

**关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市  
申请文件审核问询中有关  
财务会计问题的专项说明**

---

**容诚专字[2022]361Z0500号**

**容诚会计师事务所(特殊普通合伙)**

**中国·北京**

# 关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次 公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询 中有关财务会计问题的专项说明

## 深圳证券交易所：

根据贵所 2022 年 1 月 26 日下发的《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函（2022）010135 号）（以下简称“问询函”）的要求，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，容诚会计师事务所（以下简称“申报会计师”、“会计师”）就反馈意见中提到的需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了认真核查，现将有关问题的核查情况和核查意见的说明如下：

如无特殊说明，本回复中简称与《云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中简称具有相同含义。

本回复字体对应内容如下：

<b>黑体加粗</b>	<b>问询函所列问题</b>
宋体	对问询函所列问题的回复
<b>楷体加粗</b>	<b>涉及修改招股说明书等申请文件的内容</b>

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

## 目 录

问题 15、关于未弥补亏损和业绩波动 .....	4
问题 16、关于营业收入 .....	22
问题 17、关于发行人客户 .....	45
问题 18、关于中介机构对发行人收入的核查情况 .....	63
问题 19、关于 IT 审计 .....	73
问题 20、关于营业成本 .....	86
问题 21、关于采购和供应商 .....	90
问题 22、关于毛利率 .....	100
问题 23、关于财务规范性 .....	106
问题 24、关于期间费用 .....	117
问题 25、关于股份支付 .....	135
问题 26、关于应收账款和应收票据 .....	141
问题 27、关于存货 .....	149
问题 28、关于资金流水核查 .....	159

## 问题 15、关于未弥补亏损和业绩波动

申请文件显示：

(1) 发行人于 2015 年股改；报告期公司营业收入分别为 93,654.45 万元、82,708.24 万元、153,385.37 万元和 159,940.69 万元，净利润分别为 125.70 万元、-3,059.96 万元、3,079.14 万元和 6,436.92 万元；发行人报告期各期末未分配利润余额分别为-9,817.95 万元、-12,772.96 万元、-9,690.83 万元和-3,232.72 万元。

(2) 报告期末的累计未弥补亏损未对公司的现金流、研发投入、人才吸引、团队稳定性和生产经营可持续性等方面产生重大不利影响，原因包括公司账面资金相对充沛，截至 2021 年 6 月 30 日，公司合并层面货币资金 10,038.57 万元，存在累计未弥补亏损未对公司现金流产生不利影响，公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展。

(3) 发行人报告期净利润合计 6,581.80 万元，经营活动现金流净额持续为负，合计-17,687.66 万元，净利润与经营活动现金流净额的缺口达 24,269.46 万元。

(4) 剔除股份支付影响后，发行人期间费用报告期分别为 14,174.46 万元、14,442.01 万元、13,122.68 万元和 10,488.71 万元，占营业收入的比例分别为 15.13%、17.46%、8.56%和 6.56%。

(5) 发行人 2021 年 6 月末短期借款 4,764.36 万元，货币资金 10,038.57 万元，报告期经营活动现金流净额合计-17,687.66 万元。

请发行人：

(1) 补充说明发行人股改时是否存在未弥补亏损，股改后发行人的营业收入、盈利情况，是否存在持续亏损的情形。

(2) 补充说明发行人 2019 年收入下滑，且亏损较大的情况下，2020 年和 2021 年上半年业绩增长较快的原因；结合同行业公司情况，补充说明发行人业绩波动较大的合理性，发行人所在行业是否存在固定的行业周期，目前所处周期情况，发行人是否因行业周期变化存在收入大幅下滑且亏损的风险。

(3) 补充说明发行人经营活动现金流净额持续为负的原因，在经营活动现金流净额持续为负且累计净流出金额较大的情况下，“公司账面资金相对充沛，

能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展”描述的准确性，发行人资金是否主要依靠外部融资获取，该融资方式的持续性。

(4) 补充说明在 2020 年收入较 2019 年增长 85%的情况下，2020 年期间费用较 2019 年减少 6%的原因，发行人减少期间费用的主要措施，该措施的可持续性，发行人盈利是否主要来自于减少的费用。

(5) 按照《审核问答》问题 32 的要求，就发行人最近一期存在累计未弥补亏损的事项进行逐一披露。

(6) 补充说明发行人短期借款的到期情况，报告期后发行人货币资金和短期借款情况，是否存在流动性风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，按照《审核问答》问题 32 的要求发表结论性意见。

回复：

一、补充说明发行人股改时是否存在未弥补亏损，股改后发行人的营业收入、盈利情况，是否存在持续亏损的情形

(一) 补充说明发行人股改时是否存在未弥补亏损

发行人整体变更为股份公司时，以 2015 年 8 月 31 日为审计基准日将经审计净资产额 4,501.04 万元（其中未分配利润-1,998.96 万元），按 1.1253:1 的比例折为股本 4,000 万股，其余人民币 501.04 万元计入资本公积。截至股改基准日，公司累计未分配利润为-1,998.96 万元，存在未弥补亏损，主要原因系自成立以来，为提升公司服务能力和开拓市场，公司在搭建及完善供应链体系和销售团队及建设信息系统/模块方面持续投入大量资源，但早期公司的整体销售规模相对较小，尚无法完整覆盖前期投入的成本、费用所致。

(二) 股改后发行人的营业收入、盈利情况，是否存在持续亏损的情形

股改后各年，发行人营业收入、盈利情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
营业收入	241,592.69	383,563.00	153,385.37	82,708.24	93,654.45	82,907.98	80,185.10	36,236.46

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年
净利润	<b>8,486.54</b>	16,086.86	3,079.14	-3,059.96	125.70	-954.04	-6,340.51	-4,382.32

股改后，公司仍继续在线上商城领域投入大量资源，2015年、2016年，公司凭借先发优势和经营规模优先的经营理念，一方面，销售规模呈现快速增长，另一方面，由于订单毛利率较低，相关费用投入较大，导致上述年度亏损较大。由于市场融资行情较差，为了保证公司的可持续经营，2017年起，企业经营理念由经营规模优先转为经营规模与内生造血能力并重，上述策略调整后，公司2017年亏损幅度大幅降低，并于2018年实现盈利。2018年8月，外部融资到位后，公司不断提升自身运营体系和供应能力，汇集的下游需求也加快增长，客户数、订单数持续增长，但受公司整体运营策略影响，公司营收规模增速有所放缓。2019年，在公司整体运营策略影响下，同时叠加德州仪器(TI)渠道调整与MLCC行情等因素影响，2019年上半年营收有所下滑，业绩出现了明显的短期波动。随着公司服务能力的不断提升和相关影响的消退，2019年四季度开始，公司营收规模恢复并快速增长，并于2019年12月创单月历史新高。2020年起，受新冠疫情影响，一方面，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件、尤其是半导体器件现货市场需求快速增长，另一方面，该全球性公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，极大加速电子元器件分销线上化的趋势。公司抓住此次契机，凭借多年打造的较为完善的供应能力，不断汇集下游海量需求，规模效应得以充分发挥，销售规模再次开启新一轮上涨趋势，净利润也随之快速增长。

综上，股改后，公司在2015年至2019年处于亏损或盈利金额较少状态，存在一段时间的持续亏损状况，2020年起，随着经营状况改善，公司不再存在持续亏损情况。

二、补充说明发行人 2019 年收入下滑，且亏损较大的情况下，2020 年和 2021 年上半年业绩增长较快的原因；结合同行业公司情况，补充说明发行人业绩波动较大的合理性，发行人所在行业是否存在固定的行业周期，目前所处周期情况，发行人是否因行业周期变化存在收入大幅下滑且亏损的风险

(一) 发行人 2019 年收入下滑，且亏损较大的情况下，2020 年和 2021 年上半年业绩增长较快的原因

2019 年，受发行人整体运营策略调整，同时叠加德州仪器（TI）分销渠道调整和 MLCC 市场波动等因素影响，销售收入出现一定幅度的下滑。2020 年起，受新冠疫情影响，一方面，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件、尤其是半导体器件现货市场需求快速增长，另一方面，该全球性公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，极大加速了电子元器件分销线上化的趋势。公司抓住此次契机，凭借多年打造的较为完善的供应能力，不断汇集下游海量需求，规模效应得以充分发挥，销售规模再次开启新一轮上涨趋势。2020 年-2022 年上半年，公司经营规模实现了较快增长，规模效应得以充分发挥，在毛利率相对稳定的情况下，除 2022 年由于销售、研发人员增加导致当期期间费用率占比有所增长外，期间费用率下降明显，业绩也随之快速增长，具体数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	241,592.69	383,563.00	153,385.37	82,708.24
主营业务毛利	29,332.02	46,615.62	16,940.88	10,697.53
期间费用	17,546.49	24,662.11	13,145.70	14,445.85
利润总额	9,994.56	20,808.50	3,817.22	-4,079.91
主营业务毛利率	12.15%	12.16%	11.05%	12.94%
期间费用率	7.26%	6.43%	8.57%	17.47%

(二) 结合同行业公司情况，补充说明发行人业绩波动较大的合理性，发行人所在行业是否存在固定的行业周期，目前所处周期情况，发行人是否因行业周期变化存在收入大幅下滑且亏损的风险

报告期内，同行业可比公司营业收入同比变动幅度分别为：

公司名称	主要情况和经营品类	2022年1-6月相较于2021年1-6月	2021年相较于2020年	2020年相较于2019年	2019年相较于2018年
力源信息	授权代理商，半导体器件	-18.92%	0.58%	-21.10%	21.82%
雅创电子	授权代理商，车载半导体	55.42%	27.33%	-4.56%	-2.70%
润欣科技	授权代理商，通讯半导体器件	18.65%	33.96%	-4.37%	-14.36%
商络电子	授权代理商，被动器件	25.05%	71.94%	50.80%	-30.89%
华强电子网	线上分销商，半导体、被动器件	98.21%	432.01%	79.98%	-42.21%
同行业算术平均值		35.68%	113.16%	20.15%	-13.67%
发行人	线上分销商，半导体、被动器件	51.28%	150.61%	86.00%	-11.61%

注1：雅创电子、力源信息选取电子元器件代理分销部分收入。

注2：华强电子网2018年-2021年数据选取其招股书中披露的全球采购服务收入，2022年上半年数据选取其母公司深圳华强2022年半年报中披露的子公司营业收入。所以，华强电子网2019年-2021年收入同比变动幅度的统计口径为其全球采购服务对应收入，2022年上半年收入同比变动幅度统计口径为其营业收入。

由上表可知，发行人与同行业可比公司业绩波动趋势基本吻合，2019年与同行业平均水平接近，2020年、2021年增长速度显著高于同行业平均水平，具体情况如下：

2019年，同行业可比公司基本均出现了一定幅度的下降，均受到行业景气度有所下降影响。其中，以被动器件为主的商络电子出现了较大幅度的降幅，以半导体器件为主的华强电子网、雅创电子、润欣科技也出现了一定幅度下降。力源信息营业收入上升，主要原因系尽管当年部分领域行业景气度较低，但其仍在通讯、家电、安防监控、汽车、工业及新能源、智能仪表等行业不断深耕，整体营收规模仍保持上升。

2020年，在疫情因素推动下，国内电子元器件线上销售出现快速增长，除发行人外，主要以B2B产业互联网线上商城开展业务的华强电子网也实现大幅度营收增长。此外，由于被动器件市场景气度有所恢复，以被动器件为主要经营品类的商络电子在当年度也出现了大幅增长，以线下电子元器件代理为主要业务的力源信息、雅创电子、润欣科技则在当年度出现了营收规模下降，主要原因系润欣科技、力源信息2020年手机市场业务受到国际贸易环境以及疫情蔓延的影响，有较明显的下滑，增长趋缓。而雅创电子受下游整车厂需求下滑的影响，客户向其采购的车用存储芯片有所下降。



2021年，除力源信息手机市场业务持续受到国际贸易环境以及疫情蔓延的影响外，同行业可比公司营业收入均出现了大幅度增长，主要系受下游需求旺盛、产业链供需错配状况较为严重因素影响所致，另外，主要以线上商城开展业务的发行人和华强电子网当年增长幅度显著高于其他企业，体现出线上化趋势对于电子元器件分销行业影响不断深化。

2022年上半年，除力源信息受海外业务影响收入明显下滑外，同行业可比公司营业收入均呈增长态势，其中，华强电子网、雅创电子、发行人均出现了大幅增长。具体而言，雅创电子专注于汽车电子领域，2022年上半年，汽车电动化、智能化趋势凸显，推动车载电子元器件应用不断深入，该公司的分销收入也呈现较快增长，除此以外，雅创电子通过现金收购方式强化了在被动器件分销领域的布局，也进一步推动了其营业收入增长；华强电子网、发行人主要以线上商城开展业务，随着线上化趋势进一步深化，同时叠加当期工业、汽车、新能源等下游高端应用领域需求上涨，华强电子网和发行人均实现了较快收入增长：根据公开信息，华强电子网凭借其数字化能力和全球化布局优势大力开拓新能源汽车市场和海外市场，新增拓展了上汽集团、越南VINFAST、瑞士ABB集团、日本Keyence（基恩士）等一批优质客户资源，推动了其业绩增长；发行人依托大数据资源与数据应用能力优势，进一步推广、深化数据供应商合作模式，不断优化现有供应体系，较好满足客户一站式采购需求，客单价不断提升，从产品类别上看，在汽车、工业、通信等下游需求推动下，模拟芯片、数字芯片（逻辑芯片、微处理器）、分立器件（MOS管、二三极管）等细分类别营业收入均实现了较快增长，带动了公司整体收入实现明显增长。

综上，同行业公司业绩同时受行业整体和自身经营方面的共同影响，发行人业绩波动趋势与同行业公司基本一致，业绩波动具有合理性。电子元器件产业整体存在一定的行业周期，目前处于上升周期，但整体而言，相较于传统线下分销模式，线上分销规模较小，目前仍处于高速发展期，与此同时，受①需求迭代加快，中小批量需求旺盛②线上化趋势不断加强等因素共同影响，发行人认为，未来一段时间国内线上分销市场仍将保持一定的增长态势，此外，由于公司主要面向中小批量订单需求、客户群体、行业覆盖相对全面，整体而言，受行业周期性影响相对较弱。

因此，发行人因周期变化而存在收入大幅下滑且亏损的风险较小，关于“发行人所在行业是否存在固定的行业周期，目前所处周期情况，发行人是否因行业周期变化存在收入大幅下滑且亏损的风险”具体内容请参见发行人及保荐机构回复“问题 2、关于主营业务和行业情况”之“八、补充说明半导体器件行业周期性的具体表现，发行人成立以来经营业绩受行业周期性影响的情况，减少业绩周期波动影响的措施及其有效性。”的答复。

三、补充说明发行人经营活动现金流净额持续为负的原因，在经营活动现金流净额持续为负且累计净流出金额较大的情况下，“公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展”描述的准确性，发行人资金是否主要依靠外部融资获取，该融资方式的持续性

#### （一）发行人经营活动现金流净额持续为负的原因

报告期各期，经营活动现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	-5,409.58	-5,065.75	-6,878.03	-7,179.10

从上表可知，报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额均为负数，主要原因包括①公司经营模式导致的销售端和供应端账期错配；②近年规模的快速增长导致的存货大幅增长和账期错配加剧所致。

其中，由于公司的销售端账期通常超过采购端账期，导致报告期内销售端和供应端账期出现错配的情况：从采购端上看，发行人的上游供应商以国内外知名的电子元器件生产厂商、授权分销商为主，包括德州仪器（TI）、艾睿（Arrow）、安富利（Avnet）等，上述供应商占据一定的市场优势地位，因此在信用政策上对方一般要求预付款项或给予小于或者等于 30 天的账期；从销售端来看，根据下游客户的信用情况，发行人会给予部分客户 1-3 个月的付款账期。上述因素导致公司应收账款的回款周期整体长于应付账款的支付周期，发行人在经营过程中需要进行一定期限的垫资。

具体而言，报告期各期，公司将净利润调节为经营活动现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>净利润</b>	<b>8,486.54</b>	<b>16,086.86</b>	<b>3,079.14</b>	<b>-3,059.96</b>
加：资产减值准备	1,303.15	955.30	462.77	927.75
信用减值损失	112.86	485.93	51.15	145.69
固定资产折旧、投资性房地产折旧、 油气资产折耗、生产性生物资产折旧	412.63	495.69	348.49	302.84
使用权资产折旧	562.77	865.94	-	-
无形资产摊销	71.08	96.07	39.04	23.17
长期待摊费用摊销	212.94	349.65	163.41	74.84
处置固定资产、无形资产和其他长期 资产的损失（收益以“-”号填列）	-	0.68	68.33	0.83
固定资产报废损失（收益以“-”号 填列）	-0.43	9.42	0.31	0.03
公允价值变动损失（收益以“-”号 填列）	-	-	-28.96	-
财务费用（收益以“-”号填列）	748.95	476.72	130.98	9.43
投资损失（收益以“-”号填列）	-	-18.44	-153.37	-121.41
递延所得税资产减少（增加以“-” 号填列）	-270.49	1,042.96	716.23	-1,024.23
递延所得税负债增加（减少以“-” 号填列）	2.01	-4.00	7.24	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-2,631.00	-14,828.19	-5,263.28	-1,451.31
经营性应收项目的减少（增加以 “-”号填列）	-14,736.41	-32,739.56	-16,094.00	-2,400.81
经营性应付项目的增加（减少以 “-”号填列）	226.55	21,470.84	9,245.36	-721.03
其他	89.26	188.39	349.13	115.05
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,409.58</b>	<b>-5,065.75</b>	<b>-6,878.03</b>	<b>-7,179.10</b>

注：其他系当期股份支付金额。

从上表可知，2019年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-7,179.10万元，主要原因系2019年公司净利润为负，且经营性应收项目、经营性应付项目变动影响较大。2020年、2021年及2022年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-6,878.03万元、-5,065.75万元和-5,409.58万元，主要原因系上述期间公司营收规模出现了大幅增长，经营性应收、应付项目及存货项目均大幅上升，且受账期因素影响，经营性应收项目的增长金额高于经营性应付项目。另外，2022年1-6月经营活动产生的现金流量净额较2021年1-6月同比有所减少，

主要系 2022 年上半年受疫情影响，待取得抵扣凭证的进项税额较多从而支付的各项税费有所增加以及 2022 年上半年职工薪酬支出较多所致。整体而言，相较于营业规模的快速增长，公司回款情况保持良好，公司已逐渐形成良性循环，经营活动产生的现金流量负数情况有所改善。

(二) “公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展”描述的准确性，发行人资金是否主要依靠外部融资获取，该融资方式的持续性

1、“公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展”描述的准确性

2022 年 6 月末，公司预计可用资金及经营活动现金净流出情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月/2022-6-30
非受限货币资金	①	23,363.52
未使用授信额度	②	38,252.00
期末未贴现银行承兑汇票	③	8,618.81
预计可用资金合计	④=①+②+③	70,234.33
2022 年 1-6 月经营活动现金净流出	⑤	5,409.58
预计可用资金与经营活动净现金流出的比值	⑥=④/⑤	12.98

注：上表中，“经营活动现金净流出”金额来自于合并现金流量表

截至 2022 年 6 月 30 日，公司预计可用资金为 70,234.33 万元，2022 年 1-6 月经营活动现金净流出金额为 5,409.58 万元。一方面，若未来期间公司经营活动现金净流出与 2022 年 1-6 月一致，公司预计可用资金能够维持较长时间的经营活动支出。另一方面，公司期后回款情况良好，应收账款周转率较快，且随着收入规模的快速增长，公司经营活动现金流情况也有所改善。因此，公司预计可用资金能够较好保障公司未来的业务发展。

综上，“公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展”描述准确。

2、发行人资金是否主要依靠外部融资获取，该融资方式的持续性

报告期各期，公司经营活动流入金额分别为 91,852.06 万元、161,538.22 万

元、405,115.23 万元和 **252,580.55 万元**，发行人资金来源主要系通过销售商品、提供劳务获取，并非主要依靠外部融资。同时，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-7,179.10 万元、-6,878.03 万元、-5,065.75 万元和 **-5,409.58 万元**。报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 1,085.25 万元、18,675.29 万元、13,433.83 万元和 **22,140.06 万元**，由于销售端和供应端账期存在错配，发行人在经营过程中需要进行一定期限的垫资。因此基于公司的业务模式、资金支出情况，公司需要通过股权融资、外部借款等方式来满足资金需求，其中目前经营性借款为主要融资来源。2021 年以来，随着发行人业务规模增长，公司应收账款回款管控保持良好，形成了较为良性的业务运营循环，公司自身造血能力不断提升，现金流情况有所改善。

此外，随着公司业务规模的不断扩大，经过综合考察公司资质、信用和还款能力，银行给予公司授信额度不断增长。截至 **2022 年 6 月 30 日**，公司已签订的借款合同及银行授信额度为 **77,000.00 万元**，授信总额较高，同时未使用授信额度比例为 **49.68%**，债务融资能力具有可持续性。

**四、补充说明在 2020 年收入较 2019 年增长 85%的情况下，2020 年期间费用较 2019 年减少 6%的原因，发行人减少期间费用的主要措施，该措施的可持续性，发行人盈利是否主要来自于减少的费用**

**(一) 补充说明在 2020 年收入较 2019 年增长 85%的情况下，2020 年期间费用较 2019 年减少 6%的原因，发行人减少期间费用的主要措施，该措施的可持续性**

#### **1、公司期间费用波动的具体原因**

报告期各期，公司期间费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	<b>10,277.23</b>	<b>4.25%</b>	15,531.09	4.05%	7,732.03	5.04%	8,398.24	10.15%
管理费用	<b>2,520.29</b>	<b>1.04%</b>	5,244.74	1.37%	3,108.50	2.03%	3,307.35	4.00%
研发费用	<b>3,010.89</b>	<b>1.25%</b>	3,691.58	0.96%	2,354.16	1.53%	2,390.40	2.89%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
财务费用	1,738.07	0.72%	194.70	0.05%	-49.00	-0.03%	349.86	0.42%
合计	17,546.49	7.26%	24,662.11	6.43%	13,145.70	8.57%	14,445.85	17.47%

从上表可知，2019年、2020年，发行人期间费用分别为14,445.85万元、13,145.70万元，2020年，公司期间费用较2019年减少1,300.15万元，主要系销售费用与财务费用减少较多导致。其中销售费用减少主要包括：①2019年发行人地推团队人数增加；同时发行人对业务团队及采购团队进行区域战略调整，调整期间部分职能员工有所重叠；上述因素导致2019年的人员数量较多，导致当期的销售费用-职工薪酬也相对较高。2020年，发行人相关调整到位，并裁撤了地推团队导致当期业务人员和采购人员数量下降。另外，2020年发行人智能化物流系统、WMS仓储系统、数据中台系统等运营体系的进一步优化完善，发行人对物流及其他运营部门进行优化调整导致运营人员数量下降。因此，2020年发行人销售总人员人数有所减少，导致当期销售费用-职工薪酬减少较多。②2020年，因疫情社保减免优惠政策，公司承担的员工社保费用有所减少。③公司于2020年1月1日执行新收入准则，2020年起运费不再计入当期销售费用。另外，2020年财务费用较2019年减少398.85万元，主要系当年实现汇兑净收益295.14万元所致。2021年起，随着发行人业务规模的快速增长，期间费用也快速增长。

## 2、2020年，期间费用未随营业收入增长的主要原因

2020年，公司营业收入大幅增长，但期间费用未随着营业收入增长，期间费用占比显著下降的主要原因如下：

（1）在发行人期间费用（剔除股份支付）中，职工薪酬的占比达到70%左右，由于管理人员主要从事公司的行政管理、人事管理、财务核算等工作，研发人员主要从事公司系统开发、模块更新等工作，2019、2020年，上述员工人数、相关支出相对稳定，与公司营业收入增长关联性较弱，因此，研发费用、管理费用相对稳定，未随营业收入增长符合公司实际情况。

（2）如前文所述，2020年，受销售团队调整、疫情社保减免、会计准则等因素影响，发行人销售费用出现了一定幅度下降，未随着营业收入而增长。其中，

销售费用-职工薪酬系销售费用变动的主要因素，业务人员、采购人员、运营人员的人数均未随着营业收入增长主要与公司运营模式和公司经营调整相关：①2019年由于对业务团队和采购团队进行调整，期间存在重叠人员，人员效能较低；2020年调整完成后，公司业务人员及采购人员效率明显提升，并且得益于发行人自主开发与完善的数字化业务系统和运营支撑能力的持续提升，发行人能够保障调整后客户服务质量未因人数下降而造成影响。②2020年发行人智能化物流系统、WMS仓储系统、数据中台系统等运营体系的进一步优化完善，系统处理效率提升，带动发行人整体运营效率显著提升。因此运营人员人数减少对发行人业务不存在不利影响。

整体而言，2020年，公司运营效率进一步提升，销售总人员数量下降并未导致发行人业务开展受到重大不利影响，销售费用未随营业收入增长符合公司实际情况。并且从销售费用率看，2020年、2021年，发行人销售费用率分别为5.04%、4.05%，较为稳定，发行人销售团队调整完成后，其运营效率的提升具有持续性。

综上，2020年，公司期间费用的减少主要系内部运营调整与外部会计政策、社保优惠政策、汇率变动共同影响所致。2020年，销售人员数量下降并未导致发行人业务开展受到重大不利影响，销售费用未随营业收入增长符合公司实际情况。

## （二）发行人盈利是否主要来自于减少的费用

报告期各期，公司主要经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	<b>241,592.69</b>	383,563.00	153,385.37	82,708.24
主营业务毛利	<b>29,332.02</b>	46,615.62	16,940.88	10,697.53
期间费用	<b>17,546.49</b>	24,662.11	13,145.70	14,445.85
利润总额	<b>9,994.56</b>	20,808.50	3,817.22	-4,079.91
净利润	<b>8,486.54</b>	16,086.86	3,079.14	-3,059.96

从上表可知，2019年、2020年，公司利润总额分别为-4,079.91万元、3,817.22万元，增长了7,897.13万元，与此同时，公司2020年主营业务毛利额较2019年增加6,243.35万元，占当期利润总额增加额的比重为79.06%。因此，2020年发行人盈利的主要来源系主营业务毛利增长，而非主要来自于减少的费用。2021

年起，随着发行人业务规模持续增长，主营业务毛利也大幅增长，规模效应持续释放，2021年和2022年上半年净利润增长显著。

综上，2020年-2022年上半年发行人盈利并非主要来自于减少的费用。

五、按照《审核问答》问题32的要求，就发行人最近一期存在累计未弥补亏损的事项进行逐一披露

#### （一）存在累计未弥补亏损的原因、影响和趋势分析

##### 1、存在累计未弥补亏损的原因分析

截至2022年6月30日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司累计未分配利润为14,723.56万元。

但截至2021年6月30日，公司累计未分配利润为-3,232.72万元，存在累计未弥补亏损，主要原因系近年来公司在搭建及完善供应链体系和销售团队及建设信息系统/模块方面投入大量资源，而销售规模相对较小，无法覆盖成本、费用投入而导致一定期间内存在亏损状况。尽管近年来公司收入规模迅速扩大，且2020年起持续盈利，但仍暂时无法弥补以前年度产生的累计亏损，导致最近一期仍存在累计未弥补亏损。

##### 2、存在累计未弥补亏损的影响分析

截至2021年6月30日，公司累计未分配利润为-3,232.72万元，存在累计未弥补亏损。截至2022年6月30日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司累计未分配利润为14,723.56万元。公司2021年6月30日的累计未弥补亏损未对公司的现金流、业务拓展、研发投入、人才吸引、团队稳定性、战略性投入和生产经营可持续性等方面产生重大不利影响，具体分析如下

#### （1）公司账面资金相对充沛

截至2022年6月30日，公司合并层面货币资金27,397.35万元，公司2021年6月30日存在累计未弥补亏损未对公司现金流产生不利影响，公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展。

#### （2）公司业务拓展能力持续提升

基于稳定的供应能力、领先的业务中台信息化系统建设和较为强大的服务能



力,发行人为客户提供优质、稳定的服务质量,持续获得下游客户的认可与支持,业务拓展能力不断提升。报告期内,公司客户资源、订单不断汇集,交易客户数量和订单数量均呈现持续增长态势。发行人营业收入也呈现快速增长,2019年-2021年营业收入年度复合增长率达到115.35%。

### (3) 公司具备持续研发投入能力

报告期内,公司不断加大对公司供应链能力和产业互联网相关方面的投入,提升整体的技术服务能力。报告期内公司研发费用分别为2,390.40万元、2,354.16万元、3,691.58万元和**3,010.89万元**,占营业收入比例为2.89%、1.53%、0.96%和**1.25%**。经过多年研发投入,公司自主研发了涵盖销售、采购、报关、仓储、物流、PCBA业务等在内的全业务流程信息化系统,使各部门能够实时高效共享业务信息,充分提高运营效率,实现供应链高效协同,并研发了HiBOM选型工具等智能化工具,不断提升互联网服务能力。公司能够将自身积累的技术成果转化为经营成果,并持续投入进行技术研发,为公司规模扩大和盈利能力的提升奠定基础。

### (4) 公司人员规模扩大及核心团队稳定

公司始终重视人才队伍的扩展、培养和建设,通过内部培养和外部引进的方式不断补充人才团队。报告期各期末,公司员工总数分别为538人、549人、893人和**1,062人**,规模不断扩大。公司管理层团队大多在公司任职多年,核心团队稳定。

公司已逐步建立科学的薪酬管理制度和多层次的激励机制,包括直接物质奖励、长期股权激励等,促进员工工作效率的提升,不断吸引外部优秀人才加入,充分调动员工的积极性、创造性,保障核心团队的稳定性和对人才的吸引力,为公司实现发展规划储备了丰富的人才。

### (5) 对公司战略性投入、生产经营可持续性等的的影响

当前,随着公司服务能力的不断提升,获得了下游客户的充分认可和供应商良好的服务支持,公司营业收入规模迅速扩张,2021年营业收入达到383,563.00万元,比上年相比大幅增长,2022年上半年公司营业收入持续增长,收入为**241,592.69万元**。截至2022年6月30日,公司已不存在累计未弥补亏损,公

司累计未分配利润为 **14,723.56 万元**。同时，公司得到资本市场的广泛认可，融资能力较强，报告期内通过股权融资获取了充足的资金，为公司持续的研发和战略性投入及生产经营提供了有力保障。公司 2021 年 6 月 30 日存在累计未弥补亏损未对公司战略性投入、生产经营可持续性造成重大不利影响。

综上所述，公司 2021 年 6 月 30 日存在累计未弥补亏损未对公司的现金流、业务拓展、研发投入、人才吸引、团队稳定性、战略性投入和生产经营可持续性等方面产生重大不利影响。但若未来出现下游需求大幅萎缩、公司服务能力下降带来客户流失或其他不可预见的情形而导致盈利能力下降，则可能会导致公司的资金状况、业务拓展、人才引进、团队稳定等方面受到不利影响。

发行人已在《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（九）存在累计未弥补亏损的情况”中对上述有关情况进行补充披露。

## （二）披露相关风险因素、投资者保护措施及承诺

**截至 2022 年 6 月 30 日**，发行人母公司报表未分配利润为 **4,640.48 万元**，合并报表未分配利润为 **14,723.56 万元**。公司不存在累计未弥补亏损。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司累计未分配利润为-3,232.72 万元，存在累计未弥补亏损，主要原因系近年来公司在搭建及完善供应链体系和销售团队及建设信息系统/模块方面投入大量资源，而销售规模相对较小，无法覆盖成本、费用投入而导致一定期间内存在亏损状况。尽管近年来公司收入规模迅速扩大，且 2020 年起持续盈利，但截至 2021 年上半年末仍暂时无法弥补以前年度产生的累计亏损，导致报告期内仍存在累计未弥补亏损。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“六、存在累计未弥补亏损的风险”中对上述有关情况进行补充披露。此外，发行人关于投资者保护措施及承诺已在招股说明书“第十节 投资者保护”及“第十三节 附件”之“一、附件”中进行披露。

六、补充说明发行人短期借款的到期情况，报告期后发行人货币资金和短期借款情况，是否存在流动性风险。

截至2022年6月30日，公司短期借款余额为41,335.45万元。主要系银行借款、信用卡借款及未终止确认的应收票据，其中银行借款40,776.53万元。未终止确认的应收票据，在承兑人正常兑付的情况下不涉及还款，截至本回复出具之日，已贴现但未到期的银行承兑汇票未出现到期无法承兑的情形。

截至2022年6月30日，公司短期银行借款到期情况如下表所示：

单位：万元

序号	借款银行	到期剩余 时长	借款开始日	借款到期日	借款金额
1	浦发银行	1-3 个月	2022/1/5	2022/7/4	3,000.00
2	北京银行		2022/2/7	2022/7/27	2,499.00
3	上海银行		2021/8/9	2022/8/9	500.00
4	上海银行		2021/9/9	2022/9/8	500.00
5	交通银行		2021/8/12	2022/8/12	1,000.00
6	交通银行		2021/8/23	2022/8/23	4,000.00
7	江苏银行		2021/8/12	2022/8/5	1,000.00
8	江苏银行		2021/10/14	2022/8/5	1,000.00
9	北京银行		2021/8/13	2022/8/13	1,000.00
10	北京银行		2021/9/13	2022/8/13	2,000.00
11	农业银行		2021/10/12	2022/8/10	1,000.00
12	上海银行		2022/3/7	2022/9/2	1,000.00
13	北京银行		2022/3/10	2022/9/2	501.00
小计					19,000.00
14	兴业银行	3-6 个月	2022/5/9	2022/11/9	7,140.00
15	中国银行		2022/5/16	2022/11/12	3,000.00
16	浦发银行		2022/5/31	2022/11/30	2,000.00
小计					12,140.00
17	上海农村商 业银行	6-12 个月	2022/3/14	2023/2/20	2,000.00

序号	借款银行	到期剩余 时长	借款开始日	借款到期日	借款金额
18	上海农村商业银行		2022/3/9	2023/2/27	3,000.00
19	广发银行		2022/3/17	2023/3/13	3,750.00
20	江苏银行		2022/6/24	2023/6/23	1,000.00
小计					9,750.00
合计					40,890.00

注：上表借款金额为借款合同金额，合计数 40,890.00 万元与短期借款-银行借款余额 40,776.53 万元差异为借款利息计提与摊销影响所致。

2022 年 7-8 月，发行人归还借款总计 17,530.65 万元，新增短期银行借款 8,500.00 万元。2022 年 8 月 31 日，发行人非受限货币资金为 18,787.40 万元、可贴现银行承兑汇票为 9,926.02 万元，应收账款为 38,580.71 万元，合计 67,294.13 万元，相关资产流动性较强，应收账款周转率高、回款能力较强，因此能够偿还短期内到期的借款，流动性风险较低。

此外，公司保持业务规模、盈利能力快速增长，应收账款周转率维持在较高水平、回款能力较强，可在较短时间内形成应收账款回款；并且公司银行资信状况良好，公司未来将继续加强盈利能力及回款能力、保持与银行的良好合作关系，同时积极争取登陆资本市场融资、拓宽融资渠道，进一步提高偿债能力、降低流动性风险。

## 七、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取发行人财务报表，访谈发行人财务负责人，分析发行人股改时存在累计未弥补亏损的原因以及股改后营业收入和盈利情况。

2、访谈发行人财务负责人、业务负责人，了解发行人所处行业周期、外部市场环境情况以及经营业绩情况，分析发行人业绩波动的原因；查阅同行业公司公开资料，对比并分析同行业公司与发行人业绩情况。

3、获取发行人编制现金流量表的基础资料，分析经营活动现金流量净额与

净利润变动存在差异的原因及合理性；访谈发行人财务负责人，了解发行人经营模式、业务开展情况等，分析复核公司净利润和经营活动现金流量净额不匹配的原因及合理性。

4、获取发行人借款台账，同时查阅了发行人报告期内主要短期借款银行的授信合同、借款合同。

5、就发行人报告期内各期末短期借款余额与相关银行及金融机构进行了函证。

## （二）核查意见

**经核查，申报会计师认为：**

1、发行人股改时存在未弥补亏损，股改后，公司在 2015 年至 2019 年处于亏损或盈利金额较少状态，存在一段时间的持续亏损状况，2020 年起，随着经营状况改善，公司不再存在持续亏损情况。

2、2020 年之后，公司收入规模快速增长，规模效应得以充分发挥，期间费用率下降明显，从而带动利润金额快速增长。发行人业绩波动趋势与同行业公司基本一致，发行人业绩波动较大具有合理性。中国大陆半导体市场线上分销行业周期性、波动性较弱，发行人的线上分销业务仍在一定程度上会受到半导体行业周期性波动的影响，发行人已采取一系列措施有效降低上述不利影响。

3、发行人经营活动现金流净额持续为负主要系公司经营模式导致的销售端和供应端账期错配以及近年规模的快速增长导致的存货大幅增长和账期错配加剧所致。公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展。发行人资金来源主要系通过销售商品、提供劳务获取，并非主要依靠外部融资。但基于公司的业务模式、资金支出情况，公司需要通过经营性借款进行融资，该融资方式具有可持续性。

4、2020 年，公司期间费用的减少主要系内部运营调整与外部会计政策、社保优惠政策、汇率变动共同影响所致。2020 年，发行人运营效率提升，销售人员数量下降并未导致发行人业务开展受到重大不利影响，销售费用未随营业收入增长符合公司实际情况，同时运营效率的提升具有持续性。发行人 2020 年实现盈利主要源于主营业务毛利额增长。

5、发行人已在招股书中按照《审核问答》问题 32 的要求，就发行人最近一期存在累计未弥补亏损的事项进行逐一披露。截至 2022 年 6 月 30 日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司 2021 年 6 月 30 日存在的累计未弥补亏损未对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

6、发行人有足够的偿还到期债务能力，并且发行人流动性良好，保持业务规模、盈利能力快速增长，应收账款周转率较高、回款能力较强，资金良性循环已逐渐形成，不存在流动性风险。

## **问题 16、关于营业收入**

申请文件显示：

(1) 在电子元器件 B2B 销售业务中，公司经营模式可以分为“先销后采”和“先采后销”两种模式，上述两种模式均以购销差价的方式实现盈利。

(2) 公司主要采取“先销后采”的经营模式，在该模式下，公司不提前备货，主要通过数据连接的方式获取供应商实时库存数据，并在线上商城向客户展示，客户下单后再向供应商进行集约化采购。

(3) 发行人先采后销报告期收入分别为 1,496.09 万元、861.02 万元、4,365.30 万元和 5,002.78 万元。

(3) 2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月，公司营业收入分别为 93,654.45 万元、82,708.24 万元、153,385.37 万元和 159,940.69 万元。2019 年营业收入较 2018 年出现一定幅度下降，原因是受德州仪器（TI）分销渠道调整和 MLCC 市场波动等因素影响。

(4) 发行人通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，将全球近千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息接入云汉芯城线上商城；2019 年起，德州仪器（TI）逐渐调整其全球销售渠道策略，期望能更直接的服务好大型终端客户，因此在短期内限制授权分销商将其产品规格、库存等数据共享至下游客户，导致公司线上商城无法展现出德州仪器（TI）的相关产品信息，进而影响到了德州仪器（TI）相关产品的销售规模。

(5) 公司销售的下游客户行业分布较广，主营业务收入主要根据市场需求

情况存在一定波动，不存在明显的季节性特征；整体而言，由于一季度受春节假期影响导致客户开工率有所下降，销售收入相对较低。

(6) 部分客户基于采购便利性的考虑，委托公司客服在系统后台由询价单转录或手工录入生成订单。

(7) 发行人客单价报告期分别为 4.61 万元、3.53 万元、5.84 万元和 6.35 万元，其中 2021 年 1-6 月数据暂未进行年化处理。

请发行人：

(1) 补充说明发行人是否存在第三方卖家入驻发行人线上商城，除赚取购销差价外，发行人是否存在佣金、服务费收入或其他按净额法确认收入的情形。

(2) 补充说明对于同一 SKU 产品，客户是否可自主在不同供应商之间选择，发行人向不同客户在同一时点销售同一 SKU 产品的价格是否存在差异。

(3) 补充说明是否存在由供应商向发行人客户直接发货的情形，非发行人发货对应的收入金额及占比情况；发行人、供应商、客户三者之间的关系，发行人是否仅提供交易撮合和平台服务，发行人是否应按净额法确认收入。

(4) 补充说明发行人线上、线下收入金额及占比，若线下收入金额较大请说明原因及合理性，线下渠道是否集中于个别客户；补充说明手工录入订单对应的收入金额和占比情况，是否集中于个别客户。

(5) 补充说明发行人销售德州仪器（TI）产品和 MLCC 电容分别的收入金额及占比情况；发行人报告期收入变动情况与同行业公司是否存在较大差异。

(6) 补充说明获取上游供应商库存信息是否为“先销后采”模式的前提条件；在发行人“获取上游库存信息”的安排中，双方的责任和义务，是否存在其他先决条件或费用；若供应商切断其信息合作对发行人业务的影响情况，供应商单方面切断合作是否需对发行人进行赔偿，发行人业务的稳定性，是否存在类似 2019 年德州仪器案例中被切断信息合作的风险。

(7) 补充说明报告期各季度最后一个月的收入规模情况，若第 12 月的收入规模较大，请说明原因及合理性。

(8) 补充说明先采后销对应收入增长显著的原因，该项业务是否集中于个

别客户，集中于第四季度。

(9)以表格形式补充说明按客单价金额大小分层统计分析情况；发行人2019年整体客单价下降，而2020年、2021上半年显著增加的原因。

(10)说明发行人退货率情况，是否对发行人会计处理存在显著影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人是否存在第三方卖家入驻发行人线上商城，除赚取购销差价外，发行人是否存在佣金、服务费收入或其他按净额法确认收入的情形

(一)补充说明发行人是否存在第三方卖家入驻发行人线上商城

公司基于自建自营云汉芯城线上商城开展业务，主要通过API/EDI、FTP等多种数据传输方式，接入全球近千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息，并通过有效运用可视化、数字化技术方法和手段，对供应端产品信息进行智能化处理和展示，客户可在公司线上商城检索、下单，随后，公司进行采购后发货（“先销后采”）或直接由公司仓库发货（“先采后销”）。

在上述过程中，公司自主掌控线上商城运营管理权，独立面向上游供应商和下游客户开展业务，并未向第三方卖家开放公司线上商城用于其业务开展。公司线上商城上下游亦不存在相互依赖关系，且发行人客户间、供应商间及客户与供应商等主体间均未发生直接交互行为，亦不存在其他第三方通过公司线上网站等向客户提供服务的情形。

综上，不存在第三方卖家入驻发行人线上商城的情形。

(二)除赚取购销差价外，发行人是否存在佣金、服务费收入或其他按净额法确认收入的情形

报告期内，除赚取购销差价外，发行人不存在佣金、服务费收入的情形，存在少量按净额法确认收入的情形，具体包括：

①2020年、2021年，发行人为部分合作伙伴提供了代理报关服务，在上述过程中，相应商品风险报酬并未转移至发行人，因此，公司采用净额法确定收入，2020年、2021年分别为0.92万元、0.85万元，金额极小。



②2021年，公司在为个别客户提供SMT贴片加工时，其基于自身便利性考虑，要求发行人按照确定价格向其指定供应商采购电子元器件后进行贴片加工，公司不承担因上述商品的损耗、毁损、灭失等存货管理风险、价格波动风险以及质量风险。在上述采购物料过程中，公司系代理人，不属于主要责任人，风险报酬并未随之转移，因此，公司按照净额法确认收入3.07万元，金额极小。

除上述情况外，**报告期内**，发行人不存在其他在合并报表内以净额法确认收入之情形。

**二、补充说明对于同一SKU产品，客户是否可自主在不同供应商之间选择，发行人向不同客户在同一时点销售同一SKU产品的价格是否存在差异**

**（一）对于同一SKU产品，客户是否可自主在不同供应商之间选择**

当客户搜索某一SKU产品时，线上商城通常会根据不同供应商情况，分栏展示对应渠道的产品库存数量、价格、交期等。其中，针对部分知名原厂（例如德州仪器）或授权代理商（例如艾睿、罗彻斯特电子、富昌等），公司会单独加上该渠道的相关标识，除此以外，其余供应渠道产品的标识为“云汉自营”或“云汉优选”。以用户搜索型号为“ULN2003ADR2g”的电子元器件为例，展示界面如下：

按供应商显示 按型号显示 <input type="checkbox"/> 仅显示现货										
<b>云汉自营</b>										
商品名称	供应商型号	厂牌	说明/参数	库存	价格梯度	香港交货	内地交货 (含增值税)	交期	数量	操作
ULN2003ADR2G	C-ULN2003ADR2G	ON SEMICONDUCTOR/FAIRCHILD	7 NPN Darlington 500mA 50V 1.6V @ 500µA, 350mA 50µA...	10082 起订量: 1片 增量: 1	1+ 10+ 100+ 625+ 1250+ 2500+		¥1.7034 ¥0.8379 ¥0.7491 ¥0.7104 ¥0.6877 ¥0.6591	内地 4-6工作日	- 1 + 合计: ¥1.70	<a href="#">加入购物车</a> <a href="#">立即购买</a>
ULN2003ADR2G	20-ULN2003ADR2G	ON SEMICONDUCTOR	7 NPN Darlington 500mA 50V 1.6V @ 500µA, 350mA 50µA...	1124321 起订量: 6785片 增量: 1	6785+	\$0.1578	¥1.1651	内地 10-18工作日 香港 9-16工作日	- 6785 + 合计: ¥7905.20	<a href="#">加入购物车</a> <a href="#">立即购买</a>
ULN2003ADR2G	ULN2003ADR2G	ON SEMICONDUCTOR/FAIRCHILD	7 NPN Darlington 500mA 50V 1.6V @ 500µA, 350mA 50µA...	500 起订量: 500片 增量: 1	500+ 1000+ 1500+ 2000+		¥0.6834 ¥0.6726 ¥0.6617 ¥0.6509	内地 3-7工作日	- 500 + 合计: ¥341.70	<a href="#">加入购物车</a> <a href="#">立即购买</a>
<b>Rochester</b>										
商品名称	供应商型号	厂牌	说明/参数	库存	价格梯度	香港交货	内地交货 (含增值税)	交期	数量	操作
ULN2003ADR2G	ULN2003ADR2G	ON SEMICONDUCTOR	7 NPN Darlington 500mA 50V 1.6V @ 500µA, 350mA 50µA...	1212637 起订量: 2146片 增量: 1	1000+ 5000+	\$0.1769 \$0.1736	¥1.2121 ¥1.1879	内地 8-12工作日 香港 7-11工作日	- 2146 + 合计: ¥2601.16	<a href="#">加入购物车</a> <a href="#">立即购买</a>
<b>Future</b>										
商品名称	供应商型号	厂牌	说明/参数	库存	价格梯度	香港交货	内地交货 (含增值税)	交期	数量	操作
ULN2003ADR2G	B-ULN2003ADR2G	ONSEMI	7 NPN Darlington 500mA 50V 1.6V @ 500µA, 350mA 50µA...	7500 起订量: 2500片 增量: 2500	2500+	\$0.193	¥1.4031	内地 6-9工作日 香港 5-8工作日	- 2500 + 合计: ¥3507.75	<a href="#">加入购物车</a> <a href="#">立即购买</a>

如上图所示,公司根据上述逻辑在线上商城展示产品时,客户可以根据价格、交期、库存数据、特定供应渠道等信息进行选择和采购,但无法得知除部分知名授权代理商或原厂之外的供应商信息。公司对知名原厂或授权代理商加上标识的主要原因包括:①为了提供下游客户更多的选择权和知情权,使得客户可以根据库存信息、最小起订量、交期、价格、个人偏好等因素选择不同供应商进行采购,从而提升客户体验;②发行人通过提高特定供应商品品牌曝光度,进一步加深与现有大型数据供应商合作关系,从而获取了上述供应商更大力度的支持。

综上,对于同一 SKU 产品,客户可在部分知名原厂、知名授权代理商和其他供应渠道中自主选择。

## (二) 发行人向不同客户在同一时点销售同一 SKU 产品的价格是否存在差异

发行人产品的销售价格主要受产品厂牌型号、市场行业波动、供应商渠道优

势、单笔订单规模、交期等因素影响，因此，发行人向不同客户在同一时点销售同一 SKU 产品价格可能会存在差异，主要原因系：如前文所述，一方面，不同供应渠道通常对应不同销售价格，另一方面，公司销售价格受交期、采购规模影响较大，若不同客户交期、采购规模差异较大，也可能导致发行人在同一时点销售同一 SKU 产品价格出现差异。

三、补充说明是否存在由供应商向发行人客户直接发货的情形，非发行人发货对应的收入金额及占比情况；发行人、供应商、客户三者之间的关系，发行人是否仅提供交易撮合和平台服务，发行人是否应按净额法确认收入。

（一）补充说明是否存在由供应商向发行人客户直接发货的情形，非发行人发货对应的收入金额及占比情况

报告期内，在 B2B 销售业务中，发行人不存在由供应商向发行人客户直接发货的情形。在 PCBA 业务中，存在由供应商向发行人客户直接发货的情形，主要系下述情况：在 PCBA 业务下，通常情况下，客户向发行人提出采购 PCB 裸板<sup>1</sup>需求后，公司会从 PCB 裸板制造商采购，由供应商向公司发货入库后，再根据客户交期向客户发货或进行进一步的 SMT 贴片制造，但某些订单由于交期较为紧急，应客户要求，发行人会通知供应商直接向客户发货。报告期内，非发行人发货对应的收入金额及占比较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
非发行人发货对应的收入	17.59	154.14	50.59	76.60
占比	0.01%	0.04%	0.03%	0.09%

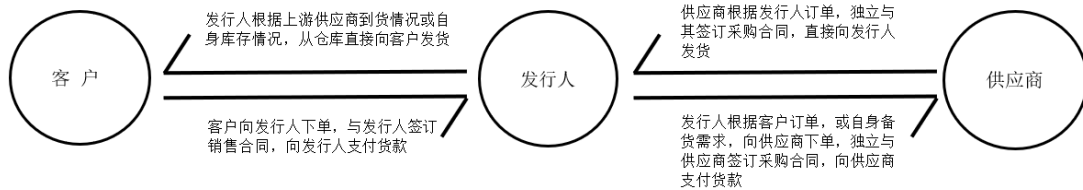
（二）发行人、供应商、客户三者之间的关系，发行人是否仅提供交易撮合和平台服务，发行人是否应按净额法确认收入

1、发行人、供应商、客户三者之间的关系，发行人是否仅提供交易撮合和平台服务

在公司典型的运营场景下，客户可在公司线上商城检索、下单，然后公司向

<sup>1</sup> 进行 SMT 上件或 DIP 插件之前的印刷电路板

供应商采购后发货（“先销后采”）或直接由公司仓库发货（“先采后销”）。发行人分别与供应商及客户签订购销合同，独立向供应商、客户支付货款和收取回款，上述交易遵循独立交易原则，即发行人独立履行对供应商、客户的合同权利和义务。



如上文描述，在上述业务场景下，发行人不为上下游提供发现业务机会或撮合交易的服务，除特殊情况外，货物均由供应商直接发送至发行人，再由发行人向客户发出，发行人承担向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。从线上商城运营模式上看，公司自主掌控线上商城运营管理权，独立面向上游供应商和下游客户开展业务，并未向第三方卖家开放公司线上商城用于其业务开展。因此，公司不提供交易撮合和平台服务。

## 2、发行人是否应按净额法确认收入

根据发行人业务流程<sup>2</sup>及重大销售采购合同主要条款，结合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》、《企业会计准则第 14 号——收入（应用指南 2018）》、《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》、《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定，发行人按照总额法确认收入，符合新收入准则及相关指引中关于主要责任人和代理人的相关原则和规定，具体原因如下：

### (1) 发行人承担向客户转让商品的主要责任

发行人主要以先销后采开展业务，在接到销售订单后，发行人按照订单中产品型号、厂牌、数量、交期等信息，结合供应商提供的库存、交期数据或向供应商询盘，再向供应商进行采购。发行人分别与供应商及客户签订购销合同，并遵循独立交易原则，发行人均独立履行对供应商、客户的合同权利和义务；存货所

<sup>2</sup> 请参照招股说明书的“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品情况”之“（四）主要产品的业务流程图”之“1、电子元器件 B2B 销售业务流程”。

有权上的主要风险和报酬由发行人独立承担。发行人以自己的名义承担对客户的供货、退货责任，同时也以自己名义向供应商追责。即发行人承担向客户转让商品的主要责任。

## **(2) 发行人在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险**

商品采购入库时，发行人需对商品的品牌、规格、数量、质量等进行验收。商品经发行人验收入库后，取得了商品的控制权，发行人需承担商品的损耗、毁损、灭失等存货管理风险、价格波动风险以及质量风险，不论发行人的客户最终是否接受相关产品，发行人都必须按照协议约定向供应商支付货款；其次，发行人完成产品分拣打包后，按照客户的交期要求，通过快递物流方式向客户发货，经客户签收或商品妥投后确认收入，存货后续的风险随之转移；同时发行人承担了货款收回的信用风险等；最后，当所售商品出现问题时，客户均直接向发行人提出，由发行人对商品的质量负责，且由发行人负责售后及解决客户投诉。发行人与供应商通常除了数量问题、型号问题、明显的质量问题等情况下允许退换货，其他原因均不允许退换货。因此，发行人在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

## **(3) 发行人有权自主决定商品的交易价格**

发行人商品定价系利用成熟的信息系统，基于对不同产品线、供应渠道、订单规模、市场价格等因素进行定价，同时综合考虑下游客户需求情况对产品进行实时价格调整，所以，在销售过程中，供应商无法决定发行人与下游客户的实际成交价格。

## **(4) 其他相关事实和情况**

发行人与供应商的结算完全独立于公司与客户的结算，不存在发行人客户直接向发行人供应商支付货款的情形，发行人承担了应收客户款项的信用风险；另一方面，发行人向供应商支付货款独立于客户向发行人支付货款，二者在支付时点上不具有相关性，也没有在对供应商付款条件上，设定根据发行人客户回款情况进行支付的情形，发行人承担了客户的信用风险。

除此之外，根据公开信息披露，同行业可比公司中的华强电子网在全球采购服务收入确认核算方法上也采取总额法确认收入。

综上，发行人未提供交易撮合和平台服务，不应按净额法确认收入，采用总额法确认收入与同行业可比公司在收入核算方法一致，符合新收入准则及相关指引中相关原则和规定。

四、补充说明发行人线上、线下收入金额及占比，若线下收入金额较大请说明原因及合理性，线下渠道是否集中于个别客户；补充说明手工录入订单对应的收入金额和占比情况，是否集中于个别客户

(一) 补充说明发行人线上、线下收入金额及占比，若线下收入金额较大请说明原因及合理性，线下渠道是否集中于个别客户

线上业务是指完全或部分依赖互联网而开展的业务。公司通过自建自营的线上商城，主要为中小批量研发、生产、采购需求客户提供各类电子元器件产品。从供应端上看，发行人主要通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，接入海量电子元器件库存数据信息，并利用可视化、数字化技术方法和手段，对供应端产品信息进行智能化处理后在公司线上商城展示，因此，在上述过程中，公司依赖互联网开展业务；从客户角度上看，客户可自主在线上商城上实现产品搜寻、BOM 配单、在线询价、在线下单、电子合同、在线支付、订单物流跟踪等采购全流程操作。在此过程中，由于在产品搜寻、BOM 配单、在线询价、在线下单等方面会因订单规模或产品类型增加而增加客户操作成本，部分客户出于便利性考虑，会要求客服在后台为其生成订单。订单生成后的订单审核、采购收货、发货签收、开具发票、结算收款等环节通常仍需要在线上商城上完成，客户可在线上商城实时跟踪订单进度，上述业务依托于互联网完成，本质上属于线上业务。综上，发行人依托互联网开展主营业务，相关业务收入系线上收入。

报告期内，公司少量业务不依托互联网开展，主要包括智能化仓储服务、智能关务处理服务、电子产品设计方案服务等，属于线下收入。报告期内，公司线下业务对应收入金额占总收入比例较小，具体情况如下：

单位：万元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入		241,592.69	383,563.00	153,385.37	82,708.24
线上收入	金额	241,501.36	383,437.58	153,384.45	82,708.24
	占总收入比例	99.96%	99.97%	100.00%	100.00%

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
线下收入	金额	91.33	125.42	0.92	-
	占总收入比例	0.04%	0.03%	0.00%	-

报告期内，公司线下收入金额分别为0万元、0.92万元、125.42万元、91.33万元，占比分别为0%、0.00%、0.03%、0.04%，占比极低，2021年、2022年上半年线下收入主要为提供智能化仓储服务产生的收入。

## (二) 补充说明手工录入订单对应的收入金额和占比情况，是否集中于个别客户

### 1、补充说明手工录入订单对应的收入金额和占比情况

由于在产品搜寻、BOM配单、在线询价、在线下单等方面会因订单规模或产品类型增加而增加客户操作成本，通常而言，客户出于便利性考虑会请求客服选择手工在后台录入其需求信息从而生成订单，或者发送询价单、BOM表等请客服从后台转录为订单。其中，报告期内，通过客服手工录入订单对应的金额和占比情况如下：

单位：万元

手工录入订单收入规模情况	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	241,592.69	383,563.00	153,385.37	82,708.24
手工录入订单收入金额	99,118.03	147,667.39	61,685.69	22,840.22
手工录入订单收入占比	41.03%	38.50%	40.22%	27.62%

报告期内，除2019年外，公司手工录入订单金额占比基本在40%左右，2019年，受MLCC“去库存”等因素影响，手工录入订单中大规模订单较少，导致当期手工录入订单金额较低，占比下降。

### 2、是否集中于个别客户

报告期内，手工录入订单对应收入金额及占比情况如下：

单位：家、万元

客户销售金额	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	数量	金额	比例	数量	金额	比例	数量	金额	比例	数量	金额	比例
10万元（含）以下	11,228	19,690.70	19.87%	12,151	23,345.60	15.81%	10,674	18,351.00	29.75%	10,042	12,690.26	55.56%

客户销售 金额	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	数量	金额	比例	数量	金额	比例	数量	金额	比例	数量	金额	比例
10-50万元(含)	1,598	33,790.49	34.09%	2,149	46,235.45	31.31%	1,214	24,633.21	39.93%	428	7,784.00	34.08%
50-100万元(含)	249	17,099.26	17.25%	363	24,913.36	16.87%	118	8,088.35	13.11%	23	1,600.55	7.01%
100-300万元(含)	109	17,414.02	17.57%	156	23,991.40	16.25%	43	6,744.40	10.93%	7	765.41	3.35%
300万元以上	19	11,123.55	11.22%	48	29,181.59	19.76%	7	3,868.73	6.27%	-	-	-
合计	13,203	99,118.02	100.00%	14,867	147,667.39	100.00%	12,056	61,685.69	100.00%	10,500	22,840.22	100.00%

从上表可知，发行人手工录入订单未集中于个别客户，整体而言，手工录入订单对应客户营收分层主要集中在100万以下。2021年起，随着公司合作大客户数量不断增加，其订单规模也有所增长，为了更好提升大客户的下单效率和用户体验，公司客服更为积极、主动地协助大客户完成下单流程，导致手工录入订单对应客户营收分层在100万元以上比例有所增长，符合公司实际情况。

为保障双方利益和公司内部财务规范性，公司客服手工录入订单后会与客户进行短信确认，若订单为授信订单或是金额大于1万元的预收款订单，公司会要求客户签订纸质合同并用印后回传，之后订单才能在系统中通过审核生效。

五、补充说明发行人销售德州仪器（TI）产品和MLCC电容分别的收入金额及占比情况；发行人报告期收入变动情况与同行业公司是否存在较大差异

（一）发行人销售德州仪器（TI）产品和MLCC电容分别的收入金额及占比情况

报告期各期，发行人销售产品厂牌为德州仪器（TI）和产品类别为MLCC的对应收入金额及占比分别如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
德州仪器（TI）厂牌产品	46,845.89	19.39%	91,489.91	23.85%	28,601.53	18.65%	8,740.99	10.57%
MLCC产品	5,650.71	2.34%	11,371.45	2.96%	6,231.12	4.06%	1,898.34	2.30%

从上表可知，2020年起，公司销售厂牌为德州仪器（TI）和MLCC产品的销售收入呈现一定波动，主要原因如下：



## 1、发行人德州仪器（TI）产品收入波动原因

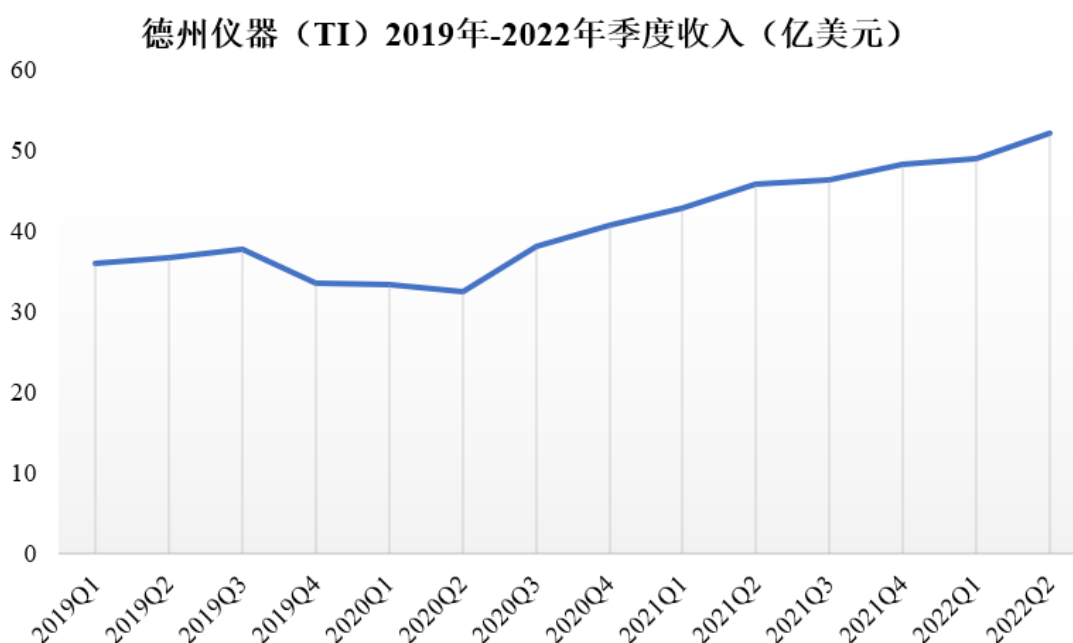
报告期内，发行人销售德州仪器（TI）厂牌产品的收入整体呈现增长趋势的原因主要包括：①2020年起，德州仪器（TI）开始与公司开展数据合作②德州仪器（TI）自身产品受市场行情影响波动等因素造成，具体情况如下：

**（1）2020年起，德州仪器（TI）开始与公司开展数据合作，推动了发行人德州仪器（TI）产品收入的快速增长**

2020年，德州仪器（TI）为建立更为紧密的客户关系而进行的销售渠道调整计划已逐步完成，根据德州仪器（TI）公开披露的信息，至2020年末，其直销模式占比已从2019年的35%快速增长至63%。与此同时，由于发行人在扩充销售渠道、服务中小批量订单上能为其带来较强的互补性，对于其增强自身直销模式的公司战略具有显著意义，2020年初，德州仪器（TI）开始与公司开展基于库存数据对接的业务合作。由于德州仪器在行业内的领先地位，下游市场占有率较高，随着接入德州仪器（TI）的库存数据，公司能够更好地高效应对下游客户小批量、多品类采购需求，公司直接向德州仪器（TI）采购规模也随之大幅增长，带动了厂牌为德州仪器（TI）的产品收入快速增长。

**（2）德州仪器（TI）自身产品受市场行情影响波动**

2019-2022年第二季度，德州仪器（TI）收入规模情况如下：



数据来源：德州仪器（Texas Instruments）

如上图所示，2020年二季度开始，随着半导体市场逐渐恢复，德州仪器(TI)营业收入也逐渐恢复并有所增长，在上述背景下，报告期内，公司销售厂牌为德州仪器(TI)产品的收入整体也呈现上升趋势。

## 2、MLCC 产品对应收入波动分析

2020年起，发行人 MLCC 产品收入规模快速增长，除市场行情有所改善外，MLCC 销售规模的快速成长主要还是受公司线上商城对下游需求汇集的快速提升所拉动

2020年、2021年，受新冠疫情影响，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件现货市场需求快速增长，MLCC 市场也有所回暖。另一方面，该全球性公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，线上化趋势凸显。

在上述背景下，公司基于多年积淀的成熟供应链服务体系，以及较强的线上服务能力，客户合作深度不断加强、订单规模也不断增长，公司整体收入快速增长。受上述因素影响，发行人 MLCC 产品收入 2020年、2021年同比增长 228.24%、82.49%。整体而言，发行人 MLCC 销售收入增长趋势与同行业一致，但增长幅度高于行业整体情况和主要以经营被动器件为主的商络电子，主要原因系发行人 MLCC 产品整体收入规模相对较低，2019年-2022年上半年占比在 2~4%左右，因此，除市场行情有所改善外，MLCC 销售规模的快速成长主要还受公司线上商城对下游需求汇集的快速提升所拉动。

### （二）发行人报告期收入变动情况与同行业公司是否存在较大差异

报告期内，发行人收入变动情况与同行业公司不存在较大差异，具体比较分析请参见“问题 15、关于未弥补亏损和业绩波动”之“二、补充说明发行人 2019 年收入下滑，且亏损较大的情况下，2020 年和 2021 年上半年业绩增长较快的原因；结合同行业公司情况，补充说明发行人业绩波动较大的合理性，发行人所在行业是否存在固定的行业周期，目前所处周期情况，发行人是否因行业周期变化存在收入大幅下滑且亏损的风险”的答复。

六、补充说明获取上游供应商库存信息是否为“先销后采”模式的前提条件；在发行人“获取上游库存信息”的安排中，双方的责任和义务，是否存在其他先决条件或费用；若供应商切断其信息合作对发行人业务的影响情况，供应商单方面切断合作是否需对发行人进行赔偿，发行人业务的稳定性，是否存在类似 2019 年德州仪器案例中被切断信息合作的风险

（一）补充说明获取上游供应商库存信息是否为“先销后采”模式的前提条件；在发行人“获取上游库存信息”的安排中，双方的责任和义务，是否存在其他先决条件或费用

### 1、补充说明获取上游供应商库存信息是否为“先销后采”模式的前提条件

“先销后采”是电子元器件分销行业中的一种经营模式，指分销商不提前备货，在接到销售订单后，按照客户的订单需求，再向供应商下发采购需求，并最终实现销售的经营模式。因此，“先销后采”和“先采后销”主要依据订立销售订单时，公司是否具有相应库存来进行划分，“先销后采”并不一定以上游供应商提供库存信息为前提，主要原因系：由于数据供应商提供的库存信息可能无法完全覆盖客户对于某些电子元器件特殊型号的需求，在此情况下，公司针对该等需求会向部分询价供应商询盘，以确认对方是否拥有交期、价格合适的产品。因此在询盘成交的情形中公司并无供应商相关库存信息，但上述情形仍属于“先销后采”。综上，获取上游供应商库存信息并非为“先销后采”模式的前提条件。

### 2、在发行人“获取上游库存信息”的安排中，双方的责任和义务，是否存在其他先决条件或费用

关于发行人“获取上游库存信息”的安排中，双方的责任和义务的情况，请参见发行人及保荐机构回复意见之“问题 4、关于业务流程”之“一、补充说明数据供应商和询价供应商在提供产品类型上的异同，供应商向发行人提供库存数据的条件和对价，以表格方式列示与数据供应商、询价供应商的采购协议主要条款上异同及其原因。”的答复。

通常而言，数据供应商会要求公司遵守对于库存信息的保密条件，除此以外，不会附带其他先决条件或费用。

**（二）若供应商切断其信息合作对发行人业务的影响情况，供应商单方面切断合作是否需对发行人进行赔偿**

**1、若供应商切断其信息合作对发行人业务的影响情况**

由于公司主要以数据合作方式开展电子元器件线上销售业务，通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，接入全球近千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息。因此，与业内优质数据供应商开展数据合作，是公司业务不断发展的重要基础。

在上述背景下，若主要供应商切断与公司进行的信息合作，将导致公司只能通过传统的人工询价的方式下单，会大幅降低公司向其采购效率，进而影响公司服务线上商城海量用户的小批量、多品类的采购需求的能力，对公司的业绩增长造成一定不利影响。但整体而言，由于发行人主要供应商均为知名原厂或国际授权代理商，公司与其在服务下游需求方面存在良性互补关系，且公司线上商城具备较强的下游需求汇集能力，基于正常商业合理性判断，公司与主要供应商间开展合作稳定性和可持续性较强。此外，由于发行人数据供应商数量较多，主要供应商数据合作较为稳定，非主要供应商切断与公司的信息合作，不会对发行人业务造成重大不利影响。

**2、供应商单方面切断合作是否需对发行人进行赔偿**

报告期内，发行人与供应商约定的赔偿条款主要针对交货、付款、产品质量、数据保密等方面，未就终止数据合作约定过相应赔偿条款。根据发行人与主要数据供应商的相关协议约定，双方均有权自主选择中止数据合作，若数据合作中止，双方均无须进行赔偿。

**（三）发行人业务的稳定性，是否存在类似 2019 年德州仪器案例中被切断信息合作的风险**

**1、发行人业务的稳定性**

发行人业务具备较强稳定性，主要原因如下：

（1）经过多年行业经验积累和客户口碑积淀，公司客户资源、订单不断汇集，报告期内，交易客户数量和订单数量均呈现持续增长态势。2020 年起，以

全球公共卫生安全事件对传统线下交易产生扰动为契机，公司充分发挥数字化供应链服务能力，不断汇聚下游需求，客户数、客单价、订单数、单笔订单金额等均呈现快速增长趋势。对于供应商而言，公司极大降低了其直接服务海量终端客户的难度，对于进一步扩大市场规模有重大意义，基于正常商业合理性考虑，供应商通常会与公司保持较为紧密合作关系；

(2) 截至 2022 年 6 月底，发行人合作的数据供应商数量已超 1,000 家，其中以授权代理商和独立分销商为主。采购金额方面，在向数据供应商的整体采购金额中，原厂占比 7.64%、授权代理商占比 53.51%、独立分销商占比 38.84%，发行人不存在对某单一供应商形成重大依赖。此外，在自身业务规模、数据供应商合作深度不断加深的同时，公司也在不断开拓新的数据合作供应商，2019 年，与公司交易的数据供应商数量为 500 多家，至 2022 年 6 月底，上述数量已增长至 1,000 多家，增幅较大。此外，公司各期退出数据合作的供应商对应收收入占上期收入比例较小，基本低于或接近 1%，进一步说明了优质供应商与公司中止数据合作的风险较小。报告期各期，中止数据合作的供应商情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退出数据供应商上年度采购所对应的营业收入	2,942.54	1,151.30	320.41	819.19
占上一年度总收入比例	0.83%	0.82%	0.49%	1.05%

注：退出数据供应商指当年无交易，且上一年度有交易的客户

综上，从供应商角度出发，发行人业务稳定性较强。

## 2、是否存在类似 2019 年德州仪器案例中被切断信息合作的风险

2019 年德州仪器案例中，因德州仪器（TI）调整其全球销售渠道策略，为了理顺其销售渠道布局，在一段时间内，其授权分销商（艾睿（Arrow）、罗彻斯特电子（Rochester）等）暂停了向下游提供德州仪器（TI）厂牌产品的实时库存数据、产品价格等信息。受上述因素影响，在其渠道调整期间内，公司无法获得并在线上展示其授权代理商渠道中关于德州仪器（TI）厂牌产品的实时库存信息，公司向其授权代理商采购该厂牌产品只能通过传统的人工询价的方式下单。由于无法高效满足线上商城海量用户的小批量、多品类的采购需求，导致 2019 年公司向上述供应商采购规模出现一定幅度下降。

2020年起，由于在服务中小批量订单上与德州仪器（TI）具有较强的互补性，德州仪器（TI）选择开始与公司开展基于库存数据对接的业务合作，此外，随着德州仪器（TI）渠道调整逐步完成，公司亦恢复了从艾睿（Arrow）、罗彻斯特电子（Rochester）等其授权代理商渠道获取德州仪器（TI）厂牌产品的实时库存信息，结合公司现有状况，发行人认为，存在2019年德州仪器案例被切断信息合作风险较低，主要原因系：

（1）发行人与原厂、大型授权代理商在市场定位上存在一定差异。发行人致力于服务企业研发、生产过程中的中小批量现货需求，而原厂、授权代理商通常以直接服务大中型企业生产的大批量期货需求为主，通常不构成直接竞争。对于供应商而言，由于无需直接服务海量中小终端客户，仅需与公司开展业务，使得其下游需求稳定性大幅提升，极大降低了其服务成本和难度。从报告期内与供应商合作情况来看，公司与供应商合作深度、广度不断加强，单个供应商平均采购金额从2019年的57.44万元快速增长至2021年的269.98万元，各期交易供应商数量均超过千家。因此，基于正常商业合理性考虑，优质供应商通常会与公司保持较为紧密合作关系。

（2）2019年，德州仪器（TI）调整全球销售渠道策略，在调整期间内，其授权分销商暂停向下游客户共享德州仪器（TI）厂牌产品实时库存数据，上述事件系其在调整期内的暂时性事件。从后续发展来看，由于公司对于其服务国内中小批量客户的价值不断显现，2020年，德州仪器（TI）选择直接与公司订立合作协议，与公司开展基于库存数据对接的业务合作；此外，公司与其授权代理商艾睿（Arrow）、罗彻斯特电子（Rochester）就其厂牌的数据合作也逐步恢复。2020年、2021年，公司向其直接采购规模也出现爆发式增长，在一定程度上体现出公司与德州仪器（TI）等大型原厂或其他优质供应商合作的较强互补性。

因此，未来期间，德州仪器（TI）或其他主要供应商切断与公司的信息合作可能性较低，此外，由于发行人经营的电子元器件通用型器件占比极高，供应渠道通常较为丰富，基于打造多年的强大供应能力，即使少数数据供应商因经营策略变动、市场行情等因素中止与公司的合作，公司也能够尽可能从其他采购渠道进行补充甚至替代。

综上，发行人存在类似2019年德州仪器案例被大型或主要供应商切断信息

合作风险，相关风险较低，发行人已在招股说明书中“重大事项提示”之“四、风险因素提示”之“（二）供应商集中度较高及数据供应商合作稳定性风险”中对可能风险进行了充分披露。

**七、补充说明报告期各季度最后一个月的收入规模情况，若第 12 月的收入规模较大，请说明原因及合理性**

报告期内，发行人各季度最后一个月收入规模及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
3 月	<b>46,992.88</b>	<b>19.45%</b>	26,293.79	6.86%	13,941.08	9.09%	7,358.45	8.90%
6 月	<b>40,538.30</b>	<b>16.78%</b>	31,083.72	8.10%	10,528.64	6.86%	5,973.59	7.22%
9 月	/	/	33,550.46	8.75%	14,230.91	9.28%	7,273.02	8.79%
12 月	/	/	44,428.79	11.58%	20,651.38	13.46%	8,971.94	10.85%

从占比上看，除了 2021 年 3 月受春节影响略低以外，其他年度 3 月份、9 月份营收规模基本与当年度平均月度水平接近，6 月份占比略低于当年度平均水平，主要原因系 6 月通常为电子产业淡季，导致当月占比通常略低于当年度平均水平。12 月份略高于当年度平均水平，主要原因包括：①报告期内，公司整体呈现快速增长趋势，自 2019 年第一季度起，各季度基本呈环比增长态势，这使得四季度销售规模均高于其他季度，12 月份也均高于年度平均水平；②在消费类电子、新能源汽车等领域，四季度通常为销售旺季，一定程度上拉动了公司 12 月的销售规模；③部分电子制造企业通常会在年底根据运营经验、市场行情变化情况，规划次年研发、生产计划，对电子元器件进行合理备货。整体而言，发行人各年度 12 月份营业收入占比略高于当年度平均水平，符合行业特征和企业快速发展的阶段性特征，具有合理性。

**八、补充说明先采后销对应收入增长显著的原因，该项业务是否集中于个别客户，集中于第四季度**

**（一）补充说明先采后销对应收入增长显著的原因**

一方面，由于公司以服务研发、试产等中小批量现货需求为主，并主要以数据合作方式开展电子元器件线上销售业务，在 2020 年前，公司先采后销模式经

营规模较小，处于尝试探索阶段。另一方面，先采后销系电子元器件分销的主要经营策略之一，该模式能够较快响应客户需求、提升交付的确定性，同时也能更好发挥集约化采购降低成本的优势。2019年底开始，公司管理层将“先采后销”作为公司未来一段时间重点发展业务方向之一，公司在前期经营方式探索基础上，基于线上商城的搜索、交易等大数据信息，公司对下游需求较为稳定、具备较大增长潜力、能够较好满足客户一站式需求的通用型被动器件、热门半导体器件进行库存备货，并推出“2小时发货”的服务，从而更好提升客户体验。因此，2020年起，发行人先采后销对应收入金额出现大幅增长。

## （二）该项业务是否集中于个别客户

报告期内，发行人“先采后销”模式对应收入的前五大客户收入规模情况如下：

单位：万元，%

“先采后销”模式对应收入	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
收入金额	<b>16,254.32</b>	17,358.49	4,365.30	861.02
前五大客户收入金额	<b>1,654.06</b>	654.06	252.68	104.81
前五大客户收入占总收入比例	<b>10.18%</b>	3.77%	5.79%	12.17%

如上表所示，发行人“先采后销”模式下，2019年至2021年对应前五大客户收入占比较低，客户集中度也相对分散，且随着公司先采后销规模的快速增长，前五大客户收入占比呈逐渐降低趋势。2022年上半年，公司“先采后销”业务持续稳定增长，对应前五大客户收入占比提高至10%左右，但整体而言客户仍较为分散。综上，“先采后销”客户未集中于个别客户。

## （三）该项业务是否集中于第四季度

报告期内，发行人“先采后销”业务按季度划分的收入情况如下：

单位：万元，%

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	<b>7,293.15</b>	<b>44.87</b>	2,099.17	12.09	441.19	10.11	114.09	13.25
第二季度	<b>8,961.17</b>	<b>55.13</b>	2,903.61	16.73	838.63	19.21	130.85	15.20
第三季度			5,041.95	29.05	1,195.36	27.38	208.93	24.27



项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第四季度			7,313.76	42.13	1,890.12	43.30	407.15	47.29
合计	<b>16,254.32</b>	<b>100.00</b>	<b>17,358.49</b>	<b>100.00</b>	<b>4,365.30</b>	<b>100.00</b>	<b>861.02</b>	<b>100.00</b>

报告期内，“先采后销”业务第四季度占比较高，主要原因系：报告期内，“先采后销”呈现快速增长趋势，尤其是2019年底起，随着公司管理层将先采后销作为重点发展方向之一，公司“先采后销”模式对应的销售规模也快速增长，从2019年四季度的407.15万元，增长至**2022年第二季度的8,961.17万元**，各季度间均持续快速增长，导致各期一、二、三、四季度的营收占比呈现从低到高的情形。因此，“先采后销”业务各期四季度较为集中，主要系发行人此类业务规模快速增长所致，符合公司实际运营情况。

#### 九、以表格形式补充说明按客单价金额大小分层统计分析情况；发行人2019年整体客单价下降，而2020年、2021年上半年显著增加的原因

报告期内，按客单价分层后，各分层平均客单价和销售金额占比情况如下：

单位：万元，%

客单价 分层	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	数量	平均客 单价	金额 比例	数量	平均客 单价	金额 比例	数量	平均 客单 价	金额 比例	数量	平均客 单价	金额 比例
10万元 (含)以下	<b>33,896</b>	<b>1.22</b>	<b>17.11</b>	33,906	1.37	12.09	23,030	1.41	21.25	21,587	1.20	31.33
10-50万元 (含)	<b>3,459</b>	<b>21.42</b>	<b>30.67</b>	4,795	22.45	28.06	2,685	21.08	36.91	1,594	19.78	38.12
50-100万 元(含)	<b>527</b>	<b>68.87</b>	<b>15.02</b>	945	69.30	17.07	364	68.81	16.33	149	69.73	12.56
100-300万 元(含)	<b>274</b>	<b>158.21</b>	<b>17.94</b>	503	158.76	20.82	153	152.47	15.21	68	145.99	12.00
300万元以 上	<b>68</b>	<b>683.96</b>	<b>19.25</b>	128	657.78	21.95	29	545.21	10.31	10	495.40	5.99
合计	<b>38,224</b>	<b>6.32</b>	<b>100.00</b>	<b>40,227</b>	<b>9.52</b>	<b>100.00</b>	<b>26,261</b>	<b>5.84</b>	<b>100.00</b>	<b>23,408</b>	<b>3.53</b>	<b>100.00</b>

报告期内，整体客单价持续增长，尤其是客单价在100万元以上客户增长较大，2020年、2021年、**2022年上半年**，客单价在100万元以上客户的销售金额占比分别为25.52%、42.77%、**37.19%**，主要原因系随着公司采购规模快速上升，供应商支持力度随之加大，带动公司供应能力进一步增强，服务中大型订单能力

也相应上升,所以,客户愿意将更多的稳定、批量的采购需求交由公司提供服务,导致 100 万以上客单价显著上升,从而带动了整体客单价的提升。

## 十、说明发行人退货率情况,是否对发行人会计处理存在显著影响

### (一) 说明发行人退货率情况

报告期内,发行人退货情况如下:

单位:万元

项 目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
当年度退货金额 A	957.44	1,588.63	587.92	264.17
当年度主营业务收入 B	241,467.08	383,390.28	153,360.91	82,657.13
退货率 C=A/B	0.40%	0.41%	0.38%	0.32%

注:退货率=当年度退货冲减收入金额/当年度审定的主营业务收入。

整体而言,发行人退货金额和占比较小。

### (二) 是否对发行人会计处理存在显著影响

发行人客户较为分散,发行人与大部分客户关于产品质量责任的约定主要适用公司线上商城官网公示的《订单提交协议》、“购物指南”的“售后服务”等相关内容,有关退货政策的具体内容请参见发行人及保荐机构回复意见之“问题 5、关于经营合法合规性”之“三、与供应商、客户关于产品质量责任的主要约定,是否曾发生因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的纠纷,报告期因产品质量、交付时间等问题产生的退换货、赔偿的情况”之“(二)与主要客户关于产品质量责任的主要约定”中的论述。

基于上述条款,同时结合公司实际情况,退货不会对会计处理造成显著影响,具体情况如下:

1、根据上述条款显示,涉及退货主要系产品数量不符、外观瑕疵、规格型号不符、产品质量等问题,以上情况存有异议时才能申请售后处理,并且只有在发行人审核通过后才能退货,以上属于保证类质量保证,不属于单项履约义务。所以,发行人不存在《企业会计准则第 14 号-收入》对附有销售退回条件的商品销售的约定。

2、发行人与客户签订的产品销售合同及网站公示的售后条款约定是为了向

客户保证所销售商品符合既定标准，属于一般的保证性质保。该服务与产品销售高度关联，发行人的售后服务不收取额外费用，不单独计价，客户不能单独选择是否购买该项售后服务。因此，上述条款中的售后服务不构成单项履约义务。

3、发行人主要是针对产品性能指标、产品质量提供保证，客户收到产品后会对产品进行验收，经验收合格后的产品，后续使用过程中一般不会发生质量问题。发行人结合实际业务情况，预计需要承担售后义务的可能性较低，且发生退货的金额也较小，故发行人未对退货率进行预估，而是按照实际退货情况冲减当期收入金额。

4、发行人产生的退货主要系当年度订单导致，跨期退货金额较小。按照订单确认年度统计发行人退货情况如下：

单位：万元

项 目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
2019年以前	-	-	1.63	47.83
2019年	0.30	29.45	27.48	216.34
2020年	5.28	8.11	558.81	-
2021年	172.60	1,551.07	-	-
2022年1-6月	778.90	-	-	-
<b>合计</b>	<b>957.08</b>	<b>1,588.63</b>	<b>587.92</b>	<b>264.17</b>
其中，跨期退货金额(A)	178.18	37.56	29.11	47.83
综合毛利率(B)	12.12%	12.16%	11.05%	12.96%
<b>对当期利润影响数(A*B)</b>	<b>21.60</b>	<b>4.57</b>	<b>3.22</b>	<b>6.20</b>

注：当年度跨期退货金额为以前年度订单在当年度的退货金额。

综上，报告期内，发行人退货率较低，金额较小，发行人未对销售退货计提相应的预计负债，由于退货主要以当期订单为主，对发行人财务报表不构成重大影响，对发行人会计处理不存在显著影响。

## 十一、申报会计师核查程序与核查意见

### (一) 核查程序

1、访谈了发行人实际控制人、财务负责人、销售及采购负责人，了解了发行人主营业务线上、线下交易的具体流程、其他业务的具体内容及背景原因。

2、获取并核查了发行人报告期内收入成本明细表，对各种角度的产品销售情况（线上线下、TI 产品、月度数据、经营模式等）进行分析。

3、根据业务合同和企业会计准则，分析判断各类业务收入确认的准确性，适用总额法或者净额法的准确性。

4、取得并查阅公司报告期内产品退货明细表，确认报告期内公司退货的产品数量、金额及占比情况。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人不存在第三方卖家入驻其线上商城之情形，B2B 销售业务除赚取购销差价外，不存在佣金、服务费收入或其他按净额法确认收入的情形。

2、对于同一 SKU 产品，客户可自主在部分不同供应商之间选择，发行人向不同客户在同一时点销售同一 SKU 产品的价格会因供应渠道、订单规模、交期等因素存在差异。

3、报告期内，发行人存在供应商向发行人客户直接发货之情形，对应收入金额、占比较小，具备合理性。发行人线上商城不提供交易撮合和平台服务，不应按净额法确认收入。

4、报告期各期，线下收入分别为 0 万元、0.92 万元、125.42 万元、**91.33 万元**，占总收入比重极低。发行人手工录入订单对应的客户收入较为分散，不存在集中于个别客户之情形。

5、报告期内，发行人收入变动情况与同行业公司不存在较大差异。

6、发行人获取上游供应商库存信息不是“先销后采”模式的前提条件。在发行人“获取上游库存信息”的安排中，除了发行人对于供应商库存数据具有保密责任，不存在其他先决条件或费用。供应商单方面切断数据合作无需对发行人进行赔偿，不会对发行人业务的稳定性造成重大影响。发行人存在类似 2019 年德州仪器案例被大型或主要供应商切断信息合作风险较低。

7、报告期内，发行人各季度最后一个月的收入规模较大，符合行业特征，具有合理性。具体原因系：①公司业绩每个季度均保持快速增长趋势；②下游消

费类电子、新能源汽车等领域四季度通常为销售旺季；③部分电子制造企业存在年底备货需求。

8、发行人先采后销对应收入增长显著主要受经营策略调整影响，该项业务未集中于个别客户，该项业务各期四季度较为集中，主要系发行人此类业务规模快速增长所致，符合公司实际运营情况。

9、报告期内，整体客单价显著增加主要系随着公司采购规模快速上升，供应商支持力度随之加大，带动公司供应能力进一步增强，服务大订单能力也相应上升。

10、发行人退货率较低，金额较小，且主要是当期订单产生的退货，对发行人财务报表不构成重大影响，不会对发行人会计处理存在显著影响。

#### **问题 17、关于发行人客户**

申请文件显示：

(1) 发行人客户包括非分销商和分销商，非分销商主要包括生产制造商、研发方案设计商、高校研究所等。

(2) 发行人向前五大客户销售收入合计占总收入的比例不超过 5%，较为分散；其中 2021 年 1-6 月向第一大客户富昌电子（Future Electronics）销售收入 3,200.48 万元，占当期收入的 2.00%，占比显著高于其他客户。

(3) 发行人各期新增交易客户收入占比报告期分别为 19.21%、16.46%、16.76% 和 11.28%。

(4) 发行人整体客单价报告期在 3.53 至 6.35 万元之间，单笔订单金额报告期在 0.41 至 0.66 万元之间。

(5) 发行人存在向供应商销售产品或向客户采购产品的情形，即存在购销重叠的情况，但整体金额占比较小。

(6) 发行人向香港地区销售收入报告期分别为 10,617.02 万元、5,013.64 万元、7,757.66 万元和 10,007.88 万元；2019 年向香港地区销售收入下降显著，而当年向全国其他地区销售收入未显著下降。

请发行人补充说明：

(1) 发行人对非分销商和分销商客户在销售政策等方面的区别。

(2) 发行人与客户是否存在返利安排；发行人与客户之间是否存在经销或代理的关系。

(3) 是否存在发行人员工、前员工或其亲属或其控制的公司成为发行人客户的情形。

(4) 发行人客户中自然人、个体户客户对应收入及占比情况。

(5) 发行人前五大客户的基本情况，其从事的业务，属于非分销商还是分销商；2021年1-6月向富昌电子(Future Electronics)销售收入增长较快的原因。

(6) 新增交易客户对应的数量情况；新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体是否存在较大差异。

(7) 发行人新增交易客户对应收入占比、购销重叠客户对应收入占比与同行业公司的比较情况，是否系行业共性。

(8) 2019年向香港地区销售收入下降显著，而当年向全国其他地区销售收入未显著下降的原因，发行人向香港地区销售是否集中于个别客户，发行人向香港地区销售毛利率是否高于发行人整体水平。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对发行人外销收入的核查情况及结论。

回复：

#### 一、发行人对非分销商和分销商客户在销售政策等方面的区别

发行人通过自建自营的线上商城主要为中小批量研发、生产、采购需求的客户提供各类电子元器件产品。公司产品销售均为买断式销售，非分销商、分销商客户适用相同的销售政策，无实质性差异。对于结算方式、信用政策等方面的销售政策，均系发行人结合实际情况确定或与客户协商后确定，与客户性质不存在直接联系。

## 二、发行人与客户是否存在返利安排；发行人与客户之间是否存在经销或代理的关系

### （一）发行人与客户是否存在返利安排

报告期内，发行人与 16 家客户分别约定了相关的销售返利安排（具体客户名称及销售返利政策已申请豁免），公司销售返利金额共计 9.97 万元、67.71 万元、144.48 万元、137.36 万元，占总收入比例均未超过 0.06%。

### （二）发行人与客户之间是否存在经销或代理的关系

发行人与客户间属于买断式销售，主要客户类型包括分销商和非分销商，均属于直销模式，发行人与客户间不存在经销或代理关系。其中，公司非分销商客户主要包括生产制造商、研发方案设计商、高校研究所等，其从公司采购电子元器件后主要用于其生产或研发工作，而公司分销商客户从公司采购电子元器件后虽然用于对外销售，但与经销或代理模式在合作方式、特点等方面存在着显著区别，具体情况如下：

销售模式	对应客户	定义	合作方式及特点
直销模式	分销商客户	不进行进一步加工或自用，采购后直接对外销售，主要赚取买卖差价	1、发行人与其是属于既合作又竞争的关系； 2、发行人与其是买断式销售； 3、发行人对其销售定价是市场定价，不存在折扣价格； 4、分销商客户对下游终端客户的销售定价和销售区域完全自主决定； 5、分销商客户对下游终端客户的信息进行保密，客户信息系其关键资源； 6、分销商客户对下游终端客户销售的产品包装系中性包装，不会体现发行人信息。
经销或代理模式	经销商或代理商客户	与上游签署了具有约束力的经销协议，并按照协议约定内容开展业务，内容包括销售区域、价格、库存管理、奖惩机制、售后服务、统一包装等等	1、经销商或代理商客户与上游供应商为完全合作关系； 2、经销商或代理商客户与上游供应商的采购价格会低于市场定价。 3、通常会被上游限制销售区域，避免串货； 4、通常会被上游限制销售价格，避免市场价格混乱； 5、通常承担上游备货等要求； 6、经销商或代理商客户向下游销售产品的包装需要按照上游要求进行设计，体现上游信息。

综上，发行人与客户不存在销售区域划分、制定年度销售目标、销售价格指导等与经销商模式相关的合作条款或约定；发行人与客户之间不存在委托代理商以发行人的名义销售商品、代理佣金等与代理模式有关的合作条款或约定，发行

人与客户不属于经销或代理关系。

### 三、是否存在发行人员工、前员工或其亲属或其控制的公司成为发行人客户的情形

通过企查查、境外上市公司信息披露网站等公开渠道，获取发行人报告期内主要客户、供应商的实际控制人的名单，并与期间内所有员工花名册中员工、亲属<sup>3</sup>姓名进行比对，情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在职员工及其亲属或控制的公司与客户重名对应收入	1,699.00	0.70%	2,596.45	0.68%	1,133.58	0.74%	601.90	0.73%
前员工及其亲属或控制的公司与客户重名对应收入	2,817.37	1.17%	3,898.12	1.02%	1,996.77	1.30%	1,020.13	1.23%
合计	4,516.37	1.87%	6,494.58	1.69%	3,130.35	2.04%	1,622.03	1.96%

针对上述情形，为进一步确认是否存在员工、前员工或其亲属或控制的公司成为公司客户的情形，通过下述程序，进一步确认是否存在发行人员工、前员工或其亲属或其控制的公司成为发行人客户的情形：

#### 1、在职员工及其亲属或控制的公司与客户重名情况

报告期内，在职员工或其亲属或其控制的公司与发行人客户名称重合部分的收入金额分别为 601.90 万元、1,133.58 万元、2,596.45 万元、**1,699.00 万元**，占营业收入比例分别为 0.73%、0.74%、0.68%、**0.70%**。针对上述名称重合情形，根据相关员工本人确认并出具的《承诺函》，同时对部分客户进行访谈，确认报告期内不存在在职员工或其亲属或其控制的公司成为发行人客户的情形。

#### 2、前员工及其亲属或控制的公司与客户重名情况

报告期内，前员工或其亲属或其控制的公司与发行人客户名称重合部分收入金额分别为 1,020.13 万元、1,996.77 万元、3,898.12 万元、**2,817.37 万元**，占营业收入比例分别为 1.23%、1.30%、1.02%、**1.17%**。针对上述名称重合情形，保

<sup>3</sup> 员工入职时填列的紧急联系人作为该员工亲属



荐人和申报会计师对报告期内交易金额相对较大且愿意配合访谈的客户执行了访谈程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
前员工或其亲属或其控制的公司与客户重名部分	<b>2,817.37</b>	3,898.12	1,996.77	1,020.13
访谈覆盖金额	<b>2,214.30</b>	3,042.02	1,573.62	800.02
访谈覆盖比例	<b>78.59%</b>	78.04%	78.81%	78.42%
尚未确认部分	<b>603.07</b>	856.10	423.15	220.11

### (1) 已确认前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情况

经访谈确认，公司存在少量前员工或其控制的公司成为发行人客户的情形，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	与发行人关系	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
普*蓉	前员工	<b>0.91</b>	3.96	—	—
赛灵康（上海）电子科技有限公司	前员工蔡*昌控制的公司	<b>23.16</b>	16.60	18.16	—
合计		<b>24.07</b>	20.56	18.16	—
占营业收入比重		<b>0.01%</b>	<b>0.01%</b>	<b>0.01%</b>	—

在访谈核查范围内，2019年，不存在前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户；2020年、2021年、**2022年1-6月**，存在前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情形，收入金额分别为18.16万元、20.56万元、**24.07万元**，占各期营业收入的比例均为0.01%，对发行人收入影响极低。其中普\*蓉系发行人前员工，自公司离职后仍从事电子元器件贸易工作，于2021年、**2022年1-6月**因其业务需求合计采购发行人商品**4.87万元**；赛灵康（上海）电子科技有限公司系发行人前员工蔡\*昌实际控制的公司，于2020年、2021年、**2022年1-6月**合计向发行人采购商品**62.79万元**，占其各期采购总额比例极低，上述前员工或其控制的公司成为发行人客户的情形均基于真实商业背景且具有合理性。

### (2) 尚未确认是否为前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情况

除上述情况外，报告期内，尚未确认是否为前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情况如下：

单位：万元

尚未确认部分客户规模分层	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	家数	金额	家数	金额	家数	金额	家数
1万元（含）以下	21.13	325	31.95	152	18.02	65	18.34	56
1-5万元（含）	94.39	36	184.15	73	126.47	48	64.87	26
5-10万元（含）	42.98	7	176.06	24	48.79	7	47.94	7
10万元以上	444.56	6	463.95	20	229.86	14	88.96	6
合计	603.07	374	856.10	269	423.15	134	220.11	95

上述客户主要为未接受保荐人、申报会计师访谈或交易金额较小的对象，报告期内，各期对应收入金额分别为 220.11 万元、423.15 万元、856.10 万元、**603.07 万元**，占营业收入比例分别为 0.27%、0.28%、0.22%、**0.25%**，对各期营业收入占比及影响极低。

综上，公司存在少量前员工或其控制的公司成为发行人客户的情形，占营收比重极低。

#### 四、发行人客户中自然人、个体户客户对应收入及占比情况

报告期内，发行人客户中存在部分自然人、个体户客户，上述客户通常出于研发、试样等零星需求采购少量电子元器件，具体情况如下：

单位：万元

自然人、个体户客户	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
数量	5,515	4,274	3,063	4,126
收入金额	1,474.40	1,743.35	626.69	645.24
占总收入金额比例	0.61%	0.45%	0.41%	0.78%
客单价	0.27	0.41	0.20	0.16

注：自然人、个体户客户指发票开具单位为个人的客户。

由上表可知，自然人、个体户客户对应收入占比均不足 1%，客单价均低于 0.5 万元，客户较为零星，占整体收入比例极低。

五、发行人前五大客户的基本情况，其从事的业务，属于非分销商还是分销商；2021年1-6月向富昌电子（Future Electronics）销售收入增长较快的原因

（一）发行人前五大客户的基本情况，其从事的业务，属于非分销商还是分销商

报告期内，发行人前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	注册时间	销售金额	占比
1	Digi-Kom International Ltd	2008年	7,521.21	3.11%
2	上海宏石医疗科技有限公司	2003年	1,775.23	0.73%
3	深圳市奥美源电子有限公司	2013年	1,706.63	0.71%
4	中元汇吉生物技术股份有限公司	2015年	1,449.81	0.60%
5	深圳市禾望电气股份有限公司	2007年	1,384.46	0.57%
2022年1-6月合计			13,837.34	5.73%
1	富昌电子（Future Electronics）	1968年	3,822.90	1.00%
2	锦浪科技股份有限公司	2005年	2,757.98	0.72%
3	深圳市瑞隆源电子有限公司	2009年	2,601.55	0.68%
4	深圳前海硬之城信息技术有限公司	2015年	1,638.91	0.43%
5	杭州长川科技股份有限公司	2008年	1,631.47	0.43%
2021年合计			12,452.80	3.25%
1	烟台睿创微纳技术股份有限公司	2009年	1,080.21	0.70%
2	上海储晏电子科技有限公司	2017年	1,003.46	0.65%
3	北京恒昌亚怡科技有限公司	2001年	997.39	0.65%
4	杭州迅得电子有限公司	2010年	878.27	0.57%
5	芯元（浙江）科技有限公司	2018年	859.01	0.56%
2020年合计			4,818.34	3.13%
1	烟台睿创微纳技术股份有限公司	2009年	852.10	1.03%
2	上海储晏电子科技有限公司	2017年	745.26	0.90%
3	芯元（浙江）科技有限公司	2018年	639.54	0.77%
4	深圳市华创恒达科技有限公司	2011年	514.49	0.62%

序号	客户名称	注册时间	销售金额	占比
5	杭州迅得电子有限公司	2010年	460.30	0.56%
<b>2019年合计</b>			<b>3,211.69</b>	<b>3.88%</b>

注1: 烟台睿创微纳技术股份有限公司包括其子公司烟台艾睿光电科技有限公司、无锡英菲感知技术有限公司、合肥英睿系统技术有限公司、苏州睿新微系统技术有限公司等

注2: 富昌电子(Future Electronics)包含其集团下各个地区设立的子公司、分公司

注3: 芯元(浙江)科技有限公司包含恰芯(上海)科技有限公司

注4: 深圳前海硬之城信息技术有限公司包含其中国香港地区的主体

注5: 深圳市瑞隆源电子有限公司包含其子公司深圳市融汇龙电子有限公司

注6: 杭州长川科技股份有限公司包含其子公司杭州长川智能制造有限公司

注7: Digi-Kom International Ltd 包含深圳市顺芯供应链管理集团有限公司; 深圳市奥美源电子有限公司包含深圳市科兴达电子有限公司

注8: 中元汇吉生物技术股份有限公司包含其子公司重庆威科贝科技有限公司、重庆中元汇吉生物技术有限公司、重庆拓谱生物工程有限公司

注9: 深圳市禾望电气股份有限公司包含其子公司深圳市禾望科技有限公司

上述公司基本情况如下:

序号	公司名称	是否为分销商	从事的业务
1	富昌电子(Future Electronics)	是	全球知名分销商, 成立于1968年, 总部设在加拿大蒙特利尔, 经营业务遍布全球44个国家170个办事处。2020财年营收达60亿美元, 在2020年国际电子元器件分销商营收榜中排名第5位。
2	锦浪科技股份有限公司(SZ.300763)	否	是专业从事光伏发电系统核心设备组串式逆变器研发、生产、销售和服务的高新技术企业, 也是全球第一家获得第三方权威机构PVEL的可靠性测试报告的逆变器企业。该公司成立于2005年, 2019年于深圳交易所上市, 2020营业收入为20.84亿元。
3	深圳市瑞隆源电子有限公司	否	成立于2009年, 是国家级高新企业, 专门从事过压、过流元器件和产品的开发、设计、制造和市场推广。公司主要产品为GDT、TVS、ESD、PTC、MOV等系列浪涌防护元器件和浪涌防护成品, 拥有多项发明和实用新型专利。公司建有全波形浪涌实验室(PCIC), 能够完成T1、T2、T3级浪涌测试、静电耐压测试、热稳定等多项可靠性测试测试项, 确保产品质量, 确保客户设备安全。
4	深圳前海硬之城信息技术有限公司	是	成立于2015年, 是一家电子产业供应链与智造平台。截止2021年6月, 硬之城合作的知名原厂、代理商超过2500家。
5	杭州长川科技股份有限公司(SZ:300604)	否	主要从事集成电路专用测试设备的研发、生产和销售, 是一家致力于提升我国集成电路专用测试技术水平、积极推动集成电路装备业升级的国家高新技术企业和软件企业。该公司成立于2008年, 于2017年在深交所创业板上市, 2020年营业收入为8.04亿元。

序号	公司名称	是否为分销商	从事的业务
6	烟台睿创微纳技术股份有限公司 (SH:688002)	否	主营业务是从事非制冷红外热成像与 MEMS 传感技术开发的集成电路芯片企业, 致力于专用集成电路、MEMS 传感器及红外成像产品的设计与制造。该公司成立于 2009 年, 2019 年成为科创板首批上市公司, 2020 年营业收入为 15.61 亿元。
7	上海储晏电子科技有限公司	否	成立于 2017 年, 主要做电力物联网有关的传感器研发, 以及配套产品服务。2018 年成功研制温度传感、电力设备测试仪等方案, 并有湖南, 江西等地客户采用, 未来会继续在电力物联网、传感器研发等方面投入, 力争成为电力物联网有竞争力的方案商。
8	北京恒昌亚怡科技有限公司	是	国内知名分销商, 成立于 2001 年 11 月, 经营范围包括技术开发、技术服务; 销售电子产品。
9	杭州迅得电子有限公司	否	是一家“高品质一站式”电子解决方案供应商, 所涉服务包括 PCB 定制、样板组装、SMT 贴片、DIP 焊接、插件后焊、成品组装、料件采购等。该公司成立于 2005 年, 提供的产品和服务广泛应用于通讯、工控、医疗、汽车、航空、消费、物联网等各个领域。
10	芯元(浙江)科技有限公司	否	成立于 2018 年, 主要聚焦 MEMS 数字检波器集成、低频数字检波器集成与制造等领域, 成立时已在能源资源探测装备领域拥有一定技术积累, 其向公司采购传感器等电子元器件主要应用于其产品研发和已有订单需求。
11	深圳市华创恒达科技有限公司	否	成立于 2011 年 5 月, 是一家以 PCBA 生产为主的外向型企业, 主要产品及服务有: PCB (电路板) 的生产、电子元器件的采购、SMT 和 DIP 电子贴片加工制造。该公司已通过 ISO9001: 2008 质量管理体系认证, 拥有精良的设备装备及强大的生产能力。
12	Digi-Kom International Ltd	是	成立于 2008 年, 系业内知名的电子元器件分销商, 专注于为海外客户提供电子元器件中稀缺、过时和停产的物料型号。
13	上海宏石医疗科技有限公司	否	成立于 2003 年, 系国内少数几家能够自主生产研制实时荧光定量 PCR 检测系统的公司之一, 用户已覆盖全国多地二甲以上医院、公共卫生系统、高等院校、科学研究机构和多个海外国家及地区, 在国内外市场都享有良好的口碑和声誉。
14	深圳市奥美源电子有限公司	是	成立于 2013 年, 是一家专注于英飞凌 (Infineon)、威世 (VISHAY) 电子元器件现货产品的独立分销商
15	中元汇吉生物技术股份有限公司	否	成立于 2015 年, 是一家专业从事体外诊断试剂及仪器研发、生产、销售和技术服务于一体的高新技术企业, 全球员工 3300 余人, 其中研发人员占比超过 30%, 研发人员中硕士以上学历人员占比近 50%, 公司计划每年的研发投入占销售收入的比例不低于 15%。
16	深圳市禾望电气股份有限公司	否	成立 2007 年, 是一家专注于新能源电控系统研发、制造、销售和服务的高新技术企业, 2017 年于 A 股主板上市, 股票代码 603063.SH, 2021 年营业收入 21.04 亿元。

2022 年, 公司与前五大客户合作情况如下: ①Digi-Kom International Ltd 成立于 2008 年, 系业内知名的电子元器件分销商, 专注于为海外客户提供电子

元器件中稀缺、过时和停产的物料型号。双方于 2021 年开始合作，2022 年上半年，因其下游客户在英飞凌（Infineon）、威世（VISHAY）、安森美（ON）、安世（Nexperia）等车载模拟芯片、数字芯片、分立器件等方面的需求大幅增加，而发行人产品丰富度和供应能力方面能够较好满足其需求，因此，该公司向发行人采购规模大幅增加所致；②上海宏石医疗科技有限公司成立于 2003 年，系国内少数几家能够自主生产研制实时荧光定量 PCR 检测系统的公司之一，双方于 2021 年开始合作，2022 年上半年，在工业级半导体器件缺货行情背景下，发行人凭借着优质的产品质量、丰富的物料型号、稳定的供应能力，吸引该客户增加了对公司的采购规模；③深圳市奥美源电子有限公司成立于 2021 年，是一家专注于英飞凌（Infineon）、威世（VISHAY）电子元器件现货产品的独立分销商，双方于 2021 年开始合作，2022 年上半年，因其下游对英飞凌（Infineon）车用半导体需求快速增长，该公司向发行人采购规模大幅增加所致；④中元汇吉生物技术股份有限公司成立于 2015 年，是一家专业从事体外诊断试剂及仪器研发、生产、销售、技术服务于一体的高科技企业，双方于 2017 年开始合作，2022 年上半年，因其生产的体外诊断设备需求大幅增加，该公司增加了对公司电子元器件的采购规模；⑤深圳市禾望电气股份有限公司（SH: 603063）是一家专注于新能源电控系统研发、制造、销售和服务的高新技术企业，双方于 2016 年开始合作，2022 年上半年，新能源电控设备需求旺盛，该公司大幅增加了其产能规划，从而加大了对公司电子元器件的采购规模。

## （二）2021 年 1-6 月向富昌电子（Future Electronics）销售收入增长较快的原因

2021 年 1-6 月，公司向富昌电子（Future Electronics）销售收入增长较快主要原因系：富昌电子（Future Electronics）作为全球知名分销商，主要服务大型终端制造厂商需求，该公司于 2012 年开始成为公司供应商，是公司重要的供应合作伙伴，2014 年首次向公司采购电子元器件，以借助公司丰富的供应渠道帮助其下游客户配单。2020 年下半年开始，该公司服务的终端客户对于部分型号的电子元器件存在现货需求，由于发行人在现货供应上能够给予较好地配合，且产品品质保障性高，因此富昌电子（Future Electronics）向公司采购规模大幅增长，尤其是 2021 年上半年，受其下游客户需求增长影响，其大幅增加了对公司

的采购规模。

2020年、2021年，富昌电子（Future Electronics）同时系公司的主要供应商之一，存在购销重叠情况，从型号上看，富昌电子（Future Electronics）与发行人购销重叠比例极低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年
型号重叠金额	0.63	1.02
当期销售收入	3,822.90	651.57
占比	0.02%	0.16%

六、新增交易客户对应的数量情况；新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体是否存在较大差异

（一）新增交易客户对应的数量情况

报告期内，发行人新增交易客户数量和销售金额情况如下：

项目	具体项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
新增交易客户 金额、数量	金额（万元）	<b>22,880.14</b>	80,791.70	25,707.03	13,617.00
	金额占比	<b>9.47%</b>	21.06%	16.76%	16.46%
	数量（家）	<b>14,322</b>	22,379	12,306	11,387
	数量占比	<b>37.47%</b>	55.56%	46.86%	48.65%

注：新增客户指当年有交易，且上一年度无交易的客户。

从上表可知，公司新增交易客户数量、金额均呈现增长趋势。报告期内，新增交易客户数量分别为1.14万家、1.23万家、2.24万家、**1.43万家**，对应销售金额分别为13,617.00万元、25,707.03万元、80,791.70万元、**22,880.14万元**，收入占比分别为16.46%、16.76%、21.06%、**9.47%**，占比相对较小。

（二）新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体是否存在较大差异

报告期内，发行人新增客户客单价、单笔订单金额情况如下：

项目	具体项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
客单价	新增交易客户（万元）	<b>1.60</b>	3.61	2.09	1.20

项目	具体项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
	发行人全部客户（万元）	6.32	9.52	5.84	3.53
单笔订单 平均金额	新增交易客户（万元）	0.58	0.77	0.54	0.38
	发行人全部客户（万元）	0.71	0.69	0.49	0.41

从上表可知，在客单价上，相较于发行人整体，发行人新增交易客户客单价较低，但与整体客单价变动趋势保持一致。通常而言，在首次合作或合作初期，客户与公司平台的紧密度相对较弱，导致交易规模较小，随着客户体验了更透明的价格、交期信息、更为丰富的产品类别等线上商城的特色后，认可度也会有所上升，因此，新增交易客户客单价相对较低，具有合理性；在单笔订单平均金额上，发行人新增交易客户与发行人整体情况相近，符合公司主要面向中小批量订单需求的特点，也与发行人整体变动趋势保持一致，不存在较大差异。

## 七、发行人新增交易客户对应收入占比、购销重叠客户对应收入占比与同行业公司的比较情况，是否系行业共性

### （一）发行人新增交易客户对应收入占比，与同行业公司的比较情况，是否系行业共性

同行业可比公司中，主要以线上商城经营的华强电子网、ICGOO、立创商城等均未披露新增客户收入情况，其余可比公司中，力源信息、雅创电子、润欣科技均未披露新增客户收入情况，仅商络电子披露其2019-2020年上半年新增客户对应收入情况。具体情况如下：

新增客户对应收入占比	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
发行人	9.47%	21.06%	16.76%	16.46%
商络电子	-	-	3.35%	7.88%

注：由于商络电子仅披露2020年上半年数据，因此上表中其2020年列示数据系其上半年数据，2021年、2022年商络电子未披露新增客户情况。

相较于商络电子，发行人新增客户对应收入占比较高，主要原因系发行人依托于线上商城开展电子元器件分销业务，相较于传统分销模式，新客户汇集速度较快、规模较大，此外，由于发行人主要聚焦于中小批量现货订单需求，而商络电子专注于大中型生产制造企业的大批量被动器件订货需求，相对而言，其大中型客户的比例较高，因此，新交易客户收入占比相对较低。



鉴于电子元器件分销行业可比公司披露的新增客户数据较少，公司选取了以线上商城模式开展业务、近年发行上市的公司优宁维、泰坦科技，其新增客户对应收入情况如下：

公司	主营业务	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
优宁维	提供以抗体为核心的生命科学试剂及相关仪器、耗材和综合技术服务的代理商，构建了线上平台与线下渠道相结合的销售模式	-	6.34%	7.63%	8.52%
泰坦科技	提供科研试剂、特种化学品、科研仪器及耗材和实验室建设及科研信息化服务，通过建设科学服务平台“探索平台”、建立仓储物流系统等，为客户提供稳定可靠、方便、快捷的产品和服务。	-	-	-	19.39%
发行人	电子元器件线上分销	<b>9.47%</b>	21.06%	16.76%	16.46%

注：由于优宁维仅披露 2021 年上半年数据，因此，上表中，2021 年列示数据系其上半年数据。泰坦科技 2020 年之后新增客户数据未披露。

由上表可知，相较于传统模式，优宁维、泰坦科技的新增客户收入占比相对较高，其中，发行人新增交易客户收入占比与泰坦科技较为接近，高于优宁维，主要系优宁维以线上零售和线下经销相结合的模式开展销售业务，线下占比相对较高，导致其新交易客户收入占比相对较低。

综上，发行人新增交易客户收入占比较同行业已披露相关信息的可比公司更高，主要与公司依托产业互联网线上商城开展业务相关，系以线上商城模式开展业务企业的行业共性。

## （二）发行人购销重叠客户对应收入占比，与同行业公司的比较情况，是否系行业共性

同行业可比公司中，仅华强电子网和商络电子披露过报告期内购销重叠情况，具体情况如下：

购销重叠客户对应收入占当期收入比例	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
商络电子	-	-	20.01%	22.47%
华强电子网	-	<b>9.87%</b>	9.33%	3.02%
发行人	<b>5.01%</b>	5.32%	5.46%	4.88%

注 1：由于商络电子仅披露 2020 年上半年相关数据，因此，上表中，其 2020 年列示数据系其上半年数据；华强电子网仅披露 2021 年上半年相关数据，因此，上表中，其 2021 年列示数据系其上半年数据。

注 2：商络电子的购销重叠金额系商络电子披露的互采原厂、贸易商、客户的销售金额占比

汇总后数据。

从上表可知，报告期内，发行人与华强电子网均存在一定比例的购销重叠客户，2021年，两家公司购销重叠客户收入占比基本接近；发行人购销重叠客户收入占比低于商络电子。整体而言，电子元器件分销行业存在购销重叠现象系业内普遍现象，主要原因系：电子元器件分销商作为电子元器件行业上下游对接的枢纽，是电子元器件物料流通的重要渠道，为了实现电子元器件更有效的流通，在交期、价格、渠道等因素影响下，业内企业常会在不同时期向同一主体采购或销售产品，导致存在购销重叠现象，系行业共性。

**八、2019年向香港地区销售收入下降显著，而当年向全国其他地区销售收入未显著下降的原因，发行人向香港地区销售是否集中于个别客户，发行人向香港地区销售毛利率是否高于发行人整体水平**

**（一）2019年向香港地区销售收入下降显著，而当年向全国其他地区销售收入未显著下降的原因**

2018年、2019年，发行人向香港地区及所有地区销售的主要产品金额情况如下：

单位：万元

销售产品类别	香港地区收入			总收入		
	2019年	同比变动幅度	2018年	2019年	同比变动幅度	2018年
半导体器件	<b>3,176.12</b>	<b>-61.93%</b>	<b>8,343.81</b>	<b>55,364.66</b>	<b>-13.78%</b>	<b>64,215.62</b>
其中：模拟芯片	1,399.11	-68.03%	4,376.12	25,065.22	-17.51%	30,386.97
数字芯片	726.76	-50.43%	1,466.07	13,373.34	-7.05%	14,387.60
分立器件	709.14	-66.85%	2,139.25	13,068.81	-19.50%	16,233.62
被动器件	<b>605.98</b>	<b>-27.08%</b>	<b>831.03</b>	<b>10,995.21</b>	<b>-33.79%</b>	<b>16,605.74</b>
连接器	<b>649.61</b>	<b>-5.28%</b>	<b>685.81</b>	<b>8,625.17</b>	<b>35.59%</b>	<b>6,361.35</b>
其他	<b>581.94</b>	<b>-23.06%</b>	<b>756.36</b>	<b>7,059.72</b>	<b>25.27%</b>	<b>5,635.75</b>
总计	<b>5,013.64</b>	<b>-52.78%</b>	<b>10,617.02</b>	<b>82,708.24</b>	<b>-11.61%</b>	<b>93,654.45</b>

从上表可知，2019年香港地区半导体器件金额同比大幅下滑，下降幅度高于公司整体半导体器件收入，其中，模拟芯片、分立器件是下降幅度最大的半导体品类，导致上述情况发生的主要原因系：香港地区系全球电子元器件分销行业

的主要集散地之一，对半导体行业景气度变化更为敏感，因此，香港地区收入受2019年全球半导体行业景气度下降的影响相对较大。

## （二）发行人向香港地区销售是否集中于个别客户

报告期内，公司向香港地区销售的客户金额分层情况如下：

单位：万元

客户销售金额	2022年1-6月			2021年		
	金额	数量	金额占比	金额	数量	金额占比
10万元（含）以下	766.05	343	5.32%	1,341.21	573	5.98%
10-50万元（含）	2,016.13	93	14.00%	3,653.05	156	16.28%
50-100万元（含）	884.00	13	6.14%	2,421.56	36	10.79%
100-300万元（含）	1,574.53	10	10.93%	3,843.89	21	17.13%
300万元以上	9,158.86	5	63.61%	11,184.79	13	49.83%
合计	14,399.56	464	100.00%	22,444.51	799	100.00%
客户销售金额	2020年			2019年		
	金额	数量	金额占比	金额	数量	金额占比
10万元（含）以下	1,018.15	513	13.12%	1,271.88	644	25.37%
10-50万元（含）	2,265.67	104	29.21%	1,766.42	89	35.23%
50-100万元（含）	1,400.66	20	18.06%	1,027.74	14	20.50%
100-300万元（含）	1,296.35	7	16.71%	595.57	5	11.88%
300万元以上	1,776.84	3	22.90%	352.04	1	7.02%
合计	7,757.66	647	100.00%	5,013.64	753	100.00%

从上表可知，2019年-2021年，公司向香港地区销售情况较为分散，未集中于个别客户。2022年上半年，主要受汽车领域终端客户需求快速上涨影响，香港知名元器件分销商Digi-Kom加大了在公司的采购规模，导致当期公司向其销售金额较高，占当期公司香港地区销售比重为52.19%，除上述情况外，公司向香港地区销售情况较为分散。

## （三）发行人向香港地区销售毛利率是否高于发行人整体水平

报告期内，发行人向香港地区及所有地区销售收入、毛利率情况如下：

单位：万元

地区	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
香港地区	14,399.56	9.28%	22,444.51	7.04%	7,757.66	10.08%	5,013.64	10.63%
总收入	241,592.69	12.12%	383,563.00	12.21%	153,385.37	11.05%	82,708.24	12.96%

报告期内，香港地区毛利率低于发行人整体水平，主要原因系对于香港地区客户而言，由于交货地点在香港，发行人从境外采购产品后，无需进一步提供境内报关、仓储物流服务。相较于境内销售，香港地区销售提供服务内容较少，附加值也相对较低。2021年，受当期部分客户采购规模相对较大等因素影响，香港地区毛利率略有下降。

综上，发行人向香港地区销售毛利率低于发行人整体水平。

## 九、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

#### 1、针对问题一至问题八的核查程序：

（1）访谈了发行人财务负责人、销售负责人，了解了销售政策、返利政策的具体执行情况。

（2）取得并查阅了发行人与主要客户签署的销售合同，查阅与货物所有权上的主要风险和报酬转移时点相关的合同条款以了解适当的收入确认时点，查阅是否存在销售返利、折扣、折让相关条款。

（3）获取了发行人报告期内的员工清单及其紧急联络人，将其与所有企业客户实控人、个人客户进行匹配核查。

（4）获取并核查了发行人报告期内收入成本明细表，对客户销售情况（自然人、个体户客户，新增客户，香港地区客户等）进行分析。

（5）通过访谈、公开信息渠道了解了发行人报告期内前五大客户的基本情况，并向业务负责人了解了发行人与前五大客户的合作原因。

（6）通过公开信息渠道获取了同行业关于新增客户、购销重叠客户的相关信息，与发行人情况进行对比分析。

## 2、针对境外收入的核查程序：

(1) 访谈了财务负责人、境外业务负责人，了解了境外业务流程、业务主体、物流和结算等方式的具体情况。

(2) 获取并检查了境外收入对应客户的销售收入明细表。

(3) 对报告期内的境外主要客户收入金额进行访谈、函证，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境外收入金额	14,539.27	22,618.51	7,757.66	5,013.64
访谈收入金额	11,322.95	13,999.84	4,604.76	2,315.73
访谈金额比例	77.88%	61.90%	59.36%	46.19%
回函收入金额	11,680.83	15,233.65	4,957.34	2,060.87
回函金额比例	80.34%	67.35%	63.90%	41.11%
访谈、回函收入金额合计（去重后）	12,345.40	16,978.56	5,695.89	3,165.48
访谈、回函收入金额比例（去重后）	84.91%	75.06%	73.42%	63.14%

(4) 物流信息核查：①发行人和保荐机构分别聘请了容诚会计师和大华会计师的IT审计专业团队对公司IT系统中物流模块能否及时、准确反映物流记录进行审计；②对物流情况进行检查，从第三方物流公司（香港顺丰、DHL、联邦快递等）获取报告期内的物流单号，将其与公司ERP系统中的快递单号进行匹配，确认物流信息存在和完整性；③对销售运费执行实质性分析程序。报告期内，物流信息核查情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境外收入金额	14,539.27	22,618.51	7,757.66	5,013.64
物流信息核查金额	14,243.76	22,105.26	7,410.82	4,995.00
物流信息核查比例	97.97%	97.73%	95.53%	99.63%

由上表可知，未核查物流信息对应营业收入差异金额较低，占整体金额比例较低。差异的主要原因系部分订单发货选择到付，导致第三方物流公司结算单中未包括到付物流单号，但发行人ERP系统中进行了登记。

(5) 流水核查：①获取了境外销售主体云汉香港的银行流水，并追查至发行人序时账以核对金额是否有差异；②筛选金额 100 万元以上的流水，核查交易信息；③IT 审计核查公司启用银企直连功能的银行账户的及时性、准确性。

## (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、客户销售政策均系发行人结合实际情况确定或与客户协商后确定，与客户性质不存在直接联系。

2、发行人与少量客户存在返利安排；发行人与客户之间不存在经销或代理的关系。

3、报告期内，公司存在少量前员工或其控制的公司成为发行人客户的情形，占营收比重极低。

4、报告期内，自然人、个体户客户对应收入分别为 645.24 万元、626.69 万元、1,743.35 万元、**1,474.40 万元**，占总收入比例均不足 1%，具有合理性。

5、2021 年 1-6 月向富昌电子（Future Electronics）销售收入增长较快的原因主要是其下游终端客户 2020 年第四季度开始，受缺货行情影响，对于半导体器件现货需求大幅增加。发行人基于优质的上游供应链服务能力及良好的品质保障，得到了富昌电子的认可，较好地完成了其临时增加的大量现货需求，从而使得向富昌电子（Future Electronics）销售收入大幅增长。

6、报告期内，新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体不存在较大差异。

7、发行人新增交易客户、购销重叠客户情况符合行业共性。

8、2019 年向香港地区销售收入显著下降主要因为香港系电子元器件分销行业的主要集散地之一，对半导体行业景气度变化更为敏感，受 2019 年全球半导体行业景气度下降的影响相对较大。**除 2022 年上半年发行人香港地区收入集中于客户 Digi-kom 之外，其他期间**发行人向香港地区销售未集中于个别客户，发行人向香港地区销售毛利率低于发行人整体水平。

9、报告期内，发行人外销收入真实、准确、完整。

## 问题 18、关于中介机构对发行人收入的核查情况

保荐工作报告显示：

(1) 鉴于发行人客户数量众多，无法通过走访、函证、视频和电话访谈方式逐一核查，项目组通过按比例抽样和分层抽样方式选取样本执行函证、走访、视频和电话访谈程序。

(2) 项目组对报告期各期应收账款余额前 70%、销售发生额前 50%、预收账款前 50% 客户全部发函，对剩余客户采用货币单元抽样发函。

(3) 访谈程序方面，项目组结合公司业务实际情况，以客户交易规模为关注重点，抽选条件如下：①当期前 100 大客户；②报告期内当期交易规模大于 100 万元的新增客户；……⑦对当期交易规模低于 10 万元的客户进行随机抽样；以完善客户访谈清单。

(4) 通过执行相关核查程序，项目组累计函证走访的客户数量超过 2,700 家，可以合理保证公司客户对应收入的真实性。

请保荐人、申报会计师补充说明：

(1) 函证客户的具体数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例。

(2) 访谈程序中各抽选条件分别对应的客户数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例；上述访谈中实地走访和电话访谈的对应额金额和占比情况。

(3) 累计函证走访的超过 2700 家客户对应的收入金额及占发行人营业收入的比例。

(4) 函证中未回函和回函不符占总函证数量和金额的比例情况，函证和走访过程中是否识别发行人错报或其他异常情形。

(5) 结合发行人业务模式和特点，补充说明中介机构执行核查程序的针对性和有效性，核查程序中关注的主要内容，发现的异常情形及进一步的核查情况，对发行人收入真实性、准确性、完整性的核查意见。

回复：

## 一、函证客户的具体数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例

报告期内，申报会计师对发行人客户函证具体情况如下：

单位：家、万元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年	
客户总量	A	<b>38,224</b>	40,277	26,261	23,408	
营业收入	B	<b>241,592.69</b>	383,563.00	153,385.37	82,708.24	
客户 发函 情况	数量	<b>2,753</b>	2,919	3,302	2,867	
	占总客户数量比例	D=C/A	<b>7.20%</b>	7.25%	12.57%	12.25%
	金额	<b>172,095.60</b>	272,195.26	104,363.77	53,803.20	
	占营业收入比例	F=E/B	<b>71.23%</b>	70.96%	68.04%	65.05%
客户 回函 情况	数量	<b>1,822</b>	1,873	2,307	1,987	
	占发函客户数量比例	H=G/C	<b>66.18%</b>	64.17%	69.87%	69.31%
	金额	<b>118,420.79</b>	189,385.17	84,418.94	39,385.00	
	占发函金额比例	J=I/E	<b>68.81%</b>	69.58%	80.89%	73.20%
	占营业收入比例	K=I/B	<b>49.02%</b>	49.38%	55.04%	47.62%

注：回函与访谈数据截止至 2022 年 9 月 21 日，下同。

## 二、访谈程序中各抽选条件分别对应的客户数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例；上述访谈中实地走访和电话访谈的对应金额和占比情况

### （一）访谈程序中各抽选条件分别对应的客户数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例

报告期内，发行人客户数量庞大，且较为分散，因此申报会计师结合公司业务实际情况，以交易规模较大且存在特殊事项的客户作为关注重点，同时对其他客户进行随机抽样，以确定目标访谈对象，执行访谈程序。具体抽选条件如下：

抽选条件一：当期前 100 大客户。

抽选条件二：报告期内当期交易规模大于 100 万元的新增客户。

抽选条件三：存在购销重叠情形且报告各期交易规模大于 100 万元的客户。



抽选条件四：报告期各期交易规模 100 万元以上的分销商客户。

抽选条件五：交易规模大于 100 万元且同比增长幅度大于 100%的客户。

抽选条件六：剔除符合上述抽选条件的客户后，再按客户收入规模进行分层抽样；

抽选条件七：对当期交易规模低于 10 万元的客户进行随机抽样。

上述抽选条件的实际访谈情况如下：

单位：家、万元

抽选条件	2022 年 1-6 月				2021 年			
	数量	比例	访谈金额	比例	数量	比例	访谈金额	比例
条件一	88	0.23%	49,286.16	20.40%	94	0.23%	72,272.25	18.84%
条件二	11	0.03%	2,548.82	1.06%	90	0.22%	23,357.08	6.09%
条件三	21	0.05%	6,762.17	2.80%	24	0.06%	15,533.41	4.05%
条件四	87	0.23%	28,509.39	11.80%	172	0.43%	43,852.80	11.43%
条件五	103	0.27%	36,020.99	14.91%	353	0.88%	98,253.90	25.62%
条件六	2,800	7.33%	85,557.03	35.41%	2,383	5.92%	99,912.76	26.05%
条件七	343	0.90%	2,909.75	1.20%	22	0.05%	88.57	0.02%
合计数 (去重)	3,005	7.86%	152,298.49	63.04%	2,865	7.11%	236,989.08	61.79%
抽选条件	2020 年				2019 年			
	数量	比例	访谈金额	比例	数量	比例	访谈金额	比例
条件一	90	0.34%	27,410.76	17.87%	86	0.37%	14,961.25	18.09%
条件二	19	0.07%	4,561.91	2.97%	4	0.02%	969.36	1.17%
条件三	15	0.06%	5,078.99	3.31%	6	0.03%	1,441.97	1.74%
条件四	42	0.16%	8,013.46	5.22%	8	0.03%	1,156.80	1.40%
条件五	93	0.35%	19,644.09	12.81%	93	0.40%	4,323.75	5.23%
条件六	2,688	10.24%	53,528.47	34.90%	2,298	9.82%	28,645.81	34.63%
条件七	1,292	4.92%	4,706.82	3.07%	1,430	6.11%	4,388.29	5.31%
合计数 (去重)	2833	10.79%	87,514.29	57.06%	2,384	10.18%	43,607.06	52.72%

注 1：访谈家数指抽选条件中，接受访谈的客户数量；访谈金额指接受访谈客户对应的当期营业收入；数量比例指接受访谈客户数量占当期交易客户总量的比重；金额比例指接受访谈客户对应的当期营业收入占当期总收入的比重。

注 2：对 2022 年 1-6 月访谈对象的抽选条件进行了简单年化

综上，依据上述抽选条件，去重后，合计访谈 5,149 家，占发行人报告期各期销售收入的具体情况如下：

单位：万元

客户销售金额分层	2022 年 1-6 月			2021 年		
	金额	访谈金额	访谈比例	金额	访谈金额	访谈比例
10 万元（含）以下	22,516.72	33.60	0.15%	46,387.49	88.57	0.19%
10-50 万元（含）	57,270.86	23,110.04	40.35%	107,634.93	41,419.45	38.48%
50-100 万元（含）	35,652.75	25,272.42	70.88%	65,490.71	47,535.11	72.58%
100-300 万元（含）	53,584.89	40,052.71	74.75%	79,854.53	67,880.95	85.01%
300 万元以上	72,567.48	63,829.72	87.96%	84,195.35	80,065.00	95.09%
总计	241,592.69	152,298.49	63.04%	383,563.00	236,989.08	61.79%
客户销售金额分层	2020 年			2019 年		
	金额	访谈金额	访谈比例	金额	访谈金额	访谈比例
10 万元（含）以下	32,586.81	4,706.82	14.44%	25,908.62	4,388.29	16.94%
10-50 万元（含）	56,612.50	25,990.48	45.91%	31,528.43	17,116.30	54.29%
50-100 万元（含）	25,046.25	20,438.60	81.60%	10,390.20	8,906.46	85.72%
100-300 万元（含）	23,328.59	20,633.21	88.45%	9,927.02	8,431.80	84.94%
300 万元以上	15,811.23	15,745.18	99.58%	4,953.97	4,764.21	96.17%
总计	153,385.37	87,514.29	57.06%	82,708.24	43,607.06	52.72%

## （二）上述访谈中实地走访和电话访谈的对应金额和占比情况

由于发行人与客户间不存在经销/代理关系，且客户较为分散、客单价较低，部分客户对于实地走访的接受意愿较低，同时叠加疫情因素影响，实地走访受限，因此，中介机构共计采取了实地走访、视频访谈、电话访谈三种方式进行核查。报告期内，访谈程序执行情况如下：

单位：家、万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
实地走访	收入金额	46,362.49	75,500.89	37,462.95	17,299.04
	占总收入比例	19.19%	19.68%	24.42%	20.92%
	访谈家数	465	428	537	469

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
视频访谈	收入金额	<b>57,643.96</b>	94,316.19	24,514.46	12,492.19
	占总收入比例	<b>23.86%</b>	24.59%	15.98%	15.10%
	访谈家数	<b>610</b>	503	532	466
电话访谈	收入金额	<b>48,292.05</b>	67,172.01	25,536.88	13,815.82
	占总收入比例	<b>19.99%</b>	17.51%	16.65%	16.70%
	访谈家数	<b>1930</b>	1,934	1,764	1,449
合计	收入金额	<b>152,298.49</b>	<b>236,989.08</b>	<b>87,514.29</b>	<b>43,607.06</b>
	占总收入比例	<b>63.04%</b>	<b>61.79%</b>	<b>57.06%</b>	<b>52.72%</b>
	访谈家数	<b>3,005</b>	<b>2,865</b>	<b>2,833</b>	<b>2,384</b>

### 三、累计函证走访的超过 2700 家客户对应的收入金额及占发行人营业收入的比例

报告期内，申报会计师访谈和函证情况如下：

单位：家、万元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
访谈客户数量		<b>3,005</b>	2,865	2,833	2,384
回函客户数量		<b>1,822</b>	1,873	2,307	1,987
访谈、回函客户数量总计（去重后）		<b>3,547</b>	<b>3,453</b>	<b>3,592</b>	<b>3,043</b>
访谈客户销售收入		<b>152,298.49</b>	236,989.08	87,514.29	43,607.06
回函客户销售收入		<b>118,420.79</b>	189,385.17	84,418.94	39,385.00
访谈、回函收入总计（去重后）		<b>170,064.88</b>	<b>265,869.66</b>	<b>101,694.58</b>	<b>50,562.84</b>
访谈、回函收入占总收入比例（去重后）		<b>70.39%</b>	<b>69.32%</b>	<b>66.30%</b>	<b>61.13%</b>

### 四、函证中未回函和回函不符占总函证数量和金额的比例情况，函证和走访过程中是否识别发行人错报或其他异常情形

#### （一）函证中未回函和回函不符占总函证数量和金额的比例情况

申报会计师对发行人客户函证中未回函和函证不符比例统计如下：

单位：家、万元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
回函不符	数量	<b>248</b>	174	167	152

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
	占发函客户数量比例	<b>9.01%</b>	5.96%	5.06%	5.30%
	金额	<b>24,618.85</b>	26,246.15	8,866.29	3,422.58
	占发函客户收入比例	<b>14.31%</b>	9.64%	8.50%	6.36%
未回函	数量	<b>931</b>	1046	995	880
	占发函客户数量比例	<b>33.82%</b>	35.83%	30.13%	30.69%
	金额	<b>53,674.82</b>	82,810.09	19,944.82	14,418.20
	占发函客户金额比例	<b>31.19%</b>	30.42%	19.11%	26.80%

## (二) 函证和走访过程中未识别发行人错报或其他异常情形

中介机构执行函证程序过程中，存在函证数据不符及未回函的情况。其中函证不符的差异的主要原因系发行人与客户双方入账口径不同所致，由于部分客户采用发票作为采购入账依据，发行人将商品送达至指定的交货地点，经客户签收或商品妥投后确认销售收入，导致时间性差异。针对回函不符事项及未回函事项，中介机构执行替代程序，函证程序未发现发行人明显错报或其他异常情形。另外，中介机构执行访谈程序中，未发现发行人明显错报或其他异常情形。

五、结合发行人业务模式和特点，补充说明中介机构执行核查程序的针对性和有效性，核查程序中关注的主要内容，发现的异常情形及进一步的核查情况，对发行人收入真实性、准确性、完整性的核查意见

### （一）核查程序

公司以 B2B 线上商城开展电子元器件分销业务，客户群体数量较多且较为分散，主要通过顺丰速运、京东物流等第三方快递物流公司发货。针对公司业务模式和特点，中介机构进行了内控核查、访谈、函证、IT 审计、截止测试、物流核查、流水核查等程序，分别从物流（物流核查）、资金流（流水核查）、信息流（IT 审计）三个维度，对发行人收入进行核查，并对客户执行了访谈、函证等程序，验证其收入真实性、准确性和完整性。除上述程序外，中介机构还从采购循环维度出发，对发行人采购真实性进行核查，包括报关数据核查、付款核查、供应商访谈、函证等，以佐证收入的真实性。整体而言，中介机构对发行人收入核查程序较为完整，覆盖比例较高。

在收入核查程序中，除内控核查、访谈、函证、IT 审计、截止测试等一般性核查程序外，为了更好地完善对于发行人收入真实性、准确性、完整性的核查，中介机构还基于发行人的经营特征，对物流、收款两个环节执行了针对性的专项核查程序，具体情况如下：

#### 1、一般性核查程序

序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
1	内控核查	了解与收入确认相关的关键内部控制，评价其设计有效性；对收入内控关键点实行穿行测试和控制测试，以验证内部控制的有效性。	主要关注公司与收入相关的内部控制制度的有效性及公司内部控制制度是否得到有效执行。	2019-2022 年 1-6 月，累计抽取发行人 180 笔交易进行全流程穿行测试，包括采购、销售、回款等关键控制点，发行人内部控制设计合理、执行有效。
2	访谈	结合公司业务实际情况，中介机构以前百大客户、交易规模较大且存在特殊事项的客户	针对发行人下游客户较多且分散的特点，中介机构以前百大客户、交易规模较大且	依据上述抽选条件，2019-2022 年 1-6 月，中介机构合计访谈 5,149

序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
		作为关注重点,同时对其他客户进行随机抽样,以确定目标访谈对象,从而执行访谈程序。具体抽样条件见本题回复之“二、访谈程序中各抽选条件分别对应的客户数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例;上述访谈中实地走访和电话访谈的对应金额和占比情况”。	存在特殊事项的客户作为关注重点。主要关注交易客户是否真实存在以及交易的基本情况,确认发行人与客户之间交易的真实性。	家客户(去重后),对应客户收入占发行人总营业收入比例分别为52.72%、57.06%、61.79%、 <b>63.04%</b> 。
3	函证	中介机构对主要客户执行函证程序,其中函证对象为:①当期收入前50%的客户。②剩余客户按货币单元进行抽样。并且针对回函不符、未回函客户,实施替代性核查程序。	针对发行人客户数量众多,且分布较分散的特点,中介机构对交易规模较大客户的交易金额进行确认。主要关注交易客户的真实性,同时与发行人客户确认交易的金额,确认交易的真实性、准确性。	2019-2022年1-6月,中介机构累计向 <b>5,266</b> 家客户进行函证,发函客户收入占比分别为65.05%、68.04%、70.96%、 <b>71.23%</b> 。
4	IT审计	利用IT审计专家的工作,对公司交易信息系统进行核查,包括IT系统的一般控制和应用控制,同时对与财务报告相关的业务数据进行测试与分析。 ①IT专家对发行人信息系统予以专项核查,包括经营数据完整性及准确性核查、用户真实性与变动性合理性核查、用户行为核查、系统收款核查、平均用户收入核查、业务系统记录与计算虚拟钱包的充值及消费数据核查、宽带费用及占用率的核查、获客成本与获客渠道的核查等。②运用IT审计,辅助进行银行流水核查、物流信息核查。	发行人通过线上商城开展经营活动,对系统依赖程度高,因此中介机构借助IT审计对系统进行专项审计。关注系统内经营数据的完整性、准确性及业务合理性,以业务数据信息去佐证财务收入的真实性、准确性、完整性。	IT审计核查后认为,发行人在针对经营数据完整性和准确性核查中涉及的信息系统公司层面与信息系统一般控制层面的重大与关键控制方面信息系统内部控制有效;通过执行以上信息系统应用控制审计程序,对业务数据和财务数据一致性核查,用户真实性与变动合理性核查,用户行为核查,系统收款核查,平均用户收入核查,业务系统记录与计算虚拟钱包的充值、消费数据核查等IT审计程序,未发现因信息系统管理缺陷导致的财务错报的情形。
5	截止测试	对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止性测试,评价收入是否被记录于恰当的会计期间;检查期间及期后销售退货情况,识别是否存在异常或重大的期后收入冲回	发行人按合同约定或根据客户要求将商品送达至指定的交货地点,经客户签收或商品妥投后确认销售收入。中介机构主要关注订单签收时间,以验证收入确认的完	发行人收入记录于恰当的会计期间,期后无异常冲回情况。

序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
		情况。	整性、准确性。	

## 2、专项核查程序

除上述常规性程序外，中介机构基于发行人业务特点，还通过物流核查、收款流水核查两方面，对发行人收入真实性、准确性、完整性实施针对性的专项核查程序，具体情况如下：

### (1) 物流核查

报告期内，发行人主要通过顺丰速运、京东物流等第三方物流公司进行销售发货，且通过 API 接口方式获取第三方物流公司所承运货物的快递路由轨迹信息，根据路由信息自动更新 ERP 系统销售订单的签收时间等信息，是发行人收入确认的重要依据。因此，针对上述情况，中介机构通过包括物流信息核查、运费核查、IT 审计等在内的核查方式，对销售物流的真实性进行了充分核查，以进一步验证收入的真实性、准确性、完整性，具体核查情况如下：

序号	收入核查程序	核查内容及有效性
1	物流信息核查	<p>①向顺丰速运函证境内销售发货详细物流信息：顺丰速运是报告期内发行人最主要的销售发货渠道，因此中介机构为了进一步验证发行人发货物流的真实性，向顺丰速运函证了 <b>146 万</b> 笔境内顺丰物流单信息，函证信息包括物流单号、收货人、收货电话、收货地址和签收日期等具体信息，并取得顺丰速运盖章回函确认。</p> <p>②核对发行人 ERP 与对账单物流信息：中介机构获取顺丰速运、京东物流、Fedex、跨越速运等报告期内发行人主要合作的快递公司提供的对账单，匹配 ERP 系统物流单号信息，未发现明显异常。</p>
2	运费核查	<p>①向顺丰速运、京东物流、Fedex 等报告期内发行人主要合作的快递公司函证报告期内关于运费等交易内容的金额与往来余额，并对未回函事项实施检查结算单、期后付款记录等替代程序，未发现明显异常。</p> <p>②对报告期物流费用中的销售运费实施分析性程序。报告期内，发行人销售运输费占比分别为 0.62%、0.54%、0.42% 和 <b>0.42%</b>，单个发货单运费分别为 23.44 元、24.12 元、25.17 元和 <b>24.60 元</b>，基本稳定，相关波动与公司情况相匹配。</p>
3	IT 审计	发行人和保荐机构分别聘请了容诚会计师事务所和大华会计师事务所的 IT 审计专业团队，对发行人 ERP 系统获取快递路由轨迹信息流程进行测试。IT 审计随机抽取 ERP 系统销售订单同时核对物流公司官网所展示的路由轨迹、数据库存储的路由轨迹及 ERP 系统前端展示的路由轨迹，三方的路由轨迹信息完全一致。

### (2) 资金流水核查

针对发行人下游客户较分散，交易订单数量大，单笔订单交易金额较小，对应收款也较为零散的情况，中介机构对发行人收款相关资金流水进行针对性核查，以进一步验证收入的真实性、准确性、完整性，具体核查程序如下：



序号	收入核查程序	内容及有效性
1	核对银行对账单与企业银行日记账	<p>①逐笔进行金额核对：中介机构获取了发行人及其子公司的银行资金流水，并与发行人银行日记账进行逐笔金额匹配，重点关注发行人收入端收款金额是否真实完整准确，核查覆盖发行人所有销售收款账户。经核查，未见明显异常，发行人收款信息及时、准确地在企业财务系统中进行记录。</p> <p>②大额流水核查：根据重要性水平，中介机构抽取 100 万元及以上银行流水进行重点核查，核查交易金额、交易对手及交易背景，未见明显异常。</p> <p>③对发行人期后回款情况进行分析：报告期各期发行人期后回款情况良好，绝大部分的应收账款均已收回。</p>
2	IT 审计	聘请 IT 审计专业团队，对公司启用银企直连的银行账户的入账的及时性、准确性进行测试，IT 审计核实验证了发行人银企直连接口与第三方银行收款数据的一致性。

## （二）核查意见

经核查，发行人申报会计师认为发行人报告期内销售收入具备真实性、准确性、完整性。

### 问题 19、关于 IT 审计

申请文件显示：

（1）发行人根据经营管理需要，已建立业务财务信息化管理体系。买家通过前端（网站、app、M 站）下单后，订单通过系统接口自动推送至 ERP 系统，云汉芯城根据流转至 ERP 系统中的订单信息在系统中进行销售、采购、物流、财务等环节的操作。

（2）发行人财务核算管理统一使用外购的用友 U8 系统，2021 年 6 月以前用友 U8 系统尚未与其他系统建立财务核算自动化数据传输接口，财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理。2021 年 6 月起财务核算系统正式上线并投入使用，ERP 系统记录的公司销售收款与采购付款原始订单明细数据，通过接口同步至财务核算系统，由财务人员进行分析和处理后，生成财务凭证，并在每月末通过系统接口将凭证数据自动传输至用友 U8 系统。

（3）发行人设置了“芯付通”账户，客户为“芯付通”账户充值后，可以用于支付订单费用，客户也可以对“芯付通”账户余额申请提现。

请发行人：

(1) 补充说明发行人系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式，发行人信息系统各功能或模块与发行人业务各环节的对应情况。

(2) 补充说明“芯付通”“银企直连”的具体含义，发行人财务收款记录与银行转账、第三方支付之间数据的匹配情况。

(3) 按照《首发业务若干问题解答》（以下简称《首发问答》）问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容，逐一予以说明。

(4) 补充说明“财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理”的具体流程，在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性，与之相关的内控措施。

(5) 补充说明在业务系统和财务系统未实现自动化数据传输之前，业务系统和财务系统数据的匹配情况，通过人工处理的可行性，发行人与之相关的内控措施；实现自动化数据传输后的数据匹配情况；IT 审计对此核查结论，业务数据是否被人工修改，财务数据是否业务数据匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式，发行人信息系统各功能或模块与发行人业务各环节的对应情况

发行人主要系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式，与发行人业务各环节的对应情况如下：

序号	系统名称	开发人	基本架构	主要功能	应用方式	与业务环节对应情况
1	线上商城	云汉芯城、云汉软件	B/S(浏览器/服务器)	面向客户的在线下单系统，可实现商品检索、信息查询、登陆注册、下单、支付、在线沟通、会员中心（订单管理）	私有云部署	销售环节
2	ERP 系统	云汉芯城、云汉软件	B/S(浏览器/服务器)	ERP 系统主要功能包括： (1) 线上商城（前端）运营管理：包含功能模块设置、内容管理、商品管理等； (2) 与业务运营相关子系统： ①销售系统：订单处理、客户资源管理、收款/开票管理、售后服务、统计	私有云部署	业务全流程，包括销售、采购、仓储物流等

序号	系统名称	开发人	基本架构	主要功能	应用方式	与业务环节对应情况
				报表等； ②采购系统：采购单处理、供应商管理、款项票据管理、采购售后管理、统计报表等； ③仓储\物流\品质系统：收货管理、入库管理、品质管理、出库管理、发货管理、库存管理、盘点管理、关务管理、快递管理、条码管理、统计报表等； （3）与财务管理相关子系统：业务收付款、银企直连、税企直连、发票管理等； （4）系统设置管理：组织架构管理、权限管理、日志管理、系统运营参数配置等。		
3	财务核算系统	上海通软信息科技有限公司、云汉芯城、云汉软件	B/S(浏览器/服务器)	财务数据核算与分析功能：包括获取ERP系统中关于销售、采购（收入成本）、内部交易、库存管理（收发存）、收付款管理等相关的业务数据，对应生成财务核算单据，并形成相关会计分录传送到用友 U8 财务软件生成财务凭证。	私有云部署	销售、采购、内部交易、库存管理、收付款管理相关财务核算
4	用友 U8 系统	用友网络科技股份有限公司	C/S(客户端/服务器)	财务账表记录与总账管理，财务报表管理等	本地化部署	账务处理

## 二、补充说明“芯付通”“银企直连”的具体含义，发行人财务收款记录与银行转账、第三方支付之间数据的匹配情况

### 1、“芯付通”具体含义

“芯付通”系公司为用户设置的账户功能名称，即该用户在公司线上商城的账户余额，用户可在“芯付通”上进行充值（系公司对该用户的预收款项），并用于后续订单支付，主要目的系为了方便部分用户进行消费。报告期各期，通过“芯付通”充值、消费的情况如下：

单位：万元

时间	期初金额	充值	订单结算	提现	期末余额
	①	②	③	④	⑤=①+②-③-④
2019年	74.50	603.46	610.67	30.16	37.14
2020年	37.14	1,475.15	1,444.04	24.51	43.74

时间	期初金额	充值	订单结算	提现	期末余额
	①	②	③	④	⑤=①+②-③-④
2021 年	43.74	1,082.20	1,011.25	77.29	37.40
<b>2022 年 1-6 月</b>	<b>37.40</b>	<b>0.46</b>	<b>3.54</b>	<b>0.96</b>	<b>33.36</b>

从上表可知，报告期各期末，公司“芯付通”账户余额较小，各期充值金额与结算、提现金额相当。2022 年初，公司关闭了“芯付通”充值功能，当期“芯付通”充值、结算规模显著下降。

## 2、“银企直连”具体含义

“银企直连”系商业银行开发的、可实现公司 ERP 系统中资金管理系统与该银行网银系统联接功能的服务，能够实时向公司 ERP 系统传输公司在该银行开立账户的资金变动信息。报告期内，与公司开展“银企直连”或类似业务的商业银行包括中国银行（“银企对接”）、北京银行、交通银行（“银企直联”）、汇丰银行（“HSBC Connect”）、招商银行等。

## 3、发行人财务收款记录与银行转账、第三方支付之间数据的匹配情况

### （1）发行人财务收款记录与银行转账的匹配情况

目前，客户通过银行转账向公司支付货款后，银行能够实时向公司 ERP 系统传输公司在该银行开立账户的收款信息。该收款信息进入系统后，公司 ERP 系统会将其与根据订单生成的收款申请单进行匹配，匹配字段为收款信息中付款人名称、金额与收款申请单中客户名称、收款金额，匹配成功后系统自动生成收款单。与此同时，财务人员保持对收款单中的收款信息与公司账户的银行流水进行经常性人工复核，确保财务收款的准确性与完整性。

### （2）发行人财务收款记录与第三方支付的匹配情况

公司 ERP 系统通过接口连接方式，直接与支付宝、微信支付等第三方支付方式相连。若客户支付订单款项选择使用支付宝或微信支付进行支付，支付宝和微信支付将通过接口自动匹配相应的订单收款码。该收款码带有订单、会员账号等信息，客户扫码付款后，支付宝和微信支付将推送实际收款流水至发行人 ERP 系统；ERP 系统收到三方平台推送的流水信息后，会自动生成收款单，完成订单

收款。由于三方平台收款的流水信息中已包含订单号、客户 ID 等关键信息，因此该操作完全由系统自动匹配，不涉及人工收款。为进一步保证财务收款记录的准确与完整，财务人员定期会导出三方平台流水与企业 ERP 系统生成的收款单进项复核校对。

**三、按照《首发业务若干问题解答》（以下简称《首发问答》）问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容，逐一予以说明**

根据《首发业务若干问题解答》（以下简称《首发问答》）问题 53 的有关规定，保荐人、申报会计师 IT 审计团队、保荐人聘请的大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大华所”）已获取发行人报告期内所应用的信息系统情况，包括系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式、各层级数据浏览或修改权限等，取得了核查信息系统数据的足够权限，申报会计师、大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》。结合上述报告，基于《首发问答》问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容，逐一说明情况如下：

序号	要求	主要程序	主要结论
1	经营数据的完整性和准确性，是否存在被篡改的风险，与财务数据是否一致	1、对制度建设与 IT 战略规划、IT 组织架构、角色与职责管理、保密信息管理以及系统风险评估等执行公司层面信息技术控制（ITELC）。	公司层面信息技术控制（ITELC）重大与关键控制方面信息系统内部控制有效。
		2、对系统开发变更管理、信息安全管理、账号与权限管理、运维管理、备份与测试以及机房管理等执行信息系统一般控制测试（ITGC）。	信息系统一般控制测试（ITGC）重大与关键控制方面信息系统内部控制有效。
		3、了解并评估核查 ERP 系统功能是否满足业务需求，检查 ERP 系统后台及数据库是否完整、准确记录交易信息，抽样测试公司产品生产成本核算控制有效性。	系统信息技术应用控制（ITAC）重大与关键控制方面信息系统内部控制有效。
		4、测试并验证：①ERP 系统、财务核算系统、用友 U8 系统间接口控制有效性和；②金融机构直连接口与第三方金融机构收款数据的一致性	①针对 ERP 系统、财务核算系统与用友 U8 系统间接口数据传输，未发现明显差异或异常。 ②公司 ERP 通过自动接口接收的收款信息与第三方金融机构/支付渠道对账单存在极少量差异，系银行自动接口暂时性中断等特殊原因导致。经核对补录明细，ERP 系统收款金额与第三方金融机构/支付渠道对账单金额不存在明显差异。
	/	业务系统能够较为完整、准确记录经营数据，财务数据与业务数据不存在明显差异。	
2	用户真实性与变动合理性，系统数据与第三方统计平台数据是否一致	对报告期内反映公司用户真实性与变动合理性的关键指标进行核查，与第三方统计平台数据对比，具体包括： （1）新增用户数据：①按小时、按一周七天的注册用户数量②注册 IP 对应的地区与百度指数人群画像对比； （2）留存用户数据：用户最后登录时间与注册时间的间隔天数对比； （3）用户访问数据：按小时、按一周七天统计的页面浏览量等。针对上述指标，对报告期内的数据进行合理性分析。	新增用户数据、留存用户数据、用户访问数据等较为合理，与公司业务模式及特征基本相符，系统数据与第三方数据趋势基本一致，未发现明显的异常或偏离。
3	用户行为核查	对报告期内用户行为的合理性的关键指标进行核查，分析其合理性，具体包括： （1）登录行为：包括登录时段、登录 IP 地区、登录频率、页面访问量（PV）、搜索量、下单量等；	用户登录行为、充值行为、消费行为、物流行为、收货行为等核心用户行为与公司业务模式及特征基本相符，未发现明显异常或偏离。

序号	要求	主要程序	主要结论
		<p>(2) 充值行为：包括充值时段、充值集中度、充值频率、充值金额分层等；</p> <p>(3) 消费行为：包括下单时段、下单 IP 地区、下单频率、复购率等；</p> <p>(4) 物流行为：包括发货时段、下单到发货间隔、发货到签收间隔等；</p> <p>(5) 收货行为：包括收货地区与销售收入、收货地区与下单 IP、退换货、退款情况等。</p>	
4	系统收款或交易金额与第三方支付渠道交易金额是否一致，是否存在自充值或刷单情况	<p>对报告期内收款行为、自充值和刷单行为进行核查，分析其合理性，具体包括：</p> <p>(1) 收款行为：包括收款时段、收款时长、第三方支付 IP 等</p> <p>(2) 自充值和刷单行为：包括自充值测试、刷单测试</p>	收款行为与公司业务模式及特征基本相符，未发现异常自充值或者刷单的情况。
5	平均用户收入、平均付费用户收入等数值的变动趋势是否合理	<p>对报告期内平均用户收入进行核查，并分析其合理性，具体包括：</p> <p>(1) 用户下单集中度；</p> <p>(2) 用户平均下单金额。</p>	平均用户收入方面的统计指标与公司业务模式及特征基本相符，未发现明显的异常或偏离。
6	业务系统记录与计算虚拟钱包（如有）的充值、消费数据是否准确	对报告期内用户账户充值与支付行为重新计算账户余额，通过重新执行程序验证公司 ERP 系统账户余额计算逻辑的准确性。	针对审计期间用户账户余额平衡测试，未发现明显异常；未发现业务系统记录与计算虚拟钱包的充值、消费数据存在明显异常或偏离。
7	互联网数据中心（IDC）或带宽费用的核查情况，与访问量是否匹配	IDC 带宽为固定带宽，相关费用为每月固定的托管租赁费用，费用金额与业务规模关联性较低，因此该核查点不予分析。	
8	获客成本、获客渠道是否合理，变动是否存在异常	公司主要以自建自营 B2B 网站开展业务，主要客户为企业用户，推广费较少，因此该核查点不予分析。	

四、补充说明“财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理”的具体流程，在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性，与之相关的内控措施

(一) 补充说明“财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理”的具体流程

2021 年 6 月前，在财务核算系统尚未正式上线时，公司财务人员主要从 ERP 系统中导出收入统计报表（即“收入成本核算表”），并通过人工在电子表格软件中处理后，再导入用友 U8 系统中进行账务处理，具体流程情况如下：

### 1、从 ERP 系统导出收入成本核算表

收入成本核算表系公司进行收入、成本账务处理的基础数据源，该表格主要基于 ERP 系统中销售、采购、物流等模块生成，相关数据生成逻辑如下：

(1) **销售订单信息：**公司运用 ERP 系统对订单实现全流程管理，因此，在 ERP 系统导出的收入成本核算表中，包含当期已由客户签收/商品已妥投的销售订单信息。相关信息按照销售订单编号排列，包括了该笔订单的下单时间、公司内部销售主体、客户名称、产品型号、具体数量、销售价格（原币）、发货单号、发货时间、发货单号、签收时间、付款状态等信息；

(2) **采购订单信息：**公司 ERP 系统能够实现销售订单与对应采购订单的匹配，在收入成本核算表中，每一笔销售订单均能够对应具体采购订单，按照“销售订单号+型号+采购单号+型号入库条码”等作为维度进行展示。在采购订单中，包括了该笔采购的订单生成时间、公司内部采购主体、供应商名称、产品入库时间、产品型号、具体数量、采购价格（原币）等信息。

在 2021 年 6 月前，由于作为 ERP 系统与用友 U8 系统数据“对接桥梁”的财务核算系统尚未上线，因此，为了利用 ERP 系统中的相关销售、采购信息进行账务处理，需要财务人员每月定期从 ERP 系统导出收入成本核算表，并以此为基础进行下一步账务处理。



## 2、人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理

当导出收入成本核算表后，财务人员主要利用电子表格软件对其进行处理，处理内容主要如下：

**(1) 销售收入明细整理：**财务人员在收入成本核算表中筛选出当期已签收/商品已妥投的销售订单明细，并根据不同交易主体所适用的不同税率和当月期初汇率，将含税订单金额按照公式批量计算为相应销售订单的收入金额；

**(2) 销售成本明细整理：**财务人员根据期初库存数量、金额及本期采购入库数量、金额，按照“采购订单+型号”维度，同时考虑相关汇率影响，计算出本期该物料发出和结存的加权平均单位成本，并将该单位成本批量匹配至收入成本核算表中，计算销售订单对应的物料成本金额。

随后，财务人员会将上述处理完成后的数据、按照用友 U8 凭证模版格式导入用友 U8 系统中，即生成相应会计凭证。

**(二) 在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性，与之相关的内控措施**

**1、在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性**

如本小题第（一）问中所述，在财务核算系统尚未上线时，财务人员主要基于 ERP 系统导出的收入成本核算表进行筛选、汇总等处理后，导入用友 U8 系统进行账务处理。从上文可知，财务人员人工在电子表格软件中处理的主要目的在于将 ERP 系统导出的销售、采购业务数据转化用友 U8 能够处理的收入、成本核算格式数据，相关操作仅对收入成本核算表中相关数据进行筛选、汇总与整理，并未修改基础数据。报告期内，发行人 ERP 系统已基本覆盖业务主要流程，因此，尽管发行人客户高度分散，订单多且金额较小，但 ERP 系统能够准确对相关数据进行实时记录，财务人员在 ERP 系统数据基础上进行筛选、汇总和整理的相关工作量相对较小，通过人工处理具有可行性。

为了进一步提升公司会计处理的自动化水平，公司同上海通软信息科技有限公司共同开发能够较好适应公司运营特点的财务核算系统，并于 2021 年 6 月份

正式上线，打通 ERP 系统数据与用友 U8 间数据传输。该系统通过接口每日凌晨将 ERP 业务数据同步至财务核算系统，财务人员月末向该平台下发指令，由该平台进行自动表单处理，并通过系统接口将表单数据自动传输至用友 U8 系统，由 U8 系统自动生成会计凭证，该系统降低了人工处理成本，一定程度上节省财务人员工作量。

## 2、公司针对该事项与之相关的内控措施

在财务核算系统上线前，对于从 ERP 系统导出收入成本核算表后进行筛选、汇总与整理，公司执行了相应的内控措施，用以保证相关会计处理准确性，具体如下：

**(1) 销售签收数据核对：**每月末，财务经理从 ERP 系统中物流管理模块导出销售订单物流已经客户签收/商品已妥投的记录，并与用友 U8 本期收入明细进行核对，复核相关销售数据的准确性；

**(2) 采购入库数据核对：**每月末，财务经理从 ERP 系统中库存管理模块导出入库统计报表，并与用友 U8 期末当期采购数据进行核对，复核相关采购数据的准确性；

**(3) 成本数据核对：**每月末，财务经理针对从 ERP 系统中导出的收入成本核算表中筛选已经客户签收/商品已妥投的订单，并与当期采购运费、关税、存货减值等汇总后，再与用友 U8 当期成本进行核对，复核相关成本数据的准确性。

通过财务经理月末对 ERP 系统中销售、采购数据与用友 U8 数据的收入、成本数据进行的核对，以及公司仓管人员每月均对存货进行盘点等内控措施，保证了用友 U8 中财务数据的准确性和与 ERP 业务数据的匹配性。

五、补充说明在业务系统和财务系统未实现自动化数据传输之前，业务系统和财务系统数据的匹配情况，通过人工处理的可行性，发行人与之相关的内控措施；实现自动化数据传输后的数据匹配情况；IT 审计对此核查结论，业务数据是否被人工修改，财务数据是否业务数据匹配

（一）在业务系统和财务系统未实现自动化数据传输之前，业务系统和财务系统数据的匹配情况

公司于 2021 年 6 月上线财务核算系统，实现业务系统（ERP）和财务系统（财务核算系统、用友 U8 系统）自动化数据传输。2021 年 6 月前，各期业务数据与财务系统情况匹配情况如下：

### 1、收入数据匹配情况

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年
ERP系统收入数据A	159,869.93	153,458.23	82,696.38
U8系统收入数据B	159,940.69	153,385.37	82,708.24
<b>差异（A-B）</b>	<b>-70.76</b>	<b>72.86</b>	<b>-11.86</b>

ERP 系统确认收入系销售收入调整退货、折扣及附加费后结果，与 U8 系统收入进行核对，差异金额较小。差异主要系计算过程中汇率、税率等因素影响所致。

### 2、成本数据匹配情况

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年
ERP系统成本数据A	140,484.93	136,536.04	72,071.23
U8系统成本数据B	140,782.35	136,439.99	71,990.68
<b>差异A-B</b>	<b>-297.43</b>	<b>96.05</b>	<b>80.56</b>

ERP 系统成本数据系货物成本调整销售退货成本、采购折扣及附加费、采购手续费、关税及代理费用、运费、存货跌价准备、存货耗损后结果，与 U8 系统成本进行核对，差异金额较小，主要系计算过程中汇率、税率等因素影响所致。

### 3、采购数据的匹配情况

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年
ERP采购数据A	144,198.53	138,740.48	72,061.13
U8采购数据B	144,103.60	138,770.03	72,028.57
<b>差异A-B</b>	<b>94.93</b>	<b>-29.55</b>	<b>32.55</b>

ERP 系统采购数据系采购金额调整采购退货、采购折扣及附加费、采购手续费后结果，与 U8 系统采购数据进行核对，差异金额较小，主要系计算过程中汇率、税率等因素影响所致。

#### (二) 通过人工处理的可行性，发行人与之相关的内控措施

关于人工处理的可行性，发行人与之相关的内控措施具体请参见本题之“四、（二）在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性，与之相关的内控措施” 的回复。

#### (三) 实现自动化数据传输后的数据匹配情况

实现自动化数据传输后，财务核算系统通过接口每日凌晨将 ERP 业务数据同步至财务核算系统，财务人员月末向该系统下发指令，由该系统进行自动表单处理，并通过系统接口将表单数据自动传输至用友 U8 系统，由 U8 系统自动生成会计凭证。因此，在实现自动化传输后，财务核算系统数据直接从 ERP 系统取数，并传输至 U8 系统，相关数据匹配。

#### (四) IT 审计对此核查结论，业务数据是否被人工修改，财务数据是否业务数据匹配

IT 审计，包括申报会计师 IT 审计团队及保荐人聘请的大华所，分别对业务数据、财务数据的匹配性执行了核查程序，并出具相应核查结论，具体情况如下：

中介机构	核查程序	核查结论
申报会计师	(1) 检查 ERP 系统后台报表生成代码； (2) 从系统后台数据库导出报表相关原始数据，并根据核算逻辑重新执行生成收入成本核算报表进行核对； (3) 检查数据接口的后台程序及逻辑接口； (4) 针对 ERP 系统数据库及财务核算	(1) 经检查 ERP 系统后台报表生成代码，成本核算表数据归集及逻辑加工语句符合报表核算逻辑； (2) 我们从系统后台数据库导出报表相关原始数据，并根据核算逻辑重新执行生成收入成本核算报表，重新执行结果与报表展示数据核对基本一致；

中介机构	核查程序	核查结论
	系统数据库，执行了样本月份销售数据及采购数据核对； （5）财务核算系统上导出样本月份的财务数据，经过汇总统计，与用友系统上导出的系统自动生成的凭证数据进行核对	（3）经检查数据接口的后台程序及逻辑接口，接口设置符合公司数据处理需求； （4）我们在 ERP 系统数据库及财务核算系统数据库，执行了样本月份的销售数据及采购数据的核对，所得结果完全一致； （5）从财务核算系统上导出样本月份的财务数据，经过汇总统计，与用友系统上导出的系统自动生成的凭证数据进行核对，双方金额一致。
大华所	（1）根据接口控制逻辑，从 ERP 系统中获取样本月份销售收款与采购付款订单明细数据； （2）从财务核算系统中获取样本月份销售收款与采购付款订单数据； （3）从用友 U8 系统中获取样本月份销售收款与采购付款凭证数据； （4）测试并验证 ERP 系统、财务核算系统与用友 U8 系统之间销售收款和采购付款数据一致性。	针对上述 ERP 系统、财务核算系统与用友 U8 系统销售收款和采购付款数据一致性的核对，本所信息系统审计师（ITA）未发现明显差异或异常。 总体结论：基于上述测试，针对 ERP 系统、财务核算系统与用友 U8 系统间接口数据传输，ITA 未发现明显差异或异常。

综上，IT 审计对业务系统和财务系统匹配性进行核查并发表相应结论，业务数据未经人工修改，财务数据与业务数据匹配。

## 六、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

申报会计师执行了以下核查程序：

1、对发行人相关人员访谈，了解发行人主要信息系统“芯付通”、“银企直连”等的情况，了解在财务核算系统尚未正式上线前相关人工处理具体流程和相关内部控制措施。

2、获取开通银企直连功能的银行账户及第三方支付流水的对账单明细，与企业 ERP 系统导出的收款单明细，并对各期总收款金额进行匹配、核对。

3、复核在业务系统和财务系统未实现自动化数据传输之前，收入、成本、采购数据的准确性。

4、申报会计师 IT 审计团队、保荐人聘请的大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》，针对问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”

的内容进行逐项核查。

5、获取 IT 审计师出具的报告，了解对于《首发业务若干问题解答》（以下简称《首发问答》）问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的核查内容，了解 IT 审计对于业务系统、财务系统一致性的核查内容。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人主要系统包括线上商城、ERP 系统、财务核算系统、用友 U8 系统等。

2、“芯付通”系公司为用户设置的账户功能名称，“银企直连”系商业银行开发的、可实现公司 ERP 系统中资金管理系统与该银行网银系统联接功能的服务，发行人财务收款记录与银行转账、第三方支付之间的数据具有匹配性。

3、申报会计师、大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》，并结合上述报告，基于《首发问答》问题 53 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容进行了逐一说明。

4、在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，“财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在电子表格软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理”具有可行性，并拥有相关的内部控制措施。

5、在业务系统和财务系统未实现自动化数据传输之前，业务系统和财务系统数据匹配；人工处理具有可行性，发行人拥有相关的内部控制措施；实现自动化数据传输后的数据匹配；IT 审计对此进行核查并出具相应结论，业务数据未被人工修改，财务数据与业务数据匹配。

## 问题 20、关于营业成本

申请文件显示，报告期各期，发行人的营业成本分别为 79,775.21 万元、71,990.68 万元、136,439.99 万元和 336,919.14 万元，营业成本的变动基本与营业收入的变动相匹配，其中，各期主营业务成本占营业成本比例均在 99%以上，主要为电子元器件的采购成本等。在主营业务成本中，电子元器件 B2B 销售业务

占比较高，各期比重均超过或接近 99%。

请发行人补充说明：

(1) 营业成本的结转方法，在发行人 2021 年 6 月前业务数据和财务数据未自动化传输，需靠人工将业务交易数据转换为财务数据的情况下，是否可通过人为操控成本在存货和营业成本之间的分摊情况，发行人营业成本的准确性。

(2) 主要产品的单位营业成本和采购单价之间的差异情况，若差异较大，请说明原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、营业成本的结转方法，在发行人 2021 年 6 月前业务数据和财务数据未自动化传输，需靠人工将业务交易数据转换为财务数据的情况下，是否可通过人为操控成本在存货和营业成本之间的分摊情况，发行人营业成本的准确性

#### (一) 营业成本的结转方法

公司结转营业成本主要包括电子元器件采购成本、销售运费等，其中，电子元器件采购成本系根据“采购订单+型号”作为单个产品项目归集，并以加权平均法计价。月末，公司根据“采购订单+型号”维度的单个产品项目的期初结存数量金额与本期采购入库数量金额加权平均计算得出存货出库单价，再根据对外实现的销售数量结转当月电子元器件的采购成本。销售运费等成本要素在发生时直接计入营业成本。

(二) 在发行人 2021 年 6 月前业务数据和财务数据未自动化传输，需靠人工将业务交易数据转换为财务数据的情况下，是否可通过人为操控成本在存货和营业成本之间的分摊情况，发行人营业成本的准确性

如“问题 19、关于 IT 审计”之“四、补充说明“财务人员从 ERP 系统获取收入统计报表后人工在 Excel 软件中处理生成会计凭证后导入用友 U8 系统中进行账务处理”的具体流程，在发行人客户高度分散，订单多且金额较小的情况下，上述人工处理的可行性，与之相关的内控措施”中的相关回复，在 2021 年 6 月前，由于作为 ERP 系统与用友 U8 系统数据“对接桥梁”的财务核算系统尚未上

线，因此，为了利用 ERP 系统中的相关销售、采购信息进行账务处理，需要财务人员每月定期从 ERP 系统导出收入成本核算表，并以此为基础进行下一步账务处理。

在上述操作中，财务人员人工通过电子表格软件中相关处理的主要目的在于将 ERP 系统导出的销售、采购业务数据转化用友 U8 能够处理的收入、成本核算格式数据，相关操作仅对收入成本核算表中相关数据进行筛选、汇总与整理，并未修改基础数据。具体到营业成本，其数据来源为 ERP 系统导出的“收入成本核算表”，并根据期初库存和本期采购入库的数量、金额，按照“采购订单+型号”维度，计算出其各“采购订单+型号”维度的物料本期加权平均单位成本。随后，根据销售订单中具体销售已经客户签收/商品已妥投的产品所对应的出库成本，准确进行销售成本结转。

报告期内，公司未调整过上述成本归集和结转原则。各月末，公司财务部门对 ERP 系统中导出的收入成本核算表中筛选出的已经客户签收/商品已妥投的订单，与当期采购运费、关税、存货跌价等金额汇总后，再与用友 U8 当期成本进行复核，保证成本核算准确性，并每月针对各期采购入库数据进行了数据复核，同时，公司仓管人员每月进行盘点，保证 ERP 系统中出入库数据准确性。通过执行上述措施，避免通过人为操控成本在存货和营业成本之间的分摊情况出现，保证公司出入库数据的准确、完整，从而确保发行人的营业成本核算准确。

## 二、主要产品的单位营业成本和采购单价之间的差异情况，若差异较大，请说明原因

报告期内，公司主要产品的单位营业成本和采购单价对比分析如下：

单位：元

产品类别	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异
半导体器件	1.64	1.63	0.01	1.49	1.48	0.01	1.45	1.48	-0.03	1.29	1.31	-0.02
其中：模拟芯片	4.60	4.57	0.03	3.75	3.76	-0.01	3.42	3.35	0.07	3.81	3.72	0.09
数字芯片	3.28	3.35	-0.07	3.62	3.56	0.06	3.08	3.08	0.01	3.47	3.42	0.05
分立器件	0.58	0.58	-	0.44	0.45	-0.01	0.42	0.43	-0.01	0.43	0.44	-0.01



产品类别	2022年1-6月			2021年			2020年			2019年		
	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异
被动器件	0.11	0.14	-0.03	0.10	0.09	0.01	0.11	0.11	-0.00	0.14	0.10	0.04
其中：电容	0.13	0.18	-0.05	0.13	0.10	0.03	0.12	0.12	-	0.11	0.11	-
连接器	0.92	0.83	0.09	0.93	0.88	0.05	1.05	1.04	0.01	1.30	1.28	0.02

注1：单位成本包含商品采购成本、销售运费等。

注2：采购单价指的是该类产品对应采购金额除以采购数量。

由上表可知，由于单位营业成本包含了销售运费等成本要素，导致报告期内公司主要产品的单位成本和采购单价之间存在差异，但差异金额较小。

### 三、申报会计师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

针对公司营业成本真实性、准确性的核查程序如下：

1、对公司管理层进行访谈，了解公司成本核算相关的会计政策、核算方法和核算流程，评估公司成本核算是否符合会计准则要求。

2、查看发行人收入成本明细表，复核不同类型产品的营业成本构成情况。

3、获取并检查公司与主要供应商的交易合同，关注合同中有关定价、结算等的约定，分析是否与实际交易情况相符。

4、对主要供应商进行访谈，了解合作背景、交易内容、结算方式、关联关系等交易情况，分析交易行为是否具有商业实质。

5、对报告期各期发生的采购交易额及各期末往来款余额实施函证，核实与主要供应商的交易情况。

6、对发函未回函供应商执行替代程序，检查采购发票、银行付款记录等支持性文件，核查采购成本的真实性、准确性。

7、检查发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管的银行流水，核实是否存在关联方为公司代垫成本费用情形，确认成本费用的完整性。

8、执行截止性测试，确认相关成本记录于正确的会计期间。

9、获取了ERP系统中的收入成本核算表，与U8系统中的成本数据进行核

对匹配，差异金额较小，主要系计算过程中汇率、税率等因素影响所致。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、公司 2021 年 6 月前未通过人为操控成本在存货和营业成本之间的分摊情况，从而影响营业成本的准确性。

2、发行人主要产品的单位营业成本和采购单价之间的差异小。

### 问题 21、关于采购和供应商

申请文件显示：

（1）在传统电子元器件流通领域，根据是否取得原厂授权，分销商通常可分为授权分销商、独立分销商（通常也称为“贸易商”）。

（2）发行人供应商可以分为数据供应商和询价供应商，来自数据供应商渠道产生的收入占比报告期分别为 83.01%、79.27%、91.39%和 91.82%。

（3）发行人向前五大供应商采购金额合计占总采购额的比例约为 40%至 50%，前五大供应商注册地址主要在境外。

（4）根据电子元器件行业权威咨询机构——国际电子商情发布的“2020 年中国电子元器件分销商 TOP35 营收排名”，公司排名从 2019 年的 34 位上升至 2020 年的 23 位。

请发行人：

（1）补充说明发行人供应商数量、平均采购额情况；发行人各期新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况，发行人是否拥有稳定的供应商渠道。

（2）补充说明发行人是否系个别品牌的授权分销商，发行人供应商中原厂、代理商的数量、对应采购金额及占比情况。

（3）补充说明来自数据供应商占收入比重增加的原因，是否系新增的数据供应商导致发行人收入增加。

（4）补充说明供应商中境内、境外分别对应的数量、采购金额和占比情况，发行人是否以向境外供应商采购为主。

(5) 结合“2020年中国电子元器件分销商TOP35营收排名”的内容，补充说明发行人向榜单内企业采购金额、销售收入金额及其占比情况；若占比较大，请补充说明是否存在与上述国内主要竞争对手终止合作的风险。

(6) 补充说明发行人向供应商采购是否存在返利或其他利益安排，相关的会计处理及对发行人的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对发行人从境外供应商采购活动的核查过程及结论。

回复：

一、补充说明发行人供应商数量、平均采购额情况；发行人各期新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况，发行人是否拥有稳定的供应商渠道。

#### (一) 补充说明发行人供应商数量、平均采购额情况

报告期内，发行人供应商数量及采购情况如下：

单位：万元，家

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
采购总金额	211,672.69	346,921.13	138,757.01	71,860.07
供应商数量	1,343	1,285	1,071	1,251
单个供应商平均采购金额	157.61	269.98	129.56	57.44

报告期内，发行人供应商数量分别为1,251家、1,071家、1,285家、**1,343家**，整体较为稳定。在单个供应商平均采购金额方面，报告期内分别为57.44万元、129.56万元、269.98万元、**157.61万元**。2020年，在销售规模快速增长背景下，公司也不断优化、完善供应渠道，对合作供应商进行动态调整，导致供应商数量有所减少，单个供应商平均采购金额出现较大幅度增长。2021年以后，公司销售规模继续快速增长，推动单个供应商平均采购金额进一步增加。

(二) 发行人各期新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况，发行人是否拥有稳定的供应商渠道

#### 1、发行人各期新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况

报告期内，发行人新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况如下：

单位：万元，家

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
当期新增供应商	数量	483	585	307	521
	金额	14,631.21	14,875.57	7,101.29	5,138.30
	金额占比	6.91%	4.29%	5.12%	7.15%
	平均单个供应商金额	30.29	25.43	23.13	9.86
当期退出供应商	数量	425	371	487	376
	金额	6,061.96	3,965.62	2,218.93	3,406.48
	金额占比	1.75%	2.86%	3.09%	4.27%
	平均单个供应商金额	14.26	10.69	4.56	9.06

注：当期退出供应商金额指上一年度采购金额，金额占比指上一年度采购金额占上一年度总采购金额比重。

从上表可知，报告期内，发行人向新增、退出供应商的采购金额占总采购金额比重较低，对整体采购规模影响较小：2019年-2021年，新增供应商对应采购金额占整体采购金额比重逐年下降，2022年，随着公司高效数字化质检能力不断增强，公司强化了与部分新增供应商的合作深度，新增供应商采购金额比重略有上升，具体分别为7.15%、5.12%、4.29%、6.91%，退出供应商对应采购金额占前一年总采购金额基本稳定，整体呈现下降趋势，分别为4.27%、3.09%、2.86%、1.75%，单个新增供应商和退出供应商的采购规模（上一年度）较小。

## 2、发行人是否拥有稳定的供应商渠道

从新增、退出供应商上看，新增、退出供应商对发行人采购影响较低：报告期各期，新增供应商采购占比均低于10%，其中，2021年新增供应商采购占比低于5%，与此同时，各期退出供应商采购（上一年度）占比均低于5%。报告期内，公司交易供应商出现小幅度调整的主要原因系：为保证下游客户的产品质量和用户体验，公司会根据供应商产品线特点、现货库存规模、渠道可追溯性、信息化管理能力等因素，动态调整开展合作的供应商。通过不断优化完善自身供应渠道，公司可以将主要的采购订单集中于长期合作的优质供应商，提升双方合作关系的紧密度，从而获取其对公司更好的支持，并最终回馈客户。

从主要供应商看，报告期内，公司的前五大供应商基本稳定，均为全球知名授权代理商或原厂，包括德州仪器(TI)、艾睿(Arrow)、罗彻斯特电子(Rochester)、

TTI、得捷电子（Digi-Key）、安富利（Avnet）、富昌电子（Future Electronics）等，公司与上述公司合作多年，主要面向电子元器件中小批量现货需求，在业内享有较高知名度，拥有较为丰富的客户资源，具备较强的下游需求汇集能力，大幅降低了上述厂商直接开发和服务下游中小型订单的成本和难度，与其主要服务于大中型客户的特点形成良性互补。报告期内，公司与上述厂商合作规模整体呈现快速增长趋势，公司与主要供应商合作较为稳定。

综上，报告期内，公司新增、退出供应商对当期采购金额影响较小，公司与主要供应商合作较为稳定，发行人拥有较为稳定的供应商渠道。

## 二、补充说明发行人是否系个别品牌的授权分销商，发行人供应商中原厂、代理商的数量、对应采购金额及占比情况

截至2022年8月31日，发行人共计获得115个厂牌的授权代理证。报告期内，公司向授予过授权代理证的原厂采购的金额分别为870.73万元、977.72万元、2,532.46万元、**1,782.67万元**，占采购总金额比重分别为1.21%、0.70%、0.73%、**0.84%**，占比极低。

报告期内，发行人供应商中原厂、授权代理商数量和金额情况如下：

单位：家

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
供应商数量		1,343	1,285	1,071	1,251
原厂	家数	241	278	161	177
	数量占比	17.94%	21.63%	15.03%	14.15%
授权代理商	家数	547	617	450	460
	数量占比	40.73%	48.02%	42.02%	36.77%
总计	家数	788	895	611	637
	数量占比	58.63%	69.65%	57.05%	50.92%
采购总金额		211,672.69	346,921.13	138,757.01	71,860.07
原厂	采购金额	15,683.49	52,240.79	15,855.54	1,842.87
	金额占比	7.41%	15.06%	11.43%	2.56%
授权代理商	采购金额	109,227.17	183,099.29	76,091.13	41,363.45
	金额占比	51.60%	52.78%	54.84%	57.56%

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
总计	采购金额	124,910.66	235,340.08	91,946.67	43,206.32
	金额占比	59.01%	67.84%	66.27%	60.12%

在授权代理商方面，报告期内，发行人合作授权代理商数量、向授权代理商采购金额、占比等均存在一定波动，合作授权代理商数量分别为460家、450家、617家、**547家**，整体呈现上升趋势，各期采购金额占比分别为57.56%、54.84%、52.78%、**51.60%**，基本保持稳定。

在原厂方面，**2019年-2021年**，发行人合作原厂数量、向原厂采购金额、占比等呈现出快速上升趋势，从合作家数上看，随着发行人不断开拓原厂作为新的合作伙伴，以完善丰富自身供应渠道，2021年，公司合作的原厂数量达到278家；从采购金额和占比上看，2020年，公司向原厂采购金额和比例出现了大幅增长，主要系当年度公司与德州仪器（TI）直接开展基于库存数据对接的业务合作后，公司向其采购金额出现了大幅增长，2021年，公司向原厂采购金额占比已超过15%，逐渐成为公司重要的采购来源之一。**2022年上半年**，一方面，发行人合作原厂数量**241家**，相对稳定，另一方面，发行人自原厂采购的金额有所下降，主要系为了提高自身业务的稳定性，公司不断主动优化、调整自身供应体系所致。基于高效数字化质检和供应链体系，**2022年上半年**公司持续加深与优质的授权分销商和独立分销商的合作深度，不断提高现有供应渠道的多元性和顺畅度，公司自独立分销商采购金额和比例有所增长，而自原厂的采购占比有所下降。

三、补充说明来自数据供应商占收入比重增加的原因，是否系新增的数据供应商导致发行人收入增加。

报告期内，发行人来自数据供应商采购所对应收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
来自数据供应商采购所对应的营业收入	227,965.38	356,633.33	140,172.44	65,560.37
占比	94.36%	92.98%	91.39%	79.27%
其中：存量数据供应商金额	216,803.97	345,019.26	118,444.76	63,184.78
存量数据供应商占比	95.10%	96.73%	84.50%	96.38%

注：存量数据供应商指上期开展数据合作和交易，且当期仍有交易的数据供应商。

报告期内，公司来自数据供应商采购所对应收入占比出现了一定幅度的增长，2020年、2021年、**2022年上半年**，该占比从2019年的79.27%分别增长至91.39%、92.98%、**94.36%**，主要原因系随着公司供应渠道的不断优化、完善，公司一定程度上提高了对于数据供应商采购订单集中程度，尤其是具备长期合作前景的优质数据供应商，从而获取其对公司更好的支持，并最终回馈客户，因此，公司来自数据供应商采购所对应收入占比出现了一定幅度的增长。

从上表可知，报告期内，来自数据供应商采购所对应收入主要来自于存量数据供应商，新增数据供应商占比较低，除2020年外，其余年度存量数据供应商所对应的收入占比基本在95%左右，2020年相对较低的主要原因系当年度公司与德州仪器（TI）开始开展基于库存数据对接的业务合作，该供应商系当年新增数据供应商，由于公司当年度向其进行较大规模采购，导致2020年存量数据供应商占比有所下降所致。

综上，公司一定程度上提高了对数据供应商的采购集中程度，从而导致来自数据供应商占收入比重增加。发行人收入增长对应采购来源中，主要为存量数据供应商，而非新增数据供应商。

#### 四、补充说明供应商中境内、境外分别对应的数量、采购金额和占比情况，发行人是否以向境外供应商采购为主

报告期内，按照供应商主体属于境内或境外，采购情况如下：

单位：家，万元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境外	数量	257	301	297	353
	采购金额	113,983.75	188,010.03	80,757.37	47,830.59
	占比	53.85%	54.19%	58.20%	66.56%
境内	数量	1,125	1,022	806	923
	采购金额	97,688.94	158,911.11	57,999.64	24,029.48
	占比	46.15%	45.81%	41.80%	33.44%

注：境内、境外划分根据供应商交易主体所在地划分，若厂商存在多家同一控制下主体与公司开展交易，上表中按照交易主体数填列。此外，由于部分供应商既有境内主体，又有境外主体与公司开展交易，为了便于说明，上表将境内主体、境外主体交易金额分别统计进境外供应商和境内供应商交易金额中。因此，上表中境内、境外供应商合计数会超过以同一控制

下公司合并口径统计的供应商数量。

供应商数量方面，境内供应商数量较多，报告期内，合作的境内供应商数量分别为 923 家、806 家、1,022 家、**1,125 家**，同期境外供应商数量在 300-350 家左右，合作境内供应商数量高于境外供应商，主要原因系境外供应商以大型授权代理商为主，业内供应商数量相对较少，符合电子元器件分销行业实际情况。

采购金额方面，境外供应商采购各期占比均超过 50%，略高于境内供应商，但呈现下降趋势，主要原因包括：①近年来，公司积极拓展国内供应渠道，境内供应商数量整体呈现上升趋势，占比持续增长；②2020 年起，公司向德州仪器（TI）采购规模快速增长，其中有部分采购来自于其境内主体德州仪器（上海）有限公司。

综上，发行人采购中境外供应商占比相对较高，符合公司实际情况。

**五、结合“2020 年中国电子元器件分销商 TOP35 营收排名”的内容，补充说明发行人向榜单内企业采购金额、销售收入金额及其占比情况；若占比较大，请补充说明是否存在与上述国内主要竞争对手终止合作的风险。**

在国际电子商情公布的“2020 年中国电子元器件分销商 TOP35 营收排名”（以下简称“榜单”）中，公司向榜单中企业采购、销售的情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
采购	向榜单企业采购金额	<b>1,956.15</b>	5,301.38	3,562.66	1,586.53
	总采购金额	<b>211,672.69</b>	346,921.13	138,757.01	71,860.07
	占比	<b>0.92%</b>	1.53%	2.57%	2.21%
销售	向榜单企业销售金额	<b>1,999.83</b>	2,513.24	1,050.41	544.63
	总销售收入	<b>241,592.69</b>	383,563.00	153,385.37	82,708.24
	占比	<b>0.83%</b>	0.66%	0.68%	0.66%

注：发行人与该榜单中开展业务合作的企业主要包括中电港、深圳华强、蓝源实业、力源信息、信和达电子、科通芯城、天河星、好上好控股、新蕾科技、商络电子、火炬电子、荣采集团、周立功、世强先进、丰宝电子、立创商城、ICGOO、睿能科技、润欣科技、利尔达、贞光科技、雅创电子等。

从上表可知，报告期内，公司向榜单中企业采购占比低于 3%、销售占比低于 1%，比例较小，主要原因系榜单中企业以境内大型授权代理商为主，上述厂商主要满足大中型客户的期货需求，而公司采购中，直接向全球知名原厂、授权



代理商采购的比例较高，且公司以面向中小批量订单需求为主，因此，公司向榜单中企业采购规模相对较低。

**六、补充说明发行人向供应商采购是否存在返利或其他利益安排，相关的会计处理及对发行人的影响。**

**（一）说明发行人向供应商采购是否存在返利或其他利益安排**

报告期内，发行人向少数供应商采购时存在返利情形，除此之外，不存在其他利益安排。具体而言，发行人与 5 家知名授权代理商或原厂约定了相关采购返利政策（具体供应商名称及采购返利政策已申请豁免）。

**（二）相关的会计处理及对发行人的影响。**

**1、相关的会计处理**

公司根据双方确定的返利金额冲减营业成本：

借：应付账款

贷：营业成本

对于供应商尚未发送的当期返利，由发行人根据返利计算规则及当期采购额测算并预提。

**2、对发行人的影响**

报告期内，发行人采购返利金额分别为 9.85 万元、25.79 万元、442.17 万元、**161.94 万元**，由于发行人供应渠道较为丰富完善、合作供应商数量较多，上述采购返利金额占整体比例极低，分别为 0.01%、0.02%、0.13%、**0.08%**。从利润角度看，报告期内各期，采购返利金额占利润总额比例分别为-0.24%、0.68%、2.12%、**1.62%**，占比较小。

综上，发行人存在向少数供应商采购返利之情形，由发行人根据返利计算规则及当期采购额测算并预提，返利金额占整体成本金额极小，对利润总额影响极小，对发行人影响较小。

## 七、申报会计师核查程序与核查意见

### (一) 核查程序

#### 1、针对问题一至问题六的核查程序

(1) 获取报告期内的采购明细表，筛选出了主要供应商，并通过公开资料查阅基本信息。

(2) 获取并核查了报告期内发行人从原厂得到的授权代理证书。

(3) 访谈了发行人采购业务负责人，了解了不同类型供应商的合作方式，查阅了发行人与主要供应商签署的采购合同，确定是否存在返利、折扣、折让等相关条款。

(4) 根据“2020年中国电子元器件分销商TOP35营收排名”，结合发行人采购明细表和收入成本表，分析发行人向榜单内企业采购金额、销售收入金额及其占比情况，了解其产生的原因，分析其存在的合理性及可能存在的风险。

(5) 获取报告期发行人系统中供应商返利明细表以及相关返利凭证，对返利依据和金额进行确认核对。并向发行人了解供应商折扣和返利的区别，判断管理层针对采购返利会计处理以及税务处理的恰当性。

#### 2、针对境外采购的核查程序：

##### (1) 了解操作流程、获取相关数据

了解了发行人报告期内境外采购的作业流程，并测试境内报关的流程及可靠性，获取了相关凭证；取得了境外采购明细、境外收入对应客户的采购明细表、海关报关数据等。

##### (2) 访谈、函证程序

对报告期内的境外采购执行了访谈、函证程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境外采购金额	113,983.75	188,010.03	80,757.37	47,830.59
访谈采购金额	100,530.04	157,749.04	72,004.64	40,310.34
访谈金额比例	88.20%	83.90%	89.16%	84.28%

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
回函采购金额	63,465.86	116,012.56	44,131.40	23,215.87
回函金额比例	55.68%	61.71%	54.65%	48.54%
访谈、回函采购金额合计（去重后）	102,783.78	158,798.30	73,541.76	42,195.37
访谈、回函采购金额比例（去重后）	90.17%	84.46%	91.07%	88.22%

注：回函采购金额指执行了函证程序的供应商中，已回函的供应商对应的采购金额。

### （3）付款明细核查

①IT 审计测试公司启用银企直连的银行账户的及时性、准确性、完整性；  
 ②获取境外采购主体云汉香港等的公司银行流水，并与银行日记账进行逐笔金额核对；  
 ③获取了公司对境外主要供应商的账户付款的银行流水（包括付款时间、付款金额、对手信息）进行汇总，并与采购明细表中境外主要供应商采购金额进行逐家对比、分析，从而确认境外采购的真实性和完整性。

报告期内，对主要供应商付款金额的汇总核查比例如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
境外采购金额	113,983.75	188,010.03	80,757.37	47,830.59
境外主要供应商采购金额占比	88.71%	86.58%	86.01%	82.90%
境外主要供应商采购金额①	101,114.66	162,778.28	69,457.61	39,652.85
境外主要供应商付款金额②	101,455.76	160,846.15	65,583.58	40,804.79
差异比例（①-②）/②	-0.34%	1.20%	5.91%	-2.82%

由上表可知，报告期内主要境外供应商的采购金额和付款金额基本匹配，2020年，采购金额较付款金额略大的主要原因是2020年四季度对艾睿（Arrow）、罗彻斯特电子（Rochester）、富昌电子（Future Electronics）的采购规模较多，期末尚未支付相关款项所致。

### （4）海关数据匹配分析

发行人境外采购主要通过深圳、广州海关报关进口。针对报关环节，申报会计师对账面报关采购金额与海关报关金额进行核对，具体情况如下：

单位：万美元

项目		2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
账面报关采购金额	A	15,676.34	25,883.95	10,639.20	6,268.20
广州、深圳报关金额	B	16,013.89	26,720.57	11,035.49	6,488.52
差异金额	C=B-A	337.55	836.62	396.29	220.32
差异比例	C/A	2.15%	3.13%	3.59%	3.40%

注：账面报关采购金额未包含境外采购境外销售部分对应的采购金额。

通过上述匹配分析可知，报告期内，账面报关采购金额与境内海关报关金额基本匹配，总体差异较小，主要系采购折扣、物流费用等因素造成报关数据与采购金额间的少量差异。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人拥有稳定的供应商渠道。
- 2、发行人已获得部分品牌的授权代理证书，系其授权分销商，但供应商中授权代理商一直是主要采购渠道。
- 3、数据供应商占收入比重增加主要系存量数据供应商采购金额逐年增加，2020年数据供应商收入明显增加，主要原因系发行人与德州仪器（TI）首次开展了基于库存数据对接的业务合作。
- 4、报告期内，境外供应商采购比重逐渐下滑，2021年、2022年上半年境内、境外供应商采购比重已相差不大。
- 5、发行人向“2020年中国电子元器件分销商TOP35营收排名”内企业采购金额、销售收入金额及其占比较小。
- 6、发行人向供应商采购存在返利，不存在其他利益安排，相关的会计处理规范合理。
- 7、报告期内，发行人境外采购真实、准确、完整。

## 问题 22、关于毛利率

申请文件显示：

(1) 发行人主要采用“先销后采”的模式，此外存在部分“先采后销”收入。

(2) 报告期发行人 PCBA 业务收入分别为 792.73 万元、612.36 万元、757.01 万元和 942.46 万元，毛利率分别为 11.08%、-21.61%、-37.98%和-42.73%。

(3) 2020 年 1 月，发行人转让云创智能 43.95%的股权导致其控制权丧失。云创智能转让前主要从事 PCBA 业务，因公司各股东方合作情况未达预期，故发行人将其所持有的云创智能 43.95%的股权转予深圳市创美佳智能电子有限公司，转让价格按照截至 2019 年 11 月 30 日云创智能的净资产确定。转让后发行人持有云创智能 4.50%股权，转让后云创智能不存在继续与发行人交易的情形。

请发行人：

(1) 补充说明发行人“先销后采”和“先采后销”的毛利率是否存在较大差异。

(2) 补充说明除云创智能外，发行人其他参与 PCBA 业务的主体情况；发行人对 PCBA 业务规划情况，该业务毛利率是否将长期为负，发行人是否将进一步缩减该业务。

(3) 补充说明转让前后云创智能的业绩情况，是否存在大幅亏损，转让前后云创智能对发行人业绩的影响情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人“先销后采”和“先采后销”的毛利率是否存在较大差异

报告期内，在发行人 B2B 销售业务中，“先销后采”和“先采后销”毛利率情况如下：

模式类型	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
先销后采	12.24%	12.13%	11.32%	13.18%
先采后销	11.94%	15.72%	10.38%	15.09%
合计	12.22%	12.29%	11.29%	13.20%

报告期内，除 2020 年与 2022 年上半年外，其余年度先采后销均高于先销后采。整体而言，公司先采后销毛利率高于先销后采，主要原因系先采后销模式需要将电子元器件先采购入库，公司要承担一定的资金成本、仓储成本和经营风险，在确定产品价格时，公司会额外考虑该部分风险与成本，此外，在先采后销模式下，通常以批量采购为主，单位采购成本也相对较低。因此，在公司 B2B 销售业务中，先采后销毛利率通常高于先销后采。

2020 年，公司先采后销毛利率低于先销后采的主要原因系：2019 年底开始，公司管理层将“先采后销”作为公司未来一段时间重点发展业务方向之一，2020 年，公司上线“2 小时发货”，即主要为客户提供库存产品 2 小时发货服务。为推广该服务，2020 年下半年开始，公司针对被动器件备货产品全品类开展促销折扣活动，拉低了当期先采后销毛利率，导致当期先采后销毛利率略低于先销后采毛利率，2020 年 11 月起，除部分被动器件品类继续进行开展促销折扣外，其余被动器件备货产品已不再开展促销活动，被动器件毛利率逐渐提升。

2022 年上半年，公司先采后销毛利率略低于先销后采的主要原因系：①受国内疫情和下游消费类需求下降影响，2022 年上半年被动器件市场景气度表现一般，在上述背景下，针对备货类的被动器件类产品，公司主动采取了更具竞争力的销售策略，开展促销折扣活动，从而拉低了当期的被动器件毛利率；②公司备货的半导体器件以分立器件（MOS 管、二/三级管为主）、模拟芯片和数字芯片（微处理器为主）类型产品为主，主要系为了更好地满足客户一站式采购中及时性的需求，2022 年上半年，部分备货产品型号价格在第一季度出现一定波动，导致在第一季度的毛利率出现一定下滑，拉低了备货的半导体器件的毛利率。

2020 年-2022 年上半年，“先采后销”的主要品类毛利率情况如下：

单位：万元

产品类型	2022 年 1-6 月			2021 年			2020 年		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
半导体器件	9,945.93	61.19%	11.09%	7,463.80	43.00%	15.25%	1,215.10	27.84%	19.94%
被动器件	4,331.25	26.65%	9.16%	8,453.43	48.70%	15.39%	2,987.96	68.45%	5.98%
其他器件	1,977.14	12.16%	22.29%	1,441.26	8.30%	20.12%	162.24	3.72%	19.86%

合计	16,254.32	100.00%	11.94%	17,358.49	100.00%	15.72%	4,365.30	100.00%	10.38%
----	-----------	---------	--------	-----------	---------	--------	----------	---------	--------

综上,除 2020 年与 2022 年上半年外,先采后销毛利率均高于先销后采,2020 年,先采后销毛利率低于先销后采,主要系当期开展了针对被动器件的促销折扣活动造成。2022 年上半年,先采后销毛利率低于先销后采,主要系当期开展了针对被动器件的促销折扣活动及部分半导体器件价格在第一季度出现一定波动所致。

二、补充说明除云创智能外,发行人其他参与 PCBA 业务的主体情况;发行人对 PCBA 业务规划情况,该业务毛利率是否将长期为负,发行人是否将进一步缩减该业务

#### (一) 除云创智能外,发行人其他参与 PCBA 业务的主体情况

发行人主要以全资子公司启想智能开展 PCBA 业务,启想智能成立于 2018 年,注册资本为 2000 万元,注册地在上海市松江区,主要负责公司 PCBA 业务,具体负责发行人智能制造样板工厂运营和日常 SMT 订单业务执行。

#### (二) 发行人对 PCBA 业务规划情况

一方面,PCBA 业务通常系下游厂商采购电子元器件后的刚性需求,另一方面,对于中小批量研发、试产订单而言,由于生产需要频繁转线换料,而生产线调试时间又较长,从而导致生产效率较低。现阶段,大多数 PCBA 制造工厂承接中小批量订单的意愿较弱。近年来,由于电子制造产业需求变化快、产品迭代周期短、新品类不断涌现,个性化产品、定制应用方案、敏捷供应等成为电子产业领域重要的发展趋势,对中小批量 PCBA 制造将持续保持旺盛需求。因此,为了更好地汇集下游需求,同时提升下游客户一站式采购体验,发行人将 PCBA 业务作为未来重点发展业务之一,持续进行资源投入。

公司将继续以启想智能作为实施主体,通过“电子产业协同制造服务平台”募投项目,实现 PCBA 智能制造工厂相关信息化系统的研发迭代和生产线智能化改造,提升 PCBA 业务的整体运营效率,不断打造公司在 PCBA 业务中的核心竞争力,进一步增加公司该业务的营收规模。具体而言,公司将从以下方面提升 PCBA 业务的运营效率:一方面,公司计划利用相关信息技术在对客户 BOM 表、PCBA 制造版图等生产相关资料的自动解析等的基础上,完善元器件自动选型与

报价、DFM 系统风险预警自动化等功能，尽可能减少各环节的人工干预，进一步提升生产效率；与此同时，通过 APS（工厂排产系统）等相关信息化系统的研发投入，支撑与潜在合作工厂之间的协同生产，提高反应敏捷性。另一方面，通过智能化改造，例如，通过加装更多的传感器、控制器等物联网设备，并根据业务需求自主开发定制化的 AOI 检测设备等设备，将工厂管理系统与公司 ERP 系统相连，有利于全面整合公司生产流程中的业务数据，进一步挖掘数据对生产效率提升的潜力，为快速响应客户需求，提高设计、生产的柔性服务。

### （三）PCBA 业务毛利率是否将长期为负，发行人是否将进一步缩减该业务

报告期各期，发行人 PCBA 业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	354.86	942.46	757.01	612.36
营业成本	488.61	1,345.20	1,044.55	744.67
营业毛利	-133.75	-402.74	-287.54	-132.31
毛利率	-37.69%	-42.73%	-37.98%	-21.61%

从上表可知，2019 年-2021 年，发行人 PCBA 业务收入呈现稳定增长态势，2022 年上半年受上海疫情影响，该收入出现一定下滑。发行人 PCBA 业务毛利率为负，主要原因系 2019 年起，发行人在 PCBA 业务方面投入不断增加，人员成本、设备折旧成本等固定成本增长明显，PCBA 业务仍处于探索阶段，产线承担大量调试工作，正常的 PCBA 订单执行能力受限，使得相应营收规模较低，尚无法有效覆盖相关固定成本，导致公司 PCBA 业务毛利率为负，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
制造费用	407.64	1,177.56	787.73	349.83
其中：				
生产人员工资	211.60	546.11	327.51	124.32
机器设备折旧	26.87	83.41	94.86	57.34
厂房装修摊销	20.71	84.95	60.90	32.31
房租物业水电	54.15	168.68	119.64	69.20



项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
其他耗材（含锡材、钢网等）	94.30	294.41	184.83	66.65

从上表可知，公司PCBA业务成本中，制造费用规模较大，除2022年上半年受上海疫情影响外，呈逐年上升趋势，报告期各期，PCBA业务制造费用分别为349.83万元、787.73万元、1,177.56万元、**407.64万元**，其中生产人员工资是制造费用中的主要类别，分别为124.32万元、327.51万元、546.11万元、**211.60万元**。随着公司PCBA业务订单和收入规模的不断增长，公司运营效率的进一步提升，该业务毛利率为负情况将会有所改善，由于该业务具备较为重要的战略意义，未来期间公司不会进一步缩减该业务，而是作为未来重点发展业务之一持续进行创新、提升。

### 三、补充说明转让前后云创智能的业绩情况，是否存在大幅亏损，转让前后云创智能对发行人业绩的影响情况

2020年1月，公司转让云创智能43.95%的股权导致其控制权丧失，转让前后年度，云创智能的业绩情况如下：

单位：万元

年度	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	1,384.74	7,114.65	2,768.58	2.47
净利润	-217.76	12.23	12.49	-16.27

由上表可知，转让前后云创智能不存在大幅亏损的情况。在转让云创智能前，该公司作为公司合并报表范围内企业，其营业收入和营业成本计入公司合并报表中的对应项目，由于其经营规模较小，因此，转让前对发行人业绩的影响极小。在转让云创智能控股权后，公司将其作为“其他权益工具投资”核算，除了获得的股利计入当期损益外，其他相关的利得和损失均计入其他综合收益，当其终止确认时，从其他综合收益中转出，计入留存收益。2020年、2021年、**2022年上半年**，发行人未确认该公司的“投资收益”，因此，转让后未对发行人经营业绩造成重大影响。

#### 四、申报会计师核查程序与核查意见

##### (一) 核查程序

- 1、了解不同类别的经营模式，对各经营模式毛利水平进行比较。
- 2、分析了同行业可比公司毛利率与公司毛利率的差异。
- 3、访谈了 PCBA 业务负责人、财务负责人，了解了该项业务的背景原因以及未来规划。
- 4、查阅了发行人 PCBA 项目可研报告、质量标准证书、区级技改项目资金申请报告等文件，获取 PCBA 业务收入成本明细表，分析了其毛利率为负的原因。
- 5、访谈了发行人经办云创智能设立的人员，了解发行人与该企业共同投资云创智能、之后在转让其控股权的背景和原因，并获取了其报告期内的财务报表。

##### (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人“先销后采”和“先采后销”的毛利率存在差异。
- 2、发行人 PCBA 业务毛利率将会随着生产订单增多及效率提高而转负为正，发行人不会进一步缩减该业务。
- 3、云创智能转让前后，其业绩情况不存在大幅亏损，对发行人业绩的未造成影响。

#### 问题 23、关于财务规范性

申请文件显示：

(1) 发行人第三方回款金额 16,306.35 万元、9,694.48 万元、15,816.12 万元和 10,947.89 万元，占营业收入的比例分别为 17.41%、11.72%、10.31%和 6.84%。

(2) 报告期各期，发行人已确认支付方与合同方关系的第三方回款金额分别为 11,017.52 万元、7,058.81 万元、12,245.31 万元和 8,609.15 万元，占各期第三方回款金额占比分别为 67.57%、72.81%、77.42%和 78.64%。

(3) 报告期内，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其

他企业以借款、代垫款项或其他方式占用的情况，亦不存在对外担保的情况。

请发行人：

(1) 补充说明发行人通过第三方支付渠道收款中，是否存在付款方与客户不一致的情形，该类情形是否包含在第三方回款统计口径中。

(2) 补充说明第三方回款中，除已确认支付方与合同方关系的金额外，剩余尚未确认的金额及占发行人营业收入的比例情况，该部分未确认关系对应的客户数量情况，对应的收入金额情况及占比情况。

(3) 补充说明第三方回款中是否存在发行人员工为客户支付款项。

(4) 结合《审核问答》中关于影响财务内控规范性的内容，补充说明是否存在如现场收款、转贷、票据融资、现金收款、使用个人银行卡等其他影响财务规范性的事项。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人通过第三方支付渠道收款中，是否存在付款方与客户不一致的情形，该类情形是否包含在第三方回款统计口径中

报告期内，第三方支付渠道收款中存在付款方与客户不一致的情形，该情形已包含在第三方回款统计口径中。具体而言，发行人收款的第三方支付渠道包括支付宝、微信支付和财付通，其中支付宝和微信支付系最为主要的第三方支付渠道，占比均在 99% 以上。报告期内，由于支付宝、微信支付、财付通均未显示完整的付款方信息，基于谨慎性考虑，公司将企业客户中涉及的第三方支付渠道收款也确认为第三方回款，各第三方支付渠道方式收款中，确认为第三方回款的情形如下：

第三方支付渠道	确认为第三方回款的情形
支付宝	因支付宝付款账户名称显示不全而导致无法辨认的情形
微信支付	因支付平台系统原因，仅显示账户注册号码，而导致无法辨认的情形
财付通	因支付平台系统原因，无法显示实际付款方名称，而导致无法辨认的情形

根据上述标准，报告期各期，在发行人第三方支付渠道对应收入中，认定为

第三方回款的情况如下：

单位：万元

第三方支付渠道的对应收入	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
支付宝	<b>8,046.84</b>	14,359.24	10,231.15	6,069.61
微信支付	<b>3,901.06</b>	9,426.65	4,223.51	2,318.94
财付通	-	-	-	7.70
<b>合计</b>	<b>11,947.89</b>	<b>23,785.89</b>	<b>14,454.66</b>	<b>8,396.25</b>
其中：确认为第三方回款	<b>10,533.33</b>	21,976.69	13,770.45	7,879.42
<b>占比</b>	<b>88.16%</b>	<b>92.39%</b>	<b>95.27%</b>	<b>93.84%</b>

注：为了方便投资者理解，便于同公司整体营收进行比较，第三方支付相关数据采用对应部分的收入金额。

报告期内，发行人通过第三方支付渠道收款部分所对应的收入金额分别为8,396.25万元、14,454.66万元、23,785.89万元和**11,947.89万元**，其中确认为第三方回款金额分别为7,879.42万元、13,770.45万元、21,976.69万元和**10,533.33万元**，占当期第三方支付对应的收入金额比例分别为93.84%、95.27%、92.39%、**88.16%**，剩余未认定为第三方回款部分主要系通过第三方支付渠道付款的个人客户对应的收入。

综上，发行人通过第三方支付渠道收款中，存在付款方与客户不一致的情形，该类情形已包含在第三方回款统计口径中。

二、补充说明第三方回款中，除已确认支付方与合同方关系的金额外，剩余尚未确认的金额及占发行人营业收入的比例情况，该部分未确认关系对应的客户数量情况，对应的收入金额情况及占比情况

（一）补充说明第三方回款中，除已确认支付方与合同方关系的金额外，剩余尚未确认的金额及占发行人营业收入的比例情况

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
第三方回款实际收款金额	<b>14,131.74</b>	<b>27,517.66</b>	<b>17,674.67</b>	<b>10,828.60</b>
第三方回款对应收入	<b>11,947.22</b>	<b>24,505.89</b>	<b>15,819.31</b>	<b>9,696.98</b>
其中：①已确认关系部分	<b>8,929.90</b>	<b>19,497.91</b>	<b>13,352.44</b>	<b>7,674.88</b>
占第三方回款比例	<b>74.74%</b>	79.56%	84.41%	79.15%

②未确认关系部分	<b>3,017.32</b>	<b>5,007.97</b>	<b>2,466.86</b>	<b>2,022.10</b>
占第三方回款比例	<b>25.26%</b>	20.44%	15.59%	20.85%
占营业收入比例	<b>1.25%</b>	1.31%	1.61%	2.44%

注：第三方回款数据截至 2022 年 6 月 30 日

上表中，第三方回款实际收款金额系当期全部收款中被认定为第三方回款的金额。报告期各期，第三方回款实际收款金额分别为 10,828.60 万元、17,674.67 万元、27,517.66 万元和 **14,131.74 万元**，对应各期收入分别为 9,696.98 万元、15,819.31 万元、24,505.89 万元和 **11,947.22 万元**（为了表述简便，若未特别说明，下文中“第三方回款”表示第三方回款对应收入）。其中，报告期各期，公司已确认支付方与合同方关系的第三方回款分别为 7,674.88 万元、13,352.44 万元、19,497.91 万元和 **8,929.90 万元**，占各期第三方回款比重分别为 79.15%、84.41%、79.56%和 **74.74%**。

由于发行人未能与部分客户取得联系、未获取其出具的《委托第三方付款授权书》，因此导致部分第三方回款尚未确认实际代付方与合同方关系（以下简称“未确认关系”）。报告期各期，未确认关系的第三方回款金额分别为 2,022.10 万元、2,466.86 万元、5,007.97 万元和 **3,017.32 万元**，占发行人各期营业收入比例分别为 **2.44%**、**1.61%**、**1.31%**和 **1.25%**，占比较小，且呈现逐年下降趋势。

（二）该部分未确认关系对应的客户数量情况，对应的收入金额情况及占比情况

### 1、未确认关系部分对应客户、收入情况

报告期各期，未确认关系的第三方回款对应的客户数量、收入金额情况如下：

单位：万元

未确认关系部分	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
对应的客户数量	<b>14,529</b>	16,773	8,962	7,008
对应的订单数量	<b>41,474</b>	54,320	26,031	19,094
第三方回款金额（对应收入）	<b>3,017.32</b>	5,007.97	2,466.86	2,022.10

报告期各期，未确认关系的第三方回款对应的客户家数分别为 7,008 家、8,962 家、16,773 家和 **14,529 家**，家数众多；该部分对应营业收入金额为 2,022.10 万元、2,466.86 万元、5,007.97 万元和 **3,017.32 万元**，占各期营业收入比例分别

为 2.44%、1.61%、1.31% 和 1.25%，占比较小。

## 2、未确认关系部分的客户及订单分层情况

未确认关系部分对应客户各期收入分层情况如下：

单位：万元

第三方回款客户 收入规模分层	2022年1-6月			2021年		
	客户 家数	第三方回 款金额	平均第三方 回款金额	客户 家数	第三方回 款金额	平均第三方 回款金额
1万（含）以下	11,351	1,179.49	0.10	11,845	1,505.06	0.13
1-5万（含）	1,946	1,058.33	0.54	2,678	1,785.83	0.67
5-10万（含）	506	276.30	0.55	815	742.92	0.91
10-50万（含）	590	443.89	0.75	1,079	706.76	0.66
50万以上	136	59.30	0.44	356	267.41	0.75
合计	14,529	3,017.32	0.21	16,773	5,007.97	0.30
第三方回款客户 收入规模分层	2020年			2019年		
	客户 家数	第三方回 款金额	平均第三方 回款金额	客户 家数	第三方回 款金额	平均第三方 回款金额
1万（含）以下	6,314	764.43	0.12	5,087	634.43	0.12
1-5万（含）	1,520	813.75	0.54	1,206	716.45	0.59
5-10万（含）	467	304.41	0.65	351	288.8	0.82
10-50万（含）	564	362.71	0.64	318	317.01	1.00
50万以上	97	221.56	2.28	46	65.41	1.42
合计	8,962	2,466.86	0.28	7,008	2,022.10	0.29

未确认关系部分对应各期订单金额分层情况如下：

单位：万元

第三方回款单笔 订单金额分层	2022年1-6月		2021年度	
	订单数量	第三方回款金额	订单数量	第三方回款金额
1000元（含）以下	35,567	655.63	44,513	989.11
1000-1万元（含）	5,477	1,453.72	9,023	2,375.10
1-10万元（含）	421	829.71	766	1,456.33
10万元以上	9	78.27	18	187.43
合计	41,474	3,017.32	54,320	5,007.97

第三方回款单笔 订单金额分层	2022年1-6月		2021年度	
	订单数量	第三方回款金额	订单数量	第三方回款金额
第三方回款单笔 订单金额分层	2020年度		2019年度	
	订单数量	第三方回款金额	订单数量	第三方回款金额
1000元（含）以下	21,475	524.57	15,278	409.55
1000-1万元（含）	4,181	1,095.64	3,501	923.47
1-10万元（含）	359	649.28	306	576.97
10万元以上	16	197.38	9	112.10
合计	26,031	2,466.86	19,094	2,022.10

注：单笔订单金额指各年度订单总收入，包含三方回款收入及非三方回款收入。

从客户分层上看，未确认关系部分的第三方回款客户集中于5万元（含）以下的中长尾客户群体，家数众多且较为分散；从订单分层上看，相应订单数量集中于1万元（含）以下小批量订单，较发行人整体订单金额分层更为零星。其中，存在少量各期收入规模较大的客户（50万元以上）或所金额较大的订单（10万元以上），主要系个别订单或客户回款中存在极少量第三方支付渠道付款。整体而言，在未确认的第三方回款金额中，各期订单/客户较为分散，且总金额占比较低。

### 三、补充说明第三方回款中是否存在发行人员工为客户支付款项

保荐人、申报会计师执行了如下程序，以确认第三方回款中是否存在发行人员工为客户支付款项情况：

（1）通过核对第三方回款明细表，保荐人、申报会计师将有完整付款方信息的第三方回款实际支付方名称与员工花名册进行交叉比对，报告期各期，姓名重合部分收入金额分别为0.45万元、5.42万元、11.96万元、**8.23万元**，占第三方回款比例分别为0.00%、0.03%、0.05%、**0.00%**；（即下表①）

（2）由于部分通过第三方支付渠道收款的第三方回款订单因平台系统原因无法显示实际付款方名称，保荐人、申报会计师将客户通过第三方支付渠道付款时登录账号的IP地址与公司所属IP地址进行比对，报告期各期，重合部分收入金额分别为29.88万元、37.45万元、15.04万元、**0.79万元**，占第三方回款比例分别为0.31%、0.24%、0.06%、**0.00%**。（即下表③）

针对存在上述情形的第三方回款订单，保荐人、申报会计师对员工姓名与客户付款方姓名重合情况进行复核，保荐人、申报会计师获取了在职员工本人确认并出具《承诺函》，确认部分第三方回款系重名原因造成，非发行人员工为客户支付（即下表②），剔除上述原因外，报告期各期，剩余金额分别为 29.96 万元、37.48 万元、15.52 万元、**1.06 万元**（即下表④），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
员工与实际支付方姓名重合	①	8.23	11.96	5.42	0.45
员工与客户重名等	②	7.96	11.48	5.39	0.37
付款登录IP与公司IP地址重合	③	0.79	15.04	37.45	29.88
剩余金额	④=①-②+③	1.06	15.52	37.48	29.96

针对上述疑似发行人员工为客户支付款项的情况，保荐人、申报会计师调取相关订单的业务合同、沟通记录、《委托第三方付款授权书》等内容，对是否系员工代付进行逐笔确认，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
截图付款	⑤	0.72	13.03	24.50	12.52
员工代付	⑥	0.01	0.00	0.01	1.91
研发测试	⑦	0.00	-	-	0.01
尚未确认	⑧=④-⑤-⑥-⑦	0.32	2.49	12.96	15.52
合计		1.06	15.52	37.48	29.96

注：研发测试下单是由于发行人员在调试线上商城系统后需要模拟下单流程进行测试，该种情形由员工付款且单笔金额极低。

从上表可知，“截图付款”系出现疑似发行人员工为客户支付款项情况的主要原因之一，即部分客户出于订单支付便利性需求，向发行人客服提供其账号和密码，要求登录其账号后，并向其发送付款二维码进行支付，该部分收入金额各期分别为 12.52 万元、24.50 万元、13.03 万元、**0.72 万元**，该情形不属于发行人员工为客户支付款项情形。

根据相关订单的销售客服确认，报告期各期，分别有 1.91 万元、0.01 万元、0 万元、**0.01 万元**，订单系员工代客户支付款项，金额极小，其中 2022 年上半



年代员工支付款项 0.01 万元均为赠送样品支付金额。此外，由于部分客服已离职，公司无法取得联系确认是否该订单系其代为支付，或因时间较久，相关订单的客服难以确认是否存在代为支付情况。

报告期内，发行人已建立较为完善销售相关的内控管理制度，制订了《销售管理内部控制制度》、《销售部明令禁止高压线》等规章制度，明确规定“禁止任何人员通过个人账户或其他任何方式代客户支付任何性质的款项”。针对报告期内出现的极少量的员工代付行为，公司已进行相应整改，目前相关销售制度有效运行。

综上，第三方回款中存在极少量发行人员工为客户支付款项情形。

**四、结合《审核问答》中关于影响财务内控规范性的内容，补充说明是否存在如现场收款、转贷、票据融资、现金收款、使用个人银行卡等其他影响财务规范性的事项**

**（一）是否存在现场收款**

报告期内，发行人主要通过线上平台 ICkey 进行销售。在客户回款方面，客户可选择在订单生成后的支付环节直接付款，若客户为授信客户，公司则按照与其约定执行收款，不存在现场收款情形。

**（二）是否存在转贷**

报告期内，发行人销售收款、采购付款均具有真实的销售、采购交易背景，发生的银行贷款均是为了满足日常业务的资金需求；不存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情形。

**（三）是否存在票据融资**

报告期内，发行人收到客户背书转让的票据较多，为缓解资金压力，会将部分收到的票据以贴现方式进行融资，以补充经营资金，票据贴现融资金额情况如下：

**1、收取客户的汇票向银行贴现**

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
贴现票面金额	4,435.62	9,647.35	—	—
贴现息	25.71	78.49	—	—
票据贴现融资金额	4,409.92	9,568.86	—	—

上述票据均来源于客户背书转让，贴现融资金额均用于日常经营结算，不存在违反法律法规进行操作的情形。

## 2、集团内开票向银行贴现

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
贴现票面金额	10,890.00	2,110.00	—	—
贴现息	172.61	12.39	—	—
票据贴现融资金额	10,717.39	2,097.61	—	—

上述票据为集团内公司云汉芯城（上海）电子科技有限公司向宁波芯云智慧供应链有限公司开具的应付票据用于支付采购货款，为2021年及2022年上半年新增的融资渠道，贴现融资金额均用于日常经营结算，满足日常经营性资金需求，该业务均发生在发行人集团内部的全资子公司之间，不存在违反法律法规进行操作的情形。

综上所述，报告期内，发行人不存在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的情况。

### （四）是否存在现金收款

报告期各期，发行人在客户回款方面，客户可选择在订单生成后的支付环节直接付款，若客户为授信客户，公司则按照与其约定执行收款，不存在现金收款。

### （五）是否存在使用个人银行卡

报告期各期，发行人收款账户均为以发行人名义开设并控制的账号，不存在利用个人账户对外收付款项。

### （六）是否存在《审核问答》中列示的其他财务内控不规范情形

报告期各期，发行人不存在通过关联方或第三方代收货款，不存在出借公司

账户为他人收付款项、不存在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、挪用资金等重大不规范情形。

## 五、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

1、访谈发行人财务负责人，了解发行人第三方回款的基本情况、处理流程；访谈发行人风控及主要销售人员，了解第三方回款内控制度设计和执行的有效性。

2、获取发行人报告期各期第三方回款统计明细表，复核第三方回款金额计算的准确性；进行抽样核查，将抽样样本追查至相关业务合同（或系统交易截屏）、执行记录及资金流水凭证，获取相关客户代付款确认依据，以核实和确认委托付款的真实性、代付金额的准确性及付款方和委托方之间的关系。

3、获取发行人境内第三方回款客户授权书，对境外存在大额第三方回款的客户执行访谈程序，确认代付关系及相应比例；对于客户授权书中代付方为公司股东、实控人的部分，通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道进行查询核对，再次确认授权书内容的准确性及真实性。

4、对境内外第三方回款涉及金额较大的客户执行现场走访、视频访谈或电话访谈程序；针对境外销售部分的主要收款银行汇丰银行存在对账单部分流水未显示交易对手方信息的情况，对汇丰银行相关人员执行现场访谈程序，确认第三方回款收入原因和真实性。

5、检查发行人第三方回款的相关资金流水，确认发行人第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致且具有可验证性；利用 IT 审计工作，对与第三方回款相关的业务数据进行测试与分析，确认银企直连及客户第三方支付端口不存在异常情形。

6、访谈发行人实际控制人、董监高，了解其与第三方回款中实际支付方之间是否存在关联关系，并通过比对第三方回款客户与上述人员资金流水对手方，确认是否存在异常往来。

7、针对报告期各期完整显示的第三方回款实际支付方名称与员工花名册进行交叉比对。此外，由于部分通过第三方支付渠道收款的第三方回款订单因第三

方平台系统原因无法显示实际付款方名称，将发行人客户支付订单时登录账号的 IP 地址与公司 IP 地址进行比对；针对该种情形在发行人 ERP 系统中调取相关业务合同、业务执行记录及《委托第三方付款授权书》进行逐笔核对。

8、获取与发行人不存在第三方回款的境外大额交易客户所出具的无第三方回款确认函，及报告期各期第三方回款金额较大客户出具的第三方回款相关事项确认函，以确认不存在协助发行人进行体外资金循环、利益输送、货款权属纠纷等情形。

9、查阅发行人关于货币资金管理、票据管理等相关内控制度文件，了解发行人有关财务内控制度的建立情况；查阅发行人银行票据明细账和台账，取得发行人收入及采购明细表，核查发行人是否存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据；核查收入、采购、期间费用和货币资金明细账，关注是否存在现金交易；核查发行人是否存在与关联方或第三方直接进行资金拆借、利用个人银行卡对外收付款项等财务内控不规范的情形。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人通过第三方支付渠道收款中，存在付款方与客户不一致的情形，该类情形已包含在第三方回款统计口径中。

2、报告期各期，发行人第三方回款中除已确认支付方与合同方关系的金额外，剩余尚未确认部分各期收入金额及占各期营业收入比例较小且呈现逐年下降趋势；该部分未确认关系对应的各期客户数量众多，对应营业收入金额及占各期营业收入比例较小。

3、报告期各期，发行人存在部分员工代公司客户支付款项的情形，各期收入金额及占比均较低。

4、发行人不存在如现场收款、转贷、向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据进行贴现融资、现金收款、使用个人银行卡等其他《审核问答》中列示的财务内控不规范情形，公司财务内控规范，内控制度得到有效执行。

## 问题 24、关于期间费用

申请文件显示：

(1) 2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月，公司营业收入分别为 93,654.45 万元、82,708.24 万元、153,385.37 万元和 159,940.69 万元，发行人销售人员人数报告期分别为 369 人、426 人、345 人和 422 人，2020 年初公司运营团队调整基本完成，运营效率上升，同时裁减了地推人员，使得销售业务人员数量有所下降。

(2) 在营销推广方面，公司主要采用线上引流方式，即向百度等搜索引擎或网站采买线上营销服务，提高公司网站的曝光度，增加潜在客户对公司线上商城的认知度，从而提升网站访问量并获取新增注册用户，报告期发行人；报告期各期，公司业务宣传费分别为 607.11 万元、252.79 万元、260.53 万元和 520.40 万元，主要为品牌服务推广宣传、搜索引擎引流、展会费等费用。

(3) 发行人运费显示，发行人发货单数报告期分别为 199,233 笔、217,540 笔、340,859 笔和 271,576 笔，而发行人订单数量报告期分别为 189,671 笔、204,008 笔、313,146 笔和 242,096 笔，二者存在差异。

(4) 发行人管理费用率约为 3%，同行业公司华强电子约为 5%，发行人管理费用率低于华强电子网，主要系双方管理团队规模与激励方式差异所致，2018 年、2019 年、2020 年，华强电子网计入管理费用-职工薪酬的管理人员数量分别为 77 人、95 人、103 人，人数显著高于发行人，且由于其营收规模相对较小，导致管理费用占比较高；根据 2020 年中国电子元器件分销商 TOP35 营收排名，深圳华强排名前 3，而发行人排名第 23。

请发行人：

(1) 补充说明销售人员中各职能人数及主要工作内容，在发行人收入增长的情况下，2020 年销售人员减少的合理性；发行人是否存在客户经理，客户经理人数与发行人客户数量和收入规模是否匹配。

(2) 补充说明销售人员、管理人员、研发人员人数、人均薪酬、人均创收与同行业公司比较情况，若差异较大请说明原因及合理性。

(3) 补充说明业务宣传费的具体构成情况，主要供应商情况；发行人收入增长而 2019、2020 年业务宣传费金额较少的原因。

(4) 补充说明发行人发货的主要方式，发货单数大于订单数量的原因，发货单数和订单数量之间是否存在一定比例关系。

(5) 补充说明华强电子“营收规模相对较小”的准确性，发行人管理费用率低于华强电子的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对于发行人费用，特别是营销推广、运费完整性的核查过程和结论。

回复：

一、补充说明销售人员中各职能人数及主要工作内容，在发行人收入增长的情况下，2020 年销售人员减少的合理性；发行人是否存在客户经理，客户经理人数与发行人客户数量和收入规模是否匹配

#### (一) 销售人员中各职能人数及主要工作内容

发行人主要采取“先销后采”的经营模式，该模式下发行人业务人员、采购人员、运营人员对订单的完成开展有直接作用，因此发行人销售人员包含业务人员、采购人员、运营人员。报告期内，公司销售人员中各职能人数及主要工作内容如下：

项目	人数（人）				部门职责
	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
业务人员	360	256	151	178	负责公司产品的销售、客户关系的维护与开拓、客户订单的跟进与处理；根据市场情况和公司战略目标，制定销售策略，实现销售目标。
采购人员	149	116	85	111	负责客户需求物料的询价、议价、采购等事宜，负责网站商品定价、供应能力建设、维护供应商关系和处理采购交付中的异常，满足客户交付。
运营人员	217	153	109	138	负责审单、商品报关、质检、发货等。
销售人员合计	726	525	345	426	

注：人数按当期加权平均人数计算，下同。

## **（二）在发行人收入增长的情况下，2020年销售人员减少的合理性**

2020年，发行人销售人员平均人数减少的主要原因包括：①业务人员减少27人，主要系由于推广效果不及预期，2020年发行人撤销销售地推团队。另外2019年发行人对业务团队进行调整，于南昌云汉新增业务团队，同时优化上海业务团队，期间部分员工存在重叠，该调整于2020年已完成，因此业务人员有所减少；②采购人员减少26人，主要系2019年，发行人根据业务需要，在上海增编采购团队，同时逐步取消原有深圳采购团队，期间两边部门进行业务交接，部分职能员工有所重叠，2020年调整完成因此采购人员有所减少。③运营人员减少29人，主要系发行人2020年发行人物流管理、仓储管理系统稳定投入使用，物流效率有所提高，因此对物流人员结构进行优化所致；同时发行人对部分运营部门精简合并，运营人员进一步减少。

发行人撤销效益较低部门、调整销售团队后，团队间协调合作能力、运营效率提升显著，发行人能够以更精简的团队提供更加高效、高质量的服务，调整后销售团队能够有效应对销售规模的快速增长。2020年第四季度开始，随着营业收入大幅增加，发行人销售团队也不断扩增，至2020年12月31日，发行人销售总体人员人数增长至384人，但整体而言，四季度销售人员的增长对2020年全年平均人数影响较小。

综上，在2020年收入大幅增长的背景下，公司平均销售人员数量减少的主要原因系团队调整完成，运营效率提高所致。此外，随着业务规模增长，尽管2020年第四季度销售团队人数有所增加，但对年平均人数影响较小。因此，整体而言，2020年收入大幅增长的背景下，公司平均销售人员数量减少符合公司实际情况，具有合理性。

## **（三）发行人是否存在客户经理，客户经理人数与发行人客户数量和收入规模是否匹配**

发行人未设置客户经理这一职务，在发行人销售人员中，业务人员承担通常意义上客户经理的相关职能，即与客户直接沟通和对接，负责公司产品的销售、客户关系的维护与开拓、客户订单的跟进与处理等。因此，下表中以业务人员作为客户经理，报告期各期，其与客户数量、营业收入的匹配情况如下：

单位：人、家、万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
	人数/金额	人数/金额	人数/金额	人数/金额
客户经理人数	360	256	151	178
客户数量	38,224	40,277	26,261	23,408
营业收入	241,592.69	383,563.00	153,385.37	82,708.24
客户数量/客户经理人数	106.18	157.33	173.91	131.51
营业收入/客户经理人数	671.09	1,498.29	1,015.80	464.65

注：上表中客户经理为发行人业务人员，人数按当期加权平均人数计算。

从客户数量上看，报告期各期，发行人每名客户经理对应的客户数量整体相对稳定，客户经理与客户数量匹配性较好，各年度具体情况如下：

2019年：该年度客户经理数量较多，主要系2019年发行人对销售团队进行调整，期间存在重叠的客户经理所致，同时，也导致了每名客户经理对应的客户数量有所减少；

2020年：该年度客户经理数量有所下降，主要系当年度公司完成对销售团队的调整。在上述背景下，每名客户经理对应的客户数量较2019年有明显提升，主要原因系经过2019年对销售团队的整体调整，并且辅助业务系统的支持，发行人运营效率显著提升，每个客户经理对应的客户数量也明显提高；

2021年及2022年1-6月：该期间客户经理数量快速增长，主要系随着公司业务规模快速增长，为了进一步增加客户经理对客户服务的深度，加强与客户的沟通，从而提高客户的粘性与下单次数和金额，公司适当增加了一定数量的客户经理。另外，由于公司的客户经理主要在上海和南昌地区办公，2022年上半年，受疫情影响，上海、南昌地区均有一段时间要求居家封控，因此，为保证客户服务质量，公司主动进行部分业务人员备份，因此客户经理数量增加较多。在上述背景下，2021年及2022年1-6月每名客户经理对应的客户数量较2020年有所下降。

从收入规模上看，2019年因团队调整以及客单价较低等因素影响导致“营业收入/客户经理人数”较低，随着团队调整完成及客单价的增长，2020年客户经理人数虽然有所降低，但是单个客户经理贡献的收入规模有所增长，营业收



入也呈现增长趋势。2020年至2022年上半年，客户经理人数与营业收入均持续保持同向变动。其中2022年上半年，受疫情影响，公司进行适当人员备份，因此客户经理人数增速较快于营业收入。整体而言，除2019年因特定事件造成客户经理人数较多外，客户经理人数与营业收入呈同向变动，具有匹配性。

综上，发行人客户经理人数与客户数量、收入规模变动具有匹配性。

二、补充说明销售人员、管理人员、研发人员人数、人均薪酬、人均创收与同行业公司比较情况，若差异较大请说明原因及合理性。

### （一）员工数量与同行业可比公司比较情况

#### 1、销售人员

报告期各期，发行人销售人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：人

可比公司	销售人员统计口径	销售人员数量			
		2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年	2020年12月31日/2020年	2019年12月31日/2019年
华强电子网	不含采购人员	/	172	156	172
力源信息(300184)	不含采购人员、运营人员	/	303	284	286
润欣科技(300493)	未披露	/	73	60	57
商络电子(300975)	市场供应人员、营销人员、运营人员	/	498	416	362
雅创电子(301099)	直接销售人员和辅助销售人员	/	139	132	138
平均值		/	237	210	203
发行人销售人员	业务人员、采购人员、运营人员	726	525	345	426
其中：业务人员	业务人员	360	256	151	178

注1：由于部分可比公司中销售人员未包括采购人员、运营人员等，为了更好地进行比较分析，上表中发行人相关数据分别列示全口径销售人员（包含业务人员、采购人员、运营人员）人数和业务人员人数。

注2：力源信息、润欣科技、商络电子2020年销售人员数量为年末人数；华强电子网、雅创电子、商络电子2019年销售人员数量为年度平均人数；发行人销售人员数量为加权平均人数，下同。

注3：截止本回复出具之日，可比公司均未披露2022年6月30日/2022年1-6月的人员结

构和数量，下同。

由上表可知，发行人销售人员数量高于同行业可比公司平均水平，主要系销售人员统计口径不同与业务模式差异所致，与各家公司的具体对比情况如下：

(1) 发行人销售人员数量与商络电子较为接近，但高于润欣科技与雅创电子，主要原因系发行人通过自建自营的线上商城为中小批量需求客户提供各类电子元器件产品。一方面，由于订单数量较多、客户数量众多，集中度也相对较低，相较以传统分销模式开展业务的企业，发行人通常需要配备较多维度和数量的销售人员。因此，发行人销售人员数量高于润欣科技与雅创电子。另一方面，由于商络电子以被动器件分销为主，具有商品销售单值较低、客单价较低的特点，商络电子配置了多维度、多数量的销售人员支持销售运行，包括市场供应人员、营销人员、运营人员等，因此，商络电子销售人员数量也相对较多，与发行人较为相近。

(2) 发行人销售人员数量显著高于华强电子网，主要系华强电子网未将采购人员纳入销售人员范围造成统计口径差异所致。其中，从业务人员数量来看，发行人业务人员略高于华强电子网的销售人员数量，尤其是 2021 年显著高于华强电子网，主要原因系：一方面，华强电子网于 2021 年上半年基于业务后台功能优化先对销售团队进行了一定的精简优化，并于下半年扩增销售团队，上述情况导致整体上华强电子网 2021 年销售人员新增较少。另一方面，随着业务规模快速扩张，当年度公司新增了较多销售人员，导致双方业务人员存在较大差异。

(3) 发行人销售人员数量高于力源信息，主要原因系力源信息未将采购人员与物流人员纳入销售人员范围造成统计口径差异所致。从业务人员数量来看，发行人业务人员人数低于力源信息，主要原因系业务规模差异导致，由于其现有业务规模显著大于发行人（2020 年营业收入突破 100 亿），其业务人员数量也相对较高。

综上，发行人销售人员数量与同行业可比公司存在差异主要系统计口径、业务模式、业务规模等因素造成，具有合理性。

## 2、管理人员

报告期各期，发行人管理人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：人

可比公司	管理人员数量			
	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31日 /2021年	2020年12月31日 /2020年	2019年12月31日 /2019年
华强电子网	/	175	103	95
力源信息(300184)	/	139	142	146
润欣科技(300493)	/	41	36	39
商络电子(300975)	/	98	79	69
雅创电子(301099)	/	59	51	55
<b>平均值</b>	/	<b>102</b>	<b>82</b>	<b>81</b>
<b>发行人</b>	<b>77</b>	<b>73</b>	<b>60</b>	<b>62</b>

注：力源信息、商络电子管理人员包括管理人员、行政人员、财务人员；润欣科技管理人员口径包括行政人员、财务人员。

由上表可知，发行人管理人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，与华强电子网、力源信息差异较大，主要原因系：①发行人与华强电子网统计口径不一致，华强电子网将采购人员作为管理人员统计，而发行人将采购人员纳入销售人员统计；②发行人管理人员数量少于力源信息主要系其业务规模明显大于发行人所致。

综上，发行人管理人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，具有合理性。

### 3、研发人员

报告期各期，发行人研发人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：人

可比公司	研发人员数量			
	2022年6月30日 /2022年1-6月	2021年12月31日 /2021年	2020年12月31日 /2020年	2019年12月31日 /2019年
华强电子网	/	127	81	未披露
力源信息(300184)	/	161	183	189
润欣科技(300493)	/	52	47	55
商络电子(300975)	/	39	23	11
雅创电子(301099)	/	70	53	64

平均值	/	90	77	80
发行人	113	74	68	71

由上表可知，发行人研发人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，与力源信息、商络电子差异较大，主要原因系：①力源信息业务规模较大，且其近年在代理分销业务基础上不断向芯片研发、解决方案、模块及终端产品方向进行延伸，因此，力源信息研发人员数量较多；②商络电子以传统授权代理业务为主，其研发人员数量相对较少，因此，发行人研发人员显著高于商络电子。

综上，发行人研发人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，具有合理性。

## （二）人均薪酬与同行业可比公司比较情况

### 1、销售人员

报告期各期，发行人销售人员与同行业可比公司人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

可比公司	销售人员人均薪酬			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
华强电子网	/	114.39	21.87	17.40
力源信息（300184）	/	58.10	38.21	33.34
润欣科技（300493）	/	28.81	28.43	30.48
商络电子（300975）	/	32.85	28.55	23.56
雅创电子（301099）	/	22.39	17.24	15.07
<b>平均值</b>	/	<b>51.31</b>	<b>26.86</b>	<b>23.97</b>
发行人销售人员人均薪酬 （①）	<b>10.50</b>	22.55	18.10	15.69
其中：业务人员人均薪酬 （②）	<b>10.61</b>	23.51	18.42	14.80

注1：销售人员人均薪酬=销售费用-职工薪酬/销售人员数量。

注2：由于部分可比公司中销售人员未包括采购人员、运营人员等，为了更好地进行比较分析，上表中发行人相关数据分别列示全口径销售人员（包含业务人员、采购人员、运营人员）人均薪酬（①）和业务人员的人均薪酬（②）。

从销售人员整体情况看，发行人销售人员人均薪酬低于同行业平均水平，主要原因系发行人与华强电子网、力源信息等可比公司统计口径存在一定差异。发行人的销售人员包括业务人员、采购人员和运营人员，而部分可比公司在未将销

售支持性人员作为销售人员列示，从而导致公司与各可比公司存在一定差异。

从业务人员来看，发行人业务人员人均薪酬也低于同行业销售人员平均水平，主要系发行人销售模式具有特殊性、公司业务人员中销售专员占比较大。具体来看，由于发行人订单、客户众多且较为分散，与其他传统线下分销商相比，一方面，公司通常需要较多的销售专员负责公司产品的销售客户关系的维护与开拓、客户订单的跟进与处理等日常事务性工作，因此，公司销售专员占业务人员人数比重在 50% 以上；另一方面，由于销售专员只需服务公司分配的既有客户，主要通过线上沟通的方式来及时响应和满足前端客户对在线商城的商品信息和订单履约交付等环节的信息沟通与确认，相对于传统线下服务模式的销售人员，其对订单促成和营收增长发挥的作用较弱，上述因素导致销售专员人均薪酬也相对较低，拉低了发行人整体销售人员薪酬水平。

报告期内，发行人业务人员的人均薪酬情况如下：

单位：人、万元/人

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	人数占比	人均薪酬	人数占比	人均薪酬	人数占比	人均薪酬	人数占比	人均薪酬
销售专员	59.76%	6.69	65.81%	16.01	78.02%	16.06	81.06%	12.25
其余业务人员	40.24%	16.42	34.19%	37.97	21.98%	26.79	18.94%	25.73
业务人员	100.00%	10.61	100.00%	23.51	100.00%	18.42	100.00%	14.80

从上表可知，扣除销售专员后，报告期内，其余业务人员分别为 25.73 万元、26.79 万元、37.97 万元和 16.42 万元，除 2021 年外与行业平均水平较为接近。2021 年受华强电子网平均薪酬较高影响，行业平均水平较高。2021 年华强电子网平均薪酬显著增加，主要系华强电子网 2021 年业绩增长显著所致。

## 2、管理人员

报告期内，发行人管理人员与同行业可比公司人均薪酬如下：

单位：万元/人

可比公司	管理人员人均薪酬			
	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
华强电子网	/	46.75	24.13	24.13
力源信息（300184）	/	46.50	40.43	40.37

可比公司	管理人员人均薪酬			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
润欣科技（300493）	/	44.98	48.46	45.32
商络电子（300975）	/	31.11	35.06	23.27
雅创电子（301099）	/	33.17	30.11	23.16
<b>平均值</b>	/	<b>40.50</b>	<b>35.64</b>	<b>31.25</b>
发行人	<b>19.56</b>	45.10	31.80	35.92

注：管理人员人均薪酬=管理费用中的职工薪酬/管理人员数量

由上表可知，2019年-2020年发行人管理人员人均薪酬与同行业平均水平相近，处于行业的中间水平，其中2020年发行人管理人员人均薪酬下降的主要因素系发行人享受疫情社保减免优惠政策影响所致。另外，由于发行人2021年业绩明显增长，管理人员平均薪酬也显著增加。2022年上半年，受疫情影响，公司业绩增速减缓，管理人员平均薪酬有所下降。

### 3、研发人员

报告期内，发行人研发人员与同行业可比公司人均薪酬如下：

单位：万元/人

可比公司	研发人员人均薪酬			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
华强电子网	/	<b>43.01</b>	29.84	未披露
力源信息（300184）	/	22.56	17.08	15.02
润欣科技（300493）	/	43.99	35.41	32.53
商络电子（300975）	/	31.08	20.09	23.29
雅创电子（301099）	/	34.44	29.41	22.89
<b>平均值</b>	/	<b>35.02</b>	<b>26.36</b>	<b>23.43</b>
发行人	<b>21.21</b>	36.69	24.99	26.79

注：研发人员人均薪酬=研发费用中的职工薪酬/研发人员数量

由上表可知，发行人研发人员人均薪酬与同行业平均水平相近，处于行业的中间水平。

综上，发行人销售人员人均薪酬与同行业可比公司的差异系统口径不同、业务模式差异、销售专员占比较大等因素造成，具有合理性，管理人员、研发人

员人均薪酬与同行业可比公司无较大差异。

### （三）人均创收与同行业可比公司比较情况

对于电子元器件分销行业而言，相较于其他人员，销售人员对于创收有更直接的贡献作用，因此，下文主要以发行人和同行业其他公司的销售人员人均创收进行对比，报告期内，公司与同行业可比公司销售人员人均创收情况如下：

单位：万元/人

可比公司	销售人员人均创收			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
华强电子网	/	1,819.06	448.06	303.63
力源信息（300184）	/	3,446.35	3,647.95	4,591.45
润欣科技（300493）	/	2,544.67	2,311.23	2,544.05
商络电子（300975）	/	1,076.87	749.75	571.39
雅创电子（301099）	/	1,020.03	831.62	809.65
<b>平均值</b>	/	<b>1,981.40</b>	<b>1,597.72</b>	<b>1,764.03</b>
发行人销售人员人均创收（①）	<b>332.77</b>	730.60	444.60	194.15
发行人业务人员人均创收（②）	<b>671.09</b>	1,498.29	1,015.80	464.65

注：由于部分可比公司中销售人员未包括采购人员、运营人员等，为了更好地进行比较，上表中①以全口径销售人员测算人均创收②以销售人员中的业务人员测算人均创收；其中，①销售人员人均创收=营业收入/销售人员平均人数，②业务人员人均创收=营业收入/业务人员平均人数。

由上表可知，发行人销售人员人均创收基本均低于同行业平均水平，发行人销售人员人均创收与同行业可比公司的差异主要系业务规模与业务模式的差异导致：由于发行人重点面向中小批量现货需求，中小批量订单占比较高，单笔订单价值相对较低，客户众多且相对分散，相较以传统分销模式开展业务的企业，通常需要较多销售人员，导致公司销售人员人均创收低于同行业可比公司。2020年起，随着发行人供应能力日益完善，公司经营规模也快速增长，规模效应开始凸显，销售人员人均创收也持续快速增长。**2022年上半年，受疫情影响，公司销售人员进行适当人员备份，因此销售人员数量增加较多，导致销售人员人均创收略微有所减少。**另外，从业务人员人均创收来看，发行人与同行业公司相比差异有所减小。

综上，发行人销售人员人均创收与同行业可比公司的差异具有合理性。

### 三、补充说明业务宣传费的具体构成情况，主要供应商情况；发行人收入增长而 2019、2020 年业务宣传费金额较少的原因

#### （一）业务宣传费的具体构成

报告期各期，发行人业务宣传费主要为品牌服务推广宣传、搜索引擎引流、展会费等费用，具体构成如下：

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
品牌服务推广宣传	244.96	24.42%	301.45	22.73%	88.45	33.95%	194.41	76.91%
搜索引擎引流	740.59	73.82%	981.74	74.02%	127.32	48.87%	48.57	19.21%
展会费	17.69	1.76%	43.05	3.25%	44.77	17.18%	9.81	3.88%
合计	1,003.24	100.00%	1,326.23	100.00%	260.53	100.00%	252.79	100.00%

报告期内，发行人业务宣传费主要用于品牌服务推广宣传、搜索引擎引流，2019 年，发行人业务宣传费中品牌服务推广宣传占比较高，主要系向上海圆迈贸易有限公司购买 101.43 万元京东卡作为促销福利奖励首次下单用户。2020 年起发行人扩大搜索引擎引流投入，搜索引擎引流费用占业务宣传费的比重大幅增加，通过各种推广渠道为产品引流，以吸引新用户并提高客户留存度，进一步提高公司销售额和市场占有率。

#### （二）主要供应商情况

报告期各期，发行人业务宣传费前五大供应商情况如下：

单位：万元

序号	业务宣传费供应商名称	采购金额	占比
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	459.57	45.81%
2	上海赛搜信息科技有限公司	239.61	23.88%
3	上海圆迈贸易有限公司	44.85	4.47%
4	上海国德网络科技有限公司	35.02	3.49%



序号	业务宣传费供应商名称	采购金额	占比
5	分众智媒广告有限公司	24.36	2.43%
2022年1-6月合计		803.41	80.08%
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	665.26	50.16%
2	上海赛搜信息科技有限公司	213.38	16.09%
3	上海圆迈贸易有限公司	99.69	7.52%
4	北京巨量引擎网络技术有限公司	52.83	3.98%
5	上海国德网络科技有限公司	34.51	2.60%
2021年合计		1,065.66	80.35%
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	74.44	28.57%
2	上海圆迈贸易有限公司	54.44	20.90%
3	北京巨量引擎网络技术有限公司	45.28	17.38%
4	北京科能广告有限公司深圳分公司	16.98	6.52%
5	欧马腾会展科技（上海）有限公司	14.15	5.43%
2020年合计		205.29	78.80%
1	上海圆迈贸易有限公司	101.43	40.13%
2	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	38.26	15.13%
3	上海星邮信息科技有限公司	13.40	5.30%
4	上海云信留客信息科技有限公司	6.10	2.41%
5	上海翊真品牌管理有限公司	5.83	2.30%
2019年合计		165.02	65.28%

报告期各期，发行人业务宣传费前五大供应商采购占比分别为 65.28%、78.80%、80.35%和 80.08%，业务宣传采购相对集中。2019 年，由于市场行情整体情况较差，且 2020 年一季度行业受疫情影响较大，因此，发行人搜索流量引擎费用相对较低，导致业务宣传费也相对较低。2020 年二季度开始，受新冠疫情引发供需错配及其对电子元器件交易习惯产生重大持久影响而导致的线上化趋势，发行人销售规模开始不断增加。为进一步汇集下游订单需求，扩大销售规模，发行人开始加大业务宣传服务费，向百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司、上海赛搜信息科技有限公司和北京巨量引擎网络技术有限公

公司等采购较多搜索引擎引流服务，加大在百度、360、抖音和今日头条等平台的精准推广活动，导致公司向上述公司采购金额和占比逐渐增长。

### **（三）发行人业务增长，而 2019、2020 年业务宣传费金额较少的原因**

2018 年、2019 年、2020 年，业务宣传费金额分别为 607.11 万元、252.79 万元和 260.53 万元，其中，2018 年业务宣传费金额较高主要原因系：当年度公司向上海翊真品牌管理有限公司和百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司分别采购品牌推广宣传服务 186.21 万元和搜索引擎引流服务 96.70 万元。其中，向上海翊真品牌管理有限公司采购品牌推广宣传服务主要系发行人实施精品战略，出于提高品牌知名度、提升品牌形象的目的，与上海翊真品牌管理有限公司签订整合营销服务协议，由其向发行人提供以品牌建设和公关传播为主的整合营销服务，包括品牌策略、公关传播、媒体活动与采访、品牌形象宣传片、培训等。

2019 年、2020 年，公司的业务宣传费金额较小的主要原因系：2019 年，上海翊真品牌管理有限公司提供的一体化品牌宣传服务完成，与此同时，由于 2019 年市场行情整体情况较差，且 2020 年一季度行业受疫情影响较大，因此，在 2019 年-2020 年上半年，发行人品牌服务推广宣传、搜索引擎引流、展会费等费用均有所下降，导致 2019 年、2020 年业务宣传费金额较少。

## **四、补充说明发行人发货的主要方式，发货单数大于订单数量的原因，发货单数和订单数量之间是否存在一定比例关系**

### **（一）补充说明发行人发货的主要方式**

发行人主要通过顺丰速运、京东物流等第三方快递物流公司发货。客户订单审核通过后，在先销后采模式下，公司会先向供应商下发采购需求，待产品验收入库，完成产品分拣打包后，按照客户交期通过快递物流向客户发货；在先采后销模式下，则由仓库按照交期直接将备货通过快递物流向客户发货。

### **（二）发货单数大于订单数量的原因，发货单数和订单数量之间是否存在一定比例关系**

报告期内，发行人发货单数与订单数量的情况如下：

年份	发货情况	订单数（笔）	发货单数（笔）	比例关系	订单数占比（%）
2022年 1-6月	单笔发货单发货	290,377.00	290,377.00	1.00	85.06%
	非单笔发货单发货	51,018.00	123,412.00	2.42	14.94%
	2022年1-6月合计	341,395.00	413,789.00	1.21	100.00%
2021年	单笔发货单发货	501,986	501,986	1.00	90.12%
	非单笔发货单发货	55,057	131,051	2.38	9.88%
	2021年合计	557,043	633,037	1.14	100.00%
2020年	单笔发货单发货	290,133	290,133	1.00	92.65%
	非单笔发货单发货	23,013	50,726	2.20	7.35%
	2020年合计	313,146	340,859	1.09	100.00%
2019年	单笔发货单发货	187,572	187,572	1.00	91.94%
	非单笔发货单发货	16,436	29,968	1.82	8.06%
	2019年合计	204,008	217,540	1.07	100.00%

注 1：上表中发货单数据包括公司境内和境外（主要为香港地区）全部对外销售发货单

注 2：比例关系=发货单数/订单数

从上表可知，发行人 **85%**以上的销售订单通过单笔发货单发货，除此以外，部分订单存在非单笔订单发货的情形，主要原因系：①若销售订单中包括多种型号产品，且入库时间间隔较长，公司业务人员将与客户联系，按客户交期要求分批寄送货物。②少数客户要求不同订单需同时寄送，因此存在少数订单合并寄送的情况。③2020年起，发行人开始尝试新的销售模式，与客户签订“小长单”，即约定在未来一定期间内一次性或分批向客户发货，上述情形也会导致同一笔订单有 2 次（含）以上的发货单。报告期内，发行人发货单数略大于销售订单数，二者比例关系较为稳定。

#### 五、补充说明华强电子“营收规模相对较小”的准确性，发行人管理费用率低于华强电子的合理性

在发行人首次申报招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“管理费用”中同行业可比公司对比中，提及“华强电子网营收规模相对较小，导致其管理费用占比较高”。根据华强电子网 **2021 年 12 月** 公开披露的招股说明书，该公司系上市公司深圳华强（000062）的控股子公司，其 2020 年营业收入为 69,896.73 万元，而发行人同期

营业收入为 153,385.37 万元。目前，根据华强电子网及其母公司深圳华强公开披露信息，华强电子网 2021、2022 上半年呈现高速增长态势，2022 年上半年收入达到 20.68 亿元，略低于发行人同期收入。因此，发行人描述其营收规模相对较小符合实际情况，具有准确性。

报告期内，剔除股份支付后，华强电子网和发行人管理费用率如下：

单位：万元、%

可比公司	管理费用				管理费用率			
	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
华强电子网	/	9,552.95	3,403.15	3,240.98	/	3.05%	4.87%	6.21%
发行人	2,508.78	5,221.72	3,085.49	3,303.51	1.04%	1.36%	2.01%	3.99%

注：截至本回复出具之日，华强电子网尚未披露其 2022 年 1-6 月费用数据。

由上表可知，2019 年-2020 年，发行人管理费用与华强电子网较为一致，但发行人管理费用率低于华强电子网，主要系两者经营规模存在一定差异导致。另外，发行人与华强电子网的管理团队规模与统计口径存在差异。报告期内，华强电子网管理人员包含采购人员，而发行人将采购人员计入销售团队中，管理团队规模存在一定差异，因此发行人管理费用率低于华强电子网。

综上，华强电子网“营收规模相对较小”具有准确性，发行人管理费用率低于华强电子具有合理性。

## 六、申报会计师核查程序与核查意见，并说明对于发行人费用，特别是营销推广、运费完整性的核查过程和结论

### （一）核查程序

#### 1、关于问题一至问题五的核查程序

（1）获取并核查了发行人报告期各期员工名册及工资表，计算平均人数、人均薪酬、人均创收，了解变动情况。

（2）了解销售人员的构成及对应职能，对销售人员数量、薪资变动情况进行了核查；对发行人的财务负责人、业务负责人进行访谈，了解发行人客户经理的主要工作内容以及变动情况。

（3）查阅发行人同行业可比公司公开信息中销售人员、管理人员、销售人

员的人数、薪酬、人均创收等信息，与发行人进行比对分析。

(4) 获取发行人报告期内业务宣传费明细账，对发行人的财务负责人进行访谈，了解业务宣传费变动原因；获取业务宣传费主要供应商信息，了解主要供应商为发行人提供的服务。

(5) 对发行人的财务负责人进行访谈，了解发行人发货的主要方式、分单发货的原因。

(6) 查阅华强电子网及其母公司深圳华强公开披露信息中华强电子网的管理费用、营业收入等信息，与发行人的管理费用率进行比对分析。

## **2、针对营销推广，中介机构核查程序**

(1) 获取发行人业务宣传费明细表，对发行人的财务负责人进行访谈，了解业务宣传费变动原因。

(2) 获取业务宣传费主要供应商信息，了解主要供应商为发行人提供的服务。

(3) 检查财务账面上当期和期后付款的记录及其对应的结算单，与序时账进行核对。

## **3、针对运费，中介机构核查程序**

(1) 获取发行人报告期的运费明细账，并与取得的对账单进行核对。

(2) 向主要快递公司函证报告期内交易数据及物流信息明细。

(3) 对报告期的运费实施截止性测试。

(4) 取得发行人报告期运输费明细表，分析各期运费的波动情况是否异常，是否与收入波动趋势一致；并计算报告期内每单发货单运费及对应的销售收入，分析其波动是否异常，单笔是否合理。

(5) 与同行业上市公司对比分析运费占营业收入的比例，分析是否与同行业有明显差异。

## **4、关于发行人期间费用的其他核查程序**

(1) 了解、评价并测试了发行人费用报销等流程的关键内部控制的设计和

运行有效性。

(2) 获取发行人销售费用明细账、管理费用明细账、财务费用明细账和研发费用明细账，并分析其变动情况。

(3) 查阅发行人同行业可比公司的销售费用、管理费用、财务费用和研发费用明细构成，并与发行人的情况进行对比分析。

(4) 抽查主要费用的相关合同及发票，核查费用的真实性、准确性。

(5) 核查了发行人实际控制人及其父亲和配偶、董事、高级管理人员、核心技术人员和关键岗位人员在报告期内任职期间的银行账户信息及资金流水，检查相关人员是否存在为发行人代垫费用的情况。

(6) 抽取发行人资产负债表日前后期间费用相关会计凭证，实施截止性测试，检查支持性文件，确认期间费用是否存在跨期确认情形，同时结合资产负债表科目的核查程序，验证期间费用的完整性。

## (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人销售人员包括业务人员、采购人员、运营人员。2020年发行人销售人员减少主要系团队调整完成，运营效率提高所致，具有合理性；发行人客户经理人数与客户数量和收入规模具有匹配性。

2、发行人销售人员、管理人员、研发人员数量与同行业公司存在差异主要系职能统计口径、业务模式差异、业务规模差异所致，具有合理性。发行人销售人员人均薪酬与同行业可比公司的差异系统口径不同及发行人销售专员占比较大所致，具有合理性，管理人员、研发人员人均薪酬与同行业公司无较大差异。发行人销售人员人均创收与同行业可比公司的差异存在合理原因。

3、发行人业务宣传费主要为品牌服务推广宣传、搜索引擎引流、展会费等费用，2019年业务宣传费减少的主要原因系2019年，上海翊真品牌管理有限公司提供的一体化品牌宣传服务完成，与此同时，由于2019年市场行情整体情况较差，且2020年一季度行业受疫情影响较大，因此，在2019年-2020年上半年，发行人品牌服务推广宣传、搜索引擎引流、展会费等花费均有所下降，具有合理

性。

4、发行人发货的主要方式系产品分拣打包后，按照客户交期通过顺丰等快递物流向客户发货，发行人发货单数大于订单数量主要系存在非单笔发货单发货导致，发货单数略大于销售单数具有合理性，二者比例关系较为稳定。

5、华强电子网“营收规模相对较小”具有准确性，发行人管理费用率低于华强电子具有合理性。

6、报告期内，发行人期间费用具有准确性、真实性、完整性。发行人的业务宣传费系基于实际业务需求，用途准确、合理、合规，各期业务宣传费真实、完整。发行人的运费金额与营业收入具有匹配性，波动情况具有商业合理性，各期运费真实、完整。

## **问题 25、关于股份支付**

申请文件显示：

(1) 截至招股说明书签署之日，员工持股平台为赛咨询持有发行人股份数为 1,053,360.00 股，占发行人总股本的 2.16%；为赛咨询成立于 2014 年。

(2) 2018 年至 2021 年上半年公司确认的股份支付费用分别为 3,375.60 万元、115.05 万元、349.13 万元和 100.99 万元。

(3) 申请文件显示：发行人对为赛咨询的部分合伙人按一次性确认股份支付，对部分合伙人按分期确认股份支付费用，其中 2018 年股份支付费用金额较大的原因是被激励对象李文发、秦国君、周雪峰、李剑峰在取得激励股份后，该等股份归其所有。在股权激励方案约定的授予日起的五年内，激励对象不得出售其所获得的激励股份。前述禁售期届满后，在遵守法定限售期及股东限售承诺的情况下，激励对象可自主决定出售其持有的激励股份。

请发行人：

(1) 补充说明为赛咨询入股发行人的时点；入股发行人及后续历次合伙人或份额的变动情况；以表格形式补充说明历次变动是否适用股份支付，一次确认还是分期确认费用及原因，股份支付公允价值确定的依据。

(2) 补充说明为赛咨询入股发行人后，合伙人是否存在离职情形，离职后

其所持份额的安排情况，是否存在将份额转让给其他合伙人的情形，上述是否构成一项服务期安排，是否应分期确认股份支付费用，发行人会计处理的合规性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明为赛咨询入股发行人的时点；入股发行人及后续历次合伙人或份额的变动情况；以表格形式补充说明历次变动是否适用股份支付，一次确认还是分期确认费用及原因，股份支付公允价值确定的依据。

#### （一）补充说明为赛咨询入股发行人的时点

2014年5月22日，刘云锋与曾焯、为赛咨询签署了《股权转让协议》，约定刘云锋将其持有的发行人15.7534%股权（对应出资额15.7534万元）转让给曾焯，转让价格为15.7534万元；刘云锋将其持有的发行人6.8493%股权（对应出资额6.8493万元）转让予为赛咨询，转让价格为6.8493万元。同日，发行人召开股东会并通过决议，同意上述股权转让事项。

就本次股权转让，发行人于2014年6月4日办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，发行人的股权结构如下：

股东	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	持股比例
曾焯	65.7534	65.7534	65.7534%
刘云锋	27.3973	27.3973	27.3973%
为赛咨询	6.8493	6.8493	6.8493%
合计	<b>100.0000</b>	<b>100.0000</b>	<b>100.0000%</b>

经过上述股权转让，为赛咨询首次入股发行人。

（二）入股发行人及后续历次合伙人或份额的变动情况；以表格形式补充说明历次变动是否适用股份支付，一次确认还是分期确认费用及原因，股份支付公允价值确定的依据

为赛咨询合伙人变动主要包括实施股权激励方案后的合伙人入伙以及员工离职导致的退伙。历次合伙人或份额的变动情参见本题“二、补充说明为赛咨询入股发行人后，合伙人是否存在离职情形，离职后其所持份额的安排情况，是否



存在将份额转让给其他合伙人的情形，上述是否构成一项服务期安排，是否应分期确认股份支付费用，发行人会计处理的合规性。”

为赛咨询入股发行人、发行人实施的历次股权激励及股份支付确认情况如下所示：

事项	激励对象	是否确认股份支付	股份支付费用确认方式	原因	股份支付公允价值确定的依据
发行人股权转让、持股平台首次持股发行人股份	无	否	/	未确认为股份支付主要原因系为赛咨询受让发行人刘云锋所持发行人股权时主要合伙人为曾焯和刘云锋。曾焯和刘云锋作为发行人创始股东持有为赛咨询的财产份额的目的是用于未来员工股权激励，因此创始股东和持股平台间的股权转让行为不符合股份支付的确认条件。	/
2017年员工股权激励	李文发、秦国君等31名员工（间接持股）	是	一次确认	根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。 2017年发行人的员工激励方案中，激励员工被授予后即可行权且没有服务期的约定，因此发行人将该次股权激励涉及的股份支付一次确认。	以发行人2015年8月B轮融资整体投后估值6亿作为公允价值。由于发行人2015年和2016年亏损额逐年扩大，外部融资行情较差（2016年无融资），因此2017年的股权激励参考2015年B轮融资时发行人投后估值作为此次股权激励的公允价值具备合理性。
2018年员工股权激励	李文发、秦国君、周雪峰、李剑峰（直接持股）	是	一次确认	2018年，李文发、秦国君等四人在股权激励方案经过股东大会通过之后随即通过对发行人增资直接持有发行人股份，且激励方案中明确激励对象在5年禁售期满后，在遵守法定限售期及股东限售的情况下，激励对象可自主决定出售其持有的股份，说明激励对象获得发行人股份不附带服务期，即便离职仍然享有股份权利，符合《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》有关股份支付一次性确认的相关规定。	以发行人2018年7月C轮融资整体投后估值13.5亿元作为公允价值。（1）2018年股权激励实施时点与C轮融资时点相近，发行人按照C轮融资发行人对应的估值作为公允价值。（2）发行人2019年业绩较2018年有所下滑，且无外部投资者入股，因此参考2018年C轮融资发行人的整体投后估值作为2019年两次股权激励股份支付的公允价值具备合理性。
2019年员工股权激励	施海昕、周慧军等12名员工（间接持股）	是	分期确认	2019年员工股权激励的回购条款中约定：“激励对象不在公司任职（无论任何原因）且自本次股份授予日至离职时在公司任职未满三年的，已行权的为赛投资财产	

事项	激励对象	是否确认股份支付	股份支付费用确认方式	原因	股份支付公允价值确定的依据
				份额，激励对象应在离职当日申请普通合伙人回购，回购价格根据原行权价格加上同期银行贷款利率确定。”由于上述条款实质上构成服务期的约定，发行人将2019年员工股权激励产生的股份支付总额在三年等待期内摊销，符合《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》有关股份支付分期确认的相关规定。	
技术专家股权激励	陈利剑、严骏驰（间接持股）	是	分期确认	该激励方案属于一次授予、分期行权的激励计划，每期相对独立，符合《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26“对设定服务期的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益”的规定，因此发行人将该次股权激励对应的股份支付金额在股东大会确定的服务期内分期摊销。	

二、补充说明为赛咨询入股发行人后，合伙人是否存在离职情形，离职后其所持份额的安排情况，是否存在将份额转让给其他合伙人的情形，上述是否构成一项服务期安排，是否应分期确认股份支付费用，发行人会计处理的合规性。

（一）补充说明为赛咨询入股发行人后，合伙人是否存在离职情形，离职后其所持份额的安排情况，是否存在将份额转让给其他合伙人的情形，是否构成一项服务期安排，是否应分期确认股份支付费用

为赛咨询入股发行人后合伙人变动情况及确认股份支付的情况：

时间	变动情况	确认股份支付的情况
2017.05	为赛咨询实施员工激励方案	根据2017年发行人股权激励方案，发行人一次性确认了股份支付，相关论述详见第一小问。
2017.11	黄琪、李娜、吴明灿、顾天任、夏美霞、舒志勇离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	员工离职，经全体合伙人同意，将合伙份额转让给曾焯。员工所间接持有的发行人股份均来源于实际控制人曾焯，员工退出时将股份转回给实际控制人，股份流转过程为“实际控制人—持股平台合伙人—实际控制人”，员工离职转让给实际控制人的合伙份额将用于未来员工股权激励，实际控制人未从受让股份中获得收益，因此离职员工将持股平台份额转让给实际控制
2018.06	赖青凤、张丽芳离职	

时间	变动情况	确认股份支付的情况
	并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	人不构成服务期的安排，不涉及股份支付。
2018.12	杨辉明、王丽娟、于培离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	
2019.08	洪小飞、韩秋菊离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	
	李文发、秦国君将其通过为赛咨询间接持有发行人股份转为直接持有发行人股份，并从为赛咨询退伙。	李文发、秦国君持有发行人股份的方式从间接持股转变为直接持股，最终持有发行人的权益并无变动，不涉及股份支付。
2019.12	为赛咨询实施员工股权激励方案和技术专家股权激励方案第一期行权	根据 2019 年发行人股权激励方案和技术专家股权激励方案，发行人分期确认股份支付，详细论证见本题第一小问。
2020.07	明珍离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	员工离职，经全体合伙人同意，将合伙份额转让给曾焯。员工所间接持有的发行人股份均来源于实际控制人曾焯，员工退出时将股份转回给实际控制人，股份流转过程为“实际控制人—持股平台合伙人—实际控制人”，员工离职转让给实际控制人的合伙份额将用于未来员工股权激励，实际控制人未从受让股份中获得收益，因此离职员工将持股平台份额转让给实际控制人不构成服务期的安排，不涉及股份支付。
2020.11	奚玉玺离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	
2020.12	为赛咨询实施技术专家股权激励方案第二期行权	根据技术专家股权激励方案，发行人分期确认股份支付，详细论证见本题第一小问。
2021.1	为赛咨询实施技术专家股权激励方案第三期行权	根据技术专家股权激励方案，发行人分期确认股份支付，详细论证见本题第一小问。
2021.5	李秀云离职并退伙，财产份额转让给发行人实际控制人、为赛咨询普通合伙人曾焯	员工离职，经全体合伙人同意，将合伙份额转让给曾焯。员工所间接持有的发行人股份均来源于实际控制人曾焯，员工退出时将股份转回给实际控制人，股份流转过程为“实际控制人—持股平台合伙人—实际控制人”，员工离职转让给实际控制人的合伙份额将用于未来员工股权激励，实际控制人未从受让股份中获得收益，因此离职员工将持股平台份额转让给实际控制人不构成服务期的安排，不涉及股份支付。

## (二) 发行人会计处理的合规性

发行人成立至今历次股权激励在 2018 年-2022 年上半年股份支付确认的金

额如下表：

单位：元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年	2018年
2018年员工股权激励	-	-	-	-	3,375.60
2019年员工股权激励	89.26	181.49	196.56	33.23	-
2019年技术专家股权激励	-	6.90	152.57	81.82	-
合计	89.26	188.39	349.13	115.05	3,375.60

根据本题第一小问的相关论述，发行人遵照《企业会计准则第11号-股份支付（2006）》及应用指南、《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题26的相关规定对发行人成立至今的历次股权激励进行了会计处理。

2017年员工激励方案和2018年股权激励方案，没有对激励员工有服务期的约定，发行人的股权激励属于授予后立即可行权或转让完成且没有服务期限等限制条件的股权激励，因此发行人将相关股份支付一次性确认在2017年和2018年。2019年员工股权激励的回购条款中对激励对象有明确的三年服务期（授予日后三年内离职普通合伙人回购），技术专家股权激励方案中隐含了服务条款，实质上构成服务期的安排，因此发行人将2019年员工股权激励方案和技术专家股权激励方案所涉股份支付费用采用恰当的方法在服务期内进行分摊。

综上，发行人股份支付的会计处理符合相关规定。

### 三、申报会计师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

申报会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、取得并查阅了发行人和为赛咨询全套工商档案资料。
- 2、取得并查阅了《宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）合伙协议》、出资凭证等原始资料。
- 3、访谈了发行人实际控制人，了解发行人每轮融资的相关背景及过程。
- 4、访谈发行人财务负责人，了解股权激励相关的背景和目的以及股份支付相关的会计政策和会计处理。

5、获取并复核发行人股份支付费用计算明细表。

6、查阅了发行人历次与股权激励相关的股东大会、董事会、监事会的相关文件。

7、对公司按照外部投资者入股价格作为授予股份公允价值的合理性进行复核，并对所应确认的股份支付费用及对财务数据的影响进行复核。

8、对股权激励方案中的相关条款进行复核，核实相关条款是否存在服务期限的要求，了解其股份支付费用是否进行分摊。

9、对为赛咨询现有合伙人，以及已离职并退出为赛咨询的部分合伙人进行了访谈，取得了包含该等人员的员工花名册。

## **(二) 核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已按《企业会计准则第 11 号-股份支付（2006）》及应用指南、《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 26 的相关规定对发行人成立至今的历次股权激励进行了会计处理。

2、发行人相关股权公允价值的确认依据合理，股份支付计入成本或费用的金额准确，股份支付的公允价值确认及相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

## **问题 26、关于应收账款和应收票据**

申请文件显示：

(1) 发行人一般给予客户一个月信用期；应收账款账面余额分别为 3,765.24 万元、5,858.40 万元 17,788.79 万元和 27,554.38 万元，占流动资产的比例分别为 18.02%、33.40%、38.94%和 44.61%，各期末应收账款余额占当期营业收入比重分别为 4.02%、7.08%、11.60%和 17.23%，呈现快速增长态势。

(2) 截至 2021 年 11 月 30 日，发行人 2021 年 6 月 30 日的应收账款余额 27,554.38 万元已回款 26,987.92 万元，占比为 97.94%。

(3) 发行人应收票据和应收款项融资合计报告期分别为 1,140.63 万元、

692.61 万元、2,614.49 万元和 6,751.64 万元。

请发行人补充说明：

(1) 对客户信用期安排的具体情况，发行人收入是否以赊销为主；发行人的信用政策与同行业线上分销商相比是否存在较大差异。

(2) 在客户多且分散、单个客户销售规模较小的情况下，发行人催收应收账款措施及其有效性。

(3) 2021 年 6 月 30 日应收票据和应收款项融资 6,751.64 万元期后回款情况，坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、对客户信用期安排的具体情况，发行人收入是否以赊销为主；发行人的信用政策与同行业线上分销商相比是否存在较大差异。

(一) 对客户信用期安排的具体情况，发行人收入是否以赊销为主

### 1、对客户信用期安排的具体情况

公司主要根据客户需求申请，经审核后向其提供相应的信用期支持，随后对客户的信用期政策等进行动态评估和调整。通常而言，客户首次申请信用期支持时，若通过审核后，公司会给予账期支持，后续账期调增或首次账期天数大于 45 天的客户，则需要额外审核流程通过后方可实施。关于授信相关流程，请参见发行人及保荐机构回复意见之“问题 4、关于业务流程”之“六、补充说明发行人向下游客户提供的信用期安排的主要操作流程，是否收取费用或存在与金融机构的业务合作安排”中的答复。

### 2、发行人收入是否以赊销为主

#### (1) 各期赊销收入金额及占比情况

报告期各期，发行人赊销收入占总收入比重分别为 42.38%、56.70%、69.89%、71.01%，呈上升趋势。目前，发行人收入以赊销为主，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
赊销收入	171,560.51	71.01%	268,084.02	69.89%	86,975.43	56.70%	35,053.49	42.38%
非赊销收入	70,032.19	28.99%	115,478.98	30.11%	66,409.94	43.30%	47,654.75	57.62%
合计	241,592.69	100.00%	383,563.00	100.00%	153,385.37	100.00%	82,708.24	100.00%

## (2) 各期赊销收入具体情况

### I、各期赊销收入客户分类情况

报告期内，随着营业收入的快速增长，发行人赊销收入金额、占比也出现明显增长，从客户维度上看，各期授信收入增长包括两部分：

(1) 随着发行人供应能力的不断增长，已开通授信客户将更多的订单需求交由发行人完成，导致期初已开通授信客户对应赊销收入快速增长；

(2) 随着客单价的不断增长，部分未开通授信客户为提升下单效率和经营周转效率而向公司申请开通账期，带动新开通授信客户对应赊销收入快速增长。

具体而言，2019年，公司赊销收入增长主要由新开通授信的客户带动，当期新开通授信客户占赊销收入增长金额比重为92.93%。2020年、2021年、2022年上半年，已开通授信客户占赊销收入比例分别上升至44.84%、57.55%、62.07%，已开通授信客户已成为带动赊销收入增长的主要驱动力，具体数据如下：

单位：万元，%

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
当期赊销收入的增长	61,317.16	100.00	181,108.59	100.00	51,921.94	100.00	11,040.21	100.00

按照客户情况，赊销收入增长的来源：

期初已开通授信的客户	38,058.39	62.07	104,232.02	57.55	23,283.88	44.84	780.11	7.07
当期新开通授信的客户	23,258.78	37.93	76,876.57	42.45	28,638.05	55.16	10,260.10	92.93

## II、各期授信客户平均账期情况

报告期内，发行人信用政策基本保持稳定，不同赊销客户间账期天数的变化主要与双方合作规模相关，即随着与客户交易规模增长，为了更好地满足其需求，公司会适当地提高客户的账期天数，符合正常商业逻辑。

具体而言，报告期各期，按照不同授信客户的赊销收入规模进行分层后，在各分层内，再按照不同授信客户的赊销收入规模作为权重，计算各分层内授信客户的平均账期天数，情况如下：

赊销收入规模分层	加权平均账期天数			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
10万（含）以下	<b>33.34</b>	32.29	30.35	30.46
10-50万（含）	<b>36.35</b>	34.71	31.43	31.93
50-100万（含）	<b>41.74</b>	39.63	33.77	35.06
100万以上	<b>55.67</b>	49.22	45.67	46.80

从上表可知，报告期各期，赊销收入在100万元以下的客户加权平均账期在30-40天左右，与公司授予信用期客户的基础账期较为一致，而赊销收入在100万元以上的客户加权平均账期有所提升，但均控制在60天以下，公司并未通过放松信用政策以提高公司的销售收入，授信收入的增长主要系授信客户数量增加及随着与客户间合作深度不断加强推动。公司账期整体情况良好，符合公司实际业务开展情况，也符合正常的商业逻辑。

综上，报告期内，发行人信用政策基本保持稳定，不同赊销客户间账期天数的变化主要与双方合作规模相关，即随着与客户交易规模增长，为了更好地满足其需求，公司会适当地提高客户的账期天数，具有合理性，公司并未通过放松信用政策以提高公司的销售收入。

### （二）发行人的信用政策与同行业线上分销商相比是否存在较大差异

在电子元器件分销行业，由于下游以生产制造企业、研发方案设计商、高校研究所等为主，受生产计划排期、制造周期、采购政策、采购预算等因素影响，通常会向上游分销商申请信用政策。从公开信息得知，国内外知名的电子元器件线上分销商，大部分向下游客户开放了账期，具体情况如下：



同行业线上分销商名称	是否有信用政策支持	信息来源
得捷电子（www.digikey.cn）	是	发行人已获其信用政策支持
贸泽（www.mouser.cn）	是	
华强电子网（www.hqew.com）	是	招股书披露
前海硬之城（www.allchips.com）	是	官网披露
华秋商城（www.hqchip.com）	是	
ICGOO 在线商城（www.icgoo.net）	-	未公开披露
立创商城（www.szlcsc.com）	-	

上述同行业线上分销商除华强电子网之外均未披露对其客户的信用期安排及信用额度。由于华强电子网主要客户为大中型客户，与发行人有所不同，导致双方应收账款周转率存在一定差异，整体而言，公司向客户提供的账期相对较短，具体情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
华强电子网应收账款周转率（次）	-	6.38	4.91	5.07
发行人应收账款周转率（次）	11.34	13.36	13.22	18.28

注：截至本回复出具之日，华强电子网暂未披露 2022 年上半年应收账款周转率；发行人 2022 年上半年应收账款周转率已进行年化处理。

综上所述，在是否向下游客户提供信用政策支持方面，发行人与同行业线上分销商相比并未存在较大差异。

## 二、在客户多且分散、单个客户销售规模较小的情况下，发行人催收应收账款措施及其有效性

基于发行人客户多且分散、单个客户销售规模较小的经营特征，发行人建立了规范完善的授信额度风险管理与应收账款管理措施，基于客户自身规模、与公司交易规模等因素为其提供信用政策支持，并在授信完成之后对客户持续追踪，保障应收账款回款的可回收性。

具体而言，针对于应收账款催收，公司明确了不同阶段催款责任人、负责事项和实现方式：（1）销售部门负责在货物及发票发出后 1 周内对账，每月至少一次与客户对账，且有对账记录可查询；销售运营团队每周会同风控、财务、销售部门经理分析逾期款情况，并有系统专项提醒，若客户应收账款出现逾期，系

统将自动冻结其授信。（2）财务部门负责在逾期大于 15 天且未达 45 天时，发出财务催款函，财务部门催款函由系统自动发出。（3）风控部门负责在逾期达 45 天时，发出公司催款函；在逾期达到 75 天时，与销售部门经理确认后发出律师函；由系统待办事项提醒，风控部门线下寄出。（4）对于采取上述措施后仍未回款的客户，公司将通过司法途径解决。

得益于上述措施的执行，报告期内发行人期后回款整体情况良好，截至 2022 年 9 月 19 日，发行人各期期后回款比例基本接近或超过 90%，具体情况如下：

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
应收账款余额	46,058.69	40,492.19	17,788.79	5,858.40
期后回款金额	40,947.93	40,293.47	17,713.10	5,789.14
回款比例	88.90%	99.51%	99.57%	98.87%

注：期后回款时间为截至 2022 年 9 月 19 日

三、2021 年 12 月 31 日应收票据和应收款项融资期后回款情况，坏账准备计提是否充分。

#### （一）2021 年 12 月 31 日应收票据和应收款项融资期后回款情况

公司 2021 年 12 月 31 日的应收票据和应收款项融资期后情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日
应收票据余额	4,401.26
应收款项融资	999.02
应收票据和应收款项融资合计（A）	5,400.28
期后回款金额（B）	5,135.29
回款比例（C=B/A）	95.09%

注：回款统计截止到 2022 年 9 月 19 日

从上表可知，截至 2022 年 9 月 19 日，发行人 2021 年 12 月 31 日应收票据和应收款项融资回款比例为 95.09%，剩余未回款应收票据和应收款项融资均系尚未到期导致。报告期内发行人应收票据及应收款项融资均按期承兑，发行人不存在因票据到期未能兑付的情形。此外，截至 2022 年 9 月 19 日，公司 2021 年 6 月 30 日的应收票据和应收款项融资回款比例为 100%，回款情况良好，尚未回

款部分亦因未到期所致，不存在已到期未承兑情况。

## （二）坏账准备计提是否充分

报告期末，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。2021年12月31日，公司应收票据及应收款项融资坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	账面金额	比例	坏账准备	坏账准备计提比例
银行承兑汇票	3,786.75	86.04%	39.76	1.05%
财务公司承兑汇票	105.44	2.40%	1.05	1.00%
商业承兑汇票	509.08	11.57%	25.82	5.07%
<b>应收票据合计</b>	<b>4,401.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>66.63</b>	<b>1.51%</b>
信用等级较高的银行承兑汇票	999.02	100.00%	-	-
<b>应收款项融资合计</b>	<b>999.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

2021年期末，公司应收票据坏账准备计提比例为1.51%，未对应收款项融资计提坏账准备，坏账准备计提充分，具体分析如下：

### 1、坏账计提方法

报告期内，发行人应收票据及应收款项融资按账龄的坏账计提比例如下：

项目	0-6月	7-12月	1-2年
<b>应收票据：</b>			
信用等级一般的银行及财务公司承兑的银行承兑汇票	1%	10%	/
商业承兑汇票	1%	10%	20%
<b>应收款项融资（信用等级较高的银行承兑汇票）</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>/</b>

### 2、坏账计提充分性

#### （1）银行承兑汇票

根据信用风险的大小，可将银行承兑汇票分为两类，一类是由信用风险等级较高的银行承兑的汇票；另一类是信用等级一般的银行及财务公司承兑的银行承兑汇票。

公司持有的信用等级高的银行承兑的汇票为6家国有大型商业银行及9家股份制银行承兑的银行汇票，到期不获支付的可能性较低，因此，公司对信用等级高的银行承兑的汇票不计提坏账准备。

另外，对于信用等级一般的银行及财务公司承兑的银行承兑汇票，虽然公司历史上未曾发生过银行承兑汇票到期无法兑付的情况，但是公司仍然针对该类票据存在的信用风险，按照对应取得时点计算应收票据账龄，并参照应收账款的计提方法计提坏账准备，坏账准备计提充分。

## **(2) 商业承兑汇票**

由于商业承兑汇票存在一定的信用风险，公司按照应收商业承兑汇票转入时对应的应收账款账龄连续计算的原则，并参照应收账款的计提方法计提坏账准备，坏账准备计提充分。此外，报告期内公司收到的票据均已到期兑付，不存在到期无法兑付的情形。

综上，公司应收票据和应收款项融资坏账准备计提充分。

## **四、申报会计师核查程序与核查意见**

### **(一) 核查程序**

1、了解了发行人业务制度，核查了定价机制、物流情况、退换货机制、信息系统内部控制、信用政策等相关的内部控制制度，了解了发行人对于客户的信用管理情况。

2、查阅了同行业可比公司年报、官方网站等公开资料，了解其应收账款坏账计提政策、账龄结构等情况，并与发行人进行对比。

3、获取了发行人报告期各期末应收账款明细表，测算应收账款周转率、应收账款周转天数，核查应收账款期后回款情况。

4、获取了发行人与主要客户签署的相关协议，统计逾期账款及逾期账款的期后回款情况。

5、访谈发行人财务负责人，了解主要逾期客户及其逾期付款的原因和经营情况，判断其是否存在偿付风险；了解发行人应收账款催收流程细则，结合期后回款情况分析其催款措施有效性。

6、对发行人应收票据和应收款项融资期后回款情况进行检查，分析应收票据减值计提的充分性及预计负债的合理性。

## **(二) 核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人收入以赊销为主，发行人的信用政策与同行业相比不存在较大差异。

2、在客户多且分散、单个客户销售规模较小的情况下，发行人催收应收账款措施有效，期后回款情况较好。

3、2021年12月31日，应收票据和应收款项融资期后回款情况较好，坏账准备计提充分。

## **问题 27、关于存货**

申请文件显示：

(1) 发行人库存商品账面价值报告期分别为 2,653.63 万元、3,084.68 万元、7,173.61 万元和 12,302.72 万元，是发行人存货的主要构成项目。

(2) 发行人发出商品金额报告期分别为 274.11 万元、358.34 万元、1,074.96 万元和 1,051.65 万元。

(3) 现货订单是指交期较短的订单，在电子元器件流通领域通常指交期小于或等于 3 个月的订单。

(4) 截至 2021 年 6 月末，库龄一年以上的存货金额为 901.7 万元。

(5) 基于线上商城搜索、交易信息，公司会与部分供应商开展“云仓”合作模式，即公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，待相关物料实际销售后，公司与供应商进行结算。

请发行人：

(1) 补充说明存货规模的增长是否与发行人业务的增长保持一致。

(2) 补充说明在发行人以现货交易为主的情况下，对于库龄一年以上存货

的跌价准备计提的充分性。

(3) 补充说明发行人自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形，与之相关的内控措施情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对发行人库存商品、发出商品执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，并在监盘过程中发行人自有存货和“云仓”存货是否可有效区分。

回复：

一、补充说明存货规模的增长是否与发行人业务的增长保持一致

报告期各期末，公司存货账面价值及构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	21,816.78	92.98%	19,925.35	89.99%	7,173.61	86.82%	3,084.68	89.52%
其中：先销后采模式下库存商品	11,764.30	50.14%	9,186.20	41.49%	4,674.76	56.57%	1,939.96	56.30%
先采后销模式下库存商品	10,052.49	42.84%	10,739.16	48.50%	2,498.84	30.24%	1,144.72	33.22%
发出商品	1,639.15	6.99%	2,196.86	9.92%	1,074.96	13.01%	358.34	10.40%
周转材料	7.56	0.03%	19.28	0.09%	14.43	0.17%	2.90	0.08%
合计	23,463.50	100.00%	22,141.49	100.00%	8,263.00	100.00%	3,445.93	100.00%

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 3,445.93 万元、8,263.00 万元和 22,141.49 万元和 23,463.50 万元，主要由库存商品和发出商品构成，呈逐年增长趋势。下文按照先销后采、先采后销模式下，对存货与发行人业务的匹配关系进行论述。

### 1、先销后采模式存货

由于公司主要销售区域为国内，所需物流周期通常较短，且先销后采模式均有订单支持，因此，选择当期先销后采模式库存及发出商品与次年 1 月先销后采模式营业收入进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022/6/30	2021/12/31	2020/12/31	2019/12/31
先销后采模式下库存商品①	11,764.30	9,186.20	4,674.76	1,939.96
发出商品②	1,639.15	2,196.86	1,074.96	358.34
合计③=①+②	13,403.45	11,383.06	5,749.72	2,298.30
次年1月/2022年7月先销后采营业收入④	34,271.68	34,576.03	22,271.19	4,971.71
先销后采存货周转天数⑤=30*③/④	11.73	9.88	7.75	13.87

注：由于发行人先销后采销售占比较大，因此，发出商品中主要以先销后采模式商品为主，上表直接将其与先销后采模式下库存商品合计，同次年1月/2022年7月的先销后采营业收入对比。

报告期内，发行人先销后采周转天数略有波动。其中2020、2021年周转天数较短，为8-10天左右，主要为检测时间、仓库内等待多品种货物集齐时间、以及快递寄送的时间等，与公司主要以国内销售业务模式基本相符。而2019年周转天数较长主要系2020年1月受春节假期及疫情影响，公司营业收入出现大幅度减少所致。2022年6月末先销后采商品的周转天数较2021年略有加长，主要系由于2022年6月末先销后采库存商品中“小长单”订单对应的在库商品增加所致。该部分商品将在未来一段时间内分期或一次性发货，对应存货周转天数较长，导致期末存货的周转天数有所增加。

## 2、先采后销模式存货

报告期各期，公司先采后销下库存商品与公司先采后销业务规模匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30/2022年1-6月	2021-12-31/2021年度	2020-12-31/2020年度	2019-12-31/2019年度
先采后销下库存商品账面价值	10,052.49	10,739.16	2,498.84	1,144.72
先采后销收入	16,254.32	17,358.49	4,365.30	861.02
存货周转率	3.13	2.62	2.40	0.78

注：2022年1-6月存货周转率数据已做年化处理。

报告期内，公司先采后销模式下库存商品周转率分别为0.78、2.40、2.62和3.13。其中，2019年公司先采后销模式处于探索尝试阶段，期末先采后销下库存商品账面价值金额较小，其先采后销模式存货周转率较低。具体来看主要系①

受市场行情影响，2019 年先采后销销售规模下降，导致周转率较低。②2019 年，为提升客户一站式采购体验，丰富公司产品类别和缩短交期时间，公司主动增加了部分品类被动器件备货，由于被动器件单品价值低，通常以整单起购，当期采购数量相对较多，期末库存尚未消化。上述因素共同导致 2019 年的先采后销模式周转率较低。2020 年以来，公司先采后销模式逐渐成熟与完善，先采后销模式下库存商品周转率有所提升。

因此，先采后销模式下库存商品与业务规模增长较为一致，差异具有合理性。

## 二、补充说明在发行人以现货交易为主的情况下，对于库龄一年以上存货的跌价准备计提的充分性

### （一）发行人以现货交易为主的情况下，库龄一年以上存货的构成

报告期各期末，库龄一年以上存货构成如下：

单位：万元

项目	2022-6-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
先销后采	675.35	29.14%	132.64	15.10%	46.79	4.75%	4.98	0.58%
先采后销	1,642.25	70.86%	746.02	84.90%	938.44	95.25%	850.9	99.42%
合计	2,317.60	100.00%	878.66	100.00%	985.23	100.00%	855.88	100.00%

在电子元器件分销领域，现货订单通常指交期较短订单，目前，公司主要以提供短交期的现货交易为主，且以先销后采模式为主。由上表可知，整体而言，相较于发行人的经营规模，库龄一年以上存货金额较小，与发行人的经营特征相符。在库龄一年以上存货中，先采后销模式下的存货占比均在 70%以上，先销后采占比较低。2022 年 6 月末，库龄一年以上的先采后销存货增加较多主要系：为提升客户体验，公司不断丰富备货的型号和数量，以满足客户一站式采购及对短交期货物的需求，在上述背景下，部分型号产品周转率较慢，使得长库龄的存货有所增加。

此外，2019 年，先销后采模式下存货金额及占比较低，主要为极少部分客户预付后尚未提货的产品；2021 年及 2022 年 6 月末先销后采模式下存货金额及占比有所增加，主要系 2020 年起，随着业务规模增长，发行人开始尝试与客户签订“小长单”订单。该模式下企业与客户签订合同，约定在未来一段时间内分



期或一次性发货，而公司通常批量采购，少部分“小长单”订单完整交期超过1年，导致库龄一年以上先销后采存货增长较多。

## （二）库龄一年以上存货的跌价准备计提的充分性

发行人对库龄一年以上存货计提了充分的跌价准备，以下从①各期长库龄存货实际情况②同行业存货跌价情况对比两方面进行说明，具体情况如下：

### 1、各期长库龄存货实际情况

报告期各期末，库龄一年以上存货的跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-6-30				2021-12-31			
	余额	占比	跌价准备	跌价计提比例	余额	占比	跌价准备	跌价计提比例
1-2年	1,894.40	81.74%	606.03	31.99%	469.21	53.40%	174.27	37.14%
2-3年	226.52	9.77%	211.42	93.33%	224.41	25.54%	209.65	93.42%
3年以上	196.67	8.49%	194.53	98.91%	185.03	21.06%	185.03	100.00%
总计	2,317.60	100.00%	1,011.98	43.67%	878.66	100.00%	568.95	64.75%
项目	2020-12-31				2019-12-31			
	余额	占比	跌价准备	跌价计提比例	余额	占比	跌价准备	跌价计提比例
1-2年	523.08	53.09%	299.09	57.18%	697.39	81.48%	336.84	48.30%
2-3年	360.67	36.61%	324.54	89.98%	157.46	18.40%	141.71	90.00%
3年以上	101.49	10.30%	101.42	99.93%	1.03	0.12%	1.03	100.00%
总计	985.23	100.00%	725.05	73.59%	855.88	100.00%	479.58	56.03%

报告期各期末，发行人一年以上存货金额分别为855.88万元、985.23万元、878.66万元和2,317.60万元，占各期末存货总额比例较小，存货跌价计提比例分别为56.03%、73.59%、64.75%和43.67%，计提比例较高。从库龄上看，2019年末及2020年末，发行人库龄1-2年存货跌价计提比例均在50%左右，2021年末及2022年6月末，发行人库龄1-2年存货跌价计提比例分别为37.14%和31.99%，计提比例较高。2021年末及2022年6月末存货跌价计提比例与往年对比最低主要系2021年末及2022年6月末1-2年库存中存在部分“小长单”订单，该部分存货均有客户订单支撑，为按客户交期需求所备货物，存货跌价风险较小，

发行人在存货验收入库后和报告期期末对该部分存货逐一进行风险评估确认，计提存货跌价。此外，发行人库龄 2-3 年、3 年以上的库存商品存货跌价计提比例较为稳定，计提比例分别为 90% 与 100% 左右，存货跌价计提比例充足。

## 2、同行业存货跌价情况对比

### (1) 同行业存货跌价计提政策

发行人及可比公司公开披露的存货跌价政策情况如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策
华强电子网	按照可变现净值法计提存货跌价准备。 在手订单的存货，以在手订单的价格确认估计售价； 没有在手订单的存货，在大型的电子元器件现货网站进行询价，从而获取相关存货的估计售价
力源信息	资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。公司测算存货跌价准备时，选取的存货估计售价主要考虑了产成品或商品的市场销售价格、与产成品或商品相同或类似商品的市场销售价格。
润欣科技	按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。每个资产负债表日对单个存货项目是否陈旧和滞销、可变现净值是否低于存货成本进行重新估计。
雅创电子	按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。计提存货跌价准备时，按单个存货类别计提。对于有销售合同支持的库存商品或发出商品，根据合同约定的销售价格作为对外销售所能收到的款项；对于没有明确合同支持的库存商品，根据产品型号，以产品在资产负债表日前后销售记录的销售价格作为可收回款项的参考依据。
商络电子	库龄在 12 个月以内的存货资产负债表日，当存货成本低于可变现净值时，存货按成本计量；当存货的库龄在 12 个月及以上，认为存货属于滞销的情形，出于谨慎性考虑，按存货余额全额计提存货跌价准备。
发行人	资产负债表日，公司综合考虑实际经营过程中存货周转情况、存货库龄、市场价格、是否存在滞销存货、存货质量是否良好等因素，按照可变现净值法计提存货跌价准备，各期间保持一致。具体情况如下： 期末时点有对应销售订单时，取订单单价作为存货预计售价确定可变现净值。若无对应销售订单，则先考虑其过去 3 个月销售情况，再综合考虑外部主要电商平台参考售价、存货属性、市场行情及期后销售情况、滞销情况等因素确定可变现净值。另外，发行人对特殊事项单项计提；对于超过三年未结转的库存商品，发行人认为属于滞销的情形，公司出于谨慎性考虑，按存货余额全额计提存货跌价准备。

从上表可知，可比公司均按照可变现净值法计提存货跌价，公司主要存货跌价政策与同行业可比公司不存在重大差异。

### (2) 同行业存货跌价具体情况

由于部分可比公司未详细披露长库龄存货所对应具体存货跌价计提情况，下

文从各家公司整体存货跌价计提比例、库龄一年以上存货比例等进行对比，具体情况如下：

公司名称	存货跌价计提比例				库龄一年以上存货比例			
	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
华强电子网	/	<b>2.77%</b>	2.68%	2.71%	/	<b>2.69%</b>	11.52%	18.16%
力源信息 (300184)	<b>3.85%</b>	4.19%	3.63%	2.53%	/	/	/	/
润欣科技 (300493)	<b>2.19%</b>	4.70%	7.34%	7.13%	/	/	/	/
雅创电子 (301099)	<b>2.11%</b>	3.15%	2.20%	2.92%	/	/	3.41%	5.39%
商络电子 (300975)	<b>9.90%</b>	7.37%	6.54%	9.03%	/	/	/	7.13%
平均值	<b>4.51%</b>	<b>4.44%</b>	<b>4.48%</b>	<b>4.86%</b>	/	<b>2.69%</b>	<b>7.47%</b>	<b>10.23%</b>
发行人	<b>8.09%</b>	<b>5.70%</b>	<b>9.78%</b>	<b>23.74%</b>	<b>9.08%</b>	<b>3.74%</b>	<b>10.76%</b>	<b>18.93%</b>

从上表可知，报告期各期末，存货跌价计提比例高于同行业平均水平。其中，2019年发行人存货跌价计提比例较高主要系①因探索电子元器件新兴应用领域，发行人采购部分主要应用于物联网等领域的电子元器件产品，但由于销售未及预期，存在存货跌价风险，对其单项计提存货跌价准备。②发行人逐步加大先采后销销售模式规模，但受市场行情影响，备货产品销售不及预期，存货跌价准备计提较多。另外，结合部分可比公司披露的存货库龄占比情况，发行人计提存货跌价准备充分，具体情况如下：

①发行人一年以上存货比例基本低于或与华强电子网比例相当，两家公司均主要以线上商城开展业务，发行人存货跌价计提比例高于华强电子网，**发行人计提存货跌价准备充分；**

②发行人一年以上存货比例高于雅创电子、商络电子，对应存货跌价计提比例均高于雅创电子及商络电子，具有合理性。

综上，结合发行人各期存货跌价准备计提比例和金额、同行业存货跌价计提政策和同行业公司的存货跌价准备情况，发行人对库龄一年以上存货的跌价准备计提充分。

三、补充说明发行人自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形，与之相关的内控措施情况。

**（一）自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形**

“云仓”存货是指基于线上商城搜索、交易信息，公司与部分供应商开展“云仓”合作模式下的存货。公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，待相关物料实际销售后，公司与供应商进行结算。

从组织架构上看，发行人物流部门对于存货管理划分成自有存货（贸易、自营）和云仓存货进行管理，人员相互独立；

从存货库位管理来看，发行人对于自有存货与“云仓”存货按照不同的区域独立存放，对于某些特殊的存货，如对温度、湿度有比较高要求的精密存货会存放在特制的恒温室，但也同样进行了库位区分，并且按照库存条码贴标进行管理；

从存货管理的流程上看：云仓收货、仓储、发货均通过发行人自行开发 ICkey 系统进行存货管理，存货的识别、流转是可控并可溯的；在整个存货管理过程中，“云仓”存货和自有存货都有可明确区分的业务系统数据以及物理形态的库存条码标签。

综上所述，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。

**（二）与之相关的内控措施情况**

发行人对于存货管理制定了完善的内控制度，在入库、仓储和出库环节都制定了相关内控措施，对自有存货和“云仓”存货进行有效管理，具体情况如下：

环节	业务流程及内控介绍	具体说明
入库	1、创建订单：采购/云仓订单分成自有库存（贸易采购、自营备货）、“云仓”模式，每种模式对应订单的开头两位的编码字母不一致，可以明确区分； 2、验收入库：物流人员根据条形码将收货信息录入 ERP 物流系统，确认收货，生成入库单，并生成库存条码打印贴标（库存条码信息包括采购类型、厂牌、产品型号、库位、数量等信息），对三种模式存货分区存放。	通过库存条码编码的规则、分区存放规则可以确保入库步骤发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。
仓储	1、物流部出入库见单作业（出库以系统生成发货计划进行作业）；仓库保存条件严格按照内部	日常仓储中，通过区分库位管理、以条码编码进行存货管理的

环节	业务流程及内控介绍	具体说明
	<p>要求执行；仓库人员进出严格按照物流部门禁管理相关规范；</p> <p>2、“云仓”存货转自营备货：物流人员分拣转自营的存货录入 ERP 物流系统生成新的库存编码，并在新的库位进行存放，原库存编码相应减少存货数量；</p> <p>3、“云仓”存货转贸易仓：“云仓”存货对外销售需先转库到贸易仓，生成贸易采购订单后进行出库；</p> <p>4、财务部于每月财务结帐日将公司本月所有物资的收发存数据进行归集、分类、核对和汇总。</p>	<p>方式可以确保发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p> <p>“云仓”存货移动时，严格在系统上进行记录（包括移库、转库、销售出库等严格在系统上记录）可以确保发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p>
出库	<p>当销售订单所需存货集齐后，由销售人员于系统中根据订单发起发货计划，物流部人员依据 PDA（手持终端）接收发货计划，一人一单，依据 PDA 显示的所需存货位置信息在贸易库拣货（用 PDA 扫描货物条码录入系统）归集并装箱打包；系统上自动打印发货单及快递单并粘贴。</p>	<p>在出货环节，物流人员根据接收发货计划拣货出库，即通过 PDA（手持终端）扫码出库，减少相应库位的存货。在出库该环节对于是否是“云仓”存货出库是明确的。故出库环节，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p>

发行人日常的存货入库、仓储、出库管理均依托于公司 ERP 系统，自有存货和“云仓”存货分区存放，并且存货的入库、转库、出库均需业务系统生成相应的单据，物流人员均严格见单作业，确保了整个仓储物流管理的准确性、有效性。

综上，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形，与之相关的内控措施完善。

**四、申报会计师核查程序与意见，并补充说明对发行人库存商品、发出商品执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，并在监盘过程中发行人自有存货和“云仓”存货是否可有效区分**

#### （一）核查程序

##### 1、关于问题一至问题三的核查程序

（1）获取发行人报告期各期末存货明细表，并了解公司的备货策略、销售情况，比较各期末存货余额构成及变动情况与公司业务规模匹配情况，分析存货水平的合理性。

（2）获取发行人报告期各期末存货跌价准备计提明细，了解发行人存货跌价准备计提政策，复核公司存货跌价准备的计算过程，检查存货跌价准备计提、

转回或转销的金额；并结合存货库龄、库存构成的分析，分析各期末存货跌价准备计提是否充分。

(3) 取得同行业可比公司招股说明书、报告期内年度报告等公开资料，了解同行业可比公司存货跌价计提政策，计算存货跌价准备计提比例数据，与发行人进行比较分析。

(4) 获取并发行人存货管理制度文件，了解发行人对自有存货和“云仓”存货的管理制度及内控措施。

## 2、针对库存商品、发出商品的核查程序

(1) 获取并审阅了发行人存货管理制度文件，对报告期内发行人的采购与存货循环实施了控制测试，针对内控主要控制点取得执行的关键证据，评价内控设计的合理性以及执行的有效性；

(2) 对于库存商品，申报会计师对报告期各期末库存商品执行了监盘程序。

申报会计师对发行人库存商品执行数量测试的存货数量及占比、存货金额及占比的情况如下（存货各品种数量单位不一，此处仅将不同数量简单相加予以统计）：

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
监盘存货原值（万元）	<b>15,312.86</b>	14,315.47	6,192.04	1,747.99
监盘存货数量（万个）	<b>36,786.97</b>	52,789.30	11,296.89	7,725.64
监盘金额占比	<b>64.14%</b>	67.40%	76.93%	42.16%
监盘数量占比	<b>31.47%</b>	34.65%	17.17%	17.26%

申报会计师在监盘过程中对发行人自有存货及“云仓”存货存放地点进行核查，发行人自有存货与“云仓”存货分区存放，且有明确标识，可有效区分。

(3) 对于发出商品，申报会计师获取并查看了各期末发出商品对应的销售订单明细，并检查各期末发出商品的期后签收情况。

### (二) 核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人存货规模与报告期内业务规模的变动基本具有匹配性，部分年度匹配存在差异具有合理性。整体上，随着报告期内经营规模的增长，存货余额逐年上升，存货规模的增长与发行人业务的增长基本保持一致。

2、发行人库龄一年以上存货主要为先采后销模式下存货，存货跌价准备计提充分谨慎。

3、发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形，相关的内控完善。

4、保荐机构、申报会计师对库存商品、发出商品履行了必要的核查程序。对发行人自有存货及“云仓”存货存放地点进行核查，发行人自有存货与“云仓”存货分区存放，且有明确标识，可有效区分。

### **问题 28、关于资金流水核查**

请发行人结合《首发问答》问题 54 的内容补充说明：

(1) 相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来，若存在，请说明原因及合理性。

(2) 相关人员、主体银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，款项的主要用途及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整。

回复：

一、补充说明相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来，若存在，请说明原因及合理性

#### **(一) 相关人员、主体的账户核查情况**

保荐人和申报会计师综合考虑公司所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，确定需要进行资金流水核查的相关人员和主体，具体核查情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量
曾焯	实际控制人、董事长	20
刘云锋	董事、高级管理人员、核心技术人员	25
秦国君	董事、高级管理人员、核心技术人员	16
王大鹏	外部董事	17
夏东	外部董事	17
周绍军	外部董事	12
邓天远	独立董事	18
王欣	独立董事	8
林乘风	独立董事	11
周雪峰	高级管理人员	11
李文发	高级管理人员	17
钱波	高级管理人员、核心技术人员	8
任凤娇	监事会主席	11
李鲲鹏	监事、核心技术人员	16
万丽	监事	19
吕宁宁	实际控制人的配偶	10
曾德安	实际控制人的父亲	7
徐俊	刘云锋的配偶	18
施海昕	核心技术人员	9
郭晓满	核心技术人员	9
陈佳淦	<b>财务中心总监</b>	11
赵雪桃	出纳	6
刘娟娟	出纳	4
刘国芳	出纳	6
杨思慧	出纳	7
<b>吴怡洁</b>	<b>出纳</b>	<b>4</b>
<b>黎文慧</b>	<b>出纳</b>	<b>7</b>
宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）	实际控制人控制的企业	2



核查对象	与发行人关系	核查账户数量
合计核查账户数量		326

(二) 相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来

通过企查查、境外上市公司信息披露网站等公开渠道，获取发行人报告期内主要客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员名单，与上述相关人员、主体银行账户大额往来（5万元以上）的交易对手方进行交叉比对。经核查，发行人部分相关人员与公司客户的关键管理人员存在资金往来<sup>4</sup>，具体情况如下：

单位：万元

相关人员	交易日期	交易对手方名称	资金流向	交易金额	往来原因类型
王大鹏	2019-08-08	伊恩江	流出	17.46	向朋友借款

发行人外部董事王大鹏（系股东深创投推荐）与公司客户南京中新赛克科技有限责任公司董事、思必驰科技股份有限公司监事伊恩江存在资金往来，王大鹏于2019年8月8日向伊恩江提供借款17.46万元，王大鹏与伊恩江为朋友关系，资金往来均系私人借款，与发行人业务无关。此外，伊恩江任职的公司向发行人采购产品的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
南京中新赛克科技有限责任公司	5.37	49.67	14.17	9.68
思必驰科技股份有限公司	0.20	0.18	-	-
合计	5.57	49.85	14.17	9.68
占营业收入比例	0.00%	0.01%	0.01%	0.01%

报告期内，上述公司各期合计向发行人采购产品的金额分别为9.68万元、14.17万元、49.85万元、**5.57万元**，各期占营业收入的比例均小于或者等于**0.01%**，双方之间交易定价公允且对发行人影响极小。

<sup>4</sup> 报告期内，由于相关人员、主体银行账户大额往来（5万以上）的交易对手方与客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员存在少量姓名重合的情形，经与相关人员确认，除本题中下文所述情形外，不存在相关交易对手方系客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员的情况。

除上述情形外，公司其他相关人员、主体银行账户与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员均不存在异常资金往来。

## 二、补充说明相关人员、主体银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，款项的主要用途及合理性

### （一）相关人员、主体银行账户是否存在大额取现情形

报告期内，公司相关主体、相关人员中董事、高级管理人员、核心技术人员刘云锋和监事万丽存在大额取现（大于5万）的情形，具体情况如下：

单位：万元

相关人员	交易日期	取现金额	资金用途	依据
刘云锋	2021-01-12	10.00	用于春节拜访亲戚、红包	经访谈确认
万丽	2020-06-15	22.50	取现后资金均存现给吴亚平（万丽的丈夫），随后资金主要用于归还因买房欠朋友的借款	取得购房合同、贷款合同、吴亚平的主要资金流水等证据并经访谈确认
	2020-06-15	27.00		
	2020-11-27	20.00		
	2021-06-01	10.00		
	2021-06-01	20.00		
	2021-12-06	15.00		

经核查，上述相关人员报告期内存在大额取现但次数较少，不存在频繁取现情形，刘云锋和万丽的前述取现均系个人原因，与发行人业务无关。为了进一步核查万丽的提现资金，保荐人和申报会计师进一步核查了吴亚平的主要资金流水，确认万丽提现的资金均存现给了吴亚平，且吴亚平在报告期内的大额资金流水与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员无大额异常往来。

除上述自然人存在大额取现外，发行人其他相关主体、人员不存在大额取现的情形。

### （二）相关人员、主体银行账户是否存在大额支付情形

#### 1、相关人员银行账户大额支付情况

保荐人和申报会计师核查了报告期内相关人员在发行人处任职期间的银行流水，对超过5万元的大额支付银行流水进行分析，并获取大额支付相关的购房

合同、缴纳税款、对外投资等原始资料。公司相关人员大额支付共计 1,154 笔，主要用途为理财、股票投资、亲朋往来、个人账户划转、缴纳个人所得税、购置房产、贷款还款等，交易对手方主要为金融机构、亲戚朋友、房产公司、汽车销售服务公司等。除理财、股票投资、个人账户划转、亲朋往来、贷款还款外，单笔金额超过 50 万元的大额支付具体明细如下表所示：

单位：万元

核查对象	交易日期	交易对手方名称	交易金额	支付类型	依据
曾焯	2019-04-15	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	706.35	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	976.78		
	2021-01-04	特斯拉汽车销售服务（上海）有限公司	84.70	购车款	经访谈确认
刘云锋	2019-04-17	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	392.22	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	501.35		
	2021-05-20	朱宸	61.00	应银行贷款要求退回购房款，对方重新转账付款	取得卖房合同并经访谈确认
秦国君	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	151.80	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
李文发	2020-12-16	深圳市京基房地产开发有限公司	116.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
	2020-12-16	深圳市京基房地产开发有限公司	68.00		
	2021-01-10	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	50.60	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈记录
任凤娇	2021-09-14	上海磐基房地产有限公司	132.74	购房款	取得购房合同并经访谈确认
李鲲鹏	2019-08-28	丁斌	110.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
万丽	2019-07-08	孙玉福（孙俊杰的父亲）	60.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
	2019-07-24	孙俊杰	115.00		
	2019-07-24	孙俊杰	100.00		
	2019-07-24	孙俊杰	100.00		
邓天远	2020-12-21	深圳市南山区人民法院	70.00	拟购法拍房，支付法院购房	经访谈确认

核查对象	交易日期	交易对手方名称	交易金额	支付类型	依据
				保证金	
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00	投资款	查询企查查公开信息并经访谈确认
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
周绍军	2019-09-26	郭晓峰	100.00	投资款	查阅银行流水备注并经访谈确认
	2020-05-15	深圳市东方富海投资管理股份有限公司	115.46		
曾德安	2020-11-09	广水市成玉房地产开发有限公司	57.45	购房款	取得购房合同经访谈确认
	2021-06-13	张世兵	50.90	支付中草药采购款	取得采购合同并经访谈确认
徐俊	2021-06-22	陈为	1,552.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
	2020-10-30	上海蔚来汽车销售服务有限公司	52.60	购车款	经访谈确认
	2021-07-29	国家税务总局上海市税务局	108.12	缴纳购房税款	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-07-29	国家税务总局上海市税务局	67.74		
林乘风	2022-2-22	嘉兴恒杰生物制药股份有限公司	100.00	投资款	查阅银行流水备注并经访谈确认

针对上述大额支付情形，通过访谈相关人员并获取缴税记录、购房合同等证据，确认上述大额支付情形均出于相关人员自身需要发生，具备交易合理性，不存在异常情形，与发行人的业务无关。

此外报告期内发行人部分相关人员存在通过转让发行人股权取得大额股权转让款的情形，经核查确认相关人员收到股权转让款后均有合理的资金去向，与发行人客户、供应商不存在大额资金往来，不存在协助公司进行体外资金循环、利益输送、代垫成本或费用等异常情形。关于相关股权转让款的具体资金流向情况已申请豁免。

## 2、实控人控制的其他企业大额支付情况

报告期内，实际控制人控制的宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）未发生超过 50 万元的大额支付。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整

#### （一）实控人控制的其他企业资金流水核查范围

报告期内，公司实控人控制的其他企业为宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）。申报会计师对照《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）问题 54 中相关要求综合考虑发行人所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，获取宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）报告期内的银行账户信息及资金流水。具体情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）	实际控制人控制的企业	2	发行人股权激励、缴纳税款等	否

结合重要性原则，申报会计师将其超过 10 万元的大额银行流水进行逐笔核查，重点分析银行账户完整性及是否存在大额资金流水异常。经核查，申报会计师均认为，宁波为赛的资金流水无异常情形。

#### （二）相关人员资金流水的核查范围

##### 1、核查范围

申报会计师对照《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）问题 54 中相关要求综合考虑发行人所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，核查了发行人实际控制人、董事长曾焜及其父亲和配偶、董事、高级管理人员、核心技术人员刘云锋及其配偶、其他董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员在报告期内任职期间的银行账户信息及资金流水。具体情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
曾焜	实际控制人、董	20	家庭支出及亲朋	否

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
	董事长		往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入等	
刘云锋	董事、高级管理人员、核心技术人员	25	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、工资收入、购置房产等	否
秦国君	董事、高级管理人员、核心技术人员	16	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入等	否
王大鹏	外部董事	17	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
夏东	外部董事	17	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
周绍军	外部董事	12	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
邓天远	独立董事	18	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
王欣	独立董事	8	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
林乘风	独立董事	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
周雪峰	高级管理人员	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
李文发	高级管理人员	17	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入、购置房产等	否
钱波	高级管理人员、核心技术人员	8	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
任凤娇	监事会主席	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
李鲲鹏	监事、核心技术人员	16	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
万丽	监事	19	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否
吕宁宁	实际控制人的配偶	10	家庭支出及亲朋往来、理财投资等	否
曾德安	实际控制人的父亲	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资等	否
徐俊	刘云锋的配偶、人力行政副总裁	18	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否
施海昕	核心技术人员	9	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
郭骁满	核心技术人员	9	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
陈佳淦	财务中心总监	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
赵雪桃	出纳	6	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
刘娟娟	出纳	4	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
刘国芳	出纳	6	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
杨思慧	出纳	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
吴怡洁	出纳	4	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
黎文慧	出纳	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
合计核查账户数量		324		

## 2、核查金额重要性水平

结合重要性原则和相关人员的收入水平、消费习惯等因素，对核查范围中相

关人员超过 5 万元的大额银行流水进行逐笔核查，重点分析银行账户完整性及是否存在大额资金流水异常。

### 3、账户完整性核查

申报会计师主要通过以下方式确保上述核查范围中相关人员提供银行账户的完整性：

(1) 陪同主要相关人员走访中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、中国邮政储蓄银行、招商银行、当地农商银行共计 8 家大型商业银行及部分地方性银行，现场查询或打印银行账户清单，并通过现场询问、拍照查询等方式确认是否开立账户，从而取得对银行账户完整性的合理保证，同时陪同主要相关人员现场打印储蓄账户报告期内任职期间的银行流水；**并通过云闪付 APP 的银行卡添加功能对核查范围内主要相关人员的账户开立情况进行辅助核查，确认所提供账户的完整性；**

(2) 对相关人员银行流水中交易对手方进行交叉核对，并对单笔超过 5 万元的大额流水逐条记录形成大额流水核查表，记录信息包括交易日期、交易方向、交易金额、交易内容或背景、交易对方名称，检查流水对手方信息中是否存在未申报的银行账户；

(3) 取得核查范围内相关人员出具的《关于提供银行流水真实性、准确性、完整性的承诺》，获取相关人员对提供银行账户完整性的合理保证。

经核查，申报会计师认为前述提供的银行账户清单范围完整，流水对手方信息中不存在未申报的账户。

## 四、申报会计师核查程序与核查意见

### (一) 核查程序

针对发行人相关人员、主体银行账户的资金流水核查，申报会计师对照《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）问题 54 中的相关要求，主要执行的核查程序如下：

1、陪同核查范围内主要相关人员走访 8 家大型商业银行及部分地方性银行，现场查询或打印银行账户清单，现场询问、拍照确认是否开立账户，陪同主要相



关人员现场打印报告期内任职期间储蓄账户银行流水；同时通过云闪付 APP 的银行卡添加功能对核查范围内主要相关人员的账户开立情况进行辅助核查，确认所提供账户的完整性。

2、对银行流水中交易对手方进行交叉核对，对实际控制人控制的其他企业单笔超过 10 万元、相关人员单笔超过 5 万元的大额流水逐条记录形成大额流水核查表，记录信息包括交易日期、交易方向、交易金额、交易内容或背景、交易对方名称。

3、将实际控制人控制的其他企业及相关人员大额流水汇总分析交易类别、交易对手方，访谈核查对象了解交易原因、与交易对手方关系等，获取必要的支撑证据，核查相关交易合理性。

4、获取并查阅发行人关于股权转让的相关协议，针对报告期内存在大额股权转让收入的相关人员进一步核查了资金流向的合理性。

5、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开信息渠道查询发行人报告期内客户、供应商、主要合作伙伴及其实控人、关键管理人员名单；与核查范围内相关人员、主体银行账户大额收付的交易对手方进行比对，检查是否存在替发行人代收、代付、承担成本费用的情形，是否频繁出现大额存现、取现等情形。

6、取得核查范围内相关人员出具的《关于提供银行流水真实性、准确性、完整性的承诺》，并承诺所提供的银行账户及交易明细内容真实准确、账户范围完整，不存在协助发行人进行体外资金循环、利益输送、代垫成本等违法违规情形。

7、对照具体要求，核查发行人报告期内是否存在以下需要扩大资金流水核查范围的情形：

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形
1	发行人备用金、对外付款等资金管理是否存在重大不规范情形	不存在
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期是否存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致	不存在
3	发行人经销模式占比是否较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率是否存在较大异常	不存在
4	发行人是否将部分生产环节委托其他方进行加工，且委托加工费用是否大幅变动，或者单位成本、毛利率是否大幅异于同	不存在

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形
	行业	
5	发行人采购总额中进口占比是否较高或者销售总额中出口占比是否较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质是否存在较大异常	不存在
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，是否在商业合理性方面存在疑问	不存在
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平是否发生重大变化	不存在
8	是否存在其他异常情况	不存在

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、核查范围内相关人员、主体的银行账户清单范围完整，流水对手方信息中不存在未申报的账户。

2、相关人员、主体银行账户中，除外部董事王大鹏（系股东深创投推荐）向公司客户南京中新赛克科技有限责任公司董事、思必驰科技股份有限公司监事伊恩江提供借款 17.46 万元外，公司其他相关人员、主体与发行人的客户、供应商、主要合作伙伴以及其实际控制人、关键管理人员不存在大额异常资金往来，不存在协助发行人进行体外资金循环、利益输送、虚增收入或利润等违规情形。

3、报告期内刘云锋、万丽存在偶发性大额取现。刘云锋取现后资金主要用于春节拜访亲戚、红包；万丽取现后资金主要存现给吴亚平（万丽的丈夫），随后资金主要用于归还因买房欠朋友的借款。上述相关人员取现原因合理且不存在异常情形；除上述自然人外，其他相关人员、主体不存在大额取现情形。

4、报告期内部分相关人员、主体银行账户存在大额支付情形，主要用于理财、证券投资、缴纳股权转让个人所得税、购置房产等合理支出，确认上述大额支付情形均出于相关人员自身需要发生，相关款项交易对手方明确、用途具备真实性与合理性，不存在为发行人承担成本费用或输送经济利益等异常情形。

5、部分存在股权转让情形的相关人员所获得股权转让款资金流向明确，不存在代公司承担成本、费用等异常情形。

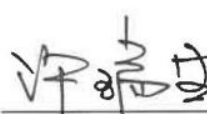

6、根据《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）问题 54 中的相关

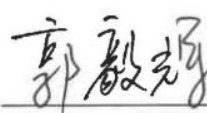

要求，发行人报告期内不存在需要扩大资金流水核查范围的情形。

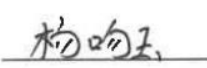

(此页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的容诚专字[2022]361Z0500号《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核反馈意见中有关财务会计问题的专项说明》之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师:    
许瑞生

中国注册会计师:    
郭毅辉

中国注册会计师:    
杨吻玉

2022年9月22日