

创业板风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。



深圳市睿联技术股份有限公司

Shenzhen Reolink Technology Co., Ltd.

（深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业区厂房2栋二层）

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书 （申报稿）

免责声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

（北京市朝阳区安立路66号4号楼）

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明及承诺

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行人民币普通股（A 股）不超过 3,000.10 万股，不低于发行后总股本的 25%，实际发行新股数量由董事会提请股东大会授权董事会根据证券监管部门的核准，视实际情况与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定；本次发行不进行老股转让，发行股份全部为新股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 12,000.10 万股
保荐人（主承销商）	中信建投证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书正文内容，并特别注意下列重大事项：

一、重大风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列风险：

（一）业绩增长放缓或下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 52,456.64 万元、96,004.65 万元、136,721.14 万元及 **70,783.91 万元**，2019 年至 2021 年年均复合增长率为 61.44%，呈快速增长的态势。报告期内，公司业绩增长一方面依托于内部的持续技术创新和自主品牌营销推广，另一方面受益于外部的终端市场需求增长和新冠疫情背景下海外线上消费习惯渗透、跨境电商销售渠道迅猛发展。

考虑到公司目前主要销售家用摄像机产品，主要产品类型相对较少，销售区域主要是美国、欧洲等，区域也相对较为集中，同时地缘政治不稳定、新冠疫情反复导致的供应链放缓、生产停滞等外部环境影响因素也存在不确定性。如果公司内部的技术创新放缓、品牌营销推广不及预期，或者外部的市场需求放缓、线上销售平台出现不利变动，公司未来业绩将存在增长放缓，乃至下降的风险。

（二）亚马逊平台销售集中度较高的风险

报告期内，公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上渠道销售，其中通过亚马逊平台实现销售额占当年合计产品销售收入的比例分别为 65.00%、67.90%、63.80% 及 **67.06%**，占比相对较高。与此同时，**亚马逊旗下的家用摄像机品牌 Ring、Blink 也是公司线上销售主要竞争对手**。亚马逊是欧美国家消费者的主要线上购物平台，如果平台方由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，而公司未能及时调整销售渠道策略，可能对销售额产生不利影响。另外，若平台方的店铺管理、退换货、付款等政策不利于销售方的调整，**或亚马逊调整经营策略，打压平台非自主品牌**，或公司不能够持续满足平台的规则要求，也可能对公司业务经营造成不利影响。

（三）海外销售集中的风险

报告期内，公司重点面向海外消费市场，境外销售产品收入占当年合计产品销售收入的比例分别为 99.93%、99.99%、99.87%及 **99.98%**，主要销售区域包括美国、欧洲等。近年来，全球贸易摩擦和地缘政治冲突逐渐增多，存在各种不确定性的非市场环境影响因素，不排除海外国家与中国的贸易摩擦加剧并持续恶化或目标市场需求波动，将可能对公司业务造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（四）存货管理的风险

公司根据线上平台销售特点，主要在亚马逊 FBA 仓及第三方海外仓库置备存货，保证产品供应的及时性。随着公司销售规模的不断扩大，库存商品的规模也呈上升趋势。截至 **2022 年 6 月 30 日**，公司存货账面净值为 **47,934.67 万元**，占期末资产总额为 **64.35%**，分布在亚马逊 FBA 仓、第三方海外仓、在途及国内仓等。公司根据市场销售预测进行备货，如果公司整体销售迟滞或者下滑，将导致存货周转速度放慢，增加对经营性资金占用，并存在因存货跌价而遭受损失的风险。

二、本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺和未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项参见本招股说明书之“第十三节 附件”之“二、投资者保护相关的具体承诺内容”的相关内容。

目录

第一节 释义	10
一、一般术语	10
二、专业术语	11
第二节 概览	14
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况	14
二、本次发行概况	14
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标	15
四、发行人主营业务经营情况	16
五、发行人科技创新与产业融合情况	16
六、发行人上市标准	18
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项	18
八、发行人募集资金用途	18
第三节 本次发行概况	20
一、本次发行基本情况	20
二、本次发行有关当事人	20
三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系	22
四、本次发行预计时间表	23
第四节 风险因素	24
一、技术风险	24
二、经营风险	24
三、内控风险	26
四、财务风险	27
五、法律风险	29
六、发行失败风险	29
七、其他风险	29
第五节 发行人基本情况	31
一、发行人概况	31
二、发行人设立、报告期内股本和股东变化、重大资产重组及在其他证券市场的	

上市/挂牌情况	31
三、发行人的股权结构.....	40
四、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况.....	40
五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	45
六、发行人股本情况.....	46
七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介.....	47
八、公司与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签订的协议.....	52
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况.....	52
十、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有公司股份及对外投资情况...	53
十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬.....	54
十二、发行人已经实施的股权激励及相关安排.....	55
十三、发行人员工情况.....	64
第六节 业务与技术	67
一、发行人的主营业务、主要产品及服务的情况.....	67
二、发行人所处行业基本情况.....	77
三、行业竞争状况及发行人所处行业地位.....	86
四、发行人销售情况及主要客户.....	92
五、发行人采购情况及主要供应商.....	95
六、发行人与业务相关的主要资产情况.....	102
七、发行人核心技术及研发能力情况.....	104
八、发行人境外经营情况.....	109
第七节 公司治理与独立性	110
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的建立健全及运行情况.....	110
二、发行人不存在特别表决权股份或类似安排.....	112
三、发行人不存在协议控制架构.....	112
四、发行人内部控制制度情况.....	112
五、发行人报告期内的违法违规行为及受到处罚的情况.....	113
六、发行人报告期内资金占用及对外担保情况.....	114
七、发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力.....	114

八、同业竞争.....	116
九、关联方和关联交易.....	117
十、发行人报告期内关联交易制度履行情况及独立董事意见.....	121
十一、报告期内关联方的变化情况.....	122
十二、拟减少关联交易采取的措施.....	122
第八节 财务会计信息与管理层分析	124
一、发行人报告期内的财务报表.....	124
二、关键审计事项及会计师事务所的审计意见.....	129
三、财务报表编制基准及合并财务报表范围.....	130
四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....	131
五、财务会计信息披露相关的重要性水平判断标准与选取同行业可比公司的标准.....	134
六、发行人采用的主要会计政策和会计估计.....	134
七、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策.....	142
八、分部信息.....	144
九、非经常性损益.....	144
十、财务指标.....	145
十一、经营成果分析.....	147
十二、资产质量分析.....	178
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	191
十四、日后事项、或有事项及其他重要事项.....	205
十五、盈利预测披露情况.....	206
第九节 募集资金运用与未来发展规划	207
一、募集资金项目的概况.....	207
二、募集资金项目的基本情况.....	209
三、未来发展规划.....	213
第十节 投资者保护	216
一、投资者关系的主要安排.....	216
二、发行后的股利分配政策和决策程序，以及本次发行前后股利分配政策的差异	

情况.....	217
三、本次发行完成前滚存利润的分配.....	220
四、发行人股东投票机制的建立情况.....	220
五、发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情况.....	221
第十一节 其他重要事项	222
一、重大合同.....	222
二、对外担保情况.....	226
三、重大诉讼或仲裁事项.....	226
四、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为.....	227
第十二节 声明	228
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....	228
二、控股股东、实际控制人声明.....	229
三、保荐人（主承销商）声明.....	230
四、发行人律师声明.....	232
五、审计机构声明.....	233
六、验资机构声明.....	234
七、验资复核机构声明.....	235
八、资产评估机构声明.....	236
九、评估复核机构声明.....	238
第十三节 附件	240
一、备查文件.....	240
二、投资者保护相关的具体承诺内容.....	241
三、其他附件.....	258
四、文件查阅时间.....	267
五、文件查阅地点.....	267

第一节 释义

本招股说明书中，除非本文另有所指，下列词语或简称具有的含义如下：

一、一般术语

发行人、睿联技术、公司、本公司	指	深圳市睿联技术股份有限公司
本招股说明书	指	《深圳市睿联技术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》
睿联有限	指	深圳市百川安防科技有限公司，发行人前身
众人拾薪	指	深圳市众人拾薪咨询管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
深圳磐石	指	深圳市磐石咨询管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
深圳睿控	指	深圳市睿控企业管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
深圳睿众	指	深圳市睿众咨询管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
深圳睿祺	指	深圳市睿祺企业管理咨询合伙企业（有限合伙），发行人股东
睿联数字	指	深圳市睿联数字技术有限公司，发行人一级子公司
武汉睿联	指	武汉市睿联视界技术有限公司，发行人一级子公司
香港易云	指	易云创新有限公司/Ezcloud Innovation Limited，发行人一级子公司
香港睿联	指	睿联创新有限公司/Reolink Innovation Limited，发行人一级子公司
香港易览	指	易览有限公司/Easy Home Innovation Limited，发行人二级子公司
美国特克	指	特克数字有限公司/Eztech Digital Inc.，发行人三级子公司
德国特克	指	Eztech Digital GmbH，发行人二级子公司
美国易云	指	Ezcloud Innovation Inc.，发行人二级子公司
美国睿联	指	Reolink Innovation Inc.，发行人三级子公司
新加坡睿联	指	Reolink Innovation Pte. Ltd.，发行人二级子公司
百川视界	指	深圳市百川视界软件有限公司，发行人一级子公司，已于 2020 年注销
美国易通	指	Ezcloud Communication Inc.，发行人一级子公司，已于 2020 年注销
深圳易览	指	深圳市易览技术有限公司，发行人关联方，已于 2022 年注销
华风安防	指	深圳市华风安防科技有限公司，发行人关联方，已于 2022 年注销
人民币普通股、A 股	指	以人民币标明面值且以人民币进行买卖的股票
本次发行	指	公司拟首次公开发行股票不超过 3,000.10 万股人民币普通股（A 股）并在创业板上市的行为
中信建投证券、保荐机构、保荐人、主承销商	指	中信建投证券股份有限公司
发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
审计机构、容诚会计师、	指	容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

发行人会计师、验资机构、验资复核机构		
评估师、鹏信资产评估	指	深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司
《公司章程》	指	《深圳市睿联技术股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
国家工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家商务部	指	中华人民共和国商务部
国家海关总署	指	中华人民共和国海关总署
报告期、最近三年一期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 6 月 30 日
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语

Reolink	指	发行人自有家用摄像机品牌
IPC、家用摄像机	指	IP Camera 的缩写，即网络摄像机，是一种由传统摄像机与网络技术结合所产生的新一代摄像机，可以与路由器、交换机、NVR（网络硬盘录像机）等设备组建成为监控系统
AI	指	Artificial Intelligence 的缩写，即人工智能
NVR、家用录像机	指	Network Video Recorder 的缩写，即网络硬盘录像机，数字硬盘录像机的一种，与网络摄像机（IPC）配套使用
Wi-Fi	指	一种允许电子设备连接到一个无线局域网（WLAN）的技术，通常使用 2.4G UHF 或 5G SHF ISM 射频频段
4G	指	第四代移动通信技术
分辨率	指	视频图像的解析度，用水平方向和垂直方向的线数来标识，是视频监控产品的重要指标，决定了产品图像清晰度
MP	指	Mega-Pixels 的缩写，即百万像素
ODM	指	Original Design Manufacturer 的缩写，即原始设计制造商，生产商自行研发、设计产品，由客户选择并在标准化产品基础上提出个性化需求后进行订单式生产，产品由品牌商客户销售
PCBA	指	Printed Circuit Board Assembly 的缩写，即 PCB 空板经过 SMT 上件，或经过 DIP 插件的整个制程，简称 PCBA。PCB 是 Printed Circuit Board 的缩写，指组装电子零件用的基板，又称印制电路板，
集成电路、芯片、IC	指	一种微型电子器件或部件。采用半导体制作工艺，把一个电路中所需要的晶体管、二极管、电阻、电容和电感等元件及布线互连一起，制作在一小块或几小块半导体晶体或介质基片上，然后封装

		在一个管壳内，成为具有所需电路功能的微型结构
GUI	指	Graphical User Interface 的缩写，即图形用户界面，又称图形用户接口，是指采用图形方式显示的计算机操作用户界面
PIR	指	Passive Infrared 的缩写，即被动红外技术，通过对人体热量散发出的红外光进行收集并进行反馈
SoC	指	System-on-Chip 的缩写，即系统级芯片，是在单个芯片上集成多个具有特定功能的集成电路所形成的电子系统
PoE	指	Power over Ethernet 的缩写，指的是在现有的以太网 Cat.5 布线基础架构不作任何改动的情况下，在为一些基于 IP 的终端（如 IP 电话机、无线局域网接入点 AP、网络摄像机等）传输数据信号的同时，还能为此类设备提供直流供电的技术
TF 卡	指	即 TF 储存卡。TF 卡是移动设备上较多使用的储存卡，又叫做 Micro SD 卡，手机等设备上如带有此标识即可插入 TF 类型的储存卡
HDMI	指	High Definition Multimedia Interface 的缩写，是一种影像传输的专用型数字化接口，主要用于高清晰度影像及音频传输
AVC	指	Advanced Video Coding 的缩写，是由 ITU 视频编码专家组和 ISO/IEC 动态图像专家组联合提出的高度压缩数字视频编解码器标准，通常被称为 AVC 或 H.264
HEVC	指	High Efficiency Video Coding 的缩写，是 ITU 继 H.264 之后所制定的新的视频编码标准，通常被称为 HEVC 或 H.265。
IoT	指	Internet of Things 的缩写，即物联网
B2B	指	Business-to-Business 的缩写，即企业与企业之间通过专用网络或互联网进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
B2C	指	Business-to-Consumer 的缩写，即直接面向消费者销售产品和服务的电子商务零售模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动
PayPal	指	是一个总部位于美国的因特网第三方支付服务商，允许在使用电子邮件来标识身份的用户之间转移资金，避免了传统的邮寄支票或者汇款的方法
亚马逊、Amazon	指	美国亚马逊公司（Amazon.com,Inc.）旗下的网络销售平台，是全球商品品种最多的网上零售平台之一
FBA	指	Fulfillment by Amazon 的缩写，指亚马逊店铺卖家将自身产品运送至当地亚马逊仓库中，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，由其负责货物的选拣、储存、包装和运输
谷歌、Google	指	谷歌公司（Google LLC）成立于 1998 年，是一家位于美国的跨国科技企业，被公认为世界最大的搜索引擎公司
eBay	指	eBay（eBay Inc.）成立于 1995 年，是全球商品交易总额最大的在线购物平台之一
速卖通	指	阿里巴巴集团旗下的面向国际市场打造的跨境电商平台
海康威视	指	杭州海康威视数字技术股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 002415.SZ
萤石网络、海康萤石	指	海康威视旗下智能家居品牌
大华股份	指	浙江大华技术股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 002236.SZ
乐橙、大华乐橙	指	大华股份旗下智能家居品牌
安克创新	指	安克创新科技股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 300866.SZ

安联锐视	指	珠海安联锐视科技股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 301042.SZ
同为股份	指	深圳市同为数码科技股份有限公司，深圳证券交易所上市公司，证券代码 002835.SZ
华宝新能	指	深圳市华宝新能源股份有限公司， 深圳证券交易所上市公司，证券代码 301327. SZ
影石创新	指	影石创新科技股份有限公司，上海证券交易所拟上市公司
赛维时代	指	赛维时代科技股份有限公司，深圳证券交易所拟上市公司
三态电子	指	深圳市三态电子商务股份有限公司，深圳证券交易所拟上市公司

注：本招股说明书所引用数据，如合计数与各分项数直接相加之和存在差异，或小数点后尾数与原始数据存在差异，可能系由精确位数不同或四舍五入形成的。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	深圳市睿联技术股份有限公司	成立日期	2009 年 1 月 8 日
注册资本	9,000.00 万元	法定代表人	刘小宇
注册地址	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业区厂房 2 栋二层	主要生产经营地址	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业区厂房 2 栋二层
控股股东	刘小宇、王爱军	实际控制人	刘小宇、王爱军
行业分类	计算机、通信和其他电子设备制造业 (C39)	在其他交易场所 (申请) 挂牌或上市情况	不适用
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	中信建投证券股份有限公司	主承销商	中信建投证券股份有限公司
发行人律师	北京市中伦律师事务所	其他承销机构	不适用
审计机构	容诚会计师事务所 (特殊普通合伙)	评估机构	深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股 (A 股)		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 3,000.10 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 3,000.10 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 12,000.10 万股		
每股发行价格	【】 元		
发行市盈率	【】 倍		
发行前每股净资产	【】 元	发行前每股收益	【】 元
发行后每股净资产	【】 元	发行后每股收益	【】 元
发行市净率	【】 倍		
发行方式	本次发行采取网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会及深圳证券交易所认可的其他发行方式 (包括但不限于向战略投资者配售)		

发行对象	符合国家法律法规和监管部门规定条件的询价对象、在深圳证券交易所开通创业板股票交易权限的符合资格的自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规规定的其他投资者（法律法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外），中国证监会、深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	不适用
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	研发中心升级项目
	总部运营中心与信息化升级项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元， 其中：承销及保荐费用【】万元， 审计验资费用【】万元， 律师费用【】万元， 信息披露、路演及发行手续费【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

报告期内，发行人主要财务数据及财务指标如下：

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
资产总额（万元）	74,490.87	57,341.60	45,978.38	23,782.52
归属于母公司所有者权益（万元）	46,990.15	35,510.43	21,388.42	11,903.70
资产负债率（合并）（%）	36.92	38.07	53.48	49.95
资产负债率（母公司）（%）	26.67	27.84	43.92	43.15
营业收入（万元）	70,783.91	136,721.14	96,004.65	52,456.64
净利润（万元）	10,091.91	24,859.58	18,580.04	4,072.92
归属于母公司所有者的净利润（万元）	10,091.91	24,859.58	18,580.04	4,072.92
扣除非经常性损益后归属于母公	10,021.44	24,180.45	19,485.13	5,766.33

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
司所有者的净利润（万元）				
基本每股收益（元）	1.12	2.76	2.10	0.49
稀释每股收益（元）	1.12	2.76	2.10	0.49
加权平均净资产收益率（%）	24.37	72.98	71.31	50.52
扣非后加权平均净资产收益率（%）	24.20	70.98	74.79	71.52
经营活动产生的现金流量净额（万元）	7,158.93	14,831.50	11,323.08	1,526.71
现金分红（万元）	-	11,700.00	10,550.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）	4.16	3.46	3.38	7.77

注：上述指标的计算公式如下：

1、资产负债率=负债总额 / 资产总额

2、基本每股收益= $P / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0)$

3、稀释每股收益= $(P + \text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} \times (1 - \text{所得税率}) - \text{转换费用}) / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 + \text{认股权证、期权行权增加股份数})$

4、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0)$ ，其中：P 为报告期利润；E₀ 为归属于母公司的期初净资产，E_i 为报告期内发行新股或债转股等新增的、归属于母公司股东的净资产，E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于母公司股东的净资产；NP 为报告期归属于母公司的净利润；S₀ 为期初股份总数；S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购或缩股等减少股份数；M₀ 为报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

5、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

四、发行人主营业务经营情况

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场。

报告期内，公司主要产品为家用摄像机单机、套装及配件等设备端产品，并配套客户端 App，“端到端”的满足消费者可靠、安全、便捷、智能的家用视频监控需求。

五、发行人科技创新与产业融合情况

（一）发行人产品所处行业属于技术创新型行业，隶属新产业的范畴

公司主营的家用视频监控产品，是在传统工程视频监控基础上，融合新兴技术创新形成的细分行业，属于技术创新型行业。家用视频监控行业作为传统工程视频监控行业的新兴分支，虽然整体发展历程较短，但已伴随着技术创新和市场导向，逐渐形成了自身独特功能特点，包括高清化、网络化、智能化、便捷化等，隶属于新产业的范畴。

（二）发行人围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化发展体系，实现科技创新与产业发展的深度融合

公司专注于家用视频监控这一新兴垂直细分市场，围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化的发展体系，以技术创新支持品牌树立，以品牌效应直达终端用户，以用户需求反哺技术创新，形成良性发展机制，实现科技创新与产业发展的深度融合。

公司科技创新与产业融合的整体商业模式如下：



1、公司打造产品研发和技术创新的深度融合

在长期的产品研发过程中，依托持续的技术积累沉淀，公司逐步搭建起模块化的家用视觉系统技术创新平台，涵盖软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术、应用功能开发技术等，截至本招股说明书签署日，公司拥有境内外各项专利 49 项，其中境内外发明专利 14 项，此外，公司在申请的境内外发明专利 24 项。通过技术平台化，公司实现家用视觉基础技术的复用和核心技术的突破，持续拓展细分产品系列以及新的应用领域，目前公司的智能门铃等新兴产品已达到量产阶段。

2、公司打造技术创新和品牌运营的深度融合

在长期的品牌建设过程中，公司形成覆盖亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台

为主、线下为辅的销售网络，并通过技术创新手段赋能品牌运营，自主开发了关键运营软件，包括智能化广告投放管理系统、分布式独立站开发技术等，形成了高效的自主品牌运营平台。依托该平台，公司已将自主品牌“Reolink”的产品销往全球众多国家和地区的终端消费者，在境外主要发达国家或地区市场树立了技术创新、优质稳定的品牌形象，品牌知名度和美誉度日益提升。

3、公司打造品牌运营和产品研发的深度融合

公司依托线上为主的自主品牌运营平台，能够直接触达终端消费者，获得了对消费者需求的近距离深度感知，及时获悉消费者的偏好，例如产品性能、应用场景痛点等，把控市场最新的产品需求导向，为公司家用视觉系统技术创新平台的产品研发重点指引方向，成为公司新产品创新创意的源泉和主要推动力。

公司依托家用视觉系统技术创新平台和线上为主的自主品牌运营平台，已形成了系列化的细分设备端产品和统一的多平台客户端，共同构成了“技术-产品-品牌”良性循环，为实现可持续发展奠定坚实基础。

六、发行人上市标准

发行人本次发行选择《深圳证券交易所创业板股票上市规则》中 2.1.2 条第（一）项标准之“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”作为创业板上市标准。

发行人最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元，符合上述创业板上市条件。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排。

八、发行人募集资金用途

本次发行募集资金扣除发行费用后将投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟投入募集资金
1	研发中心升级项目	53,962.32	53,962.32
2	总部运营中心与信息化升级项目	38,295.23	38,295.23

序号	项目名称	总投资额	拟投入募集资金
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		112,257.55	112,257.55

在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金支付项目投资款。公司首次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。若实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足上述项目投资需要，资金缺口由公司自筹资金予以解决。若本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）超出本次募集资金投资项目的资金需求，公司将根据中国证监会和深圳证券交易所的相关规定对超募资金进行使用。

本次募集资金运用具体情况参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例	本次发行新股股票数量不超过 3,000.10 万股，占发行后股份总数的比例不低于 25%。本次发行不涉及原股东公开发售股份
每股发行价格	【】元（通过向询价对象询价或证券监管部门认可的其他方式确定）
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
发行市盈率	【】倍（发行价格除以发行后的每股收益，每股收益按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本）
发行前每股净资产	【】元
发行后每股净资产	【】元
发行市净率	【】倍（发行价格除以发行后每股净资产）
发行方式	本次发行采取网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或中国证监会及深圳证券交易所认可的其他发行方式（包括但不限于向战略投资者配售）
发行对象	符合国家法律法规和监管部门规定条件的询价对象、在深圳证券交易所开通创业板股票交易权限的符合资格的自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规规定的其他投资者（法律法规及发行人必须遵守的其他监管要求所禁止购买者除外），中国证监会、深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理
承销方式	余额包销
发行费用概算	承销及保荐费用【】万元
	审计验资费用【】万元
	律师费用【】万元
	信息披露、路演及发行手续费【】万元

二、本次发行有关当事人

（一）保荐人（主承销商）：中信建投证券股份有限公司

法定代表人：	王常青
住所：	北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼
联系电话：	0755-23953863

传真：	0755-23953850
保荐代表人：	林建山、伏江平
项目协办人：	赖柏良
其他联系人：	周杰峰、解方正、郑可建、邱荣辉、彭欢、周征涛、果航宇

（二）发行人律师：北京市中伦律师事务所

负责人：	张学兵
住所：	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 22-31 层
联系电话：	010-59572288
传真：	010-65681022
经办律师：	游晓、王红娟

（三）会计师事务所：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	肖厚发
住所：	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
联系电话：	010-66001391
传真：	010-66001392
签字注册会计师：	黄绍煌、陈美婷

（四）验资机构：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	肖厚发
住所：	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
联系电话：	010-66001391
传真：	010-66001392
签字注册会计师：	潘新华、陈美婷

（五）验资复核机构：容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：	肖厚发
住所：	北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26
联系电话：	010-66001391
传真：	010-66001392
签字注册会计师：	黄绍煌、陈美婷

（六）资产评估机构：深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

负责人：	聂竹青
住所：	深圳市福田区彩田路与福中路交汇处瑰丽福景大厦 3#楼 14 层 1401
联系电话：	0755-82406288
传真：	0755-82420222
签字资产评估师：	罗会兵、郑兴义、罗辉

（七）评估复核机构：深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司

负责人：	聂竹青
住所：	深圳市福田区彩田路与福中路交汇处瑰丽福景大厦 3#楼 14 层 1401
联系电话：	0755-82406288
传真：	0755-82420222
签字资产评估师：	罗会兵、郑兴义

（八）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
联系电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122

（九）收款银行：北京农商银行商务中心区支行

收款户名：	中信建投证券股份有限公司
银行账号：	0114020104040000065

（十）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话：	0755-88668888
传真：	0755-82083104

三、发行人与本次发行相关当事人之间的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行预计时间表

事项	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价及投资公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料以外，应特别注意下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、技术风险

（一）技术创新的风险

公司围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化的家用视频监控产品发展体系，其中，技术持续创新是保持公司产品竞争力，支撑品牌知名度与美誉度，实现公司良性发展的根本所在。

未来，如果公司不能根据市场变化持续做出前瞻性判断、快速响应与精准把握市场，新产品研发周期过长，研发速度不能适应市场的需求，将导致公司的产品面临丧失市场竞争力的风险，阻碍公司发展的良性循环机制，对公司未来持续发展经营造成不利影响。

（二）核心技术人才流失的风险

公司的专业人员是维持其核心竞争力的关键因素，高素质、高专业技能的人才对公司的发展起着非常重要的作用。随着行业内的市场竞争逐步加剧，对于高素质人才的争夺会更加激烈，公司可能面临因竞争而流失人才的风险。同时，随着公司募投项目的实施和业务规模的扩大，公司对于专业人才的需求还会进一步增加，如果公司不能根据市场的发展提供更为具有竞争力的薪酬待遇或良好的职业发展空间，将可能无法保持团队的稳定及吸引足够的专业人才，从而对公司的业务发展造成不利影响。

二、经营风险

（一）亚马逊平台销售集中度较高的风险

报告期内，公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上渠道销售，其中通过亚马逊平台实现销售额占当年合计产品销售收入的比例分别为 65.00%、67.90%、63.80% 及 67.06%，占比相对较高。与此同时，亚马逊旗下的家用摄像机品牌 Ring、Blink 也是公司线上销售主要竞争对手。亚马逊是欧美国家消费者的主要线上购物平台，如果平台方由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，

而公司未能及时调整销售渠道策略，可能对销售额产生不利影响。另外，若平台方的店铺管理、退换货、付款等政策不利于销售方的调整，或亚马逊调整经营策略，打压平台非自主品牌，或公司不能够持续满足平台的规则要求，也可能对公司业务经营造成不利影响。

（二）海外销售集中的风险

报告期内，公司重点面向海外消费市场，境外销售产品收入占当年合计产品销售收入的比例分别为 99.93%、99.99%、99.87%及 99.98%，主要销售区域包括美国、欧洲等。近年来，全球贸易摩擦和地缘政治冲突逐渐增多，存在各种不确定性的非市场环境因素，不排除海外国家与中国的贸易摩擦加剧并持续恶化或目标市场需求波动，将可能对公司业务造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）市场竞争的风险

家用视频监控行业目前仍处于快速发展阶段，市场竞争呈现多元化特点。行业中既存在大型竞争对手，如拥有自主品牌 Ring、Blink 的亚马逊等，也存在着大量的国内中小型贸易型企业竞争对手，市场竞争相对激烈。

如果未来公司不能继续保持技术创新和品牌推广投入，支撑较高的产品附加值，从而反哺技术创新和品牌建设，则存在竞争优势减弱、经营业绩下滑等经营风险。

（四）存货管理的风险

公司根据线上平台销售特点，主要在亚马逊 FBA 仓及第三方海外仓库置备存货，保证产品供应的及时性。随着公司销售规模的不断扩大，库存商品的规模也呈上升趋势。截至 2022 年 6 月 30 日，公司存货账面净值为 47,934.67 万元，占期末资产总额为 64.35%，分布在亚马逊 FBA 仓、第三方海外仓、在途及国内仓等。公司根据市场销售预测进行备货，如果公司整体销售迟滞或者下滑，将导致存货周转速度放慢，增加对经营性资金占用，并存在因存货跌价而遭受损失的风险。

（五）外协加工生产的风险

报告期内，公司委托加工采购总额分别为 4,376.96 万元、8,572.94 万元、9,919.47 万元和 5,538.80 万元。公司通过外协加工方式有效地利用了外部资源，提高了生产效率，但如果委外厂商无法满足公司快速发展的需求或公司与委外厂商合作发生摩擦而不

能及时切换委外加工方，则可能导致产品供应的延迟或产品质量的下降，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（六）原材料供应及价格波动的风险

公司自主研发家用视频监控产品后，根据产品功能配置需求，进行原材料定制采购或者通用标准件的选型适配，涉及原材料类型众多，部分需要从海外进口。

原材料成本为公司成本的主要组成部分，如果公司主要原材料价格出现大幅上涨，而公司无法将相关成本压力转移至下游，将对公司盈利空间造成一定不利影响。如果一些海外原材料的采购渠道受阻，公司无法通过研发进行快速切换，将对公司正常的产品备货及销售造成一定不利影响。

（七）交易纠纷的风险

公司主要在亚马逊、eBay、速卖通等第三方电商平台以及官方网站开展业务，将产品销售给海外终端消费者。在与第三方电商平台交易时，双方在平台运营、物流运输、仓储管理等方面可能会发生纠纷；在与终端消费者交易时，双方在产品质量、售后服务等方面可能会发生纠纷。上述纠纷一方面会给公司带来包括退货、赔偿、潜在沟通等额外的成本，另一方面可能影响到公司的品牌形象。如在欧美市场因产品质量等因素与第三方电商平台、终端消费者产生重大纠纷，可能对公司经营活动、财务状况造成不利影响。

三、内控风险

（一）控制权的风险

公司现有总股本 9,000 万股，刘小宇、王爱军各持有公司 27.12%的股份，合计持有公司 54.24%的股份，并通过协议明确了一致行动关系，系公司的共同实际控制人。本次发行后，共同实际控制人持股比例将下降为 40.68%，对公司的控制权会有所下降。同时，若上述一致行动协议到期后不能得到续签，将会减弱刘小宇和王爱军对公司的控制权。

虽然公司目前已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的规定，建立了比较完善的公司治理结构并得到有效运行，但刘小宇、王爱军仍可能利用其控制地位对公司发展战略、生产经营决策、人事安排等重大事项决

策实施重大影响，因此公司存在实际控制人不当控制的风险。

四、财务风险

（一）业绩增长放缓或下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 52,456.64 万元、96,004.65 万元、136,721.14 万元及 70,783.91 万元，2019 年至 2021 年年均复合增长率为 61.44%，呈快速增长的态势。报告期内，公司业绩增长一方面依托于内部的持续技术创新和自主品牌营销推广，另一方面受益于外部的终端市场需求增长和新冠疫情背景下海外线上消费习惯渗透、跨境电商销售渠道迅猛发展。

考虑到公司目前主要销售家用摄像机产品，主要产品类型相对较少，销售区域主要是美国、欧洲等，区域也相对较为集中，同时地缘政治不稳定、新冠疫情反复导致的供应链放缓、生产停滞等外部环境影响因素也存在不确定性。如果公司内部的技术创新放缓、品牌营销推广不及预期，或者外部的市场需求放缓、线上销售平台出现不利变动，公司未来业绩将存在增长放缓，乃至下降的风险。

（二）毛利率下降的风险

报告期内，公司主营业务毛利率（各年均不含运费）分别为 53.39%、60.34%、57.78% 及 53.73%，毛利率较高。公司主营业务毛利率主要受自主品牌溢价、产品品类、销售渠道结构、市场竞争程度等多种因素的影响。如果未来公司不能根据市场需求的变化及时开发新产品、持续提升产品竞争力、服务质量和品牌溢价，不断完善产品结构，将可能导致公司竞争力下降，盈利空间可能会被压缩，进而导致毛利率下降的风险。

（三）国内税收优惠政策变化的风险

2020 年 12 月 11 日，公司取得《高新技术企业证书》（编号：GR202044202867），在三年有效期内按 15% 的税率征收企业所得税。如果未来国家变更或取消高新技术企业税收优惠政策，或者公司未来不能通过高新技术企业认定相关审核，所得税率将由 15% 提升至 25%，将对公司未来经营业绩带来一定的负面影响。

（四）境外税收监管政策变化的风险

公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台实现销售，产品主要销往美

国、欧洲等地区。公司的经营活动不仅受到国内政府相关税收行政管辖，还接受海外销售目的国家和地区的税务监管。未来如收入来源国或地区的税收政策发生变化，而公司未能正确理解或及时根据税收政策的变化进行调整；或由于收入来源地识别不准确，公司未能准确根据收入来源国或地区进行纳税申报，将可能被收入来源国或地区采取税收监管措施，从而对公司的经营造成不利影响。

报告期内，公司针对美国线上平台代扣代缴前的历史销售情况谨慎计提相关税费及利息，同时根据美国各州的自愿披露协议（VDA）机制，聘请当地税务代理机构向美国一些主要销售目的州税务部门提交申请，相关程序正在正常推进中，未对公司正常经营产生影响，但不排除缴纳进展与预期存在差异情况，导致支出增加。

（五）汇率变动的风险

报告期内，公司境外销售占当期营业收入的比例超过 99%。公司外销业务主要以美元、欧元等货币为结算币种，美元、欧元等货币兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动，报告期内公司财务费用中的汇兑净收益金额分别为 109.15 万元、-2,041.94 万元、-1,784.66 万元和 1,616.45 万元。

报告期内，人民币汇率的波动对公司业绩产生了一定影响。美元方面，2019 年与 2020 年的平均汇率变化不大，因此汇率影响收入的金额较小。2021 年的平均汇率较 2020 年下降了 6.47%，根据测算同等美元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 4,515.24 万元，对 2021 年的营业收入产生了一定影响；**2022 年 1-6 月的平均汇率较 2021 年变动幅度较小，对收入的影响额较小。**欧元方面 2020 年较 2019 年的平均汇率上涨 1.94%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响增加了 653.37 万元。2021 年的平均汇率较 2020 年下降了 3.13%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 1,634.67 万元；**2022 年 1-6 月的平均汇率较 2021 年变动幅度下降 7.21%，根据测算同等欧元金额折算成人民币后，对营业收入的影响减少了 1,473.16 万元。**

未来若美元、欧元等货币兑人民币汇率出现重大波动，可能对公司的收入和财务费用带来不确定性的影响，进而影响公司经营业绩。

五、法律风险

（一）知识产权保护相关的风险

公司自成立以来，高度重视知识产权，对研发过程所产出的原创性技术方案申请专利进行保护，同时，在全球主要国家进行了自主品牌的商标注册。如果公司未能有效保护自身产品知识产权，可能会削弱自身在市场竞争中的优势，从而影响公司的经营和业绩。随着公司发展规模的扩大，市场地位和行业关注度将进一步提升，公司可能面临一些知识产权方面的法律纠纷，使得公司存在如专利保护或者侵权方面的风险。

（二）经营场所租赁相关的风险

目前，公司主要经营场所均通过租赁方式取得，用于研发、生产、销售办公。如果未来公司在租赁合同到期后无法顺利续租或者是在出租方提前终止租赁情况下无法及时找到合适的替代场所，将面临经营场所变动及搬迁的风险，可能对正常生产经营造成一定不利影响。

六、发行失败风险

如公司本次首次公开发行股票顺利通过深交所审核并取得证监会注册批复文件，就将启动后续发行工作。公司将采用网下询价对象申购配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式或证券监管部门认可的其他发行方式进行发行，但是股票公开发行是充分市场化的经济行为，存在认购不足导致发行失败的风险。

七、其他风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目的实施会对公司发展战略、业绩水平、可持续发展水平产生重大促进作用。如果在项目实施过程中建设进度、投资成本、宏观经济形势、相关产业政策等客观条件发生较大不利变化，则本次募集资金投资项目是否能够按时实施、涉及研发项目实施效果是否符合预期等将存在不确定性，从而给公司的生产经营和未来发展带来一定的风险。

（二）净资产收益率下降的风险

报告期内，公司以扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算的加权平均净资产收益率分别为 71.52%、74.79%、70.98%和 **24.20%**。

本次发行完成后，公司净资产将在短期内显著增加，各类支出将迅速增加，会导致折旧、摊销费用上升，而募集资金投资项目有一定的建设周期，且产生效益尚需一段时间，因此，公司存在发行后净资产收益率下降的风险。

（三）新冠疫情带来的不确定性风险

公司背靠本土消费电子制造产业链，以线上渠道为主，面向海外市场销售。报告期内，由于新冠疫情影响，公司的部分核心原材料供应链出现过阶段紧张情况、物流成本出现过阶段上升情况、生产场所出现过阶段封控情况。上述情况对公司的正常经营活动产生不同程度的影响。

由于新冠疫情的发展目前仍然存在不确定性，不排除由于疫情扩散，公司未来会继续出现其他类似的供应链、物流或生产场所受影响情况，从而对公司经营产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称:	深圳市睿联技术股份有限公司
英文名称:	Shenzhen Reolink Technology Co., Ltd.
注册资本:	9,000.00 万元
法定代表人:	刘小宇
有限公司成立日期:	2009 年 1 月 8 日
整体变更为股份公司日期:	2021 年 1 月 25 日
住所:	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业区厂房 2 栋二层
邮政编码:	518100
电话号码:	0755-26839765
传真号码:	0755-26839765
官方网址:	https://www.reolink.com.cn
电子信箱:	IR@reolink.com.cn
信息披露和投资者关系部门:	证券部
信息披露和投资者关系部门负责人和电话号码:	庞霖霖, 0755-26839765

二、发行人设立、报告期内股本和股东变化、重大资产重组及在其他证券市场的上市/挂牌情况

（一）发行人设立情况

1、有限公司设立情况

发行人系由睿联有限整体变更设立的股份有限公司，睿联有限成立于 2009 年 1 月 8 日，注册资本为 10.00 万元，出资方式为货币资金。

深圳海鹏会计师事务所（普通合伙）于 2008 年 12 月 29 日出具《验资报告》（海鹏验字[2008]第 024 号）验证，截至 2008 年 12 月 25 日，公司已收到全体股东缴纳的注册资本 10.00 万元。容诚会计师于 2022 年 3 月 17 日出具《验资复核报告》（容诚专字[2022]518Z0023 号），对上述验资进行了复核。

2009 年 1 月 8 日，睿联有限取得深圳市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》。睿联有限设立时，刘小宇、王爱军分别出资 3.5 万元，刘星出资 3 万元，三人的

持股比例分别为 35%、35%、30%。为便于工商登记手续办理，设立时刘小宇、王爱军委托刘星统一作为工商登记的股东，工商登记的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	刘星	10.00	100.00%
合计		10.00	100.00%

2009 年 4 月，刘星基于个人事业规划考虑，决定退出创业，并将初创 3 个月的企业股权按照原始出资额转让给刘小宇、王爱军，解除了上述代持。

2、股份有限公司设立情况

2020 年 12 月 22 日，睿联有限召开股东会，全体股东一致同意睿联有限以截至 2020 年 10 月 31 日经审计的账面净资产 21,575.32 万元，按 1:0.4171 的比例折为 9,000.00 万股，每股面值 1.00 元，整体变更为股份有限公司。同日，睿联有限的全体股东签署了发起人协议。

根据容诚会计师 2020 年 12 月 16 日出的具容诚审字[2020]518Z0880 号《审计报告》，确认截至 2020 年 10 月 31 日，睿联有限经审计的净资产值为 21,575.32 万元。

根据鹏信资产评估 2020 年 12 月 21 日出具的《资产评估报告》（鹏信资评报字[2020]第 282 号），睿联有限截至评估基准日 2020 年 10 月 31 日以资产基础法经评估的净资产为 40,191.95 万元。

2021 年 1 月 8 日，睿联技术（筹）召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《关于变更设立深圳市睿联技术股份有限公司的议案》等相关议案。

根据容诚会计师 2021 年 1 月 8 日出具的《验资报告》（容诚验字[2021]518Z0003 号），经审验，截至 2021 年 1 月 8 日止，公司净资产为 21,575.32 万元，该净资产折合注册资本为 9,000.00 万元，其余部分计入资本公积。

2021 年 1 月 25 日，公司取得深圳市市场监督管理局核发的变更后的《营业执照》，核准股份公司设立。

股份公司设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	刘小宇	2,422.80	26.92%
2	王爱军	2,422.80	26.92%

序号	股东名称/姓名	持股数量（万股）	持股比例
3	宋云龙	1,009.80	11.22%
4	周瑞	1,009.80	11.22%
5	杨学政	401.40	4.46%
6	深圳磐石	360.00	4.00%
7	众人拾薪	358.20	3.98%
8	深圳睿控	315.00	3.50%
9	苏娜	248.40	2.76%
10	廖小霞	200.70	2.23%
11	王芮	161.10	1.79%
12	深圳睿众	90.00	1.00%
合计		9,000.00	100.00%

3、公司设立以来历次股权变动过程中曾经存在的瑕疵

（1）借款出资及规范情况

2009年7月，睿联有限注册资本由10万元增加至100万元，新增注册资本90万元，由刘小宇、王爱军各认缴45万元。为缓解资金压力，刘小宇、王爱军向第三方机构借款90万元用于出资；在王爱军向睿联有限出资、完成验资后，睿联有限代为向第三方机构偿还了该笔借款，刘小宇、王爱军再向公司偿还了上述款项，但因间隔时间较长，原始凭证缺失。2021年12月，为夯实历史出资，刘小宇、王爱军以货币方式向发行人各转入45万元，合计90万元。

综上，刘小宇、王爱军已转入90万元，该借款出资行为未对公司利益造成损害，不属于《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（三）》规定的抽逃出资的情形。根据信用广东出具的《企业信用报告》（无违法违规证明版）、国家企业信用信息公示系统、深圳市市监局等网站信息、个人无犯罪记录证明，并与刘小宇、王爱军访谈确认，发行人及股东刘小宇、王爱军不存在因此受到行政处罚的情形。

（2）股权代持及还原情况

① 刘星为王爱军、刘小宇代持，王爱军为刘小宇代持相关情况

2009年1月，睿联有限初创时，刘小宇、王爱军、刘星三人约定共同创业，为便于工商登记手续办理，刘小宇、王爱军分别委托刘星代为持有睿联有限35%股权，并在

工商登记为股东。2009年4月，刘星基于个人事业规划考虑，决定退出创业，并将初创3个月还未实际经营的公司股权按出资额转让给刘小宇、王爱军，解除了上述代持。

在刘星2009年4月退出时，为便于工商登记手续办理，刘小宇委托王爱军继续代其持有公司股权。2013年底至2014年初，公司引入骨干人员参与持股，并同步对隐名股东进行了工商登记还原，王爱军将为刘小宇代持的稀释后剩余33.33%股权还原给刘小宇，解除了上述代持。

经刘星、刘小宇、王爱军三方书面及访谈确认，前述股权代持关系及其解除真实，不存在任何争议或纠纷。

② 王爱军、李秋霞先后为谢冉辉代持相关情况

2010年5月，公司初创期间业务发展面临资金周转需求，实际控制人的朋友谢冉辉看好公司团队及发展前景，对公司进行投资8万元，刘小宇、王爱军分别按出资额转让4%、4%股权给谢冉辉，为便于工商登记手续办理，谢冉辉持有的8%股权仍登记在王爱军名下，由王爱军统一代持。

2013年底至2014年初，公司引入骨干人员参与持股，考虑引入骨干人员的稀释影响，与谢冉辉达成一致，其股份从8%稀释到2.5%。刘小宇、王爱军向谢冉辉退回上述原始股权转让款以及资金成本，解除代持关系，谢冉辉再将相关款项以增资形式取得稀释后的2.5%股权。由于谢冉辉工作比较繁忙，委托好友李秋霞代为持股。2020年8月，李秋霞将代持股权还原并转让给谢冉辉配偶廖小霞，前述股权代持关系解除。

经王爱军、谢冉辉、廖小霞、李秋霞书面及访谈确认，前述股权代持关系及其解除真实，不存在任何争议或纠纷。

③ 王雪为王芮代持，车大琴为苏娜代持相关情况

2013年底至2014年初，公司规模较小，为稳定经营团队，引入骨干人员参与持股。王芮当时负责除研发、销售外的所有事务性工作，包括行政、人事、财务等，因此作为骨干人员参与持股，并委托其姐王雪代为持有相应股权；2016年4月，负责开拓自主品牌的苏娜作为骨干人员也参与持股，并委托其婆婆车大琴代为持有相应股权。2020年8月，车大琴将代持股权还原给苏娜（由于期间有增资，苏娜原持有3%股权稀释减少至2.76%），2020年12月，王雪将代持股权还原给王芮（由于期间有增资，王芮原持有2%股权稀释减少至1.79%），前述股权代持关系解除。

经王雪、王芮、车大琴、苏娜书面及访谈确认，前述股权代持关系及其解除真实，不存在任何争议或纠纷。

（二）发行人报告期初至今的股本和股东变化情况

发行人报告期初至今发生 1 次增资、5 次股权转让及 1 次股份制改制。发行人报告期初至今的股本和股东变化情况如下：

1、2019 年 12 月，第六次增资

2019 年 12 月 11 日，睿联有限股东会作出变更决定，公司认缴注册资本由 3,000.10 万元变更为 3,260.00 万元，新增注册资本 259.90 万元由众人拾薪认缴。

2019 年 12 月 18 日，睿联有限就上述增资事项办理完毕工商变更登记手续。根据工商登记信息，变更后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	王爱军	877.69	26.92%
2	刘小宇	877.69	26.92%
3	宋云龙	439.13	13.47%
4	周瑞	439.13	13.47%
5	众人拾薪	259.90	7.98%
6	杨学政	145.51	4.46%
7	车大琴	90.00	2.76%
8	李秋霞	72.75	2.23%
9	王雪	58.20	1.79%
合计		3,260.00	100.00%

2、2020 年 8 月 17 日，第五次股权转让

2020 年 8 月 12 日，睿联有限召开股东会，同意：股东李秋霞将其持有公司 2.23% 的股权转让给廖小霞；股东车大琴将其持有公司 2.76% 的股权转让给苏娜。本次股权转让系代持还原。

2020 年 8 月 17 日，睿联有限就上述股权转让办理完毕工商变更登记手续。根据工商登记信息，此次工商变更后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	王爱军	877.69	26.92%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
2	刘小宇	877.69	26.92%
3	宋云龙	439.13	13.47%
4	周瑞	439.13	13.47%
5	众人拾薪	259.90	7.98%
6	杨学政	145.51	4.46%
7	苏娜	90.00	2.76%
8	廖小霞	72.75	2.23%
9	王雪	58.20	1.79%
合计		3,260.00	100.00%

3、2020年9月28日，第六次股权转让

2020年9月24日，睿联有限召开股东会，同意：股东众人拾薪将其持有公司4.00%的股权以300.00万元的价款转让给深圳磐石。

2020年9月28日，睿联有限就上述股权转让办理完毕工商变更登记手续。根据工商登记信息，此次工商变更后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	王爱军	877.69	26.92%
2	刘小宇	877.69	26.92%
3	宋云龙	439.13	13.47%
4	周瑞	439.13	13.47%
5	杨学政	145.51	4.46%
6	深圳磐石	130.40	4.00%
7	众人拾薪	129.50	3.98%
8	苏娜	90.00	2.76%
9	廖小霞	72.75	2.23%
10	王雪	58.20	1.79%
合计		3,260.00	100.00%

4、2020年10月13日，第七次股权转让

2020年10月10日，睿联有限召开股东会，同意：股东周瑞将其持有公司2.25%的股权以168.75万元的价款转让给深圳睿控，股东宋云龙分别将其持有公司1.25%、1.00%的股权以93.75万元、75.00万元的价款转让给深圳睿控、深圳睿众。

2020年10月13日，睿联有限就上述股权转让办理完毕工商变更登记手续。根据工商登记信息，此次工商变更后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘小宇	877.69	26.92%
2	王爱军	877.69	26.92%
3	宋云龙	365.78	11.22%
4	周瑞	365.78	11.22%
5	杨学政	145.51	4.46%
6	深圳磐石	130.40	4.00%
7	众人拾薪	129.50	3.98%
8	深圳睿控	114.10	3.50%
9	苏娜	90.00	2.76%
10	廖小霞	72.75	2.23%
11	王雪	58.20	1.79%
12	深圳睿众	32.60	1.00%
合计		3,260.00	100.00%

5、2020年12月2日，第八次股权转让

2020年11月26日，睿联有限召开股东会，同意：股东王雪将其持有公司1.79%的股权以1元的价款转让给王芮。本次股权转让系代持还原。

2020年12月2日，睿联有限就上述股权转让办理完毕工商变更登记手续。根据工商登记信息，此次工商变更后的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	刘小宇	877.69	26.92%
2	王爱军	877.69	26.92%
3	宋云龙	365.78	11.22%
4	周瑞	365.78	11.22%
5	杨学政	145.51	4.46%
6	深圳磐石	130.40	4.00%
7	众人拾薪	129.50	3.98%
8	深圳睿控	114.10	3.50%
9	苏娜	90.00	2.76%
10	廖小霞	72.75	2.23%

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
11	王芮	58.20	1.79%
12	深圳睿众	32.60	1.00%
合计		3,260.00	100.00%

6、2021年1月25日，整体变更为股份公司

2021年1月25日，睿联有限整体变更设立股份有限公司。本次变更过程详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人设立、报告期内股本和股东变化、重大资产重组及在其他证券市场的上市/挂牌情况”之“（一）发行人设立情况”之“2、股份有限公司设立情况”。

7、2022年3月3日，股份有限公司第一次股权转让

2022年2月18日，睿联技术召开股东大会，同意：股东深圳磐石将其持有公司0.25%的股份以18.75万元的价格转让给深圳睿祺，股东深圳睿控将其持有公司0.30%的股份以22.50万元的价格转让给深圳睿祺，股东廖小霞分别将其持有的公司0.20%、0.20%及0.06%股份以500万元、500万元及138.89万元的价格转让给刘小宇、王爱军、苏娜。

2022年3月3日，发行人办理完毕工商备案手续。此次变更后的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	刘小宇	2,440.80	27.12%
2	王爱军	2,440.80	27.12%
3	周瑞	1,009.80	11.22%
4	宋云龙	1,009.80	11.22%
5	杨学政	401.40	4.46%
6	众人拾薪	358.20	3.98%
7	深圳磐石	337.50	3.75%
8	深圳睿控	288.00	3.20%
9	苏娜	253.40	2.82%
10	王芮	161.10	1.79%
11	廖小霞	159.70	1.77%
12	深圳睿众	90.00	1.00%
13	深圳睿祺	49.50	0.55%
合计		9,000.00	100.00%

（三）发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司未进行过重大资产重组，最近一年亦不存在收购兼并其他企业资产（或股权）且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情形。

公司早期考虑境外经营的便利性，委托关联方深圳市易览技术有限公司（以下简称“深圳易览”）于 2018 年 11 月设立美国特克（未实缴出资）、于 2018 年 12 月设立香港易览（未实缴出资），用以分别在亚马逊平台的美国站点、欧洲站点注册店铺，该店铺注册以来均由发行人实际管理、运营，经营“Reolink”品牌产品。为进一步满足上市规范要求，使持股关系与店铺权属保持一致，公司与深圳易览解除了委托关系，2020 年 12 月，深圳易览将美国特克 100%的股权还原至公司子公司香港易云名下，2021 年 8 月，深圳易览将香港易览 100%的股权还原至公司子公司香港睿联名下。

美国特克、香港易览的规模较小，还原前一个会计年度的相关财务指标占比如下：

单位：万元

2019年度/2019年 12月31日	美国特克	发行人 (剔除美国特克、香港易览)	占比
资产总额	2,610.41	20,331.03	12.84%
营业收入	1,335.39	50,948.92	2.62%
利润总额	-27.45	5,558.89	-0.49%
2020年度/2020年 12月31日	香港易览	发行人 (剔除美国特克、香港易览)	占比
资产总额	271.21	37,096.07	0.73%
营业收入	1,388.39	82,153.37	1.69%
利润总额	72.79	21,422.68	0.34%

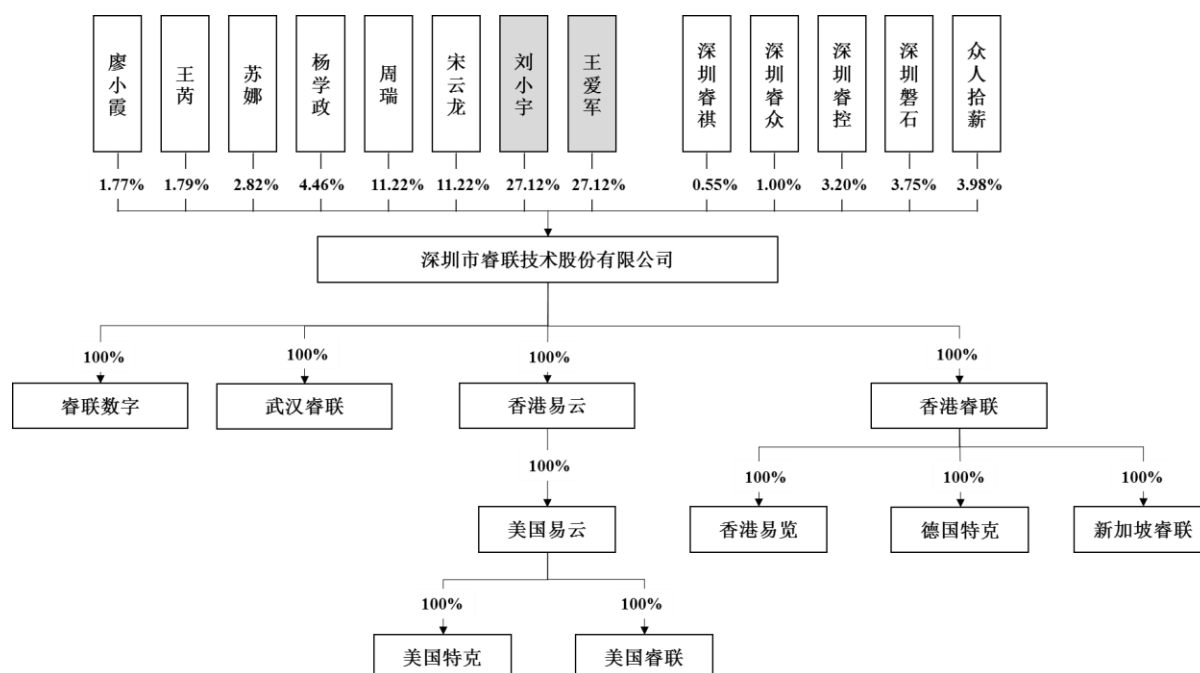
深圳易览设立于 2018 年 7 月，注册资本 10 万元，由王蓓蓓（发行人董事周瑞配偶）100%持股。深圳易览除受托设立上述两家发行人海外子公司，用于开立发行人的亚马逊店铺外，未开展过任何经营活动。在解除委托关系后，深圳易览也已于 2022 年 2 月注销。

（四）发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

发行人自成立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

三、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人股东结构情况如下：



四、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人以母公司为总部，负责家用视频监控产品的研发、生产、销售、售后等。发行人有 4 家一级子公司、4 家二级子公司、2 家三级子公司，不存在参股公司、分公司。

截至目前，发行人子公司的业务定位如下：

序号	公司名称	设立时间	业务定位	层级
1	睿联数字	2014 年	持有部分品牌、商标，未有其他经营活动	一级子公司
2	武汉睿联	2021 年	作为售后支持平台之一	一级子公司
3	香港易云	2016 年	海外采购平台、线下销售平台，并作为海外线上销售平台，主要覆盖速卖通、eBay 渠道的全球区域销售	一级子公司
4	香港睿联	2018 年	海外线上销售平台，主要覆盖亚马逊、官网渠道的非北美区域销售	一级子公司
5	香港易览	2018 年	目前未有实际经营活动，后续拟作为拓展新品牌的运营主体	二级子公司
6	美国特克	2018 年	海外线上销售平台，主要覆盖亚马逊、官网渠道的北美区域销售	三级子公司
7	美国易云	2022 年	新设公司，作为美国经营子公司的持股平台	二级子公司
8	美国睿联	2022 年	新设公司，计划用于拓展美国线下销售业务	三级子公司

序号	公司名称	设立时间	业务定位	层级
9	德国特克	2022 年	海外线上销售平台，主要覆盖欧洲地区其他电商平台的销售	二级子公司
10	新加坡睿联	2022 年	海外线上销售平台，主要覆盖东南亚地区其他电商平台的销售	二级子公司

1、睿联数字

企业名称	深圳市睿联数字技术有限公司		
成立日期	2014 年 12 月 29 日		
注册资本	200.00 万元		
实收资本	10.00 万元		
注册地和主要生产经营地	深圳市南山区西丽街道松坪山社区朗山路 13 号清华紫光科技园 6 层 C616		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
	发行人	200.00	100.00%
	合计	200.00	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
	总资产（万元）	107.81	46.69
	净资产（万元）	-27.16	-48.18
	净利润（万元）	21.02	-38.51

2、武汉睿联

企业名称	武汉市睿联视界技术有限公司		
成立日期	2021 年 3 月 5 日		
注册资本	200.00 万元		
实收资本	200.00 万元		
注册地和主要生产经营地	武汉东湖新技术开发区关东街道光谷大道 77 号金融后台服务中心基地建设项目 1.2.2 期 A1 栋 7 层 01 室（自贸区武汉片区）		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
	发行人	200.00	100.00%
	合计	200.00	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
	总资产（万元）	395.19	158.21
	净资产（万元）	214.80	104.37
	净利润（万元）	10.43	4.37

3、香港易云

企业名称	易云创新有限公司/Ezcloud Innovation Limited		
成立日期	2016 年 3 月 11 日		
已发行股本	1.00 万港元		
注册地	香港九龙弥敦道 480 号鸿宝商业大厦 3 楼 2 室		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万港元）	出资比例
	发行人	1.00	100.00%
	合计	1.00	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
	总资产（万元）	47,854.56	36,432.60
	净资产（万元）	5,989.08	4,414.38
	净利润（万元）	1,328.70	1,418.70

4、香港睿联

企业名称	睿联创新有限公司/Reolink Innovation Limited		
成立日期	2018 年 9 月 6 日		
已发行股本	1.00 万港元		
注册地	香港九龙旺角花园街 75-77 号花园商业大厦 7 楼 705 室		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万港元）	出资比例
	发行人	1.00	100.00%
	合计	1.00	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
	总资产（万元）	29,491.81	26,351.70
	净资产（万元）	1,224.80	678.45
	净利润（万元）	499.00	689.67

5、香港易览

企业名称	易览有限公司/Easy Home Innovation Limited		
成立日期	2018 年 12 月 5 日		
已发行股本	1.00 万港元		
注册地	香港九龙旺角花园街 75-77 号花园商业大厦 7 楼 705 室		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万港元）	出资比例
	香港睿联	1.00	100.00%
	合计	1.00	100.00%

	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	总资产（万元）	44.07	49.58
	净资产（万元）	34.32	41.65
	净利润（万元）	-8.95	-3.62

6、美国特克

企业名称	特克数字有限公司/Eztech Digital Inc.		
成立日期	2018 年 11 月 9 日		
已发行股本	100.00 美元		
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle County, Delaware 19808		
股东构成	股东名称	认缴出资额（美元）	出资比例
	美国易云	100.00	100.00%
	合计	100.00	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
	总资产（万元）	31,992.32	21,802.89
	净资产（万元）	2,990.98	1,646.61
	净利润（万元）	1,214.97	1,530.05

7、美国易云

企业名称	易云创新股份有限公司/ Ezcloud Innovation Inc.		
成立日期	2022 年 4 月 19 日		
已发行股本	100 美元		
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle County, Delaware 19808		
股东构成	股东名称	认缴出资额（美元）	出资比例
	香港易云	100.00	100.00%
	合计	100.00	100.00%
主要财务数据	美国易云成立以来尚未开展业务		

8、美国睿联

企业名称	睿联创新股份有限公司/ Reolink Innovation Inc.		
成立日期	2022 年 4 月 19 日		
已发行股本	100.00 美元		
注册地	251 Little Falls Drive, Wilmington, New Castle County, Delaware 19808		
股东构成	股东名称	认缴出资额（美元）	出资比例
	美国易云	100.00	100.00%

	合计	100.00	100.00%
主要财务数据	美国睿联成立以来尚未开展业务		

9、德国特克

企业名称	特克数字股份有限公司/Eztech Digital GmbH		
成立日期	2022 年 2 月 14 日		
已发行股本	2.50 万欧元		
注册地	Genfer Straße9, 60437, Frankfurt am Main, Germany		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万欧元）	出资比例
	香港睿联	2.50	100.00%
	合计	2.50	100.00%
主要财务数据（经容诚会计师事务所审计）	项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	
	总资产（万元）	113.88	
	净资产（万元）	7.79	
	净利润（万元）	-9.83	

10、新加坡睿联

企业名称	睿联创新有限公司/Reolink Innovation Pte. Ltd.		
成立日期	2022 年 8 月 18 日		
已发行股本	5.00 万新加坡元		
注册地	10 ANSON ROAD, #09-01, INTERNATIONAL PLAZA, SINGAPORE (079903)		
股东构成	股东名称	认缴出资额（万新加坡元）	出资比例
	香港睿联	5.00	100%
	合计	5.00	100%
主要财务数据	新加坡睿联成立以来尚未开展业务		

除上述子公司外，报告期内发行人注销了 2 家子公司，分别为百川视界和美国易通，具体情况如下：

序号	子公司名称	注销时间	注销原因
1	百川视界	2020 年 8 月	原拟作为单独主体开展软件研发，后因业务调整停止经营，2021 年 1 月发行人股改之前，为精简当时组织架构，将其注销
2	美国易通	2020 年 12 月	原拟作为美国线下销售平台之一，未实际开展过经营，2021 年 1 月发行人股改之前，为精简当时组织架构，将其注销

百川软件和美国易通存续期间不存在违法违规行为，相关资产、人员、债务处置合法合规。

五、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

公司的控股股东为刘小宇和王爱军。刘小宇、王爱军分别持有公司 27.12%的股权，合计持有公司 54.24%的股权，并通过协议明确了一致行动关系，共同拥有公司的控制权，系公司的实际控制人。公司实际控制人的亲属不存在持有公司股份的情况。

刘小宇和王爱军于 2018 年 4 月签署了《一致行动协议》，主要约定内容为自协议生效之日起，双方在涉及公司经营管理的重大事项上保持一致行动。一致行动人内部发生分歧的，应当以刘小宇的意见作为最终意见。《一致行动协议》有效期至公司首次公开发行股票并上市之日起满 36 个月止，有效期届满后双方如未提出书面异议，协议自动延期 3 年。

刘小宇先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：422623197602*****。其详细介绍见本节“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员简介”。

王爱军先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：432930197702*****。其详细介绍见本节“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员简介”。

（二）控股股东及实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东及实际控制人不存在控制的其他企业。

（三）持有公司 5%以上股份的其他股东

周瑞先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：420624198109*****。其详细介绍见本节“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员简介”。

宋云龙先生，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：510108197712*****。其详细介绍见本节“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员简介”。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

股东名称	发行前		发行后	
	数量（万股）	持股比例	数量（万股）	持股比例
刘小宇	2,440.80	27.12%	2,440.80	20.34%
王爱军	2,440.80	27.12%	2,440.80	20.34%
周瑞	1,009.80	11.22%	1,009.80	8.41%
宋云龙	1,009.80	11.22%	1,009.80	8.41%
杨学政	401.40	4.46%	401.40	3.34%
众人拾薪	358.20	3.98%	358.20	2.98%
深圳磐石	337.50	3.75%	337.50	2.81%
深圳睿控	288.00	3.20%	288.00	2.40%
苏娜	253.40	2.82%	253.40	2.11%
王芮	161.10	1.79%	161.10	1.34%
廖小霞	159.70	1.77%	159.70	1.33%
深圳睿众	90.00	1.00%	90.00	0.75%
深圳睿祺	49.50	0.55%	49.50	0.41%
社会公众股东	-	-	3,000.10	25.00%
合计	9,000.00	100.00%	12,000.10	100.00%

（二）本次发行前后的前十名股东情况

本次发行前后公司前十名股东的情况请参见本节“六、发行人股本情况”之“（一）本次发行前后的股本情况”。

（三）前十名自然人股东及其在公司的任职情况

本次发行前，公司共计 8 名自然人股东，其在公司的任职情况如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	比例	担任职务
1	刘小宇	2,440.80	27.12%	董事长、总经理
2	王爱军	2,440.80	27.12%	副董事长、副总经理
3	宋云龙	1,009.80	11.22%	董事
4	周瑞	1,009.80	11.22%	董事
5	杨学政	401.40	4.46%	董事、副总经理

序号	股东姓名	股份数量（万股）	比例	担任职务
6	苏娜	253.40	2.82%	董事、副总经理
7	王芮	161.10	1.79%	综合管理主管
8	廖小霞	159.70	1.77%	-

（四）国有股或外资股情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在国有股和外资股的情况。

（五）最近一年发行人新增股东情况

公司最近一年的新增股东的情况请参见本节“二、发行人设立、报告期内股本和股东变化、重大资产重组及在其他证券市场的上市/挂牌情况”之“（二）发行人报告期初至今的股本和股东变化情况”。

（六）股东中的战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中不存在战略投资者。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

除下述关联关系之外，本次发行前发行人各股东之间不存在其他关联关系。

股东名称/姓名	数量（万股）	持股比例	股东间关联关系
杨学政	401.40	4.46%	杨学政系深圳睿控、深圳睿祺的执行事务合伙人
深圳睿控	288.00	3.20%	
深圳睿祺	49.50	0.55%	
众人拾薪	358.20	3.98%	苏娜系众人拾薪的执行事务合伙人、杨学政持有众人拾薪 99.90% 的份额
苏娜	253.40	2.82%	

（八）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及发行人股东公开发售股份。

七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介

（一）董事会成员简介

截至本招股说明书签署日，发行人董事会共有董事 9 名，其中 3 名独立董事，基本

情况如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
刘小宇	董事长、总经理	全体股东	2021年1月-2024年1月
王爱军	副董事长、副总经理	全体股东	2021年1月-2024年1月
杨学政	董事、副总经理	全体股东	2021年1月-2024年1月
苏娜	董事、副总经理	全体股东	2021年1月-2024年1月
宋云龙	董事	全体股东	2021年1月-2024年1月
周瑞	董事	全体股东	2021年1月-2024年1月
丁毓麟	独立董事	周瑞	2021年5月-2024年1月
陈乘贝	独立董事	宋云龙	2021年5月-2024年1月
郭剑花	独立董事	苏娜	2021年5月-2024年1月

公司董事简历如下：

刘小宇先生，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2001年4月至2003年6月任上海诺基亚贝尔股份有限公司软件工程师，2003年6月至2005年5月任UT斯达康通讯有限公司项目经理，2005年9月至2006年6月任德州仪器半导体技术（上海）有限公司软件工程师，2006年6月至2009年2月任华为技术有限公司（海思半导体）产品经理，2009年创立睿联有限，现任发行人董事长、总经理。

王爱军先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1999年9月至2000年7月任东莞市东圣网络技术有限公司工程师，2000年8月至2001年5月任TCL通信技术（深圳）有限公司工程师，2001年8月至2001年9月任中兴通讯股份有限公司工程师，2001年10月至2003年9月任深圳市安信阳光科技有限公司项目经理，2004年2月至2009年2月任华为技术有限公司（海思半导体）开发部经理，2009年创立睿联有限，现任发行人副董事长、副总经理。

杨学政先生，1981年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年5月至2013年5月任深圳市锐明视讯技术有限公司软件工程师，2013年6月至今任职于发行人，现任发行人董事、副总经理。

苏娜女士，1981年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2003年7月至2004年5月任美国纽约州库克大学中国总校区校长助理，2004年7月至2006年10月任林氏国际教育集团总经理助理，2006年12月至2009年6月任深圳市南山区天悦双胜电子来料加工厂海外销售员，2009年11月至2013年4月任深圳市慧眼视讯电子

有限公司海外销售主管，2013年5月至2015年3月任Swann Communications Ltd.产品经理，2015年5月至今任职于发行人，现任发行人董事、副总经理。

宋云龙先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2001年7月至2001年8月任深圳市达特电子科技有限公司软件开发工程师，2001年9月至2001年10月任深圳市达特数码科技有限公司软件开发工程师，2002年2月至2003年12月任深圳市格林耐特通信技术有限公司软件开发工程师，2004年1月至2004年3月任深圳市东进技术股份有限公司软件开发工程师，2004年4月至2010年6月任UT斯达康通讯有限公司软件开发工程师，2010年7月至今任职于发行人，现任发行人董事、研发经理。

周瑞先生，1981年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学位。2005年12月至2010年5月任华为技术有限公司（海思半导体）工程师，2010年6月至今任职于发行人，现任发行人董事、研发经理。

丁毓麟先生，1961年出生，新加坡国籍，硕士学历。1986年5月至2011年3月任职于美国德州仪器，先后担任工程师、品质管理经理、市场经理、市场总监、事业部总经理及亚太区副总裁，2011年4月至2020年4月任杭州利尔达科技集团股份有限公司总裁并在离职后退休，2021年5月至今任发行人独立董事。

陈乘贝先生，1976年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2005年7月至2007年4月任职于福建厦门自立律师事务所，先后担任律师助理及律师，2007年5月至2013年7月任北京市中伦（深圳）律师事务所律师，2013年7月至2014年12月任广东华商律师事务所律师，2015年1月至2019年2月任北京市中银（深圳）律师事务所律师，2019年2月至今任北京浩天（深圳）律师事务所律师，2021年5月至今任发行人独立董事。

郭剑花女士，1983年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。2010年7月至今历任广东财经大学会计学院副教授、硕士生导师、ACCA项目中心主任，2021年5月至今任发行人独立董事。

（二）监事会成员简介

截至本招股说明书签署日，发行人监事会共有监事3名，其中职工监事1名，基本情况如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
聂洪丽	监事会主席	全体股东	2021年1月-2024年1月
陈文君	监事	全体股东	2021年1月-2024年1月
刘香平	职工监事	职工代表大会	2021年1月-2024年1月

公司监事简历及其实际负责的业务活动如下：

聂洪丽女士，1986年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009年7月至今任职于发行人，现任发行人监事会主席、销售经理。

陈文君女士，1990年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2013年9月至2016年3月任深圳市惟映网络科技有限公司设计师，2016年5月至今任职于发行人，现任发行人监事、设计经理。

刘香平女士，1989年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2006年7月至2008年8月任深圳市同为视频技术有限公司测试员，2008年9月至2010年3月任深圳市金三立视频技术有限公司品检员，2010年7月至今任职于发行人，现任发行人监事、产品助理。

（三）高级管理人员简介

截至本招股说明书签署日，发行人高级管理人员共5名，基本情况如下：

姓名	在本公司任职	任职期间
刘小宇	董事长、总经理	2021年1月-2024年1月
王爱军	副董事长、副总经理	2021年1月-2024年1月
杨学政	董事、副总经理	2021年1月-2024年1月
苏娜	董事、副总经理	2021年1月-2024年1月
庞霖霖	董事会秘书、财务总监	2021年1月-2024年1月

刘小宇先生，董事长、总经理，简历请参见本节之“七、（一）董事会成员简介”。

王爱军先生，副董事长、副总经理，简历请参见本节之“七、（一）董事会成员简介”。

杨学政先生，董事、副总经理，简历请参见本节之“七、（一）董事会成员简介”。

苏娜女士，董事、副总经理，简历请参见本节之“七、（一）董事会成员简介”。

庞霖霖先生，1986年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，中国注册

会计师。2008年9月至2009年3月任比亚迪股份有限公司管理会计，2009年3月至2011年3月任深圳市鹏城会计师事务所审计员，2011年3月至2012年3月任福建省华廷投资管理有限公司投资经理，2012年5月至2020年5月历任长城证券股份有限公司投行部项目经理、高级经理、业务董事，2020年5月至2020年9月任五矿证券有限公司投行部执行总经理，2020年10月至今任职于发行人，现任发行人董事会秘书、财务总监。

（四）其他核心人员简介

公司创始团队为技术型团队，相关人员构成公司的核心人员，如下表所示：

姓名	在本公司任职
刘小宇	董事长、总经理
王爱军	副董事长、副总经理
杨学政	董事、副总经理
宋云龙	董事、研发经理
周瑞	董事、研发经理

上述人员简历请参见本节之“七、（一）董事会成员简介”。

（五）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员在发行人及其控股子公司之外的兼职情况如下：

姓名	在本公司任职	兼职单位	在兼职单位任职	兼职单位与公司的关联关系
杨学政	董事、高管	深圳睿控	执行事务合伙人	公司股东
		深圳睿祺		
苏娜	董事、高管	众人拾薪	执行事务合伙人	公司股东
聂洪丽	监事	深圳磐石	执行事务合伙人	公司股东
陈乘贝	独立董事	深圳市长亮科技股份有限公司	独立董事	无
		东莞市华越半导体股份有限公司	独立董事	无
		北京浩天（深圳）律师事务所	律师	无
		江苏中慧元通生物科技股份有限公司	独立董事	无
郭剑花	独立董事	广东财经大学	副教授	无

姓名	在本公司任职	兼职单位	在兼职单位任职	兼职单位与公司的 关联关系
		广东华庄科技股份有限公司	独立董事	无

（六）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

八、公司与董事、监事、高级管理人员、其他核心人员签订的协议

截至本招股说明书签署日，公司与独立董事签署了聘用协议，与除独立董事外的其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署了劳动合同、聘用协议、竞业限制协议，上述合同、协议均正常履行，不存在违约情形。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况

最近两年，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员保持稳定，相关变动主要系公司整体变更为股份有限公司，制定了董事会、监事会等制度，正式选举或聘任了相关人员。

（一）董事的变动情况

时间	成员	职位	人数	变动情况及原因
报告期初至 2021 年 1 月	刘小宇	执行董事	1 人	-
2021 年 1 月	刘小宇	董事长	6 人	公司整体变更为股份公司，设立董事会，并相应选举主要股东或管理层主要人员为公司董事。
	王爱军	副董事长		
	杨学政	董事		
	苏娜	董事		
	周瑞	董事		
	宋云龙	董事		
2021 年 5 月	丁毓麟	独立董事	3 人	制定独立董事制度，选举独立董事
	陈乘贝	独立董事		
	郭剑花	独立董事		

（二）监事的变动情况

时间	成员	职位	人数	变动情况及原因
报告期初至 2021 年 1 月	杨学政	监事	1 人	-
2021 年 1 月	聂洪丽	监事会主席	3 人	公司整体变更为股份公司，设立监事会，选举相应的监事
	陈文君	监事		
	刘香平	职工代表监事		

（三）高级管理人员的变动情况

时间	成员	职位	人数	变动情况及原因
报告期初至 2021 年 1 月	王爱军	总经理	1 人	-
2021 年 1 月	刘小宇	总经理	5 人	公司整体变更为股份公司，董事会正式聘任管理层主要人员为高级管理人员
	王爱军	副总经理		
	杨学政	副总经理		
	苏娜	副总经理		
	庞霖霖	财务总监、董事会秘书		

注：除庞霖霖系 2020 年 10 月入职外，其余高管自报告期初均已在公司任职。

（四）其他核心人员的变动情况

最近两年，发行人其他核心人员未发生变动。

十、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员持有公司股份及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员直接或间接持有公司股权以及独立董事陈乘贝持有西藏乐千团医药科技有限公司 15%股权外，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在其它对外投资。

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属本次发行前持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况如下：

姓名	职务/亲属关系	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
刘小宇	董事长、总经理	27.1200%	-	27.1200%
王爱军	副董事长、副总经理	27.1200%	-	27.1200%
杨学政	董事、副总经理	4.4600%	4.1537%	8.6137%
苏娜	董事、副总经理	2.8156%	0.0040%	2.8196%
宋云龙	董事	11.2200%	-	11.2200%
周瑞	董事	11.2200%	-	11.2200%
庞霖霖	财务总监、董事会秘书	-	0.4333%	0.4333%
聂洪丽	监事会主席	-	0.4556%	0.4556%
刘香平	监事	-	0.1067%	0.1067%
陈文君	监事	-	0.1222%	0.1222%

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，发行人其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属均未持有本公司的股份，亦不存在股份质押、冻结或权属不清的情况。

十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬

根据相关规定，公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本工资、绩效奖金等组成。公司对独立董事采用市场化定价，发放定额津贴。

公司董事、监事薪酬由股东大会审议通过，高级管理人员的薪酬由董事会审议通过。

（一）薪酬总额

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额及占当年利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额	442.24	864.42	755.89	560.09
利润总额	11,599.93	28,456.44	21,713.27	5,516.02
占比	3.81%	3.04%	3.48%	10.15%

注：薪酬总额的计算口径不包含社保及公积金。

（二）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员最近一年领取薪酬情况

最近一年，董事、监事、高级管理人员未在关联企业领取薪酬。公司董事、监事、

高级管理人员及其他核心人员从公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	在本公司任职	2021 年度领取薪酬
刘小宇	董事长、总经理	108.00
王爱军	副董事长、副总经理	108.00
杨学政	董事、副总经理	106.50
苏娜	董事、副总经理	106.50
宋云龙	董事	105.80
周瑞	董事	105.80
丁毓麟	独立董事	5.25
陈乘贝	独立董事	5.25
郭剑花	独立董事	5.25
聂洪丽	监事会主席	86.18
陈文君	监事	35.64
刘香平	职工监事	18.82
庞霖霖	财务总监、董事会秘书	67.43
合计		864.42

注 1：2021 年度领取薪酬的计算口径不包含社保及公积金。

注 2：董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员自 2021 年 1 月起任职，独立董事自 2021 年 5 月起任职。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员享受的其他待遇和退休金计划

公司根据有关规定为在公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员缴纳社会保险和住房公积金（异地自行缴纳的除外），未向上述人员提供额外的其他待遇，亦未安排其他的退休金计划。

十二、发行人已经实施的股权激励及相关安排

为建立健全公司的长效激励机制，有效提升凝聚力和核心竞争力，促进公司健康、持续发展，公司通过设立持股平台方式，实施股权激励。

（一）股权激励的实施情况

公司通过设立持股平台的方式，开展股权激励。截至本招股说明书签署日，公司实施的股权激励情况如下：

激励实施	项目	众人拾薪	深圳磐石	深圳睿控	深圳睿祺	深圳睿众	合计	新增授予比例及来源
2019年12月股权激励变动	累计授予	3.98%	-	-	-	-	3.98%	新增授予 3.98%， 来源于增资
	预留	4.00%	-	-	-	-	4.00%	
	小计	7.98%	-	-	-	-	7.98%	
2020年8月股权激励变动	累计授予	3.98%	2.75%	2.12%	-	1.00%	9.85%	新增授予 5.87%， 其中 2.75%来源于 预留股份，3.12% 来源于老股转让
	预留	-	1.25%	1.38%	-	-	2.63%	
	小计	3.98%	4.00%	3.50%	-	1.00%	12.48%	
2021年9月股权激励变动	累计授予	3.98%	3.72%	3.10%	-	1.00%	11.80%	新增授予 2.12%， 其中 1.95%来源于 预留股份，0.17% 来源于离职员工 转让
	预留	-	0.28%	0.40%	-	-	0.68%	
	小计	3.98%	4.00%	3.50%	-	1.00%	12.48%	
2022年2月股权激励变动	累计授予	3.98%	3.75%	3.20%	0.55%	1.00%	12.48%	新增授予 0.68%， 来源于预留股份
	预留	-	-	-	-	-	-	
	小计	3.98%	3.75%	3.20%	0.55%	1.00%	12.48%	
2022年5-10月股权激励变动	累计授予	3.98%	3.75%	3.20%	0.55%	1.00%	12.48%	新增授予 0.17%， 均来源于离职员工 转让
	预留	-	-	-	-	-	-	
	小计	3.98%	3.75%	3.20%	0.55%	1.00%	12.48%	

注 1：除深圳睿众的合伙人存在 2 名外部自然人外，其余激励对象均为公司内部员工。

注 2：上述授予比例指穿透后持有的发行人比例。

（二）持股平台基本情况

1、众人拾薪

众人拾薪成立于 2019 年 12 月 5 日，截至本招股说明书签署日，众人拾薪的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
1	苏娜	0.13	0.10%	董事、副总经理	执行事务合伙人
2	杨学政	129.37	99.90%	董事、副总经理	-
合计		129.50	100.00%	-	-

2、深圳磐石

深圳磐石成立于 2020 年 7 月 29 日，截至本招股说明书签署日，深圳磐石的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
1	聂洪丽	34.17	12.15%	监事	执行事务合伙人

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
2	庞霖霖	32.50	11.56%	董事会秘书、财务总监	-
3	李福珍	21.67	7.70%	经理级骨干	-
4	曾鹏辉	19.17	6.81%	骨干员工	-
5	孙忠科	19.17	6.81%	经理级骨干	-
6	袁志涛	19.17	6.81%	骨干员工	-
7	唐磊	16.67	5.93%	经理级骨干	-
8	周崇高	14.17	5.04%	经理级骨干	-
9	余罗艳	13.33	4.74%	经理级骨干	-
10	陈庆接	12.50	4.44%	经理级骨干	-
11	姚培勇	10.00	3.56%	骨干员工	-
12	杜丽	8.00	2.84%	骨干员工	-
13	王桂星	6.67	2.37%	骨干员工	-
14	邓青平	5.00	1.78%	骨干员工	-
15	沈振浩	5.00	1.78%	骨干员工	-
16	陈勇	5.00	1.78%	骨干员工	-
17	郭慧	4.17	1.48%	骨干员工	-
18	许鹏	2.92	1.04%	经理级骨干	-
19	时晓	2.08	0.74%	骨干员工	-
20	张佳音	2.08	0.74%	经理级骨干	-
21	赵光洪	2.00	0.71%	骨干员工	-
22	陈信桃	2.00	0.71%	骨干员工	-
23	李明钦	2.00	0.71%	骨干员工	-
24	陈颖	1.67	0.59%	骨干员工	-
25	李冬琴	1.67	0.59%	骨干员工	-
26	杨学政	1.67	0.59%	董事、副总经理	-
27	夏思雨	1.25	0.44%	骨干员工	-
28	吴祎昀	1.25	0.44%	骨干员工	-
29	尹喜成	1.25	0.44%	骨干员工	-
30	梅官亮	1.00	0.36%	骨干员工	-
31	邵蓉	0.83	0.30%	骨干员工	-
32	黄夏廉	0.83	0.30%	骨干员工	-
33	万思卉	0.83	0.30%	骨干员工	-
34	陈仕云	0.83	0.30%	骨干员工	-

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
35	葛绍晴	0.83	0.30%	骨干员工	-
36	郑西梅	0.83	0.30%	骨干员工	-
37	郭旭丹	0.83	0.30%	骨干员工	-
38	邓颖	0.83	0.30%	骨干员工	-
39	程清清	0.83	0.30%	骨干员工	-
40	李冬爽	0.83	0.30%	骨干员工	-
41	胡玲	0.42	0.15%	骨干员工	-
42	柳姝颖	0.42	0.15%	骨干员工	-
43	王晓铭	0.42	0.15%	骨干员工	-
44	石珍	0.42	0.15%	骨干员工	-
45	刘三静	0.42	0.15%	骨干员工	-
46	温小红	0.42	0.15%	骨干员工	-
47	徐子豪	0.42	0.15%	骨干员工	-
48	钟一馨	0.42	0.15%	骨干员工	-
49	张婉莹	0.42	0.15%	骨干员工	-
合计		281.25	100.00%	-	-

3、深圳睿众

深圳睿众成立于 2020 年 7 月 31 日，截至本招股说明书签署之日，深圳睿众的人员构成情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
1	唐磊	2.50	3.33%	经理级骨干	执行事务合伙人
2	钟芳玲（CHONG FONG LIN）	42.50	56.67%	-	-
3	丁刚	30.00	40.00%	-	-
合 计		75.00	100.00%	-	-

注：唐磊为公司员工，钟芳玲（CHONG FONG LIN）、丁刚非公司员工。

4、深圳睿控

深圳睿控成立于 2020 年 9 月 21 日，截至本招股说明书签署之日，深圳睿控的人员构成情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
1	杨学政	0.42	0.17%	董事、副总经理	执行事务合伙人
2	杨涵	19.17	7.99%	骨干员工	-

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
3	李家东	19.17	7.99%	骨干员工	-
4	林国斌	19.17	7.99%	骨干员工	-
5	刘姗姗	19.17	7.99%	经理级骨干	-
6	梅德球	15.00	6.25%	骨干员工	-
7	刘小林	14.17	5.90%	经理级骨干	-
8	文瑜	11.67	4.86%	骨干员工	-
9	陈文君	9.17	3.82%	监事	-
10	刘香平	8.00	3.33%	监事	-
11	谢荣彬	6.67	2.78%	骨干员工	-
12	杨梓晗	5.00	2.08%	骨干员工	-
13	凌琳	4.17	1.74%	骨干员工	-
14	郑颖晖	4.58	1.91%	骨干员工	-
15	李敏	4.00	1.67%	骨干员工	-
16	范长华	4.00	1.67%	骨干员工	-
17	汪楠	5.00	2.08%	骨干员工	-
18	彭耀成	3.33	1.39%	骨干员工	-
19	蒋文涪	3.33	1.39%	骨干员工	-
20	梁桂宁	3.33	1.39%	骨干员工	-
21	林健	3.33	1.39%	骨干员工	-
22	柴彦冲	3.33	1.39%	骨干员工	-
23	谭肖平	3.33	1.39%	骨干员工	-
24	陈蔼蔼	2.50	1.04%	骨干员工	-
25	唐艳青	2.50	1.04%	骨干员工	-
26	朱杰聪	2.50	1.04%	骨干员工	-
27	彭兴宇	2.50	1.04%	骨干员工	-
28	周育鑫	2.50	1.04%	骨干员工	-
29	张敏	2.50	1.04%	骨干员工	-
30	李久明	2.50	1.04%	骨干员工	-
31	李扬智	2.92	1.22%	骨干员工	-
32	徐浩辉	2.50	1.04%	骨干员工	-
33	雍升	2.50	1.04%	骨干员工	-
34	倪雅萍	2.08	0.87%	骨干员工	-
35	肖思	2.08	0.87%	骨干员工	-

序号	合伙人	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
36	刘碧芳	2.50	1.04%	骨干员工	-
37	阙玉龙	2.50	1.04%	骨干员工	-
38	邹新玲	2.00	0.83%	骨干员工	-
39	吴良坤	1.67	0.69%	骨干员工	-
40	黄琼琼	1.67	0.69%	骨干员工	-
41	李杨	1.67	0.69%	骨干员工	-
42	陈小蝶	1.67	0.69%	骨干员工	-
43	杜文成	1.67	0.69%	骨干员工	-
44	梁晓璐	1.67	0.69%	骨干员工	-
45	莫迪朗	1.67	0.69%	骨干员工	-
46	周倩莹	1.25	0.52%	骨干员工	-
47	张丽施	1.00	0.42%	骨干员工	-
48	徐亮	1.00	0.42%	骨干员工	-
合计		240.00	100.00%	-	-

5、深圳睿祺

深圳睿祺成立于 2022 年 1 月 29 日，截至本招股说明书签署之日，深圳睿祺的人员构成情况如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
1	杨学政	11.25	27.27%	董事、副总经理	执行事务合伙人
2	杨莹莹	1.67	4.04%	骨干员工	-
3	张仲思	1.25	3.03%	骨干员工	-
4	王威	1.25	3.03%	骨干员工	-
5	甘豪	1.25	3.03%	骨干员工	-
6	李卓涵	0.83	2.02%	骨干员工	-
7	曹东平	0.83	2.02%	骨干员工	-
8	刘雅帅	0.83	2.02%	骨干员工	-
9	张建锋	0.83	2.02%	骨干员工	-
10	张军	0.83	2.02%	骨干员工	-
11	林秋娜	0.83	2.02%	骨干员工	-
12	李天聪	0.83	2.02%	骨干员工	-
13	张景生	0.83	2.02%	骨干员工	-
14	李嘉豪	0.83	2.02%	骨干员工	-

序号	合伙人名称	出资额（万元）	比例	任职情况	备注
15	罗志伟	0.83	2.02%	骨干员工	-
16	李康	0.83	2.02%	骨干员工	-
17	冉隆琴	0.83	2.02%	骨干员工	-
18	毛丹	0.83	2.02%	骨干员工	-
19	陈冠达	0.83	2.02%	骨干员工	-
20	何晓晴	0.83	2.02%	骨干员工	-
21	周泳丞	0.83	2.02%	骨干员工	-
22	刘进	0.83	2.02%	骨干员工	-
23	黄品超	0.83	2.02%	骨干员工	-
24	郑景瑶	0.83	2.02%	骨干员工	-
25	汪健	0.83	2.02%	骨干员工	-
26	黄柱杰	0.42	1.01%	骨干员工	-
27	林红	0.42	1.01%	骨干员工	-
28	唐驰进	0.42	1.01%	骨干员工	-
29	李鸿	0.42	1.01%	骨干员工	-
30	申佳琪	0.42	1.01%	骨干员工	-
31	石雅荣	0.42	1.01%	骨干员工	-
32	廖玉	0.42	1.01%	骨干员工	-
33	赵珂婷	0.42	1.01%	骨干员工	-
34	林奕锐	0.42	1.01%	骨干员工	-
35	尚彤	0.42	1.01%	骨干员工	-
36	成志远	0.42	1.01%	骨干员工	-
37	刘昌磊	0.42	1.01%	骨干员工	-
38	黄嘉敏	0.42	1.01%	骨干员工	-
39	陈立康	0.42	1.01%	骨干员工	-
40	邹雪玉	0.42	1.01%	骨干员工	-
41	许依杭	0.42	1.01%	骨干员工	-
42	黄佳璇	0.42	1.01%	骨干员工	-
43	郑子君	0.42	1.01%	骨干员工	-
44	邱云云	0.42	1.01%	骨干员工	-
合计		41.25	100.00%	-	-

（三）是否履行登记备案程序

众人拾薪、深圳磐石、深圳睿控、深圳睿祺为公司员工共同出资设立的员工持股平台，不属于私募投资基金，不需要办理私募投资基金管理人登记手续和私募投资基金备案手续。众人拾薪、深圳磐石、深圳睿控、深圳睿祺设立及历次财产份额转让已履行工商登记备案手续。

深圳睿众为公司员工及外部自然人股东共同出资设立的持股平台，不存在以非公开方式向投资者募集资金设立的情形，不属于《中华人民共和国证券投资基金法》及《私募投资基金监督管理暂行办法》所规定的私募投资基金，不需要按照前述规定办理私募投资基金管理人登记手续和私募投资基金备案手续。深圳睿众设立及历次财产份额转让已履行工商登记备案手续。

（四）对发行人经营状况、控制权变化的影响

发行人通过员工持股平台实现员工对公司的间接持股，建立健全了激励机制，有助于充分调动员工的工作积极性和创造性，有利于公司经营状况健康、持续发展。

发行人历次股权激励实施完毕前后，发行人控股股东、实际控制人未发生变化，股权激励对发行人控制权变化没有影响。

（五）股权激励涉及股份支付费用的会计处理以及对财务状况的影响

公司的股份支付费用分为两种情形，一种是授予后可以立即行权的，在可行权时一次性计入费用，根据激励人员所属职能位置，借记“管理费用”、“销售费用”、“研发费用”或“主营业务成本”，贷记“资本公积”；另一种是授予后不能立即行权，而是有一定年限的等待期，根据授予日和服务期限确定等待期，在等待期内分期摊销，各期摊销金额对象化计入当期费用，根据激励人员所属职能位置，借记“管理费用”、“销售费用”、“主营业务成本”或“研发费用”，贷记“资本公积”。

公司各期股权激励价格及公允价值情况如下：

单位：万元

项目	授予估值	公允价值	公允价值确认依据
2019年12月股权激励	3,260.00	47,093.81	市场评估值
2020年8月股权激励	7,500.00	101,239.89	市场评估值
2021年9月股权激励	7,500.00	214,470.61	市场评估值

项目	授予估值	公允价值	公允价值确认依据
2022 年 2 月股权激励	7,500.00	250,000.00	2022 年 2 月股东转让对应估值
2022 年 5-9 月股权激励	7,500.00	250,000.00	2022 年 2 月股东转让对应估值

报告期内，公司确认的股份支付费用为 1,738.85 万元、1,317.60 万元、1,140.67 万元、970.04 万元。

（六）员工持股平台的管理模式、股份锁定期、人员离职后的股份处理等

1、管理模式

众人拾薪、深圳磐石、深圳睿控、深圳睿祺、深圳睿众均约定，由全体合伙人委托普通合伙人对外代表合伙企业，执行合伙事务。其他合伙人不再执行合伙事务。不执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人执行合伙事务的情况。执行事务合伙人应当定期向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营和财务状况，其执行合伙事务所产生的收益归合伙企业，所产生的费用和亏损由合伙企业承担。

2、股份锁定期

众人拾薪、深圳磐石、深圳睿控、深圳睿众均承诺，自发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

深圳睿祺承诺，自成为公司股东之日起 36 个月内和发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

股份锁定期的具体承诺情况，参见“第十三节 附件”之“二、投资者保护相关的承诺内容”之“（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份以及延长锁定期限等承诺”。

3、人员离职后的股份处理

深圳磐石、深圳睿控、深圳睿祺均约定，激励对象自成为公司股东（间接）之日起，在睿联技术的继续任职期限不低于 5 年。如激励对象与公司的劳动关系提前终止的，该合伙人应向公司指定的普通合伙人或其他人（包括合伙企业的其他有限合伙人，以及非合伙企业合伙人）转让其份额。转让价格按照该合伙人取得该财产份额的“原始取得价”

加上“年化 4%单利计算所得的利息（自实际出资之日起算，精确到天）”减去员工持股期间已分配的股息、红利。

众人拾薪、深圳睿众对合伙人无任职期限要求。

（七）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，员工股权激励安排已实施完毕，不存在未授予或未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

十三、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

报告期内，发行人员工人数变化情况如下：

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
员工总数（人）	487	451	327	267

注：不包含非全日制用工、劳务派遣人员及实习生。

（二）员工专业结构

截至报告期末，发行人公司员工结构如下表：

项目	类型	人数（人）	占总员工比例
专业	生产人员	153	31.42%
	研发人员	113	23.20%
	管理人员	42	8.62%
	销售人员	179	36.76%
	总计	487	100.00%
受教育程度	硕士	34	6.98%
	本科	261	53.59%
	大专	49	10.06%
	中专	33	6.78%
	中专以下	110	22.59%
	总计	487	100.00%
年龄区间	25 岁（含）以下	130	26.69%
	25-35 岁（含）	271	55.65%

项目	类型	人数（人）	占总员工比例
	35-45 岁（含）	74	15.20%
	45 岁以上	12	2.46%
	合计	487	100.00%

（三）员工社会保障情况

1、社会保险及住房公积金缴纳基本情况

公司实行劳动合同制，员工根据与公司签订的劳动合同享受权利和承担义务。公司按照《中华人民共和国劳动法》及国家和各地方政府有关规定参加了社会保障体系，实行养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险及生育保险等社会保险制度，定期向社会保险统筹部门缴纳上述各项保险，并按照国家有关政策建立了住房公积金制度。

报告期内，发行人缴纳社会保险的具体情况如下：

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
员工总人数（人）	487	451	327	267
社保缴纳人数（人）	469	445	298	205
覆盖比例	96.30%	98.67%	91.13%	76.78%
未缴纳社保人数（人）	18	6	29	62
超过社保缴纳年龄（人）	0	0	0	1
新入职员工入职时间超过当月申报时间并于次月缴纳（人）	12	2	2	2
自愿放弃（人）	6	4	21	28
其它原因（人）	0	0	6	31

报告期内，发行人缴纳住房公积金的具体情况如下：

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
员工总人数（人）	487	451	327	267
住房公积金缴纳人数（人）	469	445	308	163
覆盖比例	96.30%	98.67%	94.19%	61.05%
未缴纳住房公积金人数（人）	18	6	19	104
超过公积金缴纳年龄（人）	0	0	0	1
新入职员工入职时间超过当月申报时间并于次月缴纳（人）	12	2	2	2
自愿放弃（人）	6	4	9	60

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
其他原因（人）	0	0	8	41

截至报告期末，公司及下属各境内子公司已按照中国有关社会保险的法律、法规、规章及规范性文件的规定为员工缴付了养老、医疗、工伤、失业及生育保险金，个别人员未缴纳的主要原因是员工自愿放弃、新入职办理中或者超过缴纳年龄。

报告期内，公司及下属各境内子公司不存在违反社会保险监管法律的重大违法违规行为，亦不存在因违反社会保险监管法律而受到行政处罚的情形。公司及下属各境内子公司已在住房公积金主管部门开设了住房公积金缴存账户，并已为职工缴纳住房公积金，在公司缴存住房公积金期间，没有被住房公积金主管部门处罚的记录。

2、实际控制人出具的承诺

公司实际控制人刘小宇、王爱军承诺：如果根据有权部门的要求或决定，睿联技术及其控股子公司需要为员工补缴应缴未缴的社会保险或住房公积金，或因未足额缴纳而需承担任何罚款或损失的，本人将足额补偿公司及其控股子公司因社会保险及住房公积金等事项发生的支出或所受损失。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及服务的情况

（一）主营业务情况

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场。

报告期内，公司主要产品为家用摄像机单机、套装及配件等设备端产品，并配套客户端 App，“端到端”的满足消费者可靠、安全、便捷、智能的家用视频监控需求。

公司主营业务科技创新特点详见“第二节 概览”之“五、发行人科技创新与产业融合情况”。

（二）主要产品

1、主要产品介绍

公司依托家用视觉系统技术创新平台，持续研发推出新的家用视频监控产品，丰富产品线。截至目前，公司已研发推出的主要家用视频监控产品如下：

产品类别	产品系列	产品介绍	部分产品示意图
摄像机单机	电池类	电池类摄像机是以内置可充电电池为供电方式的家用摄像机，按照联网方式细分为 Wi-Fi 和 4G 电池摄像机，分辨率从 200 万像素覆盖到 400 万像素超高清，夜视图像从黑白到全彩。此类产品最大的特点在于摆脱了传统有线供电方式下的约束，极大的提高了产品的安装灵活性和移动性，为客户提供更高清，更优质的视频图像体验，解决客户布线困难，网络限制的痛点。	

产品类别	产品系列	产品介绍	部分产品示意图
	电源类	电源类摄像机是以传统电源线为供电方式的家用摄像机，按照联网方式细分为 Wi-Fi 和 PoE 电源摄像机，定位超高清系列，分辨率从 200 万像素覆盖到 1200 万像素，包含定焦、变焦以及高速球机，此类产品最大的特点在于其 7x24 小时持续不断的工作，适合安装于需要长期监控的场景。	
摄像机套装		摄像机套装是多台摄像机单机和家用录像机的组合套装，分辨率从 400 万像素覆盖到 1200 万像素。用户可以根据对监控范围的需求，选择购买安装 8 路、16 路或其他组合的摄像机套装。摄像机套装旨在协助客户一站式打造家用视频监控系统，做到 7x24 小时的全范围监控。	
配件		配件主要包括：家用录像机、支架、相机皮肤、电池、延长线、太阳能板和藏线盒等。配件的设计及销售，主要是为了满足客户对不同使用场景的需求，改善客户实际使用体验，由此提高客户对公司产品的粘性和满意度。	

随着科技发展带来的变革，全球家用视频监控行业处于快速增长阶段，产品发展呈现智能化、网络化、高清化和便捷化的趋势。公司紧跟发展趋势、深挖用户需求，积极采用前沿技术手段，持续对产品设计研发高度投入，不断推出功能创新、品质优良的家用视频监控产品。

2、主要产品特点

家用视频监控是在传统工程视频监控产业链基础上发展起来的一个独立细分领域。家用视频监控系统中，前端摄像机设备完成图像的采集、处理和编码，以及图像内容的

智能检测和识别，通过有线或无线网络与后端的网络录像机、客户端 App 协同工作，提供视频存储、设备控制、异常情况告警等服务。与传统工程视频监控系统相比，家用视频监控系统网络拓扑简单，成本低，安装和使用都更加便捷，但对前端摄像机设备的软硬件集成度要求大大提高。同时，随着智慧家庭理念越来越普及，家用视频监控系统开始连接更多的 IoT 设备，例如智能插座、智能门铃、智能家电、门禁、烟感、报警器等，从而提供更加丰富的应用服务。

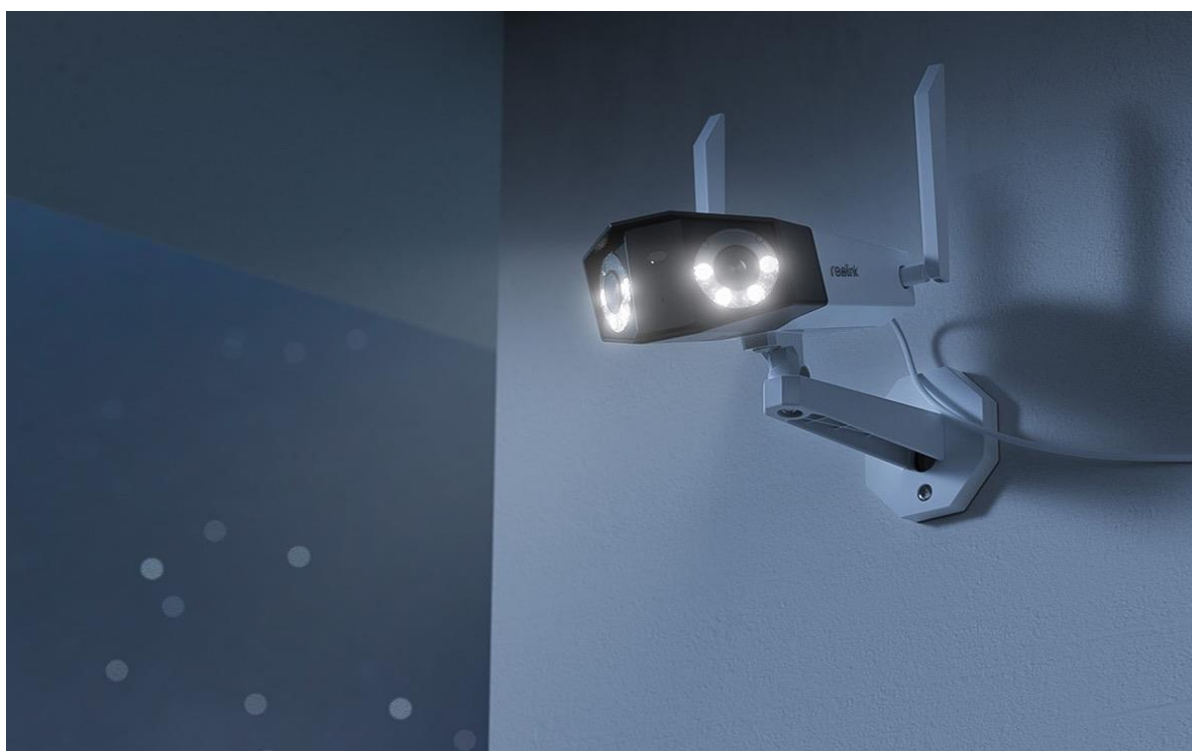
3、主要产品应用场景

（1）家用视频监控

在家用视频监控方面，摄像机的主要应用场景包括但不限于以下几点：

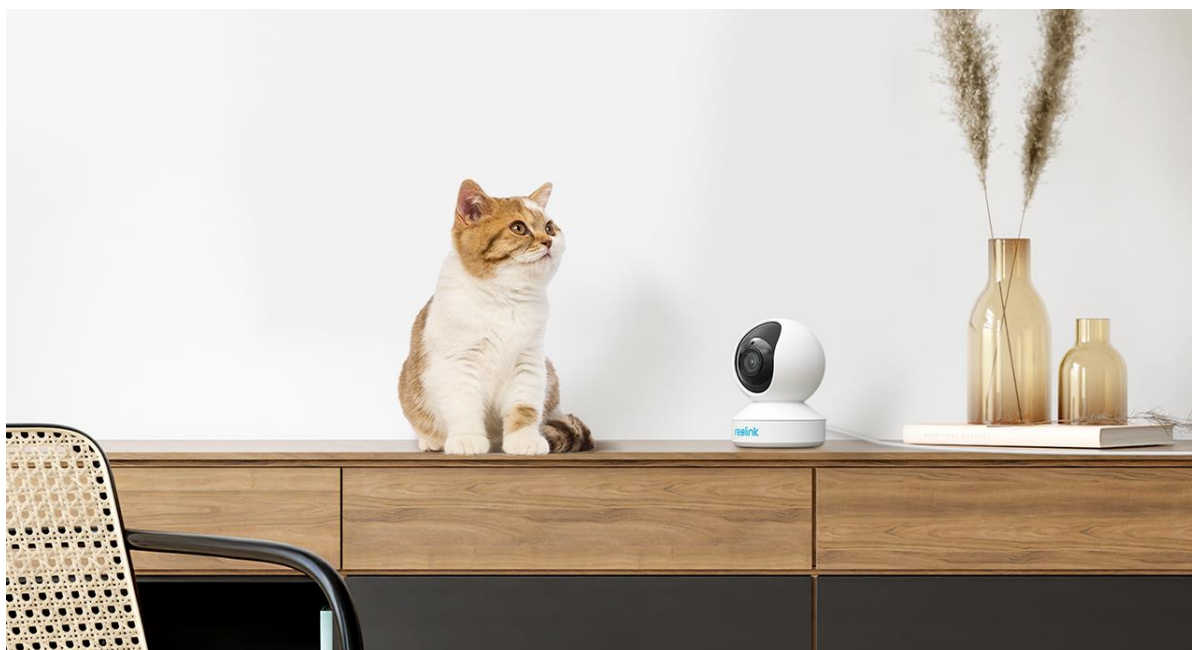
①庭院看护

庭院看护，目前是家用视频监控中最常见的应用场景。由于欧美地区人口密度低，居民的居住环境主要以独门独栋为主，不少房屋拥有前院、后院、车库等公开区域，外来人员能够随意走动，危险系数较高。通过在庭院中不同位置安装摄像机后，加上 7x24 小时全天候监控功能，不仅具备了全方位的日常监控的功能，同时也可以在被外部入侵时能够及时做出反应，提醒监控使用者，或自动通过声光报警威慑入侵者。以此有效地保护居民的人身和财产安全。



②室内监控

室内监控，目前也是家用视频监控的一个常见应用场景。室内的监控内容相对比较丰富，场景也一般都是依据用户的所需目的而确定，如车库、地库内部监控，室内门窗监控，度假屋室内监控，家庭成员活动情况查看，家庭宠物活动情况查看等。一般室内监控设备都带有对讲功能，必要时都可进行实时通话。遇到异常时，监控设备也可以通过多种方式（如手机 App、Email 等）给用户进行报警通知。室内家用摄像机在接入互联网后，搭配存储设备，就可以实现随时随地的预览或录像回放查看。



除了常见的室内室外监控以外，用户还可以根据自己的监控需求，购买一些报警系统或使用第三方软件，实现视频监控与报警系统的相互联动。典型的有如门磁、烟感、红外光栅、警报灯、报警器等。这类报警系统的扩展，不仅有效的提升了视频监控设备的“感知”能力，同时也扩展了使用场景。

（2）小型商业视频监控

家用摄像机具有性能优异、相对平价、性价比高且布设简单便捷的特点，同时可搭配录像存储设备，系统就具备了回放检索功能，因此也被广泛移植并应用于除家庭以外的场景中。其中，家用摄像机在小微实体门店如便利店、小型超市、仓储库等的应用最为普遍，起到商品防丢、商铺财产防盗，门店纠纷等意外事件的证据追溯，以及店员的远程监督和管理等方面的作用。此外也有不少农场、园林看护或农作物长势监控等应用场景。同时也有一些微型加工厂生产监控。



(3) 日常娱乐

家用视频监控设备除了用于安全视频监控本身，目前偏消费型的一些监控设备，也有很多使用场景是非“监控”的，例如一些日常娱乐场景。这些消费型的监控设备，其特点是软件功能更丰富一些（如录像或照片分享功能），设备更轻型、小型化，安装和使用更为简单。而使用场景则有风景拍照，或利用缩时录影功能，拍摄风景时光流转。或是通过第三方软件对接实现网络直播功能。或是将相机安装在特定位置进行如观鸟、观鱼、观野生动物等使用场景。



（三）主营业务收入构成情况

报告期内，公司主营业务收入按业务类型构成情况如下表所示：

单位：万元

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
摄像机单机	47,809.96	67.54%	84,782.82	62.01%	56,770.78	59.13%	32,963.00	62.84%
摄像机套装	17,987.13	25.41%	43,641.35	31.92%	33,770.79	35.18%	15,800.91	30.12%
配件	4,652.27	6.57%	7,648.78	5.59%	5,065.13	5.28%	3,528.43	6.73%
产品销售收入	70,449.36	99.53%	136,072.95	99.53%	95,606.71	99.59%	52,292.34	99.69%
技术服务	334.55	0.47%	648.19	0.47%	397.94	0.41%	164.30	0.31%
主营业务收入	70,783.91	100.00%	136,721.14	100.00%	96,004.65	100.00%	52,456.64	100.00%

公司主营业务主要为销售产品，具体产品包括摄像机单机、摄像机套装及配件等。

报告期内，公司产品销售金额分别为 52,292.34 万元、95,606.71 万元、136,072.95 万元、70,449.36 万元，占主营业务收入的比例分别为 99.69%、99.59%、99.53%、99.53%。

（四）主要经营模式

公司专注于家用视频监控细分市场，以“技术+品牌”为核心，依托本土成熟的电子制造产业链优势，组织研发、采购、生产活动，并以亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台为主，重点向海外市场的终端消费者提供自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品。

1、研发模式

公司根据家用视频监控技术创新特点，构建起涵盖产品功能定义、系统设计、硬件设计、操作系统适配、视觉应用嵌入式软件开发、软硬件测试等多维度的研发体系，并固化形成相应的研发流程，从项目计划阶段开始到产品发布，总共分为用户需求收集、需求分析/设计、概要设计、详细设计、编码、单元测试、集成测试、系统测试、验收测试等阶段。

首先，通过对市场的理解以及对用户需求的分析，形成产品的定义；其次，产品经理/研发经理/测试经理对产品定义进行分析和分解之后形成软件/硬件规格书；然后，研发工程师通过用户规格书进行概要设计，详细设计，编码和单元测试，同时，测试工程师通过软件/硬件规格书，制定测试计划，开发测试用例；最后，测试工程师对软件/硬

件发布的版本进行测试，出具测试报告，形成了一次版本的迭代过程。

公司凭借成熟的研发体系和对众多消费者需求的直接深度感知挖掘，打造形成了模块化的家用视觉系统技术创新平台，实现家用视觉基础技术的复用和核心技术的突破，持续推进家用视频监控类产品的技术创新，并加大在其他家用视频应用相关产品的探索力度。

2、采购模式

公司主要原材料包括通用料件、定制料件。报告期内，公司综合考虑产品生产计划并结合采购周期情况进行备货采购，保障供应链的效率和安全性，应对不确定性环境下的供应链波动风险。

通用料件主要包括 IC 芯片、电子元器件、电源、硬盘、镜头、通讯模块等，由公司在产品研发过程中，根据设备整体软硬件系统开发的技术参数需求进行选型，通过系统化测试后进行批量采购。定制料件由公司在产品研发过程中，设计并提供相关的技术资料，再由供应商按照技术资料要求定制化加工后供应，主要包括 PCB 板、结构件等。

公司采购部门具体负责供应商甄选及采购和交付工作。公司考察各类材料的质量、价格及供应商的供货能力，建立供应商管理档案，进行供应商筛选、商务谈判及管理合格供应商名录。

3、生产模式

报告期内，公司主要根据市场需求预测制订生产计划并安排生产加工。家用视频监控产品的价值链具有典型“微笑曲线”特点，即产品附加值主要集中于研发技术端和销售品牌端，生产制造端主要为 PCBA 加工、产品组装、包装等成熟电子制造工艺，附加值低。

基于此，公司在生产制造端主要以外协加工为主。报告期内，公司将裸机加工、PCBA 加工、电池 PACK 加工、成品包装等环节以外协方式完成，向外协厂商提供待加工的主要物料及技术资料，由外协厂商按照公司的技术要求进行加工。公司内部主要负责产品的生产工艺流程开发、规模量产前的新产品试产、外协加工厂的生产指导及品质管控等。此外，公司自有工厂也会开展少量保密性强或小批量产品的批量生产。

随着产品的规格越来越多和功能的集成度越来越高，生产制造和品质检测环节的难

度也越来越大，为提升品质的一致性，公司在产品研发的过程中强化了可制造性设计，同时开发出一些自动检测工具，不断提高生产效率和品质。

4、销售模式

公司采取线上销售为主，线下销售为辅的销售模式。其中，线上销售均以自主品牌对外销售，线下销售除以自主品牌对外销售，也有少量 ODM 销售。

报告期内，公司产品销售收入的销售渠道构成情况，如下表所示：

单位：万元

销售渠道类型		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上销售	亚马逊	47,243.56	67.06%	86,811.16	63.80%	64,914.27	67.90%	33,988.89	65.00%
	官网	12,467.09	17.70%	27,245.15	20.02%	14,390.20	15.05%	7,957.15	15.22%
	eBay	1,642.79	2.33%	4,736.76	3.48%	3,289.78	3.44%	2,243.01	4.29%
	速卖通	953.63	1.35%	3,416.49	2.51%	2,934.39	3.07%	2,033.87	3.89%
	其他平台	942.02	1.34%	1,180.88	0.87%	366.95	0.38%	179.07	0.34%
	小计	63,249.09	89.78%	123,390.44	90.68%	85,895.59	89.84%	46,402.00	88.74%
线下销售	自主品牌	6,413.12	9.10%	10,154.86	7.46%	7,971.05	8.34%	2,953.71	5.65%
	ODM	787.15	1.12%	2,527.65	1.86%	1,740.07	1.82%	2,936.62	5.62%
	小计	7,200.27	10.22%	12,682.51	9.32%	9,711.12	10.16%	5,890.33	11.26%
产品销售收入合计		70,449.36	100.00%	136,072.95	100.00%	95,606.71	100.00%	52,292.34	100.00%

(1) 线上销售

公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上渠道，面向欧美为主的海外市场销售，按照发货方式包括平台发货模式和自主发货模式。

①平台发货模式

平台发货模式主要是亚马逊的 FBA 模式。在 FBA 模式下，公司在亚马逊平台展示产品信息，开展品牌推广，同时将产品经过报关出口后，发往海外亚马逊的 FBA 仓库，由亚马逊负责产品的仓储管理及终端配送，并按月向公司出具销售结算报表。亚马逊在扣除向公司收取的销售平台费、物流费、仓储费、广告费等费用后，向公司支付销售款项。

②自主发货模式

自主发货模式主要在 eBay、速卖通、官网等平台上。公司在这些平台上展示产品信息，开展品牌推广，同时将产品经过报关出口后，发往海外第三方仓库，委托第三方仓库负责产品的仓储管理，并按公司的销售订单进行发货。

公司官网客户包括个人客户、B 端客户，二者在官网的注册登录入口不同。公司未对官网 B 端客户的销售区域、销售价格进行管理，官网 B 端客户未与公司签订代理协议，B 端客户可以向公司申请一定的价格优惠。

2019 年度、2020 年度、2021 年度、**2022 年 1-6 月**，公司官网 B 端客户的销售金额分别为 597.45 万元、1,523.21 万元、2,454.09 万元、**1,665.74 万元**，占公司官网销售收入的比例分别为 7.51%、10.59%、9.01%、**13.36%**，占公司合计产品销售收入的比例分别为 1.14%、1.59%、1.80%、**2.36%**。

（2）线下销售

公司线下销售包括自主品牌销售和少量的 ODM 销售。公司为推进渠道多元化，大力拓展线下销售渠道，通过将自主品牌产品销售给当地零售商或贸易商企业，以实现目标地区线下市场的覆盖。同时，公司结合自主品牌覆盖情况，保留为个别品牌商提供 ODM 服务，实现渠道互补。

报告期内，公司将自主品牌销售给零售商或贸易商等线下 B 端客户的金额分别为 2,912.04 万元、7,969.76 万元、10,062.60 万元、**6,407.66 万元**，占当期合计产品销售收入的比例分别为 5.57%、8.34%、7.40%、**9.10%**。

（五）发行人设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自成立以来专注于家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，自设立以来主营业务、主要产品或服务均未发生重大变化。

公司在十余年发展历程中，依托自主研发创新能力和品牌运营能力，从家用视频监控产品 ODM 厂商成功转型为国内该领域少数的技术品牌型企业，搭建起模块化的家用视频监控系统技术与高效的自主品牌运营平台，实现良性发展。

第一阶段（2009 年~2015 年）：公司创始团队在充分考虑初创期的资源禀赋和市场

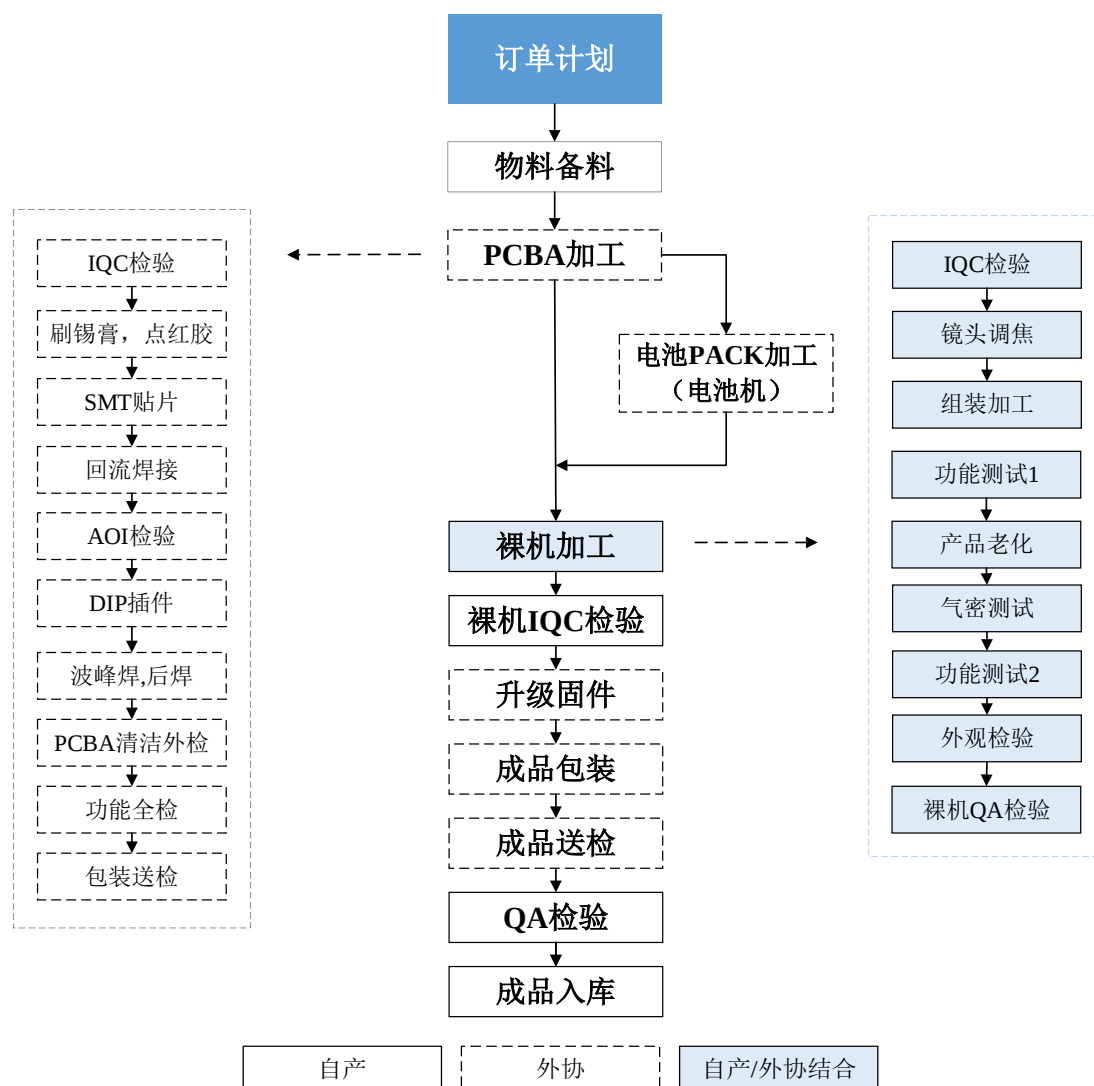
竞争情况下，采取 ODM 经营模式，依托于扎实的技术研发能力，借助海外品牌商渠道，逐步积累资金和系统技术创新平台能力，提升公司综合实力。在此阶段，公司主要产品销往欧美等发达国家，成为多家海外知名品牌商的战略合作供应商。

第二阶段（2015 年至今）：公司基于对家用视频监控市场发展趋势的深刻理解，从 2015 年开始通过线上渠道运营自主品牌“Reolink”，从技术产品型导向逐步升级为技术品牌型导向，依托技术创新与产品质量持续扩大“Reolink”品牌在行业内市场的影响力。在此阶段，公司通过搭建优质运营团队，以技术赋能品牌运营，不断拓展自主品牌的影响力，产品销售至全球众多国家及地区，逐步形成技术优势持续转化为品牌优势的良性机制。随着产品不断升级迭代，公司在海外家用视频监控市场的技术品牌先发优势不断凸显。

展望未来，公司将沿着技术品牌型企业的发展路径持续深耕，在研发方面将持续拓展技术研发深度和领域，拓展家用视频监控产品线，在品牌方面将以品质为基础，渠道为支撑，持续巩固提升“Reolink”的品牌影响力。

（六）主要产品的工艺流程

公司开展家用视频监控软硬件产品研发，形成设备的软硬件技术资料，包括 BOM、技术图纸、固件、生产工艺流程、测试方法、品质标准等，再向上游采购相关的通用料件和定制料件，并委托外协加工厂进行加工，公司着重对外协加工厂进行工程技术指导和全环节的质量管控（IQC、IPQC、QA 等）。公司产品的内外部生产流程主要包括 PCBA 加工、电池 PACK 加工（电池机专有）、裸机加工（组装、测试）、升级固件、成品包装等，上述工艺流程属于常规电子制造加工技术，本土产业链配套成熟，公司主要以外协加工为主，具体生产流程如下：



(七) 生产经营中的环境保护情况

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，不属于重污染行业。公司严格遵守国家和地方的环境保护法律法规，报告期内不存在违反国家环境保护相关法律法规的情况，无环境违法处罚记录。公司建设项目均按照法律法规办理了建设项目环境影响评价，取得了环保部门的备案及批复。公司内部环境控制制度完善，环境保护设备及管理措施运行良好，未曾因环境问题受当地环保部门处罚。

二、发行人所处行业基本情况

(一) 所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销

售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，视频监控产品属于计算机、通信和其他电子设备制造业（行业代码：C39）。

（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规和政策

1、行业主管部门和自律组织

公司所处行业的行政主管部门为国家工信部，主要负责拟定并实施行业规划、产业政策和行业标准；推动重大技术装备发展和自主创新；指导推进信息化建设等。此外，国家工信部亦承担行业宏观调控及行政管理职能，不定期发布行业产业政策及对本行业的发展进行宏观调控。

公司采取的跨境电商销售方式的行政主管部门为国家商务部、国家工信部和国家海关总署。国家商务部主要负责电子商务行业国内外贸易和国际经济合作的发展战略和政策的制定、起草和推动国内外贸易和对外经济合作的法律法规草案和制定部门规章、促进跨境电商行业规范健康发展。国家工信部负责电子商务行业管理、促进网络资源共享、拟定互联网数据安全相关管理政策并组织实施、指导跨境电商行业自律和相关行业组织发展并且对本行业发展进行宏观调控。国家海关总署主要负责监督跨境贸易电子商务的进出口业务活动、监管进出境货物和物品的通关和征税等管理工作，承担口岸管理、海关稽查、保税监管、知识产权、海关保护等主要职责。

2、行业主要法律法规、行业政策和标准

报告期内，我国家用视频监控行业相关主要法律法规、行业政策如下：

序号	部门	政策法规	发布时间	主要内容
1	工信部、国家广播电视总局、中央广播电视总台	《超高清视频产业发展行动计划（2019-2022年）》	2019年3月	安防监控领域加快推进超高清监控摄像机等的研发量产。推进安防监控系统的升级改造，支持发展基于超高清视频的人脸识别、行为识别、目标分类等人工智能算法，提升监控范围、识别效率及准确率，打造一批智能超高清安防监控应用试点
2	国家发展改革委员会	《产业结构调整指导目录（2019年本）》	2019年10月	鼓励类：音视频编解码设备、音视频广播发射设备、数字电视演播室设备、数字电视系统设备、数字电视广播单频网设备、数字电视接收设备、数字摄录机、数字录像机、数字电视产品
3	工信部	《工业和信息化部办公厅关于深入推进移动物联网全面发展的通知》	2020年5月	加快推进5G网络建设，继续深化4G网络覆盖，推进移动物联网应用发展。生活智能化方面，推广移动物联网技术在智能家居、可穿戴设备、儿童及老人照看、宠物

序号	部门	政策法规	发布时间	主要内容
				追踪等产品中的应用
4	国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	2021 年 3 月	聚焦教育、医疗、养老、抚幼、就业、文体、助残等重点领域，推动数字化服务普惠应用，持续提升群众获得感
5	工信部	《5G 应用“扬帆”行动计划（2021-2023 年）》	2021 年 7 月	加快云 AR/VR 头显、5G+4K 摄像机、5G 全景 VR 相机等智能产品推广，拉动新型产品和新型内容消费，促进新型体验类消费发展。开展 5G 背包、超高清摄像机、5G 转播车等设备的使用推广，利用 5G 技术加快传统媒体制作、采访、编辑、播报等各环节智能化升级

报告期内，我国鼓励通过线上方式开展跨境销售的相关政策如下：

序号	部门	政策法规	发布时间	主要内容
1	国务院	《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》	2019 年 11 月	要求促进贸易新业态发展，推进跨境电子商务综合试验区建设，完善跨境电子商务零售进出口管理模式，优化通关作业流程；要求构建高效跨境物流体系，推进跨境基础设施建设与互联互通，共同推动运输便利化安排和大通关协作，鼓励电商、快递、物流龙头企业建设境外仓储物流配送中心，逐步打造智能物流网络
2	国务院	《关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》（国办发〔2020〕28 号）	2020 年 8 月	进一步加强稳外贸稳外资工作，稳住外贸主体，稳住产业链供应链，提出十五条意见，其中第五条“支持贸易新业态发展”明确指出支持跨境电商平台、跨境物流发展和海外仓建设、不断优化退税服务，持续加快退税进度等
3	十三届人大 代表会议	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	2021 年 3 月	加快发展跨境电商、市场采购贸易等新模式，鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转
4	国务院	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》	2021 年 7 月	完善跨境电商发展支持政策。在全国适用跨境电商企业对企业（B2B）直接出口、跨境电商出口海外仓监管模式，完善配套政策。便利跨境电商进出口退换货管理
5	商务部	《“十四五”电子商务发展规划》	2021 年 10 月	支持跨境电商高水平发展。鼓励电商平台企业全球化经营，完善仓储、物流、支付、数据等全球电子商务基础设施布局
6	国务院	《国务院办公厅关于推动外贸保稳提质的意见》	2022 年 5 月	针对跨境电商出口海外仓监管模式，加大政策宣传力度，对实现销售的货物，指导企业用足用好现行出口退税政策，及时申报办理退税。尽快出台便利跨境电商出口退换货的政策，适时开展试点。针对跨境电商行业特点，加强政策指导，支持符合

序号	部门	政策法规	发布时间	主要内容
				条件的跨境电商相关企业申报高新技术企业

近年来，我国持续出台有利政策，扶持消费电子行业及跨境电商销售的发展，为提升消费电子行业民营企业海外市场竞争力及实现品牌全球化提供了政策支持。在良好的发展契机下，我国消费电子行业日益融入国际市场竞争，越来越多企业通过线上渠道，树立起品牌形象，参与到全球市场竞争，在更为广阔的全球市场中实现了跨越式发展。

（三）行业发展情况

公司专注于家用视频监控这一细分领域，并以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场。公司专注领域的发展情况如下：

1、家用视频监控的产业链

家用视频监控产业链由上游的原材料供应商与代工厂商、中游的技术与品牌商、下游的渠道与用户组成。

上游的原材料供应商提供 IC 芯片、硬盘、镜头、电子元器件、通讯模块、电源等通用或定制化的材料，代工厂商提供 PCBA 加工、组装、烧录、包装等电子制造代加工服务，这些原材料及代加工服务不仅应用于家用视频监控产品，还广泛应用于其他消费电子产品，在国内珠三角地区具有完善的产业链基础。

中游的技术与品牌商是家用视频监控产业链的主导者，其一方面通过与下游用户的直接接触，及时获悉消费者偏好及市场动态变化，规划产品定位，组织产品研发，另一方面通过采取各类营销推广方式，打造自主的产品品牌，拓展品牌的知名度和美誉度。由于消费电子产业链主要集中在国内，一些欧美的品牌商专注于自主品牌运营，将产品技术研发也交由上游代工厂商负责，出现了专业的 ODM 厂商。

下游的渠道通常包括线下的商超、卖场、贸易商以及线上的各类电商平台、垂直电商等，终端用户是分布在全球各地的家用视频监控产品消费者，持续追求更加可靠、安全、便捷、智能的家用视频监控。

2、家用视频监控的市场驱动力

（1）远程视频监控及看护需求日益增加

高犯罪率一直是欧美国家的主要社会问题之一，加上欧美国家人口密度低，居住环

境以独门独栋为主，多数家庭还附有前后院，开放区域较大，家庭安全防护尤为重要。在此背景下，伴随着人口老龄化，远程视频监控、看护需求日益增加。当人们不在家时，希望将家用摄像机和智能手机客户端 App 的双向音频相连接，实时照看老人、儿童和宠物，监防周边危险。根据 Strategy Analytics 调研报告，在美国、英国、德国和法国中，将近三分之一的家庭中都装有家用摄像机。其中，在至少拥有一台家用摄像机的家庭中，60%的用户拥有两台或以上的家用摄像机。

(2) 网络及通信基础设施持续完善

家用视频监控特点之一是网络化，满足用户通过移动终端远程实时监控需求。网络及通信基础设施的持续完善是家用视频监控产业加速发展的重要驱动力。欧美国家互联网发展起步较早，渗透率及覆盖率较高。随着网络及通信基础设施的完善，家用视频监控数据传输的时延得到降低，家用视频监控的时效性得到加强。同时，高速带宽也可以支持更高分辨率的视频进行传输，为后段的视频分析、智能识别的功能发展创造了充分的条件。

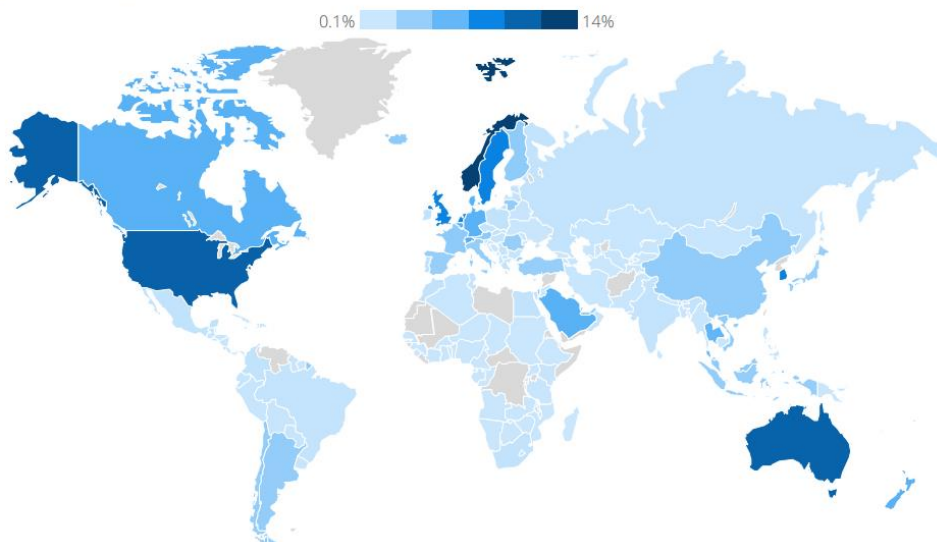
(3) 智能家居应用及智慧家庭理念加快渗透

近年来，家用电子产品的数字化、智能化程度、渗透率水平越来越高，产品之间的界限逐渐模糊，各类智能家居产品相互连接，从而满足消费者个性化居住需求，打造出智慧家庭。家用视频监控可以通过无线或有线的协议扩展，接入 IoT 设备，如智能插座、智能门铃、智能家电、门禁、烟感、报警器等，以实现相互联动，让监控场景变得更为丰富。

根据 Statista digital market outlook 的报告数据，截至 2020 年，全球“智能”安防产品家庭渗透率不足 15%，主要集中在欧美地区。伴随智能家居、智慧家庭市场不断发展，产品的丰富、完善和渗透率持续提升，家用视频监控作为全屋智能家居系统的入口之一，产品的需求也持续增加。

2020 年全球“智能”安防产品家庭渗透率

Smart Security household penetration rate in 2020



资料来源：Statista Digital Market Outlook 发布的《Smart Home Security Report 2021》

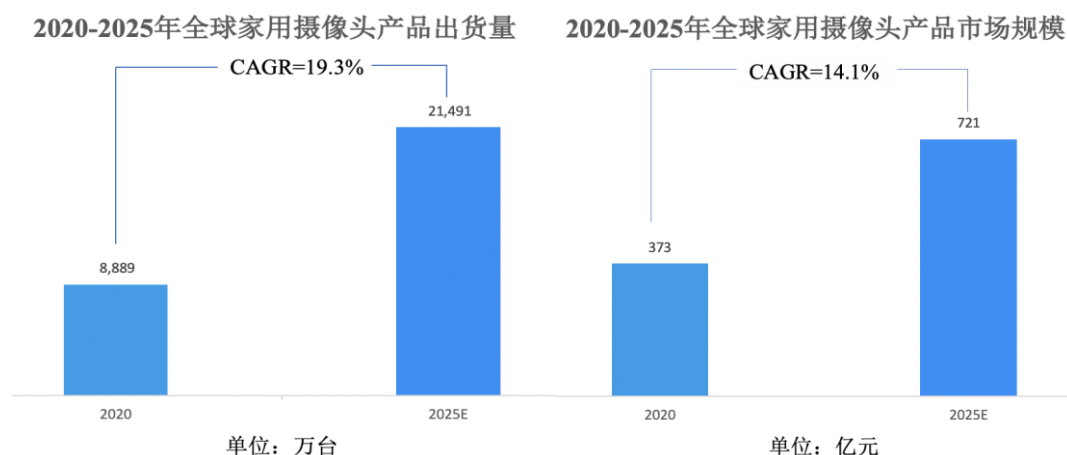
（4）家用视频监控硬件及软件功能不断升级

家用视频监控产品源自传统工程视频监控，早期只是对传统工程视频监控产品的简单裁剪和移植，产品功能单一，应用场景及渗透率有限。随着厂商在易用性上做了大量技术改进，用户体验越来越好，安装也更加便利，使得用户渗透率逐步提升。近年来，随着半导体制程技术的升级，视频监控用芯片的运算能力持续提升，功耗及成本持续下降，使得处于边缘端的家用摄像机可以搭载的功能愈加丰富，产品迭代周期不断缩短，硬件及软件功能不断升级，开始从传统的家居耐用品发展为智能的电子消费品，用户的更新购买频次也相应加快，市场的需求规模进一步扩大。

3、家用视频监控的市场空间

（1）总体市场规模稳定增长

家用摄像机作为家庭视频监控中的主要产品类型，近十年来其市场规模持续增长。根据艾瑞咨询数据，2020 年全球家用摄像机出货量为 8,889 万台，预计 2020 年至 2025 年全球市场的年复合增长率为 19.3%，2025 年全球家用摄像机出货量将突破 2 亿台。2020 年全球家用摄像机市场规模为 373 亿元，预计 2020 年至 2025 年全球家用摄像机产品市场规模年复合增长率为 14.1%，2025 年将突破 700 亿元。



资料来源：艾瑞咨询

(2) 线上品牌产品快速渗透

家用摄像机的市场品牌包括了早期以线下渠道营销及线下广告为主发展起来的线下品牌产品，以及伴随线上渠道营销及线上广告快速发展起来的线上品牌。线上品牌普遍具有年轻化、时尚化、个性化的特点，成为越来越多年轻群体的购物首选。同时，在新冠疫情期间，欧美消费者逐渐习惯线上购物等无接触式购物方式，带动包括家庭视频监控在内的各类线上品牌商品的销量相应增长。根据 Digital Commerce 360 发布的美国电商市场报告，2020 年美国消费者在线支出同比增长 31.8%，增幅显著超过以往年度 14% 左右平均水平，线上销售加快渗透。

在海外线上销售加快渗透背景下，国内企业依托本土产业链优势和线上营销人才基础，在海外市场避开与当地传统线下品牌的直接竞争，通过发展建设线上品牌实现差异化竞争和跨越式发展。2020 年、2021 年，我国跨境电商出口增长率分别为 40.1%、28.3%，呈现快速增长势头。随着行业趋于成熟以及增速放缓，中小厂商品牌呈现淘汰整合态势，凭借先发优势处于第一梯队并具有技术创新实力的国内线上品牌企业竞争优势日益明显，增长速度超过行业平均水平。

(四) 行业技术水平及特点

1、行业技术特点

家用视频监控是一个技术密集型行业，涉及到产品软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术及应用功能开发技术等多个领域的技术。

第一，软硬件系统开发技术。软硬件系统开发涉及到产品的硬件集成开发、结构设

计、散热设计、软件应用开发、人机交互系统开发、传感器集成开发、电池管理及低功耗控制技术、系统快速启动技术等，以上技术是影响产品品质直接因素，也是整个家用视频监控系统的运行基础。

第二，音视频处理技术。家用摄像机核心功能是完成音视频的采集和处理，其中视频的处理技术涉及到镜头光学设计、变焦控制算法、图像调优、畸变校正、多目拼接融合、鱼眼展开技术等，音频处理技术涉及到噪声处理、回音抑制等技术。

第三，存储管理技术。家用摄像机在运行的过程中，会产生大量的音视频数据，海量的数据对存储管理提出了巨大的挑战，存储管理技术首先要实现对这些数据的高效和安全的存储记录，然后还要提供快速且智能的检索方式，以便于用户检索历史音视频录像，另外也要兼顾反复读写对存储介质寿命的影响。

第四，网络通讯技术。解决不同网络环境下的可靠连接、不同设备间以及设备和客户端之间的通讯等问题，随着通信基础设施的极大普及，视频监控的网络化成为趋势，网络通讯技术是实现设备互联互通的基础，涉及 P2P 系统技术、无线视频数据传输技术、智能家居互联互通等一系列技术。

第五，智能检测技术。随着半导体的性能和智能检测技术的不断提升，在中高端家用视频监控产品中，智能检测已经成为标配功能，如人车检测、宠物检测、目标跟踪等功能，甚至可以根据应用场景进行定制化的智能检测技术开发。智能检测技术的应用，极大的提升了视频监控的效率和准确性。

第六，客户端技术。客户端用于通过网络访问视频监控设备。典型的客户端有手机 APP、PC 客户端、WEB 等，而客户端的主要技术包含：UI 及交互设计、跨系统平台开发、音视频同步控制、回音抑制、软硬件混合解码技术、高并发网络流控技术等。

伴随着家用视觉监控单点及系统技术的不断创新突破，家用视频监控产品的功能日益丰富，支撑市场应用不断渗透拓展。

2、行业技术发展趋势

从技术发展趋势来看，家用视频监控产品未来主要朝着“影像高清化”、“产品网络化”、“系统智能化”、“使用便捷化”等方向发展。

第一，实现产品“影像高清化”。对于视频监控而言，影像清晰度无疑是高清监控

中的最关键因素之一，清晰的影像带来更清楚的细节、更好的观看体验和更好的监控效果。高清化是视频监控产品的关键技术发展指标。近年来，视频监控行业一直处在高清化进程中，目前 200 万像素产品（1080P）为高清化的主要产品，未来 400 万像素、800 万像素等高清规格产品将逐步成为消费市场的主流产品。高清像素的提升并非是分辨率的简单提升，像素提高之后，会对整个视频监控系统带来一系列的技术提升，如生产加工工艺的的提升，尤其是镜头对焦、安装及检测。以及图像调优算法技术的提升。同时，高像素带来的还有图像数据量的提升，这也给传输方式、系统运算能力和图像压缩以及终端存储容量和效率等能力的提升带来了新的挑战。因此“高清化”也是衡量一个家用视频监控厂商处于行业水平的标准之一。

第二，实现产品“网络化”。家用视频监控产品目前几乎已经全面完成了由模拟化到数字化的转化，同时叠加网络通讯基础设施的极大普及和移动应用的广泛应用，利用网络对家用视频监控设备进行预览、配置、文件检索回放等功能越来越成为基本功能。而家用视频监控产品的网络化，也面临着各种各样的技术突破和挑战，如：设备与用户在多种网络环境下的互联互通，设备在复杂网络环境下的数据传输控制、多样化的应用协议对接、网络安全控制、以及多用户并发访问处理等。目前各家用视频监控厂商也都在产品网络化进程中不断往更快速、更安全、更可靠的方向不断发展和优化。

第三，实现产品“系统智能化”。随着智能检测技术的发展，家用视频监控产品也在更加地“智能化”。通过将机器视觉技术融入视频监控系统，对视频数据进行图像处理、目标分析、物体检测等，实现了人、车、物等的目标检测或识别。从而有效的减少了传统视频移动侦测所带来的漏报与误报，变被动监控为主动监控。甚至还可以利用机器学习，来实现对特定场景或特定动作进行监控应用，如：包裹检测、宠物识别等。

第四，实现产品“使用便捷化”。家用视频监控产品脱胎于“专业性”更强的传统安防，逐步拓展到“易用性”更强的消费电子领域中去，其“使用便捷化”的趋势越来越明显，出现了便于安装的电池摄像机、各种形态的 Wi-Fi 摄像机等消费型的产品。产品软件功能上越来越注重即插即用，用户界面的友好设计等。

（五）行业进入壁垒

1、技术壁垒

家用视频监控产品是一套精密的软硬件系统级产品，需要对软硬件系统开发技术、

音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术、智能检测技术等进行综合应用，如果不能熟练掌握这些核心技术，则会在竞争中处于弱势地位。同时，消费电子产品特性在于每隔 3-5 年就需要进行更新换代，家用视频监控行业处在高速发展时期，更新换代速度更快，只有能够不断推出满足市场需求的产品才能顺应市场发展，巩固自身的竞争地位。随着行业的持续发展以及技术水平的不断提高，进入家用视频监控领域的技术壁垒将不断提高。

2、品牌壁垒

随着消费者诉求从以往注重价格理性消费逐渐转化为注重体验的感性消费，仅仅是价格便宜已不足以满足消费者的诉求，以情感诉求建立品牌才能受到消费者的认同。家用视频监控产品的线上销售受众群体主要为全球互联网消费意识较强的年轻群体，重视品牌知名度和产品质量，追求高层次的品牌体验。用户使用和消费习惯的形成、品牌粘性的建立需要一定的培育时间，行业新进入者将面临平台品牌壁垒。

3、运营壁垒

随着线上销售的渗透发展，线上销售平台成为家用视频监控行业品牌商的重要销售渠道，而打造一支实操经验丰富的电商运营团队，持续提高产品在电商平台和官网上的流量、转化和口碑，对于行业内的新玩家较为困难，也需要较长时间的打磨和沉淀。同时，扩大社交媒体粉丝群、评测合作伙伴群、网站关键词优化等都需要多年的持续运营和积累，并非通过资源投入就可以一蹴而就。

三、行业竞争状况及发行人所处行业地位

（一）行业竞争情况

家用视频监控行业总体处于快速发展阶段，市场参与者众多，呈现供给端全球化产业链分工与需求端区域化市场竞争相互结合的特点。在全球化产业链分工方面，家用视频监控产品类似其他消费电子产品，其研发、生产主要集中在拥有成熟消费电子产业链的国内地区，即便是海外品牌商也主要依托国内厂商提供 ODM 服务；在区域化市场竞争方面，国内和国外市场竞争相对独立，各自孵化了一批竞争性品牌，并未形成全球性品牌竞争格局。

由于区域化竞争特点，行业总体集中度不高，根据 Strategy Analytics 统计，2021

年全球前五大家用视频监控品牌商的出货量占全球总出货量的 **20.00%**左右。行业内参与者主要包括以下几大类：

第一类是一些国内外知名科技巨头，例如亚马逊、Google、Netgear（世界知名路由器企业），分别设立或收购 Ring、Blink、Nest、Arlo 等品牌企业，进入该领域，并以海外市场为主；国内的小米、华为、360 等也通过与 ODM 厂商合作等方式，进入该领域，主要围绕智能家居生态系统拓展硬件产品，并以国内市场为主。

第二类是一些传统工程安防企业，例如以工程类产品为主的安防龙头企业海康威视、大华股份，分别以萤石、乐橙等子品牌进入该领域，并以国内市场为主。

第三类是一些专业技术品牌企业，例如睿联技术，深耕该细分领域，拥有自主的品牌和技术研发能力。

由于家用视频监控行业产品类型众多，包括电源机、电池机等；下游需求广泛，包括国内市场、海外市场；细分场景需求差异，包括室内、室外、小型商业、娱乐等；下游渠道丰富，包括线上、线下；上述各类型的行业参与者，基于自身经营策略，均可以在瞄准的相应目标细分市场实现深耕发展。

（二）行业主要企业的基本情况

1、主要企业的基本情况

公司拥有自主品牌“Reolink”，以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场。目前，公司主要与 Ring（亚马逊）、Blink（亚马逊）、Arlo（Netgear）、Wyze、Nest（谷歌）等海外品牌商在线上渠道直接竞争。这些海外品牌商的基本情况如下：

品牌	所属公司	公司简介
Ring	亚马逊	（1）亚马逊于 2017 年底收购家用摄像机和视频门铃开发商 Blink，2018 年收购智能家居技术制造商 Ring，成为其旗下两大自有品牌 （2）Strategy Analytics 报告显示，2021 年 Ring 在全球家用摄像机市场占有率排名第一
Blink		
Arlo	Arlo Technologies, Inc. （纳斯达克上市公司）	（1）美国网件（Netgear）孵化的智能家居品牌，2018 年在纳斯达克独立上市，从事智能云基础架构和移动应用程序与各种智能连接设备的结合，已推出无线智能 Wi-Fi 和支持 LTE 的摄像头，高级婴儿监视器和智能安全灯等产品 （2）Strategy Analytics 报告显示，2021 年 Arlo 在全球家用摄像机市场占有率排名第二
Wyze	Wyze Labs	（1）由 4 位亚马逊前工程师于 2017 年创立的智能家居公司； （2）Strategy Analytics 报告显示，2021 年 Wyze 在全球家用摄像机市场占有率排名第三

品牌	所属公司	公司简介
Nest	谷歌	(1) 谷歌于 2014 年收购智能家居公司 Nest Labs，成为其旗下的智能家居品牌之一 (2) Strategy Analytics 报告显示，2021 年 Nest 在全球家用摄像机市场占有率排名第四；
Reolink	发行人	(1) 公司成立于 2009 年，Reolink 品牌创立于 2015 年，专注于家用视频监控细分市场，为全球消费者提供全系列家用视频监控产品 (2) 公司未参与 Strategy Analytics 的市场统计排名，是国内该细分领域在海外市场的代表性品牌之一

2、公司采取的竞争策略

公司通过与竞争者在海外市场上多年的竞争发现，上述大部分竞争者背靠互联网企业，具有一定的互联网企业基因，擅长品牌运营，普遍采用 ODM 模式外包研发和制造，从产品层面，表现出来的就是走爆款路线。和这些竞争对手相比，公司特点是在品牌运营、产品研发、生产制造三个环节齐头并进，依托技术创新平台和品牌运营平台，支撑创新的细分产品，采取“全系列覆盖家用应用场景，做深做透差异化的细分产品，快速迭代”的竞争策略，赚取差异化、平台化的附加值。

第一，细分产品系列全，覆盖各种家用场景。公司产品覆盖电源、电池机型，和配套录像机、统一的 APP 客户端软件，既有覆盖智能家居轻量化视频监控的单机产品，又有支持 7x24 小时的高可靠性家用视频监控的套装产品，用丰富的产品满足消费者在家用场景下的各种视频监控需求，用统一的 APP 客户端软件完成对所有产品的集中管理。

第二，细分产品做深做透，创新产品突出重点。公司对每一个细分产品系列都做深做透，分辨率上横跨 200 万像素至 1200 万像素，功能上覆盖定焦、变焦、PT、双目、高速球机，确保覆盖所有产品形态，让消费者在公司品牌下均能找到想要产品。细分产品形态的全覆盖并不意味着均衡用力，公司着力开发创新的、有较高技术门槛的产品，创造性解决消费者痛点，持续扩宽市场竞争护城河，提升品牌调性和产品利润率。

第三，贴近终端用户需求，闭环管理快速迭代。公司自主品牌的运营团队、研发团队和本地化供应链管理团队之间形成的高效闭环管理，使得消费者需求得以在第一时间在研发团队内部立项，经由研发团队完成设计开发，供应链团队组织交付，销售团队推向市场。公司对客户需求的快速响应加速产品迭代，持续研发出更贴近用户使用场景的产品，提升用户体验，迭代交付速度相较 ODM 厂商更快。

3、其他可比公司选取

由于上述直接竞争的海外品牌产品仅是亚马逊、谷歌等科技巨头开展的众多业务之一，整体财务指标可比性较弱，而国内从事视频监控的上市公司业务主要集中在工程安防领域，或采取 ODM 模式，在财务上也缺乏可比性。为此，公司筛选了消费电子行业具有类似以自主品牌线上销售渠道为主、海外销售占比相对较高的 A 股上市公司，在财务部分进行指标比较分析，具体如下：

公司	主营业务	经营规模	发展阶段
安克创新	从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，收入主要来源于境外销售，在产品形态、生产管理模式、销售渠道等方面与公司较为类似	2021 年营业收入 125.74 亿元	公司成立于 2011 年，处于发展期
华宝新能	从事锂电池储能类产品及其配套产品的研发、生产及销售，收入主要来源于境外销售，在产品形态、生产管理模式、销售渠道等方面与公司较为类似	2021 年营业收入 23.15 亿元	公司成立于 2011 年，处于发展期
影石创新	从事智能影像设备的研发、生产和销售，产品主要包括消费级智能影像设备、专业级智能影像设备、配件及其他产品等，在产品形态、生产管理模式、销售渠道等方面与公司较为类似	2020 年营业收入 8.50 亿元	公司成立于 2015 年，处于发展期
睿联技术	从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以线上平台为主，直接面向全球主流消费市场	2021 年营业收入 13.67 亿元	公司成立于 2009 年，处于发展期

资料来源：可比公司信息均根据公开资料整理

（三）公司所处行业地位

公司专注于家用视频监控这一新兴垂直细分市场，围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化的发展体系，打造形成了模块化的家用视觉系统技术创新平台和高效化的自主品牌运营平台，近年来在家用视频监控领域的技术及品牌影响力不断提升。

技术方面，公司经过十余年的自主研发创新积累，已掌握多项核心技术，截至本招股说明书签署日，公司拥有境内外各项专利 49 项，其中境内外发明专利 14 项，此外，公司在申请的境内外发明专利 24 项。公司已打造形成家用视觉系统技术创新平台，持续推动家用视频监控产品的技术创新和升级迭代。公司于 2022 年荣获“深圳市‘专精特新’中小企业”认定。

品牌方面，公司是国内为数不多在欧美拥有消费类视频监控设备自主品牌的企业，自主品牌“Reolink”在主流海外电子商务平台上受到广大消费者认可。公司曾荣获亚

马逊全球开店“年度最受海外消费者/企业及机构买家欢迎中国品牌”等。除普通消费者的青睐外，公司产品设计能力同样得到了专业人士的肯定，“Reolink Argus 3 Pro”产品获得 2022 年德国 IF 设计大奖。

（四）公司的竞争优势与竞争劣势

1、公司的竞争优势

（1）家用视觉系统技术创新平台优势

公司的创始团队系技术背景出身，创始人刘小宇、王爱军在合作创办公司之前，曾先后任职过 TCL、德州仪器、华为海思半导体等知名科技企业，在半导体、电子产品、软硬件研发等领域有多年的从业经验，创业文化基因就是以技术创新、产品研发为导向。在创始人的带领下，公司已拥有一批深耕家用视觉系统技术研发的专业团队，截至 2022 年 6 月 30 日，公司研发人员数量 113 人，占比 23.20%。

公司视技术创新为根本驱动力，通过十余年的自主研发创新积累，逐步搭建起了家用视觉系统技术创新平台。该技术创新平台构建了涵盖产品功能定义、系统设计、硬件设计、操作系统适配、视觉应用嵌入式软件开发、软硬件测试等多维度的研发体系，并形成相应的研发流程，沉淀了软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术等组件化的技术模块，拥有境内外发明专利 14 项。依托该技术创新平台，公司实现家用视觉基础技术的复用和核心技术的突破，新产品开发周期更短、可靠性更高，为不断拓展各类家用视觉产品线奠定基础。

（2）家用视频监控自主品牌“Reolink”先发优势

公司是国内较早开始建设家用视频监控自主品牌的企业之一。在同行业企业仍然以 ODM 为主，为海外品牌商提供代工服务时，公司把握线上渠道发展的契机，建设推广自主品牌，形成品牌先发优势。

经过多年的品牌运营，公司通过亚马逊、eBay、速卖通以及官网等线上渠道，将自主品牌“Reolink”的产品销往全球众多国家和地区的终端消费者，在境外主要发达国家或地区市场树立了技术创新、优质稳定的品牌形象，品牌知名度和美誉度日益提升。依托该自主品牌，公司一方面实现产品销售溢价，反哺技术创新投入，形成良性循环，另一方面通过沉淀的品牌用户群体，近距离深度感知市场需求，为不断导入各类家用视觉产品线奠定基础。

（3）本地产业链配套及管控优势

公司直接竞争对手主要是一些海外品牌商，海外品牌商主要通过 ODM 方式进行采购，研发响应速度依赖于上游 ODM 厂商的配合程度，产品质量水平依赖于上游 ODM 厂商的制造管控。而 ODM 厂商通常无法直接接触到消费者群体，无法及时得知用户对产品的最新想法。

与海外品牌商相比，公司坐落于珠三角地区，背靠完整、成熟的消费电子产业链。依托本土产业链，一方面，公司可以将销售端直接感知的一手市场信息和反馈意见，转化为新产品研发和迭代，提升市场响应速度，提高客户满意度；另一方面，公司可以就近把控产品质量，围绕产品生产的关键环节设计控制点，自研测试方式，开展全方位的质量控制，确保产品的质量稳定可靠。

（4）丰富齐全的产品线布局优势

同行业一些企业基于互联网运营思维，侧重于打造单个爆款产品，以单一产品满足各个应用场景需求，实用性上难以做到“对症下药”，满足所有用户的需求。公司专注于家用视频监控产品，采取差异化竞争策略，对细分产品做深做透，分辨率、功能、形态覆盖不同类型，推出电池、电源等多类型家用视频监控产品，具体产品型号众多，可以满足不同应用场景对于家用视频监控的需求，是业内少有的拥有全系列家用视频监控产品的品牌商，具有明显的产品线布局优势。

（5）跨区域、多平台的运营经验优势

目前，公司的线上营销网络已覆盖美国、欧洲等多个国家和地区，以及亚马逊、速卖通、eBay 等第三方电商平台及官方网站等渠道，形成跨区域、多平台的运营模式。针对不同销售区域，公司在产品开发、供应链、营销推广等环节均针对性地采取差异化策略，实现精准匹配用户需求。面对不同平台的差异性，公司经过多年发展，积累了丰富的运营经验，并通过信息化手段将运营经验沉淀为系统流程。公司对不同地区居民消费能力、消费习惯的准确洞察以及公司多年来积累的运营经验为公司把握行业发展趋势、提升运营规模奠定了基础。

2、公司的竞争劣势

(1) 人才储备压力

相比于国内的海康萤石、大华乐橙，国外的亚马逊 Ring、谷歌 Nest 等，公司规模还较小。受知名度和规模等因素限制，公司在高端人才的引进方面压力较大。上市后，公司计划通过提高员工薪资待遇、股权激励等方式，进一步加大公司对高端人才的吸引力，为公司未来发展作好人才储备工作。

(2) 中国品牌进入新兴市场的挑战

目前，公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通等第三方电商平台以及自有网站在欧美等发达国家和地区实现销售，在新兴国家和地区的产品销售额与品牌知名度仍相对较低。由于出口具有明显的地域性，且不同海外电子商务平台运营规则及经验存在较大差异，未来若计划大规模进入新兴国家和地区市场及平台，公司或将面临产品开发、品牌营销、市场竞争等多方面的挑战。

四、发行人销售情况及主要客户

(一) 报告期内公司主要产品销售及收入构成情况

1、主要产品类别的销售情况

报告期内，公司主营业务收入按业务类型构成情况如下表所示：

单位：万元

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
摄像机单机	47,809.96	67.54%	84,782.82	62.01%	56,770.78	59.13%	32,963.00	62.84%
摄像机套装	17,987.13	25.41%	43,641.35	31.92%	33,770.79	35.18%	15,800.91	30.12%
配件	4,652.27	6.57%	7,648.78	5.59%	5,065.13	5.28%	3,528.43	6.73%
产品销售收入	70,449.36	99.53%	136,072.95	99.53%	95,606.71	99.59%	52,292.34	99.69%
技术服务	334.55	0.47%	648.19	0.47%	397.94	0.41%	164.30	0.31%
主营业务收入	70,783.91	100.00%	136,721.14	100.00%	96,004.65	100.00%	52,456.64	100.00%

2、主要产品的地域分布情况

报告期内，公司主要销售的地域分布情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	16.70	0.02%	177.56	0.13%	8.67	0.01%	35.20	0.07%
境外	70,432.66	99.98%	135,895.40	99.87%	95,598.04	99.99%	52,257.13	99.93%
产品销售 收入合计	70,449.36	100.00%	136,072.95	100.00%	95,606.71	100.00%	52,292.34	100.00%

3、主要产品单价波动情况

报告期内，公司主要产品的销售单价波动情况，如下表所示：

单位：元/套

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	平均单价 变动	平均单价	平均单价 变动	平均单价	平均单价 变动	平均单价
摄像机单机	567.30	13.38%	500.34	-1.03%	505.53	-1.91%	515.37
摄像机套装	3,381.42	10.39%	3,062.55	2.57%	2,985.92	24.15%	2,405.01

报告期内，公司摄像机单机产品的平均单价波动幅度较小，保持稳定。摄像机套装 2020 年平均单价上升明显，主要系公司于 2019 年下半年新推出 800 万像素的摄像机套装产品，该新产品在 2020 年实现批量销售，产品售价更高，带动总体平均单价提升。

（二）报告期内公司主要产品产能、产量、销量情况

报告期内，公司主要产品生产和销售情况如下表所示：

单位：万个

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
摄像机单机	产量	103.07	192.21	136.85	81.89
	销量	84.28	169.45	112.30	63.96
	产销率	81.77%	88.16%	82.06%	78.10%
摄像机套装	产量	6.09	14.19	15.37	8.23
	销量	5.32	14.25	11.31	6.57
	产销率	87.36%	100.42%	73.58%	79.83%

注 1：产品产销率=产品销量/产品产量。

注 2：公司采取外协加工为主的生产模式，此处不适用产能统计

2021 年，公司摄像机套装产品产销率超过 100%，主要系本年度受摄像机套装个别芯片供应链紧张影响，相关产品产量减少，而销量保持稳定增长所致。

（三）前五大客户销售情况

报告期内，公司以线上销售为主，单笔销售金额相对较小，因此前五大客户主要是一些线下销售客户。报告期内，公司前五大客户销售情况如下表所示：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售模式	收入金额	占营业收入的比重
2022 年 1-6 月	1	INKOVIDEO GMBH & CO. KG（德国）	线下销售	1,178.10	1.66%
	2	SANDCOM OY（芬兰）	线下销售	845.80	1.19%
	3	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION（日本）	线下销售	758.80	1.07%
	4	STØK HANDEL AS（挪威）	线下销售	584.11	0.83%
	5	SECURE CAMERA SARL（瑞士）	线下销售	343.54	0.49%
	合计			3,710.34	5.24%
2021 年度	1	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION（日本）	线下销售	2,245.01	1.64%
	2	INKOVIDEO GMBH & CO. KG（德国）	线下销售	1,202.88	0.88%
	3	SANDCOM OY（芬兰）	线下销售	900.73	0.66%
	4	STØK HANDEL AS（挪威）	线下销售	828.03	0.61%
	5	SECURE CAMERA SARL（瑞士）	线下销售	602.64	0.44%
	合计			5,779.29	4.23%
2020 年度	1	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION（日本）	线下销售	1,565.44	1.63%
	2	INKOVIDEO GMBH & CO. KG（德国）	线下销售	1,261.80	1.31%
	3	SANDCOM OY（芬兰）	线下销售	1,020.72	1.06%
	4	BIANET B.V.（荷兰）	线下销售	620.18	0.65%
	5	SECURE CAMERA SARL（瑞士）	线下销售	515.04	0.54%
	合计			4,983.18	5.19%
2019 年度	1	SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD（澳大利亚）	线下销售	1,772.71	3.38%
	2	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION（日本）	线下销售	1,075.18	2.05%
	3	BIANET B.V.（荷兰）	线下销售	588.94	1.12%
	4	SECURE CAMERA SARL（瑞士）	线下销售	342.12	0.65%
	5	INKOVIDEO GMBH & CO. KG（德国）	线下销售	322.82	0.62%
	合计			4,101.78	7.82%

注 1：UNIDEN HOLDINGS CORPORATION 包括同一控制下的 UNIDEN HOLDINGS CORPORATION、UNIDEN AMERICA CORPORATION 和 UNIDEN AUSTRALIA PTY. LIMITED；

注 2：SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD 包括同一控制下的 SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD、SWANN COMMUNICATIONS USA INC. 和 SWANN COMMUNICATIONS (EUROPE)

LIMITED;

注 3: BIANET B.V.包括同一控制下的 BIANET B.V.、FÉMUR B.V。其中，FÉMUR B.V 系报告期内与公司交易的主要主体；

注 4: SECURE CAMERA SARL 包括同一控制下的 STS SMART TECH SOLUTIONS AG、SMART SURVEILLANCE SOLUTIONS LIMITED、SECURE CAMERA SARL。其中，STS SMART TECH SOLUTIONS AG 系与公司 2019 年、2020 年交易的主要主体；

注 5: 资料来源于中信保及公开资料检索，数据截至 2022 年 6 月 30 日。

公司 2020 年度、2021 年度第一大客户 UNIDEN HOLDINGS CORPORATION 系日本无线通讯和消费电子产品品牌商（股票代码：6815.TYO），其业务同时覆盖北美洲、大洋洲等区域，为公司 ODM 客户。INKOVIDEO GMBH & CO. KG、SECURE CAMERA SARL 系欧洲视频监控产品销售商，为公司自主品牌类客户。报告期内，上述三家均为公司前五大客户，合作关系稳定。SANDCOM OY、STØK HANDEL AS 系欧洲电子产品或家用安防产品的销售商，为公司自主品牌类客户，于 2020 年至 2021 年期间成为公司新增前五大客户，主要系公司自主品牌在欧洲影响力逐渐提高，客户主动与公司加大交易规模所致。公司 2019 年度第一大客户 SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD（以下简称“SWANN”）系澳大利亚家用安防产品品牌商，为公司 ODM 客户，现为英飞拓（股票代码：002528.SZ）全资子公司。随着公司自主品牌“Reolink”发展，SWANN 考虑与公司存在一定的品牌竞争，故从 2020 年开始终止合作。BIANET B.V.为欧洲安防产品的销售商，为公司自主品牌类客户。该客户因自身业务经营原因于 2021 年退出公司前五大客户。

公司主要依托线上销售，线下客户销售收入占公司销售收入的总体比例较小，且较为分散。报告期内，公司不存在对单个客户的销售金额占当期营业收入 50%以上的情形，公司不存在对单一客户有重大依赖的情况。除已披露的情形外，公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与主要客户不存在其他关联关系。

五、发行人采购情况及主要供应商

报告期内，公司采购内容主要包括原材料及委托加工采购，具体情况如下：

（一）材料采购

1、报告期内主要原材料

报告期内，公司主要原材料采购金额及其占采购总额比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IC 芯片	12,710.31	37.64%	23,374.62	37.76%	15,943.92	32.82%	8,291.68	32.32%
硬盘	2,844.49	8.42%	5,841.47	9.44%	5,967.09	12.28%	2,939.12	11.46%
结构件	3,920.03	11.61%	6,461.14	10.44%	4,309.70	8.87%	2,557.80	9.97%
电子元器件	2,334.70	6.91%	4,922.21	7.95%	4,405.24	9.07%	2,415.83	9.42%
通讯模块	2,319.21	6.87%	4,420.37	7.14%	3,868.13	7.96%	1,675.19	6.53%
镜头	1,925.09	5.70%	3,021.45	4.88%	2,881.22	5.93%	1,373.78	5.36%
电源	1,256.88	3.72%	2,397.06	3.87%	2,038.83	4.20%	1,148.03	4.48%
PCB 板	840.94	2.49%	1,439.77	2.33%	1,223.96	2.52%	723.19	2.82%
合计	28,151.65	83.38%	51,878.09	83.80%	40,638.09	83.64%	21,124.62	82.35%

报告期内，公司主要原材料采购为 IC 芯片、硬盘、结构件、电子元器件、通讯模块、镜头、电源和 PCB 板等，上述采购金额合计占比均超过 80%。报告期内，公司主要原材料采购规模持续扩大，主要系营业收入同比增长较快，相应原材料采购金额增长较多所致。

2021 年公司 IC 芯片采购占比有较大幅度上升，主要系芯片市场价格上涨、公司产品结构调整所致。

2、报告期内主要原材料采购价格变化情况

报告期内，公司主要原材料采购单价变化情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	单价变动	单价	单价变动	单价	单价变动	单价
IC 芯片（图像传感）	22.21	6.68%	20.82	-9.66%	23.05	1.24%	22.76
IC 芯片（主控）	28.17	17.72%	23.93	21.26%	19.73	-6.31%	21.06
硬盘（2TB）	294.58	1.26%	290.92	-5.90%	309.18	-0.34%	310.22
结构件（五金外壳）	5.44	20.09%	4.53	32.43%	3.42	14.69%	2.98
电子元器件（二三极管、MOS 管）	0.41	-2.38%	0.42	45.26%	0.29	9.77%	0.26
通讯模块（WiFi）	19.86	-3.45%	20.57	0.28%	20.52	0.62%	20.39
通讯模块（4G）	116.97	4.23%	112.22	-15.11%	132.19	-3.11%	136.43
镜头（套件）	12.79	13.69%	11.25	-1.48%	11.42	3.25%	11.06

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单价	单价变动	单价	单价变动	单价	单价变动	单价
电源	25.81	32.29%	19.51	3.19%	18.90	9.48%	17.27
PCB 板（主板）	3.86	12.87%	3.42	-2.24%	3.50	-5.27%	3.70

注：由于各原材料内部种类众多，此处选取各原材料中的主要材料列示平均价格。

公司的原材料类型较多，上述基础原材料不仅应用于家用视频监控产品，还广泛应用于其他消费电子产品，原材料价格波动受到所处产业链的价格波动影响。2021 年 IC 芯片（图像传感）平均单价下降，主要系采购结构变动，国产芯片采购比例上升。

3、报告期前五大原材料供应商采购情况

报告期内，公司按合并口径统计的前五大原材料供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	主要采购种类	采购金额	占采购总额比例
2022 年 1-6 月	1	SHINING SUCCESS INTERNATIONAL CO., LTD.	IC 芯片	4,744.26	14.05%
	2	科信（香港）数码技术有限公司	硬盘、TF 卡	2,990.85	8.86%
	3	中国电子器材国际有限公司	IC 芯片	2,813.15	8.33%
	4	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司（宇瞳光学：300790.SZ）	镜头	1,770.29	5.24%
	5	深圳市鼎芯无限科技有限公司（力源信息：300184.SZ 子公司）	WiFi 模块、IC 芯片	1,569.66	4.65%
	合计			13,888.21	41.13%
2021 年度	1	SHINING SUCCESS INTERNATIONAL CO.,LTD.	IC 芯片	8,075.72	13.05%
	2	科信（香港）数码技术有限公司	硬盘、TF 卡	5,992.73	9.68%
	3	中国电子器材国际有限公司	IC 芯片	4,547.30	7.35%
	4	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司（宇瞳光学：300790.SZ）	镜头	2,937.07	4.74%
	5	东莞市亿钜鸿实业有限公司	结构件	2,387.39	3.86%
	合计			23,940.21	38.67%
2020 年度	1	科信（香港）数码技术有限公司	硬盘、TF 卡	6,085.66	12.53%
	2	元歆科技有限公司	IC 芯片	5,054.39	10.40%
	3	中国电子器材国际有限公司	IC 芯片	3,206.80	6.60%
	4	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司（宇瞳光学：300790.SZ）	镜头	2,379.47	4.90%
	5	深圳市鼎芯无限科技有限公司（力源信息：300184.SZ 子公司）	通讯模块、IC 芯片	2,001.99	4.12%
	合计			18,728.30	38.55%

年度	序号	供应商名称	主要采购种类	采购金额	占采购总额比例
2019年度	1	元歆科技有限公司	IC 芯片	2,311.20	9.01%
	2	科信（香港）数码技术有限公司	硬盘	2,102.80	8.20%
	3	中国电子器材国际有限公司	IC 芯片、Wi-Fi 模块	1,680.75	6.55%
	4	东莞市亿钜鸿实业有限公司	结构件	1,102.77	4.30%
	5	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司 (宇瞳光学: 300790.SZ)	镜头	946.00	3.69%
	合计			8,143.53	31.75%

注 1: 科信（香港）数码技术有限公司包括同一控制下的科信（香港）数码技术有限公司、深圳市金裕环球实业有限公司。

注 2: 中国电子器材国际有限公司包括同一控制下的中国电子器材国际有限公司、深圳中电港技术股份有限公司。

注 3: 深圳市鼎芯无限科技有限公司包括同一控制下的深圳市鼎芯无限科技有限公司、鼎芯科技（亚太）有限公司。

注 4: 资料来源于中信保、企查查，数据截至 2022 年 6 月 30 日。

SHINING SUCCESS INTERNATIONAL CO.,LTD.、元歆科技有限公司均为公司 IC 芯片供货商联咏科技股份有限公司（3034.TW）的指定代理商，2021 年 1 月联咏科技对指定代理商进行变更，由元歆科技有限公司变更为 SHINING SUCCESS INTERNATIONAL CO.,LTD.。

深圳市鼎芯无限科技有限公司为 2020 年公司新增的前五大原材料供应商、2021 年第六大原材料供应商，主要系公司使用通讯模块的产品型号及销售占比增加，对通讯模块采购需求相应提升，双方交易规模稳步增长所致。

东莞市亿钜鸿实业有限公司与公司保持着稳定的合作关系，2020 年退出公司前五大原材料供应商主要系采购金额的正常浮动所致，其在 2021 年重新成为公司前五大原材料供应商。

报告期内，公司前五大原材料供应商合计采购比例分别为 31.75%、38.55%、38.67% 和 41.13%，供应商集中度较低且保持相对稳定。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购金额占当期采购总额 50%以上的情形，公司不存在对单一供应商有重大依赖的情况。公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与上述供应商不存在关联关系。

（二）委托加工采购

1、委托加工基本情况

报告期内，公司裸机加工、PCBA 加工、电池 PACK 加工、成品包装等环节主要以外协方式完成，外协厂商按照公司技术及采购规范要求完成加工环节。在合作过程中，外协厂商除提供加工服务外，还会采购一部分物料。

报告期内，公司委托加工采购总额分别为 4,376.96 万元、8,572.94 万元、9,919.47 万元和 5,538.80 万元，扣除代料后，委托加工费总额分别为 2,992.03 万元、4,704.50 万元、6,383.97 万元和 3,724.63 万元，具体结构如下：

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
裸机加工	1,553.42	41.71%	2,352.43	36.85%	1,774.89	37.73%	1,068.33	35.71%
PCBA 加工	1,138.03	30.55%	2,078.57	32.56%	1,469.55	31.24%	942.11	31.49%
电池 PACK 加工	399.76	10.73%	976.57	15.30%	745.21	15.84%	478.99	16.01%
成品包装	449.49	12.07%	859.42	13.46%	640.40	13.61%	235.96	7.89%
其他零星加工	183.94	4.94%	116.97	1.83%	74.46	1.58%	266.63	8.91%
合计	3,724.63	100.00%	6,383.97	100.00%	4,704.50	100.00%	2,992.03	100.00%

报告期间，公司委托加工费金额随收入规模、产量规模增长而持续扩大。

2、报告期内委托加工采购价格变化情况

报告期内，扣除代料后，公司委托加工的加工费平均单价变化情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	单价变动	平均单价	单价变动	平均单价	单价变动	平均单价
裸机加工	11.46	21.21%	9.46	5.06%	9.00	-6.06%	9.58
PCBA 加工	1.95	-14.30%	2.27	-2.85%	2.34	-2.92%	2.41
电池 PACK 加工	11.49	-1.78%	11.70	-9.40%	12.92	1.73%	12.70
成品包装	3.73	2.09%	3.66	0.00%	3.66	-3.77%	3.80

报告期内，公司委托加工的加工费单价变化幅度总体较小，各年由于加工型号结构差异，存在一定波动。

3、报告期前五大委托加工商采购情况

报告期内，公司按合并口径统计的前五大委托加工商采购情况（含代料及加工费），如下表所示：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	主要采购种类	采购金额	占采购总额比例
2022年1-6月	1	东莞市钜大电子有限公司	电池 PACK 加工	1,294.30	23.37%
	2	深圳市金邦尼电子科技有限公司	PCBA 加工、裸机加工	901.59	16.28%
	3	株洲大川电子技术有限公司	裸机加工、成品包装	714.19	12.89%
	4	深圳市亚星达科技有限公司	PCBA 加工	493.90	8.92%
	5	东莞市海陆通实业有限公司	电池 PACK 加工	461.85	8.34%
	合计			3,865.84	69.80%
2021年度	1	东莞市钜大电子有限公司	电池 PACK 加工	2,894.27	29.18%
	2	深圳市金邦尼电子科技有限公司	PCBA 加工、裸机加工	1,323.19	13.34%
	3	株洲大川电子技术有限公司	裸机加工、成品包装	1,122.91	11.32%
	4	深圳市亚星达科技有限公司	PCBA 加工	1,024.58	10.33%
	5	深圳市通武科技有限公司	裸机加工、成品包装	790.06	7.96%
	合计			7,155.02	72.13%
2020年度	1	东莞市钜大电子有限公司	电池 PACK 加工	2,648.05	30.89%
	2	株洲大川电子技术有限公司	裸机加工	2,087.78	24.35%
	3	深圳市亚星达科技有限公司	PCBA 加工	866.20	10.10%
	4	深圳市鑫宇晟科技有限公司	裸机加工	822.03	9.59%
	5	深圳市华风安防科技有限公司	裸机加工、成品包装	581.22	6.78%
	合计			7,005.28	81.71%
2019年度	1	东莞市钜大电子有限公司	电池 PACK 加工	1,739.39	39.74%
	2	深圳市通武科技有限公司	裸机加工、成品包装	377.04	8.61%
	3	东莞市朗国电子科技有限公司	PCBA 加工、裸机加工	318.96	7.29%
	4	深圳市鑫宇晟科技有限公司	裸机加工	271.65	6.21%
	5	深圳市亚星达科技有限公司	PCBA 加工	271.13	6.19%
	合计			2,978.18	68.04%

注 1：深圳市金邦尼电子科技有限公司包括同一控制下的深圳市金邦尼电子科技有限公司、东莞市金邦尼电子科技有限公司。

注 2：株洲大川电子技术有限公司包括同一控制下的株洲大川电子技术有限公司、大川光影技术（深圳）有限公司。

注 3：深圳市通武科技有限公司包括同一控制下的深圳市通武科技有限公司、深圳市邦安智慧科技有限公司。

注 4：深圳市鑫宇晟科技有限公司包括同一控制下的深圳市鑫宇晟科技有限公司、湖北网瞳物联智能技术有限公司。

注 5：资料来源于企查查及公开资料检索，数据截至 2022 年 6 月 30 日。

公司合作的委托加工供应商基本都属于中小规模加工厂商，这类型加工厂商与大型厂商相比，可以确保优先满足公司产能需求，生产响应速度快，匹配公司的小批量、多批次、多规格的委托加工需求特点。主要加工厂商基本临近公司位于深圳的生产基地，可以提供便捷的就近加工配套服务。

株洲大川电子技术有限公司系公司电源适配器供应商，在合作过程中拓展委外加工服务，为公司提供裸机加工、成品包装服务，为 2020 年公司新增前五大委托加工供应商，主要系双方交易规模稳步增长所致。

华风安防系公司实际控制人王爱军表弟罗成（亦是公司前员工）离职创业设立的公司，属于关联方企业，曾为公司就近提供成品包装、裸机加工服务，2020 年度新增为公司第五大委托加工供应商。为规范并减少关联交易，公司于 2021 年 11 月停止向其采购外协加工服务，目前该关联方也已注销。

深圳市金邦尼电子科技有限公司主要为公司提供 PCBA 加工和裸机加工服务，为 2021 年公司新增前五大委托加工供应商，主要系其加工价格和效率具备优势，随着公司组装需求的增加，双方交易规模稳步增长所致。

东莞市朗国电子科技有限公司在 2020 年退出公司前五大委托加工供应商，主要系随着公司业务规模扩大，其产能规模无法匹配，合作规模逐渐减少，在 2020 年与其终止合作。

深圳市鑫宇晟科技有限公司与公司保持着稳定的合作关系，2021 年退出公司前五大委托加工供应商主要系部分由其委托加工的产品机型停产，导致采购金额减少所致。除此之外，公司前五大委托加工供应商整体上无重大变化。

报告期内，公司前五大委托加工供应商采购比例分别为 68.04%、81.71%、72.13% 和 69.80%。

报告期内，公司不存在向单个委托加工供应商的采购金额占当期委托加工采购总额 50%以上的情形，公司不存在对单一委托加工供应商有重大依赖的情况。除深圳市华风

安防科技有限公司外，公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与上述委托加工供应商不存在关联关系。

六、发行人与业务相关的主要资产情况

（一）主要固定资产情况

1、主要设备情况

公司以委托加工为主的，自主生产设备较少。报告期各期末，公司固定资产原值金额较小，分别为 112.47 万元、113.29 万元、165.81 万元和 **262.88 万元**，主要是机器设备、运输工具、办公设备等，账面价值分别为 60.60 万元、36.38 万元、58.28 万元和 **136.98 万元**。

2、房屋建筑物

（1）自有房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司不存在自有房屋建筑。

（2）租赁房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司租赁的主要房屋建筑物情况如下：

序号	承租人	出租人	租赁地点	租赁面积 (m²)	租赁期限	租金 (元/月)	用途	房产证号
1	发行人	深圳市鑫鹏达物业管理有限公司	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业园区 5 栋 2 楼	1,440.89	2022.05.01-2024.04.30	57,818.64	生产加工、仓储	深房地字第 5000384353 号
2		深圳市紫光信息港有限公司	深圳市南山区高新区北区朗山路 13 号清华紫光科技园 C 座 6 层 C604、C606、C608、C611、C616	1,655.03	2021.01.01-2023.08.31	148,952.70	办公	深房地字第 4000558313 号
3			深圳市南山区高新区北区朗山路 13 号清华紫光科技园 C 座 9 层 C906、C908、C910	448.99	2021.01.01-2023.08.31	40,409.10		
4			深圳市南山区高新区北区朗山路 13 号清华紫光科技园 C 座 11 层 C11	1,245.23	2021.01.01-2023.08.31	112,070.70		

序号	承租人	出租人	租赁地点	租赁面积 (m²)	租赁期限	租金 (元/月)	用途	房产证号
5			深圳市南山区高新区北区朗山路 13 号清华紫光科技园 C 座 12 层 C12	1,011.71	2021.01.01-2023.08.31	91,053.90		
6		蓝继晓、彭旭文、林金成	深圳市南山区高新区北区紫光信息港研发楼 C1005、C1007、C1009、C1012、C1014	696.86	2022.03.15-2023.08.31	71,776.00		
7		深圳市润腾实业有限公司	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业区 B 栋	8,000.00	2022.06.01-2024.04.30	274,331.00	办公、厂房	深房地字第 5000517331 号
8		深圳市鑫鹏达物业管理有限公司	深圳市宝安区石岩街道上屋社区元岭工业园区 5 栋 1 楼	1,440.89	2022.06.01-2024.04.30	74,175.00	组装、仓储	深房地字第 5000384353 号
9	武汉睿联	志远鼎盛置业（武汉）有限责任公司	武汉市东湖新技术开发区光谷大道 77 号金融后台服务中心基地建设项目 1.2.2 期 A1 栋 7 层 701 室	615.00	2022.01.10-2025.01.09	第一年，41,820.00 第二年，46,420.20 第三年，48,741.21 第四年，51,180.30	办公	武房权证湖字第 2013014725 号

除上述租赁房产外，公司还向深圳市润腾实业有限公司租赁了 10 间员工宿舍，租赁面积合计约 500 m²。上述宿舍为集体经济组织自建的房产，尚未取得权属证书。但该等房产并非公司生产经营用的主要房产，具有较强替代性，同时占公司总体租赁面积较小。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在土地使用权。

2、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人及其附属企业已取得 11 项境内注册商标和 28 项境外注册商标，详细情况请参见“第十三节 附件”之“三、其他附件”之“附件一：发行人及其子公司拥有的商标情况”。

3、专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及其附属企业已取得 **38** 项境内专利及 **11** 项境外专利，详细情况请参见“第十三节 附件”之“三、其他附件”之“附件二：发行人及其子公司拥有的专利情况”。

4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人已取得 **19** 项计算机软件著作权，详细情况请参见“第十三节 附件”之“三、其他附件”之“附件三：发行人及其子公司拥有的计算机软件著作权情况”。

5、主要域名

截至本招股说明书签署之日，发行人及其附属企业拥有 3 项主要域名，具体如下：

序号	权利人	域名	有效期至	网站备案/许可证号	审核通过日期
1	睿联技术	reolink.com.cn	2024.04.05	粤 ICP 备 2020102099 号-1	2021.03.04
2	睿联技术	reolink.cn	2024.03.05	粤 ICP 备 2020102099 号-2	2021.03.04
3	香港睿联	reolink.com	2025.02.01	-	-

6、业务资质及认证

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要业务资质及认证情况请参见“第十三节 附件”之“三、其他附件”之“附件四：发行人及其子公司拥有的业务资质及认证情况”。

（三）公司特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营情况。

七、发行人核心技术及研发能力情况

（一）公司核心技术情况

公司经过长期技术积累，打造了家用视觉系统技术创新平台，形成以下与业务紧密相关的核心技术，以下核心技术均通过专利或商业秘密等方式予以保护。

技术领域	核心技术名称	核心技术内容
软硬件系统开发技	电池管理技术	该技术应用于电池摄像机产品中，实现了在不同用户使用场景下平衡管理摄像机续航、电池可靠性和电池使用寿命的功能。该技术解

技术领域	核心技术名称	核心技术内容
术		决了如何根据放电曲线调整摄像机工作模式、如何防止电池的过充以及如何实现电池的过放、过流保护、低电量控制、放电路径管理等功能。
	快速启动技术	该技术应用于电池摄像机中，实现在报警事件发生后让主芯片和传感器以小于 500ms 的速度启动到工作状态。该技术解决了如何在极短的时间内完成从系统加载、图像收敛、视频采集、神经网络运算、视频编码到网络通信协议的全业务流程。
	低功耗技术	该技术应用于电池摄像机中，实现了摄像机低功耗模式下的网络连接功能。该技术解决了如何在极低功耗条件下保持和路由器的通信链路连接、维持 NAT 穿透、以及实现心跳协议。该技术经过大量的现场测试，兼容不同品牌型号的路由器和不同国家、地区不同网络运营商的协议要求。
	被动式红外探测传感器应用技术	该技术应用于摄像机产品中，配合图像的移动侦测和智能检测技术，大幅度提升人体检测的精度和准确度。该技术解决了如何隔离干扰源、如何平衡探测距离和探测角度、如何通过多个探测传感器联动提高性能等问题；设计生产工具，检测大批量生产老化过程中的误报、漏报异常。
	人机交互界面系统技术	该技术应用于网络录像机产品中，使用户可以通过鼠标操作录像机的配置、预览和回放等功能。该系统设计了事件驱动的窗口管理内核，资源消耗小、计算高效、显示刷新快，能够在资源受限的嵌入式 SoC 系统上流畅运行，有效降低了系统成本和提高了用户体验。该系统模块化结构清晰，移植开发便捷。
音视频处理技术	图像增强及优化技术	该技术应用于摄像机产品中，在不同的场景下调整 3A 算法和 ISP 控制策略，对图像清晰度、色彩、曝光、去噪等主要指标进行调优，让图像在不同应用场景下都能表现出最优质的效果。同时利用畸变校正算法，去除镜头边缘所带来的图像畸变，使得整体画面更加自然和谐。
	多目拼接及融合技术	该技术应用于多目摄像机产品中，实现将多路图像传感器采集的视频同步拼接成单路视频的功能。该技术解决了如何同步控制多个图像传感器，实现图像同步采样和同步曝光；如何设计图像补偿算法，实现多路图像传感器的色彩、色温、亮度的一致性；，如何设计边缘融合算法，使画面无缝粘接。
	AI 音频降噪技术	该技术应用于摄像机产品中。深度学习 AI 音频降噪是基于数据驱动的降噪方法，能够有效的应对各种突发的非平稳噪声。搭建了 AI 降噪与噪声场景分类的并行训练框架，并设计了音频降噪、模型优化算法，降噪效果相比传统降噪算法提升明显。
	图像快速收敛技术	该技术通过在电池摄像机产品中集成照度传感器，采集不同场景下的照度曲线的方式，结合机器学习算法，根据不同用户使用场景进行照度曲线自动学习和校准，解决电池产品快速启动阶段图像过亮或过暗，图像收敛过程缓慢的问题。
	变焦控制技术	该技术应用于变焦摄像机产品中，实现了变焦摄像机的自动对焦功能。该技术设计了 PID 算法，实现清晰点判断、电机路径控制和步长控制，同时设计步进电机控制电路，实现对变焦镜头马达的精准控制。该技术还设计自动学习算法，用于在批量生产过程中学习联动关系。
存储管理技术	硬盘文件系统技术	该技术应用于网络录像机产品中，实现了对大数据量的视频文件的高效可靠存储管理，是网络录像机的核心功能。该文件系统的功能包括多通道数据快速存取、文件快速检索、文件备份导出、文件覆盖策略、硬盘设备管理、数据标签结构化、冗余安全策略、负载均

技术领域	核心技术名称	核心技术内容
		衡策略、多硬盘协同工作策略等。
	SD 卡文件系统技术	该技术应用于摄像机产品中，实现音视频文件在 SD 卡上的各种存储管理功能。该技术通过在 SD 卡上建立分级目录索引结构并结合一定的内存缓存机制，达到较少的内存占用量及在存储大量文件的情况下的快速检索回放的效果，同时还设计了多种文件覆盖策略，掉电文件损坏修复机制等。
网络通讯技术	P2P 系统技术	该技术应用于摄像机和录像机产品中，实现了客户端软件跨互联网访问设备端的功能。该技术解决了路由器的 NAT 穿透问题，使得客户端对设备的访问请求，通过点对点的通信连接实现，具有连通速度快，连接过程稳定等特点，同时也减轻了转发服务器的负担和流量成本。
	无线视频数据传输技术	该技术应用于摄像机和录像机产品中。鉴于手机 APP 软件和无线摄像机，都需要使用 Wi-Fi 或者 4G 无线网络，该技术解决了如何在无线网络下实现可靠的视频数据传输的问题。该技术设计了一个守护进程持续监控网络发送状态，适时改变数据发送频率，同时设计缓存机制进行潮汐发送，从而保证了数据发送时不会阻塞掉线和出现数据覆盖。
应用功能开发技术	智能检测技术	该技术应用于摄像机产品中，采用深度学习神经网络，选用深度学习框架进行采集、制作、标注大量数据，基于高算力 GPU 专用深度学习服务器进行离线训练，针对嵌入式系统优化算法，实现边缘端的智能检测功能，典型的应用场景如：人形检测、车辆检测，宠物（猫狗）检测等目标检测，目标跟踪等。
	跨操作系统平台客户端开发技术	该技术实现开发的客户端覆盖了 iOS、Android、Mac 和 windows 四种操作系统。其底层用 C++ 语言，实现 APP、服务器、监控产品之间的实时通信，以及视音频的软件硬件混合编解码。上层用 Java 语言，实现各个业务模块和 GUI 模块，从而达到跨平台的效果，也减少了多平台客户端的维护成本。
关键运营软件开发技术	分布式独立站开发技术	公司官网采用了自研的分布式独立站开发技术。该技术通过分布式缓存建立多个同步库存池，提升系统并发处理效率，弹性伸缩技术支持根据当前流量进行自动伸缩，在大流量时进行横向拓展，解决了巨大流量的负载问题；通过消息队列实现免锁技术，降低了系统的复杂度；使用可配置的页面静态化和自适应分离渲染技术，降低了服务器的开销，提高 QPS。通过参数化定制的策略生成器，高度自由地配置各种营销活动和优惠策略，快速上线各种营销活动提高运营效率。
	智能化广告投放管理系统技术	为了有效地提高广告投放效率，公司开发了一套广告投放管理系统，实现精细化管控广告投入产出比。其主要功能包括：广告管理和转化分析，产品与广告贡献度分析，店铺与渠道分析，关键词监控与趋势分析，广告日志与报表，广告异常告警，智能投放与分时调价等等。
关键生产辅助技术	图像自动化检测技术	在产品生产过程中，为了使测试工序尽可能可靠、高效和具有成本效益，公司基于深度学习算法开发出图像自动化检测技术，实现镜头清晰度检测，镜头污点检测，镜头失焦检测，图像花屏检测等功能。

（二）公司在研项目情况

截至 2022 年 6 月末，发行人正在从事的主要研发项目如下：

序号	在研项目名称	所处研发阶段	拟实现的目标
1	超广角双目拼接摄像机	试产阶段	在目前的大视角监控场景中,用户通常通过安装多个摄像机来实现,这既不经济也不方便,该产品设计上将一个机器上的两个镜头的图像无缝拼接在一起,形成一个水平视角达 180 度且无畸变的超宽画面,使用户可以使用单台设备既经济又方便的满足其大视角的监控需求。
2	Reolink 跨平台 PC 端应用软件 V3.0	开发阶段	在 V2.0 的基础上,增加对公司新开发机型的支持,同时优化解码效率,改进交互设计,以提升用户使用体验
3	Reolink 官网商城项目 V3.0	开发阶段	针对官网销售场景,增加定制销售内容功能。该版本发布后,运营团队可以在后台灵活修改促销方式和价格,而无需研发介入。
4	电商运营管理系统 V1.1	测试阶段	通过系统规范流程,实现电商运营的精细化管理;通过软件巡查店铺和产品的状态,支持异常报警;自动生成运营数据报表,支撑运营决策。该项目发布后,预计会有效提升运营效率。
5	视频监控用无人机项目	测试阶段	研发出一款更偏向安防场景的视频监控无人机,实现庭院监控。需要支持主动巡航、避障、返回充电等功能。
6	Wi-Fi 智能联动插座	试产阶段	该产品首先实现常规智能插座的基本功能,可以作为一个独立的智能插座使用,然后在此基础上增加与公司其他设备之间的联动功能,为用户构建更加智能更加系统的安防解决方案提供支撑。
7	智能定位野外摄像机	试产阶段	该产品主要定位于野外场景使用,比如:打猎,野生动物观察等,其在现有的 4G LTE 电池摄像机基础之上,增加野外场景相关的智能检测, GPS 定位,防盗防破坏等功能。
8	16 倍变焦高速球机	测试阶段	在常规高速球机的功能基础之上,将光学变倍倍数提升至 16 倍,以满足看的更远(如百米外的车牌等)的监控需求,并采用一体机芯技术,光学防抖技术等实现更好的跟焦效果,更快更准确的自动对焦效果。
9	Reolink 手机应用软件升级 V4.0	开发阶段	在 V3.0 的基础上,增加对公司新开发机型的支持,同时对部分交互方案做深度调整,以提升用户使用体验。
10	亚马逊广告投放系统 V2.0	开发阶段	在 V1.0 的基础上,支持关键词粒度的流量分析和异常报警,收集投放操作和流量表现的对应数据。

(三) 公司研发人员情况

发行人的研发人才队伍覆盖产品主要技术节点,梯队搭配合理,行业经验丰富,研发交付能力卓越。截至 2022 年 6 月 30 日,公司研发人员数量 113 人,占比 23.20%。

发行人设置了多层次、多形式的研发激励机制,设置多个培养计划形成成熟的工程人才培养机制。发行人与其他核心人员均签订有保密协议与竞业禁止协议。

公司拥有核心人员 5 名,公司核心人员的简历见参见本招股说明书“第五节 发行

人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”。

（四）公司保持持续创新的机制

1、创新激励

公司一直鼓励技术创新，专门针对研发人员建立绩效奖励制度，对研发人员设立研发项目奖，加大对科技人员的奖励力度。此外，公司鼓励成果输出，对于发表专利给予奖励。奖励制度的建立及实施大大激励科研人员的自主创新能力，加速了科技成果的商品化、产业化的步伐。

2、人才积累

公司重视人才积累，公司的研发团队经过多年的整合与优化，以创新的精神不断更新管理观念和管理方法，形成了高凝聚力、高战斗力的科研队伍。公司努力营造人才成长环境，把人才培养和技能培训、短期计划与中长期培训计划、与行业发展趋势密切结合，为公司储备了充足的技术人才力量。

3、平台搭建

公司致力于通过技术平台化，实现家用视觉基础技术复用和核心技术突破，保持持续创新。依托长期技术积累沉淀，公司已搭建起家用视觉系统技术创新平台，包括设备端产品技术平台、客户端 APP 技术平台和端到端网络协议族，形成了组件化的技术模块。

第一，设备端产品技术平台。设备端实现从传感器采集音视频数据，完成音视频分析和编码，通过网络传送、接收并输出到显示器上，同时存储在硬盘上以供查询回放。公司在音视频和其他传感器采集、音视频分析和编码、音视频传输、存储及搜索等环节均沉淀了相关模块化技术，包括软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术、应用功能开发中的智能检测技术等。

第二，客户端 APP 技术平台。客户端实现对硬件设备远程访问、控制、视音频存储。由于摄像机的分辨率越来越大，需要开发高性能视音频解码技术，和多通道视音频同步技术，客户端才能够支持多通道管理。同时客户端需要支撑 Windows、MacOS 等操作系统，需要开发跨操作系统平台的客户端软件，才能保证用户体验的一致性。

第三，端到端网络协议族。端到端网络协议族实现了设备端家用摄像机与客户端

APP 之间的互联互通。公司开发了模块化的网络协议族，实现了在无线网络上的可靠视频数据传输，设备和客户端通信的广域网 P2P 穿透，广域网应用的媒体转发技术，以及客户端控制设备所需要的应用层通讯协议。

上述基于各类模块化技术构成的家用视觉系统技术创新平台，成为公司持续创新的技术基础，使得公司技术人才可以快速融入产品创新，新产品开发周期更短、可靠性更高，保证公司持续创新能力。

八、发行人境外经营情况

公司在境外设立香港睿联等子公司，作为公司境外销售平台，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况”相关内容。

第七节 公司治理与独立性

公司按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规、规范性文件的要求，制定了《公司章程》。公司建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的权责明确、运作规范的法人治理结构，为公司高效运行提供了制度保障。

根据相关法律法规，公司制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》《董事会秘书工作规则》《总经理工作细则》《关联交易公允决策制度》《内部审计管理制度》等相关制度，为公司法人治理的规范化运行提供了进一步制度保障。

公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员能够按照有关法律、法规、《公司章程》和相关议事规则的规定，独立有效地运作并履行应尽的职责和义务。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度建立健全情况及运行情况

2021年1月8日，公司创立大会暨2021年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》，建立了股东大会制度，对股东大会的权责和运作程序做了具体规定。

自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了8次股东大会，公司历次股东大会审议通过的决议涵盖了公司章程、董事、监事选举等事项。公司历次股东大会会议的召开程序、决议内容、议事规则及表决结果均符合《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》及相关制度的规定，会议记录完整规范，股东能够勤勉尽责地履行权利和义务。公司股东大会自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，切实履行公司最高权力机构的各项职责，发挥了应有的作用。

（二）董事会制度建立健全情况及运行情况

2021年1月8日，公司创立大会暨2021年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》和《董事会议事规则》，对董事会的权责和运作程序做了具体规定。

自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了9次董事会会议。历次

董事会审议通过的决议涵盖了高级管理人员聘任、组织机构设置等事项。公司历次董事会会议的召开程序、决议内容、议事规则及表决结果均符合《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》及相关制度的规定，会议记录完整规范，董事能够勤勉尽责地履行权利和义务。公司董事会自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，科学决策，发挥了应有的作用。

（三）监事会制度建立健全情况及运行情况

2021年1月8日，公司创立大会暨2021年第一次临时股东大会审议通过了《公司章程》和《监事会议事规则》，对监事会的权责和运作程序做了具体规定。

自股份公司成立以来至本招股说明书签署日，公司共召开了8次监事会会议，对监事会主席选举等议案进行了审议。公司历次监事会会议的召开程序、决议内容、议事规则及表决结果均符合《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》及相关制度的规定，会议记录完整规范，监事能够勤勉尽责地履行权利和义务。公司监事会自建立伊始，始终按照相关法律法规规范运行，有效维护了股东的利益，发挥了应有的作用。

（四）独立董事制度建立健全及运行情况

公司独立董事自任职以来，严格按照《公司章程》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》等相关制度的规定行使权利、履行义务，积极参与公司决策，为公司治理结构的完善和规范运作起到了积极作用。各位独立董事根据自身的专长，分别任董事会下属各专业委员会委员。各位独立董事以其专业能力和勤勉尽责精神，在公司内部控制、绩效考核、制订公司发展战略和发展计划等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司内部控制的有效性和经营决策的科学性。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作规则》等有关规定履行职责，认真筹备历次董事会会议和股东大会，及时向公司股东、董事、监事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，促进了公司治理结构的完善和董事会、股东大会职权的正常行使。

（六）董事会专门委员会设置及运行情况

2021年5月31日，公司召开了第一届董事会第二次会议，审议通过了关于组建战

略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会的议案。

截至本招股说明书签署日，各专门委员会委员的具体情况如下：

专门委员会	召集人	委员
战略委员会	刘小宇	刘小宇、王爱军、丁毓麟
审计委员会	郭剑花	郭剑花、刘小宇、丁毓麟
提名委员会	丁毓麟	丁毓麟、王爱军、陈乘贝
薪酬与考核委员会	陈乘贝	陈乘贝、郭剑花、刘小宇

董事会各专门委员会自设立以来运行情况良好，在公司战略规划、内审与内控制度的实施、董事与高管审查、薪酬考核等方面起到了重要作用。

（七）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司根据《公司法》等相关法律法规，建立和健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、内部审计制度，形成了权责明确、互相制衡、运作规范的公司法人治理结构。公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会共四个专门委员会，分别在战略发展、审计、提名、薪酬与考核等方面协助董事会履行职能。公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会依法规范运作，履行职责，公司治理结构不断健全和完善。

报告期内，公司根据《公司法》、中国证监会关于公司治理的有关规定及《公司章程》的规定进行决策，公司法人治理不存在重大缺陷。

二、发行人不存在特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排。

三、发行人不存在协议控制架构

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构。

四、发行人内部控制制度情况

（一）发行人内部控制制度的自我评估意见

公司内部控制的目的是合理保证经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信

息真实完整，提高经营效率和效果，促进实现发展战略。

根据公司出具的内部控制自我评价报告，于内部控制评价报告基准日，公司管理层认为，报告期内，公司已按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于**2022年6月30日**在所有重大方面保持了有效的财务报表内部控制。

（二）注册会计师对发行人内部控制的鉴证意见

容诚会计师根据《企业内部控制审核指引》对公司内部控制制度进行了专项鉴证，并出具了《内部控制鉴证报告》（**容诚专字[2022]518Z0611号**），认为：公司于**2022年6月30日**按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、发行人报告期内的违法违规行及受到处罚的情况

（一）缴纳法国公共财政局罚款事项

因海外税务代理机构相关经办人员未及时做好交接工作，导致其未按公司要求在法律规定期限内向法国公共财政局申报子公司睿联数字2019年3月的增值税。2019年6月28日，法国公共财政局向睿联数字出具1-309090号通知单，因睿联数字未在规定时间内进行纳税申报，罚款2,744欧元。

法国公共财政局出具通知单的依据为《一般税法》（CGI）第1728条：“未能在规定的时限内提交声明或文件（其中载有清算税收应考虑的元素）应导致向纳税人收取的关税金额增加……”。

根据发行人律师出具的《法律意见书》：“根据法国律师出具的法律意见书，上述罚款所涉行为不构成重大违法违规行为。”

针对上述事项，发行人已加强与税务代理机构的沟通，避免上述类似情况的发生，同时对相关业务人员进行培训以及对相应流程进行优化，确保在税务代理机构出现疏忽情况下，及时进行纠正提示。

（二）缴纳海关罚款事项

2020年5月7日，蛇口海关向睿联有限作出《行政处罚决定书》（蛇关处一简决字[2020]0696号），因睿联有限申报不实行为影响海关统计的准确性，科处罚款人民币

0.80 万元。

上述行政处罚系因报关公司的员工操作失误，将商品总价填报至单价处，从而导致货物价格高报，非公司故意高报。

上述行政处罚系违反《中华人民共和国海关法》第八十六条第（三）项、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》（以下简称《处罚条例》）第十五条第（一）项规定。根据当时生效的《中华人民共和国海关办理行政处罚简单案件程序规定》第二条：“简单案件是指海关在行邮、快件、货管、保税监管等业务现场以及其他海关监管、统计业务中发现的违法事实清楚、违法情节轻微，经现场调查后，可以当场制发行政处罚告知单的违反海关监管规定案件”，第三条：“简单案件程序适用于以下案件：（一）适用《处罚条例》第十五条第一、二项规定进行处理的……”，上述行政处罚属于违法事实清楚、违法情节轻微简单案件，且《行政处罚决定书》未认定上述行为属于情节严重。因此，上述行为不属于重大违法违规行为。

报告期内，发行人不存在重大违法违规行为。除上述事项外，不存在其它被主管机关处罚的情形。

六、发行人报告期内资金占用及对外担保情况

公司建立了严格的资金管理制度。报告期内，公司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、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力

（一）发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况

报告期内，发行人严格按照《公司法》《公司章程》及有关法律法规的要求规范运作，具有完善的法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整独立的业务体系和自主经营能力。

1、资产完整

发行人各发起人的出资均已足额缴纳，发行人与各股东之间产权关系明确。发行人合法拥有与生产经营有关的厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者

使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。发行人资产独立完整，公司对资产拥有完全的控制和支配权，不存在资产、资金被股东违规占用而损害公司利益的情况，不存在以承包、委托经营、租赁或其他类似方式依赖关联方进行生产经营的情况，具有开展生产经营所必备的独立完整的资产。

2、人员独立

公司建立健全了法人治理结构，董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》的相关规定产生。发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

3、财务独立

发行人已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。发行人拥有独立的银行账户，发行人未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。发行人依法独立进行纳税申报并缴纳税金，独立对外签订合同。

4、机构独立

发行人已依照《公司法》和《公司章程》设置股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

5、业务独立

发行人专业从事家用视频监控软硬件产品的研发、生产与销售。发行人拥有独立、完整的研发、采购、生产和销售系统。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（二）主营业务、控制权、管理团队稳定性情况

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东所持发行人的股份权属清晰，最近两年实际控

制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（三）影响持续经营的其他重大事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险、重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）同业竞争情况

公司实际控制人、控股股东为刘小宇和王爱军。除发行人及下属公司外，截至目前，实际控制人、控股股东不存在控制的其他企业，公司不存在同业竞争情形。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，发行人控股股东、实际控制人刘小宇、王爱军承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，本人及与本人关系密切的家庭成员（包括配偶、年满18周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母）未投资与发行人产品相同或相类似的企业，亦未直接或间接从事、参与或进行与发行人生产、经营相竞争的任何经营活动；

2、本承诺函出具后，作为发行人控股股东及实际控制人期间，本人将不会直接或间接投资与发行人产品相同或相类似的企业，亦不直接或间接从事、参与或进行与发行人的生产、经营相竞争的任何经营活动，以避免与发行人的生产经营构成直接或间接的竞争；

3、本承诺函出具后，作为发行人控股股东及实际控制人期间，本人保证将努力促使与本人关系密切的家庭成员不直接或间接投资与发行人产品相同或相类似的企业，亦不直接或间接从事、参与或进行与发行人的生产、经营相竞争的任何经营活动；

4、本人将不利用对发行人的实际控制关系进行损害发行人及发行人其他股东利益的经营活动；

5、本人承诺赔偿发行人因本人违反关于同业竞争的承诺而遭受或产生的任何损失或开支；

6、本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

九、关联方和关联交易

（一）关联方和关联关系

截至本招股说明书签署日，按照《公司法》《企业会计准则》及《上市规则》等法律、法规的相关规定，公司的主要关联方如下：

1、控股股东、实际控制人

刘小宇、王爱军为发行人的控股股东、实际控制人。

2、控股股东、实际控制人控制、共同控制的法人或其他组织

除发行人及其控股子公司外，控股股东、实际控制人不存在控制、共同控制的法人或其他组织。

3、持有发行人 5%以上股份的其他股东

除上述已披露的关联方之外，持有发行人 5%以上股份的其他股东还包括周瑞、宋云龙，其持股情况如下：

序号	关联方名称	与发行人的主要关系
1	周瑞	持有发行人 11.22%股权
2	宋云龙	持有发行人 11.22%股权

4、发行人的控股及参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人有 4 家一级子公司、4 家二级子公司、2 家三级子公司，报告期内注销 2 家子公司，不存在参股公司、分公司。具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况”。

5、发行人的董事、监事、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，发行人的董事、监事和高级管理人员具体可参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员与其他核心

人员简介”。

6、持有发行人 5%以上股份的其他股东及发行人的董事、监事、高级管理人员控制、共同控制或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

除上述已披露的关联方之外，持有发行人 5%以上股份的其他股东及发行人的董事、监事、高级管理人员控制、共同控制或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织如下：

序号	关联方名称	与发行人的主要关系
1	众人拾薪	发行人董事、副总经理苏娜担任其执行事务合伙人，杨学政持有 99.90%出资比例
2	深圳磐石	发行人监事聂洪丽担任其执行事务合伙人
3	深圳睿控	发行人董事、副总经理杨学政担任其执行事务合伙人
4	深圳睿祺	发行人董事、副总经理杨学政担任其执行事务合伙人

7、持有发行人 5%以上股份的自然人以及发行人董事、监事及高级管理人员关系密切家庭成员及其控制、共同控制或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织

除上述已披露的关联方之外，持有发行人 5%以上股份的自然人以及发行人董事、监事及高级管理人员关系密切家庭成员及其控制或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或其他组织为发行人的关联方。

与上述人员关系密切的家庭成员包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

8、其他关联方

按照实质重于形式的原则，发行人存在其他关联方如下：

序号	名称	与发行人的主要关系
1	华风安防	发行人共同实际控制人王爱军的表弟罗成（发行人前员工）持有其 100%股权，2022 年 2 月注销
2	深圳易览	董事周瑞之配偶王蓓蓓持有其 100%出资份额，发行人曾委托该公司设立两家海外子公司并开设店铺，报告期内解除委托关系。该公司已于 2022 年 2 月注销

9、报告期内曾经存在的主要关联方

（1）报告期内曾经存在的主要关联自然人

报告期内，发行人无曾经存在的主要关联自然人。

(2) 报告期内曾经存在的主要关联法人或其他组织

除发行人合并报表内注销子公司外，报告期内，发行人曾经存在的主要关联法人或其他组织如下所示：

序号	关联方名称	与发行人的主要关系
1	深圳市睿翼企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人董事、副总经理苏娜曾持其 93.33% 股权并担任执行事务合伙人，原拟作为员工持股平台，未实际开展过经营，已于 2021 年 3 月注销
2	睿联数位技术有限公司	发行人实际控制人曾控制企业，报告期内未从事任何经营活动，已于 2021 年 3 月注销
3	深圳市皓岚投资有限公司	发行人独立董事陈乘贝曾担任其总经理及执行董事，2020 年 10 月起均不再担任

(二) 报告期内的关联交易

1、支付给关联方的报酬

报告期内，公司支付给董事、监事及高级管理人员报酬之具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬”之“（一）薪酬总额”。该关联交易系经常性关联交易，未来将持续发生。

2、采购商品/接受劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	性质
华风安防	委托加工	-	582.76	581.22	15.99	经常性

报告期内，公司向华风安防采购的委托加工业务主要是成品包装、裸机加工服务，总体采购金额较小，报告期内分别占当期营业成本的 0.07%、1.22%、0.80%、0%。为规范该关联交易，2021 年 11 月公司已停止与华风安防关联交易，该关联方已于 2022 年 2 月注销。

3、关联担保情况

报告期内，公司的关联担保情况如下：

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	主债权是否已到期	担保是否已经履行完毕
刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞	500.00	2019.10.16	债务履行期届满后 2 年	是	是
刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞	500.00	2019.10.25	债务履行期届满后 2 年	是	是
刘小宇、梅玲、	5,000.00	2021.10.12	债务履行期届满	尚未发生	否

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	主债权是否已到期	担保是否已经履行完毕
王爱军、刘炜霞			后 3 年		

4、关联方应收应付款项余额

(1) 应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付款项	华风安防	-	-	-	-	-	-	14.01	-

(2) 应付项目

单位：万元

序号	项目	关联方	2022 年 06 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
1	应付账款	华风安防	-	-	6.99	-
2	其他应付款	王爱军	-	-	-	7.19
3	其他应付款	刘小宇	-	-	0.18	3.94
4	其他应付款	苏娜	-	-	-	2.40
5	其他应付款	杨学政	-	-	-	1.22
6	其他应付款	田冬笋	-	-	-	1.55
7	其他应付款	梅玲	-	-	-	1.06
8	其他应付款	刘炜霞	-	-	-	0.59
9	应付股利	王爱军	-	-	1,170.21	-
10	应付股利	刘小宇	-	-	1,170.21	-
11	应付股利	周瑞	-	-	585.49	-
12	应付股利	宋云龙	-	-	585.49	-
13	应付股利	杨学政	-	-	194.01	-

(3) 其他往来情况

报告期初，公司为清理历史资金往来款，存在与个别关联方资金往来情况，具体如下：

单位：万元

关联方	2022 年 06 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年其他应付款		
				2019 年 12 月 31 日	2019 年度还款	2019 年 1 月 1 日
睿联数位技术有	-	-	-	-	1,600.28	1,600.28

关联方	2022 年 06 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年其他应付款		
				2019 年 12 月 31 日	2019 年度 还款	2019 年 1 月 1 日
限公司						
王爱军	-	-	-	-	379.00	379.00
宋云龙	-	-	-	-	142.19	142.19
田冬笋	-	-	-	-	115.71	115.71

睿联数位技术有限公司系实际控制人曾控制的关联企业，于 2018 年拆借资金给发行人，2019 年发行人清理该资金往来款。报告期内，睿联数位技术有限公司未开展任何经营活动，已于 2021 年 3 月办理注销。王爱军、宋云龙、田冬笋系历史形成的资金往来余额，2019 年发行人清理该资金往来款。

除清理上述资金往来款，报告期内，发行人与关联方之间不存在其他非经营性资金往来情况。

5、报告期内关联交易简要汇总表

报告期内，公司与合并报表范围之外的关联方实际发生的关联交易总体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付给关联方的报酬	442.24	864.42	755.89	560.09
采购商品/接受劳务	-	582.76	581.22	15.99
拆入资金/拆出资金	详见关联方应收应付款项余额			
关联担保	详见关联担保情况			
项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
预付账款	-	-	-	14.01
应付账款	-	-	6.99	-
其他应付款	-	-	0.18	17.95
应付股利	-	-	3,705.39	-

十、发行人报告期内关联交易制度履行情况及独立董事意见

发行人已召开第一届董事会第七次会议和 2022 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于审议公司报告期内关联交易的议案》，对发行人报告期内的关联交易进行了确认。

发行人独立董事对报告期内关联交易发表意见，认为该等关联交易定价公允，不存

在为发行人承担费用、利益输送等特殊安排，对报告期内的关联交易予以确认，该等关联交易事项未对发行人的独立性构成影响，亦不存在损害公司及其股东利益的情形。

十一、报告期内关联方的变化情况

发行人报告期内关联方的变动情况具体参见本节之“九、关联方和关联交易”之“（一）关联方和关联关系”的相关内容。

十二、拟减少关联交易采取的措施

公司在日常经营活动中将尽量避免和减少关联交易，使关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。对于不可避免的关联交易，公司将严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度以及信息披露制度，并进一步完善公司独立董事制度，加强独立董事对关联交易的监督，保证关联交易的公平、公正、公开，避免关联交易损害公司及股东利益。

公司控股股东、实际控制人刘小宇、王爱军已就规范关联交易事宜出具《关于减少和规范关联交易的声明与承诺》，具体如下：

1、在作为控股股东、实际控制人期间，本人将尽量避免与公司发生关联交易；如与公司发生不可避免的关联交易，本人将严格按照有关法律、法规、规范性文件及公司章程的规定规范关联交易行为，遵循等价、有偿、公平交易的原则，并按有关规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证关联交易的公允性，保证不通过关联交易损害公司及其股东的合法权益。

2、本人有关关联交易的承诺将同样适用于本人控制的其他企业，本人将在合法权益内促成控制的企业履行上述有关关联交易承诺。

3、本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

同时，公司控股股东、实际控制人刘小宇、王爱军已就避免资金占用事宜出具《关于避免资金占用的承诺》，具体如下：

1、本人、本人所控制的关联企业在与发行人发生的经营性资金往来中，将严格限制占用发行人资金。

2、本人、本人所控制的关联企业不得要求发行人垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求发行人代为承担成本和其他支出。

3、本人、本人所控制的关联企业不谋求以下列方式将发行人资金直接或间接地提供给本人、本人所控制的关联企业使用，包括：（1）有偿或无偿地拆借发行人的资金给本人、本人所控制的关联企业使用；（2）通过银行或非银行金融机构向本人、本人所控制的关联企业提供委托贷款；（3）委托本人、本人所控制的关联企业进行投资活动；（4）为本人、本人所控制的关联企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；（5）代本人、本人所控制的关联企业偿还债务；（6）中国证监会认定的其他方式。

4、本人有关避免资金占用的承诺同样适用于本人控制的其他企业，本人将在合法权限内促成控制的企业履行上述有关避免资金占用的承诺。

本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经注册会计师审计的财务报表及其附注。除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并会计报表的数据为基础进行计算。本节的财务会计数据及有关说明反映了公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，公司提醒投资者关注财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、发行人报告期内的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资产	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
流动资产：	-	-	-	-
货币资金	113,443,499.17	67,768,683.88	80,068,545.57	46,829,024.44
以公允价值计量并变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	29,443,483.67	17,586,855.88	19,885,936.27	18,149,822.95
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	3,846,255.94	5,591,806.79	1,713,976.63	3,143,937.19
其他应收款	5,978,168.65	11,813,324.73	19,932,142.88	9,060,937.74
存货	479,346,687.14	411,343,492.90	308,331,263.57	150,214,756.29
合同资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	40,650,507.21	10,225,084.23	3,123,457.83	3,868,202.94
流动资产合计	672,708,601.78	524,329,248.41	433,055,322.75	231,266,681.55
非流动资产：	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-

资产	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
固定资产	1,369,799.23	582,779.95	363,802.24	605,988.14
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	14,872,004.08	8,253,282.49	-	-
无形资产	-	-	24,853.06	67,458.22
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	144,339.64	202,075.48	-	-
递延所得税资产	55,813,932.07	40,029,493.09	26,339,785.82	5,841,583.41
其他非流动资产	-	19,100.00	-	43,500.00
非流动资产合计	72,200,075.02	49,086,731.01	26,728,441.12	6,558,529.77
资产总计	744,908,676.80	573,415,979.42	459,783,763.87	237,825,211.32
负债和股东权益		-	-	-
流动负债:		-	-	-
短期借款	-	-	-	9,350,000.00
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	158,642,896.10	105,741,549.41	113,470,850.91	59,594,295.43
预收款项	-	-	-	4,210,351.54
合同负债	14,180,176.92	7,915,346.53	9,275,989.49	-
应付职工薪酬	15,192,305.10	20,214,534.91	16,894,280.38	12,748,328.69
应交税费	46,193,289.33	51,659,609.12	45,537,970.58	21,844,595.42
其他应付款	15,619,680.21	15,677,417.10	54,283,328.02	7,814,213.73
一年内到期的非流动负债	10,008,885.54	5,731,657.44	-	-
其他流动负债	9,853,356.72	8,397,316.97	6,437,144.78	3,226,411.36
流动负债合计	269,690,589.92	215,337,431.48	245,899,564.16	118,788,196.17
非流动负债:	-	-	-	-
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
租赁负债	5,316,635.16	2,974,297.82	-	-

资产	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
长期应付款		-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	5,316,635.16	2,974,297.82	-	-
负债合计	275,007,225.08	218,311,729.30	245,899,564.16	118,788,196.17
股东权益：	-	-	-	-
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	32,600,000.00	30,001,031.00
资本公积	149,281,031.86	139,580,629.63	30,564,421.88	17,388,500.00
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	450,851.01	-3,726,800.37	-1,044,264.74	183,874.24
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	32,407,077.28	18,523,599.48	16,300,000.00	6,324,176.32
未分配利润	197,762,491.57	110,726,821.38	135,464,042.57	65,139,433.59
归属于母公司所有者权益	469,901,451.72	355,104,250.12	213,884,199.71	119,037,015.15
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	469,901,451.72	355,104,250.12	213,884,199.71	119,037,015.15
负债和股东权益总计	744,908,676.80	573,415,979.42	459,783,763.87	237,825,211.32

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业总收入	707,839,125.25	1,367,211,374.68	960,046,463.22	524,566,362.55
其中：营业收入	707,839,125.25	1,367,211,374.68	960,046,463.22	524,566,362.55
二、营业总成本	577,429,782.35	1,073,566,083.86	734,689,578.23	457,980,013.05
其中：营业成本	414,170,914.08	724,295,487.07	477,586,754.31	244,505,152.97
税金及附加	822,927.74	7,284,953.44	5,833,228.54	3,757,732.70
销售费用	129,614,903.04	245,415,217.30	167,005,338.83	152,782,605.94
管理费用	14,620,703.91	19,927,287.04	23,327,700.90	11,531,762.12

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	29,418,062.17	47,283,858.89	32,451,225.51	40,766,406.90
财务费用	-11,217,728.59	29,359,280.12	28,485,330.14	4,636,352.42
加：资产减值损失（损失以“-”号填列）	-14,404,001.88	-17,265,973.89	-7,672,968.74	-12,088,177.77
信用减值损失（损失以“-”填列）	-820,554.76	217,112.64	-914,676.00	136,909.98
投资收益（损失以“-”填列）	184,345.67	139,542.64	-	1,443.88
其他收益	1,420,117.43	8,782,339.76	1,214,575.06	1,049,014.89
三、营业利润（损失以“-”填列）	116,789,249.36	285,518,311.97	217,983,815.31	55,685,540.48
加：营业外收入	307,254.51	447,884.86	195,118.29	362,266.13
减：营业外支出	1,097,245.61	1,401,844.08	1,046,220.80	887,632.67
四、利润总额（损失以“-”填列）	115,999,258.26	284,564,352.75	217,132,712.80	55,160,173.94
减：所得税费用	15,080,110.27	35,968,522.41	31,332,280.14	14,430,966.74
五、净利润（损失以“-”填列）	100,919,147.99	248,595,830.34	185,800,432.66	40,729,207.20
归属于母公司所有者的净利润	100,919,147.99	248,595,830.34	185,800,432.66	40,729,207.20
少数股东损益	-	-	-	-

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：	-			
销售商品、提供劳务收到的现金	629,732,882.91	1,198,993,589.57	865,042,740.84	476,727,150.10
收到的税费返还	32,860,412.71	109,571,744.00	60,669,443.33	48,581,546.59
收到的其他与经营活动有关的现金	1,799,190.27	9,421,451.31	1,771,677.79	1,021,631.42
现金流入小计	664,392,485.89	1,317,986,784.88	927,483,861.96	526,330,328.11
购买商品、接受劳务支付的现金	468,204,008.07	884,860,152.16	623,819,135.74	346,851,317.75
支付给职工以及为职工支付的现金	58,035,478.10	87,193,020.86	56,669,784.86	45,932,396.84
支付的各项税费	34,326,654.44	127,112,764.30	85,094,725.33	34,319,405.69
支付的其他与经营活动有关的现金	32,237,064.64	70,505,862.39	48,669,416.82	83,960,091.36
现金流出小计	592,803,205.25	1,169,671,799.71	814,253,062.75	511,063,211.64

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	71,589,280.64	148,314,985.17	113,230,799.21	15,267,116.47
二、投资活动产生的现金流量：	-			
收回投资所收到的现金	75,000,000.00	43,500,000.00	-	689,812.09
取得投资收益所收到的现金	184,345.67	139,542.64	-	1,443.88
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	-	-	800.00	3,101.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	75,184,345.67	43,639,542.64	800.00	694,356.97
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,091,660.99	843,433.86	174,294.74	495,853.05
投资所支付的现金	75,000,000.00	43,500,000.00	-	689,812.09
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流出小计	76,091,660.99	44,343,433.86	174,294.74	1,185,665.14
投资活动产生的现金流量净额	-907,315.32	-703,891.22	-173,494.74	-491,308.17
三、筹资活动产生的现金流量：	-			
吸收投资所收到的现金	-	900,000.00	2,598,969.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	-	10,000,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	-	900,000.00	2,598,969.00	10,000,000.00
偿还债务所支付的现金	-	-	9,350,000.00	650,000.00
分配股利或偿付利息所支付的现金	20,479,680.00	136,520,320.00	65,636,158.61	68,268.11
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	7,485,166.14	7,567,454.98	-	380,016.40
现金流出小计	27,964,846.14	144,087,774.98	74,986,158.61	1,098,284.51
筹资活动产生的现金流量净额	-27,964,846.14	-143,187,774.98	-72,387,189.61	8,901,715.49

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	2,947,678.45	-16,718,739.48	-7,417,069.97	2,345,839.21
五、现金及现金等价物净增加额	45,664,797.63	-12,295,420.51	33,253,044.89	26,023,363.00
加：期初现金及现金等价物余额	67,578,138.11	79,873,558.62	46,620,513.73	20,597,150.73
六、期末现金及现金等价物余额	113,242,935.74	67,578,138.11	79,873,558.62	46,620,513.73

二、关键审计事项及会计师事务所的审计意见

（一）关键审计事项

1、收入确认

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售。公司采取线上销售平台销售为主，线下销售为辅的销售模式。由于营业收入是公司关键业绩指标之一，可能存在公司管理层通过不恰当的收入确认以达到特定目标或预期的固有风险。同时，由于线上销售平台销售金额重大、其交易频繁、终端客户难以追踪及高度依赖线上销售平台后台数据，使得收入存在可能被确认于不正确的期间或被操控以达到目标或预期水平的固有风险。同时，线上销售存在无理由退货等销售退回情形，对平均退货率的估计涉及到管理层判断。因此，将收入确认确定为关键审计事项。

2、存货

报告期各期末公司存货金额重大，且境外存货占比较高，公司境外存货主要采用第三方专业仓储服务提供商（包括亚马逊 FBA 服务）代发货服务模式，由其提供仓储、配送、退货等相应服务，并承担仓储期间发生损失或损害的补偿责任，以及配送货物被损坏、丢失时支付货物的价值。由于亚马逊 FBA 服务模式和在途商品特点，无法对该部分存货实施监盘程序，因此将存货存在性作为关键审计事项。

（二）会计师事务所的审计意见

容诚会计师接受公司委托，审计了公司财务报表，包括 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了标准

无保留意见的“容诚审字[2022]518Z0477号”《审计报告》。

申报会计师认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了睿联技术 2022 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2022 年 1-6 月、2021 年度、2020 年度、2019 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、财务报表编制基准及合并财务报表范围

（一）财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。此外，公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）披露有关财务信息。

公司对自报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响公司持续经营能力的事项，公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（二）合并财务报表范围及变化情况

公司报告期内纳入合并范围的子公司情况如下表：

序号	公司名称	纳入合并范围时间
1	深圳市睿联数字技术有限公司	2019 年 1 月-2022 年 6 月
2	Ezcloud Innovation Limited（香港易云）	2019 年 1 月-2022 年 6 月
3	Easy Home Innovation Limited（香港易览）	2019 年 1 月-2022 年 6 月
4	Reolink Innovation Limited（香港睿联）	2019 年 1 月-2022 年 6 月
5	Eztech Digital Inc.（美国特克）	2019 年 1 月-2022 年 6 月
6	深圳市百川视界软件有限公司	2019 年 1 月-2020 年 8 月
7	Ezcloud Communication Inc.（美国易通）	2019 年 1 月-2020 年 12 月
8	武汉市睿联视界技术有限公司	2021 年 3 月-2022 年 6 月
9	Eztech Digital GmbH（德国特克）	2022 年 2 月-2022 年 6 月
10	Ezcloud Innovation Inc.（美国易云）	2022 年 4 月-2022 年 6 月
11	Reolink Innovation Inc.（美国睿联）	2022 年 4 月-2022 年 6 月

注：深圳市百川视界软件有限公司已于 2020 年 8 月注销；Ezcloud Communication Inc.已于 2020 年 12 月注销。武汉市睿联视界技术有限公司于 2021 年 3 月新设；Eztech Digital GmbH、Ezcloud Innovation Inc.、Reolink Innovation Inc.分别于 2022 年 2 月、2022 年 4 月和 2022 年 4 月新设。

四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，以线上平台为主要销售渠道，重点面向海外消费市场。影响公司收入的主要因素包括市场需求和公司竞争力两方面：

从市场需求端出发，伴随着网络及通信基础设施持续完善，远程视频监控及看护需求日益增加，智能家居应用及智慧家庭理念加快渗透，业内厂商针对消费类市场可靠、安全、便捷、智能的家用视频监控需求，研发推出各类具备远程实时监控、智能识别、智能预警等功能的视频监控产品，用户体验越来越好，产品迭代周期不断缩短，拓宽了消费类市场需求空间，推动家用视频监控进入发展新阶段。同时，伴随欧美发达国家零售线上化大趋势，且欧美发达国家以别墅等独栋住宅为主，对于家用视频监控需求尤为刚性，成为全球家用视频监控新兴产品率先应用渗透领域，为国内兼具技术创新与品牌运营实力的厂商，背靠本土产业链，通过线上跨境销售渠道，实现跨越式发展创造了新的机遇。

从公司竞争力出发，在技术方面，公司视技术创新为根本驱动力，通过十余年的自主研发创新积累，逐步搭建起了模块化的家用视觉系统技术创新平台，在家用视频监控领域的技术优势愈发凸显。在竞争策略方面，公司采取差异化策略，对细分产品做深做透，具体产品型号众多，应用场景覆盖面广，是业内少有的拥有全系列家用视频监控产品的品牌商，具有明显的产品线布局优势。在品牌方面，公司依托高效化的自主品牌运营平台，不断深化以亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台为主的销售渠道，提升自主品牌影响力，并逐步布局海外线下渠道，拓展销售渠道广度。

综上，公司通过把握行业发展契机，不断加大技术研发和品牌推广力度，提升产品竞争力和品牌知名度，营业收入近三年来保持高速增长。

2、影响公司成本的主要因素

公司通过自主研发形成产品的技术资料，再根据产品技术资料向供应商采购通用料件、定制料件，并通过委托加工为主方式，生产出家用摄像机单机、套装产品，在这种研发、采购、生产模式下，公司成本中直接材料成本占比最大。因此，影响公司成本的主要因素是采购的通用料件、定制料件价格。报告期内，公司主要材料包括 IC 芯片、硬盘、结构件等。若上述材料价格出现大幅上涨时，而公司未及时调整产品售价，可能将对公司的生产经营产生较大影响，从而影响到公司盈利水平和经营业绩。在生产经营过程中，公司对上游供应链的把控和议价能力、不同物流配送渠道的选择均会对公司成本构成影响。

3、影响公司费用的主要因素

公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用及财务费用。**报告期内**，公司期间费用占营业收入的比例分别为 39.98%、26.17%、25.01%及 **22.95%**。销售费用是公司期间费用中占比最大的费用。

销售费用主要包括销售平台费、市场推广费、职工薪酬等，**报告期内**，上述费用合计占销售费用的比例均在 90%以上。销售平台佣金比例的变动以及公司在产品市场推广方面的投入、职工薪酬变动，均会导致公司销售费用出现波动。

公司所处行业属于技术密集型行业，公司根据市场需求和技术进步，需要持续增加研发投入，不断推出新产品以巩固公司的竞争优势。近年来国内人工成本持续上升，随着公司经营规模的扩大，薪酬水平支出将会进一步增加。此外，公司主要以境外销售为主，境外的销售收入大多以外币结算，若外币兑人民币汇率下跌幅度大，会对公司的盈利水平产生较大影响。

4、影响公司利润的主要因素

除上述因素会对公司的利润产生重要影响外，报告期内公司资产减值的计提情况、各项税收政策和税收优惠情况、政府补助等因素对公司的净利润水平也具有一定的影响。

（二）发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

公司管理层认为，公司收入增长率、毛利率等财务指标对公司具有核心意义，其变动对业绩变动具有较强预示作用。

1、收入增长率

收入增长率可以用来判断公司当前业务的经营情况，及公司业务的发展趋势。报告期内，公司营业收入分别为 52,456.64 万元、96,004.65 万元、136,721.14 万元及 **70,783.91 万元**，2019 年至 2021 年年均复合增长率为 61.44%。

2、毛利率及净利率

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入（万元）	70,783.91	136,721.14	96,004.65	52,456.64
营业成本（万元）	41,417.09	72,429.55	47,758.68	24,450.52
毛利率	41.49%	47.02%	50.25%	53.39%
净利率	14.26%	18.18%	19.35%	7.76%

注：2019 年度营业成本不包括运费，2020 年度、2021 年度根据新收入准则营业成本包括运费。

随着公司规模的不不断扩大，2020 年度、2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 公司净利率水平较 2019 年度有明显上升。未来，随着运营效率和品牌溢价的进一步加强，预计公司能维持较高的利润率水平。

3、影响公司业绩变动的主要非财务指标

持续的技术创新能力及持续的品牌运营和销售渠道拓展能力是影响公司业绩变动的主要非财务指标。

一方面，公司专注于家用视频监控产品，采取差异化的细分竞争策略，瞄准具有高附加值的细分市场需求，通过不断的研发投入和技术创新，持续推出优质的新产品，根据市场反馈对产品进行迭代优化，从而形成较高技术壁垒。持续的技术创新能力会成为影响公司业绩变动的重要因素。

另一方面，公司基于自主品牌“Reolink”，主要针对海外市场，深入拓展亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上渠道，并逐步大力拓展线下销售渠道，扩大品牌影响力，持续的品牌运营和销售渠道拓展能力会成为影响公司业绩变动的重要因素。

五、财务会计信息披露相关的重要性水平判断标准与选取同行业可比公司的标准

（一）与财务会计信息相关的重要性水平判断标准

会计师综合考虑了相关法规对财务会计的要求、发行人的经营规模及业务性质、内部控制与审计风险的评估结果、会计报表各项目的性质及其相互关系、会计报表各项目的金额及其波动幅度等因素，结合发行人报告期利润总额水平，确定以报告期各年度的合并报表利润总额的 5%作为发行人合并报表层次的重要性水平。

（二）选取同行业可比公司的标准

公司产品属于消费电子产品大类中的家用视频监控产品。

在 A 股上市公司中，安联锐视、同为股份、汉邦高科、萤石网络、大华股份等企业的主营产品与公司有一定相似性，但前述企业主要针对国内客户或者主要是通过线下 B2B 方式销售，而公司主要采用亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台对境外的终端客户进行销售，主要客户群体、业务模式与上述企业存在区别，故前述企业均未选择为财务部分的可比公司。

公司选择 A 股上市公司中主营消费电子产品且主要通过线上平台实现海外销售或海外线上平台销售占比较大的企业安克创新、华宝新能、影石创新为公司的可比公司。另外在个别涉及销售模式的分析事项中，例如收入确认模式，会参考主营跨境电商业务但销售产品类型或生产模式与公司有明显差异的企业如赛维时代、三态电子等。

上述同行业可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性作出判断。

六、发行人采用的主要会计政策和会计估计

公司关键审计事项包括收入确认、存货，本节仅披露收入确认、存货等报告期内对公司财务状况和经营成果有重大影响的主要会计政策和会计估计，其他会计政策和会计估计详见审计报告财务报表附注相关内容。

（一）收入

1、公司收入确认方法

公司收入确认的具体方法如下：

（1）商品销售合同

公司与客户之间的销售商品合同包含转让产品的履约义务，属于在某一时点履行履约义务。公司按销售模式划分为线上销售和线下销售两种模式，其中：

线上销售收入确认需满足以下条件：客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，公司根据合同约定将产品交付给客户，取得平台结算证明文件、商品妥投或预计妥投时确认收入；

线下销售收入确认需满足以下条件：对于线下**境内**销售，双方签订合同，公司已按合同（订单）约定将产品交付给购货方，且相关对价已收回时确认收入；对于线下**境外**销售，公司主要采用 FOB 的销售方式，公司在货物报关离港并取得报关单据后确认收入。

（2）提供服务合同

公司与客户之间的提供服务合同，由于公司履约的同时客户即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，在服务提供期间平均分摊确认。

2、同行业可比公司的收入确认政策

公司可比公司安克创新、华宝新能、影石创新的收入确认政策如下表：

名称	业务	收入确认方式
安克创新	线上销售	公司销售的产品无需安装，仅包含产品销售一项履约义务，在货物配送交货给客户后，满足合同中的履约义务已完成，表明客户已取得相关商品控制权。于此时确认收入。具体来说，对于通过亚马逊、eBay 平台销售的收入确认政策系按照 Amazon 结算单或销售发货时点作为收入确认依据或时点。
	线下销售	对于线下销售，双方签订合同，客户直接向公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则判定风险报酬转移时点，以条件满足时确认收入。
华宝新能	线上销售	对于亚马逊、日本乐天、日本雅虎，公司在电商平台上开设自营店铺直接面向终端消费者销售，终端消费者通过在第三方电商平台下订单，线上销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给终端销售者，公司取得平台结算证明文件时确认收入；对于品牌官网，

名称	业务	收入确认方式
		公司在电商平台上开设自营店铺直接面向终端消费者销售，终端消费者通过在自营网站下订单，公司将产品运输至指定地点并由其签收确认后确认收入。
	线下销售	对于线下国外销售，公司主要采用 FOB 销售方式，在报关装船时，并经海关放行时确认收入。
影石创新	线上销售	对于第三方电商平台、公司官方商城，公司收到客户订单后发货，在系统默认签收或消费者确认签收的时点确认销售收入。
	线下销售	对于境外销售，在 FOB 模式下，办理完出口报关手续取得报关单，商品控制权转移给线下经销商，以报关单出口日期确认收入。

另外，在销售模式上与公司类似的赛维时代、三态电子的收入确认方式如下表：

名称	业务	收入确认方式
赛维时代	商品销售	客户通过在自营网站和第三方销售平台下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，销售平台负责将商品配送给客户或者公司委托物流公司配送交付予客户，商品已妥投或者平台已结算，于此时确认收入。
三态电子	商品销售	客户通过线上销售平台下单，公司委托物流公司配送交货给客户，在客户已取得商品控制权时确认收入，即在包裹妥投时点确认收入。

综上所述，公司收入确认方式具有合理性。

（二）存货

1、存货的分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料、委托加工物资、在产品、库存商品、发出商品、在途商品等。

2、发出存货的计价方法

公司存货发出时采用加权平均法计价。

3、存货的盘存制度

公司存货采用永续盘存制，每年至少盘点一次，盘盈及盘亏金额计入当年度损益。

4、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

(1) 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

(2) 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

(3) 存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

(4) 资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

5、周转材料的摊销方法

(1) 低值易耗品摊销方法：在领用时采用一次转销法。

(2) 包装物的摊销方法：在领用时采用一次转销法。

(三) 重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

(1) 2019年4月30日，财政部发布的《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2019】6号），对一般企业财务报表格式进行了修订。2019年9月19日，财政部发布了《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会【2019】16号），对合并财务报表格式进行了修订，与财会【2019】6号文配套执行。

公司根据财会【2019】6号、财会【2019】16号规定进行财务报表列报。

(2) 财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》（财会【2017】7号）、《企业会计准则第23号—金融资产转移》（财会【2017】8号）、《企业会计准则第24号—套期会计》（财会【2017】9号），于2017

年5月2日发布了《企业会计准则第37号—金融工具列报》（财会【2017】14号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。公司于2019年1月1日执行上述新金融工具准则，对会计政策的相关内容进行调整。

于2019年1月1日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，按照新金融工具准则的规定，对金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整，将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日（即2019年1月1日）的新账面价值之间的差额计入2019年1月1日的留存收益或其他综合收益。执行该准则对公司财务报表不产生影响。

（3）2019年5月9日，财政部发布《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》（财会【2019】8号），根据要求，对2019年1月1日至执行日之间发生的非货币性资产交换，根据该准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不进行追溯调整，公司于2019年6月10日起执行本准则，执行该准则对公司财务报表不产生影响。

（4）2019年5月16日，财政部发布《企业会计准则第12号—债务重组》（财会【2019】9号），根据要求，公司对2019年1月1日至执行日之间发生的债务重组，根据该准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的债务重组，不进行追溯调整，公司于2019年6月17日起执行本准则，执行该准则对公司财务报表不产生影响。

（5）2017年7月5日，财政部发布了《企业会计准则第14号—收入》（财会【2017】22号）（以下简称“新收入准则”）。要求境内上市企业自2020年1月1日起执行新收入准则。公司于2020年1月1日执行新收入准则，对会计政策的相关内容进行调整。

新收入准则要求首次执行该准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。在执行新收入准则时，仅对首次执行日尚未完成的合同的累计影响数进行调整。

上述会计政策的累积影响数如下：

因执行新收入准则，公司合并财务报表相应调整2020年1月1日合同负债4,210,351.54元、预收款项-4,210,351.54元。公司母公司财务报表相应调整2020年1月1日合同负债0元、预收款项0元。

(6) 2019 年 12 月 10 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 13 号》。公司于 2020 年 1 月 1 日执行该解释，对以前年度不进行追溯。

(7) 2018 年 12 月 7 日，财政部发布了《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并按《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制财务报表的企业自 2019 年 1 月 1 日起实施；其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起实施，其中母公司或子公司在境外上市且按照《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制其境外财务报表的企业可以提前实施。公司于 2021 年 1 月 1 日执行新租赁准则，对会计政策的相关内容进行调整。

对于首次执行日前已存在的合同，公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

对于首次执行日之后签订或变更的合同，公司按照新租赁准则中租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁。

公司作为承租人：

公司选择首次执行新租赁准则的累积影响数调整首次执行当年年初（即 2021 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整：

①对于首次执行日前的经营租赁，公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日承租人增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额及预付租金进行必要调整计量使用权资产。

②在首次执行日，公司对使用权资产进行减值测试并进行相应会计处理。

公司首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。除此之外，公司对于首次执行日前的经营租赁，采用下列一项或多项简化处理：

将于首次执行日后 12 个月内完成的租赁，作为短期租赁处理；

计量租赁负债时，具有相似特征的租赁采用同一折现率；

使用权资产的计量不包含初始直接费用；

存在续租选择权或终止租赁选择权的，公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

作为使用权资产减值测试的替代，公司根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

首次执行日之前发生租赁变更的，公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

上述会计政策的累积影响数如下：

因执行新租赁准则，公司合并财务报表相应调整 2021 年 1 月 1 日使用权资产 4,843,330.39 元、租赁负债 0 元，一年内到期的非流动负债 4,843,330.39 元。公司母公司财务报表相应调整 2020 年 1 月 1 日使用权资产 4,843,330.39 元、租赁负债 0 元，一年内到期的非流动负债 4,843,330.39 元。

于 2021 年 1 月 1 日，公司及母公司将原租赁准则下披露重大经营租赁尚未支付的最低经营租赁付款调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下：

单位：元

项 目	公司（合并）	母公司
2020 年 12 月 31 日重大经营租赁最低租赁付款额	4,979,566.63	4,979,566.63
减：采用简化处理的最低租赁付款额	-	-
其中：短期租赁	-	-
剩余租赁期超过 12 个月的低价值资产租赁	-	-
2021 年 1 月 1 日新租赁准则下最低租赁付款额	4,979,566.63	4,979,566.63
2021 年 1 月 1 日增量借款利率加权平均值	4.25%	4.25%
2021 年 1 月 1 日租赁负债	4,843,330.39	4,843,330.39
列示为：	-	-
一年内到期的非流动负债	4,843,330.39	4,843,330.39
租赁负债	-	-

（8）2021 年 1 月 26 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 14 号》（财会[2021]1 号）（以下简称“解释 14 号”），自公布之日起施行，公司自 2021 年 1 月 26 日起执行该解释，执行解释 14 号对公司财务报表无影响。

（9）2021 年 12 月 30 日，财政部发布了《企业会计准则解释第 15 号》（财会[2021]35 号）（以下简称“解释 15 号”），其中“关于资金集中管理相关列报”内容自公布之日起施行，公司自 2021 年 12 月 30 日起执行该规定，执行资金集中管理相关列报规定对公司财务报表无影响。

解释 15 号中“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”（以下简称“试运行销售的会计处理规定”）和“关于亏损合同的判断”内容自 2022 年 1 月 1 日起施行。执行这两项规定对公司财务报表无影响。

2、重要会计估计变更

本报告期内，公司无重大会计估计变更。

3、首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

单位：元

合并资产负债表	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
预收款项	4,210,351.54	-	-4,210,351.54
合同负债	-	4,210,351.54	4,210,351.54

各项目调整情况说明：于 2020 年 1 月 1 日，公司将与商品销售和提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债

4、首次执行新租赁准则和解释 14 号调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

单位：元

合并资产负债表	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整数
使用权资产	-	4,843,330.39	4,843,330.39
租赁负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	4,843,330.39	4,843,330.39

（续）

单位：元

母公司资产负债表	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整数
使用权资产	-	4,843,330.39	4,843,330.39
租赁负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	4,843,330.39	4,843,330.39

于 2021 年 1 月 1 日，对于首次执行日前的经营租赁，公司采用首次执行日前增量借款利率折现后的现值计量租赁负债，金额为 4,843,330.39 元，其中将于一年内到期的金额 4,843,330.39 元重分类至一年内到期的非流动负债。公司按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产（或根据每项租赁按照假设自租赁期开始日即采用新租赁准则的账面价值计量使用权资产），金额为 4,843,330.39 元。

七、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策

（一）税种及税率

1、主要税种及税率

税种	计税基数	税率
增值税	销售货物或提供劳务	应税收入按 16%、13% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计缴增值税；出口货物享受“免抵退”税收政策
城市维护建设税	应缴纳流转税税额	7%
教育费附加	应缴纳流转税税额	3%
地方教育费附加	应缴纳流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	见下表
境外间接税	根据不同国家与地区的法规要求根据适用税率计缴	

2、增值税

公司发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17% 税率。根据《财政部、国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32 号）规定，自 2018 年 5 月 1 日起，适用税率调整为 16%；根据《财政部、国家税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、国家税务总局、海关总署公告[2019]39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，适用税率调整为 13%。

3、所得税

报告期内，发行人各主体的所得税率具体情况如下表：

纳税主体名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
睿联技术	15%	15%	15%	25%
睿联数字	25%	25%	25%	25%
百川视界（已注销）	不适用	不适用	12.5%	12.5%
武汉睿联	20%	20%	不适用	不适用
香港易云	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港元以内适用 8.25%，200 万港元以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港元以内适用 8.25%，200 万港元以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港元以内适用 8.25%，200 万港元以上适用 16.5%
香港易览				
香港睿联				
美国特克	州所得税：适用各州的所得税率 联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率	州所得税：适用各州的所得税率	州所得税：适用各州的所得税率

纳税主体名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
		联邦所得税： 21%	联邦所得税： 21%	联邦所得税： 21%
美国易通（已注销）	不适用	不适用		
德国特克	15%	不适用	不适用	不适用
美国易云	州所得税：适用 各州的所得税率 联邦所得税：21%	不适用	不适用	不适用
美国睿联	州所得税：适用 各州的所得税率 联邦所得税：21%	不适用	不适用	不适用

4、境外消费税、增值税

（1）美国销售税

计税依据	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应税销售收入	1.76%-9.55%	1.76%-9.75%	2.60%-10.50%	1.76%-10.02%

（2）欧洲增值税（VAT）

计税依据	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
含税销售额按适用税率计算销项税，减去进项税后的差额缴纳，进口增值税可以退税	适用9个欧盟成员国+英国，税率范围在19%-25%	适用10个欧盟成员国，税率范围在19%-25%	适用10个欧盟成员国，税率范围在16%-25%	适用8个欧盟成员国，税率范围在19%-23%

（二）税收优惠

1、公司于 2020 年 12 月 11 日取得深圳市科技创新委员会、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局颁发的编号为 GR202044202867 的《高新技术企业证书》，认定为国家级高新技术企业，认定有效期为 3 年。2020-2022 年减按 15% 的税率缴纳企业所得税。

2、根据《财政部、国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税〔2011〕100 号）规定，增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按 17.00% 的法定税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。据此，子公司百川视界销售自行开发的软件产品实行增值税即征即退政策。

3、根据《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税〔2012〕27 号）第三条的规定：“我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在 2017 年 12 月 31 日前自获利年度

起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，公司之子公司百川视界 2019 年和 2020 年适用 12.5%的优惠税率。

4、根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例、《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号），对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《财政部 税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（2021 年第 12 号），自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业和个体工商户年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在现行优惠政策基础上，再减半征收所得税。公司子公司武汉睿联符合小型微利企业条件，2021 年度、**2022 年 1-6 月**应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 12.5%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

公司对上述税收优惠政策不存在严重依赖，具有可持续性，相关税收政策变动可能对发行人未来业绩不会产生重大不利影响。

八、分部信息

公司不存在独立承担不同于其他组成部分风险和报酬、可区分的业务分部或区域分部。

九、非经常性损益

根据中国证监会颁布的《公开发行证券的公司的信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（证监会公告〔2008〕43 号）的规定，公司编制了最近三年**一期**非经常性损益明细表，并由容诚会计师出具了《非经常性损益的鉴证报告》（**容诚专字[2022]518Z0608 号**）。

报告期内，公司非经常性损益的具体内容、金额及扣除非经常性损益后的净利润金额如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	-	-	0.07	-2.75

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	114.47	847.03	114.36	104.90
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	18.43	13.95	-	0.14
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-79.00	-95.40	-85.18	-49.79
因股份支付确认的费用	-	-	-937.42	-1,738.85
其他符合非经营性损益定义的损益项目	27.55	31.20	7.10	-
小计	81.45	796.79	-901.07	-1,686.34
减：非经常性损益相应的所得税影响	10.97	117.65	4.02	7.07
非经常性损益净额	70.48	679.14	-905.09	-1,693.41
减：归属于少数股东的非经常性损益净额	-	-	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	70.48	679.14	-905.09	-1,693.41
归属于母公司普通股股东的净利润	10,091.91	24,859.58	18,580.04	4,072.92
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	10,021.44	24,180.45	19,485.13	5,766.33
非经常性损益影响的净利润占归属于母公司普通股股东的净利润比例	0.70%	2.73%	-4.87%	-41.58%

报告期内，发行人扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润分别为 5,766.33 万元、19,485.13 万元、24,180.45 万元和 10,021.44 万元，发行人非经常性损益影响的净利润占归属于母公司普通股股东的净利润比例分别为-41.58%、-4.87%、2.73%和 0.70%。2019 年发行人非经常性损益金额较高，主要系公司因股份支付确认了较高的费用所致。

十、财务指标

（一）主要财务指标

根据最近三年一期经审计之财务报表数据，公司主要财务指标如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
流动比率（倍）	2.49	2.43	1.76	1.95
速动比率（倍）	0.72	0.52	0.51	0.68
资产负债率（合并报表）（%）	36.92	38.07	53.48	49.95
资产负债率（母公司）（%）	26.67	27.84	43.92	43.15
应收账款周转率（次）	28.60	69.32	47.96	33.43
存货周转率（次）	0.88	1.92	1.98	1.84
利息保障倍数（倍）	438.35	565.56	1,595.70	808.99
息税折旧摊销前利润（万元）	12,081.13	29,294.43	21,759.31	5,551.98
归属于母公司所有者的净利润（万元）	10,091.91	24,859.58	18,580.04	4,072.92
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润（万元）	10,021.44	24,180.45	19,485.13	5,766.33
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.80	1.65	3.47	0.51
每股净现金流量（元）	0.51	-0.14	1.02	0.87
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）	0.00	0.00	0.01	0.06
归属于母公司股东的每股净资产（元）	5.22	3.95	6.56	3.97
研发支出占营业收入比（%）	4.16	3.46	3.38	7.77
2019-2021年度营业收入复合增长率	61.44%			
2019-2021年度归属于母公司股东净利润复合增长率	147.06%			
2019-2021年度研发费用复合增长率	7.70%			
2019-2021年度研发费用复合增长率（剔除股份支付）	33.66%			

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额×100%
- 4、应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均账面余额
- 5、存货周转率（次）=营业成本/存货平均账面余额
- 6、利息保障倍数（倍）=（利润总额+计入财务费用的利息支出）/（计入财务费用的利息支出+资本化利息支出）
- 7、息税折旧摊销前利润=净利润+利息费用+所得税+固定资产折旧+使用权资产折旧+长期待摊费用摊销和无形资产摊销
- 8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/股本
- 9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/股本
- 10、无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）账面价值/净资产×100%
- 11、归属于母公司股东的每股净资产=归属于母公司所有者权益/股本
- 12、研发支出占营业收入比=研发费用/营业收入×100%

（二）净资产收益率及每股收益

根据公司最近三年一期经审计之财务报表数据，公司净资产收益率和每股收益指标如下：

报告期利润		加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2022年1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	24.37	1.12	1.12
	扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	24.20	1.11	1.11
2021年度	归属于公司普通股股东的净利润	72.98	2.76	2.76
	扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	70.98	2.69	2.69
2020年度	归属于公司普通股股东的净利润	71.31	2.10	2.10
	扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	74.79	2.21	2.21
2019年度	归属于公司普通股股东的净利润	50.52	0.49	0.49
	扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	71.52	0.70	0.70

上表指标的计算公式如下：

- 1、基本每股收益= $P / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0)$
- 2、稀释每股收益= $(P + \text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} \times (1 - \text{所得税率}) - \text{转换费用}) / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 + \text{认股权证、期权行权增加股份数})$
- 3、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0)$ ，其中：P为报告期利润；E₀为归属于母公司的期初净资产，E_i为报告期内发行新股或债转股等新增的、归属于母公司股东的净资产，E_j为报告期回购或现金分红等减少的、归属于母公司股东的净资产；NP为报告期归属于母公司的净利润；S₀为期初股份总数；S₁为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j为报告期因回购或缩股等减少股份数；M₀为报告期月份数；M_i为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十一、经营成果分析

（一）报告期内经营成果总体情况

报告期内，公司总体经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额	同期增幅	金额	同期增幅	金额	同期增幅	
一、营业收入	70,783.91	9.46%	136,721.14	42.41%	96,004.65	83.02%	52,456.64
二、营业利润	11,678.92	-12.93%	28,551.83	30.98%	21,798.38	291.45%	5,568.55
加：营业外收入	30.73	-	44.79	-	19.51	-	36.23

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	同期增幅	金额	同期增幅	金额	同期增幅	
减：营业外支出	109.72	-	140.18	-	104.62	-	88.76
三、利润总额	11,599.93	-12.72%	28,456.44	31.06%	21,713.27	293.64%	5,516.02
减：所得税费用	1,508.01	-18.36%	3,596.85	14.80%	3,133.23	117.12%	1,443.10
四、净利润	10,091.91	-11.80%	24,859.58	33.80%	18,580.04	356.18%	4,072.92

报告期内，公司主营业务突出，营业收入规模呈快速增长趋势。2020 年度、2021 年度的营业收入增幅分别为 83.02%、42.41%，营业利润增幅分别为 291.45%、30.98%，利润总额增幅分别为 293.64%、31.06%，净利润增幅分别为 356.18%、33.80%。

2020 年，公司营业利润及净利润增速大幅超过营业收入增速，主要系：第一，2019 年公司实施股权激励，一次性确认股份支付金额 1,738.85 万元，导致 2019 年基数下降；第二，受单价及单位成本综合影响所致，2020 年公司主营业务毛利率（扣除运费后可比口径）较 2019 年增加 6.95 个百分点；第三，由于公司采取线上为主销售模式，伴随线上销售收入的快速增长，费用支出比例在规模效应作用下有所下降。

2022 年 1-6 月，公司营业收入较 2021 年 1-6 月增长 9.46%，增幅有所放缓，主要系：2021 年的 Prime day（全球亚马逊会员日）促销是在当年 6 月份，而 2022 年度的 Prime day 促销是在当年 7 月份，导致去年同期基数较高，从而对 2022 年 1-6 月的营业收入同比增幅有所影响。2022 年 1-6 月，公司净利润较 2021 年 1-6 月下降 11.80%，主要系：一方面营业收入增幅有所放缓，另一方面本期毛利率有所下降，同时销售费用、研发费用及管理费用、存货跌价计提金额有所上升。

（二）营业收入构成及变动情况分析

报告期内，公司营业收入及其构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
主营业务	70,783.91	100.00%	136,721.14	100.00%	96,004.65	100.00%	52,456.64	100.00%
其他业务	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	70,783.91	100.00%	136,721.14	100.00%	96,004.65	100.00%	52,456.64	100.00%

1、营业收入构成及变动分析

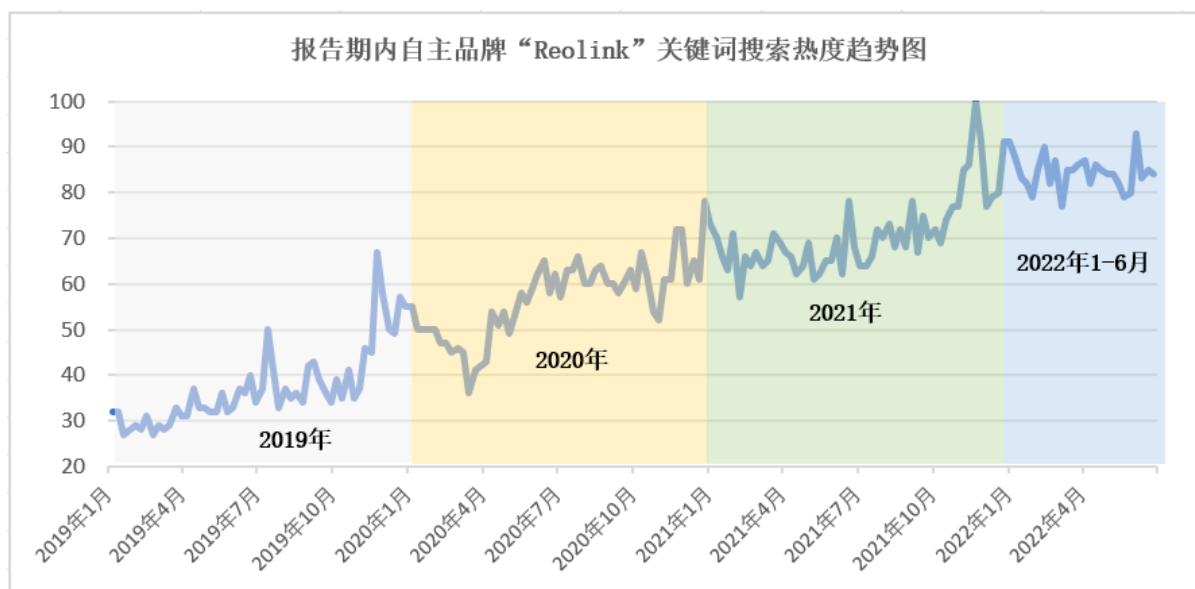
公司主要从事自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品软硬件的研发、生产和销售，主要产品包括摄像机单机、摄像机套装、配件及少量技术服务等。报告期内，公司主营业务收入突出，占比为 100.00%。

报告期内，公司营业收入分别为 52,456.64 万元、96,004.65 万元、136,721.14 万元及 **70,783.91 万元**，**2019-2021 年度**的年均复合增长率为 61.44%，呈快速增长的态势。公司营业收入实现快速增长，主要系家用视频监控行业处于快速发展阶段，公司把握住行业发展机遇，在技术端和品牌端持续投入，报告期内实现产品规格数量的成倍拓展和品牌影响力的快速上升，带动更多消费者选购公司自主品牌“Reolink”的家用视频监控产品。具体说明如下：

第一，家用视频监控行业作为新兴分支，总体呈现快速发展态势。家用视频监控具有智能化、网络化、高清化和便捷化的特点。近年来，伴随远程视频监控及看护需求日益增加、网络及通信基础设施持续完善、智能家居应用及智慧家庭理念加快渗透以及家用视频监控硬件及软件功能不断升级，家用视频监控开始从传统的家居耐用品发展为智能的电子消费品，市场需求稳定增长。根据艾瑞咨询预测，2020 年全球家用摄像机出货量为 8,889 万台，预计 2020 年至 2025 年全球市场的年复合增长率为 19.3%，2025 年全球家用摄像机出货量将突破 2 亿台。2020 年全球家用摄像机市场规模为 373 亿元，预计 2020 年至 2025 年全球家用摄像机产品市场规模年复合增长率为 14.1%，2025 年将突破 700 亿元。公司积极把握行业发展趋势，围绕“技术+品牌”进行产业布局，分享行业快速增长背景下的产业链高附加值环节，销售额稳步提升。

第二，公司依托模块化的家用视觉系统技术创新平台，报告期内实现了产品规格数量的成倍拓展。家用视频监控的需求场景丰富，细分产品持续拓展及升级空间大。公司在长期的产品研发过程中，依托持续的技术积累沉淀，搭建起家用视觉系统技术创新平台。通过技术平台化，公司实现了研发模块化，产品研发速度加快，持续拓展细分产品系列、升级迭代产品性能。报告期内，公司各年度在售的产品规格数量从 2019 年度的 20 余个增加至 **2022 年上半年的 40 余个**，形成了系列化产品谱系。伴随新产品的不断拓展及产品结构的不断完善，公司满足更多下游客户的需求，带动销售额稳步提升。同时，公司销售规模扩大，又为公司近距离深度感知消费者需求提供更广的用户基础，并反哺公司技术创新，加快了公司产品的研发创新进度，进而推动营业收入进一步增长，形成良性循环。

第三，公司依托线上为主的自主品牌运营平台，报告期内实现了“Reolink”品牌影响力的快速上升。公司在海外市场避开与传统线下品牌直接竞争，通过发展建设线上品牌实现差异化发展。线上品牌具有年轻化、时尚化、个性化的特点，依托网络营销影响力，往往呈现厚积薄发的特点。近年来，欧美市场线上销售渗透率持续提升，特别在新冠疫情驱动下，欧美消费者逐渐习惯线上购物等无接触式购物方式。根据 DigitalCommerce360 发布的美国电商市场报告，2020 年美国消费者在线支出同比增长 31.8%，增幅显著超过以往年度 14% 左右的平均水平。公司抓住线上销售渗透发展的机遇期，通过线上平台方式打造自主品牌“Reolink”，并依托技术创新能力开发智能化广告投放管理系统等运营软件，实现技术创新赋能品牌营销。根据 GoogleTrends (<https://trends.google.com/>) 的关键词搜索热度统计，2019 年至 2022 年上半年，公司自主品牌“Reolink”的相对搜索热度（即相对于该期间内最高值的百分比）增长约 3-4 倍，品牌影响力实现快速上升。



伴随品牌影响力的快速提升，越来越多用户关注公司产品，带动公司产品销量增长，使得品牌影响力进一步提升，形成良性循环。

2、收入分产品

报告期内，公司主营业务收入按业务类型构成情况如下表所示：

单位：万元

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
摄像机单机	47,809.96	67.54%	84,782.82	62.01%	56,770.78	59.13%	32,963.00	62.84%
摄像机套装	17,987.13	25.41%	43,641.35	31.92%	33,770.79	35.18%	15,800.91	30.12%
配件	4,652.27	6.57%	7,648.78	5.59%	5,065.13	5.28%	3,528.43	6.73%
产品销售收入	70,449.36	99.53%	136,072.95	99.53%	95,606.71	99.59%	52,292.34	99.69%
技术服务	334.55	0.47%	648.19	0.47%	397.94	0.41%	164.30	0.31%
主营业务收入	70,783.91	100.00%	136,721.14	100.00%	96,004.65	100.00%	52,456.64	100.00%

公司主要产品包括摄像机单机、摄像机套装及配件。报告期内，公司摄像机单机、摄像机套装合计销售金额占主营业务收入的比例分别为 92.96%、94.31%、93.93%、**92.95%**，是公司主要销售内容。

公司摄像机单机主要满足家用视频监控的零售需求，用户可以自主进行产品规格搭配，摄像机套装主要协助用户打造整体家用视频监控系统。报告期内，公司摄像机单机实现的营业收入分别为 32,963.00 万元、56,770.78 万元、84,782.82 万元、**47,809.96 万元**，摄像机套装实现的营业收入分别为 15,800.91 万元、33,770.79 万元、43,641.35 万元、**17,987.13 万元**，总体均呈现稳步增长趋势，与家用视频监控行业的整体发展趋势相互一致。公司摄像机单机销售占比更高，收入结构特点与零售市场需求特点相互一致。

公司配件及技术服务是为了配套满足客户对不同使用场景需求，提高客户对公司产品的粘性和满意度，其中配件主要包括家用录像机、支架、相机皮肤等，技术服务主要是依托亚马逊云平台为用户提供的少量云存储服务。报告期内，公司配件及技术服务实现的营业收入分别为 3,692.73 万元、5,463.07 万元、8,296.96 万元、**4,986.82 万元**，随着公司摄像机单机、摄像机套装的收入增长而同步增长，收入占比保持稳定。

3、收入分渠道

报告期内，公司产品销售收入的销售渠道构成情况，如下表所示：

单位：万元

销售渠道类型		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上销售	亚马逊	47,243.56	67.06%	86,811.16	63.80%	64,914.27	67.90%	33,988.89	65.00%
	官网	12,467.09	17.70%	27,245.15	20.02%	14,390.20	15.05%	7,957.15	15.22%

销售渠道类型		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	eBay	1, 642. 79	2. 33%	4,736.76	3.48%	3,289.78	3.44%	2,243.01	4.29%
	速卖通	953. 63	1. 35%	3,416.49	2.51%	2,934.39	3.07%	2,033.87	3.89%
	其他平台	942. 02	1. 34%	1,180.88	0.87%	366.95	0.38%	179.07	0.34%
	小计	63, 249. 09	89. 78%	123,390.44	90.68%	85,895.59	89.84%	46,402.00	88.74%
线下销售	自主品牌	6, 413. 12	9. 10%	10,154.86	7.46%	7,971.05	8.34%	2,953.71	5.65%
	ODM	787. 15	1. 12%	2,527.65	1.86%	1,740.07	1.82%	2,936.62	5.62%
	小计	7, 200. 27	10. 22%	12,682.51	9.32%	9,711.12	10.16%	5,890.33	11.26%
产品销售收入合计		70, 449. 36	100. 00%	136,072.95	100.00%	95,606.71	100.00%	52,292.34	100.00%

(1) 线上销售

报告期内，公司主要通过亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上渠道开展自主品牌产品销售，线上销售占比分别为 88.74%、89.84%、90.68%、**89.78%**，保持稳定。

报告期内，公司通过亚马逊平台渠道实现的销售收入分别为 33,988.89 万元、64,914.27 万元、86,811.16 万元、**47,243.56 万元**，占产品销售收入比例分别达到 65.00%、67.90%、63.80%、**67.06%**，是公司线上销售的主要渠道。亚马逊平台是全球知名电商平台，触达全球众多国家及地区的消费者，是国内众多技术型企业在海外市场建设自主品牌的首选平台。报告期内，随着亚马逊平台影响力持续扩大，公司充分发挥该渠道影响力，向终端消费者展示公司各系列细分视频监控产品，并开展亚马逊平台站内营销推广活动，带动该渠道销售金额稳步增长。

报告期内，公司通过官网渠道实现的销售收入分别为 7,957.15 万元、14,390.20 万元、27,245.15 万元、**12,467.09 万元**，占产品销售收入比例分别达到 15.22%、15.05%、20.02%、**17.70%**。官网是公司自主搭建的分布式独立站，用户可以直接在官网下单购买公司产品。报告期内，公司通过谷歌搜索引擎广告等市场推广方式，宣传推广自主品牌，增加官网流量，带动该渠道销售金额稳步增长。

此外，公司也不断加强与 eBay、速卖通以及其他跨境电商平台的合作，丰富销售渠道的同时，实现更广泛的目标客户覆盖。报告期内，公司通过这些平台实现的销售收入也稳步增长。

（2）线下销售

公司线下销售包括自主品牌销售和少量的 ODM 销售。公司为推进渠道多元化，大力拓展线下销售渠道。报告期内，公司线下销售业务收入分别为 5,890.33 万元、9,711.12 万元、12,682.51 万元、**7,200.27 万元**，占总销售金额比例分别为 11.26%、10.16%、9.32%、**10.22%**，主要来源于自主品牌的销售增长。

4、收入分区域

报告期内，公司产品销售收入的区域总体构成情况，如下表所示：

单位：万元

区域	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
内销								
中国大陆	16.70	0.02%	177.56	0.13%	8.67	0.01%	35.20	0.07%
境内小计	16.70	0.02%	177.56	0.13%	8.67	0.01%	35.20	0.07%
外销								
美国	35,975.20	51.07%	65,280.70	47.97%	47,033.75	49.20%	27,592.82	52.77%
欧洲	27,963.73	39.69%	57,029.63	41.91%	39,603.39	41.42%	19,508.18	37.31%
其他境外地区	6,493.73	9.22%	13,585.07	9.98%	8,960.91	9.37%	5,156.13	9.86%
境外小计	70,432.66	99.98%	135,895.40	99.87%	95,598.04	99.99%	52,257.13	99.93%
产品销售收入合计	70,449.36	100.00%	136,072.95	100.00%	95,606.71	100.00%	52,292.34	100.00%

报告期内，公司产品销售收入主要来自于境外，境外销售收入占产品销售收入的平均比重达 99% 以上。公司在境外的客户主要来自美国、欧洲等经济发达的市场和地区，报告期各期，上述地区产品销售收入合计占比约为 90%。

美国、欧洲等经济发达国家或地区业务的快速增长主要系该地区人群多居住于独栋住宅且安全隐私意识较强，对家用视频监控设备的需求起步早、渗透率高，公司研发的家用视频监控设备具有规格齐全的特点，可以广泛满足不同家用应用场景的需求特点，近年来依托线上为主的自主品牌运营平台营销推广，在欧美等发达地区品牌知名度、美誉度不断提升，带动对公司产品需求量提升较大。同时，在新冠疫情影响下，欧美地区

的消费者逐渐习惯线上购物等无接触式购物方式，线上零售渗透率进一步提升，带动包括家庭视频监控在内的各类线上品牌商品的销量相应快速增长。

5、收入分季节

报告期内，公司按季度分类的产品销售收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年度		2019 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
第一季度	32,396.73	45.99%	28,378.27	20.86%	15,220.18	15.92%	8,964.32	17.14%
第二季度	38,052.64	54.01%	35,989.71	26.45%	21,301.34	22.28%	12,011.63	22.97%
第三季度	-	-	33,706.58	24.77%	27,484.50	28.75%	13,915.30	26.61%
第四季度	-	-	37,998.39	27.93%	31,600.69	33.05%	17,401.08	33.28%
产品销售 收入合计	70,449.36	100.00%	136,072.95	100.00%	95,606.71	100.00%	52,292.34	100.00%

公司主营业务收入主要以下半年为主，呈现一定的季节性变化，主要系公司以线上销售为主，而线上销售很大程度受到节日促销和平台促销等促销活动的影响。同时，公司的主要客户系欧美发达国家客户，欧美发达国家的主要法定节假日和购物狂欢节主要集中在下半年，例如感恩节黑色星期五、圣诞节、Primeday（全球亚马逊会员日）促销等，因此公司的销售旺季为下半年，尤其是第四季度。2019-2020 年度的 Primeday 促销分别在当年 7 月份、10 月份，但 2021 年的 Primeday 促销是在当年 6 月份，从而使得 2021 年度第三季度的占比偏低。

6、与同行业公司的收入变动对比情况

公司及同行业可比公司的收入变动对比情况如下表：

公司名称	收入类型	较上年同期收入的增长比例		
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度
安克创新	主营业务收入 （自主品牌移动设备周边产品、 智能硬件产品）	9.62%	34.45%	40.54%
华宝新能	主营业务收入 （自主品牌锂电池储能类产品）	35.77%	115.14%	237.39%
影石创新	主营业务收入 （自主品牌智能影像设备）	未披露	未披露	43.15%
平均值	-	22.70%	74.80%	107.03%
发行人	主营业务收入	9.46%	42.41%	83.02%

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相

关公开数据计算所得。

上述同行业公司与发行人类似，主要采取自主品牌线上销售为主的经营模式。从上表可见，同行业公司的收入规模自 2020 年以来均呈现逐年快速增长态势，且 2020 年的增速均高于 2021 年的增速，发行人报告期收入变动趋势与同行业公司的变动趋势相互一致。

（三）营业成本构成及变动情况分析

报告期内，公司营业成本及其构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
主营业务	41,417.09	100.00%	72,429.55	100.00%	47,758.68	100.00%	24,450.52	100.00%
其他业务	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	41,417.09	100.00%	72,429.55	100.00%	47,758.68	100.00%	24,450.52	100.00%

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。对于为履行合同而发生的运输费用，在原收入准则下，公司计入“销售费用”科目。在新收入准则下，自 2020 年 1 月 1 日起，公司将为履行合同而发生的运输费用作为合同履约成本，最终结转为主营业务成本。故上表中 2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的主营业务成本中包含运费金额。

若剔除运费，则报告期内的营业成本情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例	成本	比例
主营业务	32,750.62	100.00%	57,723.16	100.00%	38,079.57	100.00%	24,450.52	100.00%
其他业务	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	32,750.62	100.00%	57,723.16	100.00%	38,079.57	100.00%	24,450.52	100.00%

1、主营业务成本（不含运费）按产品分类

报告期内，公司主营业务成本（不含运费）按产品分类构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
摄像机单机	22,221.97	67.85%	35,561.80	61.61%	22,627.75	59.42%	14,865.50	60.80%
摄像机套装	8,332.33	25.44%	18,805.41	32.58%	13,411.69	35.22%	8,060.99	32.97%
配件	2,148.34	6.56%	3,292.98	5.70%	2,009.26	5.28%	1,517.29	6.21%
产品销售成本	32,702.64	99.85%	57,660.19	99.89%	38,048.70	99.92%	24,443.78	99.97%
技术服务	47.99	0.15%	62.98	0.11%	30.88	0.08%	6.73	0.03%
主营业务成本合计	32,750.62	100.00%	57,723.16	100.00%	38,079.57	100.00%	24,450.52	100.00%

报告期内，公司各类产品营业成本占比与其营业收入占比基本一致。摄像机套装、摄像机单机的销售对应的成本金额占主营业务成本的比例分别为 93.77%、94.64%、94.19%、**93.29%**，为公司主营业务成本中最主要的成本构成。

2、主营业务成本按性质分类

报告期内，公司产品销售成本按直接材料、直接人工、制造费用和加工费的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	28,582.73	87.40%	51,081.25	88.59%	33,371.50	87.71%	21,435.32	87.69%
加工费	3,331.77	10.19%	4,970.03	8.62%	3,560.27	9.36%	2,030.20	8.31%
直接人工	216.28	0.66%	494.10	0.86%	353.71	0.93%	317.19	1.30%
制造费用	571.86	1.75%	1,114.81	1.93%	763.22	2.01%	661.06	2.70%
产品销售成本（不含运费）	32,702.64	100.00%	57,660.19	100.00%	38,048.70	100.00%	24,443.78	100.00%
运费	8,666.47	-	14,706.39	-	9,679.10	-	-	-
产品销售成本合计	41,369.10	-	72,366.57	-	47,727.80	-	24,443.78	-

注：上述直接材料含委托加工商代采的材料金额。

从产品销售成本变动趋势来看，报告期内，公司产品销售成本随产销规模的增长而同步增加，与公司产品销售收入变动趋势保持一致。

从产品销售成本构成情况来看，报告期内，公司产品销售成本中直接材料占比分别为 87.69%、87.71%、88.59%、**87.40%**，占比最大，主要系公司通过自主研发形成产品

的技术资料，再根据产品技术资料向供应商采购通用料件、定制料件，并通过委托加工为主方式，生产出产品。在这种研发、采购及生产模式下，根据公司技术资料采购的通用料件、定制料件，由上游供应商负责生产配套，例如 PCB 板、结构件等，再提供给公司，体现为产品销售成本中的直接材料。

（四）营业毛利与毛利率构成及变动分析

1、毛利和毛利率

根据财务报表口径对应的收入、成本计算的毛利、毛利率情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入	70,783.91	136,721.14	96,004.65	52,456.64
主营业务成本	41,417.09	72,429.55	47,758.68	24,450.52
主营业务毛利	29,366.82	64,291.59	48,245.97	28,006.12
主营业务毛利率	41.49%	47.02%	50.25%	53.39%

考虑到新收入准则执行影响，2019 年度营业成本不含运费，2020 年、2021 年、**2022 年 1-6 月** 营业成本包含运费，为体现可比性，将 2020 年度、2021 年度、**2022 年 1-6 月** 营业成本中剔除运费，则计算的毛利、毛利率情况如下表（若无特殊说明，下述毛利及毛利率分析也采用该口径数据）：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入	70,783.91	136,721.14	96,004.65	52,456.64
主营业务成本（不含运费）	32,750.62	57,723.16	38,079.57	24,450.52
主营业务毛利（不含运费）	38,033.29	78,997.97	57,925.07	28,006.12
主营业务毛利率（不含运费）	53.73%	57.78%	60.34%	53.39%

报告期内，公司主营业务毛利率（不含运费）分别为 53.39%、60.34%、57.78%、**53.73%**，保持在 50%-60% 区间范围内波动，与公司围绕“技术+品牌”发展战略，同时分享产业链微笑曲线中“技术端”和“品牌端”高附加值环节的业务定位相互匹配。

（1）分产品的主营业务毛利（不含运费）

2020 年度、2021 年度、**2022 年 1-6 月** 剔除运费后，报告期内，公司主营业务毛利按产品分类构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
摄像机单机	25,587.99	67.28%	49,221.08	62.31%	34,143.03	58.94%	18,097.49	64.62%
摄像机套装	9,654.81	25.39%	24,835.94	31.44%	20,359.11	35.15%	7,739.93	27.64%
配件	2,503.93	6.58%	4,355.80	5.51%	3,055.87	5.28%	2,011.14	7.18%
产品销售毛利	37,746.73	99.25%	78,412.77	99.26%	57,558.01	99.37%	27,848.55	99.44%
主营业务毛利合计	38,033.29	100.00%	78,997.97	100.00%	57,925.07	100.00%	28,006.12	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利的占比及变化趋势与相关产品的业务收入占比及变化趋势总体一致。

（2）分产品的毛利率（不含运费）

①分产品的毛利率

报告期内，公司产品销售业务毛利率（不含运费）按产品分类构成情况如下表所示：

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
摄像机单机	53.52%	-4.54%	58.06%	-2.09%	60.14%	5.24%	54.90%
摄像机套装	53.68%	-3.23%	56.91%	-3.38%	60.29%	11.31%	48.98%
配件	53.82%	-3.13%	56.95%	-3.38%	60.33%	3.33%	57.00%
产品销售业务	53.58%	-4.05%	57.63%	-2.58%	60.20%	6.95%	53.26%
主营业务合计	53.73%	-4.05%	57.78%	-2.56%	60.34%	6.95%	53.39%

报告期内，公司各产品的毛利率总体保持平稳波动，其中 2020 年摄像机套装的毛利率上升 11.31%，主要系公司于 2019 年下半年新推出 800 万像素的摄像机套装产品，该新产品在 2020 年实现批量销售，产品售价及毛利率更高，带动总体毛利率提升。

②毛利率贡献

报告期内，公司各产品对主营业务毛利率（不含运费）的贡献，如下表：

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率贡献	增减	毛利率贡献	增减	毛利率贡献	增减	毛利率贡献
摄像机单机	36.15%	0.15%	36.00%	0.44%	35.56%	1.06%	34.50%
摄像机套装	13.64%	-4.53%	18.17%	-3.04%	21.21%	6.45%	14.75%

类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率贡献	增减	毛利率贡献	增减	毛利率贡献	增减	毛利率贡献
配件	3.54%	0.35%	3.19%	0.00%	3.18%	-0.65%	3.83%
产品销售业务	53.33%	-4.02%	57.35%	-2.60%	59.95%	6.86%	53.09%
主营业务合计	53.73%	-4.05%	57.78%	-2.56%	60.34%	6.95%	53.39%

注：各产品对毛利率的贡献=各产品毛利率×各产品销售收入占主营业务收入的占比。

由上表可见，报告期内，公司主营业务毛利率主要受摄像机单机、摄像机套装的毛利率波动影响。这两类产品的毛利率波动分析如下：

年份	项目	摄像机单机	摄像机套装
2022 年 1-6 月	收入占比导致的毛利率贡献变动	3.21%	-3.70%
	毛利率增减导致的毛利率贡献变动	-3.07%	-0.82%
	小计	0.15%	-4.53%
2021 年	收入占比导致的毛利率贡献变动	1.73%	-1.96%
	毛利率增减导致的毛利率贡献变动	-1.29%	-1.08%
	小计	0.44%	-3.04%
2020 年	收入占比导致的毛利率贡献变动	-2.03%	2.48%
	毛利率增减导致的毛利率贡献变动	3.10%	3.98%
	小计	1.06%	6.45%

注 1：收入占比导致的毛利率贡献变动=收入占比变动×上一年度毛利率

注 2：毛利率增减导致的毛利率贡献变动=毛利率变动×当年度收入占比。

报告期内，摄像机单机的收入占比变动影响与毛利率增减变动影响相互抵消，对公司主营业务毛利率的波动影响较小；摄像机套装的收入占比变动影响及毛利率增减变动影响相互叠加，是影响公司主营业务毛利率波动的主要因素。

③分产品的单价、单位成本变化情况

报告期内，公司销售的摄像机单机、摄像机套装产品的平均单价、平均单位成本的变动情况如下表所示：

类型	2022 年 1-6 月较 2021 年度		2021 年度较 2020 年度		2020 年度较 2019 年度	
	单价变动比例	单位成本变动比例	单价变动比例	单位成本变动比例	单价变动比例	单位成本变动比例
摄像机单机	13.38%	25.64%	-1.03%	4.16%	-1.91%	-13.31%
摄像机套装	10.39%	18.68%	2.57%	11.27%	24.15%	-3.35%

2020 年度的产品毛利率较 2019 年度有所上升，系单价及单位成本综合影响所致：第一，公司产品结构变动，2019 年下半年新推出 800 万像素的摄像机套装产品，该新产品在 2020 年实现批量销售，产品售价更高，带动平均单价提升；第二，受产品结构变动、原材料采购价格变动、海外备货周期、产品用料优化等因素综合影响，2020 年度单位成本有所下降。

2021 年度的产品毛利率较 2020 年度略有下降、2022 年 1-6 月毛利率较 2021 年度略有下降，主要系产品结构变动、原材料采购价格变动、汇率波动等因素综合影响，导致单位成本上涨超过单价变动比例。

(3) 分平台的主营业务毛利及毛利率（不含运费）

2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月剔除运费后，报告期内，公司产品销售收入的毛利及毛利率按销售平台构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率
线上销售						
亚马逊	26,516.29	70.25%	56.13%	52,312.96	66.71%	60.26%
官网	6,876.04	18.22%	55.15%	15,991.38	20.39%	58.69%
eBay	862.33	2.28%	52.49%	2,699.50	3.44%	56.99%
速卖通	487.48	1.29%	51.12%	1,874.94	2.39%	54.88%
其他平台	495.14	1.31%	52.56%	630.79	0.80%	53.42%
线上小计	35,237.29	93.35%	55.71%	73,509.57	93.75%	59.57%
线下销售						
线下小计	2,509.44	6.65%	34.85%	4,903.20	6.25%	38.66%
合计	37,746.73	100.00%	53.58%	78,412.77	100.00%	57.63%

(续)

项目	2020 年度			2019 年度		
	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率
线上销售						
亚马逊	41,650.80	72.36%	64.16%	19,319.79	69.37%	56.84%
官网	8,651.17	15.03%	60.12%	4,167.08	14.96%	52.37%

项目	2020 年度			2019 年度		
	毛利	占比	毛利率	毛利	占比	毛利率
eBay	1,944.68	3.38%	59.11%	1,189.61	4.27%	53.04%
速卖通	1,598.67	2.78%	54.48%	1,084.36	3.89%	53.31%
其他平台	223.71	0.39%	60.96%	102.67	0.37%	57.34%
线上小计	54,069.02	93.94%	62.95%	25,863.51	92.87%	55.74%
线下销售						
线下小计	3,488.99	6.06%	35.93%	1,985.04	7.13%	33.70%
合计	57,558.01	100.00%	60.20%	27,848.55	100.00%	53.26%

从不同销售渠道比较来看，线上销售、线下销售由于具有不同的经营特点，财务指标表现也有所不同。线上销售偏向零售业务，线下销售偏向批发业务，需要给下游客户一定让利空间，因此线上销售的毛利率要高于线下销售。

从不同线上平台比较来看，各线上平台的毛利率基本都处于 50%-60%区间内，与公司的总体销售定价策略相互吻合。各线上平台之间由于销售产品结构及促销打折力度差异，平台毛利率存在略微差异，但各年度变动趋势基本一致。

2、同行业可比公司的毛利率（含运费）

考虑到同行业公司数据获取情况，将发行人及同行业公司 2019 年度的毛利率均按含运费口径进行对比具体如下表：

公司名称	业务分类	毛利率（成本含运费）			
		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
安克创新	主营业务毛利率	39.53%	35.78%	39.30%	41.07%
华宝新能	主营业务毛利率	47.01%	47.62%	56.14%	44.56%
影石创新	主营业务毛利率	未披露	未披露	46.56%	50.54%
平均值	主营业务毛利率	43.27%	41.70%	47.33%	45.39%
发行人	产品销售业务毛利率	41.28%	46.82%	50.08%	43.08%

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相关公开数据计算所得。同行业可比公司部分数据未披露。

发行人与同行业公司之间的经营模式类似，主要采取自主品牌线上销售为主，因此，所处的毛利率（含运费）区间相同。各公司由于具体产品存在差异，面临的市场竞争环境不同，各年具体毛利率略有差异。华宝新能 2020 年以来主要从事锂电池储能产品，处于相对新兴应用市场，安克创新主要从事移动设备周边，市场竞争相对激烈，发行人

主要从事家用视频监控产品、影石创新主要从事智能影像设备产品，行业竞争及产品毛利率介于同行业中间水平。

（五）期间费用构成及变动分析

报告期内，公司的期间费用主要构成为销售费用、管理费用、财务费用、研发费用，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	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	12,961.49	18.31%	24,541.52	17.95%	16,700.53	17.40%	15,278.26	29.13%
管理费用	1,462.07	2.07%	1,992.73	1.46%	2,332.77	2.43%	1,153.18	2.20%
研发费用	2,941.81	4.16%	4,728.39	3.46%	3,245.12	3.38%	4,076.64	7.77%
财务费用	-1,121.77	-1.58%	2,935.93	2.15%	2,848.53	2.97%	463.64	0.88%
合计	16,243.59	22.95%	34,198.56	25.01%	25,126.96	26.17%	20,971.71	39.98%

报告期内，公司期间费用分别为 20,971.71 万元、25,126.96 万元、34,198.56 万元和 16,243.59 万元，期间费用占营业收入比重分别为 39.98%、26.17%、25.01%和 22.95%。2019 年度期间费用率较高，主要系新收入准则执行前，2019 年度的销售费用中包含物流费。根据新收入准则，自 2020 年度开始，公司将货物运输的物流费计入营业成本，若剔除物流费的影响，2019 年公司销售费用率为 18.98%，期间费用率为 29.74%。2020 年以来，公司期间费用率有所下降，主要系公司采取线上为主销售模式，伴随线上销售收入的快速增长，费用支出比例在规模效应作用下有所下降。2022 年 1-6 月，公司财务费用为负，主要系人民币汇率波动导致的汇兑损益变动。

1、销售费用

（1）发行人销售费用的明细情况

报告期内，公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售平台费	4,728.98	36.48%	9,704.14	39.54%	6,867.00	41.12%	4,123.45	26.99%
市场推广费	4,853.10	37.44%	9,285.75	37.84%	6,669.20	39.93%	3,687.41	24.14%
物流费	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	5,319.92	34.82%

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
职工薪酬	2,225.16	17.17%	3,638.38	14.83%	2,256.88	13.51%	1,690.85	11.07%
仓储费	302.09	2.33%	541.29	2.21%	249.44	1.49%	125.12	0.82%
租赁及物业	24.64	0.19%	77.79	0.32%	158.24	0.95%	144.24	0.94%
软件服务费	231.55	1.79%	318.70	1.30%	161.48	0.97%	74.41	0.49%
使用权资产折旧	118.84	0.92%	177.59	0.72%	-	0.00%	-	0.00%
货物运输险	-	0.00%	87.87	0.36%	-	0.00%	-	0.00%
出口信用保险费	31.41	0.24%	59.70	0.24%	47.57	0.28%	18.07	0.12%
股权激励	293.45	2.26%	349.44	1.42%	116.65	0.70%	-	0.00%
其他	152.27	1.17%	300.88	1.23%	174.06	1.04%	94.79	0.62%
合计	12,961.49	100.00%	24,541.52	100.00%	16,700.53	100.00%	15,278.26	100.00%
销售费用率	18.31%		17.95%		17.40%		29.13%	
销售费用率 (不含物流费)	18.31%		17.95%		17.40%		18.98%	

报告期内，公司销售费用分别为 15,278.26 万元、16,700.53 万元、24,541.52 万元和 12,961.49 万元，占当期营业收入的比例分别为 29.13%、17.40%、17.95%和 18.31%。公司销售费用主要为销售平台费用、物流费、职工薪酬及市场推广费，报告期内上述费用合计占销售费用的比重超过 90%。

若剔除物流费的影响，报告期内公司销售费用率分别为 18.98%、17.40%、17.95%和 18.31%，公司销售费用率总体保持平稳。随着业务规模的不断扩大，报告期内公司销售费用金额保持同步增长趋势。

①销售平台费

报告期内，公司销售费用中的销售平台费金额分别为 4,123.45 万元、6,867.00 万元、9,704.14 万元和 4,728.98 万元，是主要的销售费用支出内容，与公司通过线上平台销售为主的模式相互匹配。公司通过亚马逊、eBay、速卖通等第三方电商平台销售时，此类电商平台对卖家销售商品会按比例收取一定的平台服务费用，包括平台订阅费或年费、平台销售佣金等。报告期内，随着公司通过这些线上平台实现的销售收入稳步增长，销售平台费用也同步增加。报告期内，公司销售平台费用占公司第三方电商平台营业收入的比例分别为 10.73%、9.60%、10.09%和 9.32%，总体保持稳定，各年略有波动主要

是由于不同电商平台之间或同一电商平台在不同地区、不同年份的收费政策有所区别。

②市场推广费

报告期内，公司销售费用中的市场推广费分别为 3,687.41 万元、6,669.20 万元、9,285.75 万元和 **4,853.10 万元**。公司市场推广费主要系亚马逊平台站内广告费、谷歌搜索引擎广告费等线上广告服务费。报告期内，公司市场推广费占营业收入的比例分别为 7.03%、6.95%、6.79%和 **6.86%**，各年度总体较为稳定。

③物流费

根据新收入准则，自 2020 年度开始，公司将货物运输的物流费计入营业成本。2019 年度计入销售费用及 2020 年度、2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 计入营业成本的物流费分别为 5,319.92 万元、9,679.10 万元、14,706.39 万元和 **8,666.47 万元**，占营业收入的比例分别为 10.14%、10.08%、10.76%和 **12.24%**，占比较为稳定。

④工资薪酬及股权激励费用

随着公司经营规模的扩大，公司相应扩大销售团队规模，销售人员薪酬开支也持续增加。此外，2020、2021 年度及 **2022 年 1-6 月**，公司分别确认了 116.65 万元、349.44 万元和 **293.45 万元** 的销售人员股权激励费用。

⑤租赁及物业费

2021 年度，公司租赁及物业费金额较低，主要是由于租赁准则变更将房屋及建筑物租赁费用调整至“使用权资产”科目。2021 年度及 **2022 年 1-6 月**，公司销售费用中确认的使用权资产折旧金额为 177.59 万元和 **118.84 万元**。

(2) 与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司销售费用占营业收入的比例与同行业可比公司比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度调整后（注）	2019 年度调整前
安克创新	20.46%	19.44%	19.45%	25.49%	31.29%
华宝新能	24.11%	24.41%	21.21%	22.15%	26.43%
影石创新	-	未披露	13.17%	16.83%	20.20%
平均值	22.28%	21.93%	17.94%	21.49%	25.97%
本公司	18.31%	17.95%	17.40%	18.98%	29.13%

注 1：上述数据取自相关上市公司年报、**半年报或审阅报告**、招股说明书、问询回复等资料或根据

相关公开数据计算。

注 2：调整后数据指剔除运费后

从上表可以看出，公司销售费用率与同行业平均水平较为接近。其中，公司销售费用率略低于安克创新，主要系销售人员薪酬存在区别所致；公司销售费用率低于华宝新能，除销售产品类型不同外，主要系华宝新能除线上推广外，还通过聘请品牌代言人或电子广告牌进行推广；公司销售费用率高于影石创新，主要系影石创新的线上销售比例相对低于公司，销售平台费用更少所致。

2、管理费用

（1）发行人管理费用的明细情况

报告期内，公司管理费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	622.86	42.60%	939.38	47.14%	666.10	28.55%	630.60	54.68%
股权激励	111.31	7.61%	165.43	8.30%	1,011.90	43.38%	-	0.00%
中介服务费	513.14	35.10%	475.93	23.88%	349.57	14.99%	212.44	18.42%
办公费	90.33	6.18%	130.03	6.53%	131.04	5.62%	79.05	6.85%
租赁及物业	8.17	0.56%	18.34	0.92%	38.09	1.63%	31.21	2.71%
使用权资产折旧	22.36	1.53%	21.76	1.09%	-	0.00%	-	0.00%
装修费	23.25	1.59%	43.44	2.18%	40.17	1.72%	48.62	4.22%
业务招待费	25.32	1.73%	36.68	1.84%	12.91	0.55%	7.82	0.68%
招聘费	21.15	1.45%	29.78	1.49%	7.85	0.34%	6.74	0.58%
其他	24.18	1.65%	131.97	6.62%	75.14	3.22%	136.70	11.85%
合计	1,462.07	100.00%	1,992.73	100.00%	2,332.77	100.00%	1,153.18	100.00%
占营业收入比例	2.07%		1.46%		2.43%		2.20%	
剔除股权激励后占营业收入比例	1.91%		1.34%		1.38%		2.20%	

报告期内，公司的管理费用分别为 1,153.18 万元、2,332.77 万元、1,992.73 万元和 1,462.07 万元，主要由职工薪酬、中介服务费和股权激励构成，上述费用合计占管理费用总额的比重均超过了 70%。

报告期内，公司管理费用占营业收入的比重较低，分别为 2.20%、2.43%、1.46%和

2.07%。2020 年度，公司管理费用较 2019 年度增加了 1,179.59 万元，主要系股权激励费用增加了 1,011.90 万元所致。2021 年度，公司管理费用较 2020 年度减少了 340.04 万元，主要系股权激励费用减少所致。剔除股权激励费用后，报告期内，公司管理费用率分别为 2.20%、1.38%、1.34%和 **1.91%**，2020 年以来占比有所下降，主要系公司采取线上为主的销售模式，经营规模扩大，费用支出比例在规模效应作用下有所下降。**2022 年上半年管理费用占营业收入比重略有提升，主要系本次上市相关的一些海外律师费用等中介服务费增加。**

报告期内，公司管理费用中的职工薪酬分别为 630.60 万元、666.10 万元、939.38 万元和 **622.86 万元**，随着人员规模扩大，整体呈现逐年上升的趋势。

（2）与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司管理费用占营业收入的比例与同行业可比公司比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安克创新	3.49%	2.98%	3.02%	2.58%
华宝新能	3.80%	4.10%	4.19%	7.35%
影石创新	-	-	4.30%	7.02%
平均值	3.65%	3.54%	3.84%	5.65%
本公司	2.07%	1.46%	2.43%	2.20%

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相关公开数据计算所得。

报告期内，公司管理费用率略低于同行业可比公司平均值，主要系公司采取较为扁平化的管理模式，管理人员数量较少，同时报告期内经营场所主要来源于租赁，管理费用中折旧摊销金额相对较小。

3、研发费用

（1）发行人研发费用的明细情况

报告期内，公司研发费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,791.39	60.89%	3,194.19	67.55%	2,325.89	71.67%	1,921.93	47.14%
材料费	174.62	5.94%	449.00	9.50%	379.35	11.69%	167.77	4.12%

租赁及物业管理	28.64	0.97%	61.64	1.30%	220.89	6.81%	153.98	3.78%
使用权资产折旧	105.19	3.58%	210.38	4.45%	-	0.00%	-	0.00%
知识产权及认证费	237.78	8.08%	115.47	2.44%	66.44	2.05%	70.27	1.72%
办公费	26.51	0.90%	70.35	1.49%	37.61	1.16%	7.00	0.17%
股权激励	506.81	17.23%	552.24	11.68%	165.09	5.09%	1,738.85	42.65%
其他	70.86	2.41%	75.11	1.59%	49.86	1.54%	16.85	0.41%
合计	2,941.81	100.00%	4,728.39	100.00%	3,245.12	100.00%	4,076.64	100.00%
占营业收入比例	4.16%		3.46%		3.38%		7.77%	

报告期内，公司研发费用分别为 4,076.64 万元、3,245.12 万元、4,728.39 万元和 2,941.81 万元，占营业收入的比重分别为 7.77%、3.38%、3.46%和 4.16%。2020 年公司研发费用相较于 2019 年有所下降，主要系 2019 年研发费用中包括大额股权激励费用 1,738.85 万元，扣除股权激励影响后，公司研发费用分别为 2,337.79 万元、3,080.03 万元、4,176.39 万元和 2,435.00 万元，保持稳定上升趋势。

公司研发费用主要由职工薪酬和股权激励构成。报告期内，上述两项费用合计占研发费用总额的比重分别为 89.80%、76.76%、79.23%和 78.12%，占比波动主要系受公司实施股权激励的影响。

2021 年公司开始执行新租赁准则，将房屋及建筑物租赁费用调整至“使用权资产”科目。2021 年度、2022 年 1-6 月计入研发费用的折旧费用分别为 210.38 万元和 105.19 万元。

(2) 公司主要研发项目及其实施情况（不考虑股份支付费用）以及截至 2022 年 6 月末的进度情况，具体如下：

单位：万元

序号	研发项目名称	预算	研发费用				研发进度
			2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
1	智能暖光灯全彩摄像机研发项目	180.00	-	-	-	181.36	已完成
2	星光级超低功耗无线摄像机研发项目	220.00	-	-	-	216.21	已完成
3	DC 供电限流保护无线 PT 摄像机研发项目	200.00	-	-	-	185.54	已完成
4	基于用户场景的图像初始化方法的低功耗摄像机研发项目	220.00	-	-	-	220.78	已完成

序号	研发项目名称	预算	研发费用				研发进度
			2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
5	无线网络 PT 电池摄像机研发项目	210.00	-	-	-	198.56	已完成
6	支持 TF 卡槽的 Wi-Fi 模组研发项目	170.00	-	-	-	158.13	已完成
7	4G 可充电电池超低功耗摄像机研发项目	220.00	-	-	-	213.03	已完成
8	光学变焦 PT 摄像研发项目	200.00	-	-	-	188.53	已完成
9	智能充电装置研发项目	110.00	-	-	-	107.64	已完成
10	亮度自动增益调节方法及摄像机研发项目	190.00	-	-	-	172.05	已完成
11	摄像机结构散热系统研发项目	100.00	-	-	-	85.80	已完成
12	电源防护装置设计项目	90.00	-	-	-	81.52	已完成
13	高速球机的模块控制项目	284.50	-	-	-	134.11	已完成
14	嵌入式个人云存储盒软件	173.90	-	-	-	54.18	已完成
15	嵌入式无线网络录像机软件	124.40	-	-	-	32.39	已完成
16	网络摄像机自动更新系统	127.90	-	-	-	34.76	已完成
17	网络视频录像机存储系统	152.90	-	-	-	37.08	已完成
18	自动对焦算法及电机控制系统	99.30	-	-	-	36.11	已完成
19	新型低功耗 Wi-Fi 模组	75.00	-	-	68.14	-	已完成
20	基于 HTTP/HTTPS 的 WEB 客户端开发	35.00	-	-	33.97	-	已完成
21	4GLTE 电池驱动摄像机 2.0 升级项目	90.00	-	-	92.45	-	已完成
22	ReolinkCRM 销售管理系统 4.0	65.00	-	-	70.38	-	已完成
23	支持夜视全彩的 Wi-Fi 电池驱动摄像机	180.00	-	-	175.17	-	已完成
24	硬盘录像机人机交互系统 GUI3.0	110.00	-	-	105.83	-	已完成
25	PersonalCloud 个人云存储系统	90.00	-	-	98.84	-	已完成
26	Reolink 手机应用软件 V1.0（简称：Reolink）	90.00	-	-	97.26	-	已完成
27	1200 万像素超高分辨率网络摄像机	210.00	-	-	218.65	-	已完成
28	应用于快速启动系统的神经网络架构	255.00	-	28.36	235.53	-	已完成
29	基于神经网络的人工智能高清摄像机	250.00	-	-	248.19	-	已完成
30	4GLTE 电池驱动 PT 摄像机	230.00	-	-	227.92	-	已完成
31	支持人工智能的硬盘录像机	430.00	-	104.07	336.72	-	已完成

序号	研发项目名称	预算	研发费用				研发进度
			2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
32	变焦全彩网络高清摄像机	360.00	-	107.59	264.54	-	已完成
33	支持人工智能自动追踪的 PTZ 网络摄像机	380.00	-	142.51	240.53	-	已完成
34	电池驱动的人工智能高清摄像机	170.00	-	-	173.07	-	已完成
35	双目超广角网络摄像机	450.00	-	240.15	205.56	-	已完成
36	广告自动投放系统 V2.0	50.00	-	-	56.33	-	已完成
37	ReolinkCloudCMS 系统 2.0	80.00	-	-	78.41	-	已完成
38	新型低功耗 4GLTE 模组	55.00	-	-	52.54	-	已完成
39	智慧全彩变焦全景监控球机	410.00	-	410.91	-	-	已完成
40	2K 高清智能侦测电池摄像机	220.00	-	214.86	-	-	已完成
41	电池驱动双目广角智能摄像头项目	280.00	-	283.70	-	-	已完成
42	IPC 系列软件升级 V3.2.0 项目	360.00	-	348.35	-	-	已完成
43	NVR 系列软件升级 V3.1.0 项目	230.00	-	228.10	-	-	已完成
44	智能柔光夜视 Wi-Fi 电池摄像机	350.00	108.15	224.78	-	-	已完成
45	AI 智能可视对讲门铃	265.00	172.01	105.96	-	-	已完成
46	36 路超大容量网络硬盘录像机	465.00	278.27	143.67	-	-	已完成
47	双目长短焦智能追踪 PT 机	245.00	189.21	68.85	-	-	已完成
48	Reolink 手机应用软件升级 V2.0	70.00	-	70.91	-	-	已完成
49	Reolink 手机应用软件升级 V3.0	170.00	-	167.71	-	-	已完成
50	Reolink 跨平台 PC 端应用软件 V1.0	120.00	-	117.44	-	-	已完成
51	Reolink 跨平台 PC 端应用软件 V2.0	150.00	71.93	66.25	-	-	已完成
52	Reolink 独立站(官网)项目 V2.0	220.00	-	214.31	-	-	已完成
53	Reolink 独立站(官网)项目 V2.2	360.00	83.51	259.16	-	-	已完成
54	Reolink 云服务项目 V2.4	110.00	-	110.35	-	-	已完成
55	Reolink 云服务项目 V3.0	190.00	-	193.84	-	-	已完成
56	电商广告投放管理系统 V1.0	100.00	-	103.00	-	-	已完成
57	电商运营管理系统 V1.0	180.00	61.72	121.78	-	-	已完成
58	视频监控用无人机项目	185.00	68.15	99.55	-	-	未完成
59	超广角双目拼接摄像机	340.00	276.60	-	-	-	未完成
60	跨平台 PC 端应用 V3.0	140.00	74.38	-	-	-	未完成

序号	研发项目名称	预算	研发费用				研发进度
			2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
61	Reolink 官网商城项目 V3.0	340.00	224.18	-	-	-	未完成
62	电商运营管理系统 V1.1	200.00	200.40	-	-	-	未完成
63	WIFI 智能联动插座	105.00	91.14	-	-	-	未完成
64	智能定位野外摄像机	245.00	216.43	-	-	-	未完成
65	16 倍变焦高速球机	215.00	167.13	-	-	-	未完成
66	Reolink 手机应用软件升级 V4.0	100.00	86.64	-	-	-	未完成
67	亚马逊广告投放系统 V2.0	110.00	65.15	-	-	-	未完成
股权激励			506.81	552.24	165.09	1,738.85	-
合计			2,941.81	4,728.39	3,245.12	4,076.64	-

(3) 与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例与同行业可比公司比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安克创新	7.61%	6.19%	6.07%	5.92%
华宝新能	3.41%	2.79%	2.19%	2.83%
影石创新	-	-	12.08%	15.47%
平均值	5.51%	4.49%	6.78%	8.07%
本公司	4.16%	3.46%	3.38%	7.77%

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相关公开数据计算。

报告期内，公司研发费用率高于华宝新能，低于安克创新、影石创新。公司结合发展规模、发展阶段特点，稳步扩大研发投入规模，报告期内研发费用稳步增长。

4、财务费用

(1) 发行人财务费用的明细情况

报告期内，公司财务费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	26.52	50.40	13.62	6.83
其中：租赁负债利息支出	26.52	50.40	-	-
减：利息收入	10.14	17.91	18.71	3.27

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息净支出	16.39	32.50	-5.09	3.55
净汇兑亏损/（收益）	-1,616.45	1,784.66	2,041.94	-109.15
银行及第三方支付平台手续费	478.29	1,118.77	811.69	569.23
合计	-1,121.77	2,935.93	2,848.53	463.64
占营业收入比例	-1.58%	2.15%	2.97%	0.88%

报告期内，公司的财务费用分别为 463.64 万元、2,848.53 万元、2,935.93 万元和 -1,121.77 万元，占营业收入的比例分别为 0.88%、2.97%、2.15%和-1.58%，占比较低。报告期内，公司主要业务为境外业务，需以美元、欧元、英镑等多国货币作为结算币种。2020 年、2021 年及 2022 年上半年因不同币种之间的汇率波动给公司带来较大的汇兑损益，其中 2022 年上半年净汇兑损益为负，即导致收益。

报告期内，银行及第三方支付平台手续费分别为 569.23 万元、811.69 万元、1,118.77 万元和 478.29 万元，主要是公司通过银行收付款或第三方支付平台如 PayPal 等收取款项需要支付给银行或第三方支付平台的手续费。

（2）与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司财务费用占营业收入的比例与同行业可比公司比较如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安克创新	0.29%	0.36%	0.76%	-0.15%
华宝新能	0.59%	2.00%	1.77%	-0.21%
影石创新	-	-	1.77%	-0.29%
平均值	0.44%	1.18%	1.43%	-0.22%
本公司	-1.58%	2.15%	2.97%	0.88%

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相关公开数据计算所得。

从报告期内的变化趋势来看，发行人及同行业公司的变化趋势一致。2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月因不同币种之间的汇率波动给公司带来较大的汇兑损益。

（六）其他影响经营成果的项目分析

1、信用减值损失

报告期内，公司的信用减值损失具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款坏账损失	-56.17	9.40	-15.77	-19.33
其他应收款坏账损失	-25.88	12.31	-75.69	33.02
合计（损失以“-”填列）	-82.06	21.71	-91.47	13.69

报告期内，公司信用减值损失分别为-13.69 万元、91.47 万元、-21.71 万元和**-82.06 万元**，总体金额较小，与公司的应收账款占比较低的情况相互匹配。

2、资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价损失及合同履约成本减值损失	-1,440.40	-1,726.60	-767.30	-1,208.82
合计（损失以“-”填列）	-1,440.40	-1,726.60	-767.30	-1,208.82

报告期内，公司资产减值损失主要由存货跌价损失及合同履约成本减值损失构成，资产减值损失金额分别为 1,208.82 万元、767.30 万元、1,726.60 万元和**1,440.40 万元**。

报告期内，公司结合自身实际情况于报告期各期末对存货进行减值测试，并根据存货成本与可变现净值孰低原则，将存货可变现净值低于账面价值的差额计提存货跌价准备。发行人期末存货的可变现净值为估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额。

3、投资收益

报告期内，公司的投资收益具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
购买金融理财产品收益	18.43	13.95	-	0.14
合计	18.43	13.95	-	0.14

报告期内，公司投资收益的金额分别为 0.14 万元、0.00 万元、13.95 万元和**18.43 万元**。2019 年度、2021 年度及**2022 年 1-6 月**公司投资收益均为公司购买金融理财产品的收益。

4、其他收益

报告期内，公司的其他收益具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
一、计入其他收益的政府补助	114.47	847.03	114.36	104.90	-
其中：直接计入当期损益的政府补助	114.47	847.03	114.36	104.90	与收益相关
二、其他与日常活动相关且计入其他收益的项目	27.55	31.20	7.10	-	-
其中：个税扣缴税款手续费	26.85	31.20	7.10	-	-
进项税加计扣除	0.25	-	-	-	-
六税两费减半征收	0.45	-	-	-	-
合计	142.01	878.23	121.46	104.90	-

报告期内，公司的其他收益总额分别为 104.90 万元、121.46 万元、878.23 万元和 142.01 万元，其中直接计入当期损益的政府补助分别为 104.90 万元、114.36 万元、847.03 万元和 114.47 万元，占比 80%以上，具体的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	计入当期损益或冲减相关成本费用损失的金额				计入当期损益或冲减相关成本费用损失的列报项目
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
重点工业企业扩产增效奖励项目	-	447.00	-	-	其他收益
（跨境电子商务企业市场开拓扶持事项）资助	-	197.00	-	-	其他收益
科技创新研究开发补助	-	107.20	64.60	32.00	其他收益
产业扶持资金项目资助	-	33.00	16.00	-	其他收益
增值税软件退税	-	-	-	58.47	其他收益
出口信用保险补贴	25.10	-	23.97	11.78	其他收益
外贸优质增长扶持补贴	-	19.91	-	-	其他收益
以工代训职业培训补贴	-	10.15	-	-	其他收益
企业贷款担保手续费补贴	-	8.50	-	-	其他收益
2020 年度中央外经贸发展专项资金（支持外贸中小企业开拓市场资助）	-	7.87	-	-	其他收益
2020 年国家高新技术企业认定奖励性资助	-	5.00	-	-	其他收益
高校生招用补贴	-	4.90	-	-	其他收益
中小微企业一次性招用补贴	1.10	2.70	-	-	其他收益

项目	计入当期损益或冲减相关成本费用损失的金额				计入当期损益或冲减相关成本费用损失的列报项目
	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	
稳岗补贴	9.11	1.40	5.21	2.66	其他收益
2021年度深圳市知识产权运营服务体系建设专项资金资助项目	-	1.90	-	-	其他收益
境外商标资助	0.10	0.50	-	-	其他收益
复工防控补贴	-	-	3.59	-	其他收益
计算机软件补贴	-	-	0.99	-	其他收益
高新技术企业资助	50.00	-	-	-	其他收益
一次性留工培训补助	22.28	-	-	-	其他收益
社保及生育补贴	5.78	-	-	-	其他收益
服务贸易补助	1.00	-	-	-	其他收益
合计	114.47	847.03	114.36	104.90	

5、营业外收支

(1) 营业外收入

报告期内，公司的营业外收入具体构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产毁损报废利得	-	-	0.07	-
废品收入	8.42	23.95	9.12	30.73
其他	22.31	20.84	10.32	5.50
合计	30.73	44.79	19.51	36.23

报告期内，公司营业外收入的金额分别为36.23万元、19.51万元、44.79万元和30.73万元，金额较小。

(2) 营业外支出

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产毁损报废损失	-	-	-	2.75
美国销售税预提的利息	57.63	108.19	101.77	62.16
滞纳金	32.09	25.56	2.85	21.79
公益性捐赠	20.00	-	-	-

其他	-	6.43	0.00	2.06
合计	109.72	140.18	104.62	88.76

报告期内，公司营业外支出分别为 88.76 万元、104.62 万元、140.18 万元和 109.72 万元，主要为预提的美国间接税税款利息，缴纳滞纳金产生的支出，以及公益性捐赠，营业外支出对公司整体盈利能力的影响较弱。

（七）发行人缴纳税额情况

1、报告期内发行人主要税种纳税情况

单位：万元

期 间	项目	企业所得税	增值税	销售税
2019 年度	期初未交数	471.69	-129.76	244.68
	本期应交数	1,643.57	1,549.89	1,035.15
	本期已交数	1,221.69	1,795.95	4.71
	期末未交数	893.56	-375.83	1,275.12
2020 年度	期初未交数	893.56	-375.83	1,275.12
	本期应交数	5,169.04	4,546.60	716.80
	本期已交数	3,887.97	3,879.86	91.90
	期末未交数	2,174.64	290.91	1,900.02
2021 年度	期初未交数	2,174.64	290.91	1,900.02
	本期应交数	4,960.04	3,685.37	960.71
	本期已交数	6,565.97	4,189.47	946.93
	期末未交数	568.71	-213.19	1,913.80
2022 年 1-6 月	期初未交数	568.71	-213.19	1,913.80
	本期应交数	3,105.87	-1,881.83	545.30
	本期已交数	1,141.83	1,102.42	541.73
	期末未交数	2,532.76	-3,197.44	1,917.37

2、所得税费用与利润总额的关系

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	11,599.93	28,456.44	21,713.27	5,516.02
所得税费用	1,508.01	3,596.85	3,133.23	1,443.10
所得税费用占利润总额比例	13.00%	12.64%	14.43%	26.16%

3、报告期税收政策的变化及对发行人的影响

报告期内，公司适用的税收政策稳定，未发生重大不利变化，亦不存在面临即将实施的重大税收政策调整的情况。

（八）公司财务规范事项

1、第三方回款

公司主要面向海外市场销售，由于海外交易习惯，存在第三方回款的情况。报告期内，公司应收账款及合同资产回款方与发行人签订经济合同的客户名称不一致的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	第三方回款金额	占收入比例	第三方回款金额	占收入比例	第三方回款金额	占收入比例	第三方回款金额	占收入比例
商业合作伙伴	595.08	0.84%	627.26	0.46%	490.42	0.51%	374.79	0.71%
客户关联方	109.05	0.15%	413.61	0.30%	712.45	0.74%	310.27	0.59%
其他	40.23	0.06%	72.71	0.05%	90.15	0.09%	27.03	0.05%
合计	744.36	1.05%	1,113.58	0.81%	1,293.02	1.35%	712.10	1.36%

报告期内，公司收取的第三方回款分别为 712.10 万元、1,293.02 万元、1,113.58 万元和 744.36 万元，第三方回款主要由海外客户的商业合作伙伴或关联方等支付。第三方回款对应的交易真实发生，且具有商业合理性，不存在虚构交易或调节账龄的情形。公司及其实际控制人、董监高和其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。报告期内，公司未发生因第三方回款导致的货款归属纠纷，资金流、实物流与合同约定及商业实质基本一致。

公司第三方回款对应的销售不存在异常情形，相关内部控制制度设计合理且运行有效，且符合外汇管理相关监管要求。

2、现金交易

报告期内，公司不存在现金销售收入和现金采购成本。

3、零星代收代付

报告期内，公司存在员工交通、业务招待、零星办公用品等费用报销事项，该等费用报销，属于在日常经营过程中发生的公司正常开支，且公司已建立了相关费用报销管

理制度，费用及时准确完整。

除此之外，公司还存在下述利用个人账户对外收付款的情况：

(1) 个人借记卡或微信代收废品销售款及代付零星费用

报告期内，公司通过个人卡代收废品销售款，金额分别为 18.92 万元、2.69 万元、9.60 万元和 0.00 元，并通过该等个人账户代付零星费用如易耗品、过节费、慰问金等，金额分别为 17.27 万元、12.17 万元、1.58 万元和 0.00 元。

上述代收代付款项，主要是公司在日常经营过程中基于该等款项零星、琐碎原因所致，占公司收入及成本费用的比例较低。自 2021 年下半年开始，公司已进行规范，不再通过上述个人卡代收及代付零星费用。截至本招股说明书签署日，上述个人卡已注销。

(2) 个人信用卡或 PayPal 账户的先付款再报销

公司根据线上跨境销售平台运营特点，为满足平台要求，同时考虑运营便利，存在由员工先用个人信用卡或个人 PayPal 账户向销售平台等支付零星费用后，再向公司进行报销情况。为此，公司制定了严格报销管理制度，相关支付费用均真实、准确、完整入账，报告期内分别为 63.89 万元、30.02 万元、107.10 万元、46.39 万元，金额总体较小。为进一步规范运营，公司已对个人付款再报销进行了范围限制，对该类零星费用改由使用企业信用卡扣款或平台账户余额扣款等公司直接付费方式，从而限制个人账户先付款再报销的情况。公司相关内控管理制度进一步完善并有效执行。

(九) 由客户提供或指定原材料供应，生产加工后向客户销售的情形

公司在 2019 年度线下销售中存在既是客户又是供应商的情况，采购金额较小，具体如下表：

单位：万元

客户名称	从公司采购		向公司销售	
	金额	具体内容	金额	具体内容
SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD	666.42	摄像机单机、摄像机套装、配件	126.67	硬盘
SWANN COMMUNICATIONS (EUROPE) LIMITED	222.03		-	-
SWANN COMMUNICATIONS USA INC	884.26		-	-

公司与 SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD 之间的销售、采购业务相对独立，SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD 向公司销售硬盘后未保留硬盘的继续管理权，

向公司采购摄像机单机、摄像机套装等产品也是按照包括主要材料、辅料、加工费、利润在内的全额销售价格支付款项，因此前述购销业务按照独立的采购、销售业务进行处理，并按总额法确认收入。

报告期内，公司不存在其他由客户提供或指定原材料供应，生产加工后向客户销售的情形。

（十）信息系统核查的主要内容、结论和异常情形

保荐机构及申报会计师 IT 审计团队关于发行人信息系统核查的主要内容：依据《首发业务若干问题解答》等相关规定，通过现场访谈、文档审阅及系统查询、业财核对、重新计算与分析性复核、运营及财务数据分析等方法，对公司主要信息系统包括金蝶系统、易仓系统、官网系统及 Oracle NetSuite 系统在 2019 年 1 月 1 日至 **2022 年 6 月 30** 日期间的有效性进行核查。

经核查，公司信息系统控制有效，不存在虚假业务数据或虚假交易情况的重大数据异常，可以合理确信相关业务数据和财务数据的真实性、有效性及完整性。

十二、资产质量分析

（一）资产构成总体情况

报告期内，公司资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	67,270.86	90.31%	52,432.92	91.44%	43,305.53	94.19%	23,126.67	97.24%
非流动资产	7,220.01	9.69%	4,908.67	8.56%	2,672.84	5.81%	655.85	2.76%
资产总计	74,490.87	100.00%	57,341.60	100.00%	45,978.38	100.00%	23,782.52	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 23,782.52 万元、45,978.38 万元、57,341.60 万元和 **74,490.87 万元**，总资产呈持续增长态势，主要系为适应持续上升的国内外市场需求，公司加大了生产及备货规模，库存商品和原材料等存货大幅增长所致。

（二）流动资产情况分析

报告期各期末，公司流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	11,344.35	16.86%	6,776.87	12.92%	8,006.85	18.49%	4,682.90	20.25%
应收账款	2,944.35	4.38%	1,758.69	3.35%	1,988.59	4.59%	1,814.98	7.85%
预付款项	384.63	0.57%	559.18	1.07%	171.40	0.40%	314.39	1.36%
其他应收款	597.82	0.89%	1,181.33	2.25%	1,993.21	4.60%	906.09	3.92%
存货	47,934.67	71.26%	41,134.35	78.45%	30,833.13	71.20%	15,021.48	64.95%
其他流动资产	4,065.05	6.04%	1,022.51	1.95%	312.35	0.72%	386.82	1.67%
流动资产合计	67,270.86	100.00%	52,432.92	100.00%	43,305.53	100.00%	23,126.67	100.00%

报告期各期末，公司流动资产金额分别为 23,126.67 万元、43,305.53 万元、52,432.92 万元和 67,270.86 万元，年复合增长率为 53.28%，增长速度较快，主要系公司业务规模持续扩大，公司存货账面价值增长较快。公司流动资产主要为货币资金和存货，合计占报告期各期末流动资产的比例超过 80%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下：

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
银行存款	10,326.93	5,813.06	7,004.51	4,053.67
其他货币资金	1,017.42	963.81	1,002.34	629.23
合计	11,344.35	6,776.87	8,006.85	4,682.90
其中：存放在境外的款项总额	4,698.91	4,038.80	5,205.09	4,199.58

报告期各期末，公司货币资金金额分别为 4,682.90 万元、8,006.85 万元、6,776.87 万元和 11,344.35 万元，由银行存款、其他货币资金构成。

2020 年末，公司货币资金增长 70.98%，主要系 2020 年度销售业绩增长，经营性现金流增长所致；2021 年末，公司货币资金下降 15.36%，主要由于当年备货及支付股利所致。

公司其他货币资金主要是信用卡申请保证金、第三方支付平台随时可支取的款项等。

2、应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,814.98 万元、1,988.59 万元、1,758.69 万元和 **2,944.35 万元**，应收账款占流动资产的比例分别为 7.85%、4.59%、3.35%和 **4.38%**，金额及占比相对较小，与公司线上销售为主的渠道模式相互匹配。

公司应收账款主要是对个别线上平台的应收账款以及线下客户的应收账款。线上销售方式下，以亚马逊平台销售为例，由亚马逊负责终端配送及收款，公司定期与亚马逊结算销售款项，因此期末存在已结算但亚马逊还未支付给公司的销售款项，体现为对亚马逊的应收账款。线下销售方式下，公司根据不同线下客户情况给予相应信用账期，期末存在少量的应收款项。

（1）应收账款的主要构成

报告期各期末，公司应收账款账龄结构情况如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
1 年以内	3,099.31	1,851.25	2,093.26	1,910.51
小计	3,099.31	1,851.25	2,093.26	1,910.51
减：坏账准备	154.97	92.56	104.66	95.53
合计	2,944.35	1,758.69	1,988.59	1,814.98

报告期内，公司应收账款余额较为稳定。报告期各期末，公司应收账款账龄结构良好，账龄 1 年以内的应收账款占比为 100.00%。

（2）应收账款坏账计提情况

报告期各期末，公司应收账款的坏账计提具体情况如下：

单位：万元

类别	2022 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	3,099.31	100.00	154.97	5.00	2,944.35
其中：账龄分析组合	3,099.31	100.00	154.97	5.00	2,944.35
合计	3,099.31	100.00	154.97	5.00	2,944.35
类别	2021 年 12 月 31 日				

	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,851.25	100.00	92.56	5.00	1,758.69
其中：账龄分析组合	1,851.25	100.00	92.56	5.00	1,758.69
合计	1,851.25	100.00	92.56	5.00	1,758.69
类别	2020 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	2,093.26	100.00	104.66	5.00	1,988.59
其中：账龄分析组合	2,093.26	100.00	104.66	5.00	1,988.59
合计	2,093.26	100.00	104.66	5.00	1,988.59
类别	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,910.51	100.00	95.53	5.00	1,814.98
其中：账龄分析组合	1,910.51	100.00	95.53	5.00	1,814.98
合计	1,910.51	100.00	95.53	5.00	1,814.98

公司与同行业可比公司按账龄分析法计提坏账准备的比例对比情况如下：

账龄	安克创新	华宝新能	影石创新	发行人
6 个月以内	5%	5%	5%	5%
6 个月-1 年		10%		
1-2 年	10%	20%	10%	10%
2-3 年	30%	50%	30%	30%
3-4 年	50%	100%	50%	50%
4-5 年	80%	100%	80%	80%
5 年以上	100%	100%	100%	100%

报告期内，公司坏账准备计提比例与同行业公司基本一致。发行人客户结构优质，客户信用期较短且期后回款较好。报告期各期末，公司应收账款坏账计提比例较为合理。

（3）应收账款期末余额前五名情况

报告期各期末，公司按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况：

单位：万元

年份	单位名称	占应收账款余额的比例	余额
2022年6月末	亚马逊	38.17%	1,183.05
	Sandcom Oy	16.92%	524.43
	Inkvideo GmbH & Co. KG	11.76%	364.48
	STOK HANDEL AS	5.67%	175.61
	速卖通	3.43%	106.28
	合计	75.95%	2,353.84
2021年末	亚马逊	55.80%	1,032.96
	SANDCOM OY	8.79%	162.69
	STOK HANDEL AS	7.11%	131.63
	INKOVIDEO GMBH & CO. KG	5.80%	107.32
	Anyware Computer Accesories NZ LTD.	5.25%	97.23
	合计	82.75%	1,531.84
2020年末	亚马逊	42.61%	891.97
	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION	17.87%	374.17
	SANDCOM OY	10.68%	223.57
	INKOVIDEO GMBH & CO. KG	7.82%	163.66
	Catch	4.67%	97.85
	合计	83.66%	1,751.22
2019年末	亚马逊	54.02%	1,032.11
	UNIDEN HOLDINGS CORPORATION	21.82%	416.88
	SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD	14.81%	282.87
	BIANET B.V.	4.18%	79.90
	SANDCOM OY	1.83%	35.05
	合计	96.67%	1,846.80

注1：UNIDEN HOLDINGS CORPORATION 包括同一控制下的 UNIDEN HOLDINGS CORPORATION、UNIDEN AMERICA CORPORATION 和 UNIDEN AUSTRALIA PTY. LIMITED。

注2：SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD 包括同一控制下的 SWANN COMMUNICATIONS PTY LTD、SWANN COMMUNICATIONS USA INC.和 SWANN COMMUNICATIONS（EUROPE）LIMITED。

注3：BIANET B.V.包括同一控制下的 BIANET B.V.、FÉMUR B.V。

报告期各期末，公司前五大应收账款余额占各期末应收账款余额比例分别为 96.67%、83.66%、82.75%和 75.95%，其中，亚马逊是公司第一大应收账款对象。

(4) 应收账款的期后回款情况

截至 2022 年 8 月 31 日，报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

账龄	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	3,099.31	1,851.25	2,093.26	1,910.51
期后回款金额	2,687.74	1,851.25	2,093.26	1,910.51
期后回款比例	86.72%	100.00%	100.00%	100.00%

公司应收账款期后回款情况良好，不存在较大的坏账风险。

3、预付款项

报告期内各期末，公司的预付账款情况如下：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	384.63	100.00%	544.70	97.41%	171.40	100.00%	311.72	99.15%
1-2 年	-	0.00%	14.48	2.59%	-	0.00%	2.67	0.85%
合计	384.63	100.00%	559.18	100.00%	171.40	100.00%	314.39	100.00%

报告期各期末，公司预付账款金额分别为 314.39 万元、171.40 万元、559.18 万元和 384.63 万元，占流动资产比例相对较低，分别为 1.36%、0.40%、1.07%和 0.57%。其中，账龄在 1 年以内的预付账款占比分别为 99.15%、100.00%、97.41%和 100.00%。

报告期各期末，公司按预付对象归集的期末余额前五名情况如下：

单位：万元

年份	单位名称	余额	占预付款项余额的比例
2022 年 6 月末	Google Asia Pacific Pte.Ltd	119.94	31.18%
	香港亿格有限公司	38.65	10.05%
	中国出口信用保险公司深圳分公司	30.20	7.85%
	北京世纪卓越快递服务有限公司	29.04	7.55%
	深圳市创成装饰设计有限公司	28.00	7.28%
	合计	245.83	63.92%
2021 年末	广东达宝文信息科技有限公司	127.21	22.75%
	香港亿格有限公司	68.16	12.19%
	甲骨文（中国）软件系统有限公司	59.44	10.63%
	中国出口信用保险公司深圳分公司	57.38	10.26%

年份	单位名称	余额	占预付款项余额的比例
	Google Asia Pacific Pte.Ltd	50.61	9.05%
	合计	362.80	64.88%
2020 年末	Google Asia Pacific Pte.Ltd	59.90	34.95%
	递四方速递有限公司	24.12	14.07%
	香港亿格有限公司	21.38	12.47%
	Orange Connex Global Group Limited	15.30	8.93%
	佳世展览国际股份有限公司	14.85	8.67%
	合计	135.55	79.09%
2019 年末	Google Asia Pacific Pte.Ltd	65.39	20.80%
	尚立（香港）股份有限公司	58.38	18.57%
	Amazon Services Europe	49.75	15.83%
	万邑通（上海）信息科技股份有限公司	40.07	12.75%
	Locke Lord LLP	39.65	12.61%
	合计	253.25	80.56%

4、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款分别为 906.09 万元、1,993.21 万元、1,181.33 万元和 597.82 万元，占流动资产的比例分别为 3.92%、4.60%、2.25%和 0.89%，总体占比较小。报告期各期末，公司其他应收款的具体构成情况如下表：

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
应收出口退税	-	686.71	1,772.42	718.26
保证金及押金	598.27	438.09	189.14	171.67
其他	140.78	170.52	158.32	67.59
小计	739.05	1,295.32	2,119.89	957.53
减：坏账准备	141.23	113.98	126.67	51.44
合计	597.82	1,181.33	1,993.21	906.09

报告期各期末，公司其他应收款的账龄情况如下表：

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
1 年以内	330.17	1,109.96	1,982.85	886.35
1-2 年	224.01	54.73	67.90	71.18

账龄	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
2-3年	54.25	61.49	69.13	-
3-4年	61.49	69.13	-	-
4-5年	69.13	-	-	-
小计	739.05	1,295.32	2,119.89	957.53
减：坏账准备	141.23	113.98	126.67	51.44
合计	597.82	1,181.33	1,993.21	906.09

报告期各期末，公司账龄在1年以内的其他应收款占比分别为92.57%、93.54%、85.69%和44.67%，1年以上的其他应收款主要是保证金及押金等。

5、存货

（1）公司存货构成情况

报告期各期末，公司存货的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年6月30日			2021年12月31日		
	账面余额	跌价/减值准备	账面价值	账面余额	跌价/减值准备	账面价值
原材料	12,842.41	599.92	12,242.49	11,348.69	377.64	10,971.05
委托加工物资	5,146.60	-	5,146.60	4,681.22	-	4,681.22
在产品	738.70	-	738.70	564.35	-	564.35
库存商品	22,142.43	2,623.70	19,518.72	16,538.66	1,728.29	14,810.37
发出商品	833.25	-	833.25	291.50	-	291.50
在途商品	9,454.90	-	9,454.90	9,815.86	-	9,815.86
合计	51,158.30	3,223.63	47,934.67	43,240.28	2,105.93	41,134.35

（续）

项目	2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	跌价/减值准备	账面价值	账面余额	跌价/减值准备	账面价值
原材料	8,356.24	265.87	8,090.37	3,408.66	128.14	3,280.52
委托加工物资	3,795.16	-	3,795.16	2,020.98	-	2,020.98
在产品	284.67	-	284.67	509.29	-	509.29
库存商品	7,530.42	1,034.76	6,495.66	6,878.26	981.66	5,896.60
发出商品	257.31	-	257.31	83.33	-	83.33

在途商品	11,909.96	-	11,909.96	3,230.74	-	3,230.74
合计	32,133.76	1,300.63	30,833.13	16,131.27	1,109.80	15,021.48

注：在途商品主要为公司从国内运往亚马逊 FBA 仓或海外第三方仓途中的商品。

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 15,021.48 万元、30,833.13 万元、41,134.35 万元和 **47,934.67 万元**，占流动资产的比例分别为 64.95%、71.20%、78.45%和 **71.26%**。报告期内，公司存货账面价值保持快速增长，年均复合增长率为 **59.07%**，主要系公司根据线上平台销售特点、历史销售情况和市场需求预测进行前瞻性备货，**2019-2021 年度**，公司营业收入年均复合增长率为 61.44%，与存货增速基本一致。

从存货构成来看，报告期内，公司存货主要为库存商品、在途商品、原材料及委托加工物资，报告期内**四者**合计占比均超过 95%，在产品和发出商品占比相对较少。报告期各期末，公司的存货结构特点与线上销售为主下的生产备货策略相互一致。报告期内，公司根据线上平台销售特点，主要在亚马逊 FBA 仓及第三方海外仓库置备存货，保证产品供应的及时性。考虑到国际物流周期，为保证安全库存，公司按照“海外仓库备货一批、海运在途运送一批、国内工厂备料备产一批”的策略进行供应链管理，并结合外部环境对原材料进行适当安全备料以应对供应链缺货和交期波动，因此体现为期末库存商品、在途商品、原材料及委托加工物资三者占比较高的情况。

（2）跌价准备计提情况

报告期各期末，公司严格按照《企业会计准则》的规定，根据成本与可变现净值孰低对存货计提跌价准备。报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 1,109.80 万元、1,300.63 万元、2,105.93 万元和 **3,223.63 万元**，公司存货跌价准备计提充足。

6、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产具体情况如下：

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
应收退货成本	429.64	324.51	240.66	-
待抵扣增值税	3,220.01	518.40	67.85	378.24
预交企业所得税	113.52	151.30	-	-
上市中介服务费	301.89	28.30	-	-
其他	-	-	3.83	8.58
合计	4,065.05	1,022.51	312.35	386.82

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 386.82 万元、312.35 万元、1,022.51 万元和 4,065.05 万元，主要为应收退货成本、期末待抵扣的增值税进项税额、预交企业所得税等。其中，应收退货成本为公司预计退货对应的成本。2020 年新收入准则实施后，按照因向客户转让商品而预期有权取得的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本。

（三）非流动资产情况分析

报告期内，公司非流动资产具体情况如下：

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	136.98	1.90%	58.28	1.19%	36.38	1.36%	60.60	9.24%
使用权资产	1,487.20	20.60%	825.33	16.81%	-	0.00%	-	0.00%
无形资产	-	0.00%	-	0.00%	2.49	0.09%	6.75	1.03%
长期待摊费用	14.43	0.20%	20.21	0.41%	-	0.00%	-	0.00%
递延所得税资产	5,581.39	77.30%	4,002.95	81.55%	2,633.98	98.55%	584.16	89.07%
其他非流动资产	-	0.00%	1.91	0.04%	-	0.00%	4.35	0.66%
非流动资产合计	7,220.01	100.00%	4,908.67	100.00%	2,672.84	100.00%	655.85	100.00%

报告期各期末，公司非流动资产分别为 655.85 万元、2,672.84 万元、4,908.67 万元和 7,220.01 万元。公司非流动资产主要由递延所得税资产和使用权资产构成，合计占比分别为 89.07%、98.55%、98.36%和 97.90%。公司主要非流动资产项目具体分析如下：

1、固定资产

报告期各期末，公司固定资产情况如下表：

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
账面原值	机器设备	167.81	85.26	62.94	65.24
	运输工具	10.57	10.57	10.57	10.57
	办公设备及其他	84.50	69.99	39.79	36.66
	合计	262.88	165.81	113.29	112.47

累计折旧	机器设备	66.44	55.23	35.25	17.87
	运输工具	10.04	10.04	10.04	10.04
	办公设备及其他	49.42	42.27	31.63	23.95
	合计	125.90	107.53	76.91	51.87
账面价值	机器设备	101.37	30.03	27.69	47.37
	运输工具	0.53	0.53	0.53	0.53
	办公设备及其他	35.08	27.72	8.16	12.70
	合计	136.98	58.28	36.38	60.60

报告期各期末，公司固定资产原值金额分别为 112.47 万元、113.29 万元、165.81 万元和 262.88 万元，主要是机器设备、运输工具、办公设备等。公司固定资产规模总体较小，与公司经营模式相关，公司通过自主研发形成产品的技术资料，再根据产品技术资料向供应商采购通用料件、定制料件，并通过委托加工为主方式，生产出家用摄像机单机、套装产品。公司产品生产过程主要由委外加工商完成，因此自主生产设备较少。

公司固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。报告期各期末，公司累计折旧金额分别为 51.87 万元、76.91 万元、107.53 万元和 125.90 万元。

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 60.60 万元、36.38 万元、58.28 万元和 136.98 万元，占非流动资产的比重分别为 9.24%、1.36%、1.19%和 1.90%。固定资产不存在可变现净值低于其账面价值的情形，故未计提固定资产减值准备。

2、使用权资产

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
账面原值	房屋及建筑物	2,669.34	1,576.94	-	-
	合计	2,669.34	1,576.94	-	-
累计折旧	房屋及建筑物	1,182.14	751.61	-	-
	合计	1,182.14	751.61	-	-
账面价值	房屋及建筑物	1,487.20	825.33	-	-
	合计	1,487.20	825.33	-	-

2021 年末，因执行新租赁准则，将房屋及建筑物租赁费用调整至“使用权资产”科目，2021 年度使用权资产计提的折旧金额为 751.61 万元，其中计入制造费用的折旧

费用为 341.88 万元，计入销售费用的折旧费用为 177.59 万元，计入管理费用的折旧费用为 21.76 万元，计入研发费用的折旧费用为 210.38 万元。2022 年上半年使用权资产计提的折旧金额为 430.54 万元，其中计入制造费用的折旧费用为 184.14 万元，计入销售费用的折旧费用为 118.84 万元，计入管理费用的折旧费用为 22.36 万元，计入研发费用的折旧费用为 105.19 万元。

3、无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值情况如下表：

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
账面原值	软件	12.78	12.78	12.78	12.78
	合计	12.78	12.78	12.78	12.78
累计摊销	软件	12.78	12.78	10.30	6.04
	合计	12.78	12.78	10.30	6.04
账面价值	软件	-	-	2.49	6.75
	合计	-	-	2.49	6.75

公司无形资产均为公司外购的用于公司日常经营管理的软件产品。报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 6.75 万元、2.49 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占比非流动资产比重小。公司无形资产不存在可变现净值低于其账面价值的情形，故未计提无形资产减值准备。公司目前使用的财务及 OA 系统软件通过每年支付年费方式进行付费采购，在当年一次性费用化。

4、长期待摊费用

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
账面原值	中国移动网络服务	20.21	23.09	-	-
	合计	20.21	23.09	-	-
累计摊销	中国移动网络服务	5.77	2.89	-	-
	合计	5.77	2.89	-	-
账面价值	中国移动网络服务	14.43	20.21	-	-
	合计	14.43	20.21	-	-

2021 年末公司长期待摊费用为中国移动网络服务，占非流动资产的比重很小。

5、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下表：

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	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,279.78	221.86	1,001.28	186.06	320.05	51.08	144.27	35.49
信用减值准备	293.68	49.01	206.55	33.84	231.34	37.32	146.96	28.41
内部交易未实现利润	28,023.71	5,181.77	19,332.97	3,665.64	13,917.98	2,466.54	2,576.95	463.75
可抵扣亏损	90.44	21.68	77.57	19.39	26.16	6.54	7.10	1.78
预计负债及应收退货成本	555.70	107.07	515.22	98.01	403.05	72.50	322.64	54.73
合计	30,243.30	5,581.39	21,133.59	4,002.95	14,898.56	2,633.98	3,197.93	584.16

公司递延所得税资产主要来源于内部交易未实现利润、资产减值准备和预计负债及应收退货成本等。报告期各期末，公司递延所得税资产期末余额分别为 584.16 万元、2,633.98 万元、4,002.95 万元和 5,581.39 万元，占非流动资产的比例相对稳定，分别为 89.07%、98.55%、81.55%和 77.30%。

6、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产分别为 4.35 万元、0.00 万元、1.91 万元和 0.00 万元，金额极小。

（四）营运能力分析

1、公司主要资产周转能力指标

报告期内，公司资产周转能力相关财务指标如下表所示：

财务指标	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
资产周转率（次）	1.07	2.65	2.75	2.65
应收账款周转率（次）	28.60	69.32	47.96	33.43
存货周转率（次）	0.88	1.92	1.98	1.84

注 1：资产周转率=营业收入÷期初期末资产总额平均值，其中 2022 年 1-6 月指标未年化。

报告期内，公司总资产周转率和存货周转率维持稳定，应收账款周转率持续上升。随着公司业务规模逐渐扩大，公司存货规模逐渐增加，存货增加情况与收入增加情况总

体匹配，存货周转率保持相对稳定水平。

2、资产周转率同行业比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司资产周转能力指标比较如下：

公司名称	应收账款周转率				存货周转率			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安克创新	5.91	12.13	12.93	14.84	1.66	4.24	4.02	3.39
华宝新能	13.44	31.19	21.49	14.97	0.96	2.84	3.08	2.58
影石创新	-	-	32.79	25.76	-	-	3.60	3.17
平均值	-	-	22.40	18.52	-	-	3.58	3.05
本公司	28.60	69.32	47.96	33.43	0.88	1.92	1.98	1.84

注：应收账款周转率=营业收入÷期初期末应收账款余额平均值；存货周转率=营业成本/期初期末存货余额平均值。同行业指标来源于公开披露的招股说明书、反馈回复、年报、半年报或审阅报告或根据该公式重新计算。

报告期内，公司应收账款周转率分别为 33.43 次/年、47.96 次/年、69.32 次/年和 28.60 次/年，公司应收账款回款情况良好，应收账款周转率显著高于同行业可比上市公司。

报告期内，公司存货周转率分别为 1.84 次/年、1.98 次/年、1.92 次/年和 0.88 次/年，略低于行业平均水平，主要是因为各公司经营模式、经营或备货策略有区别等因素所致。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债情况分析

报告期内，公司负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	26,969.06	98.07%	21,533.74	98.64%	24,589.96	100.00%	11,878.82	100.00%
非流动负债	531.66	1.93%	297.43	1.36%	-	0.00%	-	0.00%
负债合计	27,500.72	100.00%	21,831.17	100.00%	24,589.96	100.00%	11,878.82	100.00%

报告期内，发行人负债主要为流动负债，各期末流动负债占负债总额的比例分别为 100%、100%、98.64%和 98.07%。

1、流动负债构成及变动分析

公司流动负债主要包括应付账款、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款等。报告期各期末，公司流动负债具体情况如下：

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	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	935.00	7.87%
应付账款	15,864.29	58.82%	10,574.15	49.11%	11,347.09	46.15%	5,959.43	50.17%
预收款项	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	421.04	3.54%
合同负债	1,418.02	5.26%	791.53	3.68%	927.60	3.77%	-	0.00%
应付职工薪酬	1,519.23	5.63%	2,021.45	9.39%	1,689.43	6.87%	1,274.83	10.73%
应交税费	4,619.33	17.13%	5,165.96	23.99%	4,553.80	18.52%	2,184.46	18.39%
其他应付款	1,561.97	5.79%	1,567.74	7.28%	5,428.33	22.08%	781.42	6.58%
一年内到期的非流动负债	1,000.89	3.71%	573.17	2.66%	-	0.00%	-	0.00%
其他流动负债	985.34	3.65%	839.73	3.90%	643.71	2.62%	322.64	2.72%
流动负债合计	26,969.06	100.00%	21,533.74	100.00%	24,589.96	100.00%	11,878.82	100.00%

(1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款情况如下表：

单位：万元

借款类别	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保证借款	-	-	-	-	-	-	935.00	100.00%
合计	-	-	-	-	-	-	935.00	100.00%

报告期各期末，公司短期借款余额为935万元、0万元、0万元和0万元，2020年至今未再新增短期借款情况。

(2) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下表：

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
1年及以内	15,864.29	10,574.15	11,347.09	5,959.43
1年以上	-	-	-	-
合计	15,864.29	10,574.15	11,347.09	5,959.43

公司应付账款主要为应付供应商货款，报告期内公司无账龄超过1年的重要应付账

款，各期末应付账款分别为 5,959.43 万元、11,347.09 万元、10,574.15 万元和 15,864.29 万元。随着公司业务规模不断扩张，各年采购需求显著上升，因此公司应付账款整体呈上升趋势。

报告期各期末，公司应付账款前五名情况如下表：

年份	序号	名称	应付账款余额 (万元)	占应付账款总 额比例
2022 年 6 月末	1	中国电子器材国际有限公司	1,491.82	9.40%
	2	深圳市鼎芯无限科技有限公司	987.59	6.23%
	3	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司	962.64	6.07%
	4	东莞市钜大电子有限公司	801.87	5.05%
	5	深圳市协讯科技有限公司	626.04	3.95%
	合计		4,869.96	30.70%
2021 年末	1	东莞市钜大电子有限公司	861.08	8.14%
	2	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司	647.79	6.13%
	3	深圳市鼎芯无限科技有限公司	518.59	4.90%
	4	深圳市联立太阳能有限公司	431.22	4.08%
	5	深圳市协讯科技有限公司	355.96	3.37%
	合计		2,814.64	26.62%
2020 年末	1	株洲大川电子技术有限公司	759.89	6.70%
	2	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司	650.51	5.73%
	3	元歆科技有限公司	595.26	5.25%
	4	深圳市鼎芯无限科技有限公司	474.23	4.18%
	5	东莞市钜大电子有限公司	397.87	3.51%
	合计		2,877.77	25.36%
2019 年末	1	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司	312.23	5.24%
	2	中国电子器材国际有限公司	291.03	4.88%
	3	元歆科技有限公司	287.24	4.82%
	4	杭州利尔达展芯科技有限公司（注）	275.81	4.63%
	5	深圳朝冠科技有限公司	256.11	4.30%
	合计		1,422.43	23.87%

注：公司独立董事丁毓麟先生（新加坡国籍），曾担任利尔达（新三板股票代码：832149）总裁，2020 年 4 月从利尔达离职退休，2021 年 5 月被聘为公司独立董事。

（3）预收款项和合同负债

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将预收合同款项由预收款项调整至合

同负债列报。

报告期各期末，公司预收款项及合同负债金额如下：

单位：万元

科目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
预收款项	-	-	-	421.04
合同负债	1,418.02	791.53	927.60	-
合计	1,418.02	791.53	927.60	421.04

公司预收款项及合同负债主要为预收商品款。报告期各期末，公司预收款项及合同负债金额分别为 421.04 万元、927.60 万元、791.53 万元和 1,418.02 万元，各期末预收款项及合同负债占流动负债比例基本保持稳定，分别为 3.54%、3.77%、3.68%和 5.26%。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下表：

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
短期薪酬	1,519.23	2,021.45	1,689.43	1,271.63
辞退福利	-	-	-	3.20
合计	1,519.23	2,021.45	1,689.43	1,274.83

公司应付职工薪酬主要由应付职工工资、奖金及补贴等短期薪酬构成。报告期各期末公司应付职工薪酬分别为 1,274.83 万元、1,689.43 万元、2,021.45 万元和 1,519.23 万元，占流动负债的比重分别为 10.73%、6.87%、9.39%和 5.63%。2019-2021 年，公司应付职工薪酬呈逐年上升趋势，主要系随着公司业务规模的扩大和经营管理能力的提高，公司员工数量逐年增加，同时公司参考物价水平和员工对公司的贡献度，相应调整了不同岗位人员的工资水平所致。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下表：

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
增值税	1.48	1.91	-	0.05
境外间接税	1,938.45	2,216.76	2,258.46	1,275.12
企业所得税	2,646.27	720.01	2,174.64	893.56

个人所得税	26.31	2,081.66	16.95	15.09
其他	6.81	145.62	103.74	0.64
合计	4,619.33	5,165.96	4,553.80	2,184.46

公司应交税费主要为各期末已计提而尚未缴纳的境外间接税、企业所得税和代扣代缴的个人所得税，其中公司自 2020 年 12 月取得高新技术企业证书，有效期三年，享受高新技术企业税收优惠，适用企业所得税税率为 15%。

报告期内，未受到税务主管机关的重大处罚。

报告期初，发行人在美国部分州的销售由亚马逊等电商平台代扣代缴销售税，其余州对是否就线上销售征收销售税未完全明确。目前，在美国主要州征税政策逐步明确的前提下，公司已就平台代扣代缴前，在美国地区线上历史销售情况计提相关税费及利息，同时根据美国各州的自愿披露协议（VDA）机制，聘请当地税务代理机构向美国一些主要销售目的州税务部门提交 VDA 申请。

公司结合美国各州的销售税征税要求，分别就报告期各期公司在第三方电商平台和官网的当期应缴未缴的销售税进行测算。截至目前，美国共有 45 个州和哥伦比亚特区设置了销售税，阿拉斯加等 5 州销售税税率为 0。公司对报告期内设置销售税的 45 个州和哥伦比亚特区的销售情况进行梳理，对平台代扣代缴生效日前已产生销售的州计算应税收入，同时按应税收入进行了税项计提。报告期各年计提的税金分别为 991.32 万元、628.62 万元、13.91 万元和 0.00 万元。

截至招股说明书签署日，公司已向 20 个州提交了 VDA（税额占比达 86%）。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司应付股利和其他应付款情况如下表：

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
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	4,000.00	-
其他应付款	1,561.97	1,567.74	1,428.33	781.42
其中：应付物流费	827.77	875.95	834.27	402.21
应付销售返利及广告费	262.37	362.23	273.94	142.97
美国销售税计	340.18	268.34	166.52	74.72

提利息				
其他	131.66	61.22	153.60	161.52
合计	1,561.97	1,567.74	5,428.33	781.42

公司其他应付款主要为应付物流费、应付销售返利及广告费和美国销售税计提利息，各报告期期末无账龄超过1年的重要其他应付款。

另外，根据2020年7月30日股东会审议通过的分红方案，2020年末公司应付普通股股利为4,000.00万元。

2、非流动负债构成及变动分析

公司非流动负债全部为租赁负债。报告期各期末，公司非流动负债具体情况如下：

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	531.66	100.00%	297.43	100.00%	-	-	-	-
非流动负债合计	531.66	100.00%	297.43	100.00%	-	-	-	-

公司自2021年1月1日起执行新租赁准则，将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债，主要为公司租入经营和办公场所而产生的负债。报告期各期末，公司非流动负债金额分别为0.00万元、0.00万元、297.43万元和531.66万元，占负债总额的比例分别为0.00%、0.00%、1.36%和1.93%。

（二）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2022年1-6月 /6月末	2021年度/末	2020年度/末	2019年度/末
流动比率（倍）	2.49	2.43	1.76	1.95
速动比率（倍）	0.72	0.52	0.51	0.68
资产负债率（母公司）（%）	26.67	27.84	43.92	43.15
资产负债率（合并）（%）	36.92	38.07	53.48	49.95
利息保障倍数（倍）	438.35	565.56	1,595.70	808.99
息税折旧摊销前利润（万元）	12,081.13	29,294.43	21,759.31	5,551.98

注：上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=（流动资产-存货）/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额×100%

4、利息保障倍数（倍）=（利润总额+计入财务费用的利息支出）/（计入财务费用的利息支出+资本化利息支出）

5、息税折旧摊销前利润=净利润+利息费用+所得税+固定资产折旧+使用权资产折旧+长期待摊费用摊销和无形资产摊销

报告期内，发行人与同行业可比上市公司流动比率、速动比率、资产负债率对比情况如下：

指标	公司名称	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
流动比率 (单位：倍)	安克创新	3.21	3.83	4.82	2.81
	华宝新能	1.55	1.47	1.57	1.27
	影石创新	未披露	未披露	3.32	4.85
	平均值	-	-	3.24	2.98
	本公司	2.49	2.43	1.76	1.95
速动比率 (单位：倍)	安克创新	2.15	2.71	3.62	1.62
	华宝新能	0.71	0.73	0.99	0.67
	影石创新	未披露	未披露	2.71	4.03
	平均值	-	-	2.44	2.11
	本公司	0.72	0.52	0.51	0.68
资产负债率 (%)	安克创新	28.89	27.52	21.75	34.08
	华宝新能	59.95	63.60	60.98	75.44
	影石创新	未披露	未披露	25.15	20.45
	平均值	-	-	35.96	43.32
	本公司	36.92	38.07	53.48	49.95

注：上述数据取自相关上市公司年报、半年报或审阅报告、招股说明书、问询回复等资料或根据相关公开数据计算所得。

报告期各期末，公司合并口径的资产负债率分别为 49.95%、53.48%、38.07%和 36.92%，流动比率分别为 1.95 倍、1.76 倍、2.43 倍和 2.49 倍，与同行业可比公司平均值相比处于合理水平；报告期内发行人资产负债率整体呈下降趋势，流动比率整体呈上升趋势，说明随着公司经营管理和财务管理水平不断优化，公司短期偿债能力和长期偿债能力均显著提升，资产质量明显改善，资本结构日趋合理化。

（三）报告期内股利分配实施情况

1、2020 年股利分配

2020 年 7 月 30 日，公司召开股东会，审议通过了公司的分红方案，分红基准日为 2020 年 6 月 30 日，分红金额为 10,550 万元（含税），具体分为两个部分：

(1) 一般分配：公司向全体股东分配利润 7,250 万元，分别于 2020 年下半年、2021 年上半年发放 3,250 万元和 4,000 万元。考虑到深圳市众人拾薪是于 2019 年 12 月增资入股、入股时间较晚、且增资金额未实缴，众人拾薪本次不参与该等金额的分配。众人拾薪自愿放弃该等分红金额的分配，并不持任何异议。

(2) 特殊分配：考虑到一方面周瑞、宋云龙过往工作过程中对公司发展的贡献；另一方面公司拟启动 IPO 计划，未来两人将转让一定比例的股权给予员工持股平台等，两人在公司整体股权分配上作出了一定的让渡，因此，同意向周瑞、宋云龙定向分配利润 3,300 万元（其中：周瑞、宋云龙分别为 1,650 万元），并于 2020 年 8 月发放。公司其他股东不参与该等分红金额的分配，自愿放弃、并不持任何异议。

公司已按照上述方案派发分红款，并已代扣代缴相关个人所得税。

2、2021 年股利分配

2021 年 12 月 8 日，公司召开临时股东大会，审议通过了《关于 2021 年利润分配方案的议案》，具体为：

在保证公司正常经营和长远发展的前提下，为了更好的兼顾股东的即期利益和长远利益，公司拟定的 2021 年利润分配方案如下：以公司总股本 9,000 万股为基数，向全体股东每 1 股派发现金红利 1.30 元（含税）。合计拟派发现金股利 11,700.00 万元，本次利润分配不送红股，不进行资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。

公司将按照上述方案派发股利，并代扣代缴相关个人所得税。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1、经营活动产生的现金流量				
经营活动现金流入小计	66,439.25	131,798.68	92,748.39	52,633.03
经营活动现金流出小计	59,280.32	116,967.18	81,425.31	51,106.32
经营活动产生的现金流量净额	7,158.93	14,831.50	11,323.08	1,526.71
2、投资活动产生的现金流量				
投资活动现金流入小计	7,518.43	4,363.95	0.08	69.44
投资活动现金流出小计	7,609.17	4,434.34	17.43	118.57

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动产生的现金流量净额	-90.73	-70.39	-17.35	-49.13
3、筹资活动产生的现金流量				
筹资活动现金流入小计	-	90.00	259.90	1,000.00
筹资活动现金流出小计	2,796.48	14,408.78	7,498.62	109.83
筹资活动产生的现金流量净额	-2,796.48	-14,318.78	-7,238.72	890.17
汇率变动对现金及现金等价物的影响	294.77	-1,671.87	-741.71	234.58
现金及现金等价物净增加额	4,566.48	-1,229.54	3,325.30	2,602.34
期末现金及现金等价物余额	11,324.29	6,757.81	7,987.36	4,662.05

1、经营活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
销售商品、提供劳务收到的现金	62,973.29	-	119,899.36	33,395.08	86,504.27	38,831.56	47,672.72
收到的税费返还	3,286.04	-	10,957.17	4,890.23	6,066.94	1,208.79	4,858.15
收到其他与经营活动有关的现金	179.92	-	942.15	764.98	177.17	75.00	102.16
经营活动现金流入小计	66,439.25	-	131,798.68	39,050.29	92,748.39	40,115.35	52,633.03
购买商品、接受劳务支付的现金	46,820.40	-	88,486.02	26,104.10	62,381.91	27,696.78	34,685.13
支付给职工以及为职工支付的现金	5,803.55	-	8,719.30	3,052.32	5,666.98	1,073.74	4,593.24
支付的各项税费	3,432.67	-	12,711.28	4,201.80	8,509.47	5,077.53	3,431.94
支付其他与经营活动有关的现金	3,223.71	-	7,050.59	2,183.64	4,866.94	-3,529.07	8,396.01
经营活动现金流出小计	59,280.32	-	116,967.18	35,541.87	81,425.31	30,318.99	51,106.32
经营活动产生的现金流量净额	7,158.93	-	14,831.50	3,508.42	11,323.08	9,796.37	1,526.71

(1) 经营活动产生的现金流量的构成及变动分析

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金呈逐年上升趋势，分别为 47,672.72 万元、86,504.27 万元、119,899.36 万元和 **62,973.29 万元**，占同期经营活动现金流入的比例分别为 90.58%、93.27%、90.97%和 **94.78%**，是经营活动现金流入的主要来源。报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入基本匹配，小于营业收入主要系亚马逊平台是在扣除向公司收取的销售平台费、物流费、仓储费、广告费等费用后，

向公司支付销售款项。报告期各期末应收账款余额相对稳定，营业收入能够较好的转换为现金流入。另外，公司收到其他与经营活动有关的现金主要为政府补助款。

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金呈逐年上升趋势，分别为 34,685.13 万元、62,381.91 万元和 88,486.02 万元和 **46,820.40 万元**，占同期经营活动现金流出的比例分别为 67.87%、76.61%、75.65%和 **78.98%**，是经营活动现金流出的主要支出。报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金基本与营业成本匹配，反映了随着公司业务规模不断扩张、产品类型日益多样化，由日常生产经营活动产生的采购需求逐年上升，与公司的中长期发展目标相契合。另外，公司支付其他与经营活动有关的现金主要为手续费和销售费用、管理费用、研发费用等期间费用、支付押金保证金、偿还关联往来款。

（2）公司经营活动产生的现金流量净额和净利润的关系

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额和净利润的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	10,091.91	24,859.58	18,580.04	4,072.92
加：资产减值准备	1,440.40	1,726.60	767.30	1,208.82
信用减值损失	82.06	-21.71	91.47	-13.69
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	18.37	30.61	28.17	24.87
使用权资产折旧	430.54	751.61	-	-
无形资产摊销	-	2.49	4.26	4.26
长期待摊费用摊销	5.77	2.89	-	-
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）	-	-	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	-	-0.07	2.75
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	-160.64	1,702.85	676.62	92.04
投资损失（收益以“-”号填列）	-18.43	-13.95	-	-0.14
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-1,573.50	-1,370.64	-2,056.24	-190.23
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-5,812.47	-12,962.96	-18,240.89	-6,029.45
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,211.65	-810.34	-2,108.63	-24.18
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	2,896.54	-206.19	12,263.47	639.89

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他	970.04	1,140.68	1,317.59	1,738.85
经营活动产生的现金流量净额	7,158.93	14,831.50	11,323.08	1,526.71

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额低于当期净利润，主要系随着公司业务规模不断扩大，公司销售订单量显著增加，存货规模随之上升，因购买商品、接受劳务支付的现金支出金额较高所致。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
收回投资收到的现金	7,500.00	-	4,350.00	4,350.00	-	-68.98	68.98
取得投资收益收到的现金	18.43	-	13.95	13.95	-	-0.14	0.14
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-0.08	0.08	-0.23	0.31
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	7,518.43	-	4,363.95	4,363.87	0.08	-69.36	69.44
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	109.17	-	84.34	66.91	17.43	-32.16	49.59
投资支付的现金	7,500.00	-	4,350.00	4,350.00	-	-68.98	68.98
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	7,609.17	-	4,434.34	4,416.91	17.43	-101.14	118.57
投资活动产生的现金流量净额	-90.73	-	-70.39	-53.04	-17.35	31.78	-49.13

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 49.59 万元、17.43 万元、84.34 万元和 109.17 万元，主要为公司购买日常办公所需的固定资产产生的支出。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
吸收投资收到的现金	-	-	90.00	-169.90	259.90	259.90	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-	-	-1,000.00	1,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	90.00	-169.90	259.90	-740.10	1,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	-	-935.00	935.00	870.00	65.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,047.97	-	13,652.03	7,088.42	6,563.62	6,556.79	6.83
支付其他与筹资活动有关的现金	748.52	-	756.75	756.75	-	-38.00	38.00
筹资活动现金流出小计	2,796.48	-	14,408.78	6,910.16	7,498.62	7,388.79	109.83
筹资活动产生的现金流量净额	-2,796.48	-	-14,318.78	-7,080.06	-7,238.72	-8,128.89	890.17

2019 年度取得借款收到的现金 1,000.00 万元为公司基于补充流动资金需要向中国银行深圳宝安支行的银行借款，该款项已于 2020 年清偿。2020 年度吸收投资收到的现金 259.90 万元为众人拾薪增资入股的款项。2020 年度分配股利、利润或偿付利息支付的现金 6,563.62 万元和 2021 年度分配股利、利润或偿付利息支付的现金 13,652.03 万元主要为根据 2020、2021 年度利润分配方案支付的现金。另外，公司支付的其他与筹资活动有关的现金主要为租赁付款额、信用卡保证金和担保融资费等。

（五）资本性支出分析

1、报告期内的资本性支出

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 49.59 万元、17.43 万元、84.34 万元和 109.17 万元。重大资本性支出主要系根据公司整体发展计划及日常经营需要而购置的机器设备、电子设备等。

2、未来可预见的重大资本性支出

截至本招股说明书签署日，公司除利用本次发行募集资金投资项目外，无其他可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目具体情况参见本招股说明书“第

九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（六）流动性风险及应对流动性风险的具体措施

1、流动性相关指标

报告期内，公司流动性相关指标如下：

项目	2022年6月30日 /2022年上半年	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
资产负债率（母公司）	26.67%	27.84%	43.92%	43.15%
资产负债率（合并）	36.92%	38.07%	53.48%	49.95%
流动比率（倍）	2.49	2.43	1.76	1.95
经营活动产生的现金流量净额	7,158.93	14,831.50	11,323.08	1,526.71

报告期内，公司负债以经营性的流动负债为主，债务期限结构合理，长短期债务配置期限与公司现阶段的业务发展情况相适应。报告期各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 43.15%、43.92%、27.84%和 **26.67%**，公司资产负债率（合并）分别为 49.95%、53.48%、38.07%和 **36.92%**，流动比率分别为 1.95、1.76、2.43 和 **2.49**。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 1,526.71 万元、11,323.08 万元、14,831.50 万元和 **7,158.93 万元**，总体呈逐年上升趋势，反映了公司日益提升的经营管理能力、盈利能力和较低的流动性风险。

2、影响现金流量的重要事件或承诺事项

公司财务政策较为稳健，资信状况良好，报告期内不存在逾期债务未偿还的情况。截至本招股说明书签署日，公司不存在影响现金流量的重要事件或承诺事项。

3、流动性风险管理政策

公司主要通过如下措施管理流动性风险，提高偿债能力：

（1）积极开拓多种融资渠道，加强与国有商业银行、股份制商业银行等的合作，申请扩大授信额度，拓宽融资渠道；

（2）资金使用上，注重科学合理地安排债务期限结构，在额度、期限、资金来源等方面尽量保持分散，降低债务集中到期的风险；

（3）致力于与主要供应商建立长期稳定的合作关系，合理利用商业信用政策，获

得供应商的流动性支持；

（4）与客户保持良好合作关系的同时，加强对应收账款的管理，及时催收回款，提高应收账款周转效率；

（5）通过首次公开发行股票并上市，进一步充实公司股本，拓宽融资渠道，降低融资成本。

（七）持续经营能力分析

1、公司在持续经营能力方面的主要风险因素

公司在持续经营能力方面的主要风险因素具体参见本招股说明书“第四节 风险因素”。

2、关于公司持续经营能力的分析

（1）行业前景广阔

近年来，国家在战略层面鼓励民营企业以投资、贸易等多种形式参与国际市场竞争，积极推动民营企业出海，树立值得信赖的自主品牌形象；行业主管部门亦对消费电子产业的长远发展给予高度关注和大力支持，先后出台了一系列产业政策及有利措施，助力行业持续健康发展。

由于欧美国家住宅以独栋为主，因此家庭安全摄像头一直是欧美国家消费者的刚需。智能家居视频监控作为家庭安全监控中的重要产品类型，近十年来市场规模持续增长，消费者需求逐渐多样化。自 2020 年初，在全球新冠疫情的影响下，国内外消费者对智能家居视频监控及周边产品的需求进一步爆发。

未来，随着全球消费电子行业的持续发展与升级、物流等配套产业的建立与完善、市场需求和消费习惯的深入挖掘与培养，公司所在行业发展前景将持续向好。公司有望凭借持续的研发投入，快速响应的供应链网络、卓越的经营管理能力和优质的品牌形象，持续为国内外消费电子市场提供能够多方位满足用户需求的高品质、高附加值的消费电子产品及服务。

（2）公司综合实力较强

发行人是行业内率先布局家用视频监控产品的企业之一，也是国内较早开始家用视

频监控产品自主品牌建设的企业之一，在欧美多个发达国家及地区形成了正面的品牌形象，拥有一定的品牌知名度和良好的市场口碑。

自成立以来，公司瞄准具有高附加值的细分市场需求，前瞻性地把握行业和技术趋势，专注于家用视频监控这一新兴垂直细分市场，围绕“技术+品牌”这一经营理念，构建差异化、平台化的发展体系，以技术创新支持品牌树立，以品牌效应直达终端用户，以用户需求反哺技术创新，形成可持续发展机制，实现科技创新与产业发展的深度融合。

公司依托家用视觉系统技术创新平台，持续研发推出新的自主品牌家用视频监控产品系列，在对应细分领域领先进行产品创新研发布局，已形成了电源机、电池机等系列消费类视频监控产品，拥有丰富齐全的产品线优势。同时公司持续拓展产品系列，目前在研产品包括智能门铃、监控无人机等。

报告期内，公司经营业绩理想、财务状况良好，经营管理能力不断优化。**报告期内**，公司营业收入、净利润规模**总体**呈高速增长趋势。

综上，发行人具有较强的研发能力和创新能力，多年来积累了大量优质客户资源，与主要供应商合作关系密切，主营业务稳健发展，不存在对公司持续经营能力产生重大不利影响的情形。公司未来发展战略清晰，能够积极应对和防范各种不利风险因素，具备持续经营能力。随着本次募投项目落地实施，发行人的市场地位有望得到巩固，综合竞争力将进一步提升，为公司的长期稳定发展奠定坚实基础。

十四、日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十五、盈利预测披露情况

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金项目的概况

（一）募集资金投向

发行人本次拟公开发行股票不超过 3,000.10 万股，不低于发行后公司总股本的 25%。本次实际募集资金总额将视发行价格而定，所募集到的资金总额扣除发行费用全部用于与公司主营业务相关的项目，具体如下表所示：

单位：万元

项目名称	项目总投资	拟投入募集资金	备案情况	环评批复情况
研发中心升级项目	53,962.32	53,962.32	深宝安发改备案（2022）0054 号	不适用
总部运营中心与信息化升级项目	38,295.23	38,295.23	深宝安发改备案（2022）0039 号	不适用
补充流动资金	20,000.00	20,000.00	不适用	不适用
合计	112,257.55	112,257.55	-	-

在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金支付项目投资款。公司首次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。若实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足上述项目投资需要，资金缺口由公司自筹资金予以解决。若本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）超出本次募集资金投资项目的资金需求，公司将根据中国证监会和深圳证券交易所的相关规定对超募资金进行使用。

（二）募集资金使用管理制度

公司已按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第 2 号——创业板上市公司规范运作》等法律、法规、规范性文件的规定制定了《募集资金使用管理办法》，对募集资金的专户储存、使用、投向变更等事项进行了明确规定。公司募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理。公司将在募集资金到位后在规定时间内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，其存放、使用、变更、管理与监督将根据公司募集资金管理制度进行。公司将根据实际经营活动及发展规划，合理投入募集资金。

（三）本次募集资金对公司主营业务发展的贡献、对公司未来经营战略的影响、募集资金投资项目对公司业务创新创造创意性的支持作用

报告期内，公司根据家用视频监控市场的特点，围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化发展体系，以技术创新支持品牌树立，以品牌效应直达终端用户，以用户需求反哺技术创新，形成良性发展机制，实现科技创新与产业发展的深度融合。

本次募集资金围绕继续深化“技术+品牌”的战略布局，重点投向研发中心升级项目、总部运营中心与信息化升级项目。相关募投项目为发行人独立实施，不存在与他人合作的情况。本次募投项目是建立在公司现有核心竞争力和综合实力基础上，并结合行业发展等因素所确定的。通过上述项目的实施，公司技术创新能力、品牌运营能力、经营管理效率将得到进一步提升，从而提升市场影响力，为公司未来业务发展奠定坚实基础。

（四）募集资金投资项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

公司本次募集资金投资项目是在现有主要业务、核心技术基础上，结合公司“技术+品牌”双轮驱动发展经营战略进行的规划，具体关系如下：

研发中心升级项目是在公司现有家用视觉系统技术创新平台基础上，结合国家产业政策和行业发展特点，以现有技术为依托实施的投资计划，提升技术创新平台的研发实力，丰富家用视觉基础技术储备，加快家用视觉核心技术突破，支持公司系列化的细分设备端产品和平台化的统一客户端 APP 战略布局落地，进一步巩固竞争优势。

总部运营中心与信息化升级项目是在公司现有线上为主的自主品牌运营平台基础上，结合公司长远发展规划，以现有的业务流程为依托实施的投资计划，带动运营模式和管理模式向网络化、协同化、智能化变革，完善研发、生产、供应链、仓储、营销、财务等部门的一体化运营，实现部门之间的信息共享和精细化管理，提升公司品牌运营效率。

本次募投项目的实施均不会改变公司现有的生产经营和商业模式，且有助于提高公司的持续盈利能力和整体竞争力。本次募投项目均符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律法规和规章的规定，募投项目实施后不涉及新增同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金项目的基本情况

（一）研发中心升级项目

1、项目概况

研发中心升级项目拟通过进一步升级稳定的研发场所、配置研发设备、招聘研发人员、实施研发项目等方式，提升公司家用视频监控系列产品的研发能力和研发效率，进一步夯实公司“技术+品牌”双轮驱动中的技术创新驱动力。

2、项目建设的必要性及可行性

（1）适应行业的技术发展趋势，巩固公司“技术+品牌”发展体系中的技术创新端能力

家用视频监控是一个技术密集型行业，涉及到产品软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术、网络通讯技术及应用功能开发技术等多个领域的技术。从技术发展趋势来看，家用视频监控产品未来主要朝着“影像高清化”、“产品网络化”、“系统智能化”、“使用便捷化”等方向发展。

公司根据行业特点，围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化发展体系。为适应行业的技术发展趋势，巩固公司“技术+品牌”发展体系中的技术创新端能力，公司亟需在现有租赁场所基础上，升级稳定的研发场所，同时根据研发内容的深入，配置更多研发设备，并加大优秀的软、硬件方面人才招聘，扩充现有的研发部门，提升整体研发实力。

（2）公司搭建的家用视觉系统技术创新平台，为项目实施提供保障

在长期的产品研发过程中，依托持续的技术积累沉淀，公司逐步搭建起模块化的家用视觉系统技术创新平台。同时，公司构建起涵盖产品功能定义、系统设计、硬件设计、操作系统适配、视觉应用嵌入式软件开发、软硬件测试等多维度的研发体系，并形成相应的研发流程。在各研发环节上配备专业团队，管理团队核心人员均为研发背景出身、训练有素，多年来带领公司持续研发创新。公司基于模块化的家用视觉系统技术创新平台，以及成熟的研发体系、研发流程、研发团队能够为本募投项目的顺利实施提供保障。

3、项目投资概算

研发中心升级项目实施主体为发行人，项目投资总额为 53,962.32 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
1	场地购置费用	14,400.00	26.69%
2	场地装修费用	720.00	1.33%
3	设备购置费用	10,762.84	19.95%
4	研发人员费用	22,410.05	41.53%
5	预备费	1,552.97	2.88%
6	铺底流动资金	4,116.46	7.63%
项目总投资		53,962.32	100.00%

4、项目实施周期

项目计划建设期为 2 年，具体计划如下：

序号	工作内容	项目建设期							
		T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目选址								
2	场地购置及装修								
3	办公设备、实验室设备购置								
4	员工招聘培训及项目前期工作								
5	项目正式实施准备工作								

5、项目环保措施

本项目属于研发项目，不会产生工业废水、废气、废渣与噪声等，不会对环境产生污染。

6、项目土地情况

研发中心升级项目建设地址为深圳市，截至本招股说明书签署之日，公司已经开始积极地就本次募投项目拟购置的研发场所与相关方进行接洽。

（二）总部运营中心与信息化升级项目

1、项目概况

总部运营中心与信息化升级项目拟通过升级稳定的办公场所、梳理优化公司运营管理体系、提升信息化水平等方式，完善研发、生产、供应链、仓储、营销、财务等部门的一体化运营，实现部门之间的信息共享和精细化管理，提升公司品牌运营效率，进一步夯实公司“技术+品牌”双轮驱动中的品牌运营驱动力。

2、项目建设的必要性及可行性

（1）适应公司的规模化发展趋势，巩固公司“技术+品牌”发展体系中的品牌运营端能力

公司目前的品牌竞争对手主要是一些科技巨头孵化或收购的品牌，这些竞争对手在规模化发展过程中，得到科技巨头的总部管理及信息系统赋能，具有显著的规模化管理优势。随着公司业务扩大，线上及线下渠道拓展，产品种类丰富，运营规模壮大，与领先的竞争对手相比，公司总部指挥中心职能、业务管理职能和信息化程度都亟需进一步的完善和加强。

公司根据行业特点，围绕“技术+品牌”构建差异化、平台化发展体系。为适应行业的技术发展趋势，巩固公司“技术+品牌”发展体系中的品牌运营端能力，公司亟需在现有场地分散的租赁场所基础上，升级办公场所，同时进一步提升信息化水平，提升公司协同运作能力，带动运营模式和管理模式向网络化、协同化、智能化变革，提高运营效率。

（2）公司搭建的线上为主的自主品牌运营平台，为项目实施提供保障

在长期的品牌建设过程中，公司形成覆盖亚马逊、eBay、速卖通、官网等线上平台为主、线下为辅的销售网络，并通过技术创新手段赋能品牌运营，自主开发了关键运营软件，包括广告分析和投放系统、电商运营管理系统等，形成了高效的自主品牌运营平台。公司已具备较强的项目计划、组织、协调、执行及控制能力，为本次募投项目的实施提供了管理可行性。同时，公司已建立了包括采购管理、客户管理、财务管理等基础业务的管理系统，通过对基础信息化系统长时间的运营、维护和升级，公司管理人员不断加深对系统的理解，可以充分保证项目的实施效果。此外，公司亦将引进信息化方面优秀的技术人才，保障公司信息化系统的维护及有效运行。

3、项目投资概算

总部运营中心与信息化升级项目的实施主体是发行人，项目投资总额为 38,295.23 万元，具体明细如下：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
1	场地购置费用	12,800.00	33.42%
2	场地装修费用	640.00	1.67%
3	设备购置费	6,003.09	15.68%
4	安装工程费	300.15	0.78%
5	预备费	1,184.59	3.09%
6	项目实施费用	17,367.40	45.35%
项目总投资		38,295.23	100.00%

4、项目实施周期

本项目计划建设期为 3 年，具体计划如下：

序号	工作内容	项目建设期			
		T+1		T+2	T+3
		Q1-Q2	Q3-Q4		
1	场地购置				
2	基建工程（装修）				
3	硬件采购与安装调试				
4	软件系统采购与安装调试				
5	人员调动、招募及培训				
6	系统流程建立				
7	试运行				
8	鉴定验收				
9	正式运行				

5、项目环保情况

本项目属于总部运营中心及信息化升级项目，不会产生工业废水、废气、废渣与噪声等，不会对环境产生污染。

6、项目土地情况

总部运营中心与信息化升级项目建设地址为深圳市。截至本招股说明书签署之日，

公司已经开始积极地就本次募投项目拟购置的办公场所与相关方进行接洽。

（三）补充流动资金项目

1、项目概况

公司拟通过募集资金 20,000.00 万元，实施补充业务运营资金项目，用于补充公司主营业务发展所需的营运资金。

2、项目的必要性

受益于行业规模的快速增长和公司全体员工的不懈努力，报告期内，公司营业收入实现快速增长。现阶段公司处于快速发展阶段，随着经营规模的进一步扩张，公司在原材料采购、营销支出等方面存在较大资金需求。

公司将根据业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用，不断提高股东收益。

3、流动资金的管理安排

公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所有关规定及公司募集资金管理制度对本次募集流动资金进行管理，根据公司的业务发展需要进行合理运用，对于本次募集流动资金的使用履行必要的审批程序。

三、未来发展规划

（一）总体发展战略与目标

公司的总体发展战略目标是成为国际领先的家用视频监控产品技术品牌商，凭借模块化的家用视觉系统技术创新平台和高效化的自主品牌运营平台，为全球消费者提供全系列家用视频监控产品。

（二）报告期内已采取的措施及实施效果

1、报告期内已采取的措施

（1）技术与产品研发措施

公司深入市场前端，通过官网等渠道了解不同产品终端消费者需求，持续丰富产品类别及优化产品性能。随着市场规模的扩大，消费者对产品的外观设计、品质规格以及

功能和性能的要求逐步提高，公司紧跟市场发展趋势，进行深入研究，持续增强相关产品功能水平，进一步提升产品的竞争力。

（2）市场开拓措施

公司持续增强市场开拓力度，拓展市场增长来源。线上渠道方面，在原有亚马逊等第三方线上 B2C 平台的基础上，积极开拓和运营其他第三方线上 B2C 平台及公司自营网站，为产品带来新的流量；线下渠道方面，公司在欧美等国家和地区稳步展开线下渠道的推广，发展 B2B 客户群体；新兴市场方面，公司除进一步扩大在欧美等多个成熟市场的品牌影响力外，也在逐步推动在国内、东南亚等新兴市场的布局。

2、实施效果

报告期内，公司持续加大对技术与产品研发、市场开发、渠道拓展的投入力度，并取得了显著的成效，为公司未来的发展奠定良好的基础，公司营业收入和净利润稳定增长。公司通过“线上+线下”的销售渠道，将自主品牌“Reolink”的家用视频监控类产品销往全球众多国家和地区的终端消费者，赢得了客户的信赖与认可。

（三）未来规划采取的措施

1、家用视觉系统技术创新平台升级计划

公司一方面将投入研发力量扩充家用视觉系统技术创新平台的技术领域，针对未来的产品规划，提前投入做好关键技术的预研，按照模块化可复用性原则，把预研的成果纳入到家用视觉系统技术创新平台中来；另外一方面将在软硬件系统开发技术、音视频处理技术、存储管理技术等关键基础技术上持续投入，巩固竞争优势，并将适时布局上游芯片器件自研，使软、硬件更好地服务于自家产品功能。

2、新的细分产品形态拓展计划

公司将持续挖掘和拓展家用视频监控产品的其他创新产品形态，增强用户的粘性，提高品牌的调性，销售端也可以促进流量在不同产品间的转化。

3、市场拓展计划

公司将实施区域拓展计划，在巩固现有市场的基础上，继续积极拓展新兴经济市场。一方面，公司将继续巩固主要发达国家和地区市场，扩大公司产品在欧美等国家和地区中的市场份额，提升公司产品与品牌在上述国家和地区市场中的知名度和美誉度。另一

方面，公司亦将有针对性地在经济发展潜力巨大的新兴市场中进行市场布局。

4、渠道拓展计划

目前，公司已建立了较为完善的线上、线下销售渠道。未来，公司将继续依托现有合作的亚马逊、eBay、速卖通等第三方电商平台拓展更多国家和地区的市场，并深化与京东、天猫等其他国内外知名电子商务平台的合作，提高线上平台产品曝光率和搜索率；同时通过公开展会、网络宣传等方式，在线下销售渠道及客户群体方面挖掘更多的可能性。

5、优化数字化运营管理计划

未来，公司将投入研发力量，将现有散列的生产辅助工具集成为一个基于云的生产管理系统，实现从物料采购、加工、测试到出货抽检的生产制造全流程数字化管控。同时，公司计划将现有的运营管理、广告投放管理、进销存管理、订单计划管理模块集成，实现销售端的全流程数字化精细管理。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为提高公司的信息披露质量，规范公司的信息披露行为，保护投资者的合法权益，根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《创业板上市公司持续监管办法（试行）》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规、部门规章、规范性文件以及《公司章程》等相关制度规定，结合公司实际情况，公司制定了《信息披露管理制度》和《内幕信息知情人登记制度》，并经股东大会审议通过，具体信息披露流程如下：

公司依法披露信息时，应当将公告文稿和相关备查文件报送深圳证券交易所登记，并在证监会指定的媒体发布。

公司在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，不得以新闻发布或者答记者问等任何形式代替应当履行的报告、公告义务，不得以定期报告形式代替应当履行的临时报告义务。

公司应当将信息披露公告文稿和相关备查文件报送中国证监会，并置备于公司住所供社会公众查阅。

（二）投资者沟通渠道建立情况

发行人负责信息披露和投资者关系的部门为证券部，负责人为董事会秘书，其主要联系方式为：

董事会秘书：庞霖霖

联系电话：0755-26839765

公司网站：[https:// www.reolink.com.cn](https://www.reolink.com.cn)

电子邮箱：IR@reolink.com.cn

（三）未来开展投资者关系管理的规划

为加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是

社会公众投资者的合法权益，根据《公司法》《证券法》《上市公司与投资者关系工作指引》等法律法规、部门规章、规范性文件以及《公司章程》等有关规定，结合公司实际情况，公司制定了《投资者关系管理制度》，并经股东大会审议通过。公司将平等对待全体投资者，依法保障投资者的知情权及其他合法权益，为投资者尤其是中小投资者在获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面提供制度保障，从而达到提升公司治理水平、实现公司整体利益最大化和切实保护投资者权益的目标。

二、发行后的股利分配政策和决策程序，以及本次发行前后股利分配政策的差异情况

（一）本次发行后的股利分配政策和决策程序

根据发行人股东大会审议通过的《公司上市后三年股东分红回报规划》，公司本次发行上市后的股利分配政策及股东分红回报规划情况主要如下：

1、利润分配形式

在符合相关法律法规、《公司章程》和本规划有关规定和条件，同时保证利润分配政策的连续性、稳定性的前提下，公司采取现金方式、股票方式、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行利润分配。

2、利润分配时间间隔

在符合相关法律法规、《公司章程》和本规划有关规定和条件的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法，公司原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

3、利润分配比例

在符合相关法律法规、《公司章程》和本规划有关规定和条件的前提下，公司应当保持利润分配政策的连续性和稳定性，每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可分配利润的 10%，且任何三个连续年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营规模、盈利水平以及是否

有重大资金支出安排等因素，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，按以下原则提出差异化现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项处理。

其中，重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%；或未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元。

4、现金分红的条件

公司实施现金分红应同时满足以下条件：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

5、股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，为保持股本扩张与业绩增长相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

6、利润分配的审议程序

公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后，提交股东大会批准。独立董

事应对利润分配预案独立发表意见并公开披露。监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。

董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司年度盈利但管理层、董事会未提出、拟定现金分红预案的，管理层需对此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场及网络投票的方式审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。监事会应当对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

7、股东回报规划的调整机制

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确需调整或者变更利润分配政策和股东分红回报规划的，应当符合《公司章程》规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、《公司章程》的有关规定。

8、利润分配时间

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

发行前后公司利润分配政策未发生实质性变化，但发行后的利润分配政策更加重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，进一步增加了信息披露、独立董事的独立意见及征集投票权等安排，在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，实行积极、持续、稳定的利润分配政策。

三、本次发行完成前滚存利润的分配

根据发行人股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润由发行后的新老股东按持股比例共同享有。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程》《股东大会议事规则》《累积投票制度》，对累积投票制度的投票原则、操作程序等进行了明确规定。公司通过建立完善累积投票制度、网络投票等投票机制，保障投资者尤其是中小股东参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度建立情况

根据《公司章程》及《累积投票制度》，股东大会就选举董事、非职工代表监事进行表决时，实行累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者非职工代表监事时，每一股拥有与应选董事或者非职工代表监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东提供候选董事、非职工代表监事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程》及《股东大会议事规则》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式的相关机制

根据《公司章程》及《股东大会议事规则》，公司召开股东大会，除现场会议投票外，应当向股东提供股东大会网络投票服务，为股东参加股东大会提供便利，并鼓励股东积极参加股东大会行使表决权。

（四）征集投票权的相关安排

根据《公司章程》及《股东大会议事规则》，公司董事会、独立董事、持有 1%以上有表决权的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机

构，可以作为征集人，可以公开请求股东委托其代为出席股东大会，并代为行使提案权、表决权等股东权利。依照规定征集股东权利的，应当向被征集人披露征集文件，公司应当予以配合。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东权利。除法定条件外，公司不得对征集股东权利提出最低持股比例限制。

五、发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情况

发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排，不存在尚未盈利或累计未弥补亏损的情况。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

(一) 线上电商平台合同

发行人或下属子公司在亚马逊等电商平台开设店铺，需遵守平台的相关协议。该等协议中未明确约定价款，价款结算以平台结算金额为准。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过 1,500 万元/750 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的线上电商平台合同如下：

序号	平台	合同相对方	合同类型	合同内容	合同价款	合同期限	截至报告期末履行情况
1	亚马逊	Amazon.com Services LLC Amazon.com.ca, Inc. Amazon Services Europe s àrl	解决方案协议	开店、物流、广告、交易处理服务等	未约定价款，以电商平台结算金额为准	长期有效	正在履行
2	eBay	eBay Inc	用户协议	提供网站、应用程序、工具、第三方全球配送、支付、列示建议、产品数据等服务		长期有效	正在履行
		eBay GmbH	一般业务条款	提供平台、各种商品和服务以及发布其他内容、推广、技术处理等服务			
3	速卖通	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司等	2019 年入驻及续签公告及 2019 年招商规则	店铺入驻、线上信息发布及交易的技术服务、经营考核、商品发布等服务		自协议提交日起	履行完毕
			2020 年续签公告	保证金规则启用、平台管理机制升级、店铺服务能力考核、商品治理等服务		自提交日起长期有效	履行完毕
			速卖通商户服务协议	平台服务及管控措施、保证金、佣金及服务费、清退流程等		自签署之日起生效	正在履行

（二）线下渠道销售合同

发行人或下属子公司与线下客户签订框架合同，框架合同中未明确约定价款，价款结算以具体订单为准。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司已履行完毕或正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过 1,000 万元/500 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的线下渠道销售框架合同如下：

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款 (万元)	合同期限	截至报告期末 履行情况
1	INKOVIDEO GMBH& CO.KG	销售协议	摄像机及 配件	以具体订单 为准	2022.01.01- 2022.12.31	正在履行
				以具体订单 为准	2021.02.01- 2021.12.31	履行完毕
				以具体订单 为准	2019.04.01- 2021.03.31	履行完毕
2	Sandcom Oy	销售协议	摄像机及 配件	以具体订单 为准	2021.02.01 起持续 有效	正在履行
				以具体订单 为准	2019.02.25- 2021.02.24	履行完毕
3	Uniden Australia Pty Limited	自有品牌 协议	摄像机及 配件	以具体订单 为准	2018.03.10 起持续 有效	正在履行
4	Stok Handel AS	销售协议	摄像机及 配件	以具体订单 为准	2022.01.01- 2022.12.31	正在履行

（三）采购合同

1、外协/原材料

发行人或下属子公司与外协/原材料供应商签订框架合同，框架合同中未明确约定价款，价款结算以具体订单为准。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司已履行完毕或正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过 1,500 万元/750 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的外协/原材料框架合同如下：

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款 (万元)	合同期限	截至报告期末 履行情况
1	东莞市钜大电子有 限公司	外协加工框 架协议	电池 PACK 加工	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
				以具体订单	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款 (万元)	合同期限	截至报告期末 履行情况
				为准		
				以具体订单 为准	2019.01.04- 2020.01.04	履行完毕
2	株洲大川电子技术 有限公司	外协加工框 架协议	裸机加工/ 成品包装	以具体订单 为准	2019.05.25- 2021.05.25	履行完毕
3	东莞市宇瞳光学科 技股份有限公司	采购框架合 同	镜头	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
				以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
4	科信（香港）数码 技术有限公司 及 深圳市金裕环球实 业有限公司	采购框架合 同及补充协 议	硬盘	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
	以具体订单 为准			2021.01.04- 2023.01.04	正在履行	
	科信（香港）数码 技术有限公司			以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
				以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
				以具体订单 为准	2019.01.04- 2020.01.04	履行完毕
				以具体订单 为准	2019.01.04- 2020.01.04	履行完毕
5	SHINING SUCCESS INTERNATIONAL CO.,LTD.	采购框架合 同及补充协 议	IC 芯片	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
				以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
6	东莞市亿钜鸿实业 有限公司	采购框架合 同	结构件	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
7	深圳市鼎芯无限科 技有限公司 及鼎芯科技(亚太) 有限公司	采购框架合 同	IC 芯片、模 块	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
	深圳市鼎芯无限科 技有限公司	采购合同		以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
8	中国电子器材国际 有限公司	采购框架合 同及补充协 议	IC 芯片	以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
				以具体订单 为准	2021.01.04- 2023.01.04	正在履行
				以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
				以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
9	元歆科技有限公司	采购框架合 同	IC 芯片	以具体订单 为准	2020.01.04- 2021.01.04	履行完毕
				以具体订单 为准	2019.01.04- 2020.01.04	履行完毕
10	尚立（香港）股份	采购合同	IC 芯片	以具体订单	2020.01.02- 2022.01.02	履行完毕

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款 (万元)	合同期限	截至报告期末 履行情况
	有限公司			为准		
11	东莞市金邦尼电子科技有限公司	外协加工框架协议	PCBA 加工、裸机加工	以具体订单为准	2021.01.04-2023.01.04	正在履行
12	深圳市协讯科技有限公司	采购框架协议	外壳	以具体订单为准	2021.01.04-2023.01.04	正在履行
13	深圳市联立太阳能有限公司	采购框架协议	太阳能板	以具体订单为准	2021.01.04-2023.01.04	正在履行

2、物流

发行人或下属子公司与物流供应商签订框架合同，框架合同中未明确约定价款，价款结算以具体订单为准。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司已履行完毕或正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过 1,500 万元/750 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的物流框架合同如下：

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款	合同期限	截至报告期末履行情况
1	江苏恒通国际货运有限公司深圳分公司	国际货物运输代理合同	国际货物运输等	以具体订单为准	2021.01.01 起持续有效	正在履行
				以具体订单为准	2018.01.01-2021.01.01	履行完毕
2	东莞市万达物流有限公司	出口物流服务协议	提供货运代理	以具体订单为准	2021.01.18-2022.12.31	正在履行
3	乐丰国际（香港）有限公司	合作协议及补充协议	提供运输代理	以具体订单为准	2021.07.20-2022.07.20	正在履行
4	Amazon.com Services LLC	解决方案协议	仓储及物流服务和工具等一系列商户服务	未约定价款，以电商平台结算金额为准	长期有效	正在履行

3、广告

发行人或下属子公司在亚马逊开设店铺并投放广告，需遵守亚马逊关于广告协议。该协议中未明确约定价款，价款按广告服务结算。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过

1,000 万元/500 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的框架性广告合同如下：

序号	合同相对方	合同类型	合同标的	合同价款	合同期限	截至报告期末履行情况
1	Amazon.com Services LLC 等	广告协议	广告服务	未约定价款，按广告服务结算	长期有效	正在履行

（四）融资合同

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人或下属子公司已履行完毕或正在履行的、单个合同或与同一交易主体在一个会计年度内/1-6 月份连续发生的相同内容或性质的合同金额达到或超过 500 万元/250 万元或等值外币的、对报告期经营及财务状况或未来发展等具有重要影响的融资合同如下：

序号	合同相对方	合同类型	合同价款(万元)	合同期限	截至报告期末履行情况
1	中国银行深圳宝安支行	流动资金借款合同（注 1）	500.00	2019.10.16-2020.10.16	履行完毕
2	中国银行深圳宝安支行	流动资金借款合同（注 2）	500.00	2019.10.25-2020.10.25	履行完毕
3	中国银行深圳宝安支行	授信额度协议（注 3）	5,000.00	2021.10.12-2022.07.18	正在履行

注 1：深圳市高新投融资担保有限公司、刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞为本借款合同提供担保或保证，刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞向深圳市高新投融资担保有限公司提供反担保。

注 2：深圳市中小企业融资担保有限公司、刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞为本借款合同提供担保或保证，刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞向深圳市高新投融资担保有限公司提供反担保。

注 3：香港易云、刘小宇、梅玲、王爱军、刘炜霞为本授信额度协议提供最高额保证。

二、对外担保情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司不存在对外担保的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）公司重大诉讼或仲裁事项

1、睿联数字与 Portus Singapore Pte Ltd、Portus Pty Ltd 的专利诉讼

2022 年 5 月 31 日，Portus Singapore Pte Ltd、Portus Pty Ltd（以下合称“PORTUS”）向美国得克萨斯州西区地区法院伟科分区，起诉被告睿联数字直接侵犯其编号为 US8914526、US9961097 的专利权，请求法院判令睿联数字侵犯了上述专利权，并要求判令被告赔偿损失。其后，PORTUS 追加美国特克作为共同被告。截至本招股说明书签署日，睿联数字、美国特克尚未收到法院送达的诉讼文件。

US8914526、US9961097 专利权申请日（优先权日）为 1998 年 12 月 17 日，有效期均于 2018 年 12 月 17 日届满。根据美国 Sam Yip 律师出具的《不侵权法律意见》，发行人产品未落入涉案专利的保护范围。因此，上述诉讼不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

2、睿联数字与 KT Imaging USA, LLC 的专利诉讼

2022 年 8 月 22 日，KT Imaging USA, LLC 向美国得克萨斯州西区地区法院伟科分区，起诉被告睿联数字制造、使用、销售、许诺销售、向美国进口侵权带有图像传感器的监控摄像机产品，侵犯其编号为 US8004602、US8314481 的专利权，请求法院判令睿联数字侵犯了上述专利权，并要求判令被告停止侵权并赔偿损失。截至本招股说明书签署日，睿联数字尚未收到法院送达的诉讼文件。

本案涉诉专利技术为图像传感器芯片的封装结构，涉诉产品为图像传感器芯片而非发行人产品，仅为发行人摄像机产品的零件之一，该零件由发行人自取得授权的原材料代理商处采购，生产厂商为索尼等国际知名芯片厂商；同时，根据公司与代理商的合同约定，若向发行人提供的产品涉及侵害第三方的知识产权等，给发行人造成损失的，该代理商承担全部的法律赔偿责任，并赔偿由此给发行人所造成的损失。根据美国 RIMON, P.C. 出具的《不侵权法律意见》，发行人产品所使用的图像传感器芯片未落入涉案专利的保护范围。因此，发行人产品未侵犯涉诉专利，即使发生侵权索赔，公司亦非责任最终承担方，不会对公司生产经营造成严重不利影响。

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年涉及重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

四、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为

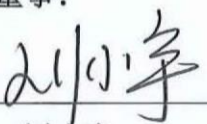
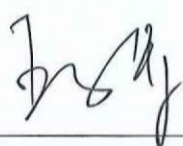
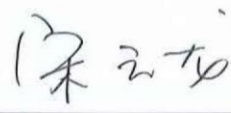
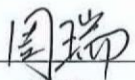
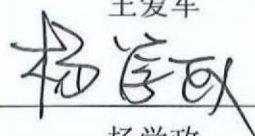
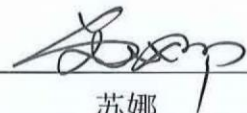
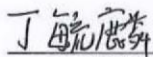
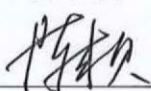
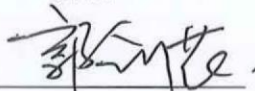
截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人均不存在重大违法行为。

第十二节 声明

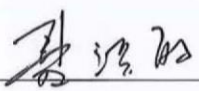
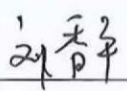
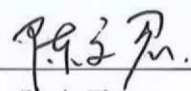
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

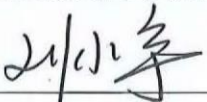
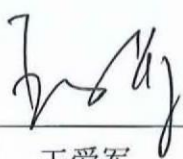
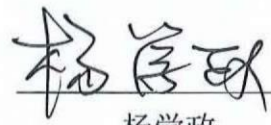
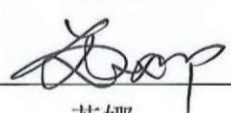
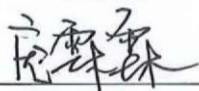
全体董事：

 刘小宇	 王爱军	 宋云龙
 周瑞	 杨学政	 苏娜
 TENG YEOK LAY 丁毓麟 (TENG YEOK LAY)	 陈乘贝	 郭剑花

全体监事：

 聂洪丽	 刘香平	 陈文君
--	--	--

全体高级管理人员：

 刘小宇	 王爱军	 杨学政
 苏娜	 庞霖霖	

深圳市睿联技术股份有限公司

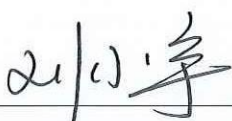
2022年11月22日



二、控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：


刘小宇


王爱军

深圳市睿联技术股份有限公司

2022年11月22日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签名： 赖柏良
赖柏良

保荐代表人签名： 林建山
林建山

伏江平
伏江平

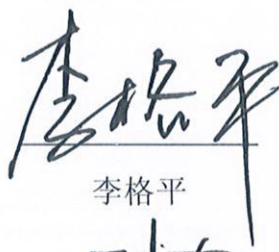
法定代表人/董事长签名： 王常青
王常青



声明

本人已认真阅读深圳市睿联技术股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理签名：


李格平

法定代表人/董事长签名：



王常青

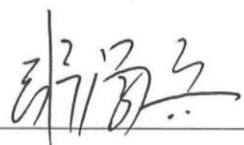
保荐机构：中信建投证券股份有限公司



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

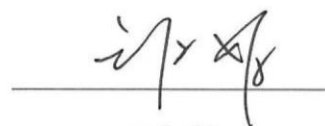


张学兵

经办律师：



游晓



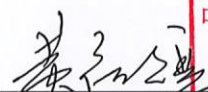
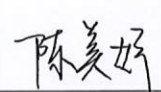
王红娟

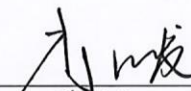


会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读深圳市睿联技术股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳市睿联技术股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容承担相应的法律责任。

本声明仅供深圳市睿联技术股份有限公司申请首次公开发行股票之目的使用，不得用作任何其他目的。

签字注册会计师签名：    
黄绍煌 陈美婷

会计师事务所负责人签名：  
肖厚发

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

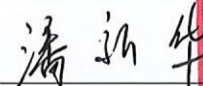
2022年11月22日



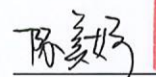
验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读深圳市睿联技术股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告（容诚验字[2021]518Z0003 号）无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：

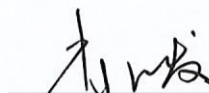

潘新华




陈美婷



会计师事务所负责人签名：


肖厚发



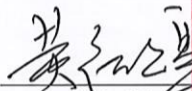
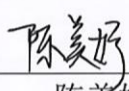
容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

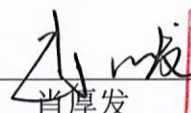
2022 年 11 月 22 日



验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读深圳市睿联技术股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告（容诚专字[2022]518Z0023 号）无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：    
黄绍煌 陈美婷

会计师事务所负责人签名：  
肖厚发

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 11 月 22 日



资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅深圳市睿联技术股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告（鹏信资评报字[2020]第 215 号、鹏信资评报字[2020]第 282 号、鹏信资评报字[2021]第 179 号）无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的上述资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



罗辉

郑兴义

资产评估机构负责人：

聂竹青

深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司



2022 年 11 月 22 日

资产评估机构 关于签字资产评估师离职的说明

本机构出具的资产评估报告（鹏信资评报字[2020]第 215 号、鹏信资评报字[2020]第 282 号）之签字资产评估师郑兴义（证书编号：47200052）已不在本机构任职，特此说明。

资产评估机构负责人：



聂竹青

深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司



评估复核机构声明

本机构及签字资产评估师已阅深圳市睿联技术股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的评估复核报告（鹏信咨询字[2020]第 902 号）无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的上述评估复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

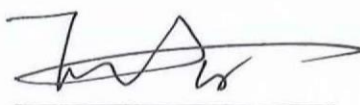
签字资产评估师：



罗会兵

郑兴义

资产评估机构负责人：



聂竹青

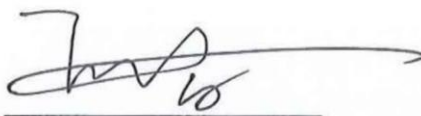
深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司



评估复核机构 关于签字资产评估师离职的说明

本机构出具的评估复核报告（鹏信咨询字[2020]第 902 号）之签字资产评估师郑兴义（证书编号：47200052）已不在本机构任职，特此说明。

资产评估机构负责人：



聂竹青

深圳市鹏信资产评估土地房地产估价有限公司



2022 年 11 月 22 日

第十三节 附件

一、备查文件

在本次发行承销期内，投资者可查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）上市保荐书；
- （三）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （四）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （五）财务报表及审计报告；
- （六）内部控制鉴证报告；
- （七）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （八）法律意见书及律师工作报告；
- （九）公司章程；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、投资者保护相关的具体承诺内容

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份以及延长锁定期限等承诺

1、发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员刘小宇、王爱军的承诺

（1）自发行人的股票在证券交易所上市之日起 36 个月内（以下简称“锁定期”），不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本人所持公司股份发生变化的，亦遵守前述承诺。

（2）上述锁定期满后，本人在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%，且在本人离职后半年内不转让持有的发行人股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍应遵守前述规定。

（3）公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

若公司股票在期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价将进行相应除权除息调整。

（4）本人将遵守《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律法规、中国证监会规定以及深圳证券交易所业务规则关于股份减持的相关规定。本承诺出具之日后，如相关法律法规、中国证监会和深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人承诺将按照最新规定或要求执行。

（5）本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(6) 上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力；本人不因在公司职务变更、离职等原因，而放弃履行承诺。

2、担任发行人董事或高级管理人员并持有发行人股份的股东宋云龙、周瑞、杨学政、苏娜、庞霖霖的承诺

(1) 自发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内（“锁定期”），不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

(2) 上述锁定期满后，本人在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%，且在本人离职后半年内不转让持有的发行人股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍应遵守前述规定。

(3) 公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

若公司股票在期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价将进行相应除权除息调整。

(4) 本人将遵守《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律法规、中国证监会规定以及深圳证券交易所业务规则关于股份减持的相关规定。本承诺出具之日后，如相关法律法规、中国证监会和深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人承诺将按照最新规定或要求执行。

(5) 本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(6) 上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力；本人不因在公司职务变更、离

职等原因，而放弃履行承诺。

3、担任发行人监事持有发行人股份的股东聂洪丽、刘香平、陈文君的承诺

因深圳市睿联技术股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）拟首次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，本人作为公司的监事，现就公司首次公开发行股票并上市后股份锁定相关事宜，作如下承诺：

（1）自发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内（“锁定期”），不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）上述锁定期满后，本人在担任发行人董事、监事或者高级管理人员期间每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%，且在本人离职后半年内不转让持有的发行人股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，仍应遵守前述规定。

（3）本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（4）上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力；本人不因在公司职务变更、离职等原因，而放弃履行承诺。

4、其他自然人股东廖小霞、王芮的承诺

（1）自发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内（以下合称“锁定期”），不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）本人如未能履行上述承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（3）上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力。

5、机构股东深圳睿众、深圳睿控、深圳磐石、众人拾薪的承诺

(1) 自发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内（以下合称“锁定期”），不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

(2) 本企业如未能履行上述承诺的，本企业将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(3) 上述承诺一经作出即对本企业具有法律拘束力。

6、其他机构股东深圳睿祺的承诺

(1) 自本企业成为公司股东之日起 36 个月内和发行人的股票在证券交易所上市之日起 12 个月内（以下合称“锁定期”），不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本企业持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

(2) 本企业如未能履行上述承诺的，本企业将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，转让相关股份所取得的收益归发行人所有；如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(3) 上述承诺一经作出即对本企业具有法律拘束力。

（二）股东持股意向及减持意向的承诺

1、发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员刘小宇、王爱军的承诺

(1) 本人严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及本人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持持有的公司股份。

(2) 本人在锁定期限（包括延长的锁定期）届满后两年内减持所持公司股票的，减持数量每年不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，减持价格不低于发行人首次公开发行价格，并按照相关规定予以公告。

(3) 本人如未能履行上述承诺的, 本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉; 减持相关股份所取得的收益归发行人所有; 如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的, 将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(4) 上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力; 本人不因在公司职务变更、离职等原因, 而放弃履行承诺。

2、持股 5%以上股东宋云龙、周瑞的承诺

(1) 本人严格按照公司首次公开发行股票招股说明书及本人出具的承诺载明的各项锁定期限要求, 并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求, 在锁定期内不减持持有的公司股份。

(2) 在锁定期限(包括延长的锁定期)届满后, 本人将通过合法方式减持公司股份。本人在锁定期限(包括延长的锁定期)届满后两年内减持所持公司股票, 减持数量每年不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%, 减持价格不低于发行人首次公开发行价格, 并按照相关规定予以公告。

(3) 本人如未能履行上述承诺的, 本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉; 减持相关股份所取得的收益归发行人所有; 如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的, 将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

(4) 上述承诺一经作出即对本人具有法律拘束力。

(三) 稳定股价的措施和承诺

为维护公司上市后股价稳定, 保护广大投资者尤其是中小股民的利益, 公司制定了《上市后三年内稳定公司股价的预案》, 如果公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内股价出现低于每股净资产的情况时, 将启动稳定股价的预案:

1、启动稳定股价措施的条件

(1) 启动条件

公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起三年内, 如公司股价连续 20 个交易日股票收盘价均低于上一个会计年度末经审计的每股净资产(每股净资产=合并财务报

表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，若因除权除息等事项导致前述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同）的情形时，将按下述规则及时启动稳定股价措施。

（2）停止条件

①在上述第（1）项启动条件规定的稳定股价具体方案尚未正式实施前，如公司股票连续五个交易日收盘价均高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

②在上述第（1）项启动条件规定的稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票连续五个交易日收盘价均高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

③继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

2、稳定股价措施的方式及顺序

股价稳定措施包括：1.公司回购股票；2.公司控股股东、实际控制人增持公司股票；3.董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员增持公司股票。选用前述方式时应考虑：1.不能导致公司不满足法定上市条件；2.不能迫使控股股东、董事或高级管理人员履行要约收购义务。

股价稳定措施的实施顺序如下：

（1）第一选择为公司回购股票。如因公司回购股票将导致公司不满足法定上市条件，则第一选择为控股股东、实际控制人增持发行人股票。

（2）第二选择为控股股东、实际控制人增持公司股票。出现下列情形之一时将启动第二选择：

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东、实际控制人增持股票不会导致公司不满足法定上市条件或触发控股股东、实际控制人的要约收购义务；

②在公司回购股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足连续3个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，并且控股股东、实际控制人回购股票不会致使公司将不满足法定上市条件，控股股东、实际控制人增持公司股票。

③第三选择为董事、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足连续3个交易日的

收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，并且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务。

3、稳定股价措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司将及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价。

（1）公司回购股份

①公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司股份回购规则》等相关法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②公司应当在上述启动条件成就之日起十个交易日内召开董事会审议稳定股价方案，并提交股东大会审议。公司董事承诺，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

③公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司控股股东、实际控制人承诺，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

④在股东大会审议通过股份回购方案后，公司应依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

⑤公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项：

A、公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行人民币普通股（A股）所募集资金的总额；

B、公司单次用于回购股份的资金不低于 1,000 万元人民币；

C、公司单次回购股份数额不超过总股本的 2%；如上述第（B）项与本项冲突的，按照本项执行。

⑥自稳定股价方案公告之日起三个月内，公司将通过交易所集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司股票。

⑦公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续五个交易日收盘价超过每股净资产时，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（2）控股股东、实际控制人增持股票

①公司控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持公司股份应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并依法履行相应程序，及时进行信息披露。

②控股股东、实际控制人自股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金在二级市场增持公司股份。

③控股股东、实际控制人为稳定股价之目的进行股份增持的，控股股东、实际控制人承诺单次及连续十二个月增持公司股份数额不超过公司总股本的 2%。

（2）董事、高级管理人员增持股票

①在公司任职并领取薪酬的公司董事、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股份应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、法规及交易所相关文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件，并依法履行相应程序，及时进行信息披露。

②公司董事、高级管理人员自股价稳定方案公告之日起三个月内以自有资金在二级市场增持公司股份。

③公司董事、高级管理人员用于增持公司股票的资金不少于该等董事、高级管理人员最近一个会计年度自公司领取的薪酬（税后）的 20%，但不超过最近一个会计年度从公司领取的薪酬（税后）的 50%。

④公司上市后三年内新聘任的在公司领取薪酬的董事和高级管理人员将要求其签署承诺书，保证其履行公司本次发行上市时董事、高级管理人员已做出本承诺的义务与责任。

4、未履行稳定股价措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

(1) 公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员应在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果公司未采取上述稳定股价的具体措施的,将在前述事项发生之日起十个交易日内,暂停发放公司董事和高级管理人员的薪酬、津贴,直至公司履行相关承诺。

(3) 如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的,将在前述事项发生之日起十个交易日内,暂停在发行人处领取薪酬、津贴(如有),暂停在发行人处领取股东分红,同时本人持有的发行人股份将不得转让,直至其按本承诺的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕或公司股票连续五个交易日收盘价均高于每股净资产。

(4) 如果董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的,将在前述事项发生之日起十个交易日内,公司暂停发放未履行承诺的董事、高级管理人员的薪酬、津贴,暂停在发行人处领取股东分红(如有),同时本人持有的发行人股份将不得转让(如有),直至该等董事、高级管理人员按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕或公司股票连续五个交易日收盘价均高于每股净资产。

(四) 股份回购和股份买回及依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人的承诺

公司本次发行的招股说明书等信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

若本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的,公司应在证券监督管理部门或其他有权机关作出上述认定后 10 个交易日内提出股份回购预案,并提交董事会、股东大会讨论,依法回购首次公开发行的全部新股,回购价格按照发行价(若发行人股票在此期间发生除权除息事项的,发行价作相应调整)加算银行同期存款利息确定,并根据相关法律法规规定的程序实施。

若因公司本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的,公司将依法赔偿投资者损失。

上述违法事实被证券监督管理部门或其他有权机关认定后,公司将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则,按照投资者直接

遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

2、控股股东、实际控制人的承诺

公司本次发行的招股说明书等信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价（若发行人股票在此期间发生除权除息事项的，发行价作相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律法规规定的程序实施。

若因公司本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

上述违法事实被证券监督管理部门或其他有权机关认定后，本人将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若未能履行上述信息披露承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起，暂停在发行人处领取薪酬、津贴（如有），暂停在发行人处领取股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至其按上述承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

3、董事、监事、高级管理人员的承诺

公司本次发行的招股说明书及其他申请或者信息披露文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，导致对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照发行价（若发行人股票在此

期间发生除权除息事项的，发行价作相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律法规规定的程序实施。

若因公司本次公开发行股票招股说明书等信息披露文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

若未能履行上述信息披露承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；自违反上述承诺发生之日起，暂停在发行人处领取薪酬、津贴，暂停在发行人处领取股东分红（如有），同时本人持有的发行人股份将不得转让（如有），直至本人履行相关承诺。

（五）对欺诈发行上市的股份回购和股份买回的承诺

1、发行人的承诺

（1）公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在证券监督管理部门或其他有权机关确认后 10 个工作日内依法启动回购首次公开发行的全部新股。

2、控股股东、实际控制人的承诺

（1）公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在证券监督管理部门或其他有权机关确认后 10 个工作日内督促公司依法启动回购首次公开发行的全部新股，且本人将购回已转让的原限售股份。

（3）若未能履行上述信息披露承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起，暂停在发行人处领取薪酬、津贴（如有），暂停在发行人处领取股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人履行相关承诺。

3、董事、监事、高级管理人员的承诺

(1) 公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

(2) 如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在证券监督管理部门或其他有权机关确认后 10 个工作日内督促公司依法启动回购首次公开发行的全部新股。

(3) 若未能履行上述信息披露承诺的，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；自违反上述承诺发生之日起，暂停在发行人处领取薪酬、津贴，暂停在发行人处领取股东分红（如有），同时本人持有的发行人股份将不得转让（如有），直至本人履行相关承诺。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、发行人的承诺

(1) 加强募集资金管理，确保募集资金规范和有效使用

为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专项用于募投项目，公司将制定《募集资金使用管理办法》，明确公司对募集资金采取专项存储制度，以便于募集资金的管理、使用及监管，保证专款专用。本次发行募集资金到位后，公司将加强募集资金安全管理，对募集资金进行专项存储，积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监管，以保证募集资金合理、规范、有效地使用，防范募集资金使用风险。

(2) 加快募投项目实施进度，早日实现项目预期效益

本次募集资金项目围绕公司主营业务开展，主要用于总部运营中心与信息化升级项目、研发中心升级项目及补充流动资金，有利于提升公司在家用视频监控领域的产品技术、工艺水平及技术研发实力，提高设备产能、扩大公司经营规模，进一步满足客户及市场需求，增强整体盈利能力。公司将根据自身情况，合理加快募集资金投资项目的投资和建设进度，争取尽早实现项目的预期效益，提升公司的盈利能力。

(3) 强化人才梯队建设，加强技术创新，增强公司可持续盈利能力

公司通过引进优秀人才，建立完善科学的考评体系和激励机制，强化业务培训、加强人才梯队建设，并引入先进的软硬件设备，加强技术创新，通过实施总部运营中心与

信息化升级项目、研发中心升级项目及补充流动资金，进一步提升研发能力与产品设计开发能力，为实现产能提升、技术升级提供有力保障，增强公司持续盈利能力，确保公司能够持续产生良好效益并实现股东回报。

（4）进一步提升公司经营管理水平，控制运营成本

公司已建立了较为完善、健全的公司治理结构及内部管理体系，明确成本管理的地位和作用，保证公司各项经营活动正常有序进行。未来公司将进一步提高经营管理水平，根据公司整体经营目标，按各部门分担成本优化任务，加大成本控制力度，同时将努力提高资金的使用效率，设计更为合理的资金使用方案，控制公司资金成本，优化预算管理，强化执行监督，提升公司利润率水平。

（5）优化投资回报机制

公司根据中国证监会有关上市公司分红的规定要求，在充分考虑公司经营发展实际情况及股东回报等各个因素基础上，为明确对公司股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，拟定了《公司上市后三年股东分红回报规划》。未来，公司将严格执行利润分配政策，在符合分配条件的情况下，积极实施对股东的利润分配，优化投资回报机制。

若公司违反或未履行上述承诺，公司将在应在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；若给股东造成损失的，公司依法承担赔偿责任。

2、控股股东、实际控制人的承诺

（1）忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。

（2）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

本人如违反以上承诺或拒不履行以上承诺，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

3、董事、高级管理人员的承诺

（1）不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

(2) 对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

(3) 不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

(4) 董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(5) 若公司进行股权激励，则拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人如违反以上承诺或拒不履行以上承诺，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担赔偿责任。

(七) 利润分配政策的承诺

发行人关于利润分配政策的承诺参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行后的股利分配政策和决策程序，以及本次发行前后股利分配政策的差异情况”之“（一）本次发行后的股利分配政策和决策程序”的相关内容。

(八) 依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人、控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员出具的承诺

发行人、控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员关于依法承担赔偿责任的承诺内容参见本节之“二、投资者保护相关的具体承诺内容”之“（四）股份回购和股份买回及依法承担赔偿责任的承诺”。

2、保荐机构出具的承诺

如因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、发行人律师出具的承诺

本所为发行人本次发行上市制作、出具的法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

4、发行人会计师出具的承诺

因本审计机构为发行人本次公开发行出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大

遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

5、评估机构出具的承诺

如因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（九）关于未履行承诺时的约束措施的承诺

1、发行人的承诺

（1）公司将严格履行公开作出并在招股说明书披露的全部承诺。

（2）如发生未实际履行招股说明书披露的承诺事项的情形，公司将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（3）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致公司未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的，公司将向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），并尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

（4）如因公司未实际履行相关承诺事项给投资者造成损失的，公司将依照相关法律法规规定向投资者承担赔偿责任，赔偿金额通过与投资者协商确定或由有权机关根据相关法律法规确定。

（5）除因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因外，承诺确已无法履行或者履行承诺不利于维护公司股东和社会公众投资者权益的，公司将充分披露原因，并将变更承诺或提出新承诺或者提出豁免履行承诺义务，并经公司股东大会审议通过，股东大会应向股东提供网络投票方式。

2、控股股东、实际控制人的承诺

（1）本人将严格履行公开作出并在招股说明书披露的全部承诺。

（2）如发生未实际履行公开承诺事项的情形，本人将在符合中国证监会规定的媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（3）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的

客观原因导致本人未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的，本人将向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），并尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

（4）若本人违反承诺的，公司有权暂停向本人分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，如本人在公司领薪的，公司有权根据承诺扣减或暂停发放本人薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺。

（5）如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3、董事、监事、高级管理人员的承诺

（1）本人将严格履行公开作出并在招股说明书披露的全部承诺。

（2）如发生未实际履行公开承诺事项的情形，本人将及时通过发行人公告未能履行承诺的原因并在股东大会及中国证监会指定报刊向投资者公开作出解释并道歉。

（3）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的，本人将向投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），并尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕。

（4）若本人违反承诺的，公司有权根据承诺扣减或暂停发放本人薪酬、津贴；如本人持有公司股份，公司有权暂停向本人分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人履行相关承诺。

（5）如因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

（十）股东信息披露专项承诺

1、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。

2、本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接

持有本公司股份或其他权益的情形。

3、不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

4、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律责任。

三、其他附件

附件一：发行人及其子公司拥有的主要商标情况

1、境内注册商标权

序号	权利人	商标	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	他项权利
1	睿联技术	ReolinkDuo	56517325	9	2021.12.14-2031.12.13	原始取得	无
2	睿联技术	怒马	50578734	9	2021.06.28-2031.06.27	原始取得	无
3	睿联技术	Reolink-Be Prepared,Be Reolink	45622843	9	2021.04.28-2031.04.27	原始取得	无
4	睿联技术	REOLINK	48864408	9	2021.04.07-2031.04.06	原始取得	无
5	睿联技术	ReolinkArgus	45623277	9	2020.12.28-2030.12.27	原始取得	无
6	睿联技术	ReolinkLumus	45650528	9	2020.12.21-2030.12.20	原始取得	无
7	睿联技术	ReolinkGo	39833821	42	2020.03.14-2030.03.13	原始取得	无
8	睿联技术	ReolinkGo	39848378	9	2020.03.14-2030.03.13	原始取得	无
9	睿联技术	QCAM	13747935	9	2015.02.21-2025.02.20	继受取得	无
10	睿联数字	REOLINK	30740757A	9	2019.03.28-2029.03.27	原始取得	无
11	睿联数字	Reo-link	16358001	9	2016.10.28-2026.10.27	原始取得	无

2、境外注册商标权

序号	权利人	商标	申请/注册号	注册地	国际分类	专用权期限/注册日期	取得方式	他项权利
1	睿联技术	REOLINK	1442014174	沙特阿拉伯	9	2020.12.17-2030.08.31	原始取得	无
2	睿联技术	reolink	322850	阿联酋	9	2019.12.23-2029.12.23	原始取得	无
3	睿联数字	REOLINK	TMA1061642	加拿大	9	2019.11.03-2029.11.03	原始取得	无
4	睿联数字	KEEN	87312617	美国	9	2019.04.09	原始取得	无
5	睿联数字	reolink	2018/106476	土耳其	9	2018.11.24-2028.11.24	继受取得	无
6	睿联数字	reolink	730144	瑞士	9、42	2018.11.23-2028.11.23	原始取得	无
7	睿联数字	REOLINK	912609648	巴西	9	2018.10.23-2028.10.23	原始取得	无
8	睿联数字	Reolink Argus	87463684	美国	9	2018.09.11	原始取得	无
9	睿联数字	reolink	2018067119	马来西亚	9	2018.08.23-2028.08.23	原始取得	无
10	睿联数字	REOLINK	6047434	日本	9	2018.06.01-2028.06.01	原始取得	无
11	睿联数字	reolink	UK00003313799	英国	9	2018.05.28-2028.05.28	原始取得	无
12	睿联数字	REOLINK	4013304040000	韩国	9	2018.02.12-2028.02.12	原始取得	无
13	睿联数字	REOLINK	87312621	美国	9	2017.12.05	原始取得	无
14	睿联数字	REOLINK	40201710124Q	新加坡	9	2017.06.01-2027.06.01	原始取得	无
15	睿联数字	Reolink Argus	UK00916765331	英国	9	2017.05.24-2027.05.24	原始取得	无
16	睿联数字	Reolink Argus	016765331	欧盟	9	2017.05.24-2027.05.24	原始取得	无
17	睿联数字	REOLINK	1837476	澳大利亚	9	2017.04.10-2027.04.10	原始取得	无
18	睿联数字	REOLINK	643699	俄罗斯	9	2017.04.10-2027.04.10	原始取得	无
19	睿联数字	REOLINK	304103784	香港	9	2017.04.10-2027.04.09	原始取得	无
20	睿联数字	KEEN	016286271	欧盟	9、42	2017.01.25-2027.01.25	原始取得	无
21	睿联数字	KEEN	UK00916286271	英国	9、42	2017.01.25-2027.01.25	原始取得	无

序号	权利人	商标	申请/注册号	注册地	国际分类	专用权期限/注册日期	取得方式	他项权利
22	睿联数字	Reolink	UK00915068778	英国	9	2016.02.03-2026.02.03	原始取得	无
23	睿联数字	Reolink	015068778	欧盟	9	2016.02.03-2026.02.03	原始取得	无
24	睿联数字	REO-LINK	86535276	美国	9	2015.11.24	原始取得	无
25	香港睿联	REOLINK	4/2019/00503633	菲律宾	9	2019.12.26-2029.12.26	原始取得	无
26	香港睿联	REOLINK	190130197	泰国	9	2019.08.08-2029.08.08	原始取得	无
27	香港睿联	REOLINK	318716	以色列	9	2019.07.16-2029.07.16	原始取得	无
28	香港睿联	REOLINK	4-0399998-000	越南	9	2019.06.28-2029.06.28	原始取得	无

附件二：发行人及其子公司拥有的主要专利情况

1、境内专利

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	专利类型	取得方式	他项权利
1	睿联技术	2021105502517	光传感电路的控制方法、光传感电路及摄像装置	2021.05.19	发明	原始取得	无
2	睿联技术	2020111674319	音频降噪系统、拍摄设备及音频设备	2020.10.27	发明	原始取得	无
3	睿联技术	2020109637133	视频预录方法及摄像机、电子设备	2020.09.14	发明	原始取得	无
4	睿联技术	2020108478784	一种摄像电路及摄像装置	2020.08.21	发明	原始取得	无
5	睿联技术	2020104442285	基于对象的视频文件查看方法及系统	2020.05.22	发明	原始取得	无
6	睿联技术	2020104435578	基于对象的视频文件处理方法、设备及系统	2020.05.22	发明	原始取得	无
7	睿联技术	2020101755875	基于视频内容的亮度自动增益调节方法及摄像机	2020.03.13	发明	原始取得	无
8	睿联技术	2020101367600	一种基于用户场景的图像初始化方法及摄像机	2020.03.02	发明	原始取得	无
9	睿联技术	2021216313355	摄像装置	2021.07.16	实用新型	原始取得	无
10	睿联技术	2021207696071	双目摄像装置	2021.04.13	实用新型	原始取得	无
11	睿联技术	202120156444X	PIR 传感器及安防设备	2021.01.20	实用新型	原始取得	无

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	专利类型	取得方式	他项权利
12	睿联技术	2020232880364	一种球形摄像机	2020.12.30	实用新型	原始取得	无
13	睿联技术	2020228953659	摄像机	2020.12.04	实用新型	原始取得	无
14	睿联技术	2020227865557	IPC 视频备份装置和视频备份系统	2020.11.26	实用新型	原始取得	无
15	睿联技术	2020219272973	一种云台及拍摄装置	2020.09.07	实用新型	原始取得	无
16	睿联技术	2020211470124	电池组	2020.06.18	实用新型	原始取得	无
17	睿联技术	2019224366249	异形散热装置及摄像机	2019.12.30	实用新型	原始取得	无
18	睿联技术	2019222711564	一种智能充电控制电路	2019.12.17	实用新型	原始取得	无
19	睿联技术	2019222155652	一种电源防护电路	2019.12.12	实用新型	原始取得	无
20	睿联技术	2019221519596	一种可插入 TF 卡槽的 WIFI 模组	2019.12.05	实用新型	原始取得	无
21	睿联技术	2019220114501	一种可旋转摄像机	2019.11.20	实用新型	原始取得	无
22	睿联技术	2019219543351	一种限流保护电路	2019.11.13	实用新型	原始取得	无
23	睿联技术	2019219183661	一种待机电流检测电路及电池模组	2019.11.08	实用新型	原始取得	无
24	睿联技术	2019218981912	一种集成充电电路的电池模组	2019.11.06	实用新型	原始取得	无
25	睿联技术	2022302985268	双目摄像机 (SD11)	2022.05.19	外观设计	原始取得	无
26	睿联技术	2022302980014	双目摄像机 (B20)	2022.05.19	外观设计	原始取得	无
27	睿联技术	202230204016X	摄像机 (SD7)	2022.04.12	外观设计	原始取得	无
28	睿联技术	2022301789104	门铃组件	2022.03.31	外观设计	原始取得	无
29	睿联技术	2022300188590	双目摄像机	2022.01.12	外观设计	原始取得	无
30	睿联技术	202230018593X	双目泛光灯摄像机一体机	2022.01.12	外观设计	原始取得	无
31	睿联技术	2022300186078	泛光灯	2022.01.12	外观设计	原始取得	无
32	睿联技术	2019306842079	摄像机 (SD6)	2019.12.09	外观设计	原始取得	无
33	睿联技术	2019306842064	摄像机 (C7)	2019.12.09	外观设计	原始取得	无
34	睿联技术	2019306841818	摄像机 (D7)	2019.12.09	外观设计	原始取得	无
35	睿联技术	2019306841803	摄像机 (SD3)	2019.12.09	外观设计	原始取得	无

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	专利类型	取得方式	他项权利
36	睿联技术	2019306818741	摄像机（B9）	2019.12.06	外观设计	原始取得	无
37	睿联技术	2020306609842	双目摄像机	2020.11.03	外观设计	原始取得	无
38	睿联技术	2020306609931	双目摄像机	2020.11.03	外观设计	原始取得	无

注：上述主要专利情况不包括在申请专利以及与主营业务相关度较低的专利。

2、境外专利

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	注册地	专利类型	取得方式	他项权利
1	睿联技术	US11468599B1	MONOCULAR VISUAL SIMULTANEOUS LOCALIZATION AND MAPPING DATA PROCESSING METHOD, APPARATUS, TERMINAL, AND READABLE STORAGE MEDIUM	2021.12.16	美国	发明	原始取得	无
2	睿联技术	US11048146B1	CAMERA CIRCUITRY AND CAMERA DEVICE	2021.03.16	美国	发明	原始取得	无
3	睿联技术	US10939048B1	METHOD AND CAMERA FOR AUTOMATIC GAIN ADJUSTMENT BASED ON ILLUMINANCE OF VIDEO CONTENT	2020.07.29	美国	发明	原始取得	无
4	睿联技术	US10880513B1	METHOD, APPARATUS AND SYSTEM FOR PROCESSING OBJECT-BASED VIDEO FILES	2020.07.23	美国	发明	原始取得	无
5	睿联技术	US11295454B1	OBJECT DETECTION METHOD, SECURITY DEVICE, AND READABLE STORAGE MEDIUM	2021.08.31	美国	发明	原始取得	无

序号	专利权人	专利号	专利名称	申请日	注册地	专利类型	取得方式	他项权利
6	睿联技术	US11290653B1	METHOD FOR CONTROLLING OPTICAL SENSING CIRCUIT,OPTICAL SENSING CIRCUIT,AND IMAGING DEVICE	2021.09.09	美国	发明	原始取得	无
7	睿联数字	90053177730001	Security cameras	2018.06.20	英国	外观设计	原始取得	无
8	睿联数字	USD871484S	SECURITY CAMERA	2018.06.21	美国	外观设计	原始取得	无
9	睿联数字	EU0053177730001S	Security cameras	2018.06.20	欧盟	外观设计	原始取得	无
10	睿联数字	USD849077S	CAMERA ASSEMBLY	2017.04.14	美国	外观设计	原始取得	无
11	睿联数字	EU0038543060001S	Cameras	2017.04.12	欧盟	外观设计	原始取得	无

注：上述主要专利情况不包括在申请专利以及与主营业务相关度较低的专利。

3、专利实施许可

截至本招股说明书签署日，发行人与 HDMI Licensing, LLC、MPEG LA, L.L.C.等签署了关于 HDMI、AVC、HEVC 等音视频接口、格式等常规第三方授权许可专利。

附件三：发行人及其子公司拥有的主要计算机软件著作权情况

序号	著作权人	软件名称	登记号	开发完成日	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	睿联技术	Reolink 跨平台 PC 端应用软件 V1.0	2022SR0982874	2021.09.22	2021.09.23	原始取得	无
2	睿联技术	Reolink 云服务软件 V2.4	2022SR0986403	2021.07.29	2021.08.01	原始取得	无
3	睿联技术	Reolink 独立站软件 V2.0	2022SR1011737	2021.06.25	2021.06.28	原始取得	无
4	睿联技术	嵌入式智能网络暖光灯摄像机软件 V1.0	2020SR0255793	2019.11.13	-	原始取得	无
5	睿联技术	嵌入式云台电池网络摄像机软件 V1.0	2020SR0255629	2019.11.08	-	原始取得	无
6	睿联技术	Reolink 手机应用软件 V1.0	2020SR1263874	2019.08.01	2019.08.26	原始取得	无
7	睿联技术	全视角光学变焦智能摄像机软件 V1.0	2020SR0231171	2019.07.22	-	原始取得	无

序号	著作权人	软件名称	登记号	开发完成日	首次发表日期	取得方式	他项权利
8	睿联技术	超低功耗星光级无线摄像机软件 V1.0	2020SR0230947	2019.07.18	-	原始取得	无
9	睿联技术	4G 网络电池摄像机软件 V1.0	2018SR608610	2018.06.19	-	原始取得	无
10	睿联技术	嵌入式 PTZ 网络摄像机软件 V1.0	2018SR631971	2018.05.22	-	原始取得	无
11	睿联技术	嵌入式 AF 网络摄像机软件 V1.0	2018SR608607	2018.04.20	-	原始取得	无
12	睿联技术	基于 AWS 的云服务软件 V1.0	2018SR270911	2018.03.06	-	原始取得	无
13	睿联技术	嵌入式无线网络录像机软件 V1.0	2018SR270918	2018.02.28	-	原始取得	无
14	睿联技术	视频监控客户端软件 V1.0	2018SR316611	2018.02.28	-	原始取得	无
15	睿联技术	嵌入式智能网络录像机软件 V1.0	2018SR270781	2018.02.28	-	原始取得	无
16	睿联技术	嵌入式网络录像机管理服务器软件 V1.0	2018SR270895	2018.02.26	-	原始取得	无
17	睿联技术	大分辨率嵌入式智能网络录像机软件 V1.0	2018SR270772	2018.02.22	-	原始取得	无
18	睿联技术	嵌入式个人云存储盒软件 V1.0	2018SR271669	2018.02.22	-	原始取得	无
19	睿联技术	P2P 服务器软件 V1.0	2018SR270904	2018.01.22	-	原始取得	无

附件四：发行人及其子公司拥有的业务资质及认证情况

1、业务资质或许可

(1) 对外贸易经营者备案

序号	公司名称	证书名称	编号	发证单位	发证时间	有效期至
1	睿联技术	对外贸易经营者备案登记表	04970452	深圳主管商务部门	2021.03.08	-
2	睿联数字	对外贸易经营者备案登记表	04957055	深圳主管商务部门	2019.12.25	-

(2) 报关单位备案

序号	公司名称	海关注册编码	经营类别	所在地海关	报关有效期
1	睿联技术	440316915P	进出口货物收发货人	福中海关	2068.07.31
2	睿联数字	4403160KYD	进出口货物收发货人	福中海关	2068.07.31

2、境内生产、销售产品认证

序号	公司名称	证书名称	证书编号	发证单位	有效期至
1	睿联技术	中国国家强制性产品认证证书	2022180805032251	威凯认证检测有限公司	2027.04.28
2	睿联技术	中国国家强制性产品认证证书	2022180805032703	威凯认证检测有限公司	2027.05.19

3、境外出口销售产品认证

序号	认证名称	适用国家/地区	相关认证的说明
1	IP65/66	国际标准	Ingress Protection 的缩写，是国际认定防护等级的代号，第一个数字表示防尘等级，第二个数字表示防水等级
2	UN38.3	国际标准	根据《联合国危险物品运输试验和标准手册》的第 3 部分 38.3 款，关于锂电池运输安全的认证，即要求锂电池运输前，必须要通过高度模拟、高低温循环、振动试验、冲击试验、55℃外短路、撞击试验、过充电试验、强制放电试验
3	MSDS	国际标准	Material Safety Data Sheet 的缩写，化学品安全使用说明书，目的是阐明化学品的理化特性以及对使用者的健康可能产生的危害
4	CE	欧盟	Conformite Europeenne 的缩写，是由欧盟立法制定的、有关于安全合格的一项强制性认证要求
5	RoHS	欧盟	Restriction of Hazardous Substances 的缩写，是欧盟立法制定的强制性标准，目的是规范电子电气产品的材料及工艺标准，使之更加有利于人体健康及环境保护
6	WEEE	欧盟	Waste Electrical and Electronic Equipment 的缩写，目的是规范报废的电子电器设备回收
7	REACH	欧盟	Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals 的缩写，化学品注册、评估、许可和限制，目的为保证化学品安全进入欧盟市场并得以安全使用
8	UKCA	英国	UK Conformity Assessed 的缩写，英国脱欧后启用的、用以替代 CE 的安全认证
9	FCC	美国	美国联邦通讯委员会 Federal Communications Commission 的缩写，是美国制定的强制性标准，目的是检测电子电气类产品电磁兼容等
10	DOE	美国	美国能源部 Department of Energy 的缩写，是根据美国相关法规，对电子电气类产品进行能效认证

序号	认证名称	适用国家/地区	相关认证的说明
11	加州 65	美国加利福尼亚州	根据美国加利福尼亚州 65 号提案规定进行的认证，目的是保护国家居民和饮用水源免受有毒化学品的侵害
12	IC	加拿大	加拿大工业部 Industry Canada 的缩写，目的是检测电子产品电磁兼容性
13	RCM	澳大利亚、新西兰	Regulatory Compliance Mark 的缩写，一种电气产品的标识，表明产品同时符合电气安全和电磁兼容性要求
14	TELEC	日本	日本无线电设备符合性认证的主要的注册认证机构 Telecom Engineering Center 的缩写，无线电产品进入日本市场的强制性认证，目的是确保无线电产品符合相关技术要求
15	PSE	日本	日本的强制性安全认证，证明电机电子产品通过日本电气和原料安全法或国际 IEC 标准的的安全标准测试

四、文件查阅时间

本次股票发行期内工作日上午 9:30-11:30，下午 13:30-16:30。

五、文件查阅地点

投资者可于本次发行承销期间，到本公司和保荐机构（主承销商）的办公地点查阅。

1、深圳市睿联技术股份有限公司

办公地址： 深圳市南山区高新区北区朗山路 13 号清华紫光科技园 C 座 6 层 C606
联系电话： 0755-26839765
传 真： 0755-26839765
联系人： 庞霖霖

2、中信建投证券股份有限公司

办公地址： 北京市东城区朝阳门内大街 2 号凯恒中心 B 座 9 层
联系电话： 010-65608337
传真： 010-65608450
联系人： 林建山、伏江平

除以上查阅地点外，投资者可以登录深圳证券交易所指定网站查阅。