	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
11	深圳市万泰盛科技有限公司	2021/11/22	广东深圳	保荐机构、会计师、律师

序号	公司名	访谈时间	行程	走访人员
12	湖南艾华集团股份有限公司	2021/11/24	湖南益阳	保荐机构、会计师、律师
13	扬州扬杰电子科技股份有限公司	2021/11/17	广东中山	保荐机构、会计师、律师
14	深圳市均特利科技有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
15	珠海市金钜盛电子有限公司	2021/11/15	广东珠海	保荐机构、会计师、律师
16	中山市康盛塑胶制品有限公司	2021/11/16	广东中山	保荐机构、会计师、律师
17	深圳市四叶电子有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
18	广州市超毅电子有限公司	2021/11/17	广东广州	保荐机构、会计师、律师
19	苏州昭硕电子有限公司	2021/11/18	江苏苏州	保荐机构、会计师、律师
20	威迪电子（东莞）有限公司	2021/11/17	广东东莞	保荐机构、会计师、律师
21	深圳市港鑫达电子科技有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
22	慈溪市凯峰电子有限公司	2021/11/17	浙江慈溪	保荐机构、会计师、律师
23	东莞市元迪电子有限公司	2021/11/19	广东东莞	保荐机构、会计师、律师
24	深圳市华力欣科技有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
25	深圳市铭星科技有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
26	深圳市华锐达电子有限公司	2021/11/22	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
27	深圳市骏龙电子有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
28	深圳市根本电子半导体有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
29	深圳市驰顺科技有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
30	深圳市金城微零件有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
31	珠海市康华塑胶模具有限公司	2021/11/15	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
32	深圳市衡喻丰华科技有限公司	2021/11/22	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
33	深圳市吉祥腾达电子有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
34	深圳市亿钺达工业有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
35	深圳市创业正强科技有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
36	东莞市可为电子有限公司	2021/11/17	广东东莞	保荐机构、会计师、律师
37	中山市森澜金属制品有限公司	2021/11/16	广东中山	保荐机构、会计师、律师
38	深圳市睿宇兆恒科技有限公司	2021/11/24	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
39	佛山市三水日明电子有限公司	2021/11/16	广东佛山	保荐机构、会计师、律师
40	深圳意步诚悦科技有限公司	2021/11/25	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
41	宁波高松电子有限公司	2021/11/17	浙江宁波	保荐机构、会计师、律师

序号	公司名	访谈时间	行程	走访人员
42	深圳华威新材料有限公司	2021/11/23	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
43	东莞市诚和迅智能科技有限公司	2022/2/18	广东东莞	保荐机构、会计师、律师
44	深圳市隆富晟科技有限公司	2022/7/27	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
45	广州长锐电子科技有限公司	2022/7/27	广东广州	保荐机构、会计师、律师
46	深圳市灵动高科电子有限公司	2022/7/28	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
47	深圳市创芯弘科技有限公司	2022/7/28	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
48	深圳市睿虎电子有限公司	2022/7/28	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
49	深圳市光华创新科技有限公司	2022/7/28	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
50	深圳市飞易通科技有限公司	2022/7/28	广东深圳	保荐机构、会计师、律师
二、委托加工供应商				
1	中山市信博精密电子有限公司	2022/2/18	广东中山	保荐机构、会计师、律师

### 3、核查过程中关注的事项，是否存在异常情形，对异常情形的补充核查手段及程序，是否造成对发表意见准确性产生重大不利影响

会计师在对客户及供应商的核查过程中，关注了对受访者身份的检查，对受访公司信息的检查，取得受访者名片，受访公司营业执照等资料；走访人员查看了访谈对象的生产场所（如有）、办公室、仓库等营业场所并拍照；重点关注发行人与受访公司的合作模式、定价方式及交易价格的公允性、产品质量、与受访公司是否存在关联关系、交易真实性、是否存在私下利益交换等方面。

经实地走访、视频访谈和函证确认，发行人在上述客户及供应商核查过程中不存在异常情形。

（三）说明各中介机构选择实地走访、访谈对象的主要依据及合理性，是否存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况，如是，请补充说明具体原因、尽职调查的充分性、合规性

#### 1、说明各中介机构选择实地走访、访谈对象的主要依据及合理性

申报会计师选择实地走访、访谈对象的主要依据是：

(1) 考虑到实地走访较视频访谈有更高的可靠性，并能现场查看受访人公司的基本情况，境内客户访谈均为实地走访，境外客户访谈由于疫情原因主要采用视频的方式进行访谈，但对境外的前 5 大客户中的 4 家采用申报会计师境外分所和聘请第三方机构进行实地走访，中介机构同步视频参与；

(2) 会计师结合客户销售金额及客户所在地域选取访谈对象，基本涵盖报告期各年度收入的前 40 名客户，并保证客户访谈覆盖率达到各年度销售额的 60% 左右；如按各年度前 40 名综合选样未达到 60% 比例，则按照以下标准补充选择：

1、报告期各期都与发行人有交易；2、报告期各期交易金额较大。

会计师结合供应商所在区域、合作历史等选取走访名单，基本涵盖报告期各期采购额的前 20 名，并保证供应商访谈覆盖率达到各年度采购额的 70% 左右，如按各年度前 20 名综合选样未达到 70% 比例，则采用与补充客户访谈样本相同的原则补充供应商访谈对象。

综上，申报会计师选择实地走访、访谈对象的依据合理。

**2、是否存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况，如是，请补充说明具体原因、尽职调查的充分性、合规性**

报告期内，申报会计师不存在未对部分主要客户或主要供应商进行实地走访或访谈的情况。

(四) 说明是否存在根据其他中介机构核查情况发表意见的情形，如是，请进一步说明是否属于合理信赖的范畴，是否已经保持职业怀疑并运用职业判断进行独立分析，按规定是否需要并已经对相关内容进行调查、复核并做出独立判断

申报会计师作为本次发行工作的重要参与者，按照依法制定的业务规则和行业自律规则，审慎履行职责，作出专业判断与认定，保证所出具文件的真实性、准确性和完整性，不因引用申报会计师出具的专业意见而出现虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。申报会计师对于本次发行工作涉及的财务数据准确性、完整性、真实性的核查程序均独立完成，包括但不限于在审计准则指导下进行的风险

评估、审计计划、抽样、会计估计、内部控制了解及测试、检查关联方及其交易、监盘、函证、对重要客户及供应商的实地或视频访谈等，其中对重要客户及供应商的实地或视频访谈工作与保荐机构、发行人律师一同完成。

在本次发行工作的财务数据核查过程中需要引用行业相关数据时，合理信赖了其他中介机构的工作，但保持了职业怀疑，履行了审慎核查和必要的调查、复核工作。

综上，申报会计师存在根据其他中介机构核查情况发表意见的情形，均属于合理信赖的范畴，已经保持了职业怀疑并运用职业判断进行独立分析，并已经对相关内容进行调查、复核并做出独立判断。

**（五）结合前述情况以及前期尽职调查情况，说明各中介机构尽职调查是否充分、是否勤勉尽职、是否符合尽职调查相关规则的要求，相关工作底稿能否真实、准确、完整地反映尽职调查工作，是否存在申报后补充核查程序的情形及原因、合规性；中介机构内部控制是否健全有效，能否确保提交、报送、出具、披露的相关材料和文件符合有关规定，且内容真实、准确、完整**

1、结合前述情况以及前期尽职调查情况，说明各中介机构尽职调查是否充分、是否勤勉尽职、是否符合尽职调查相关规则的要求，相关工作底稿能否真实、准确、完整地反映尽职调查工作，是否存在申报后补充核查程序的情形及原因、合规性

申报会计师在走访/访谈过程中，做好了照片或录像、访谈记录等完整的留档工作，相关实地走访、视频访谈核查程序有效、合规，项目组对报告期内相关交易进行了函证。申报会计师在尽职调查中勤勉尽责，恪守独立、客观、公正原则进行审慎核查，符合尽职调查相关规则的要求，工作底稿能够真实、准确、完整地反映尽职调查工作。

鉴于考虑因疫情影响，申报会计师前期针对发行人境外主要客户 L C TECH LLP 和 ILLUSPACE (THAILAND) CO.,LTD.进行了视频访谈，未进行实地走访，在加期

核查期间由保荐机构推荐并由发行人聘请了境外律师和境外会计师对上述客户进行了现场访谈和并实地查看其仓库库存情况，会计师会同券商、律师同步视频参与了上述访谈，并非出于申报后核查。

2、中介机构内部控制是否健全有效，能否确保提交、报送、出具、披露的相关材料和文件符合有关规定，且内容真实、准确、完整

申报会计师已经建立覆盖立项、尽职调查、质量控制、技术咨询、内部复核等环节的内控制度安排、组织体系和控制措施。申报会计师将严格按照相关规定，进一步加强尽职调查和审慎核查，督导发行人规范运行，不断增强自我约束和风险控制能力。申报会计师内部控制健全有效，已履行必要的内部控制程序，可以确保提交、报送、出具、披露的相关材料和文件符合有关规定，且内容真实、准确、完整。

（六）除上述问题外，申报会计师对照《北京证券交易所股票上市规则（试行）》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》、《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》以及《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市审核规则（试行）》等规定进行核查后，认为发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

本回复仅向北京证券交易所报告及披露使用，不得用于其他任何目的。



中国注册会计师


中国注册会计师


中国·北京

二〇二二年九月十九日