

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于常州迅安科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市
申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2022]第 ZF449 号

北京证券交易所：

由光大证券股份有限公司转来的贵所《关于常州迅安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审核问询函》（以下简称“审核问询函”）收悉。根据审核问询函的要求，我们对涉及申报会计师的相关问题进行了逐项核查，有关情况回复如下：

如无特别说明，本回复相关用语具有与《常州迅安科技股份有限公司招股说明书》（以下简称“招股说明书”）中相同的含义。

一、业务与技术

问题 3.土地使用权的相关补偿约定

根据申报文件，2022 年 4 月，发行人与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》，约定发行人在常州市经开区投资建设电焊防护面罩及呼吸器项目，并取得符合发行人条件的经营用地 38.9 亩，同时就发行人开工建设时间、税收总额等作出约定。根据协议，发行人投产后如最迟至第三个完整财务年度税收增量未能满足协议标准，需向常州经济开发区管理委员会以现金形式一次性缴纳 50 万元/亩的补偿费。目前发行人还需要履行招拍挂程序，尚未取得土地使用权。

请发行人：（1）补充披露《投资协议》的具体条款，说明与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》的背景及原因、补偿条件确定的标准及合理性，除补偿费外，是否存在其他的约定或要求。（2）根据电焊防护面罩及呼吸器的市场需求、项目落地后的预计产能、预计收入等情况，说明发行人是否存在触发补偿条款的风险，测算可能补偿的金额及对发行人经营的影响。（3）说明获取土地使用权的进展情况，是否存在获取土地使用权的实质性障碍或无法获取的风险，发行人是否有相关的应对措施。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充披露《投资协议》的具体条款，说明与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》的背景及原因、补偿条件确定的标准及合理性，除补偿费外，是否存在其他的约定或要求

1、补充披露《投资协议》的具体条款

发行人已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（三）对持续经营有重要影响的合同的基本情况”之“6、投资合同”补充披露如下：

“2022 年 4 月，公司（乙方）与常州经济开发区管理委员会（甲方）、江苏

戚墅堰轨道交通产业园管理办公室（丙方）签署《投资协议》，约定发行人在常州市经开区投资建设电焊防护面罩及呼吸器项目，并取得符合发行人条件的经营用地 38.9 亩，同时就发行人开工建设时间、税收总额等作出约定。具体条款如下：

事项	具体内容
用地位置	项目用地位于常州经济开发区潞横路北侧、园东路西侧、潞横北路南侧，规划面积约 38.9 亩，土地面积最终确定以国土资源局实际测量为准。
土地价格	甲方、丙方同意乙方受让上述工业地块土地使用权，项目土地出让基准价格 55 万元/亩（其中含耕地占补平衡调节金 15 万元/亩）。本价格不含契税及办理土地证等过程中乙方需承担的相关费用。
乙方陈述、承诺和保证	<p>1、乙方承诺项目投资强度不低于 450 万元/亩。</p> <p>2、乙方承诺项目容积率不低于 2.0。</p> <p>3、乙方承诺在取得项目用地后 6 个月内开工建设，并在开工建设后 18 个月内整体竣工。厂房一次性开工建设，建成后未经经开区管委会同意不得对外出租。</p> <p>4、乙方承诺自投产后，最迟至第三个完整财务年度，以乙方取得土地的上一年实际缴纳的各项税收总额为税收基数，乙方年度税收增量【（年度实际缴纳的各项税收总额-企业税收基数）/新取得的土地面积】，不得低于 20 万元/亩。</p> <p>备注：本协议中提及的各项税收指：增值税、企业所得税、个人所得税及印花税等税收。</p> <p>5、乙方承诺自项目投产后的第三个完整年度，实际缴纳的各项税收总额增量仍低于上述 20 万元/亩的要求，则乙方须以现金形式一次性缴纳 50 万元/亩的补偿费至经开区指定财政账户。</p> <p>6、乙方承诺原则上应于 2022 年 9 月底前启动上市申报。</p> <p>7、乙方应履行本投资协议中之投资承诺，如期完成投资计划，并将全部在甲方销售、规范纳税，不转移利润及税收。乙方承诺在甲方提供的资源不能满足乙方发展需求时，经三方协商一致，方可在其它地方设立常州公司子公司。</p> <p>8、乙方兴办的项目应符合国家相关产业政策和环境保护有关政策规定。有关其他事项，按国家有关规定办理。</p> <p>9、其他承诺：</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 乙方承诺根据拆迁时间要求配合现有地块拆迁腾空。 (2) 乙方承诺新地块项目建筑形态符合规划要求，建筑形态和色系与周边建筑（欣盛）风格保持一致，建筑应尽可能采用光伏屋顶等节能方案； (3) 乙方承诺采用节能环保的生产设备及工艺方案，原则上应建设智能化工厂。
违约责任	<p>1、本协议签订后，任何一方无法定理由且未经三方同意情形下，不得单方面终止协议书中内容条款。</p> <p>2、甲、乙、丙三方中如有一方产生违约行为，另两方有权追究其违约责任，并要求赔偿其损失。</p>

”

2、说明与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》的背景及原因

受限于发行人生产场地等因素，发行人将在常州经济开发区内新购置土地新建本次募投项目年产 120 万只电焊防护面罩及 8 万套电动送风过滤式呼吸器建设项目及研发中心项目，项目合计总投资额预计为 29,515.51 万元。发行人将通过购置自动化产品生产线，实现对发行人主营产品的制造生产过程智能管理，提高发行人的智能制造水平及品质检测管理水平。经发行人与当地政府协商，项目拟选址常州市经开区潞横路北侧、园东路西侧、潞横北路南侧，拟使用土地 38.9 亩。

江苏省人民政府 2021 年 12 月 19 日下发《省政府办公厅关于进一步推进工业用地提质增效的意见》（苏政办发〔2021〕103 号）、江苏省 2021 年 12 月 22 日下发《省自然资源厅 省发展和改革委员会 省科学技术厅 省工业和信息化厅 省财政厅 省生态环境厅 省商务厅关于印发进一步推进工业用地提质增效实施细则的通知》（苏自然资发〔2021〕264 号），为不断提高全省工业用地节约集约利用水平和产出效益，推动高质量发展，要求提高新上工业项目用地容积率下限，定期修订并逐步提高容积率、土地产出率、地均税收等标准，各部门在项目准入、履约监管、绩效评估、激励约束等方面强化协同，加强工业项目“事前、事中、事后”服务监管。

根据常州市人民政府办公室 2022 年 1 月 14 日下发的《市政府办公室印发关于进一步推进工业用地提质增效若干规定的通知》（常政办发〔2022〕6 号）：

（1）在供地方案中设定固定资产投资强度、容积率、亩均税收、单位工业增加值能耗、R&D 经费支出等控制指标产业准入标准；

（2）各辖市、区人民政府牵头成立产业用地准入评审小组确定产业项目供地的初步方案，包括供应方式、土地价格、使用年限和亩均税收等产出条件、签订产出监管协议的责任主体及分割转让条件等产出监管协议约定相关内容；

（3）全市范围内使用新增建设用地或存量建设用地的工业项目、标准厂房项目、研发项目以及低效用地再开发涉及转让、分割转让等产业项目，均应实行

《国有建设用地使用权出让（租赁）合同》与《产出监管协议》并举的“双合同”管理制度。在自然资源和规划部门与竞得人签订国有建设用地使用权出让（租赁）合同、转让登记或分割转让审批前，各辖市、区人民政府或其指定机构应与受让人签订《产出监管协议》。

鉴于上述规定，发行人与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》，就常州经济开发区内该项土地投资事宜进行约定。

3、补偿条件确定的标准及合理性

为支持发行人募投项目建设，鼓励企业上市，常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室与发行人签署《投资协议》，常州经济开发区管理委员会将协助发行人办理相关用地手续，协议中补偿条款主要是基于江苏省及常州市关于推进工业用地提质增效方面的规定，提高工业用地节约集约利用水平和产出效益，推动高质量发展。

根据对江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室的访谈，协议中补偿条件标准系发行人所在地常州经济开发区依照常州市《市政府办公室印发关于进一步推进工业用地提质增效若干规定的通知》（常政办发〔2022〕6号）等相关规定统一制定的标准，适用常州经济开发区当地所有企业，因此发行人与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》中的补偿条件确定的标准具有合理性。

4、除补偿费外，是否存在其他的约定或要求

根据《投资协议》以及对江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室的访谈，除《投资协议》约定的承诺和保证外，常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室与迅安科技之间不存在其他的约定或要求。

(二) 根据电焊防护面罩及呼吸器的市场需求、项目落地后的预计产能、预计收入等情况，说明发行人是否存在触发补偿条款的风险，测算可能补偿的金额及对发行人经营的影响

1、电焊防护面罩及呼吸器的市场需求

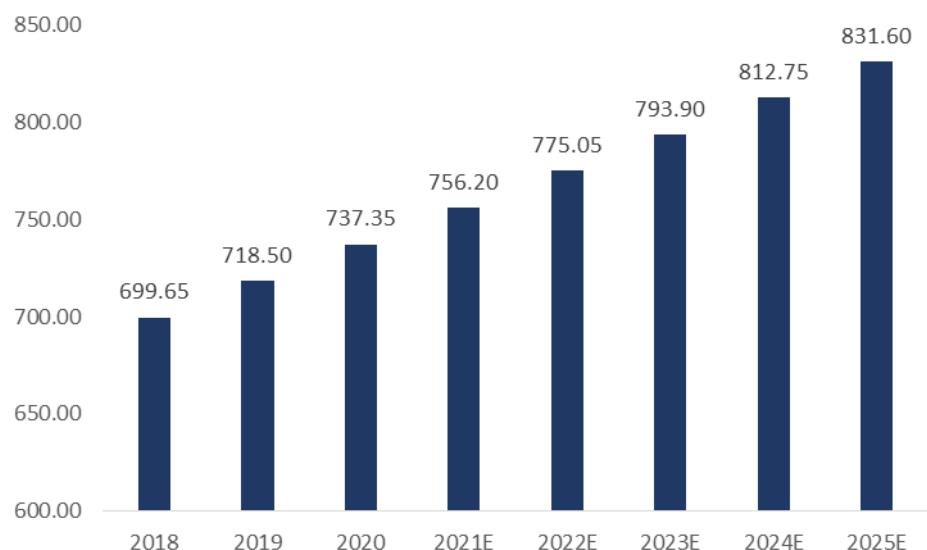
(1) 电焊防护面罩

电焊防护面罩是在焊割作业中对作业人员进行眼睛保护、面部防护及呼吸防护的工具，广泛应用于机械制造、金属加工、汽车、建筑、航空航天、船舶、维修、采矿、医疗健康等行业的焊接生产过程中，是与钢铁焊接高度关联的配套产品。

随着全球发达国家和发展中国家的基础设施开发活动的启动以及桥梁、铁路、车辆、船舶等工业领域需求的扩大，钢材的需求持续增长。根据 Orbis Research 数据显示，2020 年全球电焊防护面罩市场规模约达到 737.35 百万美元，预计到 2025 年市场规模将增长至约 831.60 百万美元。随着自动变光电焊防护面罩的市场接受度不断提高，需求进一步释放，市场规模将会持续增长。广阔的市场空间为本项目的实施提供了强力的产能消化保障。

2018-2025 年全球电焊防护面罩市场规模及预测

(单位：百万美元)



数据来源：Orbis Research

北美和欧洲市场较为成熟，国际上电焊防护面罩的知名品牌商主要位于欧美发达国家，预计未来欧美市场将呈现稳定增长的态势。在亚太地区，日韩市场相对成熟，中国市场对自动变光电焊防护面罩的需求潜力较大，未来需求释放空间较大。此外欧美地区发达国家对职业安全和保护的法律以及个人防护用品行业标准较为完善，对防护效果较好的自动变光电焊防护面罩产品需求更高。而其他发展中国家的职业安全法规和防护用品行业标准相对滞后，较多使用普通电焊防护面罩，未来随着法律法规和行业标准的完善以及个人防护意识的提高，对自动变光电焊防护面罩的需求将会进一步增加。

（2）电动送风过滤式呼吸器

电动送风过滤式呼吸器（Powered Air-Purifying Respirator, PAPR）是一种通过电动过滤器将过滤后的空气加压输送至穿戴者的面罩、头罩、防护服等封闭呼吸区的劳动防护用品，为工作在由于粉尘、烟雾、有毒有害气体、医疗等危害因素而空气受到污染的环境下的人员提供呼吸防护，广泛应用于化工、医疗、机械制造等领域。

近年来随着工业的不断发展，分工愈加细化，环境空气受到污染的高危环境的工作种类增加，导致呼吸道、肺部等相关呼吸类的职业病发病率增加，加之呼吸性的传染疾病的发生与流行，呼吸防护和呼吸健康受到国家、企业和个人的重视，呼吸防护用品受到广泛关注。传统的空气呼吸器主要应用于有毒有害气体、化学污染物、高温、浓烟、缺氧等环境下进行作业和抢险的场景中，为使用者提供呼吸防护，保障生命安全，但需配合氧气罐使用，体积较庞大，佩戴和行动较为不方便，不适用于常年处于粉尘、废气、有毒有害气体等高危环境下工作的人员，例如焊接作业人员、医务人员等。因此市场需求促使空气呼吸器向电动送风过滤式呼吸器方向发展，电动送风过滤式呼吸器除了具备传统呼吸器对于粉尘、废气的呼吸防护功能外，无需配合氧气罐，而是将环境空气通过过滤直接输送至佩戴者的密闭呼吸区，佩戴者呼吸顺畅，行动方便，有利于进行工业作业、医疗等方面的工作，未来随着产品的研发和迭代升级，应用领域将会更加广泛。

据 Orbis Research 数据显示，电动送风过滤式呼吸器产品可以为佩戴者提供呼吸防护，有效避免有害气体、化学物质、烟雾、粉尘颗粒等危害因素对人体的

伤害，可在大多数环境空气存在危险因素且不缺氧的环境中发挥对人体的呼吸保护作用，应用领域较为广泛。从市场规模及增长趋势来看，据 Orbis Research 数据显示，2020 年全球电动送风过滤式呼吸器的市场规模达 1,909.97 百万美元，预计到 2025 年增至 2,698.75 百万美元。

2018-2025 年全球电动送风过滤式呼吸器的市场规模及预测

(单位：百万美元)



数据来源：Orbis Research

世界各国政府正在制定更严格的职业健康和安全的法律法规，要求企业向在危险环境中工作的人员提供必要的呼吸防护装备。例如，英国健康与安全局(HSE)于 2019 年提出，所有从事焊接活动的企业应提供呼吸保护设备来降低焊接烟尘对焊接人员健康的风险；美国疾病控制与预防中心(CDC)、卫生与公共服务部(HHS)于 2020 年 4 月更新了“防微颗粒物空气净化呼吸器的认可测试和标准”，允许批准更适合医疗保健和公共安全部门人员使用的新类别呼吸器 PAPR 100，还将所有类型的防微颗粒物空气净化呼吸器的技术标准合并，去除用于灰尘、烟尘和薄雾，农药、油漆喷剂的老式呼吸器的有关标准；我国《个体防护装备标准化提升三年专项行动计划（2021—2023 年）》中将“呼吸防护用品的选择、使用和维护及适合性检验方法”列为 2022 年拟发布的个体防护装备重点国家标准。未来随着配备呼吸防护装备成为各行业危险环境工作的强制要求的举措落地，将推动对电动送风过滤式呼吸器产品的需求爆发增长。

2、项目落地后的预计产能、税收指标预计完成情况，说明发行人是否存在触发补偿条款的风险，测算可能补偿的金额及对发行人经营的影响

根据投资协议，发行人承诺自投产后，最迟至第三个完整财务年度，以发行人取得土地的上一年实际缴纳的各项税收总额为税收基数，乙方年度税收增量【（年度实际缴纳的各项税收总额-企业税收基数）/新取得的土地面积】，不得低于 20 万元/亩。（备注：本协议中提及的各项税收指：增值税、企业所得税、个人所得税及印花税等税收。）发行人承诺自项目投产后的第三个完整年度，实际缴纳的各项税收总额增量仍低于上述 20 万元/亩的要求，则发行人须以现金形式一次性缴纳 50 万元/亩的补偿费至经开区指定财政账户。

发行人拟在该等土地新建年产 120 万只电焊防护面罩及 8 万套电动送风过滤式呼吸器建设项目以及研发中心建设项目。根据本次募投项目年产 120 万只电焊防护面罩及 8 万套电动送风过滤式呼吸器建设项目的可行性研究报告，项目建设期 2 年，预计项目正式投产后第三年生产负荷可达 65%。按《投资协议》约定投产后第三个完整年度，生产负荷为 65% 测算，则预计项目实现产品产销量和收入情况如下：

序号	产品	数量（万套）	单价（元）	收入（万元）
1	电焊防护面罩	78.00	180.00	14,040.00
2	电焊防护面罩配件	/	/	2,477.65
3	电动送风过滤式呼吸器	5.20	1,300.00	6,760.00
4	电动送风过滤式呼吸器配件	/	/	2,375.14
	合计			25,652.78

主要利润表科目情况如下：

项目	金额（万元）
营业收入	25,652.78
营业成本	15,823.28
利润总额	6,912.29
净利润	6,043.14

税收指标预计完成情况如下：

项目	金额（万元）
所得税	869.15
城市维护建设税	18.96
教育税附加	8.13
地方教育附加费	5.42
合计	901.66

注：考虑研发费用加计扣除等因素调整所得税应税总额；发行人预计短期内仍以出口销售为主，享受增值税出口退税政策，无需缴纳增值税。

根据上述测算，项目年度税收增量为 23.18 万元/亩，高于《投资协议》所约定的 20 万元/亩的税收增量标准，因此发行人预计不会触发补偿费条款。

如全球经济形势、国际贸易关系、市场需求和竞争环境等发生重大不利变化，发行人募投项目实施进度或效益未达预期，在经营过程中缴税未达要求，发行人存在触发补偿费条款的风险。根据《投资协议协议》，发行人需要缴纳的未达产补偿费金额为 1,945 万元（50 万元/亩*38.9 亩=1,945 万元），因此发行人在无法达成考核目标的情况下，所需承担的补偿费上限为 1,945 万元。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”及“第三节风险因素”之“四、募集资金投资项目风险”部分就募投项目土地《投资协议》补充披露如下：

（九）未能及时履行协议约定导致的经济损失风险

2022 年 4 月，公司与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》，同意发行人在常州市经开区投资建设电焊防护面罩及呼吸器项目，并取得符合发行人条件的经营用地 38.9 亩。根据协议，发行人投产后如最迟至第三个完整财务年度税收增量未能满足协议标准，则存在向常州市经开区指定账户支付补偿费的风险，具体内容详见招股说明书“第五节业务和技术”之“三、发行人主营业务情况”之“（三）对持续经营有重要影响的合同的基本情况”之“6、投资合同”。

（三）说明获取土地使用权的进展情况，是否存在获取土地使用权的实质性障碍或无法获取的风险，发行人是否有相关的应对措施

根据常州市资源交易中心 2022 年 8 月 23 日公示的《常州市国有建设用地使用权公开出让公告》（GZX[2022]20 号），经常州市人民政府批准，常州市公共资源交易中心决定以网上挂牌方式出让 7 (幅) 地块的国有土地使用权，其中包括本次募投项目用地，具体如下：

地块编号	地块名 称坐落	土地用 地面积 (亩)	用 途	土地使 用年限 (年)	产业 类型	规划指标			投资强 度(万 元/亩)	起始 价(万 元)	保 证 金 (万 元)	加价 幅度 (万 元)
						容积率	建筑密 度(%)	绿地率 (%)				
GZX20222007	园东路 西侧、潞 横路北 侧	38.9	工 业	50	专用 设备 制造 业	1.5< R≤2.5	≤13	≤13	≥450	1557	779	10 或 其整 数倍

根据《常州市国有建设用地使用权公开出让公告》，地块竞买人须为中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织(法律另有规定或有特殊情况者除外)，土地的挂牌日期开始日期为 2022 年 9 月 12 日，挂牌结束时间为 2022 年 9 月 23 日。

2022 年 9 月 23 日，本次募投项目用地完成土地挂牌竞拍程序，公司竞得该地块的国有土地使用权，尚待办理成交确认手续。后续公司将按规定支付土地出让金，并及办理取得土地使用权证书。根据对江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室、发行人管理层的访谈，发行人获取土地使用权不存在实质性障碍，无法取得土地使用权的风险较小。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“（七）募投项目用地尚未取得的风险”及“第三节风险因素”之“四、募集资金投资项目风险”之“（一）募投项目用地尚未取得的风险”部分就无法取得募投项目土地风险披露如下：

“（八）募投项目用地尚未取得的风险

截至本招股说明书签署日，本次发行募集资金投资项目“年产 120 万只电焊防护面罩及 8 万套电动送风过滤式呼吸器建设项目”和“研发中心项目”尚未取得土地使用权。

2022 年 4 月，公司和常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署了《投资协议》就发行人在常州经济开发区投资建设募投项目并取得项目用地事宜进行了约定。2022 年 9 月 23 日，本次募投项目用地完成土地挂牌竞拍程序，公司竞得该地块的国有土地使用权，后续公司将按规定支付土地出让金。公司尚未取得募投项目用地的土地使用权。如公司不能及时取得相关土地使用权，将导致前述项目面临施工进度延后，存在项目收益无法达到预期目标的风险。”

上述项目对地块条件无特殊要求，发行人将积极推进项目用地的取得，如未来发行人未能取得项目规划用地的，发行人亦制定了相应的替代措施，具体如下：

（1）寻求周边替代地块

常州经济开发区目前工业用地储备充沛，若届时土地拍卖不成功，常州市武进区潞城街道办事处/江苏戚墅堰轨道交通产业园将进行协调，采取包括但不限于协调其他土地出让、土地转让等替代措施以确保发行人尽快取得符合土地政策、城市规划等相关法规要求的项目用地，不会对项目整体进度产生重大不利影响。

（2）租赁场地

发行人所处区域位于常州经济开发区，工业厂房较多，发行人获取可供出租且可满足本次募投项目使用的场地不存在实质性障碍。

（四）请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

【申报会计师回复】

（1）核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

1、取得并查阅发行人与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署的《投资协议》，核查募投项目用地的相关约定；

2、查阅江苏省人民政府《省政府办公厅关于进一步推进工业用地提质增效的意见》（苏政办发〔2021〕103号）、江苏省《省自然资源厅 省发展和改革委员会 省科学技术厅 省工业和信息化厅 省财政厅 省生态环境厅 省商务厅关

于印发进一步推进工业用地提质增效实施细则的通知》（苏自然资发〔2021〕264号）以及常州市人民政府办公室下发的《市政府办公室印发关于进一步推进工业用地提质增效若干规定的通知》（常政办发〔2022〕6号）等相关文件；

3、对江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室、发行人管理层进行了访谈，了解《投资协议》签署背景、原因、补偿条件确定的标准及合理性、是否存在其他约定或要求等；了解募投项目土地使用权相关事项进展，取得用地是否存在实质性障碍等；

4、取得并查阅了发行人募投项目的项目建议书及发行人所处行业相关报告；

5、查阅了常州市资源交易中心公示的公告信息，核查了相关土地的出让公告。

（2）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人与常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室签署《投资协议》，主要系相关机构根据江苏省及常州市关于推进工业用地提质增效相关规定要求，与发行人签署的用地监管协议，协议中约定的补偿条件系常州经济开发区参照常州市政府相关规定制定的统一标准，具有合理性；发行人已补充披露签署《投资协议》的背景及原因、补偿条件确定的标准及合理性，除《投资协议》约定的承诺和保证外，常州经济开发区管理委员会、江苏戚墅堰轨道交通产业园管理办公室与发行人之间不存在其他的约定或要求。

2、根据募投项目效益测算，发行人募投项目预计不会触发补偿条款；如全球经济形势、国际贸易关系、市场需求和竞争环境等发生重大不利变化，发行人募投项目实施进度或效益未达预期，在经营过程中缴税未达要求，发行人存在触发补偿费条款的风险，所需承担的补偿费上限为1,945万元。

3、截至本反馈回复签署之日，本次募投项目用地已履行挂牌出让程序，发行人竞得该地块的国有土地使用权，发行人关于取得土地使用权的障碍及风险的说明与我们了解的信息在所有重大方面一致；如募投项目用地无法按原计划落实，发行人亦制定了相关替代措施，不会对募投项目的实施造成重大不利影响。

三、财务会计信息与管理层分析

问题 6.同时采用自营出口和代理出口的合理性

根据申报文件，报告期内，发行人外销收入分别为 11,524.62 万元、15,331.33 万元和 18,743.36 万元，占当期收入的比例分别为 91.01%、86.59% 和 88.29%，主要销往北美和欧洲。其中，自营出口报告期内约占 50%，代理出口约占 40%。

(1) 同时采用两种出口模式的合理性。根据申报文件，发行人代理出口主要通过代理商大亚公司实现向主要客户弗瑞特、伊萨集团的销售，大亚按照净收汇金额的 $\text{Y0.06-0.08}/\text{美元}$ 收取代理费；通过客户指定代理商常州对外贸易实现向主要客户斯威尔德的销售，常州对外贸易不向发行人收取代理费。请发行人：
①说明同时采用自营出口和代理两种出口模式的原因及合理性。②结合协议条款、服务内容、结算方式、各报告期代理费金额、实现销售收入金额等方面，以清单列示所有代理商合作情况；说明两家主要代理商大亚和常州对外贸易的代理费存在差异的原因，是否符合商业合理性。③结合发行人与代理商的对账方式、频率、获取的外部证据，说明代理费用和收入的确认是否符合《企业会计准则》的要求。

(2) 境外客户的合作稳定性。根据申报文件，报告期内，发行人销往美国的收入分别为 4,865.99 万元、6,884.88 万元、8,962.07 万元，占主营业务收入比例分别为 38.43%、38.89%、42.22%。发行人披露，美国、欧洲等多个国家和地区的政治格局及政策变化将对公司经营业绩产生一定影响。请发行人：①结合境外客户导入时间、主要协议条款、在客户供应链中的地位、客户的采购金额占比等情况，说明境外主要客户的合作稳定性。②列表说明外销的主要国家和地区、客户市场地位、发行人销售产品的终端销售情况。③说明 2021 年向弗瑞特、伊萨集团等主要客户销售收入大幅增长的原因及合理性。④结合主要境外销售区域的政治经济局势和疫情情况、报告期后新增订单及执行情况，分析说明是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，发表明确意见，并重点说明：(1)境外销售的核查方法、核查范围、核查程序、获取的证据及结果。(2)按照境内、境外说明对客户的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序

的具体情况及结论；对上述客户访谈的具体核查方式、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。（3）针对发行人产品最终销售实现情况履行的核查手段、内容、比例及结论。（4）结合上述核查情况，对报告期内收入及成本的真实、准确、完整性发表明确意见。

【发行人回复】

（一）同时采用两种出口模式的合理性。①说明同时采用自营出口和代理两种出口模式的原因及合理性。②结合协议条款、服务内容、结算方式、各报告期代理费金额、实现销售收入金额等方面，以清单列示所有代理商合作情况；说明两家主要代理商大亚和常州对外贸易的代理费存在差异的原因，是否符合商业合理性。③结合发行人与代理商的对账方式、频率、获取的外部证据，说明代理费用和收入的确认是否符合《企业会计准则》的要求

1、说明同时采用自营出口和代理两种出口模式的原因及合理性

发行人的代理商包括大亚和常州对外贸易。

由专业代理机构报关出口，在一定程度上具有节省销售人员投入、提高办事效率及减少与货代公司的沟通成本等诸多便利，因此 2015 年 9 月之前发行人外销全部由大亚或常州对外贸易（系客户斯威尔德指定）进行代理。随着公司业务规模的扩大和 2015 年 9 月发行人取得了对外贸易经营者备案登记表，后续新开发客户由发行人自营出口，同时将部分由大亚代理的客户转至发行人自营出口。部分客户为了保持交易流程的一贯性和公司为了在新三板定期报告披露时对商业信息的保密性需要，仍然通过大亚代理出口。

常州对外贸易系客户斯威尔德指定的贸易商，斯威尔德从中国采购的焊接产品及焊接防护产品通过常州对外贸易统一采购，由常州对外贸易装柜、拼箱，这种方式更方便斯威尔德货物的提取，发行人与斯威尔德自合作开始至今一直采用此种方式。

综上，发行人同时采用自营出口和代理两种出口模式，一方面系发行人在创业初期为节约成本、提高办事效率等考虑，将出口业务委托大亚办理，后续随着业务规模的扩大和获得对外贸易经营者备案登记表后，后续新开发客户由公司自营出口，同时将部分由大亚代理的客户转至公司自营出口，部分客户为了保持交易流程的一贯性和发行人为了在新三板定期报告披露时对商业信息的保密性需

要，仍然通过大亚代理出口；另一方面系客户斯威尔德指定要求销售给常州对外贸易，由常州对外贸易办理出口，方便货物的提取。因此发行人同时存在两种出口模式具有商业合理性。

2、结合协议条款、服务内容、结算方式、各报告期代理费金额、实现销售收入金额等方面，以清单列示所有代理商合作情况；说明两家主要代理商大亚和常州对外贸易的代理费存在差异的原因，是否符合商业合理性

(1) 结合协议条款、服务内容、结算方式、各报告期代理费金额、实现销售收入金额等方面，以清单列示所有代理商合作情况

1) 发行人的代理商为大亚和常州对外贸易，发行人与代理商的合作情况如下：

项目	发行人与大亚的合作情况	发行人与常州对外贸易的合作情况
服务内容	大亚按照发行人提供的货物数据及时制作进出口报关所需单证并办理租船订舱和协调货物运输及报关中所发生的相关事宜，之后还需准备国外客户所需的清关以及付汇用的发票、装箱单、产地证、保险单等单据。	常州对外贸易按照实际出口货物数据及时制作出口报关委托书、货物运输、商检通关、保险议付等单据。
收费模式	由大亚负责货物的商检、订舱、保险及海关清关等工作，发行人应承担由此产生的各项费用。 大亚按照发行人出口收汇金额扣除所有费用之后的净收汇金额的¥0.06-0.08/美金收取出口代理费。	常州对外贸易向终端客户收取出口代理费、银行费用等。
结算方式	发行人应积极催促外方在指定的期限内将货款汇入大亚的指定账户并承担不能收到外汇货款的一切责任和后果。 大亚及时做好货款在各种方式下的结汇工作，按约定的结算方式同发行人进行结算并按规定比例收取代理费，大亚收到货款后3-5天与发行人电汇结算。 对于外汇与人民币的折算汇率按大亚在银行结汇时提供的结汇汇率为准。	常州对外贸易收款到账后及时通知发行人。常州对外贸易3个工作日内将货款电汇给发行人。
货物质量承担	代理过程中货物的质量问题由发行人全权负责处理，大亚协助发行人处理各种索赔、赔付等事宜。	代理过程中货物的商品问题由发行人承担一切责任，并赔偿常州对外贸易全部损失。

2) 报告期代理费金额、实现销售收入金额以及与代理商的合作情况

报告期内，发行人代理费金额和通过代理实现的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	代理费				实现销售收入金额			
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
大亚	38.09	72.82	43.51	41.61	4,095.78	8,010.52	5,023.66	4,795.29
常州对外贸易	-	-	-	-	266.75	445.42	329.18	603.84
合计	38.09	72.82	43.51	41.61	4,362.53	8,455.94	5,352.84	5,399.13

报告期内，发行人的代理费金额分别为 41.61 万元、43.51 万元、72.82 万元、38.09 万元，通过代理商实现的销售收入分别为 5,399.13 万元、5,352.84 万元、8,455.94 万元、4,362.53 万元。

发行人 2005 年和大亚开始合作，2012 年和常州对外贸易开始合作，发行人与代理商的合作时间较长，自合作以来，发行人与代理商之间合作关系较好，双方之间未发生纠纷。

(2) 说明两家主要代理商大亚和常州对外贸易的代理费存在差异的原因，是否符合商业合理性

大亚代理费情况：大亚是发行人为了满足外销业务发展，主动寻找的代理商。通过大亚代理具有节省销售人员投入、提高办事效率和减少与货代公司的沟通成本等诸多便利；同时能满足发行人部分客户的商业信息保密性要求，因此发行人部分外销业务仍然由大亚进行代理。代理费按照收汇金额扣除所有费用后的净收汇金额的 0.06-0.08/美元支付。

常州对外贸易代理费情况：常州对外贸易系斯威尔德指定的贸易商，斯威尔德是英国领先的焊接和安全设备供应商，斯威尔德从中国采购的焊接产品及焊接防护产品通过常州对外贸易统一采购，由常州对外贸易装柜、拼箱，这种方式更方便斯威尔德货物的提取，因此代理费由常州对外贸易与斯威尔德结算，发行人不向常州对外贸易支付代理费。

综上，大亚和常州对外贸易的代理费存在差异系大亚是发行人主动寻找的代理商，以满足节省成本、提高办事效率和客户信息保密的需要，发行人与大亚结算代理费；而常州对外贸易系客户斯威尔德寻找的代理商，以方便其集中采购和

节省采购成本等目的，故发行人无需向常州对外贸易支付代理费。因此，大亚和常州对外贸易的代理费结算不同，具有商业合理性。

3、结合发行人与代理商的对账方式、频率、获取的外部证据，说明代理费用和收入的确认是否符合《企业会计准则》的要求

(1) 发行人与代理商的对账方式、频率、获取的外部证据

发行人与代理商之间每月通过书面确认文件和即时通讯方式对账。

发行人获取了以下外部证据：

- 1) 发行人与代理商对账的书面确认文件和即时通讯的聊天记录；
- 2) 发行人与代理商签订的代理协议；
- 3) 发行人与代理商签订的框架合同、订单；
- 4) 发行人与终端客户关于大亚为代理商的邮件往来说明；
- 5) 发行人与终端客户日常订单下达、价格协商等往来的邮件记录；

(2) 说明代理费用和收入的确认是否符合《企业会计准则》的要求

发行人将代理费用计入主营业务成本，并以总额法确认对终端客户的销售收入，符合《企业会计准则》的相关规定，具体分析如下：

- 1) 根据发行人与代理商的对账情况、代理协议等，发行人承担了向客户转让商品的主要责任，在向客户转让商品前拥有对该商品的控制权并承担货物有关风险，为产品销售的主要责任人；
- 2) 根据发行人与终端客户的邮件往来、日常业务往来等，进一步明确了大亚和常州对外贸易的代理商的角色；
- 3) 代理费用和收入的确认符合《企业会计准则》的要求

根据《企业会计准则第 14 号—收入》（财会〔2017〕22 号）第三十四条规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

同时根据《企业会计准则第 14 号—收入（应用指南 2018）》中主要责任人或代理人的判断原则：企业在判断其是主要责任人还是代理人时，应当根据其承

诺的性质，也就是履约义务的性质，确定企业在某项交易中的身份是主要责任人还是代理人；企业承诺安排他人提供特定商品的，即为他人提供协助的，其身份是代理人。

发行人在通过大亚和常州对外贸易代理出口产品过程中，承担了向客户转让商品的主要责任，在向客户转让商品前拥有对该商品的控制权并承担货物有关风险，为产品的主要责任人；大亚和常州对外贸易为代理出口业务中的代理人。故发行人将向代理商支付的代理费用计入主营业务成本，并以总额法确认对终端客户的销售收入，符合《企业会计准则第 14 号—收入》的相关规定。

【申报会计师回复】

(1) 核查程序

我们针对以上事项履行了以下核查程序：

- 1) 查阅了发行人与大亚、常州对外贸易签订的代理合同，了解合同的主要条款；
- 2) 访谈了大亚、常州对外贸易的业务员，了解发行人和代理商的合作背景、代理费结算情况；
- 3) 访谈发行人销售负责人，了解发行人代理的背景；
- 4) 取得发行人的销售明细表，复核代理出口的金额和代理费金额；
- 5) 访谈发行人财务负责人，了解发行人与代理商的对账情况、代理费的核算和收入确认的依据；
- 6) 取得发行人与代理商的对账资料，抽取代理客户的收入确认资料，核实收入确认的依据；
- 7) 访谈、函证了代理的主要客户，获取了发行人与终端客户签订的合同和发行人与弗瑞特、伊萨集团关于大亚为代理商的邮件往来说明；
- 8) 获取发行人与弗瑞特、伊萨集团、斯威尔德等日常订单下达、价格协商等往来的邮件记录。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

- 1) 发行人同时采用自营出口和代理两种出口模式具有合理性：发行人同时采用自营出口和代理两种出口模式，一方面系发行人在创业初期为节约成本、提

高办事效率等考虑，将出口业务委托大亚办理，后续随着业务规模的扩大和获得对外贸易经营者备案登记表后，后续新开发客户由公司自营出口，同时将部分由大亚代理的客户转至公司自营出口，部分客户为了保持交易流程的一贯性和发行人为了在新三板定期报告披露时对商业信息的保密性需要，仍然通过大亚代理出口；另一方面系客户斯威尔德指定要求销售给常州对外贸易，由常州对外贸易办理出口，方便货物的提取。因此发行人同时存在两种出口模式具有商业合理性。

2) 大亚和常州对外贸易的代理费结算不同，具有商业合理性。大亚和常州对外贸易的代理费存在差异系大亚是发行人主动寻找的代理商，以满足节省成本、提高办事效率和客户信息保密的需要，发行人与大亚结算代理费；而常州对外贸易系客户斯威尔德寻找的代理商，以方便其集中采购和节省采购成本等目的，故发行人无需向常州对外贸易支付代理费。

3) 发行人在通过大亚和常州对外贸易代理出口产品过程中，承担了向客户转让商品的主要责任，在向客户转让商品前拥有对该商品的控制权并承担货物有关风险，为产品的主要责任人；大亚和常州对外贸易为代理出口业务中的代理人。故发行人将向代理商支付的代理费用计入主营业务成本，并以总额法确认对终端客户的销售收入，符合《企业会计准则第 14 号—收入》的相关规定。

(二) 请发行人：①结合境外客户导入时间、主要协议条款、在客户供应链中的地位、客户的采购金额占比等情况，说明境外主要客户的合作稳定性。②列表说明外销的主要国家和地区、客户市场地位、发行人销售产品的终端销售情况。③说明 2021 年向弗瑞特、伊萨集团等主要客户销售收入大幅增长的原因及合理性。④结合主要境外销售区域的政治经济局势和疫情情况、报告期后新增订单及执行情况，分析说明是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

1、结合境外客户导入时间、主要协议条款、在客户供应链中的地位、客户的采购金额占比等情况，说明境外主要客户的合作稳定性

(1) 报告期内，发行人外销的前五大客户销售额、占外销收入的比例、外销客户销售排名情况如下：

单位：万元

序号	客户	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度		
		金额	占比	排名	金额	占比	排名	金额	占比	排名	金额	占比	排名
1	弗瑞特	2,065.27	24.56%	2	4,360.82	23.27%	1	2,789.48	18.19%	1	2,754.34	23.90%	1
2	伊萨集团	2,176.36	25.88%	1	3,955.92	21.11%	2	2,438.11	15.90%	3	1,931.85	16.76%	2
3	米勒	902.34	10.73%	3	2,745.33	14.65%	3	2,762.13	18.02%	2	1,533.07	13.30%	3
4	基任	570.36	6.78%	4	935.95	4.99%	4	865.12	5.64%	5	959.65	8.33%	4
5	旭威克斯	433.78	5.16%	5	565.22	3.02%	5	366.44	2.39%	9	83.33	0.72%	19
6	斯威尔德	266.75	3.17%	8	445.42	2.38%	8	329.18	2.15%	10	603.84	5.24%	5
7	印铎	1.13	0.01%	56	171.41	0.91%	18	985.08	6.43%	4	-	-	-
合计		6,416.00	76.29%		13,180.08	70.32%		10,535.53	68.72%		7,866.08	68.25%	

报告期内，发行人外销客户前五名销售额占外销收入的比例分别为 68.25%、68.72%、70.32%和 76.29%，占比较高，系发行人主要客户。

(2) 结合境外客户导入时间、主要协议条款、在客户供应链中的地位、客户的采购金额占比等情况，说明境外主要客户的合作稳定性

报告期内，发行人与外销前五大境外客户的合作情况如下：

序号	客户名称	境外客户导入时间	是否签订框架协议	框架协议/订单主要协议条款	在客户供应链中的地位	客户的采购金额占比	贸易方式	客户获取方式	信用政策	客户类型
1	弗瑞特	2014年，已合作8年	否	约定了产品规格型号、数量、金额、信用政策、贸易方式等	防护面罩供应商2家中的1家	占其采购防护面罩的50%左右	FOB	展会	TT30天	超市
2	伊萨集团	2013年，已合作9年	是	约定了产品规格型号、信用政策、验厂、降价的达成条件、返利等	防护面罩、呼吸器供应商3家中的1家	对方未提供	FOB	展会	2019年TT60天；2019年之后TT90天	焊接集团
3	米勒	2018年，已合作4年	是	约定了返利、产品单价等	防护面罩供应商2家中的1家	占其采购防护面罩的17%-18%	FOB	展会	TT90天	焊接集团
4	基任	2010年以前，已合作超过12年	是	约定了权利和义务、信用期等	防护面罩独家供应商	占其采购防护面罩的100%	FOB	展会	TT30天	焊接、木制品和医疗产品贸易商
5	旭威克斯	2018年，已合作4年	否	约定了产品规格型号、数量、金额、信用期等	防护面罩供应商2家中的1家	占其采购防护面罩低于5%	FOB	展会	TT90天	安全防护产品品牌商
6	斯威尔德	2012年，已合作10年	否	约定了产品规格型号、单价、金额等	防护面罩独家供应商	占其采购防护面罩的100%	FOB	展会	TT60天	安全防护产品品牌商
7	印铎	2020年，已合作2年	否	约定了产品规格型号、单价、信用期、产品符合相应标准等	电动送风个人防护面罩及呼吸器系统的独家供应商	占其电动送风个人防护面罩及呼吸器系统100%	FOB	互联网推广	见提单付款	电气照明设备制造商

注：信息来源中国信保资信报告、框架合同/订单、访谈记录等。

1) 弗瑞特:

美国知名工具超市，2014 年发行人通过展会开发的客户，已经合作 8 年，发行人通过其严格的验厂要求成功进入其供应商体系；发行人是其防护面罩供应商中 2 家中的 1 家，其采购发行人的防护面罩占其防护面罩产品的 50% 左右，发行人在其防护面罩供应链中的地位相对较高。

报告期内，发行人对弗瑞特的销售额分别为 2,754.34 万元、2,789.48 万元、4,360.82 万元、2,065.27 万元，在发行人外销客户中的排名分别为 1、1、1、2，销售额不断增长，排名总体保持稳定。

2) 伊萨集团:

全球知名焊接集团，2013 年发行人通过展会开发的客户，已经合作 9 年，发行人通过其严格的验厂要求成功进入其供应商体系；发行人是其防护面罩、呼吸器供应商中 3 家中的 1 家，发行人在其防护面罩、呼吸器供应链中的地位相对较高。

报告期内，发行人对伊萨的销售额分别为 1,931.85 万元、2,438.11 万元、3,955.92 万元、2,176.36 万元，在发行人外销客户中的排名分别为 2、3、2、1，排名总体保持稳定。

3) 米勒:

美国知名焊接集团，2018 年前发行人通过展会开发的客户，已经合作 4 年，发行人通过其严格的验厂要求成功进入其供应商体系；发行人是其防护面罩供应商中 2 家中的 1 家，发行人在其防护面罩供应链中的地位相对较高。

报告期内，发行人对米勒的销售额分别为 1,533.07 万元、2,762.13 万元、2,745.33 万元、902.34 万元，在发行人外销客户中的排名分别为 3、2、3、3，排名总体保持稳定。

4) 基任:

焊接、木制品和医疗产品贸易商，2010 年前发行人通过展会开发的客户，已经合作超过 12 年，发行人是其防护面罩的独家供应商，发行人在其防护面罩供应链中的地位较高。

报告期内，发行人对基任的销售额分别为 959.65 万元、865.12 万元、935.95 万元、570.36 万元，在发行人外销客户中的排名分别为 4、5、4、4，排名总体

保持稳定。

5) 旭威克斯:

美国知名安全设备工具品牌商，2018 年发行人通过展会开发的客户，已经合作 4 年，发行人是其防护面罩供应商中 2 家中的 1 家。

报告期内，发行人对旭威克斯的销售额分别为 83.33 万元、366.44 万元、565.22 万元、433.78 万元，发行人对其销售额不断增长，发行人在其防护面罩供应链的地位不断提高。在发行人外销客户中的排名分别为 19、9、5、5，排名稳步提高。

6) 斯威尔德:

英国知名安全防护产品的品牌商，2012 年发行人通过展会开发的客户，已经合作 10 年，发行人是其防护面罩的独家供应商，发行人在其防护面罩供应链中的地位较高。

报告期内，发行人对斯威尔德的销售额分别为 603.84 万元、329.18 万元、445.42 万元、266.75 万元。在发行人外销客户中的排名分别为 5、10、8、8，排名总体保持稳定。

7) 印铎:

英国知名电气照明设备制造商，2020 年发行人通过互联网推广开发的客户，其主要采购发行人电动送风个人防护面罩及呼吸器及配件。

2020-2022 年 1-6 月，发行人对印铎的销售额分别为 985.08 万元、171.41 万元、1.13 万元，随着英国疫情政策的调整，其采购额波动较大。目前，发行人与印铎之间没有订单，发行人与其继续合作的可能性较小。

综上，发行人与主要外销客户(除印铎外)均在报告期之前即建立合作关系，发行人与主要外销客户合作时间相对较长，在客户电焊防护面罩、呼吸器供应链中的地位相对较高，发行人与主要外销客户未发生质量方面的纠纷，合作相对稳定。

2、列表说明外销的主要国家和地区、客户市场地位、发行人销售产品的终端销售情况

(1) 发行人外销的主要国家和地区情况

报告期内，发行人外销的主要国家和地区和占营业收入的比例如下：

单位：万元

区域	国家和 地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
北 美 洲	美国	4,001.57	41.99%	8,962.07	42.22%	6,884.88	38.89%	4,865.99	38.43%
欧洲	匈牙利	1,592.55	16.71%	2,702.25	12.73%	1,600.27	9.04%	1,705.74	13.47%
	英国	321.91	3.38%	851.16	4.01%	1,499.52	8.47%	897.77	7.09%
	法国	140.94	1.48%	293.05	1.38%	250.50	1.41%	351.72	2.78%
	德国	119.30	1.25%	225.51	1.06%	248.85	1.41%	188.48	1.49%
	意大利	146.18	1.53%	114.08	0.54%	190.83	1.08%	225.69	1.78%
	俄罗斯	244.72	2.57%	747.85	3.52%	415.95	2.35%	401.73	3.17%
亚洲	中国香港	575.31	6.04%	1,352.29	6.37%	1,306.62	7.38%	959.65	7.58%
	中国台湾	340.33	3.57%	387.42	1.82%	432.13	2.44%	361.09	2.85%
	菲律宾	5.08	0.05%	362.13	1.71%	517.31	2.92%	-	-
其他	其他国家和地区	921.95	9.67%	2,745.57	12.93%	1,984.48	11.21%	1,566.77	12.37%
合计		8,409.82	88.24%	18,743.36	88.29%	15,331.33	86.59%	11,524.62	91.01%

报告期内，发行人外销的主要国家和地区为北美洲的美国，欧洲的匈牙利、英国、法国、德国、意大利、俄罗斯，亚洲的中国香港、中国台湾、菲律宾。

(2) 外销主要客户市场地位

发行人外销主要客户市场地位情况如下：

序号	客户名称	客户市场地位
1	弗瑞特	<p>成立时间：1977 年</p> <p>主营业务：大型知名工具超市</p> <p>经营规模：65 亿美元左右</p> <p>客户性质：工具连锁超市</p> <p>注册地：美国</p> <p>基本情况：是美国最大的工具和硬件零售商之一，在全美有将近 1,200 多家零售店，并且每年都在继续发展并增加更多门店，其拥有超过 5,000 种产品，是美国最好的工具品牌之一，其致力于以极具竞争力的价格向客户提供优质的工具产品。弗瑞特在全球范围内采购产品，并在中国上海和中国台湾台中设有代表处。</p>

序号	客户名称	客户市场地位
2	伊萨集团	<p>成立时间: 1904 年 主营业务: 全球焊接设备生产销售集团 经营规模: 22 亿美元左右 客户性质: 生产商 注册地: 美国, 业务遍布全球, 匈牙利分部是发行人合作的主要区域 基本情况: 伊萨是一家全球领先的焊接与切割设备及材料制造企业, 专业焊接解决方案生产商, 2012 年被科尔法公司收购。伊萨公司已成立 100 余年, 业务范围遍布全球市场。伊萨集团在欧洲、北美、南美、亚太和印度地区均设有分支机构。伊萨的子公司或代理公司几乎遍布全球各地, 在全球 80 多个国家设立了销售和支持团队, 此外还在四大洲设有 26 家制造工厂。</p>
3	米勒	<p>成立时间: 1929 年 主营业务: 美国知名弧焊和切割设备生产商 经营规模: 16 亿美元左右 客户性质: 生产商 注册地: 美国 基本情况: 米勒电气是焊接设备制造商, 提供等离子切割机, 工业调节器, 风冷毯, 烟雾提取系统, 安全眼镜, 耗材等相关配件。1993 年正式加盟 Illinois Tool Works Inc , 成为上市公司 ITW 全资拥有的公司。ITW 是一家世界财富 200 强企业, 为全球领先的专业工业设备, 耗材和相关服务业务制造商之一。</p>
4	基任	<p>成立时间: 1984 年 主营业务: 焊接、木制品和医疗产品贸易 经营规模: 5 千万美元左右 客户性质: 贸易商 注册地: 中国香港 基本情况: 一家成熟的贸易公司, 从事产品的销售和采购, 专注于三个主要产品线——焊接、木制品和医疗产品。</p>
5	旭威克斯	<p>成立时间: 1923 年 主营业务: 安全防护设备工具批发和销售品牌商 经营规模: 2 亿美元以上 客户性质: 品牌商 注册地: 美国 基本情况: 为专业工人和世界各地的社区设计最好的工具、设备和安全产品及解决方案。</p>
6	斯威尔德	<p>成立时间: 1991 年 主营业务: 安全防护系列产品的批发和销售品牌商 经营规模: 1,300 万英镑左右 客户性质: 品牌商 注册地: 英国 基本情况: 是英国领先的焊接和安全设备供应商之一, 同时保持质量、服务和价值的核心信念。核心价值是从全球最好的供应商处提供最广泛的优质产品选择。</p>

序号	客户名称	客户市场地位
7	印铎	成立时间：2007 年 主营业务：电气照明设备制造商 经营规模：未提供 客户性质：生产商 注册地：英国 基本情况：英国知名的电气照明设备制造商

发行人的主要外销客户的市场地位相对较高，例如国际知名的焊接设备生产集团伊萨集团、米勒，专业工具连锁超市弗瑞特，专业焊接设备个人防护贸易商和品牌商基任、斯威尔德、旭威克斯。

（3）发行人销售产品的终端销售情况

1) 发行人的客户类型介绍

发行人的客户类型包括工厂配套、超市、贸易商和电商，具体客户类型介绍如下：

工厂配套：系生产型客户采购发行人产品与自身生产产品或外购成品焊机、焊枪等配套销售，发行人将对工厂配套客户的销售作为终端销售。报告期内，发行人向工厂配套销售占比 60%左右，占比最高。工厂配套的客户主要系伊萨集团、米勒、特尔玛等，工厂配套的客户购买发行人产品向下游的工业企业、超市等销售。

超市：系工具连锁超市或者生活超市采购发行人产品在门店销售，直接面向最终家庭或个人消费者，发行人将超市客户的销售作为终端销售。报告期内，发行人向超市销售占比为 22%左右，占比相对较高。

贸易商：发行人的贸易商以品牌商为主，发行人主要承担研发、生产、制造等关键职能，品牌商采购发行人产品后凭借品牌和渠道等资源向下游客户销售。主要系自身无生产工厂的安全设备、安全防护贸易商等采购发行人产品配套销售给下游客户。发行人与贸易商之间均为买断式交易，报告期内发行人向贸易商销售占比为 17%左右。

电商：2021 年开始，发行人通过在电商平台开设网店的方式对自有品牌进行推广，下游客户系个人消费者，发行人将通过电商的销售作为终端销售。报告期内，电商销售规模较小。

2) 发行人销售产品的终端销售情况

报告期内，发行人销售产品的终端销售情况如下：

单位：万元

项目	客户类型	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
终端销售	工厂配套	5,740.39	60.23%	12,873.80	60.64%	11,319.55	63.93%	7,498.60	59.22%
	超市	2,162.15	22.69%	4,871.42	22.95%	3,128.98	17.67%	3,114.83	24.60%
	电商	26.69	0.28%	12.73	0.06%	-	-	-	-
	小计	7,929.23	83.20%	17,757.95	83.65%	14,448.53	81.61%	10,613.43	83.81%
非终端销售	贸易商	1,601.49	16.80%	3,471.22	16.35%	3,256.29	18.39%	2,049.86	16.19%
合计		9,530.71	100.00%	21,229.17	100.00%	17,704.82	100.00%	12,663.29	100.00%

报告期内，发行人终端销售占比83%左右，非终端销售占比17%左右。发行人客户根据自身需求采购发行人产品，均为买断式交易，发行人向工厂配套客户、超市客户、零售商和电商销售实现了终端销售，非终端销售系发行人向贸易商销售。

3) 发行人的贸易商情况

发行人的贸易商以品牌商为主，发行人主要承担研发、生产、制造等关键职能，品牌商采购发行人产品后凭借品牌和渠道等资源向下游客户销售。

报告期内，发行人向主要贸易商销售额及占贸易商收入的比如下：

单位：万元

序号	客户	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年	贸易商的基本情况
1	基任	570.36	935.95	865.12	959.65	成立时间：1984年 注册地点：中国香港 主营业务：焊接、木制品和医疗产品贸易业务 规模：5千万美元左右 下游客户：生产商 与发行人合作时间：2010年之前，2016-2018年，发行人对其销售额分别为729.49万元、1,020.34万元、1,106.04万元。双方合作期间，发行人对其销售额保持在1,000万左右。发行人与基任合作过程中，根据基任要求将货物直接发送到基任的下游客户，基任不存在库存发

						行人货物的情况。
2	旭威克斯	433.78	565.22	366.44	83.33	<p>成立时间: 1923 年 注册地点: 美国 主营业务: 安全防护设备工具批发和销售品牌商 业务规模: 2 亿美元以上 与发行人合作时间: 2018 年 下游客户: 个人消费者</p>
3	斯威尔德	266.75	445.42	329.18	603.84	<p>成立时间: 1991 年 注册地点: 英国 主营业务: 安全防护系列产品的批发和销售品牌商 业务规模: 1300 万英镑左右 与发行人合作时间: 2012 年 下游客户: 分销商</p>
4	阿罗烨	122.65	277.95	221.95	73.91	<p>成立时间: 1983 年 注册地点: 美国 主营业务: 美国金属产品的分销运营品牌商 业务规模: 5 千万美元左右 与发行人合作时间: 2010 年之前 下游客户: 分销商。</p>
5	麦迪德	11.39	354.61	408.91	-	<p>成立时间: 2007 年 注册资本: 200 万美元 注册地点: 菲律宾 营业范围: 医疗设备和用品的进口和贸易品牌商 业务规模: 2.40 亿美元左右 与发行人合作时间: 2020 年 下游客户: 个人消费者和分销商。主要系购买电动送风个人防护面罩及呼吸器系统, 随着疫情政策的变化, 降幅较大。</p>
6	东方建材有限公司	2.84	356.40	483.99	-	<p>成立时间: 2014 年 注册地点: 中国香港 营业范围: 进出口贸易品牌商 业务规模: 900 万美元 与发行人合作时间: 2020 年 下游客户: 分销商。主要系购买电动送风个人防护面罩及呼吸器系统, 随着疫情政策的变化, 降幅较大。</p>
7	深圳爱康莱生物科技有限公司	33.94	218.60	184.03	-	<p>成立时间: 2019 年 注册地点: 广东省 营业范围: 医疗器械出口 业务规模: 2000 万左右</p>

						与发行人合作时间：2020 年 下游客户：分销商或代理商。主要系购买电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，随着疫情政策的变化，降幅较大。
合计	1,441.71	3,154.15	2,859.60	1,720.73		
占贸易收入比例	90.02%	90.87%	87.82%	83.94%		

发行人主要贸易商的规模较大、知名度较高，贸易商客户根据自身经营需要采购发行人产品，均为买断式交易；发行人根据贸易商基任要求将货物直接发送到基任的下游客户，基任不存在库存发行人货物的情况；其他贸易商客户下游客户主要为个体消费者或分销商，采购量与其生产经营相匹配。

麦迪德、东方建材有限公司和深圳爱康莱生物科技有限公司与发行人 2020 年开始合作，系疫情期间购买公司产品电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，随着疫情政策的变化，降幅较大。

3、说明 2021 年向弗瑞特、伊萨集团等主要客户销售收入大幅增长的原因及合理性

1) 2021 年度，主要客户的收入变动情况

2021 年度，发行人前五大客户销售收入增长情况如下：

单位：万元

客户	2021 年度	2020 年度	增长额
弗瑞特	4,360.82	2,789.48	1,571.34
伊萨集团	3,955.92	2,438.11	1,517.82
米勒	2,745.33	2,762.13	-16.80
特尔玛	1,451.81	1,329.61	122.20
基任	935.95	865.12	70.83
小计	13,449.83	10,184.45	3,265.38

2021 年度，前五大客户的销售收入占整体销售额的 60% 以上，其中弗瑞特与伊萨集团的销售收入增长是 2021 年发行人销售收入大幅增长的主要原因，其他客户的增长额不大。

2) 2021 年度，弗瑞特销售增长的原因及合理性

2021 年度，发行人向弗瑞特的销售额较 2020 年增加 1,571.34 万元，增长 56.33%，主要系：新品销售额增加。2021 年，弗瑞特开始购买发行人针对欧美

市场推出的新品高端电焊防护面罩，该款面罩在美国市场一经推出就得到了美国消费者的青睐。另外，由于弗瑞特系美国知名工具连锁超市，其拥有 1,200 多家门店，一款产品一旦被其选中，其采购量将迅速增加。2021 年发行人对弗瑞特实现新品电焊防护面罩销售达 1,741.05 万元。

3) 2021 年度，伊萨集团销售增长的原因及合理性

2021 年度，发行人向伊萨集团的销售额较 2020 年增加 1,517.82 万元，增长 62.25%，主要系：

A、新品电焊防护面罩在全球市场份额有所提高

2019 年，发行人与伊萨集团合作研发出新型电焊防护面罩首先在欧洲市场推出，一经推出便取得较好的市场反响。伊萨集团将此新品电焊防护面罩作为新主打电焊防护面罩产品在全球市场进行推广，因此各地区对新产品的采购额均较上年有所提升，整个集团的新品电焊防护面罩 2021 年较 2020 年共增长 **1,332.55** 万元。

B、全球经济逐渐复苏，企业复工复产情况整体向好

由于伊萨集团业务范围遍布全球市场，因此集团整体的销售情况会受到全球整体经济环境的影响。2021 年，随着新冠疫情对全球经济的影响逐渐降低，各国企业逐步开始复工复产，促进了电焊防护产品的销售。

4、结合主要境外销售区域的政治经济局势和疫情情况、报告期后新增订单及执行情况，分析说明是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响

(1) 主要境外销售区域的政治经济局势和疫情情况

发行人专业从事研发、生产和销售电焊防护面罩、电动送风过滤式呼吸器等个人防护用品。由于境外欧美等发达国家和地区居民个人防护意识较强，个人防护市场较为成熟，发行人主要产品以国际市场的出口业务为主，销售市场覆盖美国、欧洲、亚洲等多个国家和地区，上述国家和地区的政治格局、疫情政策等的变化将对发行人经营业绩产生一定影响。

1) 俄乌战争加剧了全球通胀

报告期内，发行人向俄罗斯和乌克兰销售的金额分别为 407.02 万元、417.17 万元、748.50 万元、244.72 万元，占销售收入的比例分别为 3.21%、2.36%、3.53%、2.57%，占比较低，发行人向俄乌销售的金额相对较小，俄乌战争对发行人销售

影响较小。

但俄罗斯是全球重要的石油、天然气、粮食生产和出口国，乌克兰是全球重要的粮食生产和出口国，西方国家对俄罗斯的制裁和俄乌战争影响了俄罗斯、乌克兰的石油、粮食、天然气的生产和出口，引起了全球石油、天然气、粮食价格的上涨，加剧了欧美地区的通货膨胀，降低了居民的购买力水平，抑制了消费，影响了发行人对欧美地区的销售。

2) 疫情的影响

一方面，由于新冠疫情导致劳动力短缺、全球港口运转效率降低，造成海运船舶堵塞、运力紧张以及海运费价格的上涨，影响了发行人的出口销售；

另一方面，发行人可用于疫情期间个人防护的电动送风个人防护面罩及呼吸器产品在 2020 年-2021 年实现销售 2,326.06 万元和 1,195.61 万元，随着欧美疫情政策的变化，2022 年 1-6 月，发行人仅实现销售 45.36 万元，后续无相应订单。

3) 贸易摩擦的影响

发行人的产品系电焊防护面罩和电动送风过滤式呼吸器，发行人电动送风过滤式呼吸器不在加征关税范围内，电焊防护面罩的关税加征情况如下：

2019 年焊接面罩被列入 301 关税清单，2019 年 9 月起开始加征 15% 关税，而后从 2020 年 2 月起加征关税降至 7.50%。

美国客户米勒因为关税原因与发行人达成降价 2%-5% 的措施，其他美国客户未因加征关税与发行人进行价格协商。

报告期内，发行人对米勒的销售额分别 1,533.07 万元、2,762.13 万元、2,745.33 万元、902.34 万元，收入总体规模较大，能够一定程度上抵消了关税的影响。

报告期内，发行人对美国的销售额分别为 4,865.99 万元、6,884.88 万元和 8,962.07 万元、4,001.57 万元，占主营业务收入的比例分别为 38.43%、38.89% 和 42.22%、41.99%，销售额不断增长，占比基本稳定，中美贸易摩擦对发行人的影响较小。

(2) 报告期后新增订单及执行情况

2022 年 6 月底，发行人在手订单 3,276.42 万元，2022 年 7 月-8 月 19 日新增订单 1,832.03 万元，发行人报告期后新增订单均正常履行。发行人将不断加大客户新品的开发，降低外部因素对发行人的影响。

2022年1-6月，发行人的经营情况与去年同期相比如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	增减额	变动比例
营业收入	9,530.71	10,258.70	-727.99	-7.10%
营业利润	2,329.68	2,615.11	-285.43	-10.91%
利润总额	2,144.69	2,614.88	-470.19	-17.98%
净利润	1,828.92	2,278.62	-449.70	-19.74%
归属于母公司所有者的净利润	1,828.92	2,278.62	-449.70	-19.74%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,976.31	2,200.76	-224.45	-10.20%

2022年1-6月，发行人营业收入为9,530.71万元，较2021年1-6月下降7.10%，主要系欧美通货膨胀一定程度上抑制了消费。

2022年1-6月，发行人净利润为1,828.92万元，较2021年1-6月下降19.74%，主要系：收入下降影响和2022年1月个人卡补缴税款形成的滞纳金178.99万元。

综上，境外销售区域的政治经济局势和疫情情况等对发行人销售产生了一定影响，但发行人在手订单相对充足，国外政治经济局势和疫情情况等不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“特别风险提示”之“（三）营业收入和经营业绩变动的风险”和“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（二）营业收入和经营业绩变动的风险”部分补充披露如下：

（三）营业收入和经营业绩变动的风险

报告期内，发行人营业收入分别为12,663.29万元、17,704.82万元、21,229.17万元和9,530.71万元，2019-2021年年均复合增长率达29.48%，2022年1-6月营业收入下降7.10%。由于发行人未来收入和盈利的实现受到宏观经济、市场环境、行业竞争情况、国际政治经济形势等诸多因素的影响。未来若出现发行人未能有效开拓新业务及新客户、与现有主要客户的合作关系发生重大变化、宏观经济波动、国际政治经济形势发生重大不利变化、原材料价格大幅波动、应收账款坏账或者新冠病毒疫情等影响，发行人将存在营业收入和经营业绩下滑的风险。

【申报会计师回复】

（1）核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

- 1) 访谈了发行人主要客户，了解发行人与主要客户的合作时间、发行人在客户供应链中的地位、客户的采购金额及占比、客户的市场地位、客户的性质、客户购买发行人产品的用途等；
- 2) 查阅了发行人与主要客户签订的合同，了解合同的主要条款；
- 3) 查阅了主要客户的征信报告和官网，了解客户的基本情况；
- 4) 获取发行人的销售明细表，复核发行人外销的主要国家和地区，了解 2021 年向弗瑞特、伊萨集团等客户销售收入增长情况；
- 5) 访谈弗瑞特、伊萨集团的相关人员，访谈发行人实际控制人和销售负责人，了解发行人对弗瑞特、伊萨集团销售增长的原因及合理性；
- 6) 获取 2022 年的半年报，访谈发行人的销售负责人，了解收入波动的原因，了解主要境外销售区域的政治经济局势和疫情情况对发行人持续经营能力是否构成重大不利影响；
- 7) 获取 2022 年 6 月底的在手订单、2022 年 7 月至 8 月 19 日新增订单，了解发行人在手订单、订单执行情况。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

- 1) 发行人与主要外销客户（除印铎外）均在报告期之前即建立合作关系，发行人与主要外销客户合作时间相对较长，在客户电焊防护面罩、呼吸器供应链中的地位相对较高，发行人与主要外销客户未发生质量方面的纠纷，合作相对稳定；
- 2) 发行人外销的主要国家和地区为北美洲的美国，欧洲的匈牙利、英国、法国、德国、意大利、俄罗斯，亚洲的中国香港、中国台湾、菲律宾；
- 3) 客户根据自身需求采购发行人产品，均为买断式交易，发行人向工厂配套客户、超市客户、零售商和电商销售实现了终端销售，非终端销售系发行人向贸易商销售；

发行人主要贸易商的规模较大、知名度较高，贸易商客户根据自身经营需要采购发行人产品，均为买断式交易；发行人根据贸易商基任要求将货物直接发送到基任的下游客户，基任不存在库存发行人货物的情况；其他贸易商客户下游客户主要为个体消费者或分销商，采购量与其生产经营相匹配。

- 4) 2021 年向弗瑞特、伊萨集团等主要客户销售收入大幅增长具有合理性。2021 年度，发行人向弗瑞特的销售增长，主要系新品销售额增加；2021 年度，发行人向伊萨集团的销售增长，主要系新品销售额增加和全球经济逐渐复苏，企业复工复产情况整体向好；
- 5) 境外销售区域的政治经济局势和疫情情况等对发行人销售产生了一定影响，但发行人在手订单相对充足，国外政治经济局势和疫情情况等不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

(三) 请保荐机构、申报会计师重点说明：（1）境外销售的核查方法、核查范围、核查程序、获取的证据及结果。（2）按照境内、境外说明对客户的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论；对上述客户访谈的具体核查方式、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。（3）针对发行人产品最终销售实现情况履行的核查手段、内容、比例及结论。（4）结合上述核查情况，对报告期内收入及成本的真实、准确、完整性发表明确意见

【申报会计师回复】

1、境外销售的核查方法、核查范围、核查程序、获取的证据及结果

(1) 核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

- 1) 取得并查阅发行人主要客户的出口信用报告，并通过国家企业信用信息公示系统和其他公开渠道查询发行人主要客户的基本资料等，核查客户的发行人概况、业务性质、股权结构和经营情况等，核查客户及其关联方与发行人及其共同控制人、董事、监事、高级人员是否存在关联关系；
- 2) 了解和评价发行人管理层与销售收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性，并测试了关键控制执行的有效性；
- 3) 执行穿行测试，获取销售交易全过程的单据并进行核对，单据包括客户订单、发货通知单、出口报关单、提单、发票、客户回款凭证等资料，核查业务流程的控制节点、核查收入真实性；
- 4) 获取并查阅发行人与销售合同或订单，查看协议、合同或订单中的关键条款，分析发行人的收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

- 5) 对销售收入实施分析性程序，结合发行人报告期内销售收入的产品规格、销售数量、销售金额对产品的平均售价和销售毛利率等进行年度对比分析；
- 6) 取得发行人报告期内的销售收入明细表，检查发行人客户的构成情况，对主要客户变动情况进行对比分析，并进一步了解变动较大的原因；
- 7) 获取发行人应收账款明细账，选取样本对主要客户的大额回款记录进行测试，检查相应的银行单据，同时与销售合同或订单进行核对，检查是否在信用期内收回货款，是否与签订协议、合同或订单的客户名称一致；
- 8) 针对发行人外销收入明细执行细节测试，并执行截止性测试程序，核查发行人收入确认的真实性、准确性和完整性；
- 9) 获取发行人申报的免抵退税申报汇总表，核对并测算发行人出口退税金额与账面外销收入的匹配情况；

报告期内，外销收入和免抵退申报表的差异情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销金额	8,409.82	18,743.36	15,331.33	11,524.62
免抵退申报出口 金额	8,332.61	18,369.18	15,316.38	11,404.36
差异	77.22	374.19	14.95	120.26
差异率	0.92%	2.00%	0.10%	1.04%

注：代理出口金额按报关单和提单确认外销收入数据

报告期内，外销收入和免抵退申报出口金额的差异较小，差异主要系时间性差异。

(10) 通过海关获取出口数据，与发行人境外销售收入数据进行对比分析；

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销收入	8,409.82	18,743.36	15,331.33	11,524.62
海关出口数据	8,386.31	19,053.30	15,576.47	11,456.65
差异	23.51	-309.94	-245.14	67.97
差异率	0.28%	-1.65%	-1.60%	0.59%

注：代理出口金额按报关单和提单确认外销收入数据

报告期内，外销收入和海关出口数据差异较小，差异主要系时间性差异。

11) 对发行人报告期内主要客户进行函证，函证内容包括：报告期各期销售额、往来余额、合同主要条款和是否存在关联关系等，函证情况详见“问题 6. 同时采用自营出口和代理出口的合理性”的回复内容之“（三）2（1）按照境内、境外说明对客户的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论”之回复；

12) 选取发行人报告期主要客户进行访谈，通过访谈确认了客户背景、合作途径、采购的主要产品规格、信用期、回款方式、是否存在关联关系等信息，访谈情况详见“问题 6. 同时采用自营出口和代理出口的合理性”的回复内容之“（三）2（2）对上述客户访谈的具体核查方式、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效”之回复；

13) 了解报告期内对向发行人采购产品所对应的终端销售情况，访谈主要客户了解客户的下游客户情况、期末库存情况，访谈主要贸易商基任的下游客户，终端销售核查情况详见“问题 6. 同时采用自营出口和代理出口的合理性”的回复内容之“（三）3、针对发行人产品最终销售实现情况履行的核查手段、内容、比例及结论”之回复；

14) 查阅相关国家贸易政策变动情况，询问管理层政治经济局势、疫情等对发行人销售影响情况，分析境外区域的政治经济局势和疫情对境外销售的影响。

（2）核查结论

经核查，我们认为：

发行人报告期内外销收入真实、准确、完整。

2、按照境内、境外说明对客户的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论；对上述客户访谈的具体核查方式、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效

（1）按照境内、境外说明对客户的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论

报告期内，客户的函证情况如下：

单位：万元

类型	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销	外销收入	8,409.82	18,743.36	15,331.33	11,524.62
	发函金额	7,687.01	16,748.63	13,749.12	10,444.87
	发函金额占比	91.41%	89.36%	89.68%	90.63%
	回函金额	6,962.57	15,478.04	12,991.49	10,240.82
	回函占发函的比例	90.58%	92.41%	94.49%	98.05%
	回函占外销收入的比例	82.79%	82.58%	84.74%	88.86%
内销	内销收入	1,120.89	2,485.80	2,373.49	1,138.67
	发函金额	919.00	2,054.40	1,911.89	799.68
	发函金额占比	81.99%	82.65%	80.55%	70.23%
	回函金额	905.45	2,001.11	1,900.73	798.26
	回函占发函的比例	98.53%	97.41%	99.42%	99.82%
	回函占内销收入的比例	80.78%	80.50%	80.08%	70.10%
总体	收入总额	9,530.71	21,229.17	17,704.82	12,663.29
	发函金额	8,606.01	18,803.04	15,661.00	11,244.55
	发函金额占比	90.30%	88.57%	88.46%	88.80%
	回函金额	7,868.02	17,479.15	14,892.22	11,039.08
	回函占发函的比例	91.42%	92.96%	95.09%	98.17%
	回函占收入的比例	82.55%	82.34%	84.11%	87.17%

报告期内，发行人外销回函占外销收入的比例分别为 88.86%、84.74%、82.58%、82.79%，内销回函占内销收入的比例分别为 70.10%、80.08%、80.50%、80.78%，总体客户回函占营业收入的比例分别为 87.17%、84.11%、82.34%、82.55%，回函比例较高。

报告期内，未回函部分占发函的比例分别为 1.83%、4.91%、7.04%、8.58%，针对未回函部分进行了替代测试，经替代测试后，确认的比例分别均为 100%。

针对未回函客户，我们执行的替代测试如下：核查发行人收入明细表，获取报告期内未回函客户的销售合同或订单、出库单、销售发票、报关单、提单、银行回单等信息，查看合同主要条款，核对销售合同或订单、销售发票、银行回单等凭证中客户名称、货物种类、数量、金额、时间等信息是否勾稽一致，核查期后回款银行回单等凭证中客户名称、金额、日期等信息是否一致，以确定境外收

入发生额的真实性、准确性；

综上所述，发行人销售客户的回函比例较高，针对未回函的客户，我们均履行了替代程序，发行人销售收入真实、准确、完整。

（2）对上述客户访谈的具体核查方式、数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效

受疫情影响，发行人客户的现场访谈工作受到影响。我们采取实地走访、视频访谈相结合的方式履行核查。

客户访谈的具体核查方法及资料：

- 1) 查阅发行人报告期各期销售明细表，了解报告期各期主要客户名称及销售金额；
- 2) 查阅发行人境内客户的工商档案资料、境外客户征信报告，了解客户基本情况；
- 3) 查阅发行人与客户的合同、订单，了解合同、订单的交易内容、交易时间、交易金额等；
- 4) 采取现场核查方式的，获取客户名片等身份资料，与客户现场完成访谈笔录并签字，请客户查阅发行人关联方名单、确认是否与发行人存在关联关系并签署无关联关系声明函，确认与发行人签订的合同或订单，并在核查现场拍照合影；
- 5) 因疫情等原因，以视频访谈替代现场核查的，获取客户名片等身份资料，通过视频与客户完成访谈、记录访谈内容并保存访谈视频，确认客户是否与发行人存在关联关系，请客户确认与发行人签订的合同或订单，并通过邮件方式确认访谈笔录的内容。

报告期内，客户的访谈情况如下：

单位：万元

方式	项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
现场访谈	访谈数量	6	6	6	6
	访谈金额	6,221.03	13,355.17	9,841.94	7,689.64
	占营业收入比例	65.27%	62.91%	55.59%	60.72%
视频访谈	访谈数量	16	16	16	16
	访谈金额	1,589.21	2,925.81	2,604.87	1,505.57

方式	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	占营业收入比例	16.67%	13.78%	14.71%	11.89%
合计	访谈数量	22	22	22	22
	访谈金额	7,810.24	16,280.98	12,446.81	9,195.21
	占营业收入比例	81.95%	76.69%	70.30%	72.61%

报告期内，通过现场核查及视频访谈等方式核查的客户数量为22家，现场访谈的客户金额占发行人各期主营业务收入的比例分别为**60.72%、55.59%、62.91%、65.27%**；视频访谈的客户金额占发行人各期主营业务收入的比例分别为**11.89%、14.71%、13.78%、16.67%**；访谈客户总金额占发行人各期主营业务收入的比例分别为72.61%、70.30%、76.69%、81.95%。

综上所述，发行人销售客户的访谈比例相对较高，访谈获取的证据、数据充分、有效，发行人销售收入真实、准确、完整。

3、针对发行人产品最终销售实现情况履行的核查手段、内容、比例及结论

(1) 核查程序

针对最终销售实现情况，我们执行了下述核查程序：

- 1) 获取发行人按照客户类别分类的销售明细表，获取发行人主要客户的征信报告和工商资料，访谈主要客户，了解客户采购发行人产品的销售情况；
- 2) 函证、访谈发行人的主要客户，确认发行人与客户之间不存在关联关系，确认主要客户根据自身经营需要采购发行人产品，均为买断式交易；

发行人客户群体分为工厂配套、超市、贸易商和电商，发行人以工厂配套、超市、贸易商为主，工厂配套占比 60%左右，超市占比 22%左右，贸易商占比 17%左右，电商的收入金额和占比较低。

报告期内，发行人各客户类型的访谈、函证情况如下：

A、工厂配套

报告期内，发行人向工厂配套客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
工厂配套销售额	5,740.39	12,873.80	11,319.55	7,498.60
发函金额	4,906.09	10,592.99	9,493.73	6,286.72
发函比例	85.47%	82.28%	83.87%	83.84%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
回函金额	4,613.27	9,834.33	9,091.38	6,164.58
回函占发函的比例	94.03%	92.84%	95.76%	98.06%
回函占工厂配套销售额比例	80.37%	76.39%	80.32%	82.21%

报告期内，发行人向工厂配套客户的访谈情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
工厂配套销售额	5,740.39	12,873.80	11,319.55	7,498.60
访谈金额	4,460.55	9,306.72	7,381.32	5,181.03
访谈比例	77.70%	72.29%	65.21%	69.09%

发行人与工厂配套客户之间均为买断式交易。工厂配套的客户主要系伊萨集团、米勒、特尔玛等知名客户，工厂配套的客户购买发行人产品向下游的工业企业、超市等销售。

报告期内，工厂配套客户的函证回函比例分别为 82.21%、80.32%、76.39%、80.37%，访谈比例 69.09%、65.21%、72.29%、77.70%。

B、超市

系工具连锁超市或者生活超市采购发行人产品在门店销售，直接面向最终家庭或个人消费者。报告期内，发行人向超市销售占比为 22%左右，占比相对较高。

报告期内，发行人向超市客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
超市销售额	2,162.15	4,871.42	3,128.98	3,114.83
发函金额	2,145.57	4,838.10	3,110.65	3,077.81
发函比例	99.23%	99.32%	99.41%	98.81%
回函金额	2,145.57	4,838.10	3,110.65	3,077.81
回函占发函的比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
回函占超市销售额比例	99.23%	99.32%	99.41%	98.81%

报告期内，发行人向超市客户的访谈情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
超市销售额	2,162.15	4,871.42	3,128.98	3,114.83
访谈金额	2,065.27	4,360.82	2,789.48	2,754.34
访谈比例	95.52%	89.52%	89.15%	88.43%

发行人与超市客户之间均为买断式交易。超市客户直接面向最终家庭或个人消费者。

报告期内，超市客户的函证回函比例分别为 98.81%、99.41%、99.32%、99.23%，访谈比例 88.43%、89.15%、89.52%、95.52%。

C、贸易商

主要系自身无生产工厂的安全设备、安全防护贸易商采购发行人产品配套销售给下游客户。报告期内，发行人向贸易商销售占比为 17% 左右。

报告期内，发行人向贸易商客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易商销售额	1,601.49	3,471.22	3,256.29	2,049.86
发函金额	1,554.35	3,371.94	3,056.63	1,880.01
发函比例	97.06%	97.14%	93.87%	91.71%
回函金额	1,109.18	2,806.72	2,690.19	1,796.68
回函占发函的比例	71.36%	83.24%	88.01%	95.57%
回函占贸易商销售额比例	69.26%	80.86%	82.62%	87.65%

报告期内，发行人向贸易商客户的访谈情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易商销售额	1,601.49	3,471.22	3,256.29	2,049.86
访谈金额	1,284.43	2,613.44	2,276.01	1,259.84
访谈比例	80.20%	75.29%	69.90%	61.46%

报告期内，贸易商客户的函证回函比例分别为 87.65%、82.62%、80.86%、69.26%，访谈比例 61.46%、69.90%、75.29%、80.20%。

针对未回函部分进行了替代测试，经替代测试后，工业配套、超市、贸易商类销售额确认的比例均为 100%。

3) 针对贸易商客户，我们增加了以下核查程序：

A、查询主要贸易商的官网、访谈主要贸易商、通过访谈和邮件方式取得主要贸易商库存情况，了解主要贸易商的规模、行业地位、下游客户类型、购买发行人产品的库存情况、与发行人是否存在关联关系等；

报告期内，通过访谈和邮件确认库存情况的贸易商比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贸易商金额	1,601.49	3,471.22	3,256.29	2,049.86
确认贸易商终端销售金额	822.10	1,891.29	2,013.88	1,192.84
比例	51.33%	54.48%	61.85%	58.19%

经核查，发行人的贸易商已确认终端销售的比例分别为 **58.19%、61.85%、54.48%、51.33%**。

B、访谈主要贸易商基任的下游客户，了解下游客户的规模和类型、产品质量承担等。报告期内，发行人对贸易商下游客户的访谈比例为 46.82%、26.57%、26.96%、35.61%。其他贸易商主要系品牌商，其拒绝提供下游客户的信息，我们通过访谈、函证、查询品牌商官网、查阅征信报告和工商资料、细节测试等证实销售的真实性。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 发行人的客户知名度较高、规模较大；客户根据自身需求采购发行人产品，均为买断式交易；发行人向工厂配套客户、超市客户和电商销售实现了终端销售。报告期内，发行人终端销售占比83%左右，非终端销售占比17%左右，非终端销售系向贸易商的销售。

2) 发行人的贸易商客户根据自身经营需要采购发行人产品，均为买断式交易；发行人的贸易商客户已确认终端销售的比例分别为 58.19%、61.85%、54.48%、51.33%。对于未配合提供终端销售情况的贸易商，保荐机构、申报会计师通过访谈、函证、查询品牌商官网、查阅征信报告和工商资料、细节测试等证实销售的真实性。

4、结合上述核查情况，对报告期内收入及成本的真实、准确、完整性发表

明确意见

经核查，我们认为：

- 1) 发行人报告期内收入真实、准确、完整。
- 2) 发行人报告期内成本真实、准确、完整的核查和结论详见本反馈意见回复之“问题 7.向关联方驰佳模塑采购的公允性”之“(四)说明中介机构对发行人、控股股东及实际控制人、董监高、其他关联方等人员银行流水的核查情况及结论，并对发行人的成本费用真实性发表明确意见”。

问题 7.向关联方驰佳模塑采购的公允性

根据申报文件，(1) 报告期内，发行人第一大供应商为驰佳模塑，各期采购金额分别为 975.04 万元、1,226.98 万元和 1,576.88 万元，采购占比分别为 14.22%、12.46% 和 12.53%。(2) 驰佳模塑的实际控制人吴雨兴为持股发行人 9.43% 的股东、监事会主席，发行人向驰佳模塑采购帽壳、帽带、芯盒上下盖、连接头上下盖等塑料件。

请发行人：(1) 说明驰佳模塑的设立时间、背景、公司规模、初次导入发行人供应链的时间。(2) 结合发行人向驰佳模塑采购的原材料名称、数量、价格、具体用途和金额占比，发行人的采购金额占驰佳模塑的收入占比，对比向其他供应商同类产品采购价格等情况，说明向驰佳模塑采购的背景、必要性和定价公允性。(3) 说明发行人是否存在通过关联方为发行人分担成本费用的情形，是否存在利益输送或其他特殊利益安排。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论；说明中介机构对发行人、控股股东及实际控制人、董监高、其他关联方等人员银行流水的核查情况及结论，并对发行人的成本费用真实性发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 说明驰佳模塑的设立时间、背景、公司规模、初次导入发行人供应链的时间

1、驰佳模塑设立时间、背景

驰佳模塑设立于 2007 年 1 月 15 日。驰佳模塑实际控制人吴雨兴最早 1988 年 11 月开始至 1994 年 1 月任职于常州东方塑料厂，1994 年 2 月创办武进市牛塘镇新建塑料模具厂，主要从事塑料制品、模具、五金加工等。后续该模具厂因业务量较小逐渐停止经营，于 2003 年 11 月被吊销；此后吴雨兴任职于常州市广福机械电器厂，继续从事塑料模具加工等业务。

经过多年积累，2007 年 1 月 15 日，吴雨兴与其配偶马海芳二人共同创业，出资设立驰佳模塑，吴雨兴、马海芳分别以货币出资 25.5 万元，双方各持股 50%，主要经营模具、塑料制品等加工业务。2015 年由吴雨兴之子吴佳盛认缴出资 49 万元，本次增资后，股东出资及股权结构情况如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴雨兴	25.50	25.50%
2	马海芳	25.50	25.50%
3	吴佳盛	49.00	49.00%
合 计		100.00	100.00%

截至本回复出具之日，驰佳模塑股权结构未发生变更，为吴雨兴及其配偶、儿子共同持股并控制的公司。

2、驰佳模塑公司规模

截至本回复出具之日，驰佳模塑基本情况如下：

公司名称	常州驰佳模塑有限公司
成立日期	2007 年 1 月 15 日
统一社会信用代码	9132041279744058X6
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
注册地	武进区牛塘镇镇北路 10 号
法定代表人	吴雨兴
注册资本	100.00 万元人民币
经营范围	模具、塑料制品（除医用）、塑料面罩、机械零部件制造及销售；五金产品、

	交通器材、家用电器、金属材料（除专项规定）、普通机械的销售。
--	--------------------------------

根据驰佳模塑未经审计财务报表，驰佳模塑最近三年一期的经营规模情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
总资产	1,287.85	1,286.74	797.27	533.05
净资产	384.63	408.32	351.51	307.17
营业收入	488.68	1,516.02	1,295.93	968.79
净利润	-23.64	70.60	44.39	30.45

3、驰佳模塑初次导入发行人供应链时间

驰佳模塑 2007 年成立之初即开始与发行人展开合作，主要系驰佳模塑成立之前，其实际控制人吴雨兴与发行人有长期业务往来，双方合作时间较长。公司实际控制人高为人、副总经理瞿劲 1995-2001 年在常州铁马科技实业有限公司任职，驰佳模塑的实际控制人吴雨兴从事模具行业，与常州铁马科技实业有限公司有业务往来，高为人与吴雨兴因此结识。吴雨兴从事注塑模具工作时间较长，其拥有的技术和经验是电焊防护面罩产品所需。

2001 年迅安科技成立之初至 2007 年驰佳模塑成立以前，吴雨兴任厂长的牛塘镇新建塑料模具厂和任职的常州市广福机械电器厂均有与发行人合作，从事帽壳等塑料件加工等业务；随着牛塘镇新建塑料模具厂和常州市广福机械电器厂逐步关停，吴雨兴于 2007 年成立了驰佳模塑，继续与发行人合作，为发行人提供帽壳等塑料件产品。

（二）结合发行人向驰佳模塑采购的原材料名称、数量、价格、具体用途和金额占比，发行人的采购金额占驰佳模塑的收入占比，对比向其他供应商同类产品采购价格等情况，说明向驰佳模塑采购的背景、必要性和定价公允性

1、发行人向驰佳模塑采购的原材料名称、数量、价格、具体用途和金额占比

发行人向驰佳模塑采购的原材料主要系帽壳、帽带和芯盒上下盖、连接头上下盖、旋钮、呼吸器壳上下盖等塑料件，报告期具体采购情况如下：

单位：万只、万元、元/只

产品类别	用途	2022 年 1-6 月				
		数量	金额	单价	占驰佳模塑采购金额比例	占发行人采购总额比例
帽壳	眼面部防护	27.97	291.35	10.42	59.28%	5.87%
帽带	固定面罩	34.14	79.72	2.34	16.22%	1.61%
芯盒上下盖	滤光镜外框	53.24	48.18	0.90	9.80%	0.97%
连接头上下盖	固定帽带各部件	61.15	30.27	0.50	6.16%	0.61%
旋钮	功能调节	102.75	13.05	0.13	2.66%	0.26%
呼吸器壳上下盖	呼吸器主机外壳	0.47	3.26	6.99	0.66%	0.07%
其他	-	138.33	25.64	0.19	5.22%	0.52%
合计		418.04	491.48	1.18	100.00%	9.90%

单位：万只、万元、元/只

产品类别	用途	2021 年度				
		数量	金额	单价	占驰佳模塑采购金额比例	占发行人采购总额比例
帽壳	眼面部防护	93.73	963.45	10.28	61.10%	7.65%
帽带	固定面罩	89.30	208.42	2.33	13.22%	1.66%
芯盒上下盖	滤光镜外框	165.46	143.34	0.87	9.09%	1.14%
连接头上下盖	固定帽带各部件	180.68	91.20	0.50	5.78%	0.72%
旋钮	功能调节	311.93	38.56	0.12	2.45%	0.31%
呼吸器壳上下盖	呼吸器主机外壳	3.06	21.57	7.06	1.37%	0.17%
其他	-	379.56	110.34	0.29	7.00%	0.88%
合计		1,223.71	1,576.88	1.29	100.00%	12.53%

单位：万只、万元、元/只

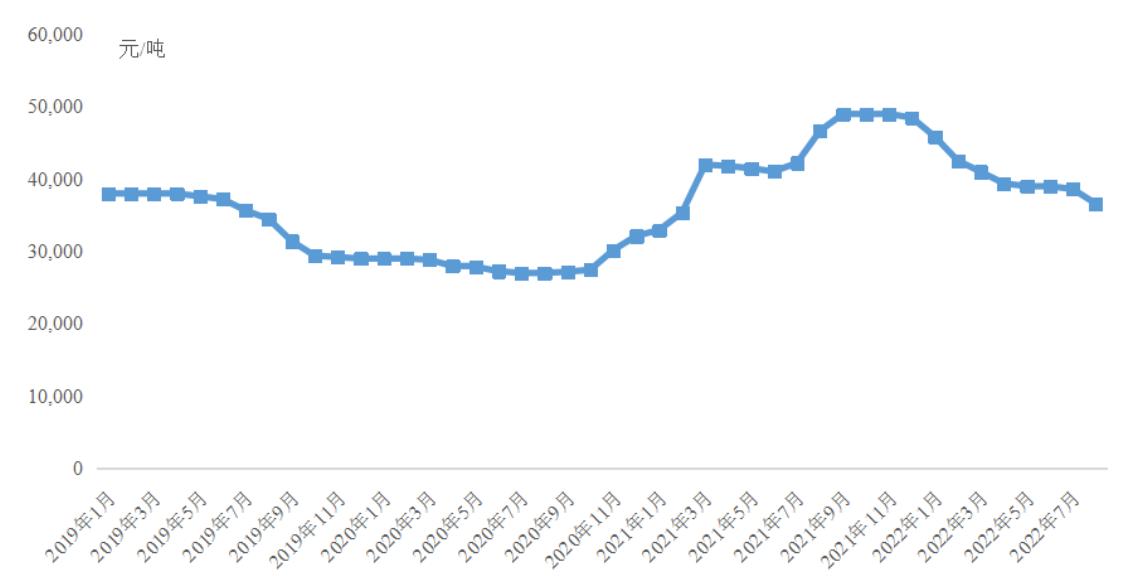
产品类别	用途	2020 年度				
		数量	金额	单价	占驰佳模塑采购金额比例	占发行人采购总额比例
帽壳	眼面部防护	72.05	668.59	9.28	54.49%	6.79%
帽带	固定面罩	73.02	170.44	2.33	13.89%	1.73%
芯盒上下盖	滤光镜外框	128.46	108.00	0.84	8.80%	1.10%
连接头上下盖	固定帽带各部件	150.08	76.19	0.51	6.21%	0.77%
旋钮	功能调节	267.94	33.82	0.13	2.76%	0.34%
呼吸器壳上下盖	呼吸器主机外壳	6.68	47.10	7.06	3.84%	0.48%
其他	-	343.60	122.84	0.36	10.01%	1.25%
合计		1,041.84	1,226.98	1.18	100.00%	12.46%

单位：万只、万元、元/只

产品类别	用途	2019 年度				
		数量	金额	单价	占驰佳模塑采购金额比例	占发行人采购总额比例
帽壳	眼面部防护	62.64	562.32	8.98	57.67%	8.20%
帽带	固定面罩	63.71	147.78	2.32	15.16%	2.16%
芯盒上下盖	滤光镜外框	128.98	105.18	0.82	10.79%	1.53%
连接头上下盖	固定帽带各部件	128.38	63.66	0.50	6.53%	0.93%
旋钮	功能调节	260.40	31.66	0.12	3.25%	0.46%
呼吸器壳上下盖	呼吸器主机外壳	2.47	17.22	6.97	1.77%	0.25%
其他		239.36	47.21	0.20	4.84%	0.69%
合计		885.94	975.04	1.10	100.00%	14.22%

报告期内，帽壳采购金额占发行人当期向驰佳模塑采购总额比例约 60%左右，系主要部件；帽壳产品价格受原材料塑料粒子价格影响较大，2021 年，在大宗商品大幅上涨的影响下，驰佳模塑在 2021 年上半年随之上调帽壳产品价格，因此 2021 年度发行人向驰佳模塑采购的帽壳产品综合平均单价上涨 10.78%。除此以外，报告期内发行人向驰佳模塑采购的帽壳产品平均综合单价基本保持平稳。发行人通常指定帽壳供应商购买特定牌号塑料粒子（通常为 PA66 号塑料粒子）作为帽壳原材料，报告期内 PA66 号塑料粒子市场参考价格如下图所示：

华南地区 PA66 市场平均价



数据来源：wind 金融终端

除帽壳产品以外，发行人向驰佳模塑采购产品总体金额较小，单价较低，价

格基本保持稳定。

2、发行人的采购金额占驰佳模塑的收入占比

发行人系驰佳模塑主要客户，报告期内发行人的采购金额占驰佳模塑当期收入近 100%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
迅安对驰佳的采购金额	491.48	1,576.88	1,226.98	975.04
驰佳模塑营业收入	488.68	1,516.02	1,295.93	968.79
占比	100.57%	104.02%	94.68%	100.65%

注：驰佳模塑营业收入数据取自其未经审计财务报表，部分年度迅安科技向驰佳模塑采购金额占其营业收入比例高于 100% 主要系双方统计口径存在时间性差异。

3、对比向其他供应商同类产品采购价格等情况，说明向驰佳模塑采购的背景、必要性和定价公允性

（1）发行人向驰佳模塑采购的背景、必要性

如本问题（一）之回复，驰佳模塑实际控制人吴雨兴与迅安科技其他主要股东高为人、瞿劲等相识多年，并共同创办迅安科技；吴雨兴从事注塑模具工作时间较长，其拥有的技术和经验是电焊防护面罩产品所需，因此迅安科技自成立之初即与驰佳模塑实际控制人所控制或任职的企业开始合作，能够满足发行人供货的稳定性、及时性及质量等方面的要求，因此双方长期合作具有一定历史背景，关联采购具有必要性。

（2）对比向其他供应商同类产品采购价格等情况，说明向驰佳模塑采购的定价公允性

报告期内，帽壳采购金额占发行人当期向驰佳模塑采购总额比例约 60% 左右，系主要部件，其余产品采购金额较小，类型较为分散。报告期内，发行人帽壳供应商采购情况如下：

单位：万只、元/只、万元

供应商名称	2022 年 1-6 月			
	采购数量	采购单价	采购金额	占比
常州驰佳模塑有限公司	27.97	10.42	291.35	85.52%
常州浩特塑业有限公司	4.23	11.10	46.92	13.77%

总计	32.20	10.51	338.27	99.29%
供应商名称	2021 年			
	采购数量	采购单价	采购金额	占比
常州驰佳模塑有限公司	93.73	10.28	963.45	86.63%
常州浩特塑业有限公司	13.27	10.92	144.88	13.03%
总计	107.00	10.36	1,108.33	99.66%
供应商名称	2020 年			
	采购数量	采购单价	采购金额	占比
常州驰佳模塑有限公司	72.05	9.28	668.59	97.14%
常州浩特塑业有限公司	1.78	9.25	16.43	2.39%
总计	73.83	9.28	685.02	99.53%
供应商名称	2019 年			
	采购数量	采购单价	采购金额	占比
常州驰佳模塑有限公司	62.64	8.98	562.32	97.94%
常州浩特塑业有限公司	0.86	7.65	6.60	1.15%
总计	63.50	8.96	568.92	99.09%

报告期内，相同供应商不同年度帽壳采购单价波动趋势基本一致；驰佳模塑和浩特塑业采购价格相对较为接近，平均采购单价有所差异主要系发行人向不同供应商采购帽壳型号有所差异。报告期内主要供应商不同年度采购价格区间如下表所示：

供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	最低	最高	最低	最高	最低	最高	最低	最高
常州驰佳模塑有限公司	4.13	12.39	4.73	12.46	4.73	10.70	4.03	10.70
常州浩特塑业有限公司	7.04	11.40	6.61	11.90	6.61	10.64	7.61	7.88

报告期内发行人向驰佳模塑采购不同型号帽壳采购价格区间范围比常州浩特塑业有限公司更大，主要系发行人向驰佳模塑采购帽壳型号较多，不存在发行人向驰佳模塑采购帽壳产品价格普遍高于其他供应商的情形。因发行人采购的帽壳具体型号众多，且同型号只向一家供应商进行采购，无可比的供应商价格。为比较驰佳模塑与其他供应商相同型号产品价格报价情况，发行人选取 2021 年 -2022 年 6 月采购额较高的几款帽壳型号，向同类供应商常州浩特塑业有限公司、苏州建得模塑有限公司进行询价，具体询价对比情况如下：

单位：元/个

规格	驰佳模塑	浩特塑业		建得模塑	
	单价	单价	价格差异比例	单价	价格差异比例
帽壳型号 1	13.91	14.63	-4.92%	14.47	-3.87%
帽壳型号 2	11.41	12.04	-5.23%	12.14	-6.01%
帽壳型号 3	11.77	12.3	-4.31%	12.75	-7.69%
帽壳型号 4	12.21	12.81	-4.68%	12.9	-5.35%
平均值			-4.79%		-5.73%

注：以上报价时间均 2022 年 4 月 18 日，均为含税价。

帽壳是电焊防护面罩的关键组成部分，为了保证发行人产品的质量，发行人向帽壳供应商提供模具，指定帽壳供应商购买特定牌号塑料粒子作为帽壳原材料，因此供应商报价中材料价格相同，加工费有所差异。不同供应商根据加工数量规模、机器吨位、成型时间、自身质量控制所报价的加工费不同。总体来看，常州浩特塑业有限公司、苏州建得模塑有限公司报价相较驰佳模塑价格高 5%左右，主要系发行人与驰佳模塑合作时间较长，发行人从驰佳模塑的采购规模较大，具有一定规模优势，因此发行人从驰佳模塑的采购价格略低具有合理性，采购价格公允。

假设发行人向驰佳模塑采购价格整体提高 5%，经测算，报告期内采购成本影响金额分别为 48.75 万元、61.35 万元、78.84 万元和 24.57 万元，占当期净利润影响比例分别为 2.07%、1.41%、1.38% 和 1.34%，整体影响较小。具体测算情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
采购金额	491.48	1,576.88	1,226.98	975.04
影响金额	24.57	78.84	61.35	48.75
净利润	1,829.01	5,726.48	4,356.35	2,356.19
影响金额占净利润比例	1.34%	1.38%	1.41%	2.07%

综上，发行人向驰佳模塑采购具有必要性，定价公允。

（三）说明发行人是否存在通过关联方为发行人分担成本费用的情形，是否存在利益输送或其他特殊利益安排

发行人与驰佳模塑之间的采购单价系双方基于市场价格基础上经双方协商

确定，基本定价原则为：产品耗用的材料单价*材料耗用量+加工费+包装费。其中原材料塑料粒子市场价格较为透明，可参照市场价格确定；加工费按照机器吨位、成型时间等确定；而包装费按照包装所耗用包装材料确定。该定价原则与发行人与其他同类供应商定价原则不存在差异。

同时发行人自查了报告期内吴雨兴、驰佳模塑、发行人、发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业、非独立董事、监事、高级管理人员及前述人员配偶、发行人关键岗位人员的银行流水，结合发行人的关联方清单核对了银行流水的交易对手方。经自查，吴雨兴及其关联方与上述自然人或法人存在的资金往来情况如下：

报告期内，吴雨兴与发行人董事、董事会秘书李德明存在部分资金往来，主要系个人临时资金周转。上述资金往来系个人资金往来，不存在其他利益安排。除此以外，吴雨兴及其关联方与发行人及其关联方不存在其他资金往来。

综上，经自查，报告期内，除前述吴雨兴与李德明个人资金拆借往来事项外，吴雨兴及其关联方不存在与发行人及关联方发生资金往来；不存在吴雨兴及其关联方为发行人分担成本费用的情形，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

(四) 请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论；说明中介机构对发行人、控股股东及实际控制人、董监高、其他关联方等人员银行流水的核查情况及结论，并对发行人的成本费用真实性发表明确意见

【申报会计师回复】

1、请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论

(1) 核查范围、核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

- 1) 获取并查阅驰佳模塑工商档案；获取并查阅高为人、瞿劲、吴雨兴个人简历及调查表；
- 2) 对驰佳模塑实际控制人吴雨兴、发行人实际控制人高为人进行访谈，了解交易的背景、合作原因、交易情况及定价原则等信息，获得“双方确认常州驰

佳系吴雨兴实际控制的企业，发行人其他股东与常州驰佳不存在任何关系，且不参与常州驰佳的生产经营决策，交易价格系双方参照市场价格协商确定”的相关承诺函；

- 3) 向同类供应商常州浩特塑业有限公司、苏州建得模塑有限公司就指定产品进行询价，将询价与发行人向驰佳模塑实际采购单价进行对比分析；
- 4) 获取了驰佳模塑、常州浩特塑业有限公司 2019 年-2022 年 6 月三年一期财务报表；
- 5) 获取了发行人实际控制人高为人未持有驰佳模塑股权的承诺函；
- 6) 获取供应商驰佳模塑 2019 年-2022 年 6 月的银行对账单，核实银行流水记录中是否存在与发行人重叠的客户和供应商，是否与发行人员工及其他关联方存在资金往来；
- 7) 取得发行人、发行人控股股东及实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员、财务人员、主要关联方驰佳模塑相关主体名下银行账户进行核查；具体核查程序详见本回复之“问题 10”之“（五）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论。请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见”之说明。

（2）核查结论

经核查，我们认为：

- 1) 迅安科技实控人高为人在迅安科技成立前即开始与吴雨兴有业务往来，2001 年迅安科技成立之初即开始与驰佳模塑实际控制人吴雨兴控制或任职的企业合作，2007 年吴雨兴成立了驰佳模塑，继续为迅安科技做帽壳等塑料件；
- 2) 报告期内，发行人的采购金额占驰佳模塑的收入占比接近 100%，系驰佳模塑主要客户；
- 3) 经核查，发行人向驰佳模塑采购具有必要性，定价公允。
- 4) 发行人不存在通过关联方为发行人分担成本费用的情形，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

2、说明中介机构对发行人、控股股东及实际控制人、董监高、其他关联方等人员银行流水的核查情况及结论

(1) 中介机构对发行人、控股股东及实际控制人、董监高、其他关联方等人员银行流水的核查情况

我们取得发行人、发行人控股股东及实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员、财务人员、主要关联方驰佳模塑相关主体名下银行账户进行核查；具体核查程序详见本回复之“问题 10”之“（五）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论。请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见”之说明。

经核查，我们认为：除已经公开披露的李德明、瞿劲及刘粉珍通过个人卡代收货款、代收供应商返利、代垫费用及代发工资的不规范情形外，报告期发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、其他董事、监事及高级管理人员不存在与客户、供应商的异常交易往来；发行人不存在通过关联方为发行人分担成本费用的情形，不存在利益输送或其他特殊利益安排。

(2) 对发行人的成本费用真实性发表明确意见

1) 核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

①获取发行人关于成本归集、核算相关的内部控制制度，了解发行人有关成本归集、核算的具体方法和流程，检查了报告期内发行人营业成本明细的核算与归集过程；

②针对发行人成本和费用进行分析性复核，通过抽取凭证等方式核查成本费用的真实性；分析主要原材料采购价格、运输费等变动情况，分析是否存在异常波动的情形；

③对包含驰佳模塑在内的主要供应商执行函证程序。报告期内，我们的发函及回函比如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
采购金额	4,964.64	12,585.97	9,850.40	6,857.33

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
发函金额	4,075.61	10,151.71	7,615.42	5,209.83
发函金额占采购金额的比例	82.09%	80.66%	77.31%	75.97%
回函金额	4,075.61	10,151.71	7,615.42	5,209.83
回函金额占采购金额的比例	82.09%	80.66%	77.31%	75.97%

④实地走访发行人包含驰佳模塑在内的主要供应商，实地查看其经营场所，了解发行人向供应商采购的合理性、双方交易的真实性，与发行人是否存在关联关系等；针对部分因疫情影响未能实地走访的供应商，采用视频形式进行访谈；报告期内我们的供应商走访情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
采购金额	4,964.64	12,585.97	9,850.40	6,857.33
访谈确认金额	3,894.65	9,667.69	6,665.55	4,749.18
访谈确认金额占采购金额比例	78.45%	76.81%	67.67%	69.26%

⑤取得发行人、发行人控股股东及实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员、财务人员、主要关联方驰佳模塑相关主体名下银行账户进行核查；具体核查程序详见本回复之“问题 10”之“（五）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论。请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见”之说明；

2) 核查结论和意见

经核查，我们认为：

报告期内，发行人成本费用真实、准确、完整，不存在第三方为发行人代垫成本费用的情形。

问题 8.出口方式和销售地区对毛利率的影响

根据申报文件，报告期内，发行人自营出口的毛利率分别为 48.37%、45.77% 和 40.89%；代理出口的毛利率分别为 42.64%、34.76% 和 33.87%，自营出口毛利率大幅高于代理出口。

（1）自营出口和代理出口毛利率差异的原因。发行人披露，两种出口方式

毛利率存在差异的原因系受客户结构和产品结构的影响。请发行人：结合主要客户采购的产品类型、比例和金额、客户结构差异等情况，进一步分析说明两种出口方式毛利率差异的原因。

(2) 不同国家和地区的产品毛利率存在差异的合理性。根据申报文件，对于外销：发行人报告期内销售至北美洲和欧洲的毛利率约 40%，销售至亚洲的毛利率约 55%。对于内销：销售至华东地区的毛利率约 40%，华南地区的毛利率约 65%。请发行人：结合发行人订单获取方式、定价策略、各类产品附加值、下游需求、同行业可比公司等情况，说明不同国家和地区毛利率差异较大的原因及合理性、交易定价是否公允，不同国家和地区间毛利率差异是否符合行业惯例。

(3) 可比公司选取的合理性。根据申报文件，发行人电焊防护面罩主要竞争对手包括泰克曼、吉星吉达、威和光电等企业。电动送风过滤式呼吸器目前国内涉足的企业较少，包括发行人、泰克曼等企业。发行人的可比公司选取吉星吉达（832798）、威和光电（831515），二者主营业务均为自动变光电焊面罩及配套产品的研发、生产和销售。报告期内，发行人的毛利率分别为 38.79%、42.37% 和 38.60%，同行业可比公司毛利率的平均值分别为 25.10%、17.92% 和 19.31%，远高于可比公司。请发行人：①结合可比公司的产品类型、产品结构、业务模式、主要技术及工艺、下游客户等，说明可比公司的选取标准，可比公司与发行人是否具有可比性，是否存在选择性选取可比公司的情况。②结合产品品质、单价、生产规模、原材料采购价、客户资源等情况，量化分析毛利率远高于可比公司的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 自营出口和代理出口毛利率差异的原因。结合主要客户采购的产品类型、比例和金额、客户结构差异等情况，进一步分析说明两种出口方式毛利率差异的原因

发行人同时采用自营出口和代理两种出口模式，一方面系发行人在创业初期为节约成本、提高办事效率等考虑，将出口业务委托大亚办理，后续随着发行人

业务规模的扩大和获得对外贸易经营者备案登记表后，新开发客户由发行人自营出口，同时将部分由大亚代理的客户转移到发行人自营出口，部分客户为了保持交易流程的一贯性和发行人为了商业信息的保密性需要，仍然通过大亚代理出口；另一方面系客户斯威尔德指定要求销售给常州对外贸易，由常州对外贸易办理出口，方便货物的提取。

报告期内，发行人的代理费金额分别为 41.61 万元、43.51 万元、72.82 万元、38.09 万元，通过代理商实现的销售收入分别为 5,399.13 万元、5,352.84 万元、8,455.94 万元、4,362.53 万元，代理费占收入的比例分别为 0.80% 左右，代理费对毛利率的影响较小。

代理出口对毛利率的影响较小，两种不同方式毛利率的差异系两种方式客户购买的产品类型不同和客户不同所致。

报告期内，发行人自营出口和代理出口毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
自营出口	38.34%	40.89%	45.77%	40.39%
代理出口	32.53%	33.87%	34.76%	37.41%

报告期内，发行人代理出口的毛利率分别为 37.41%、34.76%、33.87%、32.53%，自营出口的毛利率高于代理出口，主要系产品结构和客户不同所致，具体分析如下：

1、主要客户采购的产品类型、比例和金额

报告期内，不同产品类型收入金额和比例情况如下：

单位：万元

出口方式	产品分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
自营出口	电焊防护面罩	2,767.37	68.38%	6,129.21	59.58%	5,257.45	52.69%	3,541.20	57.81%
	电焊防护面罩配件	1,052.26	26.00%	2,434.49	23.66%	1,779.20	17.83%	2,020.84	32.99%
	电动送风过滤式呼吸器	176.78	4.37%	1,272.87	12.37%	2,427.82	24.33%	521.57	8.51%
	电动送风过滤式呼吸器配件	50.87	1.26%	450.86	4.38%	514.03	5.15%	41.89	0.68%
	合计	4,047.29	100.00%	10,287.42	100.00%	9,978.49	100.00%	6,125.49	100.00%
代理出口	电焊防护面罩	3,374.87	77.36%	7,602.72	89.91%	4,824.66	90.13%	4,579.43	84.82%
	电焊防护面罩配件	234.4	5.37%	433.53	5.13%	236.7	4.42%	305.14	5.65%

	电动送风过滤式呼吸器	158.51	3.63%	330.62	3.91%	217.82	4.07%	438.03	8.11%
	电动送风过滤式呼吸器配件	594.74	13.63%	89.07	1.05%	73.65	1.38%	76.52	1.42%
	合计	4,362.53	100.00%	8,455.94	100.00%	5,352.84	100.00%	5,399.13	100.00%

报告期内，按照不同产品分类下，不同出口方式的毛利率情况如下：

单位：万元

产品分类	出口模式	2022年1-6月		2021年	
		收入	毛利率	收入	毛利率
电焊防护面罩	自营出口	2,767.37	35.66%	6,129.21	34.67%
	代理出口	3,374.87	29.32%	7,602.72	32.47%
电焊防护面罩配件	自营出口	1,052.26	41.34%	2,434.49	41.54%
	代理出口	234.40	19.66%	433.53	42.40%
电动送风过滤式呼吸器	自营出口	182.48	53.08%	1,272.87	62.84%
	代理出口	152.81	49.83%	330.62	51.49%
电动送风过滤式呼吸器配件	自营出口	50.87	57.33%	450.86	59.95%
	代理出口	594.74	52.27%	89.07	47.12%
总计		8,409.82	35.32%	18,743.36	37.72%

(续表)

产品分类	出口模式	2020年		2019年	
		收入	毛利率	收入	毛利率
电焊防护面罩	自营出口	5,257.45	37.17%	3,541.20	37.87%
	代理出口	4,824.66	33.54%	4,579.43	35.26%
电焊防护面罩配件	自营出口	1,779.20	42.84%	2,020.84	41.39%
	代理出口	236.70	40.33%	305.14	50.51%
电动送风过滤式呼吸器	自营出口	2,427.82	62.67%	521.57	52.06%
	代理出口	217.82	50.81%	438.03	48.77%
电动送风过滤式呼吸器配件	自营出口	514.03	64.15%	41.89	59.17%
	代理出口	73.65	49.52%	76.52	48.88%
总计		15,331.33	41.93%	11,524.62	38.99%

因配件产品类型较多，差异较大，以下选取电焊防护面罩及电动送风过滤式呼吸器分析同类产品不同出口模式下毛利率情况。

(1) 电焊防护面罩

单位：万元

产品分类	出口模式	2022年1-6月		2021年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率

自动变光电焊防护面罩	代理出口	3,206.04	29.76%	7,322.33	33.09%
	自营出口	2,752.42	36.00%	6,079.71	34.73%
普通电焊防护面罩	代理出口	168.84	16.79%	280.39	16.21%
	自营出口	10.54	19.26%	26.17	32.10%
打磨防护面罩	自营出口	4.42	26.94%	23.33	22.27%
总计		6,142.25	32.18%	13,731.93	33.45%

单位：万元

产品分类	出口模式	2020 年度		2019 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率
自动变光电焊防护面罩	代理出口	4,673.05	33.98%	4,314.76	36.04%
	自营出口	5,231.99	37.17%	3,516.60	37.94%
普通电焊防护面罩	代理出口	151.61	19.86%	264.67	22.55%
	自营出口	20.87	37.35%	24.61	28.70%
打磨防护面罩	自营出口	4.58	38.93%		
总计		10,082.11	35.43%	8,120.63	36.40%

自动变光电焊防护面罩中，2019 年-2021 年，代理出口和自营出口产品毛利率较为接近，相差较小；2022 年 1-6 月，自营出口产品毛利率和代理出口产品毛利率分别为 36.00% 和 29.76%，自营出口相较代理出口毛利率 6.24 个点，主要系自营出口产品中，2022 年 1-6 月高端产品占比有所提升，提升了自营出口产品整体毛利率。

普通电焊防护面罩产品中，自营出口收入规模较小，受当年销售的产品具体型号或单个产品影响较大，毛利率与代理出口存在一定差异。打磨防护面罩销售规模较小，报告期内仅通过自营出口方式销售，无代理出口方式。

(2) 电动送风过滤式呼吸器

单位：万元

产品分类	出口模式	2022 年 1-6 月		2021 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率
电动送风电焊面罩及呼吸器系统	代理出口	158.51	50.26%	322.73	51.90%
	自营出口	175.90	52.74%	409.75	52.65%
电动送风个人防护面罩及呼吸器系统	代理出口	-	-	7.89	34.79%
	自营出口	0.88	64.69%	863.12	67.67%
总计		335.30	51.59%	1,603.49	60.50%

单位：万元

产品分类	出口模式	2020 年度	2019 年度
------	------	---------	---------

		收入	毛利率	收入	毛利率
电动送风电焊面罩及呼吸器系统	代理出口	217.82	50.81%	438.03	48.77%
	自营出口	425.30	52.96%	521.57	52.06%
电动送风个人防护面罩及呼吸器系统	代理出口	-	-	-	-
	自营出口	2,002.51	64.73%	-	-
总计		2,645.64	61.69%	959.60	50.56%

报告期内，电动送风电焊面罩及呼吸器系统中，自营出口和代理出口产品毛利率均在 50%左右，二者较为接近，相差较小。

电动送风个人防护面罩及呼吸器系统产品主要用于 2020 年和 2021 年疫情防控，且主要集中在公司自营出口的部分客户，毛利率在 64%-67% 左右；代理出口部分销售规模较小，仅 2021 年存在 7.89 万元代理出口销售收入，系零星销售，毛利率有所差异。

2022 年 1-6 月用于出口的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统产品销售规模较小，仅有少量通过自营出口客户销售。

2、客户结构差异

(1) 代理出口的主要客户

报告期内，发行人代理出口客户销售额及占外销收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
弗瑞特	2,065.27	24.54%	4,360.82	23.27%	2,789.48	18.19%	2,754.34	23.90%
伊萨集团	2,014.54	23.94%	3,541.56	18.89%	2,133.01	13.91%	1,851.77	16.07%
斯威尔德	266.75	3.17%	445.42	2.38%	329.18	2.15%	603.84	5.24%
其他	15.97	0.19%	108.14	0.58%	101.17	0.66%	189.18	1.64%
合计	4,362.53	51.84%	8,455.94	45.11%	5,352.84	34.91%	5,399.13	46.85%

注：伊萨集团不包含 GCE、TBI、伊萨上海

发行人代理出口的客户主要系弗瑞特、伊萨集团、斯威尔德等，代理出口以大客户弗瑞特、伊萨集团为主且相对集中，客户采购规模较大，在商务谈判中有一定的价格折扣。

(2) 自营出口的主要客户

报告期内，发行人主要自营出口客户销售额及占外销收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
米勒	902.34	10.72%	2,745.33	14.65%	2,762.13	18.02%	1,533.07	13.30%
基任	570.36	6.78%	935.95	4.99%	865.12	5.64%	959.65	8.33%
旭威克斯	433.78	5.15%	565.22	3.02%	366.44	2.39%	60.28	0.52%
成明国际	340.33	4.04%	384.62	2.05%	430.34	2.81%	359.60	3.12%
佳士科技 (美国)	293.70	3.49%	218.17	1.16%	174.99	1.14%	244.51	2.12%
肯倍	206.91	2.46%	546.92	2.92%	271.62	1.77%	447.71	3.88%
合计	2,747.43	32.65%	5,396.22	28.79%	4,870.63	31.77%	3,604.82	31.28%

发行人自营出口的客户虽然有如米勒一样的大客户，但其他客户总体较为分散，自营出口的单个客户规模总体低于自营出口且相对分散。

(3) 举例说明代理出口和自营出口相同产品价格的比较

选择同类型产品代理出口和自营出口对比情况如下：

客户	客户所在区域	出口方式	产品型号	自动变电焊 滤光镜	2022年1-6月		2021年度	
					单价(美元/只)	单价(美元/只)	单价(美元/只)	单价(美元/只)
弗瑞特	美国	代理出口	*	*	*	*	*	*
旭威克斯	美国	自营出口	*	*	*	*	*	*

所选取的产品在 2021 年在美国市场销售，2021-2022 年 1-6 月，发行人对弗瑞特的销售额分别为 1,006.08 万元、389.59 万元，发行人对旭威克斯的销售额分别为 44.09 万元、108.59 万元，发行人对弗瑞特的销售规模大于旭威克斯。

旭威尔斯的单价高于弗瑞特 9.13 美元/只，剔除帽带、贴花、包装影响的 7 美元，旭威克斯的单价高于弗瑞特 2 美元/只左右，系弗瑞特的采购量较大，有一定的价格折扣。

综上，代理费占收入的比例分别为 0.80% 左右，对毛利率的影响较小；自营出口和代理出口产品的毛利率差异主要系产品结构和客户结构不同所致，同类产品结构下自营出口和代理出口产品的毛利率相差较小；同时发行人代理出口客户较为集中，且采购规模较大，有一定的价格折扣，亦会对毛利率有一定影响。

(二) 不同国家和地区的产品毛利率存在差异的合理性。结合发行人订单获取方式、定价策略、各类产品附加值、下游需求、同行业可比公司等情况，说明不同国家和地区毛利率差异较大的原因及合理性、交易定价是否公允，不同国家和地区间毛利率差异是否符合行业惯例

1、发行人订单获取方式、定价策略、各类产品附加值、下游需求、同行业可比公司等情况如下：

(1) 订单获取方式

发行人通过以下几种途径获取客户订单：

序号	订单获取途径	订单获取具体方式
1	通过展会开发客户，通过客户严格的供应商资格认证，定期进行审查	
2	通过展会或朋友介绍开发客户，与客户建立稳定的合作关系	
3	通过网络宣传等市场推广方式获取新客户	确定合作关系后，以邮件或其他即时通讯方式下达订单

(2) 定价策略

在生产成本的基础上，充分考虑客户的采购规模、客户信用状况、市场行情、产品供需关系等，与客户商务谈判，双方协商确定最终的销售价格。

发行人的定价策略的体现如下：

获取客户的方式和客户采购规模影响定价：伊萨集团、米勒、弗瑞特等，国际知名度较高，发行人经过其严格的供应商资格审查后进入其供应商体系，由于其经过了供应商之间多次质量和价格等比较和采购规模较大，有一定的价格折扣；2020 年度，发行人通过网络宣传等市场推广方式获取了部分电动送风个人防护面罩及呼吸器系统客户，客户主动提出需求，是发行人能够在价格上占据主动的重要因素。

成本影响定价：发行人的自动变光电焊防护面罩和自动变光滤光镜等级不同，成本不同，定价不同。

(3) 各类产品附加值

1) 电动送风过滤式呼吸器的产品附加值较高

发行人的电动送风过滤式呼吸器主要分为电动送风电焊面罩及呼吸器系统和电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，电动送风电焊面罩及呼吸器系统的毛利率为 50% 左右，电动送风个人防护面罩及呼吸器系统的毛利率为 65% 左右，毛利率较高，主要系电动送风过滤式呼吸器的国内同行业竞争者较少，主要以国外

3M、米勒电气等为主，发行人的电动送风过滤式呼吸器与国外竞争者相比，性价比比较高，产品附加值较高。不同国家和地区采购电动送风过滤式呼吸器及配件的比例不同，毛利率有所差异。

2) 发行人的自动变光电焊防护面罩和自动变光滤光镜等级不同，产品附加值不同

发行人自动变光电焊防护面罩和自动变光滤光镜分为高端、专业、基础三个等级，由于高端产品的性能更好，成本较高，往往定价也相对较高，产品附加值较高。报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 45% 左右、34% 左右、30% 左右，发行人自动变光电焊滤光镜高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 50% 左右、38% 左右、33% 左右，不同国家和地区购买的产品级别不同会引起毛利率有所差异。

(4) 下游需求

发行人产品电焊防护面罩、电动送风过滤式呼吸器广泛应用于机械制造、金属加工、汽车、建筑、航空航天、船舶、维修、采矿、个人防护等行业。

参考 Orbis Research 数据，电焊防护面罩市场主要集中在北美、欧洲和亚太地区，其中 2020 年北美市场占全球市场的 37.75%，欧洲市场占 29.30%，亚太地区占 22.10%。

全球电动送风过滤式呼吸器市场细分为北美、欧洲、亚太、南美、中东等地。据 Orbis Research 数据显示，2020 年北美地区在全球市场收入中占比最高，达到 39.20%，其次为欧洲地区 31.40%，亚太地区占比 19.85%。

因此，发行人的销售区域主要集中在欧美、亚洲等国家和地区，与下游需求区域相吻合。2020 年，由于疫情影响，刺激了个人防护领域对呼吸器的需求，发行人根据市场情况快速推出新品电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，产品供不应求，产品附加值较高。

(5) 同行业可比公司：

①电焊防护面罩行业竞争情况

全球电焊防护面罩行业发展相对成熟，全球市场已经形成相对稳定的行业竞争格局，全球主要参与者 3M、林肯电气、米勒电气、伊萨集团、Jackson Safety、霍尼韦尔国际、欧博瑞等企业的整体竞争实力较强。国内的主要参与者系发行人、

泰克曼、吉星吉达、威和光电等，发行人的产品性价比较高，能够进入上述一些国际知名企业的供应商体系。

②电动送风过滤式呼吸器行业竞争情况

电动送风过滤式呼吸器行业的发展起步较晚，还未形成较为稳定的行业竞争格局。从市场定位、产品体系、市场占有率、员工能力、战略举措、销售等方面综合考虑，全球电动送风过滤式呼吸器主要厂商 3M、米勒电气、霍尼韦尔国际、RPB Safety、Bullard 等走在行业前列。目前国内涉足电动送风过滤式呼吸器的企业较少，因此发行人电动送风过滤式呼吸器的产品附加值较高。

2、说明不同国家和地区毛利率差异较大的原因及合理性、交易定价是否公允，不同国家和地区间毛利率差异是否符合行业惯例

（1）不同区域毛利率差异较大的影响因素

1) 采购的产品类型的比例不同：

报告期内电焊防护面罩及配件的毛利率平均为 35% 左右，电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率平均为 55% 左右，电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率较高，如果客户所在区域采购的电动送风过滤式呼吸器及配件占收入的比例相对较高，则毛利率相应较高；

发行人的电动送风过滤式呼吸器主要分为电动送风电焊面罩及呼吸器系统和电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，电动送风电焊面罩及呼吸器系统的毛利率为 50% 左右，电动送风个人防护面罩及呼吸器系统的毛利率为 65% 左右，不同类型的产品采购比例不同，毛利率不同；

2) 同类产品不同级别的比例不同：报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 45% 左右、34% 左右、30% 左右，发行人自动变光电焊滤光镜高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 50% 左右、38% 左右、33% 左右，不同区域购买的产品级别占收入的比例不同引起毛利率的差异；

3) 获取客户的方式不同、客户规模采购影响毛利率：

发行人的北美洲客户国际知名度较高，发行人经过其严格的供应商资格审查后进入其供应商体系，由于其经过了供应商之间多次质量和价格等比较和采购规模较大，有一定的价格折扣；2020 年度，发行人通过网络宣传等市场推广方式

获取了部分电动送风个人防护面罩及呼吸器系统客户，客户主动提出需求，是发行人能够在价格上占据主动的重要因素。

(2) 不同区域客户产品价格比较

1) 不同区域客户自动变光电焊防护面罩搭配同类型自动变光电焊滤光镜产品价格比较

发行人自动变光电焊防护面罩产品的核心部件为自动变光电焊滤光镜，根据自动变光电焊滤光镜的性能的差异，从光学等级、暗态等级、真色彩、视窗大小、电源等多个维度综合考量，将发行人的自动变光电焊防护面罩分为高端、专业、基础三档，方便客户对比选择和定价参考。

①高端

报告期内，不同区域客户搭配同类型自动变光电焊滤光镜（芯盒）高端款产品价格比较如下：

单价：元/只

客户区域	客户所在国家和地区	客户	产品型号	芯盒	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
北美洲	美国	旭威克斯	*	*	*	*	*	*
欧洲	法国	吉欧思	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国江苏	特尔玛	*	*	*	*	*	*

②专业

报告期内，不同区域客户搭配同类型自动变光电焊滤光镜（芯盒）专业款产品价格比较如下：

单价：元/只

客户区域	客户所在国家和地区	客户	产品型号	芯盒	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
北美洲	美国	米勒	*	*	*	*	*	*
欧洲	英国	斯威尔德	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国香港	基任	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国江苏	特尔玛	*	*	*	*	*	*

③基础

报告期内，不同区域客户搭配同类型自动变光电焊滤光镜（芯盒）基础款产品价格比较如下：

单价：元/只

客户区域	客户所在国家和地区	客户	产品型号	芯盒	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
北美洲	美国	弗瑞特	*	*	*	*	*	*
欧洲	捷克	捷仪	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国香港	基任	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国江苏	特尔玛	*	*	*	*	*	*

报告期内，所选同级别产品在各区域销售的价格总体相差较小，受客户采购规模等因素略有差异。

2) 不同区域客户电动送风过滤式呼吸器产品价格比较

报告期内，发行人电动送风过滤式呼吸器产品根据应用场景主要分为电动送风电焊面罩及呼吸器系统和电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，相同应用场景下产品区别较小，未区分高中低档产品。

①电动送风电焊面罩及呼吸器系统

报告期内，同种产品不同区域的电动送风电焊面罩及呼吸器系统价格对比情况如下：

单价：元/只

客户区域	客户所在国家和地区	客户	产品名称	型号	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
欧洲	法国	吉欧思	*	*	*	*	*	*
欧洲	英国	斯威尔德	*	*	*	*	*	*
亚洲	中国江苏	特尔玛	*	*	*	*	*	*

发行人销售到各区域的电动送风电焊面罩及呼吸器系统总体相差不大。

②电动送风个人防护面罩及呼吸器系统

单价：元/只

客户区域	客户所在国家和地区	客户	产品型号	2022年1-6月	2021年	2020年
欧洲	英国	印铎	*	*	*	*
亚洲	菲律宾	麦迪德	*	*	*	*
亚洲	中国香港	东方建材有限公司	*	*	*	*
亚洲	中国广东	深圳爱康莱生物科技有限公司	*	*	*	*

2020 年疫情爆发，发行人根据市场需求开发了个人防护呼吸器系统，随着

疫情政策的调整，需求量迅速下降，目前已无订单。发行人个人呼吸器客户较少，主要系印锌、麦迪德、东方建材、深圳爱康莱生物科技有限公司。发行人根据客户需求规模和市场需求定价，由于英国印锌的采购量较大，总体价格偏低；2020年，菲律宾市场供不应求，价格总体偏高，随着疫情政策的变化，需求量减少，价格也相应下降。

（3）不同区域的毛利率差异的原因及合理性

发行人在不同区域销售的同类型产品的价格相差较小，影响不同区域毛利率的因素主要系采购的产品类型不同、同级别产品的比例不同和客户不同所致。

报告期内，按照不同地区、不同产品类型划分的收入占比和毛利率情况如下：

地区	产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
北美 洲	电焊防护面罩及配件	99.54%	30.76%	98.72%	32.39%	97.70%	33.14%	99.88%	32.87%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	0.46%	57.41%	1.28%	55.59%	2.30%	61.71%	0.12%	65.30%
	小计	100.00%	30.88%	100.00%	32.68%	100.00%	33.80%	100.00%	32.90%
欧洲	电焊防护面罩及配件	71.00%	33.19%	86.10%	36.60%	67.61%	38.90%	79.22%	40.98%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	29.00%	51.93%	13.90%	52.25%	32.39%	56.30%	20.78%	50.62%
	小计	100.00%	38.63%	100.00%	38.78%	100.00%	44.54%	100.00%	42.98%
亚洲	电焊防护面罩及配件	98.12%	42.11%	57.10%	43.32%	52.15%	46.81%	99.29%	45.48%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	1.88%	65.92%	42.90%	67.16%	47.85%	69.61%	0.71%	59.70%
	小计	100.00%	42.56%	100.00%	53.55%	100.00%	57.72%	100.00%	45.58%
华东	电焊防护面罩及配件	83.26%	35.27%	79.76%	37.86%	77.88%	36.70%	85.26%	31.84%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	16.74%	53.98%	20.24%	58.91%	22.12%	58.71%	14.74%	58.72%
	小计	100.00%	38.40%	100.00%	42.12%	100.00%	41.57%	100.00%	35.80%
华南	电焊防护面罩及配件	11.73%	34.10%	3.24%	31.49%	2.73%	35.72%	95.73%	38.91%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	88.27%	65.66%	96.76%	66.39%	97.27%	65.34%	4.27%	79.52%

地区	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
	小计	100.00%	61.95%	100.00%	65.26%	100.00%	64.53%	100.00%	40.64%

1) 总体分析

报告期内，发行人销售至北美洲的毛利率 32%左右、欧洲的毛利率 40%左右，亚洲的毛利率约 55%，中国华东地区的毛利率约 40%，中国华南地区的毛利率约 65%。

亚洲和中国华南的毛利率较高，主要系：①电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率较高，2020-2021 年亚洲和中国华南地区电动送风过滤式呼吸器及配件占收入的比例相对较高，提高了亚洲和中国华南的毛利率，随着 2022 年 1-6 月亚洲地区电动送风过滤式呼吸器及配件占比的降低，毛利率降至 42.59%；②亚洲地区的客户且以电焊防护面罩及配件的高端产品为主，高端款收入占电焊防护面罩及配件收入的比例平均 75%左右；

北美洲的毛利率较低，主要系：①北美洲电动送风过滤式呼吸器及配件占收入的比例较低，平均 1%左右，占比较低；②北美洲以电焊防护面罩及配件的基础款和专业款为主，高端款收入占电焊防护面罩及配件收入的比例平均 18%左右，占比不高，另外北美洲以大客户弗瑞特、米勒为主，有一定的商业折扣。

2) 分产品分析

①电焊防护面罩及配件

报告期内，欧洲、华东、华南的电焊防护面罩及配件的毛利率相当，维持在 35%左右；亚洲区域的毛利率较高，维持在 45%左右，系亚洲地区的客户且以电焊防护面罩及配件的高端产品为主，高端产品占收入比例 75%左右，占比较高；北美洲的电焊防护面罩及配件的毛利率为 32%左右，相对稍低，北美洲以以电焊防护面罩及配件的基础款和专业款为主，高端款收入占电焊防护面罩及配件收入的比例平均 18%左右，占比不高，另外北美洲以大客户弗瑞特、米勒为主，有一定的商业折扣

②电动送风过滤式呼吸器及配件

报告期内，北美洲、欧洲、亚洲、华东、华南电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率为 60%、50%、66%、58%、65%左右。

亚洲和华南的毛利率为 65% 左右，相对较高，主要系：报告期内，亚洲和华南地区以电动送风个人防护面罩及呼吸器系统为主所致；

欧洲的毛利率为 50% 左右，相对较低，主要系欧洲以电动送风电焊面罩及呼吸器系统为主，2020 年由于英国印锋采购的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统较多，将电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率提升至 56.30%。

(4) 不同国家和地区的毛利率差异的原因及合理性

报告期内，发行人外销的主要国家和地区为北美洲的美国，欧洲的匈牙利、英国、法国、德国、意大利、俄罗斯，亚洲的中国香港、中国台湾、菲律宾，内销的主要省份为华东的江苏省、华南的广东省。

报告期内，按照不同国家和地区、不同产品类型划分的收入占比和毛利率情况如下：

国家 和地 区	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
美国	电焊防护面罩及配件	99.53%	30.86%	98.71%	32.36%	97.74%	33.13%	99.88%	32.85%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	0.47%	57.41%	1.29%	55.59%	2.26%	61.67%	0.12%	65.30%
	小计	100.00%	30.98%	100.00%	32.66%	100.00%	33.77%	100.00%	32.88%
匈牙利	电焊防护面罩及配件	65.11%	27.96%	99.36%	32.77%	99.37%	36.76%	99.49%	40.49%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	34.89%	52.17%	0.64%	23.61%	0.63%	24.02%	0.51%	35.81%
	小计	100.00%	36.41%	100.00%	32.71%	100.00%	36.68%	100.00%	40.46%
英国	电焊防护面罩及配件	37.64%	25.35%	46.07%	26.52%	20.92%	27.33%	44.65%	34.10%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	62.36%	50.92%	53.93%	52.54%	79.08%	56.38%	55.35%	49.03%
	小计	100.00%	41.30%	100.00%	40.55%	100.00%	50.30%	100.00%	42.37%
法国	电焊防护面罩及配件	61.00%	41.26%	60.17%	40.11%	50.38%	44.40%	26.38%	42.42%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	39.00%	53.11%	39.83%	50.38%	49.62%	52.87%	73.62%	52.23%
	小计	100.00%	45.88%	100.00%	44.20%	100.00%	48.60%	100.00%	49.64%
德国	电焊防护面罩及配件	88.04%	45.09%	69.43%	34.34%	29.15%	40.09%	25.31%	33.72%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	11.96%	61.21%	30.57%	50.18%	70.85%	51.23%	74.69%	49.63%

国家 和地 区	产品类别	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
	小计	100.00%	47.02%	100.00%	39.18%	100.00%	47.98%	100.00%	45.61%
意大利	电焊防护面罩及配件	59.83%	46.96%	77.57%	37.90%	50.22%	45.04%	64.76%	42.52%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	40.17%	53.62%	22.43%	50.22%	49.78%	54.81%	35.24%	57.46%
	小计	100.00%	49.63%	100.00%	40.66%	100.00%	49.91%	100.00%	47.78%
俄罗斯	电焊防护面罩及配件	99.11%	31.63%	94.05%	35.40%	96.93%	36.87%	99.49%	30.56%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	0.89%	59.54%	5.95%	51.03%	3.07%	43.44%	0.51%	63.57%
	小计	100.00%	31.88%	100.00%	36.33%	100.00%	37.07%	100.00%	30.73%
菲律宾	电焊防护面罩及配件	-	-	-	-	-	-	-	-
	电动送风过滤式呼吸器及配件	100.00%	75.83%	100.00%	68.24%	100.00%	72.95%	-	-
	小计	100.00%	75.83%	100.00%	68.24%	100.00%	72.95%	-	-
中国香港	电焊防护面罩及配件	99.28%	39.54%	69.10%	41.02%	66.03%	43.43%	100.00%	43.62%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	0.72%	63.29%	30.90%	66.40%	33.97%	68.87%	-	-
	小计	100.00%	39.71%	100.00%	48.86%	100.00%	52.07%	100.00%	43.62%
中国台湾	电焊防护面罩及配件	100.00%	46.76%	100.00%	46.77%	100.00%	53.01%	100.00%	50.36%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	100.00%	46.76%	100.00%	46.77%	100.00%	53.01%	100.00%	50.36%
江苏	电焊防护面罩及配件	82.87%	35.30%	83.27%	37.46%	79.11%	37.26%	84.83%	31.89%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	17.13%	53.18%	16.73%	54.62%	20.89%	57.23%	15.17%	60.35%
	小计	100.00%	38.37%	100.00%	40.33%	100.00%	41.43%	100.00%	36.21%
广东	电焊防护面罩及配件	11.73%	34.10%	3.25%	31.49%	2.47%	35.59%	2.97%	38.91%
	电动送风过滤式呼吸器及配件	88.27%	65.66%	96.75%	66.39%	97.53%	65.34%	0.13%	79.52%
	小计	100.00%	61.95%	100.00%	65.26%	100.00%	64.61%	3.10%	40.64%

1) 总体来看

报告期内，美国、匈牙利、俄罗斯的毛利率在 30%-35%之间，相对较低，

主要系该区域以电焊防护面罩及配件基础款和专业款为主，且电动送风过滤式呼吸器及配件占收入比例较小。2022年1-6月，随着匈牙利电动送风过滤式呼吸器及配件占比的提高，毛利提高至36.41%；

报告期内，英国、法国、德国、意大利、中国香港、江苏省的毛利率在45%上下，相对较高，主要系该区域电动送风过滤式呼吸器及配件占收入比例相对较高。2022年1-6月，随着中国香港电动送风过滤式呼吸器及配件占比的降低，毛利率降至39.71%；

报告期内，发行人对中国台湾客户销售的自动变光电焊滤光镜占其收入的比例在95%以上且90%以上为高端自动变光电焊滤光镜，因此毛利率维持在45%以上，相对较高；

2020-2022年1-6月，由于疫情影响，菲律宾客户购买的全部系电动送风个人防护面罩及呼吸器系统及配件，毛利率在70%左右，毛利率最高；2020-2022年1-6月，由于疫情影响，广东省的客户购买的主要系电动送风个人防护面罩及呼吸器系统及配件，毛利率维持在65%左右，相对较高。

2) 按产品来看

①电焊防护面罩及配件

报告期内，英国电焊防护面罩及配件的毛利率平均为28%左右，相对较低，主要系英国以电焊防护面罩及配件的专业款和基础款为主，高端款占比9.50%左右，高端款占比较少。

报告期内，美国、匈牙利、俄罗斯、江苏省、广东省电焊防护面罩及配件的平均毛利率在30%-35%之间，主要系该区域以电焊防护面罩及配件基础款和专业款为主所致；另外由于美国和匈牙利以弗瑞特、米勒、伊萨集团等大客户为主，价格谈判中有一定的商业折扣，也是该地区电焊防护面罩及配件的毛利率不高的重要原因。

报告期内，法国、德国、意大利、中国香港电焊防护面罩及配件毛利率在平均40%左右，主要系该区域以电焊防护面罩及配件高端款和专业款为主所致。

报告期内，中国台湾电焊防护面罩及配件的毛利率维持在45%以上，系发行人向中国台湾客户销售的自动变光电焊滤光镜占其收入的比例在95%以上且90%以上为高端自动变光电焊滤光镜。

②电动送风过滤式呼吸器及配件

2020-2022 年 1-6 月，菲律宾、中国香港、广东省电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率 65% 以上，主要系以采购电动送风个人防护面罩及呼吸器系统及配件为主所致；

报告期内，英国、法国、德国、意大利、美国、俄罗斯、江苏省电动送风过滤式呼吸器及配件的毛利率平均在 55% 左右，主要系该区域以电动送风电焊面罩及呼吸器系统为主所致。其中英国 2020 年度的毛利率为 56.38%，相对稍高，主要客户印锌购买的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统及配件较多所致。

报告期内，匈牙利电动送风过滤式呼吸器及配件的平均毛利率为 34% 左右，主要系发行人向其销售的主要系呼吸器零星配件，随着 2022 年 1-6 月，发行人向其销售呼吸器主机，毛利率提升至 52.17%。

综上，不同国家和地区毛利率差异较大的原因及合理性如下：

1) 产品附加值

①电动送风过滤式呼吸器的产品附加值较高

发行人的电动送风过滤式呼吸器主要分为电动送风电焊面罩及呼吸器系统和电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，电动送风电焊面罩及呼吸器系统的毛利率为 50% 左右，电动送风个人防护面罩及呼吸器系统的毛利率为 65% 左右，毛利率较高，主要系电动送风过滤式呼吸器的国内同行业竞争者较少，主要以国外 3M、米勒电气等为主，发行人的电动送风过滤式呼吸器与国外竞争者相比，性价比比较高，产品附加值较高。不同国家和地区采购电动送风过滤式呼吸器及配件的比例不同，毛利率有所差异。

2020 -2021 年度，发行人对菲律宾、英国、中国香港、广东省地区的客户销售的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统及配件的比例相对较高，是该地区毛利率较高的重要因素；

报告期内，发行人法国、德国、意大利、江苏省客户采购的电动送风电焊面罩及呼吸器系统及配件的比例相对较高，是该地区毛利率较高的重要因素。

2022 年 1-6 月，伊萨集团定制的电动送风电焊面罩及呼吸器主机开始出货引起发行人对其销售的电动送风过滤式呼吸器及配件的比例提高，是 2022 年 1-6 月匈牙利毛利提高的重要因素。

②发行人的自动变光电焊防护面罩和自动变光滤光镜等级不同，产品附加值不同

发行人自动变光电焊防护面罩和自动变光滤光镜分为高端、专业、基础三个等级，由于高端产品的性能更好，成本较高，往往定价也相对较高，产品附加值较高。报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 45% 左右、34% 左右、30% 左右，发行人自动变光电焊滤光镜高端款、专业款、基础款的平均毛利率分别为 50% 左右、38% 左右、33% 左右，不同国家和地区购买的产品级别不同会引起毛利率有所差异。

发行人对美国、匈牙利、俄罗斯、江苏省、广东省客户销售以自动变光电焊防护面罩的基础款和专业款为主，是该地区毛利率偏低的重要因素；

报告期内，法国、德国、意大利、中国香港电焊防护面罩及配件毛利率在平均 40% 左右，主要系该区域以电焊防护面罩及配件高端款和专业款为主所致。

报告期内，中国台湾电焊防护面罩及配件的毛利率维持在 45% 以上，系发行人向中国台湾客户销售的自动变光电焊滤光镜占其收入的比例在 95% 以上且 90% 以上为高端自动变光电焊滤光镜。

发行人对中国台湾客户销售以自动变光电焊滤光镜高端款为主，是该地区毛利率较高的重要因素。

2) 客户的采购规模、获取客户的方式不同导致定价策略不同

伊萨集团、米勒和弗瑞特，国际知名度较高，发行人经过其严格的供应商资格审查后进入其供应商体系，由于其经过了供应商之间多次质量和价格等比较和采购规模较大，有一定的价格折扣；

2020 年度，发行人通过网络宣传等市场推广方式获取了英国、菲律宾、中国香港、广东省等地区的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统客户，客户主动提出需求，是发行人能够在价格上占据主动的重要因素。

3) 下游需求的影响

电焊防护面罩市场和电动送风过滤式呼吸器广泛应用于机械制造、金属加工、汽车、建筑、航空航天、船舶、维修、采矿、个人防护等行业。

2020 年，由于疫情影响，刺激了个人防护领域对呼吸器的需求，发行人根据市场情况快速推出新品电动送风个人防护面罩及呼吸器系统，产品供不应求，产品附加值较高。

因此，不同国家和地区毛利率差异较大的原因主要系：采购的产品类型和产品级别的比例不同，产品附加值不同；客户的采购规模、获取客户的方式不同导致定价策略不同；下游需求的变化。

发行人的同级别自动变光电焊防护面罩在不同国家和地区销售的价格相差较小，受客户采购规模等因素略有差异；发行人销售到各区域的电动送风电焊面罩及呼吸器系统总体相差不大；2020 年疫情爆发，发行人根据市场需求开发了个人防护呼吸器系统，随着疫情政策的调整，需求量迅速下降，目前已无订单。发行人个人呼吸器客户较少，主要系印铎、麦迪德、东方建材、深圳爱康莱生物科技有限公司。发行人根据客户需求规模和市场需求定价，由于英国印铎的采购量较大，总体价格偏低；2020 年，菲律宾市场供不应求，价格总体偏高，随着疫情政策的变化，需求量减少，价格也相应下降。发行人在成本的基础上，充分考虑客户的采购规模、客户信用状况、市场行情、产品供需关系等，与客户商务谈判，双方协商确定最终的销售价格，产品定价公允，不同国家和地区间毛利率差异符合行业惯例。

(三) 可比公司选取的合理性。①结合可比公司的产品类型、产品结构、业务模式、主要技术及工艺、下游客户等，说明可比公司的选取标准，可比公司与发行人是否具有可比性，是否存在选择性选取可比公司的情况。②结合产品品质、单价、生产规模、原材料采购价、客户资源等情况，量化分析毛利率远高于可比公司的原因及合理性。

1、结合可比公司的产品类型、产品结构、业务模式、主要技术及工艺、下游客户等，说明可比公司的选取标准，可比公司与发行人是否具有可比性，是否存在选择性选取可比公司的情况

由于电焊防护面罩和电动送风过滤式呼吸器属于细分产品市场，同行业公司除吉星吉达和威和光电已在新三板挂牌外，其他公司尚未上市。为便于比较分析，考虑到电焊防护面罩产品与焊接设备配套使用，具有共同下游应用领域，客户群体存在一定相似性，发行人将焊接设备行业上市公司作为同行业可比公司，主要包括佳士科技、瑞凌股份、特尔玛、上海沪工、凯尔达。其中佳士科技、特尔玛系发行人客户，上海沪工、凯尔达与发行人存在共同的主要客户，如伊萨集团、弗瑞特等。因此，发行人不存在选择性选取可比公司的情况。

发行人及同行业可比公司情况如下：

序号	公司名称	主营业务	产品类型及结构	业务模式	销售模式	2021年外销、内销比例	主要技术及工艺	下游客户及类型（贸易商、经销商、工厂等）	与发行人可比性的说明
1	佳士科技	主营业务为焊割设备的研发、生产和销售以及焊割配件、焊接材料和焊接机器人的销售	电焊机、焊割配件、焊接材料和焊接机器人，主要收入来源于焊机销售	公司实行“以销定产”的生产模式、“全代理制”的销售模式	主要实行授权经销商销售模式。	内 销：50.74% 外 销：47.39%	1、逆变焊机：钣金加工、变压器加工、PCBA 加工，总装； 2、内燃发电焊机：零部件模具的设计和制作；控制模块和零部件的加工；大部件、整机的组装	OOO "FREGAT"、深圳市特普进出口有限公司（贸易商）、宁波市镇海普安机电设备有限公司（工厂）、CHEHAB BROTHERS SAL、MIGATRONIC A/S 、 SINGSANGUAN AND SONS CO.,LTD.等	主营业务为焊接设备及配件，公司的下游，公司与其有业务往来
2	瑞凌股份	主营业务包括逆变焊割设备、焊接自动化系列产品和焊接材料配件类产品的研发、生产、销售和服务	逆变焊割设备包括逆变直流手工弧焊机、逆变氩弧焊机、逆变半自动气体保护焊机、逆变等离子切割机等；焊接自动化系列产品包括焊接小车、数字化焊接设备、高效焊接系统、机器人焊接系统集成及大型自动化焊接生产线等；焊接材料配件类产品包括焊接材料、焊接和切割配件、焊接防护用品等。其中主要收入来源于逆变焊割设备系列产品	海外市场，根据客户需求，实行按订单生产的方式。国内市场，根据经销商渠道销售的特点，由销售部提供定期的销售预测，充分结合成品库存量的增减制定生产计划安排生产。销售模式主要为经销商模式	主要采用经销商销售模式。	内 销：81.03% 外 销：17.66%	逆变焊机：PCBA 加工、配件加工、整机装配	Pacific Industrial Supplies A.B.N（经销商）、温州市奇峰石商贸有限公司（经销商）等	主营业务为焊接设备及配件，公司的下游，焊接材料配件中包含焊接防护用品，以内销为主
3	特尔玛	焊接与切割设备零部件的研发、	焊割枪及零部件。主要收入来源于手持焊枪及零部件、等离	公司主要采用 MRP(物资需求计划)采购模式；	直销	内 销：21.90%	机加工工艺：铜材铜棒、铜管、机加工、焊接、	Associated Equipment CO.、美国林肯电、Welding Guns	主营业务为焊接设备及配件，公司的下

序号	公司名称	主营业务	产品类型及结构	业务模式	销售模式	2021年外销、内销比例	主要技术及工艺	下游客户及类型（贸易商、经销商、工厂等）	与发行人可比性的说明
		生产和销售	子切割器零部件和机器人焊枪及零部件产品。	自主生产：对手持焊枪及零部件主要采用订单式生产模式，对机器人焊枪及零部件和切割枪零部件主要采用库存式生产模式；外协生产：市场化程度高、技术含量和附加值较低的非核心工序交由外协厂商完成；通过贴牌 ODM/OEM 和自主品牌两种方式进行销售		外 销：78.10%	清洗、检测	Of Australia Pty Ltd、CK Worldwide 等	游，公司与其有业务往来，以外销贴牌为主
4	上海沪工	业务主要由两大板块构成：智能制造与航天业务板块。在智能制造业务板块，主要从事焊接与切割设备的研发、生产及销售	数字化智能焊机、焊接云平台群控系统、IOT 智能切割管理服务系统、激光数控切割设备、机器人成套设备等。主要收入来源于弧焊设备及航天业务	公司的生产模式为“以销定产加安全库存”；国内销售主要采用直销和经销两种模式，以经销为主，均采用自有品牌销售，海外销售主要分为 ODM 和自主品牌销售两种模式	公司采取直销与经销相结合的销售模式	内 销：42.03% 外 销：56.59%	1、弧焊设备：钣金加工、变压器加工、PCBA 加工，总装； 2、自动化焊接 切割 成套设备：加工、总装、调试； 3、机器人系统集成：加工制造、组装、调试； 4、航天飞行器：原材料加工、机加工、精加工、焊接、组装	弗瑞特、Red Point International Trading Shanghai Ltd.（贸易商）、Nort hern Tool & Equipment Company 、Elford Ltd.等	在智能制造业务板块，主要从事焊接与切割设备的研发、生产及销售，公司的下游，弗瑞特和公司客户相同，以外销为主
5	凯尔达	为客户提供焊接机器人、机器人专用焊接设备、半自动、全手动焊接设	焊接机器人、机器人专用焊接设备、半自动、全手动焊接设	公司主要采取“以销定产”的生产模式。公司境内销售采取	公司各产品的销售均以	内 销：89.28%	1、焊接电源：变压器加工、钣金加工、PCBA	厦门克鲁斯机器人制造有限公司、伊萨集团、武义鸿运	主要从事焊接与切割设备的研发、生产

序号	公司名称	主营业务	产品类型及结构	业务模式	销售模式	2021年外销、内销比例	主要技术及工艺	下游客户及类型（贸易商、经销商、工厂等）	与发行人可比性的说明
		接设备	备、售后服务。主要收入来源于焊接机器人业务和工业焊接设备业务	经销商销售和直接销售相结合的模式，海外销售主要分为ODM 以及自主品牌销售两种模式	经销为主、直销为辅	外 销：10.72%	加工，装配； 2、工业机器人手臂：部件加工、组装、调试； 3、工业机器人控制器：模块装配、整装、软件灌装、检测； 4、工业机器人整机：控制器和手臂整装、测试	机电设备有限公司（工厂）等	及销售，公司的下游，伊萨集团和公司客户相同，以外销为主
6	吉星吉达	主营业务为自动变光焊接面罩及其相关配套产品以及其他个人安全防护产品的研发、生产和销售	自动变光焊帽及其他，收入来源为自动变光焊接面罩及其配套设备以及其他个人防护用品的销售收入	采取代理销售、OEM 贴牌销售、互联网销售和自主品牌销售等模式	与世界知名的大型连锁超市和专业的焊接防护及五金工具经销商建立了长期稳定的合作关系	以外销为主	公司拥有完善的产品质量检验和保障体系，从产品设计、模具开发、注塑、SMT 加工、PCB 焊接、液晶粘合、喷漆贴花到产品总装，形成较为完备的生产加工能力。	俄罗斯 OOO TECHNOPROMSERVIS、PETWAL INTERNATIONAL LIMITED、乌克兰 KT UKRAINE CO.,LTD、智利 EMARESA INGENIEROS Y REPRESENTA CLONES S.A 、南非 L&G TOOL AND MACHINERY DISTRIRUTORS LIMITED	以贴牌外销为主，主要产品自动变光焊接面罩与发行人相同，以外销为主
7	威和光电	主营业务为自动变光液晶电焊面罩及其相关配套	自动变光液晶电焊面罩、普通电焊面罩、自动变光液晶镜片、配件产品，主要收入来源	公司“以销定产”；贴牌销售为主，对于向国外销售主要采用直接面向经销商销售的模	国外：经销为主，国内：B2B 销售及线下	以 外 销 为 主，外销占比 80%左右	采用自行加工与外协加工相结合的模式组织生产。	特科纳斯有限公司（经销商）、吉欧斯工具贸易有限公司（批发商）、弗勒伊工	以贴牌外销为主，主要产品自动变光焊接面罩、普通电焊面

序号	公司名称	主营业务	产品类型及结构	业务模式	销售模式	2021年外销、内销比例	主要技术及工艺	下游客户及类型（贸易商、经销商、工厂等）	与发行人可比性的说明
		产品的研发、生产和销售	于自动变光液晶电焊面罩及相关产品	式；对于向国内销售部分，公司目前主要采用 B2B 销售及线下直销的模式。	直销		帽壳和头戴等塑料件、贴片 PCB 电路板委外加工；其主要组装、调试、质检等。	业有限公司、酷柏贸易有限公司（经销商）、苏州拓拓工具有限公司、文森特科技集团公司	罩、自动变光液晶镜片与发行人相同，以外销为主
8	发行人	主营业务为研发、生产和销售电焊防护面罩、电动送风过滤式呼吸器、自动变光电焊滤光镜等	自动变光电焊防护面罩、电动送风过滤式呼吸器、自动变光电焊滤光镜等	产品销售以出口为主，辅以少量国内销售。在境外销售方面，发行人采取以 ODM 为主的销售模式。与此同时，发行人在国外推广自有品牌。报告期内，发行人逐步开拓国内市场，制定了线下与线上并重的销售模式。	2021 年直销：100%	以外销为主，外销占比 90% 左右	生产工序主要包括组装、测试、调试、包装，生产过程中品管部对产品质量进行检验。发行人将帽壳喷漆、贴花和印制电路板的贴片焊接（SMT）等委托给外协加工商加工。	发行人的主要外销客户的市场地位较高，例如国际知名的焊接设备生产集团伊萨集团、米勒，专业工具连锁超市弗瑞特，专业焊接设备个人防护贸易商基任、斯威尔德、旭威克斯	-

数据来源：年报、招股说明书、公开转让说明书

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“(八)发行人与同行业可比公司的比较情况”补充披露可比公司的基本情况，具体如下：

由于电焊防护面罩和电动送风过滤式呼吸器属于细分产品市场，同行业公司除吉星吉达和威和光电已在新三板挂牌外，其他公司尚未上市。为便于比较分析，考虑到电焊防护面罩产品与焊接设备配套使用，具有共同下游应用领域，客户群体存在一定相似性，发行人将焊接设备行业上市公司作为同行业可比公司，主要包括佳士科技、瑞凌股份、特尔玛、上海沪工、凯尔达。其中佳士科技、特尔玛系发行人客户，上海沪工、凯尔达与发行人存在共同的主要客户，如伊萨集团、弗瑞特等。上述公司基本情况如下：

公司名称	公司简介
佳士科技	成立于 2005 年，2011 年 3 月创业板上市，股票代码 300193，主营业务为焊割设备的研发、生产和销售以及焊割配件、焊接材料和焊接机器人的销售。2021 年度，该公司营业收入 12.49 亿元。
瑞凌股份	成立于 2003 年，2010 年 12 月创业板上市，股票代码 300154，主营业务为逆变焊割设备、焊接自动化系列产品和焊接材料配件类产品的研发、生产、销售和服务。2021 年度，该公司营业收入为 10.83 亿元。
特尔玛	成立于 2001 年，2021 年 12 月申报创业板上市，主营业务为焊接与切割设备零部件的研发、生产和销售。2021 年度，该公司营业收入为 2.63 亿元。
上海沪工	成立于 1995 年，2016 年 6 月上海交易所主板上市，股票代码 603131，业务主要由两大板块构成：智能制造与航天业务板块，在智能制造业务板块，主要从事焊接与切割设备的研发、生产及销售。2021 年度，该公司营业收入为 13.11 亿元。
凯尔达	成立于 2009 年，2021 年 10 月上海交易所科创板上市，股票代码 688255，该公司是以工业机器人技术及工业焊接技术为技术支撑，为客户提供焊接机器人及工业焊接设备的高新技术企业。2021 年度，该公司营业收入为 5.42 亿元。
吉星吉达	成立于 2012 年，股票代码：832798。主营业务为自动变光焊接面罩及其相关配套产品以及其他个人安全防护产品的研发、生产和销售。2021 年度，该公司营业收入 1.49 亿元。
威和光电	成立于 2004 年，股票代码：831515。主营业务为自动变光液晶电焊面罩及其相关配套产品的研发、生产和销售。2021 年度，该公司营业收入为 0.72 亿元。

2、结合产品品质、单价、生产规模、原材料采购价、客户资源等情况，量化分析毛利率远高于可比公司的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“(三)毛利率分析”之“6、可比公司毛利率比较分析”部分补充披露如下：

发行人的可比公司分为焊接设备及其配件类和电焊防护面罩类，为了更好的

进行对比分析，对两类可比公司分别进行对比分析。

由于发行人电动送风过滤式呼吸器及配件的竞争对手相对较少，毛利率较高，综合毛利率为 55%左右，特别因疫情因素 2020 年推出的电动送风个人防护面罩及呼吸器系统的毛利率在 65%左右，同行业可比公司无相关高毛利率产品，为了更好的进行对比，将电动送风过滤式呼吸器及配件的影响剔除，以电焊防护面罩及配件的毛利率与同行业可比公司相应的产品进行比较。

1、发行人毛利率与焊接设备及其配件类可比公司对比分析

发行人焊接设备及其配件类可比公司系 A 股上市公司或拟上市公司，产品类别相对较多，为了更好的进行对比，选取焊接设备及其配件类可比产品与发行人相关的产品的毛利率进行对比，具体选择情况如下：

序号	可比公司	对应产品类别
1	佳士科技	逆变电焊机
2	瑞凌股份	逆变焊割设备系列产品
3	特尔玛	手持焊枪及零部件
4	上海沪工	弧焊设备
5	凯尔达	工业焊接设备

报告期内，发行人与同行业焊接设备及其配件类可比公司可比产品的毛利率对比情况如下：

证券简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
佳士科技	25.06%	29.79%	32.11%	33.43%
瑞凌股份	28.52%	28.60%	32.71%	33.69%
特尔玛	未披露	33.61%	34.42%	34.88%
上海沪工	未披露	20.85%	24.95%	28.81%
凯尔达	未披露	21.52%	24.46%	20.78%
可比产品毛利率均值	26.79%	26.87%	29.73%	30.32%

发行人电焊防护面罩及配件的毛利率为 37.33%、36.66%、35.17%、33.33%，发行人电焊防护面罩及配件的毛利率与特尔玛、佳士科技、瑞凌股份可比产品的毛利率相当，毛利率总体在 30%-35%之间。

发行人电焊防护面罩及配件的毛利率高于上海沪工和凯尔达可比产品毛利率。

发行人电焊防护面罩及配件的毛利率高于上海沪工，主要系：上海沪工的弧焊设备分为手工弧焊机、气体保护焊机等，上海沪工定期报告中未披露弧焊设备的具体品种，根据其披露的招股书，2013-2015年其弧焊设备的综合毛利率为29%左右，其中气体保护焊机的毛利率为33%左右，手工弧焊机为25%左右，因此内部产品的结构对其毛利率有一定影响，发行人的毛利率与其气体保护焊机的毛利率相当。

发行人电焊防护面罩及配件的毛利率高于凯尔达，主要系：（1）凯尔达以经销为主，其经销的毛利率为20%左右，低于其直销的40%左右；（2）近年来凯尔达的发展重心集中于焊接机器人领域，集中优势资源开展工业机器人整机及机器人专用焊接设备的研发工作，导致工业焊接设备业务在要素资源的投入方面相对偏少。

2、发行人毛利率与焊接防护类可比公司对比分析

（1）可比产品毛利率情况

发行人焊接防护类可比公司包括吉星吉达、威和光电。报告期内，发行人与吉星吉达、威和光电的毛利率情况如下表所示：

项目	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
综合毛利率	吉星吉达	10.80%	16.89%	15.66%	26.92%
	威和光电	29.52%	21.73%	20.18%	23.28%
	发行人	33.33%	35.17%	36.66%	37.33%
自动变光电焊防护面罩	吉星吉达	未披露	未披露	未披露	27.03%
	威和光电	未披露	20.12%	19.15%	23.68%
	发行人	33.06%	34.14%	36.02%	36.91%

注：发行人的综合毛利率系电焊防护面罩及配件的毛利率；吉星吉达2020-2022年1-6月未披露自动变光电焊防护面罩的毛利率；威和光电2022年1-6月未披露自动变光电焊防护面罩的毛利率。

1) 综合毛利率

报告期内，吉星吉达的综合毛利率分别为26.92%、15.66%、16.89%、10.80%，2019年之后毛利率较低，主要系2019年之后吉星吉达通过子公司开展电动工具等贸易业务导致其2020年、2021年、2022年1-6月贸易业务收入占比分别为34%、37%、40%左右（根据其定期报告披露的宁波吉正进出口有限公司、宁

波普勒泰科贸易有限公司和普勒泰科国际贸易有限公司的收入匡算），贸易业务占比不断升高，由于贸易业务收入的毛利率不高，影响了其整体的毛利率。

报告期内，威和光电的综合毛利率分别为 23.28%、20.18%、21.73%、29.52%，其中 2020 年 1-6 月较高，根据其定期报告披露主要系其对客户提价等因素所致。

报告期内，发行人电焊防护面罩及配件的毛利率分别为 37.33%、36.66%、35.17%、33.33%，高于吉星吉达和威和光电的综合毛利率，通过可比产品自动变光电焊防护面罩进行对比分析。

2) 自动变光电焊防护面罩

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的毛利率分别为 36.91%、36.02%、34.14%、33.06%；威和光电自动变光电焊防护面罩的毛利率分别为 23.68%、19.15%、20.12%、29.52%（2022 年 1-6 月，威和光电未披露自动变光电焊防护面罩的毛利率，因其毛利率与综合毛利率接近，以其综合毛利率替代进行对比分析）；2019 年，吉星吉达自动变光电焊防护面罩的毛利率为 27.03%，2020-2022 年 1-6 月其未披露自动变光电焊防护面罩的毛利率。

发行人自动变光电焊防护面罩的毛利率高于吉星吉达和威和光电，主要系客户类型、产品销售价格、成本变动、研发投入、生产规模等有所不同所致。具体分析情况如下：

（2）发行人与可比公司客户类型对比分析

国际知名品牌客户通常建立了严格的供应商评价体系，对产品质量要求较高，企业从进入供应商信息库并进行小规模采购到最终形成大规模采购，通常耗时较长，基于供应商认证体系复杂、转换供应商的成本较高以及产品可靠性考虑，客户不会轻易更换供应商，双方合作粘性较高。国际知名品牌客户凭借在行业内较高的知名度和美誉度，有一定的品牌溢价，该部分客户对产品性能和品质较为敏感，对价格的关注程度弱于中小企业。

电焊防护面罩企业的主要客户类型包括焊接设备生产企业、超市、贸易商/批发商和经销商等。

焊接设备生产企业：焊机、焊枪等设备生产型企业通常将采购的电焊防护面罩与其产品配套销售。全球知名的焊接设备生产集团包括 Lincoln Electric（林

肯电气)、Esab Group(伊萨集团)、Miller Electric Mfg. Co.(米勒)、Kemppi(肯倍)等。

超市：工具连锁超市或者生活超市采购电焊防护面罩在门店销售，直接面向最终家庭或个人消费者。美国人工成本较高，地广人稀，工具连锁超市较为发达，较为知名的工具类超市包括 Harbor Freight Tools(弗瑞特)、Homedepot(家得宝)、Lowe's(劳氏)、Tractor Supply Company 等。

贸易商/批发商(品牌商)和经销商：主要系自身无生产工厂的安全设备、安全防护贸易商/批发商(品牌商)和经销商等采购电焊防护面罩配套销售给下游客户。

1) 发行人主要客户情况

报告期内，发行人电焊防护面罩及配件前五大客户基本情况如下：

序号	客户名称	合作时间	成立时间	主营业务	市场地位等	规模
1	Harbor Freight Tools (弗瑞特)	2014 年, 已合作 8 年	1977 年	工具超市	美国工具连锁超市排名第一	65 亿美元左右
2	Esab Group (伊萨集团)	2013 年, 已合作 9 年	1904 年	全球焊接设备生产销售集团	美国上市公司。全球焊接设备生产销售集团排名第二	22 亿美元左右
3	Miller Electric Mfg. Co. (米勒)	2018 年, 已合作 4 年	1929 年	全球焊接设备生产销售集团	母公司 ITW 为美国上市公司。 全球焊接设备生产销售集团排名第三	16 亿美元左右
4	特尔玛	2010 年以前, 已合作超过 12 年	2001 年	焊接与切割设备零部件的研发、生产和销售	2021 年 12 月申报创业板上市	2 亿人民币左右
5	GRACEDUTY COMPANY LIMITED (基任)	2010 年以前, 已合作超过 12 年	1984 年	焊接、木制品和医疗产品贸易	其购买发行人的产品销售给下游品牌商	5 千万美元左右

注：市场地位描述及客户经营规模主要来源于客户访谈记录、中信保信用报告等。

发行人主要客户包括国际知名的焊接设备生产集团 Esab Group(伊萨集团)、Miller Electric Mfg. Co.(米勒)，专业工具连锁超市 Harbor Freight Tools(弗瑞特)等，客户质量较高，供应商认证体系较为严格，客户在采购过程中更加

侧重产品品质，能够接受公司高品质产品而形成的溢价，有助于提升公司产品的毛利率。

2) 威和光电主要客户情况

根据公开披露文件，报告期内威和光电前五大客户基本情况如下：

序号	客户名称	国家/地区	成立时间	主营业务	规模
1	吉欧斯工具贸易有限公司	法国	1964	贸易商	所在集团 GYS 规模为 9,000 万欧元左右
2	特科纳斯有限公司	俄罗斯	-	焊接设备专业经销商	-
3	弗勒伊工业有限公司	美国	1932	焊接、磨料、个人防护设备(PPE)和车间工具加工公司	-
4	酷柏贸易有限公司	墨西哥	1962	综合工业用品经销商	-
5	苏州拓拓工具有限公司	中国江苏	2017	销售、研发电动工具及附件、手动工具等	-
6	文森特科技集团公司	-	-	-	-
7	宁波金耀易达贸易有限公司	中国浙江	2014	贸易	-

数据来源：威和光电公开披露文件，中信保信用报告

注：威和光电披露部分境外客户名称系音译名称，且未披露客户具体信息，无法准确查询客户具体名称和其他相关基本情况信息。

威和光电的主要客户为专业焊接设备专业经销商、工业用品批发商以及综合工业用品经销商等，主要客户类型为经销商和批发商等，且其主要客户规模及市场知名度与发行人相比有所差异。

3) 吉星吉达主要客户情况

报告期内，除吉星吉达关联方客户 Proteco naradi s.r.o.外，吉星吉达未披露其他前五大客户具体名称，以报告期内吉星吉达披露的应收账款前五大客户进行参考：

序号	客户名称	国家/地区	成立时间	主营业务	规模
1	Proteco naradi s.r.o.	捷克	1992	机器、防护产品、工具等产品的销售、进出口贸易	注册资本 700 万元

序号	客户名称	国家/地区	成立时间	主营业务	规模
2	International Tool Company	英国	1994	创新专业工具、诊断设备和产品解决方案的制造商和供应商	-
3	Easy Colombia	哥伦比亚	2007	为房屋和花园的建筑、改造和设备提供服务	-
4	Toto	-	-	-	-
5	RAD	-	-	-	-
6	Ptk	印尼	2013	为商业、工业和家庭客户提供从手动和电动工具到机械和设备	-

数据来源：吉星吉达公开披露文件

注：吉星吉达披露部分客户名称为简称，且未披露客户具体信息，无法准确查询客户具体名称和其他相关基本情况信息。

吉星吉达的主要客户为超市、批发商、经销商、综合进口商等，且其主要客户规模及市场知名度与发行人相比有所差异。

综上，从客户类型来看，发行人的主要客户系国际知名的焊接设备生产集团伊萨集团、米勒，专业工具连锁超市弗瑞特等；威和光电的主要客户类型为经销商和批发商等；吉星吉达的主要客户类型为超市、批发商、经销商、进口商等。发行人与吉星吉达和威和光电客户类型、规模、知名度有所差异。

发行人主要客户为国际知名品牌，客户质量较高，该类客户凭借在行业内较高的知名度和美誉度，有一定的品牌溢价，与其他规模较小或知名度较低的企业相比，该类客户对产品性能和品质较为敏感，对价格的关注程度相对较弱，发行人依靠产品品质和研发能力，与大型知名品牌客户保持紧密合作关系，系发行人毛利率高于吉星吉达和威和光电的重要因素。

（3）发行人与可比公司销售价格对比

发行人、威和光电在京东开设了自有品牌产品的电商自营店铺，吉星吉达在亚马逊官网查询到一款自动变光电焊防护面罩，发行人与可比公司在售的自动变光电焊防护面罩价格区间对比如下：

序号	厂商	零售价
1	迅安科技	¥160.00-¥705

2	吉星吉达	¥246.94
3	威和光电	¥99.00-¥289.00

从产品价格区间来看，发行人产品价格高于吉星吉达和威和光电。

由于不同型号的产品因视窗尺寸、光学等级等性能指标的不同，价格差异较大，选取技术指标相近的产品进行对比，具体如下：

品牌/厂商	迅安科技	吉星吉达	威和光电
产品型号	迅安 AS-5000F	FREE-750N	Welhel WH7715
图片			
响应时间	0.04ms	0.04ms	0.04ms
视窗尺寸	100×60mm	98×43mm	100×49mm
暗度等级	9-13	9-13	9-13
暗态延时	0.1-0.9s 可调	0.1-1.0s 可调	0.15-0.8s 可调
电池更换功能	可更换	可更换	可更换
光学等级	1/1/1/2	1/1/1/2	1/1/1/2
续航时间	5000 小时	/	/
帽壳材质	PA66 (改性尼龙)	PP (聚丙烯)	尼龙
零售价	¥425.00	¥246.94	¥289.00

如上表所示，技术指标相近的产品，发行人产品价格高于吉星吉达和威和光电。

从产品销售价格对比来看，发行人产品销售价格高于可比公司吉星吉达和威和光电，主要系：

①客户知名度及品牌溢价

报告期内，发行人与可比公司均以贴牌生产为主，客户的知名度及客户品牌溢价直接影响其对采购价格的敏感度。

发行人的主要客户系国际知名的焊接设备生产集团、专业工具连锁超市等，吉星吉达的主要客户类型为超市、批发商、经销商、进口商等，威和光电的主要客户类型为经销商和批发商等。相较于吉星吉达和威和光电，发行人的主要客户知名度较高，而国际知名企业的产品品牌溢价较高，使得其对采购价格的敏感性较低，从而使得其向供应商的报价相对较高。

②产品品质和客户类型

相较于经销商、批发商而言，国际知名的焊接设备生产集团或专业工具连锁超市、知名品牌商等客户对产品质量要求较高，在确定供应商之前通常经过严格的供应商资质审查，因此一旦进入其供应商体系后双方合作粘性较高。此类客户相较于产品价格而言，更关注于产品的性能和质量。

发行人凭借产品性能稳定和质量较好等能够通过客户严格的供应商资格审查，成为国际知名企业的合格供应商；而吉星吉达和威和光电的主要客户为批发商、经销商等，产品价格竞争相对更激烈，因此发行人在销售价格方面具有一定的优势。

综上，从销售价格来看，由于客户类型、客户知名度及品牌溢价、产品品质等因素，发行人自动变光电焊防护面罩的销售价格高于吉星吉达和威和光电。

（4）成本变动

同行业可比公司吉星吉达和威和光电定期报告中未披露成本构成和成本变动，根据其定期报告披露，原材料、运费价格上涨等对其毛利率产生了一定影响。以下重点分析发行人自动变光电焊防护面罩的成本受原材料、运费等价格上涨的影响。

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的单价、成本、毛利率变动情况如下：

单位：元/只

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动额	数额	变动额	数额	变动额	数额
毛利率	33.06%	-1.08%	34.14%	-1.88%	36.02%	-0.89%	36.91%
单价	192.95	8.08	184.87	3.16	181.71	-2.20	183.91
单位成本	129.16	7.40	121.76	5.50	116.26	0.24	116.02
单位毛利	63.79	0.68	63.11	-2.34	65.45	-2.44	67.89
单位成本变动对毛利率影响		-4.00%		-3.03%		-0.13%	
单价变动对毛利率影响		2.93%		1.14%		-0.77%	

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的毛利率分别为 36.91%、36.02%、34.14%、33.06%，整体较为平稳，2021-2022 年 1-6 月毛利率略有下降，主要系单位成本的上升所致。

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的单位成本构成如下：

单位：元/只

项目	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度	
	数额	占比	变动额	数额	占比	变动额	数额	占比	变动额	数额	占比
单位材料成本	104.20	80.67%	4.90	99.30	81.56%	3.04	96.26	82.79%	-1.62	97.88	81.59%
单位人工成本	11.20	8.67%	0.34	10.86	8.92%	0.47	10.39	8.94%	-0.65	11.04	9.20%
单位制造费用	9.28	7.18%	1.64	7.64	6.28%	1.40	6.24	5.37%	-0.86	7.10	5.92%
单位运杂费等	4.48	3.47%	0.53	3.95	3.25%	0.58	3.37	2.90%	-0.57	3.94	3.29%
单位成本	129.16	100.00%	7.40	121.76	100.00%	5.50	116.26	100.00%	-3.71	119.97	100.00%

注：2019年的单位成本已对运杂费进行还原

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位成本分别为 119.37 元、116.26 元、121.76 元、129.16 元，呈波动上升趋势，主要系：1) 原材料价格的上涨、人工工资的调整、安全生产费的计提、运费价格的上涨等引起单位成本的上升；2) 产品结构的变化。

1) 原材料价格上涨等因素影响

①单位材料成本变动

A、报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的单位材料成本变动情况如下：

单位：元/只

项目	2022年1-6月			2021年度			2020年度			2019年度
	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额
单位材料成本	104.20	4.90	4.93%	99.30	3.04	3.16%	96.26	-1.62	-1.66%	97.88

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位材料成本分别为 97.88 元、96.26 元、99.30 元、104.20 元，占单位成本的比例 81.50% 左右，其中 2021 和 2022 年 1-6 月上涨较多，主要系原材料价格上涨所致。

B、原材料价格变动对成本的影响

a、按照自动变光电焊防护面罩单位成本 120 元/只和单价 180 元/只计算，主要原材料采购价格上涨 10% 对成本和毛利率的影响如下：

单位：元

项目	单位成本	占比	上涨 10%	
			成本增加	毛利率变动

液晶光阀	19.20	16.00%	1.92	-1.07%
帽壳	10.20	8.50%	1.02	-0.57%
集成电路	9.00	7.50%	0.90	-0.50%

发行人的主要原材料包括液晶光阀、帽壳、集成电路等，占单位成本的比例分别为 16.00%、8.50%、7.50% 左右，如果按照自动变光电焊防护面罩的单位成本 120 元/只和单价 180 元/只计算，假设原材料价格上涨的压力不能及时向客户传导，则液晶光阀、帽壳、集成电路采购价格上涨 10%，则成本分别增加 1.92 元、1.02 元、0.90 元，影响毛利率分别为 -1.07 个百分点、-0.57 个百分点、-0.50 个百分点。

b、报告期内，发行人采购价格变动较大的主要原材料情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
液晶光阀（元/片）	11.04	15.90%	9.52	-0.76%	9.59	-2.63%	9.85
帽壳（元/只）	10.44	1.10%	10.32	11.66%	9.25	3.05%	8.97
集成电路（元/只）	1.40	39.62%	1.00	5.16%	0.95	1.05%	0.94

2020 年度，发行人的主要原材料采购价格有升有降，结合各主要原材料占单位成本的比例来看，主要单位材料对单位材料成本的变动影响较小；

2021 年度，发行人帽壳、集成电路的采购价格平均分别上涨了 11.66%、5.16%，是引起发行人自动变光电焊防护面罩的单位材料成本较 2020 年上涨 3.16% 的主要原因；

2022 年 1-6 月，发行人液晶光阀和集成电路的采购价格平均分别上涨了 15.90% 和 39.62%，是引起发行人自动变光电焊防护面罩的单位材料成本较 2021 年上涨 4.93% 的主要原因。

②单位人工成本

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位人工成本变动情况如下：

单位：元/只

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度
	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额
单位人工成本	11.20	0.34	3.12%	10.86	0.47	4.53%	10.39	-0.65	-5.88%	11.04

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位人工成本分别为 11.04 元、10.39 元、10.86 元、11.20 元，占单位成本的比例 9%左右。2020 年度，单位人工成本有所下降，主要系由于疫情影响对社保减免所致；2021 年度，由于产量提升和取消社保减免，单位人工成本较 2020 年度有所提升但低于 2019 年度；2022 年 1-6 月，单位人工成本有所上升，主要系发行人工资调整所致。

③单位制造费用变动

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩的单位制造费用变动情况如下：

单位：元/只

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度
	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额
单位制造费用	9.28	1.64	21.47%	7.64	1.40	22.44%	6.24	-0.86	-12.11%	7.10

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位制造费用分别为 7.10 元、6.24 元、7.64 元、9.28 元，占单位成本的比例 6%左右。

2020 年，发行人单位制造费用较 2019 年降低 12.11%，主要系自动变光电焊防护面罩的产量增长 34.56%所致。

2021 年度，发行人单位制造费用较 2020 年增长 22.44%，主要系根据《关于进一步加强企业安全生产费用提取使用管理的通知》（苏财工贸【2019】162 号）《常州市财政局、常州市应急管理局关于加强企业安全生产费用提取、使用、管理的通知》（常财工贸【2020】第 4 号）、《企业安全生产费用提取和使用管理办法》的规定，公司自 2021 年起开始按照收入的一定比例计提安全生产费用，2021 年计提安全生产费 125.46 万元所致。

2022 年 1-6 月，发行人单位制造费用较 2021 年增长 21.47%，主要系欧美通货膨胀等因素导致产量较去年同期有所降低所致。

④单位运杂费等

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位运杂费等变动情况如下：

位：元/只

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度
	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额	变动额	变动率	数额
单位运杂费等	4.48	0.53	13.31%	3.95	0.58	17.24%	3.37	-0.57	-14.51%	3.94

报告期内，自动变光电焊防护面罩的单位运杂费分别为 3.94 元、3.37 元、3.95 元、4.48 元，占单位成本的比例 3.50% 左右。

2020 年度，单位运费有所下降，主要系自动变光电焊防护面罩的销量增长 35% 左右，销量增加导致散装的货物减少，降低了单位运费；2021 年至 2022 年 1-6 月，单位运费不断增长，主要系受疫情和油费价格上涨的影响，导致运费价格上涨。

2) 产品结构的变化

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩各级别产品的单位成本及销量占比情况如下：

单位：元/只

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
高端	160.72	24.87%	156.53	17.79%	170.37	9.06%	168.15	9.23%
专业	137.58	40.64%	132.71	44.62%	129.80	44.44%	131.76	39.98%
基础	96.47	34.49%	92.29	37.58%	92.77	46.50%	94.17	50.80%
合计	129.16	100.00%	121.76	100.00%	116.26	100.00%	116.02	100.00%

报告期内，自动变光电焊防护面罩高端产品的销量占比分别为 9.23%、9.06%、17.79%、24.87%，2021 年和 2022 年 1-6 月，由于自动变光电焊防护面罩高端产品的占比的提高，提高了 2021 年和 2022 年 1-6 月自动变光电焊防护面罩的单位成本。

3) 成本上涨的应对措施

①与客户协商提价

针对原材料、人工成本和运费价格上涨，发行人可通过与客户沟通协商进行价格调整。报告期内，发行人与主要客户弗瑞特、伊萨集团、米勒、基任均进行过提价，因价格调整引起发行人 2021 年和 2022 年 1-6 月自动变光电焊防护面罩的整体销售单价上涨 3.66 元和 2.72 元。

②提高高端产品的销售比例

报告期内，发行人自动变光电焊防护面罩不同档位产品的单价及销量占比如下：

单位：元/只

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比	单价	占比
高端	272.94	24.87%	276.12	17.79%	326.79	9.06%	320.77	9.23%
专业	198.94	40.64%	195.64	44.62%	200.63	44.44%	207.92	39.98%
基础	128.20	34.49%	128.86	37.58%	135.35	46.50%	140.16	50.80%
合计	192.95	100.00%	184.87	100.00%	181.71	100.00%	183.91	100.00%

发行人自动变光电焊防护面罩分为高端、专业、基础三个等级，由于高端产品的性能更好，成本较高，往往定价也相对较高。2019 年和 2020 年，发行人销售自动变光电焊防护面罩以基础和专业两档为主，高端产品销售数量占比分别为 9.23% 和 9.06%；2021 年，随着搭载高端新品 AS-8000F 系列形成规模销售，高端产品占比逐渐提高，2021 年和 2022 年 1-6 月，高端产品销售数量占比分别提升至 17.79% 和 24.87%。

随着高端产品销售占比的提升，发行人自动变光电焊防护面罩产品的销售均价也有所提升，报告期内，产品销售均价分别为 183.91 元/只、181.71 元/只，184.87 元/只、192.95 元/只。高端产品占比的提升，进一步提高了产品销售均价。

综上，从成本变动来看，原材料价格的上涨、安全生产费的计提、产量的变化、运费价格上涨、产品结构变化等因素导致发行人 2021 年和 2022 年 1-6 月单位成本上涨，发行人毛利率与同行业可比公司吉星吉达和威和光电同受原材料价格上涨、运费价格提升等因素的影响。发行人及时向主要客户调整了产品价格和提升高端产品销售比例，以降低原材料、人工成本和运费价格上涨对毛利率的影响。

(5) 研发投入

报告期内，发行人的研发费用分别为 566.89 万元、746.32 万元、847.36 万元和 397.52 万元，发行人电焊防护面罩中以自动变光电焊防护面罩为主，有 14 个系列的面罩帽壳型号和 21 个系列的镜片型号。

报告期内，威和光电的研发费用分别为 340.09 万元、287.77 万元、315.12 万元、118.55 万元。威和光电专注于电焊防护面罩，研发出 11 个系列的面罩帽壳型号和 11 个系列的镜片型号。

报告期内，吉星吉达的研发费用分别为 800.64 万元、708.31 万元、562.08

万元、231.56 万元，呈下降趋势；吉星吉达的产品类型不仅包括自动变光焊接面罩及其配套设备，还包括其他个人安全防护产品包括听力防护系列、眼面部防护系列、头部防护系列、呼吸防护系列、应急防护系列等。

发行人的产品类型较多，且研发投入规模高于吉星吉达及威和光电，使得发行人能够保持产品的先进性及快速迭代，可以满足不同类型客户的个性化需求。

(6) 规模优势

报告期内，发行人销售收入分别 12,779.95 万元、17,598.11 万元、21,229.17 万元、9,530.71 万元，吉星吉达的销售收入分别为 12,275.44 万元、14,839.16 万元、14,921.19 万元、5,876.96 万元，威和光电销售收入分别 4,855.25 万元、4,905.79 万元、7,249.39 万元、2,341.85 万元。

发行人的规模大于吉星吉达和威和光电，规模优势能够降低单位固定成本。报告期内，发行人主营业务成本中折旧摊销及房租物业成本占收入的比例分别为 **0.93%、0.74%、0.59%** 和 **0.64%**，威和光电相应比例为 **3.16%、2.68%、1.87%** 和 **2.79%**，吉星吉达相应比例为 **3.86%、4.17%、3.64%** 和 **4.01%**，发行人主营业务成本中折旧摊销及房租物业成本占收入的比例低于可比公司威和光电和吉星吉达。

同时，电焊防护面罩属于细分市场，导致原材料供应商同类产品的客户不多，发行人与主要供应商合作时间较长，与供应商共同成长，公司的采购规模较大，发行人与供应商在价格谈判上有一定的优势。

综上，发行人规模较大，能够降低单位固定成本并在与供应商价格谈判中有一定的优势。

(7) 发行人毛利率高于同行业可比公司的合理性

综上，发行人毛利率高于同行业可比公司吉星吉达和威和光电，主要原因如下：

1) 客户类型：从客户类型来看，发行人的主要客户系国际知名的焊接设备生产集团伊萨集团、米勒，专业工具连锁超市弗瑞特等，客户质量较高，该类

客户凭借在行业内较高的知名度和美誉度，有一定的品牌溢价，与其他规模较小或知名度较低的企业相比，该类客户对产品性能和品质较为敏感，能够接受公司高品质产品而形成的溢价，有助于提升公司产品的毛利率；威和光电的主要客户类型为经销商和批发商等，吉星吉达的主要客户类型为超市、批发商、经销商、进口商等，可比公司吉星吉达、威和光电客户类型、规模、知名度和发行人有所差异。

2) 销售价格：从销售价格来看，由于客户知名度及品牌溢价、产品品质和客户类型等不同，发行人自动变光电焊防护面罩的销售价格高于可比公司吉星吉达和威和光电。

3) 成本变动：从成本变动来看，原材料价格的上涨、安全生产费的计提、产量的变化、运费价格上涨、产品结构变化等因素导致发行人 2021 年和 2022 年 1-6 月单位成本的上涨，发行人毛利率与同行业公司吉星吉达和威和光电同受原材料价格上涨、运费价格提升等因素的影响。发行人及时向主要客户调整了产品价格和提升高端产品销售比例，以降低原材料、人工成本和运费价格上涨对毛利率的影响。

4) 研发投入：发行人的产品类型较多，且研发投入规模高于吉星吉达及威和光电，使得发行人能够保持产品的先进性及快速迭代，可以满足不同类型客户的个性化需求。

5) 规模优势：发行人规模较大，能够降低单位固定成本并在与供应商价格谈判中有一定的优势。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“特别风险提示”之“（四）毛利率波动的风险”和“第三节 风险因素”之“二、财务风险”之“（四）毛利率波动的风险”部分补充披露如下：

（四）毛利率波动的风险

报告期内，公司的毛利率分别为 38.79%、42.37%、38.60% 和 35.89%，毛利率的波动主要受产品价格、原材料成本、产品结构变化等影响，如果未来公司的产品价格、原材料成本发生波动、产品结构发生变化等，公司将面临产品毛利率波动的风险，进而对公司盈利水平产生不利影响。

(四) 请保荐机构、申报会计师核查上述事项,说明核查范围、核查程序、核查结论,并发表明确意见。

【申报会计师回复】

(1) 核查程序

针对以上事项,我们履行了包括但不限于以下主要核查程序:

- 1) 获取发行人的收入成本明细表,分析代理出口及自营出口客户结构、产品结构等情况,分析代理出口毛利率与自营出口毛利率差异的原因及合理性;
- 2) 获取发行人主要客户的销售框架合同和订单,访谈发行人的销售负责人,了解发行人的订单获取方式,定价策略;
- 3) 访谈发行人的销售负责人,了解发行人新产品和已有产品的迭代情况和市场销售价格情况,了解发行人各类产品的附加值;
- 4) 查阅行业研究报告和劳动保护方面的政策,了解下游需求情况;
- 5) 获取公司不同国家和地区产品的价格情况,分析不同国家和地区的价格差异;
- 6) 获取不同按照国家和地区分类的产品明细表,分析不同国家和地区毛利率的差异原因;
- 7) 查阅可比公司的官网、年报、招股说明书、公开转让说明书等资料,了解发行人产品与可比公司在产品类型、产品结构、业务模式、产品技术特点、应用领域、主要技术及工艺、下游客户等方面的异同;了解可比公司的收入结构、主要客户,了解可比公司主要客户基本情况、经营规模、业务性质等信息;
- 8) 通过公开信息渠道查询可比公司的价格信息,对比分析发行人与可比公司的销售价格差异;
- 9) 通过京东、亚马逊等电商平台搜索发行人与可比公司产品的线上价格,对比各品牌产品的技术指标、零售价格,分析发行人与可比公司的销售价格差异;
- 10) 获取发行人的料工费明细表、原材料价格变动明细表、工资调整资料、运费价格变动分析表等,分析发行人的单位成本变动的原因。

(2) 核查结论

经核查,我们认为:

1) 代理费对毛利率的影响较小，自营出口和代理出口产品的毛利率差异主要系产品结构和客户结构不同所致，同类产品结构下自营出口和代理出口产品的毛利率相差较小；同时发行人代理出口客户较为集中，且采购规模较大，有一定的价格折扣，亦会对毛利率有一定影响；

2) 不同国家和地区毛利率差异较大的原因主要系：采购的产品类型和产品级别的比例不同，产品附加值不同；客户的采购规模、获取客户的方式不同导致定价策略不同；下游需求的变化。

发行人的同级别自动变光电焊防护面罩在不同国家和地区销售的价格相差较小，受客户采购规模等因素略有差异；发行人销售到各区域的电动送风电焊面罩及呼吸器系统总体相差不大；2020 年疫情爆发，发行人根据市场需求开发了个人防护呼吸器系统，随着疫情政策的调整，需求量迅速下降，目前已无订单。发行人个人呼吸器客户较少，主要系印锌、麦迪德、东方建材、深圳爱康莱生物科技有限公司。发行人根据客户需求规模和市场需求定价，由于英国印锌的采购量较大，总体价格偏低；2020 年，菲律宾市场供不应求，价格总体偏高，随着疫情政策的变化，需求量减少，价格也相应下降。发行人在成本的基础上，充分考虑客户的采购规模、客户信用状况、市场行情、产品供需关系等，与客户商务谈判，双方协商确定最终的销售价格，产品定价公允，不同国家和地区间毛利率差异符合行业惯例。

3) 由于电焊防护面罩和电动送风过滤式呼吸器属于细分产品市场，同行业公司除吉星吉达和威和光电已在新三板挂牌外，其他公司尚未上市。为便于比较分析，考虑到电焊防护面罩产品与焊接设备配套使用，具有共同下游应用领域，客户群体存在一定相似性，发行人将焊接设备行业上市公司作为同行业可比公司，主要包括佳士科技、瑞凌股份、特尔玛、上海沪工、凯尔达。其中佳士科技、特尔玛系发行人客户，上海沪工、凯尔达与公司存在共同的主要客户，如伊萨集团、弗瑞特等。因此，发行人不存在选择性选取可比公司的情况。

4) 发行人电焊防护面罩及配件的毛利率与焊接设备及其配件类可比公司相比，与特尔玛、佳士科技、瑞凌股份的毛利率相当，高于上海沪工和凯尔达具有合理性；发行人电焊防护面罩及配件的毛利率高于焊接防护类可比公司，主要系客户类型、销售价格、成本变动、研发投入、生产规模等不同所致。

问题 9.客户返利情况披露不充分

根据申报文件，发行人 2019 年其他应付款中列报“返利” 108.37 万元，对手方为发行人主要客户伊萨集团和米勒。

(1) 返利情况及会计处理合规性。请发行人：①说明返利款的发生背景、涉及的客户清单及返利政策、各期返利金额，向部分客户支付返利款，部分客户无返利款的商业合理性。②说明客户返利是否存在对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。③说明对返利具体的会计处理方式以及依据，是否符合《企业会计准则》的规定。

(2) 2020 年、2021 年不存在返利的商业合理性。发行人 2019 年向主要客户支付返利，2020 年、2021 年未见支付返利情况。请发行人：说明返利款存在波动的原因及合理性，是否存在通过其他方式支付返利的情形。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 返利情况及会计处理合规性。①说明返利款的发生背景、涉及的客户清单及返利政策、各期返利金额，向部分客户支付返利款，部分客户无返利款的商业合理性。②说明客户返利是否存在对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。③说明对返利具体的会计处理方式以及依据，是否符合《企业会计准则》的规定

1、说明返利款的发生背景、涉及的客户清单及返利政策、各期返利金额，向部分客户支付返利款，部分客户无返利款的商业合理性

(1) 返利款的发生背景

返利是一种采购销售活动中常见的商业行为，交易双方通常约定当客户的采购规模达到一定数量或金额时，根据销售额给予相应比例的返利，其本质为价格让利。在发行人与客户的合作过程中，部分客户基于自身的采购政策要求或惯例，向发行人提出返利条款，双方会在合作框架协议中对返利销售额、返利比例等进行约定。

报告期内，发行人涉及返利的客户包括伊萨集团、米勒、兰迪共三家，三家

客户的返利具体背景如下：

伊萨集团：伊萨集团是一家全球领先的知名焊接设备生产集团，发行人与其合作时间可追溯至 2013 年，双方合作时间较长，合作关系稳定。伊萨集团基于自身的采购政策，在双方签订框架协议时向发行人提出返利条款，经过双方友好协商，确定了返利相关条款的具体销售额标准和返利比例；捷仪于 2018 年被伊萨集团收购，通过一定时间的业务整合后，捷仪于 2020 年末向发行人要求与伊萨集团同样进行销售返利，发行人于 2021 年开始对捷仪按销售额的一定比例计提返利。

米勒：米勒是一家北美知名的弧焊和切割设备生产商，系发行人于 2017 年底新开发的客户。米勒根据自身的采购政策，提出销售返利条款，发行人考虑到市场竞争情况及客户采购规模，与米勒签订了返利条款。

兰迪：兰迪自发行人成立初期便开始合作，根据其瑞士母公司的要求，同一集团下所有子公司长期合作的供应商均要按照合同约定签订销售返利条款，经过双方协商，约定了相关返利条款。

(2) 涉及的客户清单及返利政策、各期返利金额

报告期内，客户具体返利政策、返利比例、返利金额已豁免披露。

(3) 向部分客户支付返利款，部分客户无返利款的商业合理性

发行人不存在统一的销售返利政策，除上述三家客户外，对其他客户均无返利相关政策。报告期内，发行人仅对上述三家客户存在返利，主要系上述客户根据自身的交易政策或所属集团的采购政策向发行人提出相关返利条款，发行人综合考虑客户具体情况，并结合与客户的交易规模、合作时间、商业信誉等，与客户签订了返利相关的协议或条款。

返利是一种常见的商业合作模式，其实质为销售折扣。发行人对其他客户虽无返利政策，但对于交易规模较大或合作时间较长的客户，会在商业谈判后采取其他的方式提供价格优惠，例如客户会在美元汇率较高的情况下向发行人提出降价要求；或者会在需要进行促销的促销季要求发行人针对个别产品提供促销价格，从而直接在订单的销售单价中扣减达到商业折扣的目的。

综上所述，发行人向部分客户支付返利款，部分客户无返利款具有商业合理性。

2、说明客户返利是否存在对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况

上述三家返利客户中，伊萨集团和米勒均为工业配套的终端客户，兰迪为大型连锁超市，三家返利客户均不属于贸易商。报告期内，发行人不存在通过销售返利对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况，具体如下：

(1) 货物返利的兑现不涉及商业贿赂、利益输送等情况

发行人与返利客户之间的销售模式均为买断式销售，在货物返利下，销售返利用于抵消后续订单的价款，返利兑现均通过正规完整的销售流程实现，不存在通过返利对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。

(2) 现金返利的兑现有规范的付款审批流程

在现金返利下，发行人有规范的付款审批流程，由销售部业务员填写付款申请单并经销售部门经理、财务经理和总经理审批后，发行人出纳将返利款项直接从发行人账户转账至客户发行人对公账户，不存在通过发行人员工或发行人关联人员向客户支付返利款的情况，也不存在将返利款项打至客户公司员工或客户公司关联人员的情况，因此不存在通过返利对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。

(3) 银行流水不存在与上述返利客户的资金往来

发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员的银行流水中不存在和上述返利客户的资金往来。

综上所述，发行人不存在通过销售返利对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。

3、说明对返利具体的会计处理方式以及依据，是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，发行人的销售返利主要包括货物返利和现金返利两种形式，具体如下：

返利类型	返利政策简述
货物返利	发行人与客户约定特定期间指定型号的产品交易额达到规定销售数量或规定销售金额后，每件产品给予相应比例的返利，返利金额可在客户次年的销售订单中以一次性抵扣货款的形式兑现。

现金返利	发行人与客户约定特定期间指定型号的产品达到规定销售数量或规定销售金额后，按照交易额的一定比例给予相应的返利。发行人将在次年与客户确认后，以货币资金的形式直接打款至客户的对公账户。
------	---

货物返利和现金返利均为按照销售额的一定比例计算返利金额，两者仅在支付方式和会计处理上存在不同。

报告期内，发行人对返利具体的会计处理方式如下：

返利类型	2020 年度至 2022 年 1-6 月	2019 年度
货物返利	借：营业收入 贷：合同负债	借：营业收入 贷：其他应付款
现金返利	借：营业收入 贷：应收账款	借：营业收入 贷：应收账款

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》中的规定，发行人基于返利的形式和合同条款的约定，考虑相关条款安排是否会导致企业未来需要向客户提供可明确区分的商品或服务，在此基础上判断相关返利属于可变对价还是提供给客户的重大权力。对基于客户采购情况等给予的现金返利，发行人按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利，发行人按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。

根据《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》（财会〔2017〕22 号）第三十五条的规定，对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。

（1）现金返利的会计处理依据

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》中的规定，对基于客户采购情况等给予的现金返利，按照可变对价原则进行会计处理，直接冲减营业收入和应收账款。

（2）货物返利的会计处理依据

根据发行人货物返利的合同约定及实际执行情况，所有涉及货物返利的客户

均签订了返利协议（包含在销售合同中）并取得了一项额外购买选择权，且客户在行使该项额外购买选择权购买商品时，无需支付额外的价款。出于谨慎考虑，发行人认为该选择权向客户提供了一项重大权利，应当作为单项履约义务，按照交易价格分摊的相关原则，将合同交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使该选择权取得相关商品的控制权时，或者在该选择权失效时确认为收入。在资产负债表日，发行人结合与客户实际交易情况，对客户行使该选择权的可能性进行合理估计，按照交易价格分摊的相关原则冲减营业收入。同时，该选择权赋予了客户一项在未来从发行人取得商品的权力，并使企业承担了向客户转让该商品的义务，因此，在计提货物返利冲减营业收入时确认相应的合同负债，待未来履行了相关的义务，即向客户转让相关商品时，再将该负债转为收入。

综上所述，发行人对销售返利的会计处理符合企业会计准则等有关规定。

（二）2020年、2021年不存在返利的商业合理性。说明返利款存在波动的原因及合理性，是否存在通过其他方式支付返利的情形

1、报告期内发行人的返利情况

报告期内，公司涉及返利客户的返利商品销售额、返利比例及返利金额已豁免披露。

报告期内，公司各期返利金额分别为*万美元、*万美元、*万美元、*万美元，与按返利商品销售额和返利比例计算一致。因会计处理方式的不同，现金返利直接冲减应收账款、货物返利在2019年计入其他应付款、2020年后计入合同负债。

2、返利款存在波动的原因及合理性，是否存在通过其他方式支付返利的情形

根据发行人与客户制定的返利政策，每年返利的计提基数为客户在返利计提年度返利产品的销售额，因此每年的返利款会随着客户销售额的波动而波动，存在合理性。

发行人及其子公司、发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员的银行流水中不存在其他支付返利的情形。

综上所述，发行人依据与客户签订的合同条款，在客户满足返利计提的条件下，于每个资产负债表日计提销售返利。根据返利支付方式的不同，现金返利直接冲减应收账款，货物返利在新收入准则适用前，计入“其他应付款——预提销售返利”科目；2020年1月1日起新收入准则适用后将每年计提的销售返利转列至“合同负债——预提销售返利”科目核算，相应的会计处理变化符合企业准则的相关规定。报告期内各客户返利计提金额受到销售额的波动而波动，返利款存在波动具有合理性。报告期内发行人不存在通过其他方式支付返利的情况。

(三) 请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见。

【申报会计师回复】

(1) 核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

- 1、访谈发行人销售部门负责人，了解发行人销售返利客户、返利政策、实际履行情况等信息，并就返利客户的完整性和返利不涉及商业贿赂和利益输送获取发行人出具的相关声明；
- 2、取得报告期各期返利计提明细表，复核返利计算的准确性；
- 3、获取发行人与三家返利客户的合同，查阅合同中对返利政策的约定条款；
- 4、核查了发行人及其子公司、发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员的银行流水，核对了银行流水的交易对手方，不存在其他返利的情形；
- 5、对报告期内主要客户进行访谈，核实伊萨、米勒的返利情况，确认除了上述三家客户外，其余客户不存在返利的情况；
- 6、对主要返利客户伊萨、米勒执行函证程序，函证各期销售额及返利金额；
- 7、访谈发行人财务总监，了解发行人返利业务的会计处理方式，询问是否存在除已披露返利信息以外的其他方式支付返利的情形；
- 8、网络检索上市公司返利业务会计处理方式，分析与发行人会计处理是否存在重大不一致的情况；
- 9、检查发行人与返利相关的原始凭据，包括内部付款审批单据、客户往来邮件、返利兑现的银行回单等；
- 10、对发行人及其子公司在中国裁判文书网、12309 中国检察网、国家企业信用信息公示系统、发行人及其子公司所在地市级的市场监督管理部门或工商行政管理部门网站进行了网络核查，未发现发行人相关主体存在因不正当竞争、商业贿赂等违法违规行为被有关部门进行行政处罚或被诉讼的公开记录；同时对发行人的董事、监事、高级管理人员等在中国裁判文书网、12309 中国检察网进行网络核查，未发现相关自然人存在因不正当竞争、商业贿赂等违法违规行为被诉讼的公开记录。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人仅对伊萨、米勒、兰迪三家客户存在返利，主要系上述客户根据自身或所属集团的采购政策向发行人提出相关返利条款。发行人向部分客户支付返利款，部分客户无返利款具有商业合理性。

2、报告期内，发行人不存在通过销售返利对终端客户进行商业贿赂、利益输送等情况。

3、报告期内，发行人各年度均存在返利，因会计处理方式不同计入不同科目。发行人对销售返利的会计处理符合企业会计准则等有关规定。报告期内各客户返利计提金额受到销售额的波动而波动，返利款存在波动具有合理性。报告期内发行人不存在通过其他方式支付返利的情况。

问题 10. 财务内控不规范及整改情况

根据申报文件，（1）报告期内，发行人存在向董秘李德明、副总经理瞿劲拆出资金的情形，各期涉及金额分别为 1,879.75 万元、2,106.78 万元和 0 元，截至 2021 年 12 月 30 日，二人已归还全部资金及利息，共计 2,371.94 万元。（2）发行人存在利用李德明、瞿劲的个人卡对外代收付款销售货款、供应商返利的情形，各期末余额分别为 355.29 万元、272.11 万元和 59.13 万元，截至 2021 年 12 月，李德明、瞿劲已归还资金及利息。（3）发行人存在利用监事刘粉珍个人卡代发部分工资的情形，各期涉及金额分别为 124.10 万元、188.71 万元和 177.84 万元，截至 2021 年 8 月，已停止使用刘粉珍个人卡。（4）发行人各期存在小额第三方回款的情形。

请发行人：（1）逐笔说明拆出资金的原因、时间、金额，说明关联方资金用途、目前的整改情况，说明发行人是否建立了有效的内控机制，是否具有健全的财务管理和风险控制机制。（2）说明向关联方拆出资金、使用个人卡对外代收付款、使用个人卡发放工资等行为是否记账，发行人的财务报表是否真实、准确、完整的反映了上述财务内控不规范的事项。（3）根据招股说明书，发行人各期对李德明、瞿劲的其他应收款计提了大额坏账，2021 年末其他应收款中

已结清对二人的其他应收款。请说明坏账计提的合理性，结合发行人及关联方的银行流水核查情况，说明实际收回款项与拆借资金的匹配性。（4）补充披露上述情形是否存在被社会保险机构、税务局等行政处罚的风险，并作出充分的风险揭示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论。请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见

【发行人回复】

（一）逐笔说明拆出资金的原因、时间、金额，说明关联方资金用途、目前的整改情况，说明发行人是否建立了有效的内控机制，是否具有健全的财务管理和风险控制机制

1、逐笔说明拆出资金的原因、时间、金额

报告期内，发行人对高管李德明、瞿劲的资金拆出金额分别为 355.28 万元、272.11 万元、59.13 万元和 0.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	年度	期初	拆出金额	归还金额	当期利息	期末余额
李德明	2019 年度	1,190.54	298.62	-	54.01	1,543.17
	2020 年度	1,543.17	205.99	125.12	65.50	1,689.54
	2021 年度	1,689.54	59.13	1,813.77	65.10	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-
瞿劲	2019 年度	268.13	56.67	-	11.79	336.59
	2020 年度	336.59	66.12	-	14.53	417.24
	2021 年度	417.24	-	433.06	15.82	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-
小计	2019 年度	1,458.67	355.29	-	65.80	1,879.76
	2020 年度	1,879.76	272.11	125.12	80.03	2,106.78
	2021 年度	2,106.78	59.13	2,246.83	80.92	0.00
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-

报告期内，发行人存在使用李德明、瞿劲个人卡结算发行人部分收支业务的情形，由于高管李德明、瞿劲个人卡代收代付的银行账户资金余额未及时转入发

行人对公银行账户，导致形成发行人对高管李德明、瞿劲的资金拆出。报告期内，发行人使用李德明、瞿劲个人卡结算的具体收支情况如下：

单位：万元

项目		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
代收项目	销售货款	-	59.13	185.69	187.82
	供应商返利	-	-	73.61	160.91
	费用代收	-	-	14.60	29.26
代收项目小计		-	59.13	273.90	377.99
代付项目	认证费用	-	-	1.79	21.80
	其他零星费用	-	-	-	0.90
代付项目小计		-	-	1.79	22.70
资金拆出金额		-	59.13	272.11	355.28

(1) 代收货款

报告期内，发行人存在通过个人卡对外收取货款的情形，主要原因系交易金额较小，交易对手方出于便利支付至高管个人卡。发行人通过高管李德明的个人卡代收货款，报告期内，代收的销售货款分别为 187.82 万元、185.69 万元、59.13 万元和 0.00 万元。自 2021 年 7 月起，发行人不存在通过个人卡收取货款的情形。

报告期内，发行人通过李德明个人卡代收货款的时间、金额情况如下：

单位：万元

年度	时间	收款笔数	收款金额	占比
2019 年度	2019 年 1 月	13	39.56	21.06%
	2019 年 2 月	4	3.12	1.66%
	2019 年 3 月	9	28.39	15.11%
	2019 年 4 月	10	26.71	14.22%
	2019 年 5 月	13	29.24	15.57%
	2019 年 6 月	4	2.09	1.11%
	2019 年 7 月	10	25.44	13.55%
	2019 年 8 月	6	8.84	4.71%
	2019 年 9 月	4	10.39	5.53%
	2019 年 10 月	7	9.77	5.20%
	2019 年 11 月	6	2.63	1.40%
	2019 年 12 月	8	1.64	0.87%
小计		94	187.82	100.00%

年度	时间	收款笔数	收款金额	占比
2020 年度	2020 年 1 月	5	31.63	17.03%
	2020 年 2 月	5	9.40	5.06%
	2020 年 3 月	8	5.42	2.92%
	2020 年 4 月	30	55.72	30.01%
	2020 年 5 月	2	1.77	0.96%
	2020 年 6 月	19	26.77	14.42%
	2020 年 7 月	15	20.31	10.94%
	2020 年 8 月	18	10.65	5.74%
	2020 年 9 月	10	18.21	9.80%
	2020 年 10 月	12	5.76	3.10%
	2020 年 11 月	1	0.04	0.02%
小计		125	185.69	100.00%
2021 年度	2021 年 1 月	3	37.29	63.06%
	2021 年 2 月	1	7.22	12.21%
	2021 年 3 月	1	7.45	12.60%
	2021 年 7 月	1	7.17	12.13%
小计		6	59.13	100.00%
2022 年 1-6 月	-		-	-

(2) 供应商返利

报告期内，发行人通过个人卡代收返利的原因系供应商返利金额较小，供应商为支付便利通过个人银行账户转账。发行人主要通过李德明和瞿劲个人卡收取供应商返利，其中李德明个人卡收取供应商返利的金额分别为 104.24 万元、7.49 万元、0.00 万元和 0.00 万元，瞿劲个人卡收取的供应商返利金额分别为 56.67 万元、66.12 万元、0.00 万元和 0.00 万元。自 2021 年起，发行人不再通过个人卡收取供应商返利。报告期内，发行人通过李德明、瞿劲个人卡收取供应商返利的时间、金额情况如下：

单位：万元

年度	时间	李德明		瞿劲		合计	
		金额	笔数	金额	笔数	金额	占比
2019 年度	2019 年 1 月	16.93	5	12.56	5	29.48	18.32%
	2019 年 2 月	4.17	2	-	-	4.17	2.59%

年度	时间	李德明		瞿劲		合计	
		金额	笔数	金额	笔数	金额	占比
	2019年3月	15.12	4	4.79	5	19.91	12.37%
	2019年4月	6.07	5	3.10	3	9.17	5.70%
	2019年5月	10.27	3	9.07	3	19.34	12.02%
	2019年6月	3.06	1	1.37	3	4.43	2.75%
	2019年7月	8.04	3	2.48	3	10.52	6.54%
	2019年8月	4.97	4	1.94	2	6.90	4.29%
	2019年9月	3.54	3	4.46	3	8.00	4.97%
	2019年10月	8.36	3	4.48	3	12.84	7.98%
	2019年11月	11.43	4	5.23	3	16.66	10.35%
	2019年12月	12.29	7	7.19	4	19.48	12.10%
	小计	104.24	44	56.67	37	160.91	100.00%
2020 年度	2020年1月	2.75	1	4.17	4	6.92	9.41%
	2020年2月	4.74	1	1.33	1	6.07	8.25%
	2020年3月	-	-	5.20	5	5.20	7.06%
	2020年4月	-	-	4.18	3	4.18	5.68%
	2020年5月	-	-	14.59	4	14.59	19.82%
	2020年6月	-	-	5.25	3	5.25	7.13%
	2020年7月	-	-	3.73	3	3.73	5.07%
	2020年8月	-	-	4.33	3	4.33	5.88%
	2020年9月	-	-	4.26	3	4.26	5.79%
	2020年10月	-	-	4.35	3	4.35	5.91%
	2020年11月			14.72	4	14.72	20.00%
	小计	7.49	2	66.12	36	73.61	100.00%
2021 年度	-	-	-	-	-	-	-
2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-	-	-

(3) 费用代收

报告期内，发行人通过个人卡费用代收主要为发行人多付的保安费返还等费用，代收的金额分别为 29.26 万元、14.60 万元、0.00 万元和 0.00 万元。自 2021 年起，发行人不存在通过个人卡代收返还费用的情形。报告期内，发行人通过李德明个人卡费用代收的时间、金额情况如下：

单位：万元

年度	时间	费用代收金额	笔数	占比
----	----	--------	----	----

2019 年度	2019 年 1 月	0.12	1	0.41%
	2019 年 3 月	12.52	2	42.80%
	2019 年 5 月	3.60	1	12.31%
	2019 年 6 月	0.64	1	2.18%
	2019 年 9 月	12.38	2	42.31%
	小计	29.26	7	100.00%
2020 年度	2020 年 3 月	12.71	2	87.02%
	2020 年 6 月	1.75	1	12.00%
	2020 年 7 月	0.14	1	0.98%
小计		14.60	4	100.00%
2021 年度	-	-		-
2022 年 1-6 月	-	-		-

(4) 代付费用

报告期内，发行人存在通过个人卡代付认证费用和零星采购费用情形，主要原因系发行人在生产经营中存在临时性和紧急性的小额采购需求，通过个人卡支付处理应急性的采购需求。报告期内，发行人主要通过李德明个人卡代付费用，代付费用金额分别为 22.70 万元、1.79 万元、0.00 万元和 0.00 万元。自 2021 年起，发行人不存在通过个人卡代付费用的情形。报告期内，发行人通过李德明个人卡费用代付的时间、金额情况如下：

单位：万元

年度	时间	付款金额	付款笔数	占比
2019 年度	2019 年 2 月	0.90	1	3.96%
	2019 年 3 月	12.69	2	55.89%
	2019 年 9 月	8.97	2	39.52%
	2019 年 11 月	0.14	1	0.62%
小计		22.70	6	100.00%
2020 年度	2020 年 1 月	1.36	1	75.89%
	2020 年 5 月	0.14	1	8.04%
	2020 年 7 月	0.14	1	8.04%
	2020 年 9 月	0.14	1	8.04%
小计		1.79	4	100.00%
2021 年度	-	-	-	-
2022 年 1-6 月	-	-	-	-

2、说明关联方资金用途、目前的整改情况

报告期内，高管李德明、瞿劲个人卡代收代付的银行账户资金余额未及时转

入发行人对公银行账户的金额除用于处理应急性的采购需求外，其余资金存放于个人卡内用于个人临时周转，不存在为发行人承担成本费用的情形，不存在向发行人输送利益或者其他安排的情形、不存在体外资金循环的情形。针对发行人的个人卡问题，发行人采取了如下整改措施：

（1）2021 年 12 月，李德明、瞿劲就个人卡收支的情况与发行人进行结算并归还资金及利息，并停止使用个人卡。

截至 2021 年 12 月 30 日，发行人就个人卡代收支情况与李德明、瞿劲进行结算，根据结算金额，李德明和瞿劲已向发行人归还发行人挂牌以来的结余资金 2,051.87 万元，同时按照一年期银行借款利率上浮 10% 计算利息 320.07 万元，结余资金及利息共计 2,371.94 万元。自 2021 年 8 月起，上述个人卡已停止为发行人代收代付款项。发行人已将个人卡代收代付形成的收入、成本、费用等调整纳入财务核算。

（2）发行人已向国家税务总局常州经济开发区税务局缴纳了相应税款

截至 2022 年 1 月 7 日，发行人已向国家税务总局常州经济开发区税务局缴纳了相应税款并取得相应的完税证明。2022 年 2 月 22 日，国家税务总局常州经济开发区税务局出具税收证明：自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 1 月期间未发现发行人欠缴任何税款、或违反国家税收法律、法规及政策或其他税务问题被处罚的情形。

（3）发行人已规范内部控制，履行信息披露义务和内部决策程序

针对发行人存在的个人卡，发行人进一步强化货币资金管理制度、薪酬管理制度等内部控制制度的规范和执行，严格规范发行人开展业务过程中货币资金及银行账户的使用，制定并审议通过了《防范关联方资金占用管理制度》。

发行人于 2022 年 1 月 14 日召开第三届董事会第六次会议、第三届监事会第五次会议，审议通过了《关于补充确认关联方资金占用暨关联交易事项的议案》，关联董事回避了涉及关联交易的议案表决，并于同日披露了《第三届董事会第六次会议决议公告》(2022-001)《第三届监事会第五次会议决议公告》(2022-002)《关于召开 2022 年第一次临时股东大会通知公告》(2022-003)《关于补充确认关联方资金占用暨关联交易事项的公告》(2022-004) 和《关于关联方资金占

用事项的风险提示公告》（2022-006）。发行人于 2022 年 2 月 8 日召开 2022 年第一次临时股东大会，审议上述议案。

（4）控股股东、实际控制人及全体董事、监事、高级管理人员已出具承诺，保证严格遵守发行人有关财务内部控制制度，杜绝使用自己或他人的个人卡用于发行人的经营用途。

截至 2021 年 12 月 31 日，上述违规行为已完成相关清理和整改，未对发行人经营造成重大不利影响。针对发行人的个人卡事项，发行人高度重视，重新梳理并完善了各项内部控制制度，组织人员加强内部控制制度学习，加强内部控制制度的执行力度。发行人根据《公司章程》《会计法》《内部会计控制规范》《企业内部控制基本规范》等有关规定，制定了合理、科学、完善、有效的内部控制制度。发行人已根据相关规定建立、完善了健全的内部控制制度并有效执行，发行人治理健全。

3、说明发行人是否建立了有效的内控机制，是否具有健全的财务管理和风险控制机制

针对发行人的个人卡事项，发行人高度重视，重新梳理并完善了各项内部控制制度，组织人员加强内部控制制度学习和内部控制制度的执行力度。发行人根据《公司章程》《会计法》《内部会计控制规范》《企业内部控制基本规范》等有关规定，制定了合理、科学、完善、有效的内部控制制度，在资金管理、薪酬管理等方面建立了与发行人业务切实相关的内部控制与配套制度，有效地保证内部控制制度得以严格执行。报告期内，发行人内部控制制度建立、执行情况如下：

（1）主要内部控制制度

发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关配套指引的要求，结合发行人的实际业务和管理情况，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等制度。通过具体的业务流程图、权限指引、关键控制点说明，建立了业务流程层面的内部控制，制定了包括《资金管理制度》《固定资产管理规定》《采购管理制度》《销售管理制度》等相关制度。通过对各部门的组织培训，各项内控制度建立后均能得到有效地贯彻执行，保证公司规范运行，促进公司健康发展。

在公司治理方面，发行人已根据《中华人民共和国公司法》《全国中小企业

股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律、法规以及《公司章程》的规定，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《独立董事工作制度》《关联交易管理办法》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》《信息披露事务管理制度》《承诺管理制度》《防范关联方资金占用管理制度》等各项制度。

在组织机构方面，发行人设立了股东大会、董事会和监事会，选举了董事和监事，聘请了总经理、副总经理、财务总监以及董事会秘书等高级管理人员，设置了研发部、销售部、采购部、财务部等职能部门。

为保证各项目标的实现，发行人建立了相关的控制程序，主要包括：交易授权控制、责任分工控制、凭证与记录控制、资产接触与记录使用控制、独立稽查控制、电子信息系统控制等。

①交易授权控制：明确了授权批准的范围、权限、程序、责任等相关内容，对日常的生产经营活动采用一般授权，对重大交易、投资则采用特别授权。日常经营活动的一般交易由各部门逐级审批或协调处理并将事项和最终处理意见提交总经理及董事长审批。特别授权、重大经营事项由董事会或股东大会决议通过。

②责任分工控制：合理设置分工，科学划分职责权限，贯彻不相容职务相分离及每一个人工作能自动检查另一个人或更多人工作的原则，形成相互制衡机制。不相容的职务主要包括：授权批准与业务经办、业务经办与会计记录、会计记录与财产保管、业务经办与业务稽核、授权批准与监督检查等。

③凭证与记录控制：发行人建立健全了会计电算化核算系统，合理制定了凭证流转程序，经营人员在执行交易时能及时编制有关凭证，编制的凭证及时送交会计部门以便记录，已登账凭证依序归档。各种交易必须作相关记录（如：员工工资记录、销售发票等），并且将记录同相应的分录独立比较。

④资产接触与记录使用控制：严格限制未经授权的人员对财产的直接接触，采取定期盘点、财产记录、账实核对、财产保险等措施，以使各种财产安全完整。

（2）财务管理和风险控制机制

发行人的财务部门，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，董事会、股东大会审议通过了《防范关联方资金占用管理制度》等与防范资金占

用相关的规章制度，建立起规范、独立的财务会计制度和独立完整的财务管理体系，明确规定了各级财务人员的职责和权限、货币资金管理的各项细则，以确保公司资金的安全管理。公司制定了会计管理制度、会计报告制度、产品成本核算制度、借支与费用报账管理制度、银行账户管理制度、货币资金管理制度、采购与付款管理制度、销售与收款管理制度、薪酬管理制度、仓储管理制度及其他相关会计管理制度。

为保证公司各项目标的实现，发行人针对各业务部门、各岗位制定了明确的工作职责及权限，建立了有效的分工和相互制衡的体系，科学运用速达 S5 系统，在采购、生产、销售等各环节实行有效管理，建立了交易授权控制、责任分工控制、凭证与记录控制、资产接触与记录使用控制、电子信息系统控制等控制程序，有效促进了发行人生产经营的规范运作。

2022 年 4 月 27 日，发行人申报会计师就发行人内部控制情况出具《常州迅安科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（信会师报字[2022]第 ZF10664 号），认为发行人于 2021 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定，在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

2022 年 8 月 22 日，发行人申报会计师就发行人内部控制情况出具《常州迅安科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（信会师报字[2022]第 ZF11039 号），认为发行人于 2022 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定，在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上，发行人已根据相关规定建立、完善了健全的内部控制制度并有效执行，发行人治理健全，发行人存在的个人卡事项已经完成了相应整改，发行人申报会计师出具了无保留意见的《内部控制鉴证报告》。发行人内控控制健全、有效，不存在信息披露重大违规以及内控制度薄弱的情形。发行人建立了有效的内控机制，具有健全的财务管理和风险控制机制。

(二) 说明向关联方拆出资金、使用个人卡对外代收付款、使用个人卡发放工资等行为是否记账，发行人的财务报表是否真实、准确、完整的反映了上述财务内控不规范的事项

1、说明向关联方拆出资金、使用个人卡对外代收付款、使用个人卡发放工资等行为是否记账

(1) 向关联方拆出资金、使用个人卡对外代收付款事项

发行人已针对资金拆借事项进行追溯调整，个人卡收收代付形成资金占用及相应利息，已于 2021 年 12 月 30 日前全部归还，相应税金于 2022 年 1 月缴纳完毕。发行人于 2022 年 4 月 28 日披露了前期会计差错更正公告，将上述事项进行了更正。

(2) 使用个人卡发放工资事项

报告期期内，发行人通过个人卡代发部分工资的流程如下：



发行人使用个人卡代发工资事项主要系发放方式不规范，但相关金额已在发放当月账面进行核算。自 2021 年 8 月起，发行人已对上述事项进行规范，停止通过个人卡代发员工部分工资。

综上所述，发行人向关联方拆出资金、使用个人卡对外代收付款、使用个人卡发放工资等行为均已记账，发行人的财务报表真实、准确、完整的反映了上述财务内控不规范的事项。

2、发行人的财务报表是否真实、准确、完整的反映了上述财务内控不规范的事项

发行人针对前述财务内控存在的个人卡不规范情形进行了会计差错更正，发行人不存在会计基础工作薄弱和内控缺失的情况。发行人个人卡涉及的收入、成本、费用追溯调整如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年
其他应收款	1,879.75	2,106.78
年初未分配利润	1,424.59	1,825.18
营业收入	163.54	93.18
营业成本	-162.56	-62.46
销售费用	21.52	-
管理费用	-28.08	1.32
财务费用	-67.93	-56.93
存货	16.37	12.71
应交税费	70.94	83.06

发行人申报会计师对发行人内部控制进行了审核并出具了信会师报字[2022]第 ZF10664 号《常州迅安科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为发行人按照《企业内部控制基本规范》的相关规定于 2021 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。综上，发行人的财务报表真实、准确、完整的反映了上述财务内控不规范的事项。

(三) 根据招股说明书，发行人各期对李德明、瞿劲的其他应收款计提了大额坏账，2021 年末其他应收款中已结清对二人的其他应收款。请说明坏账计提的合理性，结合发行人及关联方的银行流水核查情况，说明实际收回款项与拆借资金的匹配性

1、说明坏账计提的合理性

报告期内，发行人对李德明、瞿劲的其他应收款如下：

单位：万元

关联方	年度	账面余额	坏账准备	账面价值
李德明	2019 年末	1,543.17	400.71	1,142.46
	2020 年末	1,689.54	702.66	986.88
	2021 年末	-	-	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-
瞿劲	2019 年末	336.59	90.58	246.00
	2020 年末	417.24	159.84	257.40
	2021 年末	-	-	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-

报告期内，发行人对其他应收款的坏账计提政策为按照预期信用损失的金额计量其损失准备，具体的计提比例如下：

账龄	计提比例
1 年以内	5%
1-2 年	10%
2-3 年	30%
3-4 年	50%
4-5 年	80%
5 年以上	100%

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 28 的解释：发行人不应以欠款方为关联方客户、优质客户、政府工程客户或历史上未发生实际损失等理由而不计提坏账准备。李德明、瞿劲属于发行人关联方，其款项存在无法收回的可能性，不能因为其作为关联方而不计提坏账准备。发行人根据李德明、瞿劲的其他应收款账龄计提坏账准备，符合发行人的会计政策，计提坏账准备具有合理性。

2、结合发行人及关联方的银行流水核查情况，说明实际收回款项与拆借资金的匹配性

报告期内，发行人因李德明、瞿劲个人卡代收代付公司业务形成资金拆借和实际收回款项情况如下：

单位：万元

关联方名称	年度	期初	拆出金额	归还金额	当期利息	期末
李德明	2019 年度	1,190.54	298.62	-	54.01	1,543.17
	2020 年度	1,543.17	205.99	125.12	65.50	1,689.54
	2021 年度	1,689.54	59.13	1,813.77	65.10	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-
瞿劲	2019 年度	268.13	56.67	-	11.79	336.59
	2020 年度	336.59	66.12	-	14.53	417.24
	2021 年度	417.24	-	433.06	15.82	-
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-
小计	2019 年度	1,458.67	355.29	-	65.80	1,879.76

关联方 名称	年度	期初	拆出金额	归还金额	当期利息	期末
	2020 年度	1,879.76	272.11	125.12	80.03	2,106.78
	2021 年度	2,106.78	59.13	2,246.83	80.92	0.00
	2022 年 1-6 月	-	-	-	-	-

经核查，报告期内发行人存在使用李德明、瞿劲个人卡结算公司业务的情形，李德明、瞿劲代收代付的资金余额未及时转入发行人对公银行账户形成资金拆出。截至 2021 年 12 月，李德明、瞿劲代收代付的资金余额转入发行人银行账户，实际收回款项与拆借资金相匹配。发行人及关联方的银行流水核查情况详见本问题“（五）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论”。

（四）补充披露上述情形是否存在被社会保险机构、税务局等行政处罚的风险，并作出充分的风险揭示

1、不存在税务局行政处罚风险

针对发行人通过李德明、瞿劲个人卡代收代付发行人业务的行为，发行人已进行了账务追溯调整，并于 2022 年 1 月 7 日向国家税务总局常州经济开发区税务局缴纳了相应税款并取得相应的完税证明。报告期内，发行人个人卡财务追溯调整补缴的税款情况如下：

单位：万元

项目	增值税	城建税及附加	企业所得税	税收滞纳金
2019 年度	22.15	2.66	51.28	75.28
2020 年度	12.11	1.45	21.03	26.08
小计	34.26	4.11	72.32	101.36

2022 年 2 月 22 日，国家税务总局常州经济开发区税务局出具税收证明：自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间未发现发行人欠缴任何税款、或违反国家税收法律、法规及政策或其他税务问题被处罚的情形。

2022 年 7 月 14 日，国家税务总局常州经济开发区税务局出具税收证明：自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间未发现发行人欠缴任何税款、或违反国家税收法律、法规及政策或其他税务问题被处罚的情形。

发行人已就个人卡调整涉及的收入向国家税务总局常州经济开发区税务局缴纳了相应的税款并取得完税证明。国家税务总局常州经济开发区税务局向发行

人出具无重大违法行为的证明。因此，发行人不存在因上述事项收到税务局处罚的风险。

2、社会保险机构处罚的风险

针对发行人使用个人卡代发工资的行为，发行人存在社保公积金缴费基数低于员工实际工资的情形。根据当地社保及公积金主管部门出具的相关证明：报告期内发行人未因社保及住房公积金欠缴或未足额缴纳问题受到相关主管部门的行政处罚。

为进一步保障发行人利益，控股股东、实际控制人高为人及主要股东瞿劲、李德明、吴雨兴就在册员工社会保险及住房公积金事宜作出承诺：“如社会保障管理部门或住房公积金管理中心要求或决定，发行人需要为员工补缴社会保险和住房公积金，以及发行人因此而须承担任何罚款、赔偿责任或损失，本人将足额补偿发行人因此发生的支出或所受损失，且无需发行人支付任何对价，避免给发行人带来任何损失或不利影响。”

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“五、特别风险提示”除补充披露如下：

“（七）社保公积金缴费基数较低风险

报告期内，公司根据社会保险和住房公积金相关规定为员工缴纳社保公积金，但存在社保公积金缴费基数低于员工实际工资的情形，根据当地社保及公积金主管部门出具的相关证明，报告期内公司未因社保及住房公积金欠缴或未足额缴纳问题受到相关主管部门的行政处罚。未来公司仍存在被要求补缴社保及住房公积金、进而影响公司利润水平以及被主管机关追责的风险。”

（五）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论。请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见

【申报会计师回复】

1、请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查范围、核查程序、核查结论

（1）核查范围

根据《首发业务若干问题问答（2020年6月修订）》问题54的要求，我们

对发行人以下相关主体的银行账户进行了核查：发行人及其子公司、主要关联方驰佳模塑、发行人控股股东及实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员、财务人员共计 20 个相关主体名下的 174 个银行账户进行核查。具体如下：

序号	姓名/名称	任职/关联关系	银行账户数量	核查银行账户数量
1	发行人	迅安科技	9	9
2	子公司	迅赛贸易	1	1
3	驰佳模塑	主要关联方	2	2
4	高为人	实际控制人兼董事长兼总经理	9	9
5	曹秀娥	实际控制人母亲	6	6
6	顾鹏燕	实际控制人配偶	21	21
7	李德明	股东兼董事兼董秘兼副总经理	21	21
8	瞿劲	股东兼董事兼副总经理	12	12
9	顾珂	董事兼财务总监	8	8
10	唐毓国	董事	4	4
11	吴雨兴	股东兼监事会主席	12	12
12	万霞	监事职工代表	3	3
13	刘粉珍	监事兼运营副总监	7	7
14	刘娟芳	财务经理	7	7
15	梅静	前财务出纳	11	11
16	史珊珊	财务出纳	8	8
17	王义元	采购经理	16	16
18	钱红莉	销售总监	6	6
19	黄勇	内贸销售负责人	4	4
20	吴爱香	外贸销售负责人	7	7
小计			174	174

为确保发行人及相关法人主体及其他相关主体提供的银行账户的完整性，我们采取以下措施：

①针对发行人及子公司：我们亲自到银行调取发行人银行开户清单及发行人账户银行流水记录；取得发行人企业信用报告及其出具的关于完整提供银行账户的承诺，确认银行流水完整性、真实性；

②针对发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、董事（独立董事除外）、

监事、高级管理人员、关键管理岗位人员及财务人员、关联方驰佳模塑：由我们陪同到中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中国邮政储蓄银行、交通银行、招商银行、平安银行、中国民生银行、浦发银行、中信银行、光大银行、广发银行及发行人所在地的城商行及农商行现场调取银行账户清单和银行流水。资金流水核查的银行范围至少应包括前述列明的银行，如相关主体的银行账户涉及其他银行，不在前述列明范围内的，由相关主体主动提供。我们在获取账户银行流水记录后，通过核查已提供银行账户显示的对手方及其银行账户信息交叉比对是否存在尚未提供的银行账户，并由上述人员出具关于完整提供银行账户的承诺，确认银行流水完整性、真实性。

(2) 异常标准及确定依据

我们核查发行人及下属子公司、关联方驰佳模塑单笔金额达到人民币 30 万元及以上的大额资金进出及存现、取现的原因和用途，核查是否存在异常。上述核查标准金额是根据发行人所处的行业和发展阶段、报告期内收入规模、经营业绩、日常资金交易规模、规范运作水平等因素，结合发行人实际情况，以 30 万元作为大额资金流水的判断标准。

我们核查发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员和财务人员单笔金额达到人民币 3 万元及以上的大额资金进出及存现、取现的原因和用途，核查是否存在异常（其中对李德明、瞿劲及刘粉珍涉及个人卡的个人银行账户的交易流水逐笔核查）。上述核查标准金额是根据发行人所在地的经济发展水平、工资水平、核查对象的经济收入、消费水平等因素确定。

(3) 核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

①查阅发行人制定的《财务管理制度》《财务审批管理制度》等制度，对发行人执行采购与付款循环的穿行测试、销售与收款的穿行测试等财务核查程序；访谈发行人财务负责人，了解发行人内部控制制度建设和运行情况；查阅发行人出具的遵守内部控制制度、规范运行的相关承诺；

②获取发行人及子公司银行账户信息，并与开立银行账户清单进行核对；

③报告期内对发行人全部银行账户进行函证，全部回函；

④获取发行人报告期内银行流水，关注报告期内大额资金往来是否存在重大

异常，是否与发行人经营活动、资产购置等不相匹配；关注是否存在与控股股东、实际控制人及其近亲属、董事（独立董事）、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员和财务人员的异常往来；关注是否存在大额或频繁取现的情形，同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

⑤走访报告期内发行人主要客户、供应商、了解交易情况，确认交易及资金流水的真实性；

⑥获取报告期控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员和财务人员银行资金流水，检查是否存在大额异常取现、大额异常收支的情况，并要求相关人员确认大额往来的交易对方及款项用途；检查是否存在代垫发行人成本费用，核查是否与发行人关联方、客户、供应商存在异常大额资金往来；

⑦核查报告期内控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员和财务人员从发行人获得的薪酬资金流向或用途是否存在重大异常。

（4）核查结论

经核查，我们认为：

除已经公开披露的李德明、瞿劲及刘粉珍通过个人卡代收货款、代收供应商返利、代垫费用及代发工资的不规范情形外，发行人控股股东、实际控制人及其近亲属、其他董事、监事及高级管理人员不存在与客户、供应商的异常交易往来，不存在为发行人代垫成本费用的情形。

2、请核查发行人是否存在其他财务内控不规范情形、招股书中是否已作出详尽披露，并发表明确意见

（1）第三方回款问题

报告期内发行人存在通过第三方回款的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
委托同一集团内公司付款	0.30	0.33	11.89	61.48
委托其他人付款	3.20	55.40		
其他		2.40	25.63	

合计	3.50	58.13	37.52	61.48
营业收入	9,530.71	21,229.17	17,704.82	12,663.29
第三方回款比例	0.04%	0.27%	0.21%	0.49%

报告期内，发行人的第三方回款金额分别为 61.48 万元、37.52 万元、58.13 万元和 3.50 万元，占营业收入的比例分别为 0.49%、0.21%、0.27% 和 0.04%，占比比较低。

发行人已在招股说明书之“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“3、第三方回款”披露上述情况。

(2) 发行人不存在其他财务内控不规范情形

除已经披露的个人卡和第三方回款的财务内控不规范的情形外，发行人不存在《首发业务问答》规定的：如为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）；向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资；与关联方或第三方直接进行资金拆借；出借发行人账户为他人收付款项；违反内部资金管理规定对外支付大额款项大额现金借支和还款、挪用资金等财务内控不规范情形。

经我们对发行人、控股股东、实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、关键管理岗位人员和财务人员的资金流水核查，发行人不存在其他财务内控不规范情形。发行人已在招股说明书之“第六节公司治理”之“三、内部控制情况”之“（三）报告期内公司的内部控制规范情况”处对发行人个人卡事宜进行了披露。在招股说明书之“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“3、第三方回款”处披露了第三方回款情况。

问题 11.其他财务问题

(1) 股份支付公允价的合理性。根据申报文件，发行人在报告期内针对个别员工实施了股份支付，2019 年的公允价值根据每股收益的 8 倍 PE 确定股份的公允价值为每股 5.12 元。请发行人：补充披露公允价值采用 8 倍 PE 的原因，说明股份支付的公允价值确定标准是否合理、会计处理是否合规。

(2) 汇率波动的影响。根据申报文件，发行人外销业务主要以美元结算。

报告期内，产生的汇兑损益分别为-22.15万元、-239.66万元、-91.19万元。请发行人：说明汇兑损益的计算过程及依据，结合美元对人民币的汇率变动趋势，量化分析出口收入和汇兑损益之间是否匹配，说明应对外汇波动风险的具体措施及有效性。

(3) 应收账款周转率低于同行业可比公司。根据申报文件，报告期内，发行人的应收账款周转率分别为5.51、5.77和5.80，同行业可比公司的应收账款周转率平均值分别为7.11、5.96和7.43。请发行人：结合信用政策、账款逾期等情况，说明应收账款周转率与可比公司存在差异的原因及合理性。

(4) 存货备货与订单匹配性。根据申报文件，发行人各期存货余额分别为2,716.29万元、3,743.01万元和5,213.52，报告期内存货余额大幅提升。请发行人：结合期末在手订单情况，说明存货余额大幅增长的合理性，与营业收入和订单的匹配性。

(5) 房屋建筑物折旧年限的合理性。根据申报文件，发行人房屋建筑物折旧年限为3-20年，同行业公司房屋折旧年限大部分为20年。请发行人：说明报告期内是否存在折旧年限为3年的房屋建筑物，如有，请说明具体情况；请说明招股书中披露的房屋建筑物折旧年限是否准确。

(6) 研发设计费用降低的原因。根据申报文件，报告期内，发行人研发费用中设计费用分别为5.4万元、3.9万元和0.6万元。请发行人：说明研发费用中设计费用的核算内容，2021年大幅降低的原因，设计费用是否与新增订单或收入配比。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，并发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 股份支付公允价的合理性。补充披露公允价值采用8倍PE的原因，说明股份支付的公允价值确定标准是否合理、会计处理是否合规

1、补充披露公允价值采用8倍PE的原因

发行人在招股说明书之“第八节 管理层分析与讨论”之“二、资产负债等情况分析”之“（八）股权权益”之“3、资本公积”处补充披露如下：

报告期内，其他资本公积系股份支付形成。

(1) 2019 年和 2021 年, 迅和管理新增有限合伙人吴爱香、顾珂和刘娟芳, 新增有限合伙人的合伙份额由李德明按照每股净资产的价格进行转让, 实质为取得职工的服务而以低于公允价值的价格转让份额, 构成股份支付。

发行人涉及股份支付的金额计算如下:

单位: 元

转让时间	受让方	折合发行股份	转让价格	公允价值	股份支付金额
2019-03-05	吴爱香	70,000	1.74	5.12	236,600.00
2021-6-5	顾珂	80,000	3.15	10.50	588,000.00
2021-6-5	刘娟芳	40,000	3.15	10.50	294,000.00

2021 年 6 月发行人公允价值的确定依据为 2022 年 1 月发行人定向发行股票的发行价格, 主要理由为 2021 年 6 月的股份转让与 2022 年 1 月的时间较短, 故 2021 年 6 月的公允价格按每股 10.50 元确定。

发行人 2019 年-2021 年期间, 经营状况持续向好, 未发生重大不利变化, 故 2019 年的公允价值根据 2019 年度每股收益的 8 倍 PE 确定股份的公允价值每股 5.12 元。8 倍市盈率系参考发行人最近一次股票发行价格(2022 年 1 月)对应的市盈率 7.95 倍, 结合股权激励时发行人所处行业市场环境、公司业绩基础与变动预期以及当时的市场环境等情况确定。

(2) 2022 年 1 月, 高为人、李德明、瞿劲、吴雨兴将持有的迅和管理的部分份额按照每股 4.50 元转给员工, 实质为取得职工的服务而以低于公允价值的价格转让份额, 构成股份支付。公允价值按照 2022 年 1 月的定增价格确定。

发行人涉及股份支付的金额计算如下:

单位: 元

转让时间	受让方	折合发行股份	转让价格	公允价值	股份支付金额
2022 年 1 月	唐毓国等	740,000	4.50	10.50	4,440,000.00

由于有限合伙份额转让协议约定受让份额员工在公司需工作满 5 年, 故股份支付确定的金额分五年进行摊销。

2、说明股份支付的公允价值确定标准是否合理、会计处理是否合规

(1) 公允价值确定标准是否合理

2019 年发行人股权激励的公允价值系参考发行人 2022 年 1 月定向发行股票

价格对应的市盈率结合股权激励时发行人所处行业市场环境、发行人业绩基础与变动预期以及当时的市场环境等情况确定标准为每股收益的 8 倍市盈率，具有合理性，理由如下：

①股份支付公允价值的选取依据符合相关规定

根据《企业会计准则第 39 号》及应用指南相关规定，权益工具公允价值确定的方法为：若对应资产存在活跃市场的报价，并且企业能够获得该报价，则应当以对应资产报价为基础确定权益工具的公允价值；若不存在活跃市场的报价，或者企业无法获得该报价，可使用其他可观察的输入值，例如对应资产在非活跃市场中的报价；若上述可观察价格都不存在，应使用收益法、市场法等估值技术确定公允价值。

根据中国证监会《首发业务若干问题解答》问题 26，存在股份支付事项的，应按照企业会计准则规定的原则确定权益工具的公允价值。在确定公允价值时，应综合考虑如下因素：i 入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化；ii 行业特点、同行业并购重组市盈率水平；iii 股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响；iv 熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；v 采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的每股净资产价值或账面净资产。在综合分析上述因素的基础上，合理确定股份支付相关权益工具的公允价值，充分论证相关权益工具公允价值的合理性。

根据上述权益公允价值的相关规定，逐条分析如下：

A、发行人自挂牌以来，在全国中小企业股份转让系统中无公开活跃的股份转让，无法取得活跃交易的股份市场价格和公司市盈率、市净率等指标。

B、发行人同行业可比公司无并购重组行为，无法取得同行业并购重组市盈率等指标。

C、发行人在 2019 年股权转让时，发行人无外部投资者进入的情况，所以参照最近一次入股价格，即 2022 年 1 月发行人向合格投资者定向发行股票的价格。2022 年 1 月发行人定向发行股票的价格系合格投资者根据发行人净利润变动趋势、市场环境变化等综合因素确定的价格，具有公允性。

2022 年 1 月，发行人外部投资者定向发行股份，股票发行的价格为 10.50 元/股，发行市盈率为 7.95 倍。发行人 2019 年确定的 8 倍市盈率与最近一次的股票发行市盈率接近。股份支付公允价值的选取依据符合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的具体要求。

②估值市盈率倍数与股份支付所处时间阶段、发行人经营情况相匹配

2019 年发行人经过多年的发展及客户开发和培育，已进入业务快速发展的阶段。2019 年度发行人实现营业收入 12,663.29 万元，较上年同期增长 8.22%；归属于挂牌公司股东的净利润 2,356.19 万元，较上年同期增长 16.81%。2019 年全球电焊防护面罩市场需求稳定，市场对新产品、新功能的需求旺盛，发行人在手订单充足，考虑到当时稳定的业绩增长预期及行业需求，同时市场环境具有一定的不确定性，按当年业绩 8 倍 PE 作为参考公允价值具有合理性，与股权激励时所处的时间阶段、所处行业市场环境、发行入业绩基础与变动预期以及当时的市场环境等情况相匹配。

③股份支付对应的市盈率倍数与上市公司案例对比具有合理性

股份支付参考的公允价值按发行人当年业绩计算 PE 倍数 8 倍与上市公司同期实施的股权激励案例相比差异不大，具体案例情况如下：

上市公司	所处行业	股份支付情况
鸿富瀚 (301086.SZ)	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	2020 年 9 月，核算股份支付时对应的公允价值系参考 2019 年确认股份支付时对应的市盈率 9.08 倍。
达瑞电子 (300976.SZ)	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	2017 年 12 月，核算股份支付时对应的公允价值以 2017 年每股收益为基数，以 7 倍市盈率确定公允价值。该公允价值确定方式参照了达瑞电子 2019 年引进三名无关联第三方投资者的入股价格对应的平均市盈率 7.00 倍。
欧陆通 (300870.SZ)	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	2018 年归属母公司股东净利润作为公允价值，最近一次外部投资者增资估值对应市盈率倍数 6.54 倍。

综上，发行人 2019 年股权激励公允价值的测算充分考虑了入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化等综合影响因素，计算依据具有合理性。

2、会计处理是否合规

本次股份支付会计处理为在权益工具授予日，发行人将公允价值与入股成本之间的差额作为股份支付费用计入当期损益，同时增加资本公积，并在服务期内进行摊销。

发行人关于本次股份支付的会计处理与《企业会计准则》等规定对照如下：

会计准则及《首发业务问答》	股份支付情况
股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指企业为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。	
以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。权益工具的公允价值，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。	报告期内，发行人的股份支付为以权益结算的股份支付，在权益工具授予日，发行人将公允价值与入股成本之间的差额作为股份支付费用计入当期损益，同时增加资本公积。
中国证监会《首发业务若干问题解答》的相关规定，对设定服务期限等限制条件的股份支付，股份支付费用可采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。	由于有限合伙协议约定员工在公司需工作满 5 年，故股份支付确定的金额按 5 年进行摊销。

以 2019 年股权激励为例，对应的股份支付费用计算过程如下：

单位：万元

项目	单位	公式	金额
2019 年扣非净利润	万元	①	2,219.37
实收股本	万元	②	3,500.00
每股收益	元/股	③=①/②	0.64
公允价值（8 倍 PE）	元/股	④=③*8	5.12
本次转让价格	元/股	⑤	1.74
转让股份数额	万元	⑥	7.00
股份支付费用	万元	⑦=⑥*(④-⑤)	23.66
服务期限	年	⑧	5
每年确认的股份支付费用	万元	⑨=⑦/⑧	4.73

综上，经对比发行人股份支付会计处理符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》和《首发业务若干问题解答》的相关规定。

(二) 汇率波动的影响。说明汇兑损益的计算过程及依据，结合美元对人民币的汇率变动趋势，量化分析出口收入和汇兑损益之间是否匹配，说明应对外汇波动风险的具体措施及有效性

1、说明汇兑损益的计算过程及依据，结合美元对人民币的汇率变动趋势，量化分析出口收入和汇兑损益之间是否匹配

(1) 汇兑损益的计算过程及依据

报告期内，发行人外销业务主要以美元结算。汇兑损益的产生主要分为两个环节：一是结汇汇兑损益，即进行外币结汇时所产生的汇兑损益；二是折算汇兑损益，即持有外币货币性项目期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的汇兑损益。

企业发生外币交易时，除结汇业务外的其他外币业务均按照交易发生时即期汇率的近似汇率作为折算汇率，将外币金额折算为人民币金额记账。

当发生外币结汇业务时，根据结汇当天银行挂牌的外汇买入价与记账汇率之间的差异，计算结汇产生的汇兑损益：

结汇汇兑损益=发行人进行结汇业务时卖出的原币金额*(期初即期汇率-结汇当日银行挂牌外汇买入价)

报告期内，发行人外币货币性项目主要为货币资金和应收款项。资产负债表日，外币货币性项目余额按照资产负债表日国家外汇管理局网站上公布的人民币汇率中间价进行折算，因汇率变动折算产生的差额计入当期汇兑损益：

折算汇兑损益=发行人持有的外币货币性项目资产负债表日原币金额*资产负债表日的即期汇率-(该外币货币性项目期初原币*期初原币的即期汇率+该外币货币性项目当期新增每笔的原币金额*业务发生时即期汇率的近似汇率-该外币货币性项目当期减少每笔的原币金额*业务发生时即期汇率的近似汇率)

报告期内，发行人产生的汇兑损益情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
结汇汇兑损益	-41.06	76.79	109.00	49.52
折算汇兑损益	-118.94	14.40	130.66	-27.36
汇兑损益合计 (收益以“-”号填列)	-160.00	91.19	239.66	22.15

(2) 结合美元对人民币的汇率变动趋势，量化分析出口收入和汇兑损益之间是否匹配

①美元对人民币的汇率变动趋势

报告期内，美元对人民币汇率的波动情况如下：



数据来源：中国货币网

根据美元兑人民币汇率中间价变动情况，2019年1-4月，人民币处于升值区间，2019年5月起人民币处于贬值，全年汇率综合变动产生汇兑损失22.15万元；2020年，人民币处于升值区间，汇率升值较大，汇率变动对外销收入的影响为负数，产生汇兑损失的金额较大，为239.66万元；2021年，人民币汇率波动升值，导致产生汇兑损失91.19万元；2022年1-6月，人民币处于贬值期间，产生汇兑收益160万元。报告期内，发行人汇兑损益与汇率波动趋势整体相符，二者具有匹配性。

②量化分析出口收入和汇兑损益之间是否匹配

报告期内，发行人出口收入和汇兑损益之间的匹配分析具体如下：

单位：万元

项目	2022.06.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
期初汇率	6.3794	6.5408	6.9614	6.8482
期末汇率	6.7114	6.3757	6.5249	6.9762
境外销售收入	8,409.82	18,743.36	15,331.33	11,524.62
汇兑损益（收益以“-”号填列）	-160.00	91.19	239.66	22.15
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	5.20%	-2.52%	-6.27%	1.87%
汇兑损益/境外销售收入	-1.90%	0.49%	1.56%	0.19%

报告期内，发行人的境外销售收入分别为11,524.62万元、15,331.33万元、18,743.36万元、8,409.82万元，整体呈现上涨趋势；发行人的汇兑损益分别为

-22.15万元、-239.66万元、-91.19万元、160.00万元，汇兑损益与发行人境外销售收入的比率较小。由于发行人的汇兑损益受到境外销售收入、外销收入的确认时点、外币收入的结汇时点、汇率变动幅度等多种因素影响，因此出口收入和汇兑损益之间不具有完全匹配关系。

综上，汇率变动与财务费用汇兑损益的变动方向一致，但汇兑损益金额受到多种因素影响，与出口收入之间不具有完全匹配关系。

2、说明应对外汇波动风险的具体措施及有效性

由于出口收入规模较大，为应对汇率变动对发行人业绩的影响，发行人采取了以下主要应对措施：

(1) 财务部门建立与金融机构定期沟通渠道，及时了解汇率变动趋势，发行人外销产品定价过程中，销售部门与财务部门定期沟通，共同预判汇率走势，作为销售部门报价测算依据；

(2) 加大海外货款催收力度，降低外币应收账款，从而控制期末应收账款余额，对于到账外币，即时结汇；

(3) 在与主要外销客户建立长期稳定的合作关系的基础上，发行人通过缩短报价周期，及时调整产品价格，从而减少汇率波动风险；

(4) 与中国工商银行常州经济开发区支行签署《中国工商银行股份有限公司结售汇业务总协议》及《中国工商银行股份有限公司结售汇业务补充协议》，开展远期结售汇、掉期外汇、人民币外汇期权等交易，降低汇率变动对经营业绩的影响。

通过上述措施，发行人将汇率波动带来的汇兑损益控制在了合理的水平内，汇兑损益与境外销售收入的比值较小，相关外汇管理措施总体有效。

(三) 应收账款周转率低于同行业可比公司。结合信用政策、账款逾期等情况，说明应收账款周转率与可比公司存在差异的原因及合理性

报告期内，发行人应收账款周转率与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
佳士科技	2.19	6.34	6.00	5.85
瑞凌股份	2.99	8.81	6.94	8.08

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
特尔玛	-	9.42	9.50	10.08
上海沪工	-	3.34	3.70	3.55
凯尔达	-	14.12	18.92	13.01
吉星吉达	3.27	6.11	4.76	5.32
威和光电	3.04	8.75	7.15	8.89
平均数	2.87	8.13	8.14	7.83
发行人	2.43	5.80	5.77	5.51

注：截至本回复出具日，部分同行业可比公司尚未披露 2022 年半年报。

1、信用政策

报告期内，发行人各期前五大客户的信用期如下：

单位：天

序号	客户	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	弗瑞特	30	30	30
2	伊萨集团	90	90	60
3	米勒	90	90	90
4	特尔玛	60	60	60
5	基任	30	30	30
6	印铎	见提单付款	见提单付款	不适用

注：伊萨集团因 2020 年度全球采购策略统一变化，对所有供应商的信用期由 60 天变更为 90 天；发行人与印铎自 2020 年度开始交易。

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 5.51、5.77、5.80 和 2.43，保持稳定，与发行人对主要客户的信用期在 30-90 天保持吻合。

2、账款逾期情况

报告期各期末，发行人信用期外的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内 应收账款	3,920.38	96.27%	3,647.63	96.37%	3,360.17	94.97%	2,520.99	97.04%
信用期外	151.96	3.73%	137.34	3.63%	178.13	5.03%	76.89	2.96%

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收账款								
应收账款 余额合计	4,072.34	100.00%	3,784.97	100.00%	3,538.30	100.00%	2,597.87	100.00%

报告期各期末，信用期外的应收账款余额分别为 76.89 万元、178.13 万元、137.34 万元和 151.96 万元，占比分别为 2.96%、5.03%、3.63% 和 3.73%，占比较低，发行人主要客户信用状况良好。

3、与可比公司存在差异的原因及合理性

发行人应收账款周转率与同行业可比公司平均水平存在一定差异，主要受销售模式、客户信用期等因素影响。

可比公司中，瑞凌股份在国内、海外销售均采用经销商模式，威和光电向国外销售主要采用直接面向经销商销售的模式，对于向国内销售部分，主要采用 B2B 销售及线下直销的模式；报告期内，发行人全部采用直销模式，不存在经销商，与可比公司销售模式存在差异。

可比公司中，特尔玛主要客户信用期为 7-60 天，部分客户采取款到发货的交易模式；凯尔达的焊接机器人业务主要采取现款交易；报告期内，发行人主要客户的信用期在 30-90 天，因此应收账款周转率低于特尔玛和凯尔达。

发行人应收账款周转率高于上海沪工，主要系上海沪工的航天业务由于行业特性，应收账款周转率相对较低；除上述可比公司外，佳士科技、吉星吉达的应收账款周转率与发行人较为接近。

综上所述，报告期内，发行人的应收账款周转率与主要客户信用期相匹配；与同行业可比公司平均水平存在一定差异，主要受销售模式、客户信用期等因素影响。

（四）存货备货与订单匹配性。结合期末在手订单情况，说明存货余额大幅增长的合理性，与营业收入和订单的匹配性

报告期各期末，发行人的存货余额明细如下：

单位：万元

项目	2022年6月末		2021年末		2020年末		2019年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	3,253.61	65.30%	2,802.11	53.75%	2,061.57	55.08%	1,648.43	60.69%
在产品	401.58	8.06%	524.31	10.06%	379.48	10.14%	425.30	15.66%
库存商品	476.28	9.56%	981.16	18.82%	742.38	19.83%	362.83	13.36%
发出商品	177.30	3.56%	335.98	6.44%	158.85	4.24%	82.25	3.03%
委托加工物资	673.51	13.52%	569.97	10.93%	400.73	10.71%	197.47	7.27%
合计	4,982.27	100.00%	5,213.52	100.00%	3,743.01	100.00%	2,716.29	100.00%

报告期各期末，发行人的存货余额分别为 2,716.29 万元、3,743.01 万元、5,213.52 万元和 4,982.27 万元，2019-2021 年度增长较快，主要系随着销售规模的扩大，上述存货余额增加。其中，存货主要为原材料和库存商品，两者合计占存货余额的比例分别为 74.04%、74.91%、72.57% 和 74.86%。

1、原材料

报告期内，发行人主要采用“以销定产、以产定购、适当备货”的采购模式，每季度初发行人销售部根据客户提供的预测采购计划和客户历史的采购数据反馈到各部门，为了更及时的供货，满足客户的需求，发行人对于主要原材料液晶光阀、帽壳、集成电路、电容电阻等提前进行备货；同时为了使原材料采购成本更加经济，发行人也根据原材料市场供应及行情波动适当调整原材料采购量和采购周期，因此报告期内发行人的原材料占存货余额比例相对较高。

2019 年-2021 年，原材料余额均有一定幅度的增长，主要系发行人生产销售规模逐步扩大，发行人加大了原材料的采购力度使得期末原材料大幅增加所致；2022 年 6 月末原材料余额与 2021 年末相比上升 16.11%，主要系一方面受到 2022 年二季度新冠疫情有所反复，尤其是发行人及主要供应商所处的华东区域，为保障原材料供应的稳定性，发行人增加一定的安全库存；另一方面受欧美通货膨胀抑制消费的影响，2022 年上半年发行人收入同比下降 7.10%，原材料消化有所延后。报告期内发行人原材料备货周期在 2-3 个月左右，整体较为稳定，各报告期末原材料增长和变动是合理的。

2、委托加工物资

报告期内，发行人业务规模逐年上升，发行人为减轻产线压力，更专注于核心工序、提升发行人经营效率，保证订单交付，发行人将部分非核心工序通过外协加工的方式完成生产，主要工序包括帽壳喷漆贴花、PCB 电路板的贴片焊接（SMT）等委托给外协加工商。报告期内发行人委托加工物资余额分别为 197.47 万元、400.73 万元、569.97 万元和 673.51 万元，逐年有所上升，主要系发行人业务规模逐步扩大所致。

3、库存商品和发出商品

报告期各期末，发行人库存商品账面余额分别为 362.83 万元、742.38 万元、981.16 万元和 476.28 万元，发出商品账面余额分别为 82.25 万元、158.85 万元、335.98 万元和 177.30 万元，合计占存货账面总额的比例分别为 16.39%、24.08%、25.26% 和 13.12%。2019 年-2021 年发行人库存商品和发出商品均有大幅增长，主要系业务规模有大幅上升。报告期内，发行人发出商品和库存商品整体备货周期在一个月左右。

报告期各期末，库存商品对应在手订单及期后销售出库情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
库存商品	476.28	981.16	742.38	362.83
订单覆盖金额	447.54	852.43	651.32	362.83
订单覆盖比例	93.97%	86.88%	87.73%	100.00%
期后销售出库金额	383.73	953.09	742.38	362.83
期后销售出库比例	80.57%	97.14%	100%	100.00%

报告期各期末，发行人的库存商品订单覆盖比例分别为 100.00%、87.73%、86.88%、93.97%，期后收入确认比例分别为 100.00%、100%、97.14%、80.57%，订单覆盖率和期后收入确认比例均较高。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人有在手订单支持的库存商品金额为 447.54 万元，覆盖比例为 93.97%，期后销售出库金额为 383.73 万元，占期末库存商品余额比例为 80.57%，已基本实现销售出库。

综上，发行人存货主要为原材料和库存商品，其中 2019-2021 年存货余额上升主要系发行人业务规模扩大所致；2022 年上半年，受到新冠疫情反复的影响，

发行人为保障原材料供应链的稳定性增加备货，以及 2022 年上半年收入有所下降，共同导致原材料结存金额有所增加；2022 年 6 末发行人库存商品和发出商品金额较小，未出现大幅上涨情形。报告期内发行人存货余额大幅增长具有合理性。

4、期末在手订单情况，存货余额与营业收入和订单的匹配性

报告期各期末，存货余额与营业收入、在手订单的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30/ 2022 年 1-6 月	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
存货余额	4,982.27	5,213.52	3,743.01	2,716.29
在手订单	3,276.42	4,649.84	3,791.89	2,916.40
营业收入	9,530.71	21,229.17	17,704.82	12,663.29
存货余额/营业收入	26.14%	24.56%	21.14%	21.45%
存货余额/在手订单	1.52	1.12	0.99	0.93

注：2022 年 1-6 月的原材料与营业收入比率已做年化处理。

报告期内，发行人存货余额持续上升，2019-2021 年，存货余额与营业收入、在手订单的比例较为稳定，存货余额的增长主要系发行人收入规模扩大，存货余额与营业收入和订单具有匹配性；2022 年 6 月末，存货余额与当期营业收入、在手订单的比例有所提高，主要系受到新冠疫情反复的影响，发行人为保障原材料供应链的稳定性增加备货，以及 2022 年上半年收入有所下降，共同导致原材料结存金额有所增加。

（五）房屋建筑物折旧年限的合理性。说明报告期内是否存在折旧年限为 3 年的房屋建筑物，如有，请说明具体情况；请说明招股书中披露的房屋建筑物折旧年限是否准确

1、说明报告期内是否存在折旧年限为 3 年的房屋建筑物，如有，请说明具体情况

发行人披露的房屋建筑物折旧年限为 3、20 年，主要系其中包含的房屋建筑物装修折旧年限为 3 年，除此外其他房屋建筑物折旧年限均为 20 年。分类列示的发行人房屋及建筑物、固定资产装修折旧情况如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	5	4.75
固定资产装修	年限平均法	3	0	33.33

2、请说明招股书中披露的房屋建筑物折旧年限是否准确

发行人原在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（四）固定资产、在建工程”之“4. 固定资产、在建工程总体分析”内对固定资产折旧年限分析披露如下：

发行人主要固定资产折旧年限及与同行业可比公司对比情况如下：

单位：年

公司名称	房屋及建筑物	机器设备	运输设备	电子及其他设备
威和光电	-	5-10	4	3
吉星吉达	20	5-10	4-5	3-5
发行人	3-20	5-10	4	3

注：数据来源可比公司公开信息。发行人房屋建筑物装修折旧年限为3年。”

招股说明书中，发行人在按项目类型列示固定资产时，将房屋建筑物及装修合并披露，在折旧政策部分为保持统一也作了合并披露，在表下以注释的方式标明了房屋建筑物装修折旧年限为3年。

为披露内容更清晰直观，发行人已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“二、资产负债等财务状况分析”之“（四）固定资产、在建工程”之“4. 固定资产、在建工程总体分析”内补充披露如下：

发行人主要固定资产折旧年限及与同行业可比公司对比情况如下：

单位：年

公司名称	房屋及建筑物	房屋及建筑物 装修	机器设备	运输设备	电子及其他设备
佳士科技	20、40	-	5、8	5	5
瑞凌股份	40	-	5-10	5	5-20
特尔玛	20	5、10	10	4-5	3-5
上海沪工	30	5-10	5-10	4	3-5
凯尔达	10-30	-	3-15	5-8	3-10
吉星吉达	20	-	5-10	4-5	3-5
威和光电	-	-	5-10	4	3
发行人	20	3	5-10	4	3

注：数据来源可比公司公开信息。

综上，报告期内折旧年限为3年的系房屋建筑物装修；原招股书中系将房屋及建筑物及其装修合并披露，为披露更清晰直观，发行人已补充相关披露内容。

**(六) 研发设计费用降低的原因。说明研发费用中设计费用的核算内容，
2021年大幅降低的原因，设计费用是否与新增订单或收入配比**

1、研发费用中设计费用的核算内容，2021年大幅降低的原因

(1) 设计费用的核算内容

报告期内，发行人研发费用中的设计费用分别为5.46万元、3.96万元、0.60万元和0.00万元，金额较小且占研发费用比例较低，如下表所示：

单位：万元

报告期	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
金额	0.00	0.60	3.96	5.46
占研发费用比例	-	0.07%	0.53%	0.96%

其中，2019、2020年度设计费用系向常州金纳工业产品设计有限公司采购产品外观设计服务，根据双方合同约定，发行人向其采购特定款式面罩的产品外观设计，合同设计中被发行人选中的方案，在按约定付清相关的费用后，该方案的知识产权归发行人所有。2021年度的设计费用系零星采购的与产品设计相关的辅助设计服务。2022年1-6月尚未发生向外部第三方公司采购设计服务的费用。

(2) 发行人设计费用2021年大幅下降的原因

发行人主要的产品设计由发行人研发人员自主完成。随着近年来，发行人订单量快速增加，存在因研发设计人员不足导致工作量饱和的情形，因此发行人向外部设计公司采购了部分产品的设计服务。报告期内，发行人通过招聘外观设计人员，有效补充了研发团队中的产品设计团队，从而使得向外部采购的产品外观设计服务有所减少，研发费用中的设计费用降低。

2、设计费用与收入的配比性

报告期内，发行人研发设计费用与收入的匹配性具体分析如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
	金额	金额	金额	金额
研发费用-设计费用	0.00	0.60	3.96	5.46
营业收入	9,530.71	21,229.17	17,704.82	12,663.29
设计费用/销售收入	0.00%	0.00%	0.02%	0.04%

报告期内，发行人营业收入呈现快速上涨的趋势，随着订单需求的增加，发行人因研发设计人员不足，向外部设计公司采购了产品设计服务，相关费用计入研发费用-设计费用。随着发行人招聘设计人员补充研发设计团队，外采的设计费用快速减少，因此设计费用与收入不存在匹配关系。

（七）请保荐机构、申报会计师核查上述事项，并发表明确意见

【申报会计师回复】

（1）核查程序

针对以上事项，我们履行了包括但不限于以下主要核查程序：

- 1、查阅持股平台迅和管理的合伙协议及 2019 年合伙份额转让协议，访谈相关人员，了解是否存在服务期；
- 2、核查发行人 2019 年股份支付的确认条件、授予日及其确认依据、股份支付费用的公允价值及确认方法等，并对股份支付计算过程进行了复核，确认股份支付计量的准确性；查阅发行人 2022 年定向发行股票的发行情况报告；查询股份支付参考的公允价值按发行人当年业绩计算 PE 倍数低于 8 倍的同行业案例情况；
- 3、复核股份支付的相关会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》、中国证监会《首发业务若干问题解答》、财政部《股份支付准则应用案例》及其他相关规定；
- 4、查阅发行人境外销售数据、汇兑损益的计算过程，分析出口收入与汇兑损益之间的匹配性；
- 5、了解应对外汇波动风险的具体措施，取得发行人与商业银行签署的远期

- 结售汇相关协议；
- 6、访谈发行人的主要客户，了解发行人主要客户的信用政策；
 - 7、查阅同行业可比公司的年度报告，分析应收账款周转率差异；
 - 8、访谈发行人销售总监和财务总监，了解发行人的生产模式、备货政策以及期末存货增长的原因；
 - 9、取得发行人库存商品明细表与订单匹配表，报告期各期末的在手订单，分析发行人存货余额大幅增长的合理性；
 - 10、取得发行人研发费用中的设计费用明细，分析设计费用变动合理性；
 - 11、取得发行人与常州金纳工业产品设计有限公司签订的产品外观设计服务协议，查阅主要合作内容、合同条款。

（2）核查结论

经核查，我们认为：

- 1、发行人 2019 年股权激励公允价值的测算充分考虑了入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化等综合影响因素，计算依据具有合理性，股份支付的会计处理符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》、中国证监会《首发业务若干问题解答》等有关规定。
- 2、发行人的汇兑损益主要包括结汇汇兑损益和外币货币性项目折算汇兑损益，报告期内，汇率变动与汇兑损益的变动方向匹配；发行人的汇兑损益受到境外销售收入、外销收入的确认时点、外币收入的结汇时点、汇率变动幅度等多种因素影响，因此出口收入和汇兑损益之间不具有完全匹配关系。发行人通过签订远期结汇协议等措施将汇率波动带来的汇兑损益控制在了合理的水平内。
- 3、发行人应收账款周转率与发行人对主要客户的信用期在 30-90 天保持吻合；应收账款周转率与同行业可比公司平均水平存在一定差异，主要受销售模式、客户信用期等因素影响。
- 4、发行人的存货主要为原材料和库存商品，2019-2021 年度，原材料增长幅度较大主要系随着发行人销售额的提高，发行人相应提前备货所致；2022 年 6 月末受到 2022 年上半年疫情反复及收入降低的影响，原材料结存增加；发行人库存商品的订单覆盖比率和期后收入确认比例均较高。发行人存货余额大幅增长具有合理性。

5、报告期内折旧年限为3年的系房屋建筑物装修，原招股书中系将房屋及建筑物及其装修合并披露，为披露更清晰直观，发行人已补充相关披露。

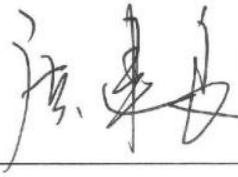
6、报告期内，设计费用大幅下降主要系发行人通过招聘补充了工业外观设计人员，相应减少对外部设计服务的需求所致。设计费用为外部采购的产品设计服务，与收入不存在匹配关系。

(本页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于常州迅安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审核问询函的回复》之签章页)

签字注册会计师：



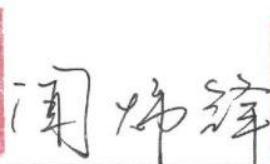

李惠丰




洪建良




孙峰




闻炜锋



仅限于常州迅安科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并申请在北京证券交易所上市时所用

620100010453

证书编号:
No. of Certificate

浙江省注册会计师协会

批准注册协会:

Authorized Institute of CPAs

2004

12 31

发证日期:
Date of Issuance

年 /y 月 /m 日 /d

姓 名 Full name 李丽华
性 别 Sex 女
出生日期 Date of birth 1974-10-06
工作单位 Working unit 立信会计师事务所(特殊普通
合伙)浙江分所
身份证号码 Identity card No. 620422197410060020



年度检验登记
Annual Renewal Registration

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

注册会计师任职资格检查
(浙注协[2021]50号)

2021
检

年 /y 月 /m 日 /d

年 /y 月 /m 日 /d

浙江省注册会计师协会

仅限于常州迅安科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并申请在北京证券交易所上市时所用

证书编号:
No. of Certificate

310000062348

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期:
Date of Issuance

年 /y 月 /m 日 /d

二〇一〇 三十一

姓 名 Full name	洪建良	性 别 Sex	男
出生日期 Date of birth	1980-02-01	工作单位 Working unit	立信会计师事务所有限公司 杭州分所
身份证号码 Identity card No.	330621198002013532		



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

20160101

注册会计师任职资格检查
(浙注协[2021]50号)

2021
检

年 /y 月 /m 日 /d

浙江省注册会计师协会

仅限于常州迅安科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并申请在北京证券交易所上市时所用



姓 名	闻炜峰
性 别	男
性 别	男
出生日期	1995-02-25
工作单位	立信会计师事务所(特殊普通合伙)浙江分所
身份证号码	330521199502254614
Identity card No.	



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

证书编号： 310000062623
No. of Certificate

批准注册协会：浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期： 2020 年 04 月 08 日
Date of Issuance



仅限于常州迅安科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并申请在北京证券交易所上市时所用



证书序号: 0001247

说 明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



会 计 师 事 务 所

执 业 证 书



名称：立信会计师事务所(特殊普通合伙)

名

首席合伙人：朱建弟
主任会计师：

经营场所：上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：31000006

批准执业文号：沪财会[2000]26号（转批文 沪财会[2010]82号）

批准执业日期：2000年6月13日（转制日期 2010年12月31日）



发证机关：

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制

统一社会信用代码

91310101568093764U

证照编号：01000000202208160046

营业执照 (副本)



名 称 类

立信会计事務所(特殊普通合

伙)

特殊普通合

伙)

成立日期 2011年01月24日
合伙期限 2011年01月24日至不约定期限

执行事务合伙人 朱建弟，杨志国

经营范 围

审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业的审记业务；出具咨询、清算审计、代理记帐；会计服务；信息系统内的技术服务；财务管理、会计培训；信息咨询；其他业务。【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】

扫描二维码登记
“国家企业信用信息公示系统”
了解更多许可、监管信息。



2022年08月16日

登记机关