

关于云汉芯城（上海）互联网科技  
股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的  
审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



**国金证券股份有限公司**  
SINOLINK SECURITIES CO.,LTD.

二零二三年六月

## 深圳证券交易所：

根据贵所 2022 年 1 月 26 日下发的《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函（2022）010135 号）（以下简称“问询函”）的要求，云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“云汉芯城”）会同国金证券股份有限公司（以下简称“保荐人”）、上海市通力律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查和讨论，并完成了《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》（以下简称“问询函回复”），同时按照问询函的要求对《云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）进行了修订和补充。

如无特殊说明，本问询函回复中简称与招股说明书中简称具有相同含义，涉及对申请文件修改的内容已用楷体加粗标明。

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

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

## 目 录

目 录.....	2
问题 1、关于市值标准 .....	3
问题 2、关于主营业务和行业情况 .....	12
问题 3、关于创业板定位 .....	60
问题 4、关于业务流程 .....	85
问题 5、关于经营合法合规性 .....	99
问题 6、关于发行人股东 .....	112
问题 7、关于员工持股平台 .....	124
问题 8、关于员工 .....	134
问题 9、关于子公司和分支机构 .....	140
问题 10、关于知识产权 .....	155
问题 11、关于经营场所 .....	162
问题 12、关于诉讼和处罚 .....	169
问题 13、关于税收优惠和政府补助 .....	174
问题 14、关于募投项目购置房产 .....	177
问题 15、关于未弥补亏损和业绩波动 .....	184
问题 16、关于营业收入 .....	201
问题 17、关于发行人客户 .....	224
问题 18、关于中介机构对发行人收入的核查情况 .....	241
问题 19、关于 IT 审计 .....	251
问题 20、关于营业成本 .....	264
问题 21、关于采购和供应商 .....	268
问题 22、关于毛利率 .....	278
问题 23、关于财务规范性 .....	284
问题 24、关于期间费用 .....	294
问题 25、关于股份支付 .....	313
问题 26、关于应收账款和应收票据 .....	319
问题 27、关于存货 .....	326
问题 28、关于资金流水核查 .....	336

## 问题 1、关于市值标准

申请文件显示：

（1）根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条，发行人选择的具体上市标准为“（二）预计市值不低于人民币 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元”。

（2）2020 年 9 月，发行人进行了最近一次股权融资，此次融资对应发行人整体投后估值约为 25.20 亿元。

（3）2020 年，公司扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 2,426.55 万元。

（4）采用可比公司法评估，可比公司截至 2021 年 12 月 6 日平均 PE(TTM) 为 49.36 倍，发行人 2021 年预计净利润为 11,484.77 万元，由此计算，发行人估值为  $49.36 \times 11,484.77 \text{ 万元} = 56.69 \text{ 亿元}$ 。

请发行人：

（1）补充说明可比公司的平均市盈率是否能真实反映发行人所在行业的估值水平，预计市值分析报告关于估值结论的支持证据，并就相关重要参数进行敏感性分析，说明预计市值分析是否合理、谨慎。

（2）补充分析发行失败的可能性，对招股说明书风险因素章节“发行失败的风险”作进一步分析和披露。

（3）补充披露应对发行失败的相关措施与预案，包括但不限于投资者权益保护方案等，并请发行人实际控制人就发行失败后的投资者保护作出相应承诺。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明可比公司的平均市盈率是否能真实反映发行人所在行业的估值水平，预计市值分析报告关于估值结论的支持证据，并就相关重要参数进行敏感性分析，说明预计市值分析是否合理、谨慎

（一）补充说明可比公司的平均市盈率是否能真实反映发行人所在行业的估值水平

### 1、选择可比公司的合理性

公司是一家电子元器件分销与产业互联网融合发展的创新型企业，基于公司业务类型及同行业公司的公开资料，公司选取了华强电子网、力源信息（300184）、润欣科技（300493）、商络电子（300975）、雅创电子（301099）等作为可比公司。其中，由于华强电子网目前尚未单独上市，因此，在进行估值测算时，以华强电子网的母公司深圳华强（000062）作为可比公司，上述公司主要情况如下：

序号	证券代码	证券简称	业务情况
1	300184.sz	力源信息	该公司是多家知名半导体厂商的授权代理或分销商，拥有专业网站和庞大的产品资料库，能为客户提供从产品资料、产品方案、产品选型、供应保障及物流服务等一揽子服务。
2	300493.sz	润欣科技	该公司系国内领先的 IC 产品授权分销商，主要代理高通、AVX/京瓷、思佳讯、AAC 等全球著名 IC 设计制造公司的 IC 产品，分销的 IC 产品以通讯连接芯片、射频和功率放大芯片和传感器芯片为主。
3	300975.sz	商络电子	该公司是一家主要面向网络通信、消费电子、汽车电子、工业控制等应用领域的电子元器件分销商。代理的产品包括电容、电感、电阻及射频器件等被动器件及 IC、分立器件、功率器件、存储器件及连接器等其他电子元器件，其中以被动器件为主。
4	301099.sz	雅创电子	该公司是国内知名电子元器件授权分销商，主要分销东芝、首尔半导体、村田、松下、LG 等国际著名电子元器件设计制造商的产品，具体产品包括光电器件、存储芯片、被动元件和分立半导体等，产品主要应用于汽车电子领域、消费电子、大数据存储、电力电子等。
5	000062.sz	深圳华强	该公司系华强电子网间接控股股东，主要业务包括电子元器件授权分销业务、电子元器件及电子终端产品实体交易市场和基于大数据的电子元器件等产品综合信息服务及全球采购服务业务（该部分业务目前由华强电子网负责运营）。

上述公司均主营电子元器件分销，主要产品集中于半导体器件、被动器件、连接器等品类，相关业务均以购销差价的方式实现盈利，在业务收入来源、产品

品类、盈利模式等方面与公司较为类似，公司选择上述公司作为估值测算中的可比公司具有合理性。

## 2、估值测算选择市盈率 PE（TTM）合理、谨慎

公司估值测算选择市盈率为 2021 年 12 月 6 日可比公司市盈率 PE（TTM）平均值。可比公司在 2021 年 12 月 6 日及近一年主要期末（2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日、2021 年 12 月 31 日）市盈率 PE（TTM）指标如下：

证券名称	P/E（TTM）			
	2021-12-6	2021-12-31	2021-6-30	2020-12-31
力源信息	-4.89	-4.96	-4.51	-3.45
雅创电子	76.43	78.94	-	-
深圳华强	20.85	20.67	22.79	20.83
润欣科技	63.41	66.23	69.84	81.16
商络电子	36.76	32.94	40.75	-
平均（剔除力源信息后）	<b>49.36</b>	<b>49.70</b>	<b>44.46</b>	<b>51.00</b>

注 1：由于力源信息 2020 年净利润为负数，因此，在统计可比公司市盈率时将其剔除

注 2：由于商络电子和雅创电子分别于 2021 年 4 月 21 日和 2021 年 11 月 22 日上市，因此无 2020 年 12 月 31 日或 2021 年 6 月 30 日的市盈率数据

由上表可知，可比公司近一年内市盈率（PE）存在一定波动，但整体稳定，对于体现业内平均估值水平具有借鉴意义和代表性。在《国金证券股份有限公司关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司预计市值的分析报告》（以下简称《预计市值分析报告》）中，市盈率选取的是截至 2021 年 12 月 6 日剔除力源信息的平均市盈率 PE（TTM），为 49.36 倍，处于近一年可比公司波动范围内，因此，估值测算选择市盈率 PE（TTM）合理、谨慎。

综上所述，发行人选取的可比公司具有合理性与代表性，可比公司近一年的市盈率（PE）相对稳定，能够较为真实反映发行人所在行业的估值水平。

### （二）预计市值分析报告关于估值结论的支持证据

在《预计市值分析报告》中，对公司选取了收益法和市场法进行估值，具体情况如下：

#### 1、收益法评估

在收益法评估中，发行人选用现金流量折现法中的企业自由现金流折现模型，在收益法评估中，对于收益期和预测期的确定情况如下：

收益期	由于评估基准日公司经营正常，没有对影响企业继续经营的核心资产的使用年限进行限定和对企业生产经营期限、投资者所有权期限等进行限定。故假设公司永续经营，相应的收益期为无限期。
预测期	2021年至2026年

根据企业自由现金流折现模型，“股东全部权益价值=经营性资产价值+溢余资产价值+非经营性资产负债价值-付息债务价值”，因此，对于公司估值测算中，预测期收益、折现率、永续增长率的确定或测算是估值结论的重要估值依据，具体情况如下：

重要估值依据	主要参数	测算数据	主要支持证据
预测期收益预测	营业收入	预估公司近两年 B2B 销售收入处于高位增长期，此后增长渐缓并逐步趋于平稳，PCBA 业务保持平稳增长态势。	基于公司近三年一期经营数据、不同业务类别增长情况，并结合未来电子元器件市场发展、企业业务经营状况进行预测。公司 2021 年实际实现营业收入 383,563.00 万元，高于预测值，营业收入预测合理、谨慎。
	营业成本	营业成本以预计收入和毛利率为基础，2021 年至 2026 年，预计 B2B 销售业务毛利率保持不变，PCBA 业务毛利率随订单规模逐步提升。	基于公司近三年一期不同业务成本情况以及未来经营状况预估成本。其中预估 B2B 销售业务毛利率保持较稳定状态，PCBA 业务毛利率假设随着规模变化按一定比例增长。公司 2021 年实际毛利率为 12.16%，高于预测值，毛利率及营业成本预测合理、谨慎。
	税金及附加	税金及附加主要按照过去 3 年的综合税率近似计算	由于公司销售不同货物或提供应税劳务适用的增值税税率档次不同，因此税金及附加主要参照过去 3 年的综合税率近似计算。
	期间费用	2021-2026 年，公司销售费用率、管理费用率和研发费用率随发行人规模增长逐年下降	基于公司历史财务数据及发行人的发展规划，以 2020 年度管理费用率、销售费用率、研发费用率为基础进行预测，公司 2021 年度实际期间费用为 24,662.11 万元，与预测值接近，期间费用预测合理、谨慎。
	所得税税率	25%	与现阶段主要经营主体所得税税率一致。
	折旧与摊销	公司折旧与摊销包括原有资产部分和新增募投部分	基于发行人历史财务数据及未来发展计划进行假设，采取平均年限法进行折旧摊销。以 2021 年 1-6 月折旧摊销为基础，折旧摊销包括每年原有部分加上新增募投部分。

重要估值依据	主要参数	测算数据	主要支持证据
	营运资金增加额	以 2021-2026 年营业收入为基础，预计未来营运资金与营业收入的比值，以此测算当年营运资金较上年增加额。	以公司近三年一期数据为基础，测算报告期各年营运资金占营业收入的比例以及年平均值，并结合未来战略发展，确认相应营运资金增加额。
	资本性支出	以过去三年一期数据作为支撑，预估 2021-2026 年公司资本性支出	以公司过去三年一期数据为基础，资本支出包括原有部分和募投项目增加部分。
折现率测算	折现率	折现率 $WACC = K_e * \frac{E}{E+D} + K_d * (1-t) * \frac{D}{E+D}$ 其中 D、E 分别为债务价值和权益价值； $K_d$ 为公司债务成本； $K_e$ 为公司权益成本， $K_e = r_f + MRP * \beta_L + r_c$ ；以此公式测算折现率。	以公司过去三年一期数据及经营状况为基础，确认 D、E、t 以及企业特定风险调整系数 $r_c$ ，以各大银行提供的企业长期贷款利率水平确认 $K_d$ ，依据市场公开数据以及专业机构研究报告确认 $r_f$ 、 $\beta_L$ 、MRP 数值（详见以下“国债收益率”、“权益系统风险系数”及“市场风险溢价”测算）。
与折现率相关的变量测算	国债收益率 $r_f$	以估值报告出具当天（2021 年 12 月 6 日）中国债券信息网披露的 10 年期国债到期收益率作为无风险利率 $r_f$	市场公开数据
	权益系统风险系数	被评估单位的权益系统风险系数计算公式如下： $\beta_L = \left[ 1 + (1-t) * \frac{D}{E} \right] * \beta_U$ 其中： $\beta_L$ ：有财务杠杆的权益的系统风险系数； $\beta_U$ ：无财务杠杆的权益的系统风险系数； t：被评估企业的所得税税率； D/E：被评估企业的目标资本结构 以此公式测算权益系统风险系数。	基于公司经营状况，结合同行业公司情况，无财务杠杆的权益的系统风险系数定为同行业平均值。
	市场风险溢价	市场风险溢价 $MRP$ = 成熟股票市场的基本补偿额 + 国家补偿额 = 成熟股票市场的基本补偿额 + 国家违约补偿额 $\times (\sigma_{股票} \div \sigma_{国债})$ ，以此公式测算我国目前的市场风险溢价。	将美国 1928-2017 年股票与国债的算术平均收益差作为成熟股票市场的基本补偿额；根据国际评级机构美国穆迪投资服务公司公布的我国债券评级，确认国家违约补偿额； $\sigma_{股票} / \sigma_{国债}$ ：定为新兴市场国家股票的波动对债券市场的平均值。
永续增长率	2%	根据 IMF 预测的全球 GDP 实际增长率，2020-2025 年预测均值为 2.19%，因此，将永续增长率定为 2%。	



基于上述假设，经测算，在收益法评估下，公司的整体估值为 60.79 亿元。

综上，发行人采用收益法进行估值时，参照了公司近年数据、经营状况、未来发展战略规划、市场公开数据等因素，审慎选择相关数值，估值证据具备充分性，估值结果具有合理性与谨慎性。

## 2、市场法评估

在市场法评估中，对公司的估值评估选择上市公司比较法，即通过对资本市场上与被评估企业处于同一或类似行业的上市公司的经营和财务数据进行分析，计算适当的价值比率或经济指标，在与被评估企业比较分析的基础上，得出公司的估算市值。由于公司已经达到一定规模和盈利水平，盈利能力与企业价值关联度较高，因此，本次对公司市场法评估的价值比率选用市盈率（PE）。

在《预计市值分析报告》中，选取常用的市盈率 PE（TTM）作为市盈率（PE）指标，并选择力源信息（300184）、润欣科技（300493）、商络电子（300975）、雅创电子（301099）、深圳华强（000062）等作为可比公司。由于力源信息 2020 年净利润为负数，因此，在统计可比公司市盈率时将其剔除，并对其他可比公司取平均值后测算平均市盈率（PE），具体情况如下：

可比上市公司	P/E (TTM)
雅创电子	76.43
深圳华强	20.85
润欣科技	63.41
商络电子	36.76
<b>平均</b>	<b>49.36</b>

基于《预计市值分析报告》中对于 2021 年全年净利润的预测（11,484.77 万元），在市场法评估下，公司估值为 49.36\* 11,484.77 万元=56.69 亿元，关于该报告对于净利润预测中主要参数的测算数据和支持证据请参见本小题“1、收益法评估”中的相关回复。

综上，由收益法、市场法评估确定的发行人股权价值分别为 60.79 亿元、56.69 亿元。基于谨慎性考虑，在《预计市值分析报告》中，发行人股权价值采用估值较低的市场法评估确认的 56.69 亿元，符合《深圳证券交易所股票发行上市审核

规则》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023年修订）》上市标准（二）中关于“预计市值不低于10亿元”的要求。

**（三）预计市值相关重要参数进行敏感性分析，说明预计市值分析是否合理、谨慎**

基于选取的市场法评估，将可比上市公司截至2021年12月6日平均PE（TTM）和《预计市值分析报告》中关于公司2021年预计净利润作为关键参数进行敏感性分析。假设公司预计2021年净利润不变、下降5%、10%、20%情况下，可比上市公司平均动态市盈率同时下降5%、10%和20%情形下，公司预计市值情况如下：

	重要参数	预计市值（亿元）
2021年预计净利润	PE	56.69
	PE（下降5%）	53.85
	PE（下降10%）	51.02
	PE（下降20%）	45.35
2021年预计净利润（下降5%）	PE	53.85
	PE（下降5%）	51.16
	PE（下降10%）	48.47
	PE（下降20%）	43.08
2021年预计净利润（下降10%）	PE	51.02
	PE（下降5%）	48.47
	PE（下降10%）	45.92
	PE（下降20%）	40.82
2021年预计净利润（下降20%）	PE	45.35
	PE（下降5%）	43.08
	PE（下降10%）	40.82
	PE（下降20%）	36.28

由上表可知，假设公司预计2021年分别在预计净利润不变、下降5%、10%、20%情况下，可比上市公司平均动态市盈率同时下降5%、10%和20%的情形下，公司预计市值均超过35亿元，显著高于“预计市值不低于10亿元”的上市标准，

此外，公司 2021 年全年经审计净利润为 16,086.86 万元，高于预计净利润，预计市值分析合理、谨慎。

## 二、补充分析发行失败的可能性,对招股说明书风险因素章节“发行失败的风险”作进一步分析和披露

根据《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》等有关规定，发行人拟申请在深交所创业板公开发行股票，选择的具体上市标准为“（二）预计市值不低于人民币 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元”。保荐机构分别采用了收益法和市场法对发行人预计市值进行评估，其中收益法、市场法评估所得的股权价值分别为 60.79 亿元、56.69 亿元。基于谨慎考虑，并参考最近一次融资（2020 年 9 月）整体投后估值（25.20 亿元），发行人股权价值采用估值较低的市场法评估确认的 56.69 亿元。在市场法评估下，发行人市值以截至 2021 年 12 月 6 日可比公司的平均市盈率 PE（TTM）和预计 2021 年净利润作为计算依据。若公司启动发行时同行业上市公司市场估值水平出现大幅下滑，或公司发行前经营业绩出现下滑，将可能导致公司发行后市值无法满足《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第二十二条以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2023 年修订）》2.1.2 规定的“预计市值不低于人民币 10 亿元”的要求，存在发行失败的风险。

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“三、其他风险”之“（四）发行失败的风险”中对上述有关情况进行补充披露。

## 三、补充披露应对发行失败的相关措施与预案,包括但不限于投资者权益保护方案等,并请发行人实际控制人就发行失败后的投资者保护作出相应承诺

发行人已在招股说明书“附录二 与投资者保护相关的承诺”中补充披露应对发行失败的相关措施预案及发行失败后对投资者保护作出的承诺，具体如下：

### “十、应对发行人发行失败的相关措施预案及承诺

#### （一）相关措施及预案

针对发行失败的可能性，发行人制定相关措施与预案如下：

（1）在中国证监会作出注册决定后至股票上市交易前，如公司发生重大事

项，可能导致其不符合发行条件、上市条件或者信息披露要求的，公司应当暂停发行；已经发行的，暂缓上市。

(2) 在发行阶段，公司预计发行后总市值不满足在招股说明书中明确选择的上市标准的，应当根据《深圳证券交易所首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》的相关规定中止发行。中止发行后，在中国证监会同意注册决定的有效期内，且满足会后事项监管要求的前提下，经向深圳证券交易所备案，方可重新启动发行。

(3) 如公司因不符合发行条件而被中国证监会撤销注册的，股票尚未发行的，公司应当停止发行；股票已经发行尚未上市的，公司应当按照发行价并加计银行同期存款利息返还股票持有人。

(4) 如本次发行失败，根据股东指定证券营业部的规定，如存在冻结资金利息，将按缴款额并加计银行同期存款利息（如有）扣除利息所得税（如有）后返还已经认购的认购人。”

## (二) 应对发行人发行失败的承诺

发行人控股股东及实际控制人曾焯承诺如下：

“（1）如发行人依据相关法律法规的要求被中国证监会、深圳证券交易所等监管机构要求暂停发行、中止发行或暂缓上市的，本人承诺立即促使发行人执行相应的措施和预案。如果监管机构另有规定的，从其规定。

（2）如涉及向认购人返还其已缴纳款项及冻结资金利息的，本人将促使发行人履行相应的决策程序并按时足额返还款项。”

## 四、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

### (一) 核查程序

保荐人、发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开资料。

2、了解公司所属行业常用的相关估值指标，并从公共信息平台（同花顺 ifind）获取可比公司相关指标数据。

- 3、核查了发行人最后一次增资相关的工商底档及增资协议。
- 4、对预计市值的敏感性分析相关情况进行了复核。
- 5、查阅了发行人应对发行失败的相关措施与预案及实际控制人就发行失败后的投资者保护作出的相应承诺。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人选取同行业公司，以其平均市盈率作为基础进行估值，能够真实反映发行人所在行业的估值水平。

2、采取收益法和市场法进行市值估计，测算过程证据充分、测算数值选合理。在对关键参数进行敏感性测试后，预计市值测算结果仍符合公司选择的“预计市值不低于 10 亿元”的上市标准，预计市值分析合理、谨慎。

3、发行人已对发行失败的风险进行了补充披露，并披露了应对发行失败的相关措施与预案，发行人控股股东及实际控制人就发行失败后的投资者保护作出了相应承诺。

## 问题 2、关于主营业务和行业情况

申报文件显示：

（1）发行人基于自建自营的云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn），从事电子元器件 B2B 销售业务和 PCBA 业务，其中，电子元器件 B2B 销售业务是主要收入来源。公司还提供包括电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等在内的服务。

（2）根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所属行业为“F51 批发业”。

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

（4）在电子元器件流通领域，主要参与者包括授权分销商、独立分销商以

及主要以产业互联网线上商城开展业务的创新型企业等。B2B 线上商城为独立分销商提供了更为精准和更具潜力的销售渠道。

(5) 半导体器件行业受全球宏观经济变化、下游应用需求及技术革新影响，存在一定的周期性。

(6) 公司的主要供应商艾睿、德州仪器、罗彻斯特电子等总部均在美国。

(7) 发行人销售以“先销后采”为主，即公司不提前备货；其他公司以仓储备货模式为主，采用“先采后销”，因此对自有库存的控制力更强，发货速度较快。招股说明书相关图示显示，产业互联网线上商城（如发行人）交期短于授权代理商。

根据公开信息，可比公司华强电子网集团根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）所处行业属于“I64 互联网和相关服务”之“6490 其他互联网服务”；根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 修订）》，华强电子网集团所处行业属于“I64 互联网和相关服务”。

请发行人：

(1) 补充说明发行人是否属于互联网企业、平台经济企业，所在行业的竞争状况，业务运营是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

(2) 补充披露根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）公司所处的具体行业，分析根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 修订）》所属的行业与可比公司存在差异的原因和合理性，行业分类是否准确。

(3) 补充说明电子元器件 B2B 销售之外，还从事 PCBA 等服务的背景和原因，在相关服务上是否具有技术积累和服务基础，电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务的具体内容，报告期从前述服务取得收入的情况。

(4) 补充说明供应商中知名原厂的名称和数量，以及报告期从知名原厂采购的金额和占比情况，与原厂签署采购协议的主要权利义务责任约定内容，结合前述情况说明与原厂合作的稳定性和可持续性。

(5) 补充说明供应商中授权代理商和独立分销商的数量和占比，报告期从该两类供应商分别采购的金额和占比情况，与授权代理商和独立分销商签署的采购协议的主要权利义务责任约定内容，结合前述情况说明是否对该两类供应商存在重大依赖。

(6) 补充说明“产业互联网线上商城”的命名是否为行业共识，同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”的原因和合理性，授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类方式是否为行业公认，B2B 线上商城的业务实质是否为授权分销商、独立分销商的下级分销商。

(7) 补充说明国际电子商情的机构性质、行业数据来源情况及其权威性，结合报告期相关行业企业的营收规模、增速、市场占有率、排名变化等情况，补充说明行业竞争格局和集中度变化趋势，分析产生相关变化的行业背景。

(8) 补充说明半导体器件行业周期性的具体表现，发行人成立以来经营业绩受行业周期性影响的情况，减少业绩周期波动影响的措施及其有效性。

(9) 补充说明报告期各期分地区产品采购情况，结合中美贸易战等国际事件，量化分析公司经营受到的具体影响。

(10) 在“先销后采”模式下，发行人交期快于采用“先采后销”授权代理商的合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人是否属于互联网企业、平台经济企业，所在行业的竞争状况，业务运营是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形

(一) 补充说明发行人是否属于互联网企业、平台经济企业

### 1、发行人是否属于互联网企业

公司是一家电子元器件分销与产业互联网融合发展的创新型企业，基于自建自营的云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn）为电子制造产业提供电子元器件供应链一站式服务。从主营业务上看，公司是一家在线上开展电子元器件分销业

务的企业，根据有关部门发布的权威行业分类指引文件，公司属于批发业行业企业，不属于《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》规定的互联网和相关服务行业企业，具体情况如下：

根据国家统计局和国家统计局办公室发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《2017 国民经济行业分类注释》，关于“F51 批发业”和“I64 互联网和相关服务”和相关二级分类定义和除外情形如下：

一级分类	二级分类	定义	除外情形
F51 批发业	F5193 互联网批发	指通过互联网电子商务平台开展的商品批发活动	不包括： 提供商品批发电子商务（网络交易）平台， <b>不从事实际交易</b> 的网络运营商的活动，该项目应列入6431 互联网生产服务平台
I64 互联网和相关服务	I6431 互联网生产服务平台	指专门为生产服务提供第三方服务平台的互联网活动，包括互联网大宗商品交易平台、互联网货物运输平台等。	不包括： ① <b>互联网大宗商品现货批发，列入 5193（互联网批发）；</b> ② <b>通过互联网，从事商品实际交易批发，列入 5193（互联网批发）；</b> ③ <b>通过互联网，从事订货、供货、商品交易等实体活动，列入 51（批发业）相关行业类别中。</b>
	I6490 其他互联网服务	指除基础电信运营商服务、互联网接入及相关服务、互联网信息服务以外的其他未列明互联网服务	电子商务（如 <b>网络销售</b> 、网络银行支付、网络证券交易、网络保险、网络拍卖、网络咨询、网络教学、网络医疗等），列入相应的行业中。

公司主要通过自建自营云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn）提供电子元器件销售业务。报告期各期，公司 B2B 销售业务收入占比均超过 99%，该业务属于商品实际交易批发，以购销差价的方式实现盈利，属于实体活动，线上商城系公司开展商品批发活动的主要场所。根据上表中的行业分类标准，公司业务模式属于“F5193 通过互联网电子商务平台开展的商品批发活动”，且属于“I64 互联网和相关服务”中明确列示的排除情形。因此，根据权威行业分类指引文件，公司行业分类应属于“F51 批发业”中的“F5193 互联网批发”，不属于“互联网和相关服务”。

## 2、发行人是否属于平台经济企业

### （1）平台经济相关定义

根据国务院反垄断委员会发布《关于平台经济领域的反垄断指南》，平台经



济相关定义如下：

①平台：系互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。

②平台经营者：指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。

③平台内经营者：指在互联网平台内提供商品或者服务（以下统称商品）的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品。

④平台经济领域经营者：包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。

## **（2）发行人不属于平台经营者、平台内经营者，不属于平台经济企业**

发行人不属于平台经营者、平台内经营者，不属于平台经济企业，具体论述如下：

### **①发行人线上商城不属于互联网平台**

公司主要通过自建自营的 B2B 线上商城（www.ickey.cn）开展业务，在实际业务中，发行人以购销方式向市场提供商品批发服务，下游客户向公司提交电子元器件需求，上游供应商向公司提供库存信息和商品，上述业务模式属于商品实际交易批发，以购销差价的方式实现盈利，而非服务佣金。相关上下游亦不存在相互依赖关系，且发行人客户间、供应商间及客户与供应商等主体间均未发生直接交互行为，亦不存在其他第三方通过公司线上网站等向客户提供服务的情形。因此，公司线上商城不属于《平台经济领域反垄断指南》中对于平台或互联网平台定义中“相互依赖的双边或者多边主体”、“特定载体提供的规则下交互”等构成要件，发行人线上商城不属于“平台”或“互联网平台”。

### **②发行人不属于“平台经营者”、“平台内经营者”，不属于平台经济企业**

公司自建自营的 B2B 线上商城系主要对外销售的渠道，在实际业务中，公司独立采购电子元器件，并由公司自身作为产品提供者直接独立对客户销售，对上下游主体均独立拥有和承担相应的购销权利和义务。因此，公司主要业务并非

向上下游市场主体提供经营场所，没有向用户或供应商直接开放平台，也不为其提供撮合交易、信息交流服务等互联网平台服务。基于上述论述，同时结合《平台经济领域反垄断指南》、《网络交易监督管理办法》等相关规定，发行人属于自建网站经营者，而非“平台经营者”、“平台内经营者”，公司不属于平台经济企业。

## （二）所在行业的竞争状况

公司所处行业为电子元器件分销行业，具体为电子元器件线上分销。整体而言，电子元器件分销行业市场化程度较高，各企业面向市场自主经营。政府主管部门主要对市场准入、市场交易行为进行管理和监督，行业协会则履行自律规范和协调指导行业发展等职责。

2021年，全球电子元器件分销商营收规模突破十亿美元的有36家，其中前三大厂商艾睿（Arrow）、大联大控股（WPG Holding）、安富利（Avnet）的营收分别为344.77亿美元、262.38亿美元、215.93亿美元，经营规模较大，市场集中度相对较高。整体而言，全球电子元器件分销市场相对稳定：一方面，部分大型厂商占据着一定的市场规模；另一方面，由于电子元器件市场体量巨大，市场中仍存在大量中小分销商参与市场竞争。

相较于全球市场，中国大陆的电子元器件分销行业集中度较低，且整体规模明显小于国际龙头。根据国际电子商情数据，2020-2022年进入营收150亿以上（约25亿美元）的中国大陆电子元器件分销商仅有中电港、泰科源和深圳华强三家，前十大分销商整体市占率不到10%<sup>1</sup>。具体到电子元器件线上分销行业，相较于传统电子元器件分销，线上分销市场规模较小，但各主要竞争主体增长迅速，根据国际电子商情发布的中国电子元器件分销商营收排名，2020年，云汉芯城、立创商城、ICGOO三家入围前35大，分别排名第23位、第28位、第29位，2021年，云汉芯城入围前25大，排名第19位。2022年，云汉芯城排名

<sup>1</sup> 由于未在公开信息中查询到国内电子元器件分销市场容量数据，国内分销市场规模采用①《中国电子元器件行业“十四五”发展规划》中关于“十三五”电子元器件主要分支行业销售额完成情况（不含半导体分立器件和真空电子器件行业）以及②世界半导体贸易统计协会（WSTS）关于全球半导体器件市场规模和中国占比数据合并统计，并按照分销市场占比56%进行的测算，关于市场占有率测算，请参见本题之“七、补充说明国际电子商情的机构性质、行业数据来源情况及其权威性，结合报告期相关行业企业的营收规模、增速、市场占有率、排名变化等情况，补充说明行业竞争格局和集中度变化趋势，分析产生相关变化的行业背景。”的回复。

进一步上升至第 15 位。

综上，电子元器件分销行业监管与行业自律相辅相成，整体市场化程度较高，其中，国内电子元器件分销行业集中度较低，近年来，以云汉芯城、立创商城、ICGOO、华强电子网等为代表的主要以线上分销开展业务的企业快速增长，但整体规模和占比仍相对较小。

### **（三）业务运营是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形**

发行人在业务经营过程中不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形，具体说明如下：

#### **1、发行人不存在垄断协议**

根据《反垄断法》的规定，垄断协议是指排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为。《反垄断法》禁止具有竞争关系的经营者达成横向垄断协议，如固定或者变更商品价格、限制商品的生产数量或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场、限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品、联合抵制交易等；也禁止经营者与交易相对人达成纵向垄断协议，如固定向第三人转售商品的价格、限定向第三人转售商品的最低价格等。

截至本回复出具日，根据发行人的销售、采购及其他重大业务合同，发行人未与他人达成横向或纵向垄断协议，也不存在与其他方达成其他有关排除、限制竞争的协议、决定或其他协同行为的情形。

#### **2、发行人不存在滥用市场支配地位的行为**

《反垄断法》规定的市场支配地位是指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。认定经营者具有市场支配地位，应当考虑诸多因素，包括市场份额、经营者控制市场的能力、其他经营者对该经营者在交易上的依赖程度、市场进入门槛等。如果一个经营者存在在相关市场的市场份额达到二分之一等情形的，可以推定具有市场支配地位。

发行人所从事的电子元器件分销业务，主要面向国内市场。发行人自身业务

规模虽不断扩大，但不构成市场支配地位，具体分析如下：

（1）在市场份额及竞争状况方面，公司所处的电子元器件分销行业，从国内市场来看，整体参与者众多、竞争激烈，市场化程度高但行业集中度较低。根据国际电子商情数据，在国内前十大厂商整体市占率较低的情况下，发行人2020年、2021年和**2022年**的营收分别居第23位、第19位和**第15位**。由此可见，发行人的市场份额不具备市场支配地位。

（2）从经营者控制市场的能力来看，发行人上游主要为国内外知名的电子元器件原厂或分销商，由欧美企业主导，高度集中；下游客户以国内生产制造企业为主，由于电子元器件需求群体庞大，因此较为分散。发行人对上下游企业均不具备控制能力或绝对优势地位。

（3）从其他经营者对发行人在交易上的依赖程度来看，发行人与下游客户签订的相关销售合同或其他业务协议并不包含限制用户采取其他手段或采用其他渠道采购电子元器件的条款。

（4）从其他经营者进入市场的难易程度来看，电子元器件线上分销行业的经营者众多。发行人并未对客户使用其他渠道进行同类交易施加任何限制性条款，客户采购并不局限于发行人所属的线上商城，可通过多种方式、多个渠道同时进行目标产品的搜寻，货比三家。因此，发行人不具备阻碍其他经营者进入市场的能力。

由此可见，发行人所处的电子元器件分销行业市场竞争较为充分，发行人不具有市场支配地位，不涉及滥用市场支配地位的情形。

综上，发行人不存在与他人达成垄断协议的情形。发行人所在的相关市场竞争较为激烈，发行人不具有市场支配地位，因此也不存在滥用市场支配地位的行为。发行人未从事对市场竞争产生排除、限制效果的经营行为，业务运营公平有序、合法合规。

二、补充披露根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）公司所处的具体行业，分析根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 修订）》所属的行业与可比公司存在差异的原因和合理性，行业分类是否准确

（一）补充披露根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）公司所处的具体行业

发行人已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（一）所属行业及确定所属行业的依据”中补充披露如下：

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“F51 批发业”大类下“5193 互联网批发”。

（二）分析根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 修订）》所属的行业与可比公司存在差异的原因和合理性，行业分类是否准确

1、分析根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 修订）》<sup>2</sup>所属的行业与可比公司存在差异的原因和合理性

发行人的同行业可比公司包括华强电子网、力源信息、润欣科技、商络电子、雅创电子，上述公司所属证监会行业分类情况如下：

序号	证券代码	证券简称	所属证监会行业分类
1	300184.sz	力源信息	F51 批发业
2	300493.sz	润欣科技	I65 软件和信息技术服务业
3	300975.sz	商络电子	F51 批发业
4	301099.sz	雅创电子	F51 批发业
5	/	华强电子网	I64 互联网和相关服务

与同行业可比公司相比，公司与力源信息、商络电子、雅创电子均认定自身行业分类为“F51 批发业”，主要原因系公司与上述可比公司在主营业务、经营模式、上下游行业等方面均具有相似性，因此行业定位相同。从主营业务来看，公司与上述公司均从事电子元器件分销业务，主营业务收入均主要来自于电子元器件分销业务；从经营模式来看，公司与上述公司均以采购销售的差价作为主要

<sup>2</sup> 根据《中国证券监督管理委员会公告〔2022〕42号——关于废止部分证券期货规范性文件的决定》，上市公司行业分类指引（2012年修订）已失效。对应内容可参照《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）。

利润来源；从上下游行业来看，公司与上述公司的上游主要为原厂、授权分销商或独立分销商，下游主要为终端厂商或独立分销商。因此，尽管发行人主要以线上开展电子元器件分销业务，力源信息、商络电子、雅创电子主要以线下开展业务，但实质均为电子元器件分销。

公司与华强电子网均主要以电子元器件线上分销开展业务，与润欣科技均从事电子元器件分销业务，但公司与上述两家可比公司所属行业存在差异。由于华强电子网和润欣科技均未在其公开披露文件中说明选取行业分类的原因，基于对华强电子网和润欣科技公开披露的信息的汇总整理，可能系上述公司主营业务涵盖范围与公司有所差异所致，具体原因如下：

华强电子网认定其所属行业为“**I64 互联网和相关服务**”，华强电子网主营业务包括全球采购服务和综合信息服务两部分，其中，全球采购服务模式与发行人业态较为类似，但综合信息服务主要系为电子元器件行业供应商提供产品展示、信息发布、数据推广、营销广告等服务信息技术，该业务属于“**I64 互联网和相关服务**”，综合两类业务情况，华强电子网选择“**I64 互联网和相关服务**”作为其所属行业分类。

润欣科技认定其所属行业为“**I65 软件和信息技术服务业**”，主要原因系其为 IC 产品和 IC 解决方案提供商，除电子元器件分销外，润欣科技还提供包含 IC 定制设计、IC 应用方案设计在内的技术服务，相关 IC 设计集中于无线连接、射频和传感等领域。基于其业务情况，润欣科技选择“**I65 软件和信息技术服务业**”作为其所属行业分类。

## **2、发行人行业分类是否准确**

结合上述同行业可比公司情况，根据《国民经济行业分类（2017）》（GB/T4754-2017）、《2017 国民经济行业分类注释》等关于行业划分的权威文件，发行人属于所属行业为“**F51 批发业**”大类下“**5193 互联网批发**”，行业分类准确。具体内容请参见本题之“一、补充说明发行人是否属于互联网企业、平台经济企业，所在行业的竞争状况，业务运营是否公平有序、合法合规，是否存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形”之“（一）补充说明发行人是否属于互联网企业、平台经济企业”中的内容。

三、补充说明电子元器件 B2B 销售之外，还从事 PCBA 等服务的背景和原因，在相关服务上是否具有技术积累和服务基础，电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务的具体内容，报告期从前述服务取得收入的情况

（一）发行人电子元器件 B2B 销售之外，还从事 PCBA 等服务的背景和原因，在相关服务上是否具有技术积累和服务基础

### 1、发行人电子元器件 B2B 销售之外，还从事 PCBA 等服务的背景和原因

电子产品制造企业在采购电子元器件后，通常需要进行 PCBA 制造，即通过贴片加工作业，将元器件安装、焊接在印制电路板（PCB）。该服务系下游制造厂商采购电子元器件后的刚性需求，而传统 PCBA 制造工厂在对接中小批量打样需求时一直面临效率低下的问题，主要原因系中小批量订单的生产需要频繁转线换料，而生产线调试时间又较长，从而导致生产效率较低，因此，大多数 PCBA 制造工厂承接中小批量订单的意愿较弱。

在上述背景下，为了增强客户服务能力，提升客户在公司线上商城一站式采购体验，公司打造了 PCBA 智能样板工厂，希望通过技术研发和流程优化，不断探索“高频换线、柔性生产”的整体解决方案，改善频繁转线换料对生产效率带来的负面影响，提高为中小批量 PCBA 服务的生产效率，并结合公司较强的中小批量电子元器件供应能力，为客户提供从电子元器件供应至 PCBA 制造的全流程服务，更好地满足中小企业的中小批量生产、研发项目打样需求。

### 2、在相关服务上是否具有技术积累和服务基础

发行人从事 PCBA 业务已具备一定的技术积累和服务基础，具体情况如下：

#### （1）技术积累

一方面，在业内 PCBA 制造服务中，焊接、组装等业务流程基本相近，从生产工艺或生产技术上看，如何维持或进一步提升良品率需要一定的技术积累；另一方面，由于发行人主要面向中小批量、研发打样 PCBA 制造订单需求，相关订单通常具备交期短、品种多、单个订单数量少的特点，对企业的生产管理、要素组织能力的要求更高，通过数字化改造制造流程才能较好地满足需求。在上述背景下，发行人重点在①生产工艺②质量管理体系③制造流程数字化改造等领域进

行技术积累：

**①生产工艺：**经过多年 PCBA 生产制造，公司积累了较为丰富的生产工艺技术，具体如下：

工艺技术	特点
表面组装工艺技术	具有可靠性更高、抗振能力更强、焊点缺陷率更低、高频特性更好等特点，能够更好地实现自动化生产，提高生产效率，减低生产成本
回流焊工艺技术	只需要局部加热就能完成原有的焊接流程，从而避免了桥接等焊接缺陷
波峰焊工艺技术	更为节省工时和生产用料，从而提高生产效率

上述工艺技术充分保障了公司在智能制造领域的技术适用性。目前，公司智能组装贴片产线已能够做到最快 24 小时出货，加急订单 6 小时出货。

**②质量管理体系：**公司已按照 ISO9001：2015 质量管理体系要求，制定了标准化工作计划，内容涵盖标准体系建立、标准化培训、实施标准管控、标准化工作的评价与改进等内容，并已获得相应的质量管理体系认证证书。除了按照国家质量管理体系要求，对工厂内部管理进行规范，同时参考国家、行业、地方等标准，形成了一套具有自身特色的标准化管理体系，覆盖工厂所有部门和业务流程，形成统一的服务标准。

**③制造流程数字化改造：**基于互联网和大数据技术优势，公司打造了 PCBA 制造服务的定制化系统，针对传统业务流程进行数字化改造，从而提升了公司智能制造领域的竞争力。

在前端，发行人打造面向 PCBA 制造服务的定制化系统，同时，基于在供应链引擎和工厂排程系统、三维仿真模拟系统、质量溯源系统、物料管理系统、用户交互系统、订单管理系统、生产文件自动解析系统等信息化系统等领域技术探索，公司可通过系统化、工具化的方式管理客户需求和内部协作，解决客户在项目信息共享、物料齐套、异常反馈等方面的协作诉求，可提升在一站式服务客户诉求时的内部协同、信息共享、进度管理等方面的协作效率。目前，发行人已在 PCBA 制造服务定制化系统方面拥有超过 20 项软件著作权，并且，获得了工信部颁发的服务型制造示范平台（共享制造类）、制造业与互联网融合发展试点示范单位等荣誉。



在实务中，公司通过对工厂生产流程、生产数据进行了详尽分析，针对性设计更为科学合理的产线标准；通过有效利用海量电子元器件技术参数和贴片生产的相关工艺参数，形成元器件生产数据库，在生产之前对焊接位点、物料布局、元器件连接等进行技术性能分析，并利用打造多年的产品质量控制技术方法，对贴片所需的电子元器件的性能参数、质量可靠性、兼容性等进行充分评估，最大限度降低因方案设计或物料缺陷所造成的生产浪费；通过对工艺流程、设备进行信息化管理，提高了生产效率和管理水平。

综上，公司积累了相对丰富的 PCBA 生产工艺技术，形成了较为完善的品质管控体系，组建了较为成熟的生产管理团队，同时，公司已针对传统业务流程进行全面数字化改造，提高了生产效率和管理水平，在技术积累方面，能够充分支撑公司的 PCBA 生产制造服务。

## （2）服务基础

经过多年发展，公司已具备 PCBA 业务一定的服务基础，**2022 年**，PCBA 业务收入规模已突破 **1,600 万元**、服务客户数量超过 **500 家**、交易订单数量接近 **5,000 笔**。在 PCBA 业务中，公司已具备相应的基础设施和人员保障，并能够依托丰富的电子元器件数据信息和强大的供应能力，进一步提升未来 PCBA 业务竞争力。具体情况如下：

发行人设置专门子公司启想智能负责 PCBA 业务，已在上海市松江区租赁、启用了占地面积 3,049.5 平方米的现代化厂房作为 PCBA 智能生产工厂场地，陆续引入了自动光学检测仪、高速贴片等自动化设备，建设了三条 PCBA 智能制造生产线。截止 **2022 年 12 月 31 日**，公司已拥有 **70 名**具有 PCBA 生产制造相关工作经验的专职员工，具备了相应的基础设施和人员保障。

此外，自线上商城上线以来，公司积累了丰富的电子元器件信息数据，构建了较为强大的供应能力，日可售 SKU 达到 **2,404.72 万<sup>3</sup>**条。基于上述优势，公司能够为 PCBA 客户提供超过更为丰富电子元器件选型和推荐服务，在降低客户物料成本的同时，能够提升研发、设计的选型效率，提高研发、打样成功率，为进一步提升公司 PCBA 业务市场竞争力提供了有效保障。

---

<sup>3</sup> SKU 等数据库规模统计时间截止至 2022 年 12 月 31 日，下同。

**（二）电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务的具体内容，报告期从前述服务取得收入的情况**

为提升客户体验，满足客户一站式服务需求，公司还为客户提供电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务，上述服务的具体内容及报告期内取得收入情况如下：

项目	具体内容	是否取得相关收入
电子元器件技术资料库	经过多年运营，公司从海量业务数据中提炼出涵盖多维度信息的各类标准化数据库，包含 <b>3,658.89 万</b> SPU 产品数据、 <b>9,140.9 万</b> 条参数替代关系数据、 <b>61.21 万</b> 条国产替代关系数据、 <b>86.71 万</b> 型号的进口报关分类数据和 <b>37.23 万</b> 型号的元器件质检信息等，客户可在公司线上商城搜索相关产品型号、参数信息，一站式获取丰富的电子元器件具体技术参数或其他相关技术资料，提升用户在产品开发、元器件选型的效率。 在实务中，当客户搜索具体物料时，公司线上商城可以实现如下功能：①若物料紧缺缺货，会根据对应参数自动推荐可替代的物料；②若为进口物料时，会根据对应参数额外推送可替代的国产物料；③若搜索关键词仅有参数而缺乏具体型号、厂牌，会根据对应参数自动匹配到相关物料。此外，在采购前后，客户工程师还可以从公司数据库中获取电子元器件的技术参数、数据手册等，帮助客户更好地应用电子元器件，提升研发和生产效率。	未直接取得收入
电子产品技术方案设计	部分终端客户存在电子产品方案设计需求，为了更好满足客户需求，公司打造了一支具备嵌入式开发能力和一站式交付工程化经验的 M2M 模块及解决方案设计团队，能够为客户提供电子产品技术方案设计服务。 具体而言，客户向公司提供其所需电子产品的功能性、可靠性或具体指标参数等要求，公司可针对客户需求进行分析并形成相应设计方案，包括硬件设计、PCB 设计、嵌入式系统支持等，并提供产品方案设计和优化迭代、PCB 布线及工程技术支持等在内的设计服务。	是，2021年、2022年分别取得14.02万元、13.22万元设计服务收入，计入其他业务收入。
国产化应用技术支持	终端客户在电子产品设计选型过程中，可以依托于公司的元器件数据库，在线上商城上自动匹配合适的国产厂牌器件以满足其设计需求，满足其降低成本、提升技术开发效率的需求；当客户存在国产替代需求时，公司可给予选型支持或协助向国产电子元器件原厂反馈需求。	未直接取得收入
工程样品样片支持	终端客户在在电子产品设计前期，往往需要少量元器件样品进行性能测试和功能验证，公司可为其提供少量工程样片，或依据其需求向原厂反馈定制化要求，提升客户研发、试产效率。	未直接取得收入

从上表可知，上述服务主要系为了提升客户体验、增强客户粘性，满足部分客户需求而推出的服务，报告期内未直接取得收入或收入金额较小。

四、补充说明供应商中知名原厂的名称和数量，以及报告期从知名原厂采购的金额和占比情况，与原厂签署采购协议的主要权利义务责任约定内容，结合前述情况说明与原厂合作的稳定性和可持续性

（一）补充说明供应商中知名原厂的名称和数量，以及报告期从知名原厂采购的金额和占比情况

报告期各期，发行人交易的供应商中的原厂数量分别为 161 家、278 家、325 家，其中部分原厂在行业内具备较高声誉，系业内知名原厂<sup>4</sup>，主要情况如下：

序号	原厂名称	情况
1	德州仪器（TI）	全球领先的半导体设计与制造企业、最大的模拟芯片制造商，成立于 1930 年，总部位于美国德克萨斯州，已在纳斯达克上市。2021 财年营收 183.44 亿美元，产品主要面向工业和汽车市场。
2	美信（Maxim）	成立于 1983 年，是世界知名的模拟信号和混合信号半导体公司，2021 财年营业收入达到 26.33 亿美元，现已被亚德诺（ADI）收购。
3	微芯（Microchip）	成立于 1989 年，是世界知名的单片机和模拟半导体供应商，2021 财年营业收入达到 54.38 亿美元
4	欧姆龙（Omron）	成立于 1933 年，全球知名的自动化控制及电子设备制造厂商，掌握着世界领先的传感与控制核心技术，已在全球拥有超过 28,000 名员工。产品涉及工业自动化控制系统、电子元器件、社会系统、健康医疗设备等广泛领域，品种多达数十万。
5	莫仕（Molex）	成立于 1938 年，是全球领先的全套互连产品供应商，专注于连接器行业，拥有 10 万多种性能可靠的产品，全球拥有超过 45,000 名员工，销售遍及 40 多个国家与地区。

报告期内，发行人自上述知名原厂采购具体金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
自原厂的采购金额	22,568.97	52,240.79	15,855.54
其中：自知名原厂的采购金额	18,800.63	49,866.67	15,034.30
占当期总采购金额比例	8.88%	14.37%	10.83%

从上表可知，发行人自知名原厂采购金额呈现一定波动，其中，德州仪器（TI）系发行人采购规模占比最大的原厂，2021 年和 2022 年，发行人自德州仪器（TI）采购规模占知名原厂的比重超过 90%。2022 年，公司自知名原厂采购比例有所

<sup>4</sup> 选取的知名原厂主要为招股书说明书中“第五节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”之“（三）所属行业发展情况”之“1、电子元器件行业发展情况”中各细分行业的主要厂商。

下降主要系：为了提高自身业务的稳定性，公司不断主动优化、调整自身供应体系所致。基于高效数字化质检和供应链体系，2022 年公司持续加深与优质的授权分销商和独立分销商的合作深度，不断提高现有供应渠道的多元性和顺畅度，公司自独立分销商采购金额和比例有所增长，自知名原厂的采购占比有所下降。

## （二）与原厂签署采购协议的主要权利义务责任约定内容，结合前述情况说明与原厂合作的稳定性和可持续性

### 1、与原厂签署采购协议的主要权利义务责任约定内容

德州仪器（TI）系半导体行业领先的制造厂商，也系发行人报告期内合作规模最大的原厂。下文以德州仪器（TI）为例，作为与发行人合作的原厂代表，说明与其签署的采购协议的主要权利义务责任内容，具体如下：

在产品采购方面，发行人主要在其官网（TI store）下订单的方式进行采购，适用于其官网公示的销售条款。除产品采购外，在数据合作方面，发行人与德州仪器（TI）于 2020 年 1 月签订了《网站门户和服务协议》（《WEBSITE PORTAL AND SERVICES AGREEMENT》），约定德州仪器（TI）向发行人开放关于其产品的商业数据网络接口，合同自被德州仪器授权访问之日起生效，直至双方以书面形式终止。该合同目前尚在履行中。上述采购和数据合作方面的主要条款如下：

来源	主要条款
德州仪器（TI）官网公示的销售条款	<p>（1）定价：德州仪器将以各种方式向客户告知定价，并通过订单确认来确认交易价格。价格不包括适用的税（包括增值税、关税等）以及其他费用，如运费、包装费、许可证费等。买方应承担该等税费。</p> <p>（2）交货及报关：除非德州仪器另行通知，货物将按照订单装运说明中所示的装运条款交付到订单中指定的目的地。一旦德州仪器将货物交至其指定的装运点，损失或损坏的风险将转移至买方。买方是进口申报人，负责所有进口关税、税和产生的任何其他费用或者所需的许可证或通关；</p> <p>（3）质量保证：</p> <p>①德州仪器向买方保证每个封装集成电路产品在德州仪器或其授权经销商交付之日起 12 个月内均符合德州仪器针对该产品发布的规格，晶圆和裸片产品在德州仪器或其授权经销商交付之日起 30 天内均符合德州仪器针对该产品发布的规格，评估套件在德州仪器或其授权经销商交付之日起 90 天内无材料或工艺缺陷。但非因德州仪器原因引起的商品不合格等情形除外。</p> <p>②如果买方未在交付后 10 个工作日内通知德州仪器任何明显的商品缺陷，或者未在发现任何隐藏缺陷后 10 个工作日内通知德州仪器该缺陷，则买方对德州仪器提出的索赔无效。</p> <p>③德州仪器可自行选择维修或更换不符合上述保证的商品，或将此类商品的款项存入买方的账户。除上述规定外，商品、晶圆图和所有相关文档均按“原样”提</p>

来源	主要条款
	<p>供，且不保证没有瑕疵。</p> <p>④按照适用法律及德州仪器的质量保证条款应该退换货的情况下，德州仪器将在收到货物后的 30 个工作日内退还，邮费、包装费等不退。不符合前述情况的不予退货。</p> <p>⑤如果买方因为德州仪器的商品直接侵犯了美国、加拿大、日本或欧盟成员国的专利（实用新型专利除外）、版权或商业秘密的事由被起诉，德州仪器将应诉。如最终裁决买方承担赔偿责任，则德州仪器将承担相关赔偿。</p> <p>（4）买方的合规性：买方对于商品的使用应当遵守法律法规、行业标准等规定；</p> <p>（5）德州仪器的责任限制：德州仪器不承担间接、惩罚性等损失；在导致诉讼理由的事件发生超过 12 个月之后，不得针对德州仪器提出任何索赔或诉讼；对于评估类商品，德州仪器所承担的赔偿总额不超过在之前 12 个月期间买方就相关特定评估类商品向德州仪器支付的总金额；</p>
《网站门户和服务协议》	双方就数据合作、保密等相关内容进行了约定，具体情况已申请豁免。

## 2、结合前述情况说明与原厂合作的稳定性和可持续性

### （1）近年来发行人与原厂合作快速增长的背景

在电子元器件供应链中，上游原厂相对集中，生产模式通常以批量化规模生产为主，且需要一定的刚性生产制造周期，基于服务成本、专业化分工等因素，大型的上游原厂难以高效、完整覆盖下游极其分散的各行业采购需求，尤其是大量存在的中小型生产制造企业的需求。因此，在现有电子元器件流通市场中，除直接向少量大型电子制造商或品牌商供货外，大型原厂通常较少开展直销业务，主要依靠授权代理商等分销渠道进行货物调配。近年来，以公司为代表的主要以线上商城开展业务的企业日渐成熟壮大，随着上述企业对于中小电子制造企业长尾需求较好的服务能力与服务客户的广度不断得到原厂认可，部分原厂开始积极探索与产业互联网线上商城企业深度合作的方式，以期更好地服务中小电子制造企业，提升产品的市场覆盖率。作为国内产业互联网线上商城的领先企业，公司于 2020 年与德州仪器（TI）建立了基于库存数据对接的业务合作关系，由于该公司产品丰富、应用广泛、品质优异，较好地匹配了公司客户需求，因此，2020 年起公司向德州仪器（TI）采购规模快速增长，是公司与原厂合作金额快速增长的主要原因。与此同时，为更好地推广国产电子元器件，公司成立了专门的国产器件部门，大力拓展与国内原厂的合作。上述因素导致与公司合作原厂数量快速增长，从 2020 年的 161 家增长至 2022 年的 325 家。综上，近年来，发行人与原

厂合作快速增长主要系公司与以德州仪器（TI）为代表的大型原厂和国产器件原厂合作深度、广度不断加深、拓展造成。

## （2）与原厂合作的稳定性和可持续性

发行人认为，公司与德州仪器（TI）等知名原厂开展合作具备稳定性和可持续性，具体原因如下：

①**公司能够大幅降低原厂服务海量下游中小批量订单难度和成本**：目前，公司主要服务于中小企业、中小批量现货需求，而现阶段主要原厂及其授权代理商仍以服务大中型企业、大中型订单需求为主，因此，公司与原厂在服务下游需求方面存在良性互补关系。通常而言，中小批量现货订单典型特点包括单笔采购数量较少、价值较小，但需求型号多样，对于交期要求较高。对于原厂等大型供应商而言，无论订单规模大小，订单服务成本相差无几，零星订单通常会造服务及后续的管理成本更高。因此，除少量存在线上模式开展业务的原厂外，大多数原厂对于服务零散、营收规模较小的中小批量订单意愿并不强，而公司主要定位于中小批量现货需求，通过对分销流程线上化、数字化改造，公司可以高效地服务中小批量需求，在汇集海量的中小批量订单后，再向原厂集合采购，原厂仅需与公司开展业务，大幅降低其直接服务海量终端客户的难度和成本，提升其产品的市场覆盖率。

②**公司汇集了海量中小批量需求，具备极为丰富的下游客户资源**：公司线上商城电子元器件型号极为广泛，供应渠道丰富，能够较好地满足客户一站式采购需求，具备较好的客户资源。由于研发、打样、试产等阶段的不同电子元器件品类需求通常较多，客户通常难以在同一原厂中获取全部所需的电子元器件，因此，为了降低搜寻成本和配齐物料难度，客户通常会倾向于在公司线上商城进行一站式采购，公司不断汇集越来越多的客户资源。对于原厂而言，公司通过线上商城汇集下游客户需求，降低了其直接开发中小批量需求或客户成本和难度，有利于其进一步开拓市场。以公司与德州仪器（TI）的合作为例，尽管德州仪器（TI）拥有自营线上商城，但为了扩大自身销售规模，更好服务海量下游中小客户，2020年起，德州仪器（TI）与公司开展基于库存数据对接的业务合作，双方交易金额也快速增长。

综上，发行人认为，公司与原厂在服务下游需求方面存在良性互补关系，且公司线上商城具备较强的下游需求汇集能力，基于正常商业合理性判断，公司与德州仪器（TI）等原厂开展合作具备稳定性和可持续性。

五、补充说明供应商中授权代理商和独立分销商的数量和占比，报告期从该两类供应商分别采购的金额和占比情况，与授权代理商和独立分销商签署的采购协议的主要权利义务责任约定内容，结合前述情况说明是否对该两类供应商存在重大依赖

（一）供应商中授权代理商和独立分销商的数量和占比，报告期从该两类供应商分别采购的金额和占比情况

报告期内，发行人供应商中授权代理商（即授权分销商）和独立分销商的具体情况如下：

单位：家、万元

项目		2022 年	2021 年	2020 年
当期供应商数量		2,219	1,285	1,071
授权分销商	家数	776	617	450
	数量占比	34.97%	48.02%	42.02%
独立分销商	家数	1,118	390	458
	数量占比	50.38%	30.35%	42.76%
合计	家数	1,894	1,007	908
	数量占比	85.35%	78.37%	84.78%
当期采购总金额		370,222.95	346,921.13	138,757.01
授权分销商	金额	180,258.26	183,099.29	76,091.13
	金额占比	48.69%	52.78%	54.84%
独立分销商	金额	167,395.73	111,581.05	46,810.34
	金额占比	45.21%	32.16%	33.74%
合计	金额	347,653.98	294,680.34	122,901.47
	金额占比	93.90%	84.94%	88.58%

注 1：上表中相关数据包括发行人 B2B 销售业务、PCBA 业务在内的全部业务采购情况，招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人主要产品的采购情况和主要供应商”中采购数据为 B2B 销售业务对应的采购数据，两者间存在少数差异。本次反馈答复中采购总金额均采用上表口径，下同。

注 2：上表中供应商数量系当期公司向其采购的供应商数量，招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”中披露的交易供应商数量系当期对应收入口径的交易供应商数量，两者间存在细微差异，下同。

注 3：供应商数量按照同一控制下公司合并口径统计

报告期各期，与公司交易的授权分销商数量分别为 450 家、617 家和 776 家，数量整体呈现上升趋势，公司与授权分销商合作广度不断加强，数量占比分别为 42.10%、48.02% 和 34.97%，各期间有所波动，2020 年-2021 年呈现上升趋势，2022 年呈现下降趋势。主要原因系为进一步提高供应渠道多元性，发行人不断加大供应能力体系建设，完善数字化质检体系，加深了与国内供应商的合作深度，从而导致独立分销商数量占比有所上升、授权分销商数量占比略有下降。报告期内，与公司交易的授权分销商金额占比分别为 54.84%、52.78% 和 48.69%，公司向授权分销商采购金额占比略有下降。

报告期内，与公司交易的独立分销商数量占比分别为 42.84%、30.35% 和 50.38%，金额占比分别为 33.74%、32.16% 和 45.21%。独立分销商系公司主要的供应来源之一，能够在更大的广度上提升公司的供应渠道和产品的丰富度，从而更好地满足客户一站式采购需求。报告期内，与公司交易的独立分销商金额占比、数量占比呈现快速增长趋势，主要原因系为了进一步优化和丰富发行人的供应渠道，发行人在供应渠道的数字化、信息化和质检能力等方面不断投入，新增数据供应商数量也随之大幅增长，其中，以新增独立分销商为主，同时，在供应渠道快速丰富的背景下，公司不断完善的体系化质检能力有力地保障了产品品质，尽可能避免因为供应渠道多元可能带来的假货、瑕疵品风险。因此，报告期内，与公司交易的独立分销商数量和金额占比均呈现快速增长趋势。

## （二）与授权代理商和独立分销商签署的采购协议的主要权利义务责任约定内容

艾睿（Arrow）系全球领先的授权代理商，也是发行人报告期合作规模最大的授权代理商之一。下文以艾睿（Arrow）为例，作为与发行人合作的授权代理商代表，说明与其签署的采购协议的主要权利义务内容。发行人主要通过邮件或在艾睿官网下单，因此适用其官网公示的《销售条款和条件》。发行人与独立分销商签署的采购协议以公司同对方的通用采购合同为例。

发行人与授权代理商和独立分销商签署的采购协议约定的主要权利义务责



任主要包括：订单的效力、付款方式及时间、货物运输及所有权转移、产品质量保证、责任限制等方面，具体如下：

类别	内容
授权代理商	<p>(1) 订单及付款：下单后超过一个工作日未付款的订单将自动被取消；价格包含相关税费、手续费等并在单笔订单满足一定金额条件下免除运费。买卖双方可以约定一定的账期。</p> <p>(2) 运输：贸易条款参照 DDP 条款（INCOTERMS 2015）。承运人由卖方指定，货物毁损、灭失的风险在买方签收货物时转移。</p> <p>(3) 产品质量：</p> <p>①卖方对于其错误组装或订制所造成的商品瑕疵，于交货后 90 日内给予担保。所有其它由卖方的供应商（下称“制造商”）提供的商品及组装或订制商品使用的组件和材料，由制造商按其标准担保条款的规定与限制提供担保，该担保规定明确取代其他任何明示或默示的担保规定。如买方提供了充分和有效的证据证明商品存在瑕疵，买方将基于卖方的选择而获得下述其中之一救济（如有）：a. 退还购买价款；b. 修复卖方或制造商认定之瑕疵；c. 或更换任何此类产品。</p> <p>②如果卖方或制造商未予提供任何相关保证，买方将“按现状”购买所有此类产品和服务，并知晓该类产品和服务没有相关保证。</p> <p>③卖方对于已经出售的货物不接受无理由退货。货物交付后 10 天内，若买方未以书面方式通知卖方有关商品或服务的任何短缺、损坏或瑕疵，买方视为已接受商品或服务。任何退货或退款必须遵守卖方的退货或退款政策。如果买方拒绝接受任何产品交付，或未经卖方授权退回任何产品，卖方将在 20 天内持有该产品并等待买方的指示。若超过前述期限，卖方将视为该产品已被遗弃并处置，并且扣减买方的应付款。</p> <p>④除前述保证外，卖方或制造商对买方的完全或部分由以下情形造成的任何索赔、损失、损害或费用不承担责任：a. 任何产品或服务的任何不足或缺陷（无论是否有相关的任何保证）；b. 任何产品或服务的使用或性能；c. 卖方任何未履行或延迟履行，或任何特殊的、直接的、间接的、偶然的、无论如何造成的更换货物或服务、返工、数据丢失、后果性、惩戒或惩罚性损害，无论买方是否已经告知卖方任何此类损害的可能性。在任何情况下，无论基于何种理由，卖方的责任都不超过所提供的产品或服务的价格。</p> <p>(4) 其他：买方应遵守任何适用的出口或转售限制和规定；卖方享有商品的知识产权；卖方有权转让应收账款。</p>
独立分销商	<p>(1) 卖方将货物运送至买方指定地点，承担运费。在货物交付买方前，货物毁损灭失的风险由卖方承担。</p> <p>(2) 买方在货物验收合格后 30 个工作日内付款。付款需有合格发票。</p> <p>(3) 质量保证：</p> <p>①卖方的产品应当符合生产标准或为原厂正品。如为非原厂原包装正品，买方可在任何时候向供应商提出退换货与赔偿要求。卖方除全额退款或全数退换货外，还应支付本合同总金额 3 倍的赔偿金，赔偿金不足以弥补买方损失的，卖方承担相应损失。</p> <p>②卖方为其所售产品提供至少一年的产品质量保证，自买方收到货物之日起算。质保期内，产品有任何问题，卖方无条件退换货。</p> <p>(4) 买方应在收货后 15 天内对数量、外包装进行验收，但该等验收并不意味着买方对卖方所供产品质量的全面认可，在法律法规允许的范围内，买方仍有权对问题产品提出异议。</p> <p>(5) 卖方的包装和运输应当符合行业标准。</p> <p>(6) 卖方应在约定的交货期内交货，如逾期交货的，应当提前书面通知买方并协商一致，如未能协商一致的，买方有权解除本合同，卖方须在收到买方书面通知</p>

类别	内容
	后三个工作日内退回买方已付的订金和货款。否则，卖方按照货值 5%/天向买方支付违约金。

### （三）结合前述情况说明是否对该两类供应商存在重大依赖

在电子元器件分销领域，供应渠道主要包括原厂、授权分销商、独立分销商，目前，除直接向大型电子制造商或品牌商供货外，原厂主要通过授权分销商进行电子元器件的全球货物调配。由于公司以中小批量订单销售为主，向原厂直接采购的比重较低，向授权分销商和独立分销商采购比重占各期比重基本均在 85% 左右或以上，符合行业实际情况和公司经营特征。对于两类供应商，公司不存在对单一授权分销商或单一独立分销商存在重大依赖的情形，公司与主要分销商合作多年，具有较为稳定的合作关系，具体情况如下：

报告期内，与公司交易的授权分销商分别为 450 家、617 家、776 家，与公司交易的独立分销商分别为 458 家、390 家、1,118 家，数量较多。其中，2020 年、2021 年进行采购的分销商数量基本在 1,000 家左右，2022 年，与公司交易的授权分销商和独立分销商数量均出现了大幅增长，合计接近 2,000 家，主要系为提高自身业务的稳定性，公司不断主动优化、调整自身供应体系所致。基于高效数字化质检和供应链体系，2022 年，公司持续加深与优质的独立分销商和授权代理商的合作深度，不断提高现有供应渠道的多元性和顺畅度，导致与公司交易的独立分销商和授权分销商的数量出现了大幅增长。报告期各期，授权分销商、独立分销商按照交易金额分层情况如下：

单位：家、%

供应商采购金额分层	2022 年				2021 年				2020 年			
	独立分销商		授权分销商		独立分销商		授权分销商		独立分销商		授权分销商	
	家数	金额占比	家数	金额占比	家数	金额占比	家数	金额占比	家数	金额占比	家数	金额占比
5,000 万元以上	3	10.68	7	75.63	2	10.42	7	78.78	-	-	6	77.60
1,000 万元-5,000 万元	32	37.58	5	6.58	26	47.86	7	6.53	9	34.65	2	4.71
100 万元-1,000 万元	216	41.50	73	11.78	108	37.32	65	10.18	84	49.72	32	11.36
100 万元以下	867	10.24	691	6.01	254	4.40	538	4.51	365	15.62	410	6.33
合计	1,118	100	776	100	390	100	617	100	458	100	450	100

从上表可知，公司供应商中的独立分销商较为分散，不存在对单一独立分销

商的采购依赖性。相较于独立分销商，公司供应商中的授权分销商相对集中，以2021年为例，交易金额在5000万元以上的授权分销商家数在7家，合计采购金额占授权分销商采购比重为78.78%，与公司规模交易规模较大的授权分销商包括罗彻斯特电子（Rochester）、艾睿（Arrow）、TTI、得捷电子（Digi-Key）、安富利（Avnet）、富昌电子（Future Electronics）等，上述厂商均为全球知名授权分销商，公司向上述厂商采购金额较高符合行业惯例和公司实际情况。具体而言，一方面，公司向上述厂商采购占比相对合理，各期均不存在采购占比超过20%的单一授权分销商，且前五大授权分销商占比呈现下降趋势；另一方面，**报告期内**，公司主要授权分销商供应渠道相对稳定。报告期内，公司向前五大授权分销商采购金额和占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比
1	艾睿（Arrow）	28,745.12	7.76%
2	罗彻斯特电子（Rochester）	27,998.56	7.56%
3	TTI	23,216.02	6.27%
4	得捷电子（Digi-Key）	21,886.58	5.91%
5	安富利（Avnet）	20,195.46	5.45%
<b>2022年合计</b>		<b>122,041.73</b>	<b>32.96%</b>
1	罗彻斯特电子（Rochester）	36,196.92	10.43%
2	艾睿（Arrow）	30,780.41	8.87%
3	TTI	24,059.41	6.94%
4	得捷电子（Digi-Key）	17,767.47	5.12%
5	安富利（Avnet）	17,724.07	5.11%
<b>2021年合计</b>		<b>126,528.28</b>	<b>36.47%</b>
1	艾睿（Arrow）	17,651.62	12.72%
2	TTI	14,377.04	10.36%
3	罗彻斯特电子（Rochester）	8,135.26	5.86%
4	安富利（Avnet）	8,074.30	5.82%
5	富昌电子（Future Electronics）	5,418.21	3.90%
<b>2020年合计</b>		<b>53,656.43</b>	<b>38.67%</b>

注 1：艾睿包括 Arrow、chip one stop、verical 等

注 2：TTI 包括 TTI、mouser、Sager Electronics 等

注 3：安富利包括 avnet、e 络盟（element14）、EBV Elektronik GmbH Co. KG 等

整体而言，一方面，与公司开展合作的供应商数量超过 **2,000 家**，线上商城产品种类较为广泛，每日可售 SKU 超过 **2,404.72 万**，涵盖集成电路、分立器件、传感器、被动器件、连接器等电子元器件品类，上述产品基本均为通用常见电子元器件，存在一定的替代性，且市场流通数量较大，采购渠道也较为多元，从产品维度上看，公司不存在对单一供应商的采购依赖性；另一方面，公司主要面向电子元器件中小批量现货需求，在业内享有较高知名度，拥有较为丰富的客户资源，具备较强的下游需求汇集能力，相较于直接开发和服务终端海量需求，大幅降低了授权分销商直接开发和服务下游客户的成本和难度，因此，报告期内，公司与主要授权分销商形成了较为稳定的合作关系，从金额上看，公司向主要授权分销商采购占比相对合理，不存在对单一供应商存在重大依赖。

综上，公司与主要分销商合作多年，具有较为稳定的合作关系，不存在对单一授权分销商或单一独立分销商存在重大依赖的情形。

六、补充说明“产业互联网线上商城”的命名是否为行业共识，同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”的原因和合理性，授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类方式是否为行业公认，B2B 线上商城的业务实质是否为授权分销商、独立分销商的下级分销商

（一）“产业互联网线上商城”的命名是否为行业共识，同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”的原因和合理性

### 1、“产业互联网线上商城”的命名是否为行业共识

“产业互联网”是指利用信息技术与互联网对传统产业进行数字化、智能化改造，充分发挥互联网在生产要素中的优化和集成作用，提升行业上下游交易、生产、物流仓储等各个环节的效率和安全性，从而实现更优的资源配置并降低运作成本的产业形态。“线上商城”是指主要以线上网站对外开展业务的方式，根据交易两方主体类型的不同，线上商城通常又可以分为 B2B（供需双方均为企业或商家）、B2C（供方为企业，需方为消费者）、B2G（供方为企业，需方为政府单位）等。产业互联网线上商城具备产业互联网属性，主要通过线上商城方

式开展业务的业务模式。上述模式仍属于较为新兴的经营模式，目前，对于主要以该模式开展业务的主体的命名未存在相关行业共识，主要业内企业根据其自身业务及行业业态的理解进行相应的命名或描述，具体情况如下：

序号	公司简称	对自身业务类型命名
1	华强电子网	面向电子元器件垂直产业链的产业互联网 B2B 综合服务商。
2	立创商城	领先的现货元器件交易平台，立创商城不仅立志于成为电子元器件 B2B 交易领域的领军企业，更有机会发展成为电子行业研发智造的重要基础设施，成为推动科技创新的重要力量。
3	ICGOO	国内领先的电子产业服务平台、业务模式多元化的综合服务平台。

从上表可知，业内主要企业对于自身业务类型的命名或描述存在一定差异，对于命名方式，业内尚不存在相关行业共识，其中，业内主要以“产业互联网”、“B2B 交易”、“元器件交易平台”、“综合服务商”、“电子产业服务平台”、“综合服务平台”等作为业务命名的关键词。

## 2、同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”的原因和合理性

公司主要基于自建自营的线上商城（www.ickey.cn）开展业务，公司同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”描述公司线上商城业务的原因和合理性情况如下：

### （1）使用“产业互联网线上商城”的原因和合理性

“产业互联网线上商城”系发行人对于自身线上商城的业务定位，即在电子元器件垂直领域，以产业互联网对传统分销模式进行改造、主要以线上商城方式对外开展业务的企业，该类型企业与传统电子元器件分销商在经营方式、垂直产业领域连接能力、产业服务能力和效率以及技术特征等方面存在较大差异，主要情况如下：

项目	产业互联网线上商城	传统电子元器件分销商
经营方式	依托互联网开展业务，主要提供电子元器件供应链一站式服务	主要采用线下交易和传统信息获取方式，以人工服务为主
垂直产业领域连接能力	通过数字化方式，连接上游海量供应商数据库，并向下游客户展示物料、库存、价格信息，在消除产业信息不对称、提高连接能力效率等方面均具备显著优势，因此，该类型厂商在垂直产业领域连接能力较强，具备连接海量上下游的服务能	主要采用传统线下方式，通过询料、询价，与上下游进行连接，由于连接方式相对单一、被动，导致信息具有不对称性，整体效率较低，因此，服务垂直产业领域上下游的连接属性较弱

项目	产业互联网线上商城	传统电子元器件分销商
	力	
产业服务能力和效率	产业互联网线上商城拥有海量电子元器件数据、优质供应商库存信息和高效的供应体系，产业服务能力和效率显著高于传统分销模式，针对中小批量订单时该特点尤为明显	受限于经营方式和上下游连接能力，传统电子元器件分销商服务的客户群体或服务的能力有限、效率相对较低
技术特征	聚焦信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用，具备较强的产业互联网技术特征	侧重于供应链管理，相关研发投入有限

### ① 经营方式

传统分销模式主要以线下方式开展，其中，大中型授权分销商为大批量订单和大中型客户提供服务与支持，客户群体较为固定，双方主要通过线下沟通开展合作；中小批量订单则通常由聚集于中关村、华强北等电子元器件集散市场的独立分销商提供服务，物料信息获取、下单、服务沟通以人工为主。由于研发、打样、试产等阶段的电子元器件型号需求较多，大多数传统分销商品类覆盖有限，客户通常难以在一个供应商处配齐相关物料，导致中小批量电子元器件需求常会面临采购价格高、假货多、搜寻沟通成本高等困难，客户难以一站式购齐。

相较于传统分销模式，产业互联网线上商城主要依托互联网开展业务，通过有效运用可视化、数字化等技术方法和手段，汇集丰富的境内外供应商信息和SKU数据，对供应端产品信息进行智能化处理和展示，可在线上完成完整的交易流程，发挥数据在元器件选型、推荐、需求预测、授信、质检、报关等业务场景中的应用，有利于打破传统电子元器件流通领域以线下交易为主而产生的信息不对称的局面，提高客户的信任，较好地满足客户的一站式购齐需求。

### ② 垂直产业领域连接能力

传统电子元器件分销商通常采用人工询料、询价方式，逐项了解供应商的库存信息。相对而言，各家传统分销商供应渠道相对单一，在应对中小批量订单需求时，连接方式相对单一、被动、滞后，导致其无法较好满足海量下游客户的实时需求。此外，交易过程常伴随较为显著的信息不对称，难以高效建立上下游的信任度，导致整体运作效率也相对较低。因此，传统电子元器件分销服务垂直产业领域上下游的连接属性较弱。

产业互联网线上商城借助信息技术打通产业模式中的上下游环节，提高信息

的实时性和利用度，在降低客户的采购成本的同时，也提高了供应商以较低成本服务海量下游客户的可能性。此外，产业互联网线上商城能够较大幅度地降低信息不对称水平，提升上下游的信任度。因此，产业互联网线上商城具备连接海量上下游的服务能力。以发行人为例，从供应端上看，公司通过数据合作方式连接上游优质供应商的海量电子元器件库存数据信息，并基于较为完善的产业互联网技术架构，线上商城能够对海量产品信息进行高效、透明展示；从需求端上看，信息透明度的提高又进一步加强了客户的信任感，下游海量电子制造产业中小批量订单需求在公司线上商城不断汇集。目前，公司来自数据合作供应渠道产生的收入占比已超过 90%，连接超千家数据供应商，截至 2022 年底，注册用户数和累计下单企业客户数分别超过 57.08 万和 11.68 万，服务上游供应商和下游客户深度、广度均显著高于传统分销模式。

### ③ 产业服务能力和效率

受限于经营方式和上下游连接能力，传统电子元器件分销商服务的客户群体或服务的能力有限、效率相对较低。其中，授权分销商以服务大中型客户为主，主要满足客户长期稳定的大批量生产需求，对于零散、营收规模较小的中小批量订单的服务意愿并不强。独立分销商虽弥补了这部分空缺，但由于研发、打样、项目评估、小批量生产中，BOM 表需求物料成百上千，通常需要一定数量的专业采购员和供应商高效配合方可完成。即便如此，在传统流通模式下，中小批量订单通常还是难以得到高质量服务，产业效率较为低下。

产业互联网线上商城拥有海量电子元器件数据、优质供应商库存信息以及高效的供应体系，产业服务能力和效率显著高于传统分销模式，针对中小批量订单时该特点尤为明显。从客户维度来看，一方面，客户可以在商城上搜索查询物料的基本信息、库存信息和价格信息等，极大降低了信息的不对称性，压缩交易链条，从而降低产品价格和搜寻成本；另一方面，客户还可通过线上方式，就技术和商务问题进行实时沟通，打破时间空间局限。此外，部分线上商城通过严格筛选供应商以及实现交易的数字化、线上化改造，一定程度上为下游提供了信用担保。这种信用担保不单包括产品质量，还包括交期和价格承诺等，降低甚至杜绝了假货发生的可能性。从供应商维度上看，与直接服务海量中小终端客户相比，供应商通过与产业互联网线上商城开展直接业务，将提升订单需求稳定性，降低

服务成本和难度，更好地帮助上游供应商专注于电子元器件设计开发、生产制造或产品推广等，促进产业专业化分工，提升了产业整体运作效率。

以发行人为例，客户可在线上商城自主完成一站式的产品搜索、价格比较、下单以及可视化实时跟踪产品交付信息等。同时，通过压缩交易层级，在一定程度上降低产品价格和搜寻成本，避免传统分销模式中存在的良莠不齐、服务参差不齐的弊端。此外，除电子元器件 B2B 业务外，公司线上商城亦可进一步为产业链中企业提供包括电子元器件智能选型、国产替代推荐、PCBA 服务、智能关务处理、智能化仓储服务等在内的多层次产业服务。

#### ④ 技术特征

技术特征也是传统电子元器件分销和产业互联网两者存在较大区别的领域：传统电子元器件分销商侧重于供应链管理，主要精力投入于货源搜寻和客户开拓，主要以线下、人工方式进行；在研发领域，尤其是数据化发展利用方面的投入不高。而产业互联网线上商城系产业互联网相关技术应用的主要载体，具备较强的产业互联网技术特征，其构建离不开持续且大量研发资源的投入。产业互联网线上商城重点聚焦信息系统和模块的应用开发、数据资源的高效利用，结合大数据、云计算、人工智能等信息技术，搭建信息系统对海量供应端信息和销售/采购订单进行快速、精确处理。同时，其也不断对数据进行分类、解析，在业务场景中加以应用，提高供应链对运营环境变化的感知敏感度，以数据优化管理、服务客户。以发行人为例，发行人构建了数据、技术、业务三大中台支撑系统，通过有效运用科技创新，对不同类型数据做标准化和结构化解析和处理，不断深化元器件选型、推荐、需求预测、授信、质检、报关等业务场景中的应用。

综上，“产业互联网线上商城”属于互联网推动下电子元器件新兴的分销业态，与传统电子元器件分销商在经营方式、垂直产业领域连接能力、产业服务能力和效率以及技术特征等诸多方面具有明显差异。因此，公司使用“产业互联网线上商城”作为自身线上商城的业务定位符合公司实际情况，相关描述具有合理性。

#### (2) 使用“B2B 线上商城”的原因和合理性

“B2B 线上商城”系发行人对于现阶段自身线上商城主要运营模式的定位，即主要以 B2B 模式开展线上电子元器件分销业务。目前，公司客户以生产制造



商、研发方案设计商、独立分销商等企业或高校、研究所等主体为主，报告期内，电子元器件 B2B 销售业务占比较高，根据交易两方主体类型划分，公司线上商城属于 B2B 模式，此外，与公司业务模式较为类似的华强电子网、立创商城等均在其官方网站或公开披露文件中将自身业务定义为 B2B 业务。综上，发行人使用“B2B 线上商城”符合公司实际情况，与行业可比公司相比不存在重大差异，具有合理性。

## （二）授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类方式是否为行业公认

### （1）同行业可比公司对于行业厂商的分类方式

在电子元器件分销市场中，未检索到相关部门或行业协会出具的关于分销商分类方式的明确定义，同行业可比公司为了更好地描述自身所处的竞争环境，根据行业实际情况，对电子元器件分销厂商进行了划分，具体情况如下：

序号	公司简称	参与主体分类
1	力源信息	根据上游原厂是否给予授权，IC 分销商可大致分为三类：授权分销商、独立分销商、混合分销商。
2	润欣科技	授权分销和独立分销是 IC 分销商开展业务的两种基本类型。面对市场需求日益多元化的电子产品市场，为满足客户个性化的需求，提供整体服务，越来越多的 IC 分销商开始兼具授权分销商和独立分销商两种成分，称为“混合型分销商”。
3	商络电子	分销行业参与者可分为以下类型：①授权分销商②独立分销商③目录分销商④电商平台，其中，电商平台系指通过互联网手段，收集客户需求并匹配供应的网络平台分销商。电商平台物料来源主要是代理商、其他分销商及部分取得授权的原厂，主要满足广大小微长尾客户的物料需求。
4	雅创电子	根据是否取得了上游电子元器件设计制造商的分销授权，电子元器件分销商主要可分为授权分销商和独立分销商两类。
5	华强电子网	传统电子元器件分销参与者包括授权分销商、贸易商，随着产业互联网垂直应用深化，业内出现了一批代表性的电子元器件 B2B 线上企业，华强电子网定义自身为面向电子元器件垂直产业链的产业互联网 B2B 综合服务商。（按照华强电子网披露的招股说明书整理）

从上表可知，在可比公司公开披露信息中，根据是否取得上游原厂授权，通常将业内企业划分为授权分销商、独立分销商。除上述两个类别外，力源信息、润欣科技将同时经营代理和非代理产品的分销商划分为混合分销商；商络电子对行业中企业的分类还包括目录分销商和电商平台，其中，电商平台系指通过互联网手段，收集客户需求并匹配供应的网络平台分销商；华强电子网则将电子器

件 B2B 线上企业单独作为业内一类企业。

## （2）授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类方式是否为行业公认

在电子元器件分销行业，相关部门或行业协会未出具关于分销商分类方式的明确定义，对于分销商类别不存在业内统一的分类方式。从上文可知，根据行业习惯，业内企业通常会根据是否取得上游原厂授权将企业划分为授权分销商和独立分销商，除此以外，部分厂商会依据所处竞争环境和其他特征，对电子元器件分销商作进一步分类。随着产业的创新发展和各类新技术的不断涌现，产业互联网线上商城模式应运而生。凭借自身拥有的电子元器件信息、资源优势、流量和数据资源，产业互联网线上商城较好地解决了中小批量需求所面临的价格高、搜寻沟通成本高、假货多、难以一站式购齐且基本无法获得高质量的服务等问题，逐渐成为电子元器件分销的创新业态模式，一定程度上弥补了传统电子元器件分销商的局限性。

由于电子元器件产业互联网线上商城与传统分销模式在经营方式、垂直产业领域连接能力、产业服务能力和效率、技术特征等方面与传统行业具有较大差异，属于运用产业互联网技术对传统电子元器件分销产业进行改造的创新模式，系近年来新兴的电子元器件分销业态，产业竞争情况与传统分销行业亦存在较大差异，为了便于投资者更好地理解，公司将主要市场参与主体划分为授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城等，上述分类科学，具有合理性。

## （三）B2B 线上商城的业务实质是否为授权分销商、独立分销商的下级分销商

B2B 线上商城的业务实质并非为授权分销商、独立分销商的下级分销商，授权分销商、独立分销商通常作为 B2B 线上商城的供应渠道。但 B2B 线上商城与授权分销商和独立分销商均不存在分销层级的约定，因此授权分销商和独立分销商不存在约束 B2B 线上商城销售层级管控的相关政策，例如授权分销商和独立分销商不存在对 B2B 线上商城关于细分销售区域划分、销售目标要求、奖罚机制等销售层级管控相关的典型合作条款或约定。综上，B2B 线上商城的业务实质并非为授权分销商、独立分销商的下级分销商。

七、补充说明国际电子商情的机构性质、行业数据来源情况及其权威性，结合报告期相关行业企业的营收规模、增速、市场占有率、排名变化等情况，补充说明行业竞争格局和集中度变化趋势，分析产生相关变化的行业背景

**（一）国际电子商情的机构性质、行业数据来源情况及其权威性**

根据国际电子商情官网及公开渠道检索，国际电子商情（Electronics Supply and Manufacturing-China，简称 ESMC）是业内知名的电子行业资讯机构，以网站和月刊的形式向市场传递电子行业信息，其中，《国际电子商情》期刊于 1985 年创刊，是中国电子领域的领先刊物，国际电子商情网站的注册用户数量已超过 400,000 名，月浏览量超过 200 万次。国际电子商情系全球大型电子行业媒体机构 ASPENCORE 旗下媒体品牌之一，ASPENCORE 旗下拥有五十多家国际专业技术信息机构，在欧洲、北美、东南亚、中日韩、台湾地区与印度拥有超过 1,000 万的工程师社群，面向全球电子行业提供信息服务，具备较强权威性。

招股说明书中关于电子元器件分销领域的行业数据主要包括①2020 年度、2021 年度、**2022 年度**全球电子元器件分销商营收排名；②2020 年度、2021 年度、**2022 年度**中国本土电子元器件分销商营收排名。上述数据均直接引用自国际电子商情公开发布的榜单，国际电子商情作为业内知名的电子行业咨询机构，相关榜单系该机构基于公开披露的企业年报及行业调研（原厂或第三方等）等方式统计，并公开对外发布。经搜索，商络电子、力源信息、华强电子网、雅创电子等均在其对外披露的公告文件中引用过该机构出具的行业数据。除此以外，招股说明书引用的其他行业数据或行业公司信息来自于相关可比上市公司公开披露信息或知名行业协会组织、证券公司等通过公开渠道发布的信息，相关信息来源独立、客观，发行人引用的相关行业数据具备较强权威性。

**（二）结合报告期相关行业企业的营收规模、增速、市场占有率、排名变化等情况，补充说明行业竞争格局和集中度变化趋势，分析产生相关变化的行业背景**

**1、报告期相关行业企业的营收规模、增速、市场占有率、排名变化等情况**

根据国际电子商情公开发布的电子元器件分销营收排名情况，2020-2022年，国内主要企业营收规模、增速、市场占有率、排名情况如下：

单位：亿元

序号	2022年					2021年					2020年			
	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率	排名变化	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率	排名变化	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率
1	中电港	433.03	12.79%	2.34%	0	中电港	383	47.3%	2.15%	0	中电港	269	40.84%	1.65%
2	深圳华强	239.41	4.82%	1.29%	↑1	泰科源	256	16.0%	1.44%	0	泰科源	220.7	18.46%	1.36%
3	泰科源	184	-28.00%	0.99%	↓1	深圳华强	228.4	39.9%	1.28%	0	深圳华强	163.3	13.72%	1.00%
4	香农芯创	137.72	49.61%	0.74%	新增	蓝源实业	143.0	30.0%	0.80%	↑3	芯知己数码	140	25.45%	0.86%
5	唯时信	113	-2.00%	0.61%	↑2	信和达	130.0	66.7%	0.73%	↑5	海盈科技集团	115	59.72%	0.71%
6	硬蛋创新	95.36	0.90%	0.51%	↑4	联合创泰	129.97	99.29%	0.73%	新增	唯时信	110	-22.54%	0.68%
7	新蕾电子	92.6	-7.60%	0.50%	↑2	唯时信	115.0	4.6%	0.65%	↓1	蓝源实业	110	22.22%	0.68%
8	芯智控股	87.02	-3.70%	0.47%	↑3	力源信息	104.4	0.8%	0.59%	↑1	英唐智控	104.2	-12.80%	0.64%
9	力源信息	80.39	-23.01%	0.43%	↓1	新蕾电子	100.2	92.7%	0.56%	↑5	力源信息	103.6	-21.11%	0.64%
10	天河星	66	8.20%	0.36%	↑4	科通芯城	94.5	52.8%	0.53%	↑1	信和达	78	19.08%	0.48%
11	好上好控股	63.95	-6.52%	0.35%	↑1	芯智控股	86.1	87.5%	0.48%	↑5	科通芯城	61.9	5.74%	0.38%
12	商洛电子	56.41	5.18%	0.30%	↑4	好上好控股	68.0	30.0%	0.38%	↑1	天河星	59	1.72%	0.36%
13	思诺信	51.9	-11.73%	0.28%	↑2	英唐智控	63.4	-39.2%	0.36%	↓5	好上好控股	52.5	17.06%	0.32%

序号	2022 年					2021 年					2020 年			
	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率	排名变化	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率	排名变化	公司名称	营业收入	增长率	市场占有率
14	英唐智控	51.69	-18.45%	0.28%	↓1	天河星	61.0	4.0%	0.34%	↓2	新蕾科技	52	1.96%	0.32%
15	云汉芯城	43	12.00%	0.23%	↑4	思诺信	58.8	104.1%	0.33%	新增	南基国际	50	11.11%	0.31%
16	康博电子	35.1	29.00%	0.19%	↑8	南京商络	53.6	71.9%	0.30%	↑3	芯智控股	46.5	10.95%	0.29%
17	全芯科技	32	21.67%	0.17%	新增	火炬电子	47.3	29.5%	0.27%	↑4	路必康	40	53.85%	0.25%
18	华信科	31.3	8.68%	0.17%	↑5	博思达	43.0	60.0%	0.24%	↑2	华信科	37.2	-17.33%	0.23%
19	创新在线科技	31	9.15%	0.17%	新增	云汉芯城	38.4	150.0%	0.22%	↑6	南京商络	31.5	52.32%	0.19%
20	博思达	28	-34.88%	0.15%	↓2	安芯易	33.0	400.0%	0.19%	新增	博思达	30.2	45.89%	0.19%
21	利尔达	25.78	16.90%	0.14%	新增	荣采集团	31.6	5.3%	0.18%	↑1	火炬电子	30	16.78%	0.18%
22	首科电子	25	-18.06%	0.13%	0	首科电子	30.5	41.0%	0.17%	新增	荣采集团	30	20.00%	0.18%
23	AMEYA	24.9	89.00%	0.13%	新增	华信科	28.8	-22.6%	0.16%	↓5	周立功	20	0.00%	0.12%
24	伟德国际	24	-7.70%	0.13%	新增	康博电子	27.1	400.0%	0.15%	新增	世强先进	20	19.76%	0.12%
25	雅创电子	22.03	55.36%	0.12%	新增	亚讯科技	26.3	37.0%	0.15%	新增	云汉芯城	20	/	0.12%

注 1：上表中“营业收入”、“排名变化”数据取自国际电子商情公开发布的各年电子元器件分销营收排名榜单情况，“增长率”系根据该榜单中的各年数据计算；由于未在公开信息中查询到国内电子元器件分销市场容量数据，上表中用于计算“市场占有率”的市场规模系根据①《中国电子元器件行业“十四五”发展规划》中关于“十三五”电子元器件主要分支行业销售额完成情况（不含半导体分立器件和真空电子器件行业）和年平均增速以及②世界半导体贸易统计协会（WSTS）关于全球半导体器件市场规模和中国占比数据合并统计，并按照分销市场占比 56% 进行的测算；

注 2：该榜单 2021 年、2022 年公布前 25 大分销商，2020 年公布前 35 大分销商，上表统一列示前 25 大分销商；

注 3：发行人未向该机构提供过公司近年营业收入数据，根据国际电子商情发布信息，其数据来自于公开披露的企业年报及行业调研（原厂或第

三方等）等方式统计，因此，上表中关于发行人中的数据与公司经审计的营业收入存在差异。

注 4：联合创泰于 2021 年被英唐智控出售给聚隆科技（现改名为香农芯创），思诺信、首科电子 2020 年未公开披露营收数据，所以上述企业并未列入 2020 年营收榜单。

注 5：上述对象均是在中国境内设立了企业总部的电子元器件分销商。

注 6：上述数据更新截止 **2023 年 5 月 9 日**。

注 7：**硬蛋创新前称为科通芯城。**

## 2、补充说明行业竞争格局和集中度变化趋势，分析产生相关变化的行业背景。

整体而言，行业竞争格局和集中度呈现出如下变化趋势：①市场集中度有所提升，头部分销商占比呈现上升趋势，但中小分销商仍占有较大市场；②扎根行业客户、专注细分领域的专业分销商加快发展；③部分优秀产业互联网线上商城业绩快速增长，规模化效应逐渐显现。关于上述竞争格局和集中度变化趋势，及相关变化产生的行业背景如下：

### （1）市场集中度有所提升，头部分销商占比呈现上升趋势，但中小分销商仍占有较大市场

根据国际电子商情公开发布的电子元器件分销营收排名（2020年、2021年、2022年）情况，国内前3大、前10大和前25大分销商合计市场占有率情况如下：

项目	2022年	2021年	2020年
前3名合计	4.62%	4.87%	4.01%
前10名合计	8.25%	9.47%	8.68%
前25名合计	11.20%	13.38%	12.26%

从上表可知，2020-2021年，国内主要电子元器件分销商销售规模呈现增长态势，市场集中度呈现上升趋势，前25名电子元器件分销商市场占有率从2020年的12.26%增长至2021年的13.38%。2022年，宏观经济和行业景气度影响下行业市场集中度出现下降，但前3名市占率较2020年相比仍有明显上升。近年来，一方面，头部分销商的市场地位有所提升，另一方面，由于电子元器件分销市场规模巨大，市场参与者众多，仍有较大市场规模由中小分销商占据。

### （2）扎根行业客户、专注细分领域的专业分销商加快发展

随着电子信息产业复杂程度日益增加，作为连接产业上下游的重要纽带，电子元器件分销商不断承担起终端应用的技术服务需求，从而保障原厂产品在终端的高效应用，提升产业链效率。近年来，部分厂商在5G、新能源、物联网等新兴领域加大投入，一批扎根行业客户、专注细分领域的专业分销商加快发展，例如，韦尔股份先后并购豪威科技、思比科和视信源等半导体企业，聚焦CMOS

图像传感器业务，半导体设计业务快速增长，专业化水平不断提升；雅创电子聚焦汽车电子领域，近年来不断在汽车照明、座舱电子等领域进行技术积累，并具备为客户提供产品应用方案设计的能力。

### （3）部分优秀线上商城业绩快速增长，规模效应逐渐显现

随着多年的沉淀，电子元器件线上商城的规模效应已开始显现。一方面，近年来，由于电子制造产业需求变化快、产品迭代周期短、新品类不断涌现，个性化产品、定制应用方案、敏捷供应等成为电子产业领域重要的发展趋势，推动电子元器件中小批量需求日益旺盛，与此同时，线上商城在运用互联网和大数据技术能力方面具备天然优势，通过汇集更为丰富的供应端信息和有效需求，实现更高的专业化和集约化。近年来，部分优秀线上商城业务快速发展，规模效应逐渐显现，2017年，自云汉芯城首次进入国际电子商情公开发布的电子元器件分销营收排名榜单后，立创商城、ICGOO等线上商城也陆续纳入榜单中，线上商城模式规模效应不断显现。

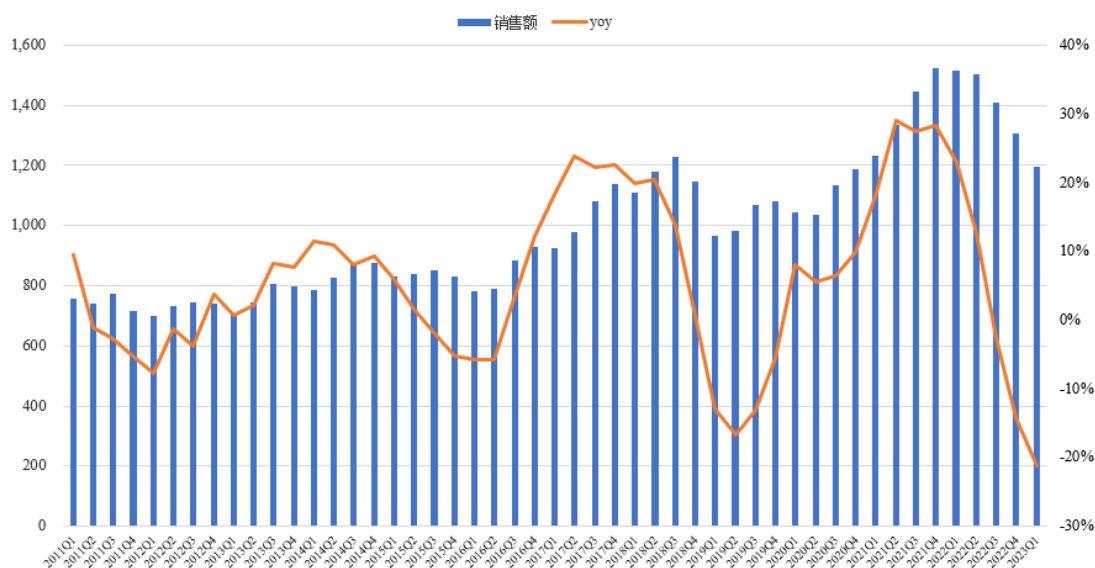
## 八、补充说明半导体器件行业周期性的具体表现，发行人成立以来经营业绩受行业周期性影响的情况，减少业绩周期波动影响的措施及其有效性

### （一）半导体器件行业周期性的具体表现

根据世界半导体贸易统计组织（WSTS）的相关统计数据，全球半导体行业销售额从2011年的2,995亿美元，增长至2022年的5,740亿美元，年复合增长率达到5.57%。由于半导体行业与宏观经济、下游需求、上游产能库存等因素密切相关，通常受宏观经济变化、下游终端企业需求波动等影响而呈现一定周期性，2011-2023第一季度，全球半导体销售额及增速情况如下：



全球半导体销售额及增速（亿美元）



数据来源：WSTS

从全球视角上看，半导体器件行业最近 10 年共计经历了三轮周期，分别为 2012-2015 年、2016-2019 年上半年以及 2019 年下半年至今，各周期的基本情况如下：

①**2012-2015 年**：2012 年起，随着智能手机、平板电脑等消费电子产品的快速普及带动半导体器件需求上升，半导体高景气持续至 2014 年下半年；2015 年，受智能手机市场阶段性饱和等影响，半导体行业景气度有所下降。

②**2016-2019 年上半年**：2016 年起，受益于智能手机、物联网、穿戴设备以及数据中心等需求快速放量，逻辑芯片、微处理器等数字芯片产品的出货数量、市场规模均保持快速增长态势，与此同时，受到需求旺盛和产能不足等产业因素共同影响，存储器出货量相对平稳，而 DRAM 和 Flash 等存储器平均售价持续增长，导致存储器市场规模增速显著高于出货量。2018 年四季度开始至 2019 年上半年，受市场需求增长放缓、去库存以及存储器价格回归等多重因素影响，数字芯片市场出现了明显下滑趋势，导致半导体行业景气度下降。

③**2019 年下半年至今**：2019 年下半年开始，业内去库存结束及市场需求回暖带动了数字芯片市场逐步恢复，随着新能源汽车、5G 商用化、数据中心、边缘计算等物联网领域需求提升拉动，全球半导体行业逐步回暖。除 2020 年一季度半导体行业出现小幅下降外，2020 年和 2021 年，包括模拟芯片、数字芯片、分立器件等细分半导体器件行业景气度**快速上升**，与此同时，新兴应用领域的需

求快速爆发，在线上化、数字化、智能化趋势引领下，2021年第四季度，全球半导体市场销售额达到最近一轮增长周期的最高峰。

2022年第一季度开始，尽管全球半导体销售金额仍维持较高水平，销售增速开始放缓，行业进入下行调整周期，一方面，消费类电子等下游需求出现了明显下滑，另一方面，汽车、工控等终端需求于下半年开始持续疲软，在上述因素共同影响下，2022全年，全球半导体行业市场规模整体虽然仍保持增长，但增速出现了一定下滑，行业景气度呈现出下降趋势。

2023年第一季度，下游终端应用需求进一步下降。从行业协会数据和国际上主要的上游原厂业绩情况来看，一方面，根据WSTS和美国半导体行业协会(SIA)数据显示，全球半导体市场销售额同比降幅达到21.3%，其中以中国为主的亚太地区销售额同比降幅达到28.74%，降幅高于其他地区，预计2023全年同比下降10.3%。另一方面，根据国际电子商情2023年5月18日的统计，全球排名前15的半导体企业2023年第一季度的加权平均收入同比下降22.30%，环比下降12%，下滑明显。

从国内情况来看，2023年第一季度国内电子行业景气度大幅下降：综合国家统计局和中国工信部数据、上市公司年报和一季报数据显示，国内工业、电子行业于2023年第一季度出现产值收窄、利润下降之情形。①生产方面，2023年一季度国内主要电子产品产值均呈现明显下滑，其中，集成电路产量同比下降14.8%。②行业整体利润方面，2023年1-4月，全国规模以上工业企业实现利润总额20,328.8亿元，同比下降20.6%，其中计算机、通信和其他电子设备制造业下降幅度为53.2%。③行业上市公司业绩方面，根据申万一级行业分类，电子行业营业收入2022年同比降低1.3%，2023年一季度同比降低9.8%；净利润方面，2022年同比下降29.3%，2023年一季度同比下降61.4%。

上述下行调整周期自2022年第一季度开始，已持续5个季度，过往下行调整周期持续时间为4-6个季度，从历史数据推测，此次下行调整周期已接近尾声。根据WSTS预测，2024年市场则会迎来反弹，同比增长11.9%。与此同时，发行人可比公司和行业内部分主要企业也普遍判断2023年第二季度市场行情将企稳，第三季度后有望景气度回升，具体情况如下：

公司名称	公司类别	资料来源	判断内容
深圳华强	国内领先的分销商	2023年5月31日投资者关系活动记录表	<p>对电子元器件行业 2023 年发展态势的看法和展望</p> <p>(1) 2023 年第一季度电子元器件行业仍处于去库存周期，景气度持续下行，以手机、计算机为代表的消费电子需求持续疲软，风光储等领域虽然仍保持较高景气度，但也处于去库存阶段。行业总体采购需求下降。</p> <p>(2) 2023 年第二季度出现了一些变化，有部分下游厂商开始增加提货，可能的原因包括：(a) 为“618 购物节”的销售做准备；(b) 经过持续去库存，库存已经保持低水位有一段时间，同时预期活动第三季度消费需求可能回暖；(c) 其他厂商特别是头部厂商开始提货的示范效应。</p> <p>(3) 前述增加提货的迹象，预示电子元器件行业本轮去库存周期可能将进入尾声，第三季度行业景气度有可能回升。但电子元器件行业何时能够景气向上，最终还是要看下游需求端的复苏时间。</p>
力源信息	国内知名分销商	2023年5月30日投资者关系活动记录表	库存与当年销售规模和半导体行业周期密切相关，去年一季度行业景气度处于高点库存处于低水位，目前行业景气度处于低位，需求不振库存水位处于相对高点，预计三四季度行业景气度逐步上行，库存会下降到常规水位。
商络电子	国内知名分销商	2023年5月30日投资者关系活动记录表	<p>问题 7：汽车端 Q3 的展望如何？</p> <p>答：据公司从客户端了解到，他们对下半年的预期比较高。</p>
中芯国际	国内领先的半导体企业	2023年5月30日投资者关系活动记录表	<p>二季度预计公司产能利用率和出货量都高于一季度，销售收入预计环比增长 5%~7%，毛利率预计在 19%到 21%之间。</p> <p>主要的依据是：第一、比起三个月前，全球市场虽还处于底部，但近期，我们在不同的领域察觉到中国客户信心的回升。第二、部分标准产品需求已经触底，去年率先进入去库存阶段的高压驱动、摄像头芯片和专用存储领域出现向好的变化。第三、国内终端、整机公司积极创新，寻求市场突破，推进新产品和首发新性能的实现，给公司的急单快速增长。</p>
台积电	全球领先的晶圆代工	中金公司研究报告	此前因半导体市场需求疲软、库存水平升高，导致晶圆厂产能利用率快速下降至 80%以下；但从其跟踪的 2023 年 Q2 各行业指标来看，环比均有所改善，预计晶圆产能利用率跌幅将在 Q2 放缓。预计半导体库存修正在年中结束，在库存需求回升和假期旺季的推动下，下半年将出现温和复苏。

从长期来看，电子元器件下游应用广泛，涵盖智能手机、个人电脑、工业生产、汽车电子、通信设备和医疗设备等各个行业，其销售额也与全球经济增长、科技创新密切相关。近年来，新能源车、自动驾驶、云计算、智能工厂、人工智能、物联网、元宇宙、虚拟现实、大语言模型等新兴产业的蓬勃发展都将在未来形成庞大的电子元器件需求，根据国际半导体产业协会（SEMI）和 DIGITIMES Research 预测，到 2030 年，全球半导体市场规模将从 2022 年的超 5,700 余亿美元增长到 1 万亿美元，年复合增长率达到 7%，其中，预计通信和计算市场占比超过 50%，工业和汽车板块增速将超过行业平均水平。中国作为全

球最大的半导体消费国，半导体行业系中国国民经济基础性~~及~~战略性产业，在国内一直受到高度重视，根据 IC Insights 预测显示，预计到 2025 年中国半导体市场规模约为 2,230 亿美元。

## （二）发行人成立以来经营业绩受行业周期性影响的情况

从经营业绩上看，公司通过以自建自营线上商城开展业务，经营模式以先销后采为主，需投入一定的刚性成本，包括维持线上商城运营的管理费用、保持经营所必需的销售费用以及系统模块日常更新迭代所需投入研发费用等。由于维持公司运营所需的刚性支出相对较高，因此，在经营规模相对较低时，公司通常难以实现盈利，因此，行业周期性波动对于公司业绩造成的影响主要由于其对公司经营规模造成影响所致。

从经营规模上看，在行业大背景下，作为业内最早一批推出线上商城的企业之一，自 2011 年线上商城上线以来，公司凭借先发优势和经营规模优先的经营理念，销售规模呈现快速上涨趋势，自 2014 年公司营收突破 1 亿元后，2015 年、2016 年营业收入分别超过 3 亿元、8 亿元，2011 年-2016 年公司营业收入复合增长率达到 212.68%，在此期间，公司并未受到全球半导体行业周期性波动的显著影响。

尽管营收规模快速增长，但公司 2015 年、2016 年两年出现较大亏损，由于市场融资行情较差，为了保证公司的可持续经营，2017 年起，企业经营理念由经营规模优先转为经营规模与内生造血能力并重。上述策略调整后，公司 2017 年亏损幅度大幅降低，并于 2018 年实现盈利。2018 年 8 月，外部融资到位后，公司不断提升自身运营体系和供应能力，汇集的下游需求也加快增长，客户数、订单数持续增长，但受公司整体运营策略影响，相较于 2011-2016 年，公司营收规模增速有所放缓。2019 年，在公司整体运营策略影响下，同时叠加德州仪器（TI）渠道调整与 MLCC 行情等因素影响，2019 年上半年营收有所下滑，业绩出现了明显的短期波动。随着公司服务能力的不断提升和相关影响的消退，2019 年四季度开始，公司营收规模恢复并快速增长，并于 2019 年 12 月创单月历史新高。整体而言，2016 年-2019 年，公司营收规模增长放缓，主要系受自身策略调整和特定外部事项影响，受行业周期影响相对较小。

2020 年开始，一方面，行业进入新一轮增长周期，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件尤其是半导体器件现货市场需求快速增长；另一方面，该全球公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，极大加速电子元器件分销线上化的趋势。公司抓住此次契机，凭借多年打造的较为完善的供应能力，不断汇集下游海量需求，规模效应得以充分发挥，销售规模再次开启新一轮上涨趋势，2020 年、2021 年经营规模较上年增长了 85.45%、150.06%，实现了较快增长。2022 年开始，行业进入下行调整周期，公司营业收入增速大幅下滑，同比增长 12.97%，具体系 2022 年二季度长三角地区需求下滑及全球半导体市场需求有所回落等因素影响，但整体而言，2020 年-2022 年，公司销售规模、经营业绩保持快速增长，主要原因包括：

（1）近年来，电子制造产业需求快速变化，产品迭代周期不断缩短、新品类也不断涌现，个性化产品、定制应用方案、敏捷供应等成为电子产业领域重要的发展趋势，上述趋势导致中小批量需求日益旺盛。与此同时，大量线下活动转移到线上，随着用户逐渐习惯线上更简便的交易方式、更透明的价格、交期信息、更为广泛的产品类别等特色后，部分需求、尤其是中小批量现货需求不断往线上汇集，大幅促进电子元器件线上交易规模。目前，线上分销相对于整个电子元器件分销市场而言，规模较小，目前仍处于高速发展期。

（2）发行人业务模式通过对传统分销体系进行全面的数字化、智能化改造，通过对海量数据的有效应用并构建了强大的信息化系统能力，较好地解决了传统分销模式的痛点，提升了产业链的整体运作效率。在 2020-2022 年加速汇聚海量客户需求，构建了强大的信息化系统能力，形成了较为强大的客户资源壁垒和供应渠道优势，已成为电子元器件 B2B 领域的领军企业。

（3）发行人主要以自建自营的线上商城开展业务，重点聚焦于电子生产制造企业的中小批量研发、生产采购需求，企业研发、打样等刚性需求占比较高，相对于大批量的生产采购需求而言，下游需求波动的传递具有一定的滞后性；同时，公司下游客户数量众多，下游行业分布较广，单个客户交易规模较低，相较于传统分销商，一定程度上分散了来自于下游行业需求波动带来的周期性影响。

### （三）发行人减少业绩周期波动影响的措施及其有效性

从近年公司经营情况来看，半导体器件行业周期性波动对发行人**具有一定影响**。针对未来可能的周期性波动，公司主要通过下述措施减少相关影响：

通过不断增强自身管理水平、提升服务质量，同时提升客户端和供应端两侧的服务能力。从客户端上看，公司不断优化客户一站式采购体验，以 2019 年为例，当年度整体行业景气度较低，在当年度，公司分别上线 PCBA 智能制造云工厂、BOM 智能选型等系统，期望通过提供更为丰富、更具差异化的服务内容，提升客户体验和市场认可度。从供应端看，公司不断加强与优质数据供应商合作广度和深度，打造更为稳定、可靠的供应渠道，通过获得供应商在产品类别、价格、服务等方面更好的支持，吸引更多下游需求，形成了供应端和需求端共同推动的增长飞轮。

与此同时，公司始终坚守“联接电子世界、共创产业繁荣”的企业使命，公司通过数字化改造供应链，实现产业效率的提升、降低行业内交易总成本，并希望由上下游合作者共享其中产生的增量收益。以 2021 年为例，半导体器件等电子元器件面临较为严重的“缺货”行情，市场供需错配加剧，基于“合作者共赢”的经营理念，同时为了更好地引导和培育客户对于线上电子元器件采购的消费习惯，公司对产品销售毛利率水平进行有效控制，整体毛利率水平基本保持稳定，以助力产业健康发展。

**再次，在未来期间，发行人会基于经营情况及未来市场预判，动态调整销售、管理、研发等领域的投入节奏，通过调整人员规模及薪酬架构、加强成本费用管控和运营管理等方式，提升组织运营效率。**

通过实施上述措施，整体而言，公司线上商城获得了越来越多客户青睐，客户数、订单量持续增长，2021 年营收规模突破 38 亿元，**2022 年营收规模超过 43 亿**，与此同时，公司也得到了更多优质供应商信任，现有合作数据供应商数量**超千家**，前五大主要供应商均为业内知名原厂或授权代理商，拥有较为稳定供应渠道，相关措施有效。

## 九、补充说明报告期各期分地区产品采购情况，结合中美贸易战等国际事件，量化分析公司经营受到的具体影响

### （一）报告期各期分地区产品采购情况

报告期各期，公司分地区产品采购情况如下：

单位：万元

国家/地区	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内小计	181,398.86	49.00%	158,911.11	45.81%	57,999.64	41.80%
境外小计	188,824.09	51.00%	188,010.03	54.19%	80,757.37	58.20%
其中：美国	88,474.49	23.90%	107,226.91	30.91%	46,112.88	33.23%
中国香港	72,379.47	19.55%	56,116.69	16.18%	23,691.14	17.07%
欧洲地区	20,769.43	5.61%	16,570.10	4.78%	7,250.37	5.23%
其他	7,200.70	1.94%	8,096.32	2.33%	3,702.98	2.67%
合计	370,222.95	100.00%	346,921.13	100.00%	138,757.01	100.00%

注：上表中采购地区依据供应商注册地进行划分，与报关金额存在一定差异

报告期内，公司采购来源所在地主要包括境内以及美国、中国香港、欧洲等境外国家或地区。报告期各期来源于境内供应商的采购比重分别为 41.80%、45.81%、**49.00%**，呈现逐年上升趋势；来源于境外供应商的采购比重分别为 58.20%、54.19%、**51.00%**，境外采购比例呈下降趋势，其中来源于美国地区供应商的采购比重分别为 33.23%、30.91%、**23.90%**，占比持续下降。

### （二）结合中美贸易战等国际事件，量化分析公司经营受到的具体影响

2018 年以来，中美贸易摩擦不断，双方对产地为对方的部分品类产品加征进口关税。在销售方面，公司主要以境内销售为主，除中国香港外，公司境外销售金额较小；在采购方面，公司进口采购规模相对较大，因此，公司受中美贸易战等因素影响主要体现在部分品类产品进口成本增加，主要产品型号集中于接插件、MLCC、电阻等类别。报告期内，因中美贸易摩擦导致的加征关税造成的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
----	--------	--------	--------

项目	2022 年	2021 年	2020 年
进口报关金额 (①)	<b>166,334.95</b>	166,700.61	73,327.93
其中:			
产地为美国的采购金额 (②)	<b>8,471.40</b>	7,835.40	3,828.05
占比 (②/①)	<b>5.09%</b>	4.70%	5.22%
加征关税涉及品类进口总额 (③)	<b>962.60</b>	604.72	425.32
加征关税额	<b>113.97</b>	85.41	58.97
平均加征关税率	<b>11.94%</b>	14.12%	13.86%

注 1: 为了更好地与产地为美国的采购金额进行匹配和说明, 上表中进口报关金额为公司境内各主体抵消内部交易后的合并口径报关进口总额, 此外, 上表中也不包括在中国香港及其他境外地区销售而采购的金额; 本题 (一) 中分地区采购金额系按照供应商注册地划分的采购金额, 上述因素导致该金额与 (一) 中境外采购金额会存在一定差异;

注 2: 加征关税额系根据中美贸易摩擦历次加征关税及排除情况进行的测算。

从上表可知, 报告期各期, 因中美贸易摩擦导致的加征关税涉及进口总额分别为 425.32 万元、604.72 万元、**962.60 万元**, 各期加征关税额分别为 58.97 万元、85.41 万元、**113.97 万元**, 金额较小。此外, 由于公司主要根据产品采购价格制定相应的销售价格, 相关增量采购成本主要由下游客户承担, 因此, 中美贸易摩擦未对公司的经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响。除加征关税影响外, 近期美国出台针对我国半导体产业的限制性政策对公司业务造成一定程度影响, 具体请参见《关于云汉芯城 (上海) 互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》(《二轮反馈回复》) 中的“问题 2、关于业务及合规性”中的相关回复。

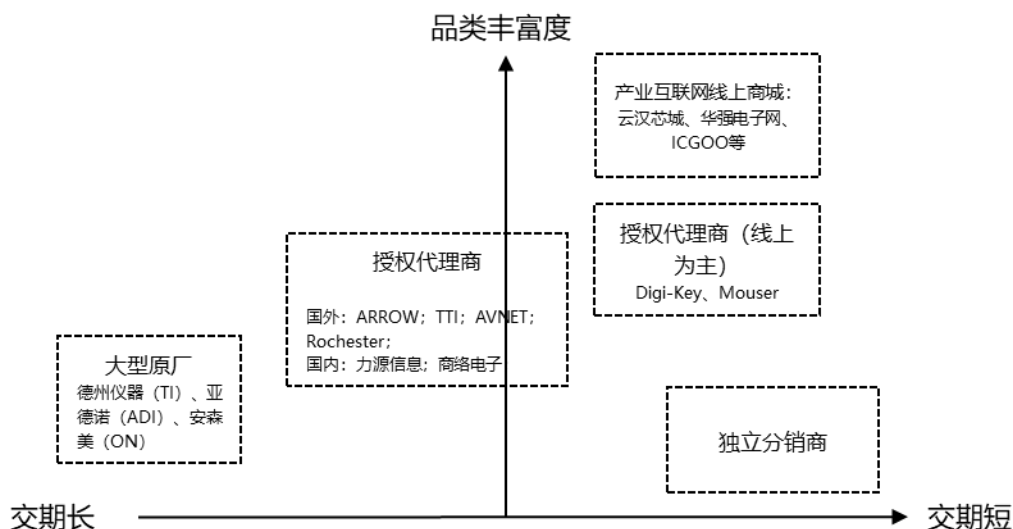
十、在“先销后采”模式下, 发行人交期快于采用“先采后销”授权代理商的合理性

#### (一) 招股说明书中相关披露

发行人在招股说明书中相关披露情况如下:

在电子元器件流通领域, 主要参与者包括授权分销商、独立分销商以及主要以产业互联网线上商城开展业务的创新型企业(以下简称“产业互联网线上商城”)等, 产业互联网线上商城与授权分销商、独立分销商等在产品交期、品类丰富度等方面的特点具有较大差异, 具体情况如下:





注：上图仅以电子元器件流通领域典型情况作示意，亦存在特殊情况。

## （二）相关描述合理性

先销后采、先采后销主要根据客户下达销售订单时，分销商是否有相应的库存备货进行区分。目前，在实务中，针对大批量订单，业内授权代理商通常要求客户提前下达订单或提交需求预测，然后根据相关需求向上游原厂提交未来一段时间的订单需求，原厂再根据各家授权代理商的需求安排其生产计划，上述订单通常也称为期货订单。因此，一方面，由于大中型授权代理商以服务大批量生产用期货订单为主，上述模式仍属于在收到下游订单需求的基础上，再向上游厂商采购的模式，本质上亦属于先销后采模式，另一方面，为了更好地服务较大客户的紧急需求，通常授权代理商也会储备一定规模的库存。

在招股说明书相关披露中，以发行人为代表的产业互联网线上商城交期较大型授权代理商短的主要原因包括如下原因：

（1）发行人重点聚焦客户中小批量现货采购需求，而传统授权代理商重点服务大中型客户，满足其长期、稳定、大批量的期货采购需求。现货采购需求下，公司根据客户订单数量、交期需求，在数据库中匹配供应商适合的货源进行采购以满足客户需求；期货采购需求下，传统授权代理商汇集客户需求后，向原厂提供需求计划，原厂再进一步根据计划排期生产，交期较长。因此，从客户视角上看，当其急需中小批量电子元器件时，相较于传统大型授权代理商，通常而言，发行人能够提供更短交期的采购服务。

（2）发行人通过对境内外供应信息的有效汇集，拥有较为丰富的供应渠道，

针对同时有多种物料需求的客户，发行人能够根据客户交期要求，利用全球现货库存的实时数据和智能算法模型来自动匹配出各种物料最优交期组合，为客户提供高效的一站式购齐服务及快速交货服务，而授权代理商由于受限于代理品牌限制，通常难以覆盖较为全面的物料品类，客户需耗时比较每种物料在多种渠道中的交期、价格、质量再进行采购，搜寻成本较高，且常面临难以按照最优交期组合进行采购的困难。因此，针对多物料需求的客户，发行人同样具有提供较快交期的优势。

（3）由于经营规模和订单规模较小，当海量中小批量/中小企业直接对接大型授权代理商时，常因小批量订单会大量消耗授权代理商的有限服务资源而导致不能得到及时响应。实务中，授权代理商可能会因客户订单数量较小且需求不稳定，要求汇集客户需求后再批量出货销售，上述因素也导致其交期较长。

综上，针对中小批量电子元器件现货需求，发行人交期快于授权代理商符合实际情况，具有合理性。

## 十一、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、查询《国民经济行业分类（2017）》、《2017 国民经济行业分类注释》等相关指引文件对“批发业”、“互联网和相关服务”的定义，查询《关于平台经济领域的反垄断指南》对平台经济企业的定义，并对比同行业公司情况，确认发行人的行业定位、是否具备平台属性。

2、查询《反垄断法》中对垄断协议、滥用市场支配地位等排除、限制竞争行为的定义，获取发行人销售、采购等业务合同；查询国际电子商情数据的相关报告，确认发行人所在行业竞争情况。

3、通过对发行人相关业务人员的访谈，确认发行人从事 PCBA 等服务的原因和背景以及现有技术储备和服务基础，了解电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务的具体内容。查看发行人获取的质量管理体系认证证书、定制化系统相关软件著作权和相关荣誉，并实地走访 PCBA 工厂，对前述技术和储备情况进行确认。获取发行人收入

成本明细表，对报告期内 PCBA 收入变化情况进行核查。

4、获取发行人采购明细表，了解发行人原厂数量、部分知名原厂采购金额和占比。通过百度等检索渠道以及原厂官网等公开渠道，查询了解与发行人合作的知名原厂成立时间、市场地位及营收情况。获取发行人与原厂的采购订单、数据合作协议，查看原厂官网的销售条款，了解发行人与知名原厂关于采购及数据合作方面的主要权利义务约定。通过以上方式，分析发行人与原厂合作的稳定性。

5、获取发行人采购明细表，了解发行人报告期内授权代理商和独立分销商的数量、采购金额及对应占比。获取发行人采购合同，查看主要授权代理商官网的销售条款，了解发行人与授权代理商和独立分销商所签署采购协议中的主要权利义务条款。分析发行人与前述两类供应商是否存在重大依赖。

6、查询同行业可比公司公开信息、搜寻相关行业研究报告及论文，确认“产业互联网线上商城”、“B2B 线上商城”定义，以及授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类的合理性，并结合公司具体业务情况分析公司同时使用“产业互联网线上商城”“B2B 线上商城”的原因和合理性以及公司 B2B 线上商城的业务实质是否为授权分销商、独立分销商的下级分销商。

7、查询国际电子商情官网并通过百度等公开渠道检索，核查国际电子商情性质、行业数据来源及权威性，了解行业竞争格局和集中度变化趋势并分析相关原因和背景。

8、获取世界半导体贸易统计组织（WSTS）和中国半导体行业协会（CSIA）的最新报告，了解行业周期情况。并结合发行人自身经营状况，梳理发行人自成立以来经营业绩受行业周期性影响的情况和减少业绩周期波动影响的措施。

9、获取发行人采购明细表和报关数据，了解不同地区采购情况，并量化分析中美贸易战等国际事件对公司经营造成的影响。

10、访谈发行人相关业务人员并获取发行人收发存明细表，了解“先销后采”模式下，发行人交期快于采用“先采后销”授权代理商的合理性。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、根据有关部门发布的权威行业分类指引文件和相关法律法规，发行人不属于《国民经济行业分类》规定的互联网和相关服务行业企业，不属于平台经济企业。发行人所在的电子元器件分销行业整体市场化程度较高，集中度较低。业务运营公平有序、合法合规，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

2、发行人属于所属行业为“F51 批发业”大类下“5193 互联网批发”，与可比公司力源信息、商络电子、雅创电子行业分类一致，与润欣科技和华强电子网存在差异可能系主营业务涵盖范围差异所致，行业分类准确。

3、发行人从事 PCBA 服务的背景和原因具有合理性，且已具备一定的技术积累和服务基础。发行人提供的电子元器件技术资料库、电子产品技术方案设计、国产化应用技术支持、工程样品样片支持等服务，主要系为了提升客户体验、增强客户粘性，满足部分客户需求，报告期内未直接取得收入或收入金额较小。

4、报告期内，发行人供应商中知名原厂主要有德州仪器(TI)、美信(Maxim)、微芯(Microchip)、亚德诺(ADI)、欧姆龙(Omron)和莫仕(Molex)等。发行人与原厂合作具有稳定性和可持续性。

5、报告期内，发行人供应商中授权代理商和独立分销商的数量、发行人向其采购金额及其对应占比变化具有合理性。公司与主要分销商合作多年，合作关系稳定，不存在对单一授权分销商或单一独立分销商存在重大依赖的情形。

6、“产业互联网线上商城”属于较为新兴的经营模式，暂未存在相关行业共识，该定义主要系业内企业根据其自身业务及行业业态的理解所确定。公司使用“产业互联网线上商城”作为自身线上商城的业务定位符合公司实际情况，相关描述具有合理性。电子元器件分销行业不存在业内统一的分销商分类方式，采用授权分销商、独立分销商、产业互联网线上商城的分类方式，便于理解、具有合理性。发行人 B2B 线上商城的业务实质并非为授权分销商、独立分销商的下级分销商。

7、国际电子商情是业内知名的电子行业资讯机构。发行人引用的相关数据或信息，来源独立、客观，具备较强权威性。近年来，发行人所在行业的竞争格局和集中度存在一系列新的变化，该变化具有相应的行业背景支持。

8、中国大陆半导体市场较全球市场周期性、波动性较弱。发行人的线上分销业务仍在一定程度上会受到半导体行业周期性波动的影响，发行人已采取一系列措施有效降低上述不利影响。

9、美国系公司主要的进口来源地区之一，但报告期内采购占比呈下降趋势。中美贸易摩擦加征关税未对公司的经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，近期美国出台针对我国半导体产业的限制性政策对公司业务造成一定程度影响，但未对公司的经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响。

10、针对中小批量电子元器件现货需求，发行人交期快于授权代理商符合实际情况，具有合理性。

### 问题 3、关于创业板定位

申请文件显示：

(1)报告期各期，公司研发支出分别为 2,002.08 万元、2,390.40 万元、2,354.16 万元和 1,723.06 万元，占营业收入的比例分别为 2.14%、2.89%、1.53%和 1.08%。

(2) 公司拥有的主要技术包括 BOM 智能识别匹配算法等 11 项，主要集中于数据搜索、需求匹配。

(3)报告期各期，公司 B2B 销售业务毛利率分别为 14.82%、12.94%、11.05%和 11.98%，可比公司平均毛利率分别为 15.81%、12.26%、12.54%和 13.23%，与公司同为产业互联网型分销商华强电子网 2018 年至 2020 年的毛利率分别为 19.86%、17.89%和 16.72%。

(4) 公司在未来发展过程中不能准确把握行业趋势并相应调整公司的经营策略，无法持续汇集下游需求，则可能对于未来公司业绩的快速增长造成不利影响。

(5) 招股说明书未披露核心技术情况，披露的竞争劣势仅两项，分别为融资渠道单一、人才不足。

请发行人：

(1) 补充说明报告期研发投入的具体内容，研发支出逐年下降的背景、原因和合理性，研发支出及占比与可比公司的比较情况。

(2) 补充说明“主要技术”的定义，11项主要技术是否为行业通用技术，未披露核心技术的原因和合理性。

(3) 结合B2B销售业务毛利率低于可比公司平均水平，且低于业务模式一致的华强电子网等情况，客观、充分地补充披露发行人的竞争优劣势。

(4) 结合行业技术发展趋势、速度，发行人技术积累情况，补充说明发行人如何准确把握行业趋势。

(5) 结合上述问题，以及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定，补充披露发行人符合创业板定位的具体依据及合理性。

请保荐人有针对性地分析人是否符合创业板定位，并发表明确意见。

回复：

一、补充说明报告期研发投入的具体内容，研发支出逐年下降的背景、原因和合理性，研发支出及占比与可比公司的比较情况

(一) 补充说明报告期研发投入的具体内容，研发支出逐年下降的背景、原因和合理性

报告期各期，公司研发费用分别为2,354.16万元、3,691.58万元和**6,169.79万元**，占营业收入的比例分别为1.53%、0.96%和**1.42%**，按照构成类别划分的具体内容如下：

单位：万元

项目	2022年		2021年		2020年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工费	<b>4,826.98</b>	<b>78.24%</b>	2,714.75	73.54%	1,699.10	72.17%
技术服务费	<b>939.18</b>	<b>15.22%</b>	689.24	18.67%	273.83	11.63%
折旧摊销费	<b>158.44</b>	<b>2.57%</b>	147.17	3.99%	43.77	1.86%
材料费	<b>144.91</b>	<b>2.35%</b>	-	-	-	-
股份支付	<b>70.75</b>	<b>1.15%</b>	96.46	2.61%	257.03	10.92%
租赁费	<b>12.02</b>	<b>0.19%</b>	6.52	0.18%	21.07	0.90%
短期租赁费用	-	-	2.30	0.06%	-	-

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	17.50	0.28%	35.13	0.95%	59.37	2.52%
合计	6,169.79	100.00%	3,691.58	100.00%	2,354.16	100.00%

从金额上看，报告期内公司研发费用呈现上升趋势，其中 2022 年发行人研发费用金额较 2021 年增长显著。报告期内，公司持续在供应链能力和产业互联网等方面进行研发投入，重点聚焦于信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用，公司不断提升整体的技术服务能力。2021 年及 2022 年发行人主要研发项目为元器件交易平台升级及供应协同建设项目、数据中台建设项目、企业资源及管理系统建设项目等。其中，元器件交易平台升级及供应协同建设项目主要侧重升级搜索引擎系统、BOM 系统、供应商协同系统等业务系统，以提升协同效率，为产品技术方案开发服务、电子元器件采购服务、PCBA 服务等全流程、一站式的供应链服务持续进行系统迭代和升级；企业资源及管理系统建设项目与数据中台建设项目侧重将企业资源及管理、运营、协同、统筹工作数据化、系统化、智能化，并不断迭代升级，以使整体服务效能持续改善、提升。除此之外，关于报告期内研发项目的内容请参见招股书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“3、研发费用”中的描述。

从费用率上看，报告期各期，研发费用率分别为 1.53%、0.96% 和 1.42%。其中，随着营业收入规模快速增长，发行人 2021 年研发费用率有所下降。2022 年发行人收入增速有所放缓，同时，公司研发投入快速增长，导致当期公司研发费用率增加显著，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年增长率	2021 年增长率
研发费用	6,169.79	3,691.58	2,354.16	67.13%	56.81%
营业收入	433,319.83	383,563.00	153,385.37	12.97%	150.06%

从上表可知，报告期内，尽管公司研发费用呈稳步上升趋势，2021 年及 2022 年增长率均高于 50%，但由于 2021 年发行人营业收入规模增长更为迅速，增长率达到 150.06%，营业收入增速高于研发费用增速，导致公司研发费用率有所下

降。2022年，发行人营业收入增速有所放缓，收入增速低于研发费用增速，因此，公司研发费用率增长较多。

综上，报告期内发行人研发投入金额呈现上升趋势，2021年研发费用占比下降主要系受公司营业收入规模快速增长影响，具有合理性。2022年，公司加大研发投入，研发费用率较2021年有所提升。

## （二）研发支出及占比与可比公司的比较情况

报告期内，公司研发支出及占比与同行业可比公司对比情况如下所示：

单位：万元

项目	可比公司	2022年	2021年度	2020年度
研发支出 金额	华强电子网	<b>6,187.10</b>	5,619.94	2,607.60
	力源信息（300184）	<b>5,462.05</b>	6,225.17	4,671.90
	润欣科技（300493）	<b>4,295.06</b>	3,851.68	2,718.79
	商络电子（300975）	<b>1,893.42</b>	1,252.97	467.25
	雅创电子（301099）	<b>5,010.84</b>	3,679.09	2,221.83
	平均值	<b>4,569.69</b>	<b>4,125.77</b>	<b>2,537.47</b>
	发行人	<b>6,169.79</b>	<b>3,691.58</b>	<b>2,354.16</b>
研发支出 占比	华强电子网	<b>1.60%</b>	1.80%	3.73%
	力源信息（300184）	<b>0.68%</b>	0.60%	0.45%
	润欣科技（300493）	<b>2.04%</b>	2.07%	1.96%
	商络电子（300975）	<b>0.34%</b>	0.23%	0.15%
	雅创电子（301099）	<b>2.27%</b>	2.59%	2.02%
	平均值	<b>1.39%</b>	<b>1.46%</b>	<b>1.66%</b>
	发行人	<b>1.42%</b>	<b>0.96%</b>	<b>1.53%</b>

除2022年因公司进一步加大研发投入，研发人员数量、尤其是高层级研发人员数量有所增加导致当期研发支出金额显著高于行业平均水平外，报告期内其他期间发行人研发支出金额与行业平均值较为接近。具体而言，2020年、2021年，发行人研发支出金额与华强电子网、润欣科技、雅创电子较为接近，2022年，研发支出与华强电子网较为接近，高于润欣科技、雅创电子，但研发占比低于上述公司主要系①作为主要以产业互联网线上商城开展业务的企业，发行人与



华强电子网研发支出主要在信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用等方面，但由于发行人营业收入相对较大，尤其是 2020 年后增长幅度较大，因此研发占比较低；②润欣电子与雅创电子除传统分销业务外，分别在无线通讯与车载信息娱乐系统等芯片自主研发领域投入研发，上述公司研发支出规模与发行人较为相近。2020 年，公司研发占比略低于润欣电子与雅创电子，2021 年，随着公司营收规模大幅增长，公司研发占比与上述可比公司差异有所拉大。**2022 年，随着公司研发支出快速增长，公司与润欣科技、雅创电子的研发占比差异有所减小。**

此外，由于在芯片研发、解决方案、模块及终端产品等领域投入了较多的研发支出，力源信息各期研发投入规模较大，但由于其业务规模显著高于其他可比公司（2020 年营业收入突破 100 亿元），导致其研发费用率相对较低；商络电子业务以传统授权代理业务为主，研发投入占比也相对较低。

综上，公司研发支出与同行业可比公司平均值不存在显著差异，研发费用率与可比公司之间存在差异主要系规模大小及业务模式差异所致，具有合理性。

## 二、补充说明“主要技术”的定义，11 项主要技术是否为行业通用技术，未披露核心技术的原因和合理性

### （一）“主要技术”的定义

公司是一家电子元器件分销与产业互联网融合发展的创新型企业。在对传统的电子元器件流通领域进行数字化、智能化改造过程中，公司逐渐积累和形成了若干对于生产经营有重大意义的重要技术，在招股说明书“**第五节 业务与技术**”之“七、发行人的核心技术和研发情况”中披露的“主要技术”即为公司的核心技术。

### （二）11 项主要技术是否为行业通用技术

公司的 11 项核心技术系利用相关领域专业技术手段，主要针对电子元器件线上分销领域进行定制化开发的技术，在电子元器件分销领域应用相对较少，不属于行业通用技术，相关核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术背景	技术特点
----	------	------	------

序号	技术名称	技术背景	技术特点
1	BOM 智能识别匹配算法	该技术系在搜索与数据分析引擎（ElasticSearch）进行的二次开发技术。在电子元器件分销领域，仅少量线上商城拥有或掌握类似较为成熟的技术。	公司通过对电子元器件搜索语义的自然语言处理 NLP，不仅能做精确型号查找，还能做到元器件参数模糊语义的查找。
2	电子元器件搜索系统	该技术系在 ElasticSearch 引擎和 Kafka 消息处理技术基础上，引入与单实例架构不同的微服务技术融合而成的技术。在电子元器件分销领域，仅少量线上商城拥有类似的相对成熟的搜索系统。	相关系统架构能够能应对高并发请求。
3	国产替代方案	该技术系采用 BadgerDB、Redis 等 NOSQL 大数据全量、增量自更新处理技术。在电子元器件分销领域，较少企业拥有相关技术。	在参数匹配灵活性、性能方面有优势。
4	PCBA 系统	该技术主要基于 B/S 架构，采用前后端分离的技术，与业内常采用 JSP 的特殊标记实现页面的拼装、采用单体架构实现功能添加存在较大差异。	实现更灵活页面展示，提高开发效率，通过模块和松耦合的技术设计，保障系统的独立性和可维护性。
5	云信算法模型	该技术主要采用深度神经网络等机器学习算法，该方法主要应用于图像识别和分类等领域，在电子元器件分销领域应用较少。	较业内人工审核方案，能够加速授信审批流程、减少人为因素干扰，并提高审批准确率与效率。
6	多型号分箱技术	该技术主要采用统筹优化等算法技术，并在此基础上采用首尾指针算法等自研算法优化，业内应用较少，与业内常用的随机组合生成报关单存在较大差异。	优化报关单数量和找货效率，海关抽检时，达到拆箱数量最小的目的。
7	报关归类数据自动化清洗技术	该技术采用归类清洗算法对申报要素做自动化清洗，与目前电子元器件分销领域主要依靠人工归类录入方式报关存在较大差异。	极大提商品海关分类的准确性和效率。
8	关务风控智能验证技术	该技术采用自主开发的风险控制规则系统，与业内目前主要采取人工维护校验规则集，依靠人工比对的方式来拦截进行特殊分类申报的方法存在较大差异。	能够实现自动化卡控，对于疑点商品单独报关处理。
9	物料自动匹配客户的推送技术	该技术主要采用大数据分析等算法等技术方法，系线上商城领域通用技术，但在电子元器件分销领域应用较少。	能够基于客户搜索行为、历史购买订单、BOM 清单等动态信息，自动计算推荐成单概率，使销售回访更有效。
10	基于集货中转的直通越库技术	该技术采用自主开发的直通越库提效规则及抢单算法，该方法主要用于大型物流零售行业，在电子元器件分销领域应用较少。	可针对出库优先级、商品大小、订单项次分布判定拣货最佳路径，提升了作业效率。

序号	技术名称	技术背景	技术特点
11	页面和接口数据级联缓存技术	该技术主要采用 Redis 缓存技术，并在此基础上针对复杂场景进行了缓存分类设计，同时搭建监控体系，在电子元器件分销领域应用较少。	维护热点型号信息，优化调用路由，拦截无效流量，减轻后端访问压力，同时搭建监控体系，统计缓存命中率，为缓存老化时间的设置提供决策依据。

### （三）未披露核心技术的原因和合理性

如本小题（一）问所回复，招股说明书相关章节中“主要技术”即为公司的核心技术。为了表述更为精确，且便于投资者更好理解，公司对该部分措辞进行了调整，并在相应章节更新披露如下：

“截至本招股说明书签署之日，公司拥有的**核心技术**具体如下：

……”

三、结合 B2B 销售业务毛利率低于可比公司平均水平，且低于业务模式一致的华强电子网等情况，客观、充分地补充披露发行人的竞争优劣势

（一）B2B 销售业务毛利率低于可比公司平均水平，且低于业务模式一致的华强电子网等情况

#### 1、B2B 销售业务毛利率低于可比公司平均水平情况

报告期内，发行人与可比公司毛利率水平对比如下：

可比公司	可比业务	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网	B2B 全球采购服务	17.83%	19.41%	16.72%
力源信息 (300184)	电子元器件的代理分销业务	9.81%	8.10%	5.72%
润欣科技 (300493)	无线连接芯片、射频器件和传感器模块	10.48%	11.82%	10.92%
商络电子 (300975)	被动器件及其他电子元器件分销	11.62%	13.77%	15.38%
雅创电子 (301099)	主要分销车载半导体器件	20.43%	16.82%	13.97%
可比公司毛利率平均值		14.03%	13.98%	12.54%
发行人 B2B 销售业务毛利率		12.28%	12.29%	11.29%

整体而言，公司的毛利率与同行业可比公司平均水平接近，各年度均略低于平均水平，主要受销售模式、业务规模、产品类别、客户集中度、经营理念等影

响。整体而言，一方面，发行人以电子元器件 B2B 销售业务为主，销售品类较为广泛，能够在一定程度上降低各种品类间毛利率波动，因此报告期内毛利率相对稳定；另一方面，发行人客户数量较多且分散导致其平均账期相对较短、中小批量现货订单为主的产品特征、通过数字化改造后的供应链体系，三者共同使得公司应收账款、存货周转率较高，相较“长账期、周转慢”的模式，其承担的仓储成本、资金成本等较低，同时，公司秉持“合作者共赢”理念，适度降低产品销售价格，并将效率提升带来的收益与客户共享，从而保持相对稳定且较低的毛利率。

具体而言，公司毛利率与同行业可比公司差异主要原因如下：

可比公司	毛利率高低情况	毛利率差异主要原因
华强电子网	发行人毛利率较低	华强电子网主要服务于大中型客户的长尾采购需求，单笔订单金额相对较大，且供应商集中度相对较低，其销售端和采购端特点与发行人均存在一定差异。
力源信息（300184）	发行人毛利率较高	力源信息代理产品品类较为齐全，但客户集中度较高；旗下子公司武汉帕太主要经营境外业务，收入占比较高；针对大客户，力源信息采用薄利多销、短账期、高周转的销售策略导致其销售毛利率较低。
润欣科技（300493）	发行人毛利率较高	润欣科技客户相对集中，以提供较大规模的期货订单为主，毛利相对较低。
商络电子（300975）	发行人毛利率较低	商络电子被动器件销售占比较高，相较于半导体器件而言，被动器件毛利率相对较高。
雅创电子（301099）	发行人毛利率较低	雅创电子主要代理日韩系厂商的车载半导体器件，一方面，车载半导体器件通常毛利率较高，另一方面，日韩厂商的产品知名度、行业地位相对较低，对于分销商的控制力也相对较弱，因此通常利润率较高。此外，雅创电子以仓储式备货为主，也会导致其毛利率相对较高。

注：关于发行人与同行业可比公司毛利率高低情况的具体分析，请参见招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“3、毛利率与同行业公司对比分析”。

## 2、发行人毛利率低于业务模式一致的华强电子网具体情况

报告期内，发行人 B2B 销售业务与华强电子网全球采购业务的毛利率对比如下：

毛利率	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网全球采购服务	17.83%	19.41%	16.72%
发行人 B2B 销售业务	12.28%	12.29%	11.29%

如上表所示，发行人 B2B 销售业务毛利率低于华强电子网，发行人与华强

电子网均主要以线上商城开展业务，且同样以“先销后采”模式开展业务，但双方在订单规模、客户群体、经营理念等方面存在一定差异，是造成双方毛利率差异的主要原因，具体情况如下：

从订单规模上看，报告期各期，公司单笔订单平均金额分别为 0.49 万元、0.69 万元、**0.64 万元**，单笔订单金额均小于 1 万元，与公司主要面向中小批量订单需求的经营特征相符。从客户群体特征上看，公司的下游客户数量较多，且呈现上升趋势，2020 年，公司客户数超过 2 万家，2021 年，公司客户数突破 4 万家。报告期各期，公司平均客单价分别为 5.84 万元、9.52 万元、**8.09 万元**，客单价金额较低，从客户收入规模分层上看，交易金额在 50 万元以下销售区间内客户数量占比在 95% 以上，金额占比超过 40%。报告期各期，前五大客户销售金额占比均在 3%-5% 左右。综上，公司经营呈现订单批量较小，中小客户数量多、金额占比高、客户群体较为分散的特点。

从客户群体上看，根据华强电子网招股说明书披露，该公司全球采购服务的客户类型以中大型客户的中长尾需求为主，因此，华强电子网客单价和客户集中度较高，**2020-2022** 年，前五大客户销售金额占营业收入比例分别为 11.19%、16.25%、**13.51%**，显著高于发行人，此外，**2020-2022**，华强电子网单笔订单平均金额分别为 2.04 万元、6.97 万元、**12.63 万元**，显著高于发行人。因此，整体而言，华强电子网在客户群体、订单规模方面与发行人存在较大差异。

基于上述背景，两家公司的毛利率主要受各自下游客户信用政策、**经营策略重心**等影响：

**一方面**，通常而言，业内给予中小规模客户的信用期支持较短，对于部分首次合作的客户甚至要求采用预收款方式，提前备货比例也相对较低。由于发行人单笔订单平均金额较低，中小客户数量多、客单价较低，因此，公司信用政策也相对更为严格，给予授信客户账期以 30 天为主。与公司相比，华强电子网客户集中度较高，主要客户交易规模也相对较大，整体账期也相对较长，导致其报告期内应收账款周转次数略低，具体情况如下：

项目		2022 年	2021 年	2020 年
应收账款周转率（次）	华强电子网	<b>6.16</b>	6.38	4.91

项目		2022 年	2021 年	2020 年
	发行人	12.09	13.36	13.22

由于公司给予客户的平均账期相对较短，周转相对较快，相较于“长账期、周转慢”的模式，资金时间成本相对较低，可适度降低产品销售价格，上述因素是导致报告期内公司的毛利率低于华强电子网的主要原因之一。

另一方面，报告期内，公司销售的产品型号数（95 万个）也显著高于华强电子网（4 万个），体现出公司更加注重于满足中长尾客户的一站式购买需求，产品覆盖率显著更高，而华强电子网则侧重于对于有限型号或紧缺物料的采购和销售。基于上述经营策略重心差异，2020 年下半年起，随着电子元器件缺货、结构性缺货行情的到来，由于公司的产品品类丰富度显著高于华强电子网，缺货行情影响对发行人的整体毛利率影响相对较小，而华强电子网由于更侧重对缺货物料的经营，其产品平均单价出现了大幅增长，毛利率也有所增加，导致公司与华强电子网的毛利率差异进一步拉大。

此外，基于“合作者共赢”的经营理念，公司希望更多地由上下游合作者共享增量收益。因此，公司通过数字化改造供应链，实现产业效率的提升、降低行业内交易总成本，并通过控制公司的毛利率水平，更好地引导和培育客户对于线上电子元器件采购的消费习惯，通过向下游提供更具竞争力的产品价格，进一步汇集下游需求。报告期内，发行人对产品销售毛利率水平进行有效控制，以行业平均水平 11%-15%作为订单的毛利率区间，与行业可比公司平均毛利率更为接近，而根据华强电子网公开披露的信息，其全球采购业务的“合理利润”内部指导水平为 15%-20%，上述原因是导致发行人毛利率低于华强电子网同类型业务的主要原因之一。与此同时，随着采购订单规模不断增长，稳定性持续提升，合作供应商也能够更好地为公司提供支持，形成了供应端和需求端共同推动的增长飞轮。因此，报告期内，公司主动对产品销售毛利率进行有效控制，以 2021 年为例，尽管半导体器件等电子元器件面临较为严重的“缺货”行情，市场供需错配加剧，主要厂商毛利率均出现较大幅度增长，但公司主动控制毛利率在合理区间内，从而更好实践公司经营理念。

综上，报告期内，公司的毛利率整体相对稳定，低于华强电子网，也略低于行业平均水平，具有合理性。

## （二）客观、充分地补充披露发行人的竞争优劣势

### 1、竞争优势

除招股说明书已披露的发行人竞争优势外，基于上述分析，发行人在较好应用大数据资源与数据应用能力的基础上，能够基于领先的业务中台信息化系统建设和较为强大的互联网服务能力，在面对下游海量中小批量订单和中小客户需求时，保持优质、稳定的服务质量，并持续获得下游客户的认可与支持。

发行人已在招股说明书“**第五节 业务与技术**”之“二、发行人所处行业基本情况”之“**（五）行业竞争环境**”之“**5、发行人竞争优势与劣势**”之“（1）竞争优势”之“**⑤品牌与客户优势**”中，对自身竞争优势进行补充披露。

### 2、竞争劣势

除招股说明书已披露的发行人竞争劣势外，发行人已在招股说明书“**第五节 业务与技术**”之“二、发行人所处行业基本情况”之“**（五）行业竞争环境**”之“**5、发行人竞争优势与劣势**”之“（2）竞争劣势”中，对自身竞争劣势补充披露如下：

#### “**③服务大中型客户、大批量订单方面的能力较弱**”

公司是一家主要面向电子制造产业的电子元器件线上分销商，重点聚焦电子制造产业中小批量研发、采购需求，客户群体以中小型客户为主。目前，公司的大批量订单相对较少，尚未成立专门团队对接大中型客户和大批量订单，且相较于行业可比上市公司，公司的融资渠道相对狭窄，资金实力较弱，也一定程度上制约了发行人服务大中型客户、大批量订单方面的能力。”

四、结合行业技术发展趋势、速度，发行人技术积累情况，补充说明发行人如何准确把握行业趋势。

近年来，电子元器件行业呈现如下发展趋势：

（一）**需求迭代加快，中小批量需求旺盛**：近年来，电子制造产业需求快速变化，产品迭代周期不断缩短、新品类也不断涌现，个性化产品、定制应用方案、敏捷供应等成为电子产业领域重要的发展趋势，导致对电子元器件分销的服务广度和深度要求不断提高，需求迭代速度加快，中小批量需求日益旺盛；

（二）**线上化趋势不断加强**：大量线下活动转移到线上，随着用户逐渐习惯线上更简便的交易方式、更透明的价格、交期信息、更为广泛的产品类别等特色后，部分需求、尤其是中小批量现货需求不断往线上汇集，大幅促进了电子元器件线上交易规模；

（三）**国产替代成为发展重要推动力**：近年来，伴随世界贸易格局的变动和国内产业升级进程的推进，我国逐渐加大了对国内半导体器件在内的电子元器件产业链的鼓励和扶持力度，国内电子元器件产业不断往中高端产品线升级，国产替代进程明显加速，国产化成为业内发展重要推动力。

基于行业整体发展趋势，电子元器件分销领域在技术发展趋势、速度方面呈现如下特征：

（1）电子元器件需求迭代加快，产品类型不断增长，对于海量型号数据的智能、高效管理和应用对于提升电子元器件分销行业和下游制造产业效率极为重要，对于海量电子元器件型号数据积累、参数标准化，以及在此基础上有效应用自然语言处理与解析成为业内技术发展趋势之一。

（2）随着线上化趋势的不断加强，一方面，大型电子元器件线上商城通常需要面对日均几十万甚至百万级的搜索规模，且由于线上商城的搜索或交易规模通常会在不同期间出现较大波动，例如，工作日的搜索请求量可能是法定节假日的十倍以上；另一方面，由于需求快速变化、应用场景不断延伸，线上商城通常需要不停更新、迭代自身功能模块，以更好满足下游需求，如何保障系统高效、准确、安全地响应线上需求的同时，能够对系统\模块进行灵活调整和部署，成为电子元器件线上分销行业的重要技术发展方向。

（3）近年来，以泛在互联、全面感知、智能优化、安全稳固为特征的物联网技术蓬勃发展，在推动传统产业加快转型升级、新兴产业持续发展壮大方面起到重要作用。在电子元器件分销行业，数据感知、互联互通、先进计算、智能分析等能力不断渗透，大数据和算法应用在提升运营效率，尤其是在供应链体系效率不断深入，在选品决策依据支持、仓储自动分拣体系建设、线上自动化、智能化应用等方面发挥着越来越重要的作用。因此，如何有效运用物联网技术、大数据与算法技术等成为业内技术发展方向。



针对上述行业技术发展趋势、速度，发行人主要在容器化与微服务架构、大数据与算法应用等技术方向进行不断研发和积累，具体情况如下：

序号	技术方向	情况	相关技术积累或储备
1	容器化与微服务架构	<p>容器化是应用程序级别的虚拟化，是轻量级（相对虚拟机）隔离技术，允许单个内核上有多个独立的用户空间实例，这些实例称为容器，不受宿主机环境差异的影响。微服务架构是一项在云中部署应用和服务的新技术。通过在容器编排平台上构建围绕业务领域的微服务架构，具备如下优点：</p> <p>①架构可伸缩（适配不同业务规模的动态变化）；②功能模块解耦（区别于单体架构，在功能变更时，改动量较小；新功能加入后，不会影响原有功能模块，敏捷应对，实时并行）、③服务高可用（多副本运行，保障可用率、稳定性）、④限流熔断（避免恶意流量攻击）⑤轻量化（相比于物理机或虚拟机，开发和运营成本更低）。</p> <p>利用容器化与微服务架构，能够高效完成多系统/模块集成、部署，提高系统性能和可靠性，同时能够利用系统中的核心参数（例如服务器负载率、请求量、响应时间等）动态调整服务实例数量，灵活应对流量高峰和低谷，降低运维成本。</p>	<p>公司相关技术积累或储备情况如下：</p> <p>①对开源的微服务中间件进行二次开发与工具链建设，实现适合发行人业务场景的服务治理、负载均衡、限流熔断、分布式配置、调用链路追踪等功能，使得服务扩容、服务高可用、持续集成与发布、版本发布/回退等极大简化与标准化；</p> <p>②在线上商城和 ERP 业务系统中引入了微服务技术，重构用户中心、商品管理、商品搜索、订单、采购、营销活动等核心功能模块；可实现分钟级扩容，对于线上瓶颈问题的分析定位，从小时级缩短至分钟级。</p>
2	大数据与算法应用	<p>大数据是一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低等特征。在海量数据积淀基础上，针对不同业务场景，开发、配置合适的算法模型，对大数据进行深度应用，提升全供应链整体运营效率。</p>	<p>公司相关技术积累或储备情况如下：</p> <p>①采用大数据数仓架构，持续进行电子元器件分类与参数标准化、结构化的数据治理工作，已覆盖千万级 SPU；</p> <p>②实现电子元器件搜索语义的自然语言处理 NLP，不仅能做精确型号查找，还能做到元器件参数模糊语义的查找；</p> <p>③通过归类清洗算法对报关申报要素做自动化清洗，极大提升商品海关分类的准确性和效率；</p> <p>④实现分钟级各维度 BI 指标报表，数据驱动业务发展。</p>

结合行业技术发展趋势、速度，发行人重点在容器化与微服务架构、大数据与算法应用等技术方向进行不断深入研发和积累，提升公司整体运营效率，增强上下游满意度和粘性，从而把握行业技术发展趋势。

五、结合上述问题，以及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》等关于创业板定位的相关规定，补充披露发行人符合创业板定位的具体依据及合理性

（一）《首次公开发行股票注册管理办法》<sup>5</sup>、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》关于创业板定位的相关规定

根据《首次公开发行股票注册管理办法》第三条规定，发行人申请首次公开发行股票并上市，应当符合相关板块定位。创业板深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第二条规定：“创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。”

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》第五条规定：“属于上市公司行业分类相关规定中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。禁止产能过剩行业、《产业结构调整指导目录》中的淘汰类行业，以及从事学前教育、学科类培训、类金融业务的企业在创业板发行上市。”

（二）结合上述问题，补充披露发行人符合创业板定位的具体依据及合理性

根据关于创业板定位的相关规定，公司符合创业板定位，具体依据及合理性

<sup>5</sup> 根据证监会于2023年2月17日发布的《首次公开发行股票注册管理办法》，本办法自公布之日起施行，《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（证监会令第167号）同时废止。下同。

如下：

### 1、发行人符合国家经济发展战略和产业政策导向

电子元器件是支撑信息技术产业发展的基石，在电子元器件分销领域，由于产业互联网对推进全链条升级改造和协同创新具有重要意义，近年来国家相关部门陆续出台包括《关于加快推动制造服务业高质量发展的意见》、《基础电子元器件产业发展行动计划（2021-2023年）》、《工业互联网创新发展行动计划（2021-2023年）》等在内的产业政策，希望能够推动采购、生产、流通等上下游环节信息实时采集、互联互通，提高生产制造和物流一体化运作水平，助力中小微企业成长，鼓励支持利用产业互联网提升实体经济经营效率。国家产业政策支持，为行业的可持续发展提供了有力保证，是国家深化供给侧结构性改革、建设现代化经济体系的重大举措。发行人是一家电子元器件分销与产业互联网融合发展的创新型企业，重点聚焦电子制造产业中小批量电子元器件研发、生产、采购需求，因此发行人符合国家经济发展战略和产业政策导向。

### 2、发行人所处行业不属于创业板发行上市申报负面清单行业

公司通过有效运用数字技术和互联网技术，基于自建自营的云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn），主要为电子制造产业提供高效、专业的电子元器件供应链一站式服务。由于公司主要通过电子元器件分销来实现盈利，报告期各期，电子元器件 B2B 销售业务占主营业务收入比重均超过 99%。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“F51 批发业”大类下“5193 互联网批发”，不属于创业板发行上市申报负面清单行业。

### 3、发行人的创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和 新旧产业融合情况

公司通过对传统电子元器件流通领域进行数字化、智能化改造，自建自营云汉芯城 B2B 线上商城，接入全球超千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息，充分发挥互联网在生产要素中的优化和集成作用，提升行业产业效率，实现了更优的资源配置并降低运作成本，具备显著的创新、创造、创意特征，较好地实现了传统电子元器件流通方式与新兴产业互联网模式的产业融合。在此过程中，模式创新、业态创新、技术创新中的特征较为显著，符合创业板定位，具体情况如下：

### （1）发行人的模式创新特征

公司系业内最早一批推出线上商城的企业之一，通过在电子元器件流通和产业互联网领域融合方面进行的模式创新，已形成了相对成熟、稳定的经营模式，一定程度上解决了传统电子元器件流通领域产业效率较为低下的问题：

在电子元器件流通领域，公司系国内最早一批推出 B2B 线上商城，并主要以此开展业务的企业之一，重点面向中小批量现货需求。2011 年，公司自主搭建的云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn）上线，通过有效运用可视化、数字化技术方法和手段，对供应端产品信息进行智能化处理和展示，打破了传统电子元器件流通领域以线下交易为主而产生的信息不对称的局面。

①在销售端，公司高度重视中小批量现货需求的客户体验，线上商城产品起订门槛较低，大部分型号/品类产品甚至可以实现“一片起订”，因此公司汇集了大量中小批量订单需求。**2022 年**，公司订单平均金额为 **0.64** 万元，其中，金额在 10 万元（不含税）以下的订单数量和金额占比接近 99% 和超过 60%。随着线上商城汇集的海量供应数据不断丰富，公司日可售 SKU 已超过 **2,404.72 万**，规模和丰富度远超传统分销商。客户可在商城中进行搜索和比较后，结合交期、价格等因素进行一站式购买，并可在线上与公司的客服或 FAE 工程师进行实时沟通。此外，公司持续在产品技术方案设计、PCBA 生产制造服务、电子工程师技术支持等多个领域不断延伸服务，极大便利了中小批量订单客户，能较好地满足下游客户一站式购齐诉求，**有力保障了中国中小电子制造企业的电子元器件供应安全。**

②在采购端，公司制定了较为完善的供应商管理制度，严格筛选合格供应商。目前已与部分大型原厂、授权代理商和业内知名独立分销商建立稳定的合作关系，并直接向下游客户销售，大幅压缩交易层级，在一定程度上降低产品价格和搜寻成本。对于所采购的物料，公司要求供应商直接发货至公司仓库，并执行严格的质检程序。一方面，在较大程度上避免了传统电子元器件流通领域困扰客户的假货问题；另一方面，通过该模式，上游供应商仅需与公司开展业务，大幅降低了直接服务海量终端客户的难度，更好地帮助上游供应商专注于电子元器件设计开发、生产制造或产品推广等，促进产业专业化分工，提升产业整体运作效率。

公司不断深化与供应商的合作深度和广度，现有合作数据供应商数量超**1,500**家。随着供应能力的不断提升，公司注册用户数也实现快速增长，截至**2022**年底，公司注册用户数和累计下单**企业**客户数分别超过**57.08**万和**11.68**万，累计订单数超过**252**万单，已在电子元器件流通领域与产业互联网融合方面形成了较为成熟、稳定的经营模式，具备良好的模式创新特征。

## （2）发行人的业态创新特征

公司较为创新地采用数据合作业态开展业务，拥有海量电子元器件领域数据，该业态较好匹配下游电子制造产业中小批量订单需求特点，拓展了上游优质供应商服务中小批量订单的能力，已成为业内采用这一业态开展业务的主要**企业之一**：

有别于传统流通领域中以产品购销方式开展业务的业态形式，公司打造了以数据合作为核心的电子元器件线上业务。公司通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，接入全球**超**千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息，并依赖强大的信息化系统、大数据应用能力实现对供应商及其库存数据的有效管控，从而高效响应用户线上实时的大量搜索需求，大幅降低客户因搜寻、比较产生的人力、时间成本，提高客户采购及时性。随着订单的不断汇集，在该业态下，公司可实现专业化和集约化采购，有效降低整体采购成本，并利用规模效应带来成本降低，扩大并持续回馈下游客户，从而更好地降低客户的研发、制造成本。因此，该业态较好地匹配了中小批量订单单笔采购数量、价值较小，但需求型号多样的特点，提升了客户在应对现阶段电子产业下游需求变化快、产品迭代周期短、新品类不断涌现等挑战的综合竞争力。

上述业态灵活性较高，周转较快，但由于供应商数据规模、订单数量等都显著高于传统分销模式，对于采购、销售管理水平要求较高，需要对海量供应端信息和销售/采购订单进行快速、精确处理。为此，公司利用有效的技术手段和方法，搭建较为完善的信息系统并构建了强大的数据处理能力。通过多年不断积累，公司已从海量业务数据中提炼出涵盖多维度信息的各类标准化数据库，包含**3,658.89**万 SPU 产品数据、**9,140.9**万条参数替代关系数据、**61.21**万条国产替代关系数据、**86.71**万型号的进口报关分类数据、**37.23**万型号的元器件质检信息等。通过有效利用丰富的数据信息，公司能够进一步为上下游合作伙伴提供

包括电子元器件智能选型、国产替代推荐、PCBA 服务、智能关务处理、智能化仓储服务等在内的多层次电子制造产业全流程服务。

2020 年-2022 年，公司来自数据合作供应渠道产生的收入占比均超过 90%，成为电子元器件流通领域内采用这一业态开展业务的主要企业之一。在数据合作的业态下，随着与优质数据供应商合作的不断深入，公司也在不断汇聚下游需求，一方面形成了良性的增长飞轮，推动自身业务规模的快速增长，另一方面也在提升产业效率，助力实体经济提质增效和中小制造企业发展方面作出一定贡献。

### （3）发行人的技术创新特征

公司技术创新特征主要体现于利用信息技术对信息系统/模块的应用开发和利用大数据、人工智能等技术手段，实现对电子元器件相关数据资源的高效利用，不断深化多层次、多场景业务中的应用，提升电子元器件流通领域的经营效率：

在科技创新方面，公司持续投入大量研发资源，重点聚焦于信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用，具备较强的科技创新特征。随着业务规模的扩大，公司不断开发能适应公司业态发展的系统或功能模块，年新增系统或功能模块数和月版本迭代次数分别超过 40 个和近 480 次/月（峰值）。结合大数据、人工智能等新一代信息技术，公司构建了数据、技术、业务三大中台支撑系统，并在此基础上搭建了云汉芯城商城、BOM 智能选型工具（HiBOM）、PCBA 智能制造云工厂、供应链协作系统 SRM 等业务前台体系，在主要面向供应链管理、数据供应商管理、客户管理、品质管理、关务处理、PCBA 服务等方面均建构了独立的智能化系统/模块。

通过有效运用科技创新，公司对不同类型数据做标准化和结构化解析和处理，不断深化元器件选型、推荐、需求预测、授信、质检、报关等业务场景中的应用，极大地提升产业效率。以公司开发的 HiBOM 选型工具为例，该工具基于 BOM 数据库，利用自然语言解析处理技术与专家规则相结合的方式，突破格式限制，能够实现对不同形式 BOM 表的高效解析，识别准确率达到 90% 以上。与此同时，在系统架构上采用 Kubernetes 容器化的部署方式<sup>6</sup>，具有高可用与弹性伸缩能力

<sup>6</sup> 该部署方式系自动化领域一种更高效、可靠的部署方式

特征，实现 BOM 文件单行解析效率时间不超过 300ms，已成为业内领先的 BOM 表智能化处理工具，极大提升了客户在多产品类型/规格采购时便利性。此外，基于公司积累的标准产品库及国产电子元器件库，利用 BadgerDB、Redis 等 NOSQL 大数据全量、增量自更新处理技术<sup>7</sup>，结合多参数等价、替代规则、优选算法给出国产替代的元器件方案，助力芯片国产化。此外，发行人借助数字化、信息化的持续投入，质检体系也在持续完善，质检能力随之快速提升，通过上线开盖检查、AI 智能比对识别、X-ray 检测等关键质检项目，发行人实现质检能力全品类高比例覆盖，质检单数也从 2020 年的 5.38 万单快速增长至 2022 年 17.72 万单，确保了供应品质，同时还为供应渠道进一步拓展提供了有力的品质保障。目前，公司重点关注并持续开发面向协同制造、智能仓储、连通下游柔性生产的数字化系统，在数据化、智能化方面拓展自身服务领域，不断通过科技创新和应用，进一步满足未来下游市场需求。通过不断深化多层次、多场景业务中的应用，公司致力于更好地提升电子元器件及下游生产制造领域的经营效率。

公司运用互联网和大数据技术为中国电子制造产业供应链提质增效方面的有益探索和突出表现也得到了国家相关部委的支持和认可，获得了国家工信部评选的“制造业与互联网融合发展试点示范单位”、“服务型制造示范平台（共享制造类）”、“国家级专精特新‘小巨人’企业”、商务部等 8 单位评选的“全国供应链创新与应用试点企业”以及“高新技术企业”等在内的一系列认定或荣誉。

综上，公司具备较为显著的创新、创造、创意特征，模式创新、业态创新和科技创新中的特征较为显著，较好地实现了传统电子元器件流通方式与新兴产业互联网模式的产业融合，较好地解决了传统电子元器件流通市场产业效率较为低下、难以高效服务中小批量订单的问题。

#### **4、发行人属于成长型创新创业企业，符合创业板定位**

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》的相关要求，发行人属于成长型创新创业企业，符合创业板定位，具体说明如下：

---

<sup>7</sup> BadgerDB、Redis 等 NoSQL 是数据快速预处理解决方案

### （1）技术创新性及其表征

在技术创新方面，公司持续投入大量研发资源，重点聚焦于①信息系统/模块的应用开发和②数据资源的高效利用，具备较强的技术创新特征。随着业务规模的扩大，公司不断开发能适应公司业态发展的系统或功能模块，年新增系统或功能模块数和月版本迭代次数分别超过 40 个和近 480 次/月（峰值）。结合大数据、人工智能等新一代信息技术，公司构建了数据、技术、业务三大中台支撑系统，并在此基础上搭建了云汉芯城商城、BOM 智能选型工具（HiBOM）、PCBA 智能制造云工厂、供应链协作系统 SRM 等业务前台体系，在主要面向供应链管理、数据供应商管理、客户管理、品质管理、关务处理、PCBA 服务等方面均建构了独立的智能化系统/模块。

通过有效运用技术创新，公司对不同类型数据做标准化和结构化解析和处理，不断深化元器件选型、推荐、需求预测、授信、质检、报关等业务场景中的应用，极大地提升产业效率。以公司开发的 HiBOM 选型工具为例，该工具基于 BOM 数据库，利用自然语言解析处理技术与专家规则相结合的方式，突破格式限制，能够实现对不同形式 BOM 表的高效解析，识别准确率达到 90% 以上。与此同时，在系统架构上采用 Kubernetes 容器化的部署方式<sup>8</sup>，具有高可用与弹性伸缩能力特征，实现 BOM 文件单行解析效率时间不超过 300ms，已成为业内领先的 BOM 表智能化处理工具，极大提升了客户在多产品类型/规格采购时便利性。此外，基于公司积累的标准产品库及国产电子元器件库，利用 BadgerDB、Redis 等 NOSQL 大数据全量、增量自更新处理技术<sup>9</sup>，结合多参数等价、替代规则、优选算法给出国产替代的元器件方案，助力芯片国产化。最后，发行人借助数字化、信息化的持续投入，质检体系也在持续完善，质检能力随之快速提升，通过上线开盖检查、AI 智能比对识别、X-ray 检测等关键质检项目，发行人实现质检能力全品类高比例覆盖，质检单数也从 2020 年的 5.38 万单快速增长至 2022 年 17.72 万单，为供应渠道进一步拓展提供了有力的品质保障。目前，公司重点关注并持续开发面向协同制造、智能仓储、连通下游柔性生产的数字化系统，在数据化、智能化方面拓展自身服务领域，不断通过科技创新和应用，进一步

<sup>8</sup> 该部署方式系自动化领域一种更高效、可靠的部署方式

<sup>9</sup> BadgerDB、Redis 等 NoSQL 是数据快速预处理解决方案



满足未来下游市场需求。

通过不断深化多层次、多场景业务中的应用，公司致力于更好地提升电子元器件及下游生产制造领域的经营效率。经过多年在研发领域的高强度投入，公司在电子元器件分销与产业互联网融合领域具有较为突出的科技创新能力，取得了一定的研发进展及其成果，公司已拥有包括 BOM 智能识别匹配算法、电子元器件搜索系统、国产替代方案、PCBA 系统、云信算法模型、多型号分箱技术、报关归类数据自动化清洗技术、关务风控智能验证技术、物料自动匹配客户的推送技术、基于集货中通的直通越库技术、页面和接口数据级联缓存技术等在内的十余项核心技术，拥有 15 项发明专利，200 项软件著作权。公司与上海交通大学等团队合作，在 SCI 期刊《IET Electronics Letters》发表了论文《Learning representation of heterogeneous temporal graphs for recommendation》，在核心期刊《高技术通讯》发表了论文《基于卷积神经网络和 LSTM 循环神经网络的客户复购预测方法》，在中国科技核心期刊《微型电脑应用》发表了论文《基于有限状态机的 Invoice 收票自动化系统》。此外，近年来，基于技术创新，公司也陆续获得多项专业资质和重要奖项等，具体情况如下：

序号	资质、奖项	颁发单位	颁发时间
1	“国家级专精特新‘小巨人’企业”	工业和信息化部	2022 年
2	高新技术企业	上海市科学技术委员会等部门	2022 年
3	上海市企业技术中心	上海市经济和信息化委员会等部门	2022 年
4	服务型制造示范平台（共享制造类）	工业和信息化部	2021 年
5	2020 年度卓越电子产业互联网企业	ASPENCORE	2020 年
6	制造业与互联网融合发展试点示范单位	工业和信息化部	2020 年
7	中国产业互联网百强企业	中国产业互联网秋季峰会组委会	2020 年
8	长三角十二大工业互联网平台	上海市工业互联网协会、江苏省企业信息化协会、安徽工业互联网产业联盟、浙江省工业互联网产业联盟	2020 年
9	上海市“专精特新”中小企业	上海市经济和信息化委员会	2020 年
10	上海市院士专家工作站	上海市院士专家工作站指导办公室	2019 年

序号	资质、奖项	颁发单位	颁发时间
11	上海市服务型制造示范平台	上海市经济和信息化委员会	2019年
13	全国供应链创新与应用试点企业	国家商务部、工业和信息化部等八部门	2018年
14	松江区企业技术中心	松江区企业技术中心认定领导小组	2018年
15	上海市高新技术企业成果转化	上海市高新技术企业成果转化认定办公室	2017年
16	松江区科技进步奖	上海市松江区科学技术委员会	2016年

综上，公司持续投入高强度技术、研发活动，重点聚焦于电子元器件分销与产业互联网融合领域中的信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用，取得了较为丰富的研发进展和成果、获得一系列专业资质和重要奖项，相关技术具备一定先进性，公司具备较强的创新能力。

## （2）公司的成长性及其表征

一方面，基于世界半导体贸易统计协会（WSTS）关于全球半导体器件市场规模和中国占比数据合并统计，同时结合相关报告分析中约56%的电子元器件采购规模主要依赖分销商渠道，2022年国内电子元器件分销市场规模达到1.85万亿元，电子元器件分销市场巨大。其中，由于不同阶段研发、生产活动具有不同特点，订单规模、交期要求也存在着较大差异，在电子制造业研发、打样、试产或小批量生产过程中，中小批量的电子元器件需求将长期持续存在。尽管2020年起，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件尤其是半导体器件市场需求快速增长，同时，该全球性公共卫生事件也对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，线上化趋势凸显，电子元器件线上分销领域在近年来交易规模快速增长，但目前仍有大量需求由聚集于中关村、华强北等电子元器件集散市场的独立分销商提供服务，客户常面临采购价格高、假货多、搜寻沟通成本高、难以一站式购齐的问题，因此，未来市场仍将存在大量未被较好满足的中小批量订单需求。

另一方面，基于多年的不断投入，发行人已成为电子元器件线上分销领域的领军企业，重点聚焦中小批量订单需求，并拥有丰富的供应商、客户资源，在业内享有较高品牌美誉度，形成了较强的核心竞争力，近年来营业收入、净利润等业绩情况整体呈现快速增长态势：从营业收入上看，2020年-2022年，

公司营业收入从 153,385.37 万元快速增长至 433,319.83 万元，年复合增长率达到 68.08%。从净利润上看，2020 年-2021 年，公司净利润由 3,079.14 万元快速增长至 16,086.86 万元，盈利能力成长性良好。2022 年，由于销售费用、研发费用等增长较多，公司净利润有所下降，但仍保持较高水平，2022 年全年净利润在 13,541.19 万元。

在行业大背景下，公司成长性特征与公司多年来持续在信息系统/模块的应用开发和数据资源的高效利用等研发、技术方面的投入以及在供应能力和客户资源等方面的提升密不可分。通过与超千家供应商进行数据对接，公司接入海量电子元器件实时库存数据信息，日可售 SKU 达到 2,404.72 万，能较好地满足客户一站式采购需求，并通过下游中小批量订单需求的汇集，向供应商进行专业化和集约化采购，有效降低整体采购成本。与此同时，公司线上商城也已成为电子元器件流通领域重要销售渠道，随着客户数量、经营规模的不断增长，公司能够获得供应商在产品类别、价格、服务等方面更好的支持，从而吸引了更多下游需求，形成了供应端和需求端共同推动的增长飞轮。此外，公司还构建了包括“云仓”、优选供应商、PCBA 服务等在内的创新业务生态，不断扩大客户服务的广度和深度。

综上，一方面，公司所处行业具有较大的市场空间，另一方面，基于多年积淀的成熟供应链服务体系，公司已打造了较强的电子元器件分销服务能力，客户合作深度不断加强、订单规模也不断增长，品牌信誉度不断提升，在增长飞轮驱动下，持续推动公司业务的不成长，公司创新能力能够支撑成长性，且相关成长性情况可持续。

### (3) 公司符合创业板行业领域及其依据

公司是一家电子元器件分销与产业互联网融合发展的创新型企业，重点聚焦电子制造产业中小批量电子元器件研发、生产、采购需求，通过有效运用数字技术和互联网技术，基于自建自营的云汉芯城 B2B 线上商城(www.ickey.cn)，主要为电子制造产业提供高效、专业的电子元器件供应链一站式服务。公司主要通过电子元器件分销来实现盈利。基于上述情况，根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，公司所属行业为“F51 批发业”大类下“5193 互联网批发”。报告期各期，公司主要运营模式未发生重大变化，电子元器件 B2B 销售

业务占主营业务收入比重均超过 99%，公司所属行业分类不存在变动。

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》第五条的规定，公司不属于上述规定中原则上不支持其申报在创业板发行上市或禁止类行业。国内电子元器件及分销行业基本上遵循市场化的发展模式，各企业面向市场自主经营，公司不存在主要依赖国家限制产业开展业务的情形。

#### （4）公司符合创业板定位相关指标及其依据

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》第三条的规定，公司选择“（二）最近三年累计研发投入金额不低于 5,000 万元，且最近三年营业收入复合增长率不低于 20%；”作为公司符合创业板定位相关指标的申报标准，公司符合该项指标的具体情况如下：

创业板暂行规定主要要求	发行人符合相关规定的分析
<p>第三条“本所支持和鼓励符合下列标准之一的成长型创新创业企业申报在创业板发行上市：</p> <p>（一）最近三年研发投入复合增长率不低于 15%，最近一年研发投入金额不低于 1000 万元，且最近三年营业收入复合增长率不低于 20%；</p> <p>（二）最近三年累计研发投入金额不低于 5000 万元，且最近三年营业收入复合增长率不低于 20%；</p> <p>（三）属于制造业优化升级、现代服务业或者数字经济等现代产业体系领域，且最近三年营业收入复合增长率不低于 30%”</p> <p>最近一年营业收入金额达到 3 亿元的企业，或者按照《关于开展创新企业境内发行股票或存托凭证试点的若干意见》等相关规则申报创业板的已境外上市红筹企业，不适用前款规定的营业收入复合增长率要求。”</p>	<p>①2020 年、2021 年和 2022 年，公司研发费用分别为 2,354.16 万元、3,691.58 万元和 6,169.79 万元，最近三年累计研发投入金额为 12,215.53 万元，不低于 5000 万元；</p> <p>②2022 年，公司营业收入为 433,319.83 万元，最近一年营业收入金额达到 3 亿元，可不适用前款规定的营业收入复合增长率要求。</p> <p>综上，公司符合创业板定位相关指标的申报标准（二）。</p>

综上，发行人具备较强的核心竞争力，具备较强的自主研发和创新能力，创新成果显著，属于成长型创新创业企业，符合创业板定位。发行人符合《首次公开发行股票注册管理办法》《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022 年修订）》等关于创业板定位的相关规定，依据充分、合理。

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人符合创业板定位”中对上述有关情况进行补充披露。

## 六、保荐人核查程序与核查意见

### （一）核查程序

1、获取发行人报告期内研发项目清单及研发费用明细账，抽查发行人报告期内重要研发项目的立项文件等资料性文件，并对发行人的研发负责人、财务负责人进行访谈，了解研发支出变动的原因及合理性。

2、查阅同行业可比公司公开的研发费用数据，与发行人的研发费用率进行对比分析。

3、获取发行人的核心技术清单，了解核心技术的技术背景和技术特点。

4、查阅同行业可比公司的公开资料，了解同行业可比公司的销售模式、业务规模、产品类别、客户集中度等情况，获取可比公司的毛利率数据，并与发行人的毛利率进行对比，分析存在差异的原因及合理性。

5、取得并查阅行业研究报告，了解行业技术发展趋势；对发行人的研发负责人进行访谈，了解发行人在容器化与微服务架构、大数据与算法应用等方面的技术积累情况。

6、查阅《首次公开发行股票注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》，对比相关文件关于创业板定位的要求，分析发行人符合创业板定位的具体依据及合理性。

### （二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、整体而言，报告期内发行人研发投入金额呈现上升趋势，其中，**2020年及2021年**研发费用占比下降主要系受公司营业收入规模快速增长影响，具有合理性。**2022年**，公司加大研发投入，研发费用率较**2021年**有所上升。公司研发支出与同行业可比公司平均值不存在显著差异，研发费用率与可比公司之间存在差异主要系规模大小及业务模式差异所致，具有合理性。

2、公司的核心技术系针对电子元器件线上分销领域进行定制化开发的技术，在电子元器件分销领域应用相对较少，不属于行业通用技术；招股说明书相关章节中“主要技术”即为公司的核心技术。为了表述更为精确，且便于投资者更好

理解，公司已对该部分措辞进行了调整，并在相应章节更新披露。

3、报告期内，公司的毛利率整体相对稳定，低于华强电子网，也略低于行业平均水平，具有合理性。

4、近年来，电子元器件行业呈现需求迭代加快，中小批量需求旺盛、线上化趋势不断加强、国产替代成为发展重要推动力的发展趋势，结合行业技术发展趋势、速度，发行人重点在容器化与微服务架构、大数据与算法应用等技术方向进行不断深入研发和积累，提升公司整体运营效率，增强上下游满意度和粘性，把握行业趋势。

5、发行人符合《首次公开发行股票注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定（2022年修订）》等关于创业板定位的相关规定，依据充分、合理。

#### **问题 4、关于业务流程**

申请文件显示：

（1）根据是否为公司提供商品库存数据，公司的供应商可以分为数据供应商和询价供应商两类。

（2）公司与部分优质供应商开展深入合作，在供应端推出了优选供应商和“云仓”模式等合作模式。

（3）针对境外采购的订单，公司通常会要求发货至香港仓库或采用直运大陆仓库，其中，对于客户要求在国内交货订单，公司会通过第三方代理报关或自行报关，后将产品运输至公司深圳仓库。货物到达公司仓库后，公司进行货物核对和产品检验，完成验收入库，并根据订单约定向供应商支付采购款。

（4）通过有效利用丰富的数据信息，公司能够进一步为上下游合作伙伴提供包括电子元器件智能选型、国产替代推荐、PCBA 服务、智能关务处理、智能化仓储服务等在内的多层次电子制造产业全流程服务。

（5）从销售端来看，发行人下游客户以国内生产制造企业为主，公司根据其信用情况通常给予 1-3 个月的付款账期。

请发行人：

(1) 补充说明数据供应商和询价供应商在提供产品类型上的异同，供应商向发行人提供库存数据的条件和对价，以表格方式列示与数据供应商、询价供应商的采购协议主要条款上异同及其原因。

(2) 补充说明优质供应商、优选供应商分别的含义和标准，优选供应商在网页展示等方面是否对其他供应商形成排斥，优选供应商与普通供应商在采购协议上的主要异同。

(3) 补充说明“云仓”模式下，发行人与相关供应商的主要权利义务约定情况，供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库情形下，货物的损毁灭失风险承担如何分配。

(4) 以案例方式分别说明境内外订单采购、产品报关、物流、仓储、交付等全业务办理流程，自行报关进口、第三方报关进口的区别和各自规模。

(5) 补充说明为上下游合作伙伴提供“智能关务处理”“智能化仓储服务”的具体内容及业务规模，开展前述业务的合法合规性。

(6) 补充说明发行人向下游客户提供的信用期安排的主要操作流程，是否收取费用或存在与金融机构的业务合作安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明数据供应商和询价供应商在提供产品类型上的异同，供应商向发行人提供库存数据的条件和对价，以表格方式列示与数据供应商、询价供应商的采购协议主要条款上异同及其原因。

(一) 补充说明数据供应商和询价供应商在提供产品类型上的异同

数据供应商系通过 API 调用接口或 FTP 等形式定期提供数据包，向公司提供其库存数据的供应商；除数据供应商外，公司也会向其他供应商（即询价供应商）进行采购，主要系不愿或无法向公司提供自身实时库存数据的供应商。报告期内，公司向数据供应商和询价供应商采购产品类型情况如下：

产品类型采购占比	2022 年		2021 年		2020 年	
	数据 供应商	询价 供应商	数据 供应商	询价 供应商	数据 供应商	询价 供应商

产品类型采购占比	2022 年		2021 年		2020 年	
	数据 供应商	询价 供应商	数据 供应商	询价 供应商	数据 供应商	询价 供应商
半导体器件	76.23%	70.28%	76.19%	77.86%	69.30%	66.12%
被动器件	9.17%	10.10%	10.74%	8.69%	14.32%	13.67%
连接器	9.51%	12.15%	8.42%	5.48%	9.36%	6.19%
其他元器件	5.09%	7.46%	4.65%	7.97%	7.01%	14.02%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：上表为两类供应商中各产品品类采购占比情况

从上表可知，数据供应商、询价供应商向公司提供的电子元器件类别均覆盖了半导体器件、被动器件、连接器、其他元器件，在向公司提供产品类型上，两类供应商整体情况相近，不存在显著差异。

## （二）供应商向发行人提供库存数据的条件和对价

通常而言，随着合作稳定性和认可度的不断提升，部分供应商会选择进一步与公司开展数据合作。供应商向发行人提供库存数据的条件主要系要求发行人保障其数据安全。除上述条件外，就数据合作而言，不存在供应商要求相关对价的情形。

## （三）以表格方式列示与数据供应商、询价供应商的采购协议主要条款上异同及其原因

整体而言，采购协议中就货物采购相关的约定上，数据供应商与询价供应商主要条款涵盖的内容方面不存在重大差异。除此以外，数据供应商通常会订立额外的数据合作协议或在合同中增加关于数据合作条款的内容，就双方合作中的具体数据提供、保密等事项进行相关约定，上述条款系数据供应商与询价供应商在协议条款中的主要区别。下文主要以公司同德州仪器(TI)的数据合作条款为例，说明数据供应商关于数据合作条款的内容。数据供应商、询价供应商的采购协议主要条款上的异同情况如下：

合同	数据供应商	询价供应商
相同点	通常而言，数据供应商、询价供应商对于采购事项约定的条款主要为对订单交货方式、运输和报关方式、质量保证、责任限制等方面进行了约定。相关条款根据各家供应商会略有差异。	



合同	数据供应商	询价供应商
不同点	双方就数据合作、保密等相关内容进行了约定，具体情况已申请豁免。	无

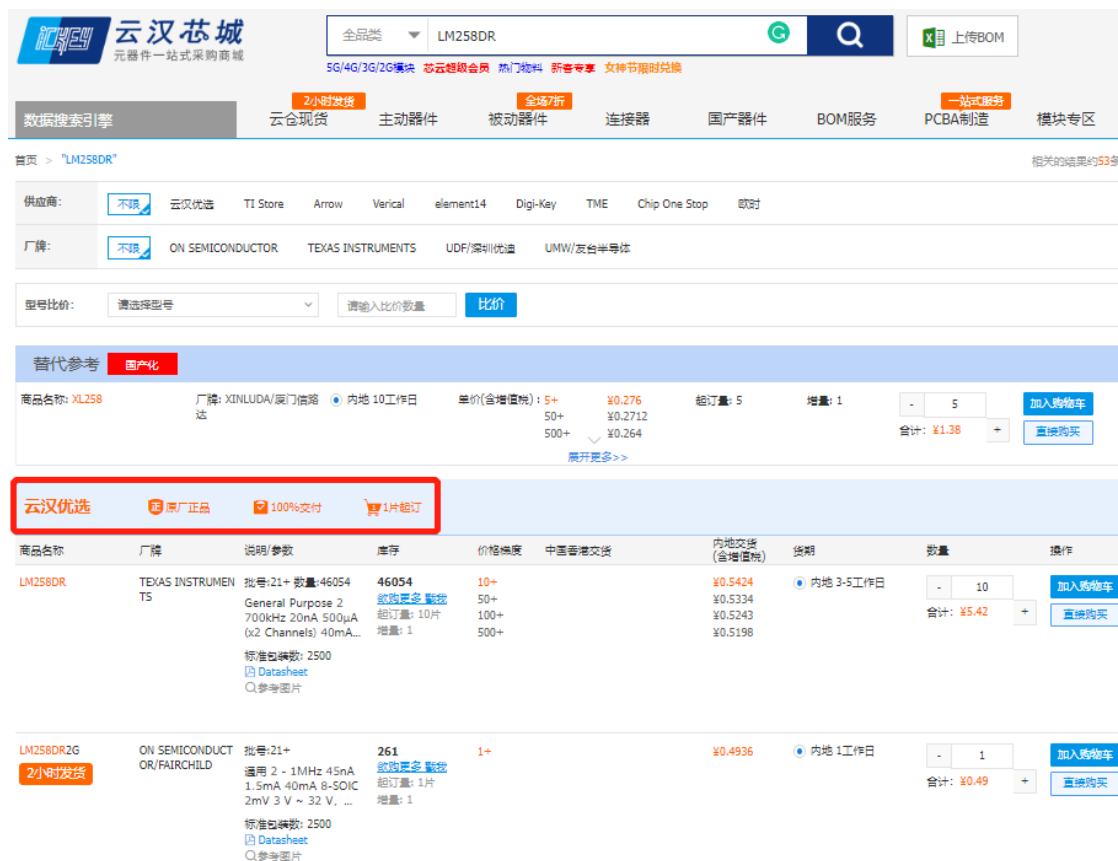
二、补充说明优质供应商、优选供应商分别的含义和标准，优选供应商在网页展示等方面是否对其他供应商形成排斥，优选供应商与普通供应商在采购协议上的主要异同

### （一）补充说明优质供应商、优选供应商分别的含义和标准

优质供应商，是指发行人为保障产品质量、供应渠道稳定性等，最终提升客户体验而选择合作的供应商，从某种程度上说，公司供应商均为优质供应商，该名词系公司为便于内部供应渠道管理而进行的宽泛定义。在实际管理过程中，基于合作供应商产品线特点、现货库存规模、渠道可追溯性、信息化管理能力等因素，在与供应商长期合作过程，发行人会动态调整开展合作的供应商。

优选供应商，是指发行人的一种数据化运营策略，即基于大数据开发的动态价值分析模型，公司对某一 SKU 的近期价格、交易规模、库存情况、相关供应商的产品渠道特点等进行综合分析，选择能够在该 SKU 的价格、供应能力等方面具备优势的供应商，作为该型号的优选供应商。当客户搜索该型号产品后，公司线上商城会将该供应商提供的 SKU 的价格、交期、库存数量等信息优先展示，并加上“云汉优选”的标识。从客户角度上看，“云汉优选”产品在价格、交期或可销售数量上通常具有一定优势，上述措施有利于客户更简单、更快捷对产品进行筛选和判断，降低客户搜索成本。

下图以客户搜索型号为“LM258DR”的电子元器件时公司线上商城相关展示为例：



公司开展“优选供应商”业务的主要目的系该模式能够提升该物料供应的确定性和持续性，此外，特定物料的聚焦采购能提升供应商对公司的支持力度，也能够降低采购成本，从而最终降低客户的购买成本。

## （二）优选供应商在网页展示等方面是否对其他供应商形成排斥

优选供应商策略，是发行人为降低客户搜寻成本，挑选出某些 SKU 产品进行“云汉优选”标识，旨在向客户展示，发行人在该 SKU 产品的交期、交付能力、价格、质量等供应能力方面具有较强保障。如上图所示，发行人以客户满意度为首要目标，线上商城对“云汉优选”产品进行网页展示时，同时会展示其他供应渠道，给与客户更多的选择权。在确定为优选供应商后，公司会基于供应价格、及时交付能力、稳定供货能力等因素，动态进行调整。整体而言，上述策略与业内择优选择合作供应商并无显著差异。

综上，优选供应商在网页展示等方面，不存在对其他供应商形成排斥。

### （三）优选供应商与普通供应商在采购协议上的主要异同

发行人与优选供应商、普通供应商（非优选供应商）签订的采购协议，在对产品质量及相关违约责任等约定上并未存在显著差异。

发行人与优选供应商会额外签订包括“优选供应商”相关条款在内的《供应商合作协议》。该协议约定了发行人将双方合作产品的库存数据展示在线上商城中的“云汉优选”模块，具体的主要条款如下：

（1）供应商应将优选合作产品的库存数据提供给发行人，由发行人在线上商城中的“云汉优选”模块中展示并出售，针对优选合作的同一 SKU 产品，发行人将优先向该供应商采购。

（2）供应商应保障合作产品相关数据符合发行人要求并及时更新，若发行人发现有不符之处（包括但不限于存在质量问题、数据不准确/真实/未及时更新、价格不具竞争力等），发行人将视情况给予供应商最长两个月的整改期。整改期满后若供应商提供的数据仍不符合发行人要求，发行人有权对双方合作产品及库存数据做下架处理。

（3）供应商应确保上述数据的可用性，发行人客户对上述数据进行询价或下单的，供应商应保证其数据自客户询价或下单之日起 5 个工作日内不发生变化。发行人客户根据上述数据所下订单时，供应商须承诺 100% 履单。

（4）若发行人客户在“云汉优选”模块询价的需求数量超过供应商在线上商城展示的库存数量，发行人应另行向供应商询价。

**三、补充说明“云仓”模式下，发行人与相关供应商的主要权利义务约定情况，供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库情形下，货物的损毁灭失风险承担如何分配**

**（一）补充说明“云仓”模式下，发行人与相关供应商的主要权利义务约定情况**

“云仓”系公司与供应商开展的一种合作模式，即公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由合作供应商提前将相关物料的合理货物量运送至公司仓库，待货物对外销售后双方

再进行结算的模式。

根据发行人与“云仓”模式下合作供应商签订的寄售协议，双方的主要权利义务如下：

主体	主要权利义务约定
发行人	<p>(1) 按每月或每周向供应商结算已销售合作产品的货款。发行人未按照约定支付供应商货款的，经催告后 5 日内仍未付款的，应当赔偿供应商实际损失。</p> <p>(2) 妥善保管供应商寄存的合作产品，如因发行人过错导致寄存在发行人处的合作产品毁损灭失的，发行人应当按照原采购价格予以赔偿。</p> <p>(3) 如因供应商提供的合作产品存在质量问题、监管部门要求或其他发行人书面认可的因素，导致供应商召回产品的，发行人应当予以配合。因产品召回引发发行人客户端的换货、退款、索赔等的，由供应商承担。</p> <p>(4) 双方合作终止后，发行人仓库尚有剩余未销售的合作产品的，发行人应在合作终止后寄回至供应商，但双方另有约定的除外。</p> <p>(5) 如供应商需要将货物召回的，运费由发行人承担。</p>
供应商	<p>(1) 供应商应按时、按量、按质将合作产品寄存至发行人指定地点，并按发行人要求补足发行人已销售部分的合作产品。</p> <p>(2) 供应商保证向发行人提供的产品信息均真实、准确、完整。产品信息包括但不限于产品规格、型号、厂牌、批次等。</p> <p>(3) 供应商应按约定将产品运至发行人指定地点，运费由供应商承担，产品交付发行人前的毁损灭失风险由供应商承担。</p> <p>(4) 供应商未能按时、按量向发行人提供产品的，经催告后 5 日内仍未交付全部产品的，应赔偿发行人实际损失（包括但不限于发行人客户取消订单、索赔等产生的损失）。</p> <p>(5) 供应商提供的产品不符合双方约定的，供应商应当予以退换货并承担相关费用。如因此造成发行人客户取消订单、索赔等的，供应商足额赔偿发行人损失。</p> <p>(6) 供应商供应给发行人的产品应为原厂原装正品，符合原厂出厂标准，以及国家和行业有关质量标准（以较高者为准）。否则，供应商应按照问题产品采购货值之叁倍向发行人支付违约金；若违约金不足人民币叁万元，则按照人民币叁万元进行赔付。如因此造成发行人客户取消订单、索赔等的，供应商足额赔偿发行人损失。发行人验收、销售合作产品的行为均不视为对合作产品质量的保证或认可。</p>

## （二）供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库情形下，货物的损毁灭失风险承担分配

根据发行人与相关供应商签订的协议规定，“云仓”模式下，供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，发行人应妥善保管供应商寄存货物，如因发行人自身过错而导致供应商寄存货物毁损灭失，公司按照双方约定的产品原采购价格予以赔偿。除此以外，在供应商货物实际销售给发行人之前，其余货物损毁灭失风险由供应商承担。

#### 四、以案例方式分别说明境内外订单采购、产品报关、物流、仓储、交付等全业务办理流程，自行报关进口、第三方报关进口的区别和各自规模

##### （一）以案例方式分别说明境内外订单采购、产品报关、物流、仓储、交付等全业务办理流程

公司电子元器件 B2B 销售业务根据供应商及客户类型可细分为境外采购境内销售、境内采购境内销售、境外采购境外销售三种主要类型，具体业务办理流程如下：

##### 1、境外采购境内销售

以境内某客户的境外采购产品订单 SF21\*\*\*\*\*21 为例，发行人的全业务办理流程如下：

序号	环节	实际案例流程
1	客户下单	2021 年 12 月 3 日，发行人接到大陆地区客户订单，包含客户名称、产品型号、数量等。
2	向供应商下单	2021 年 12 月 3 日，发行人向供应商下单。
3	供应商发货到香港	2021 年 12 月 8 日，货物运抵香港。
4	香港仓验收入库	2021 年 12 月 10 日，发行人香港仓库验收入库。
5	报关进口	2021 年 12 月 10 日，发行人执行报关工作。
6	深圳仓验收入库	2021 年 12 月 11 日，发行人深圳仓库验收入库。
7	销售出库	2021 年 12 月 11 日，发行人通过快递方式向客户发货。
8	客户签收/商品妥投	2021 年 12 月 12 日，快递公司将上述电子元器件送达指定地址，客户签收/商品妥投。
9	支付供应商货款	2022 年 1 月 10 日，发行人通过银行转账支付全部货款。
10	客户回款	2022 年 1 月 12 日，客户通过银行转账支付全部货款。

##### 2、境内采购境内销售

以境内某客户的境内采购产品订单 SF21\*\*\*\*\*01 为例，发行人的全业务办理流程如下：

序号	环节	实际案例流程
1	客户下单	2021 年 3 月 9 日，发行人接到大陆地区客户订单，包含客户名称、产品型号、数量等。
2	向供应商下单	2021 年 3 月 9 日，发行人向供应商下单。

序号	环节	实际案例流程
3	供应商发货到深圳仓库，深圳仓库验收入库	2021年3月11日，供应商将货物寄送至深圳仓库，深圳仓库验收入库。
4	销售出库	2021年3月12日，发行人通过快递的方式向客户发货。
5	客户签收/商品妥投	2021年3月13日，快递公司将上述电子元器件送达指定地址，客户签收/商品妥投。
6	支付供应商货款	2021年3月24日，发行人通过银行转账支付全部货款。
7	客户回款	2021年4月20日，客户通过银行转账支付全部货款。

### 3、境外采购境外销售

以境外某客户境外采购产品订单 SC21\*\*\*\*\*01 为例，发行人的全业务办理流程如下：

序号	环节	实际案例流程
1	客户下单	2021年11月29日，发行人接到香港客户订单，包含客户名称、产品型号、数量等。
2	向供应商下单	2021年11月29日，发行人向供应商下单。
3	供应商货抵香港	2021年12月7日，货物运抵香港。
4	发行人香港仓验收入库	2021年12月8日，发行人香港仓库验收入库。
5	销售出库	2021年12月8日，发行人通过快递的方式向客户发货。
6	客户签收/商品妥投	2021年12月9日，快递公司将上述电子元器件送达指定地址，客户签收/商品妥投。
7	支付供应商货款	2021年12月23日，发行人通过银行转账支付全部货款。
8	客户回款	2022年1月14日，客户通过银行转账支付全部货款。

#### (二) 自行报关进口、第三方报关进口的区别和各自规模

报告期内，公司共有两种报关进口模式，即自行报关和第三方代理报关。自行报关进口与第三方报关进口的区别主要系报关主体和报关流程不同。

公司自行报关进口是指当公司境内主体自境外采购货物时，由发行人主要负责报关的子公司（深圳芯云、广州芯云）进行报关进口。报关完成后，相关产品运送至公司深圳仓库并验收入库。第三方报关进口是指当公司境内主体自境外采购货物时，境内主体委托第三方代理报关公司进行报关进口，报关完成后，相关产品同样运送至公司深圳仓库并验收入库。

报告期内，公司自行报关业务和通过第三方代理报关业务规模情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自行报关进口	169,811.07	100.00%	172,604.20	100.00%	75,013.82	98.19%
第三方报关进口	-	-	-	-	1,382.66	1.81%
合计	169,811.07	100.00%	172,604.20	100.00%	76,396.48	100%

注：上表中的报关数据系公司报关进口的实际金额，本反馈问题（二）之“九、补充说明报告期各期分地区产品采购情况，结合中美贸易战等国际事件，量化分析公司经营受到的具体影响”回复中的进口报关金额系公司境内各主体抵消内部交易后的合并口径报关进口总额，两者间存在少量差异。

报告期内，公司通过第三方报关进口的业务规模逐年减少，自行报关进口的业务规模逐年增加。2021年起，公司报关进口模式全部为发行人自行报关进口，主要系①发行人报关进口产品种类繁多多样，金额小且批次较多，报关类型专业度较高，第三方代理报关公司通常难以对发行人报关需求做出及时、迅速反应；而发行人基于自身多年运营积累的数据资源提炼出标准化的进口报关分类数据，能够快速对报关产品进行归类，时效性更强。②发行人在深圳和广州设立了主要提供报关服务的子公司深圳芯云与广州芯云，上述两家子公司均已取得合法报关资质。广州芯云于2022年5月7日取得中国海关AEO高级认证，可享受便捷通关优势（包括较低进出口货物查验率、优先办理进出口货物通关手续及相关业务手续、海关为企业设立协调员等），能够有效缩短通关时间和简化通关手续。另外，深圳芯云与广州芯云汇集公司报关人员、资源，统一管理公司的报关业务，能够提供高效报关服务，并且可及时处理当地报关问题（如海关查验）等，保障报关工作高效完成。

五、补充说明为上下游合作伙伴提供“智能关务处理”“智能化仓储服务”的具体内容及业务规模，开展前述业务的合法合规性

（一）为上下游合作伙伴提供“智能关务处理”“智能化仓储服务”的具体内容及业务规模

### 1、智能关务处理

为了提高公司境外采购报关效率，依托在电子元器件商品报关所积累的海量产品信息，公司开发了专业化的关务信息系统，提炼了**86.71万**个型号产品的进

口报关分类数据，能够实现准确、快速地完成单据生成以及海关申报工作。2020年、2021年、**2022年**，凭借在智能关务处理方面所积累的技术能力，公司尝试帮助部分合作伙伴进行代理报关服务，分别确认了0.92万元、0.85万元、**0万元**的其他业务收入，收入规模较小。

## 2、智能化仓储服务

为进一步提升客户体验，公司建设了符合电子元器件安全、储存标准的智能化仓库，同时打造了一支熟悉电子元器件仓库作业的队伍。基于公司自主研发的仓储管理系统（WMS），报告期内，公司能为合作伙伴提供智能化仓储服务，主要包括如下内容：

（1）基于线上商城搜索、交易信息，公司同部分供应商开展“云仓”合作模式，即公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，待相关物料实际销售后，公司与供应商进行结算，这一模式提升了客户对于电子元器件供应可靠性和及时性的体验，一定程度上也降低了合作伙伴的物流成本及分拣理货等订单处理成本，利用公司高效的信息化系统和仓储物流体系提升了电子产业供应链的交易效率。“云仓”模式系发行人为提升客户满意度而提供的业务模式，在该模式下，公司只在产品实现销售后确认商品销售收入，未因提供仓储服务而直接取得相应收入；

（2）基于电子元器件及相关大数据资源优势，在供应商发货数据、产品销售情况等数据基础上，公司利用自动化算法，自建高效仓储管理系统（WMS）。该系统具有如下优点：①能够提前规划货位，提高发货效率；②可自动规划拣货路径，避免拣货人员无效找寻，提高了单位时间内的拣选量和准确度；③可与手持终端（PDA）、便携式打印机等多终端对接，实现快速发货。凭借该系统，公司在大幅提升自身采购入库、仓储效率的同时，也具备了单独向具有仓储需求的合作伙伴提供了包括收货、库存管理、发货管理在内的仓储服务的能力，2021年起，公司开始尝试为少数合作伙伴提供相应的智能化仓储服务，主要业务流程包括接收其供应商送货并上架入库、接收客户发货清单进行备货、将货物运输至客户指定第三方等。2021年、**2022年**，公司该项服务共计确认其他业务收入110.55万元、**171.61万元**。



综上所述，报告期内发行人“智能关务处理”、“智能化仓储服务”业务对应收入规模较小，均计入其他业务收入。

## （二）开展前述业务的合法合规性

公司对外提供的智能关务处理服务涉及业务为代理报关服务，运营主体深圳芯云已根据《海关法》、《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》、《对外贸易法》、《对外贸易经营者备案登记办法》等相关法律法规，办理并取得相应资质，包括对外贸易经营者备案登记表、海关进出口货物收发货人备案回执，其作为进出口收发货人可为第三方提供代理报关服务。

智能化仓储服务的运营主体深圳汉云经营范围中已包含“仓储服务”，根据法律法规无需取得特别资质。

公司已取得深圳市福中海关出具的关于深圳芯云、深圳汉云的确认函，确认上述两家公司报告期内在深圳海关关区无违法违规情况，此外，发行人还取得了深圳市市场监督管理局、信用广东平台出具的合规证明，确认上述两家公司没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。综上，发行人开展上述业务合法合规。

**六、补充说明发行人向下游客户提供的信用期安排的主要操作流程，是否收取费用或存在与金融机构的业务合作安排。**

### （一）补充说明发行人向下游客户提供的信用期安排的主要操作流程

发行人向下游客户提供的信用期安排的主要操作流程包括申请阶段及后续的信用管理，具体情况如下：

**1、信用申请：**①客户基于自身需求，向发行人提出授信申请；②发行人综合考虑该客户的成立时间、注册资本、股东情况、诉讼情况等公开信息及该客户历史交易规模、回款情况、预计未来订单规模等因素，参考 AI 智能算法的授信辅助评价模型“云信系统”的测算结果，确定该客户的信用额度（即赊销额度）与信用期限（即账期天数），通常而言，客户首次申请信用期支持时，若通过审核后，公司会给予 30 天账期支持，后续账期调增或首次账期天数大于 45 天的客户，则需要额外审核流程通过后方可实施；③发行人按照《授信额度管控规则》，根据信用期限具体情况履行相应审批流程，信用期限较长则需要首席财务官审核。

**2、后续信用管理：**公司会基于客户实际交易情况、信用履行状况等，对客户的信用期政策等进行动态评估和调整。客户信用期限延长时，信用期安排的主要操作流程与信用期申请首开时相同；客户应收账款出现逾期时，系统将自动冻结授信；授信解冻时，根据逾期天数不同，针对性增加审批环节，最高级别需经过销售经理、运营经理、财务部门及法务部门的共同审核，若客户存在经营风险或连续逾期等异常情形时，不予解冻**并在客户回款后**停止授信；停止授信后，原则上不允许重新开通，若需重新开通，需经首席财务官审批。

综上，发行人向客户提供信用期安排主要基于客户自身业务规模等因素，在后续业务往来中会根据客户需求及合作情况进行信用期调整。

## **（二）是否收取费用或存在与金融机构的业务合作安排**

双方均按照信用政策协议内容进行交易，对于收款、结算等业务的相关辅助业务均不收取费用，亦不存在与相关金融机构的业务进行合作的情形。

## **七、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见**

### **（一）核查程序**

1、对发行人销售、采购方面负责人进行了访谈，了解了发行人供应商的选择方法、发行人各业务开展方式和采购模式。

2、获取了发行人与数据供应商签订的数据合作协议，获取了发行人与优选供应商签订的优选合作协议，与非数据或非优选供应商的采购协议中主要条款进行了对比分析。

3、获取“云仓”模式下供应商与发行人订立的协议。

4、随机选取具体案例，了解境内外订单采购、产品报关、物流、仓储、交付等全业务办理流程，获取自行报关进口、第三方报关进口数据。

5、对发行人关务、仓储、“云仓”等业务负责人进行了访谈，并取得了报告期内相关业务数据。

6、查阅了发行人信用政策的内部管理制度，了解了财务部门对于信用政策管理的具体流程。

7、查阅了深圳芯云、深圳汉云的合规证明文件。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、数据供应商和询价供应商在提供产品类型上无明显差异。供应商向发行人提供库存数据的主要条件为保密要求，不存在供应商要求相关对价情形；数据供应商与询价供应商主要条款涵盖的内容方面不存在重大差异，除此以外，数据供应商通常会订立额外的数据合作协议或在合同中增加关于数据合作条款的内容，就双方合作中的具体数据提供、保密等事项进行相关约定，上述条款系数据供应商与询价供应商在协议条款中主要区别。

2、优质供应商，是指发行人为保障产品质量、供应渠道稳定性等，从而最终提升客户体验而选择合作的供应商；优选供应商，是指发行人的一种运营策略，即基于大数据开发的动态价值分析模型，公司对某一 SKU 的近期价格、交易规模、库存情况、供应商渠道稳定性等进行综合分析，选择能够在该 SKU 的价格、供应能力等方面具备优势的厂商，作为该型号的优选供应商；优选供应商在网页展示等方面不会对其他供应商形成排斥。

3、“云仓”模式下，发行人与相关供应商权利义务集中于产品质量、责任承担等方面，公司仅承担因自身过错而导致供应商寄存在公司的合作产品毁损灭失风险，公司按照双方约定的产品原采购价格予以赔偿。除此以外，其余货物损毁灭失风险由供应商承担。

4、报告期内，公司通过第三方报关进口的业务规模逐年减少，自行报关进口的业务规模逐年增加。2021 年起，公司报关进口模式全部为发行人自行报关进口，相关变化具有合理性。

5、“智能关务处理”主要为发行人利用专业化的关务信息系统，为上下游合作伙伴提供代理报关服务，“智能化仓储服务”主要包括“云仓”业务和利用公司仓储系统、体系为上下游合作伙伴提供仓储服务，相关业务规模较小、合法合规。

6、发行人向下游客户提供的信用期安排的过程中，不存在收取费用或与金融机构的业务合作安排之情形。

## 问题 5、关于经营合法合规性

申请文件显示：

（1）截至 2021 年 6 月 30 日，公司注册用户数超过 43 万，累计服务客户超过 7 万家。

（2）现货分销商良莠不齐，客户常面临质量不可靠甚至假货（包括翻新货）等问题。

（3）公司从海量业务数据中提炼出涵盖多维度信息的各类标准化数据库，提升在元器件选型、替代推荐、需求预测、授信、质检、报关等应用场景的服务能力及公司整体运营效率。

（4）公司的外汇收支业务主要涉及电子元器件的外币进口采购和部分产品在香港地区的外币结算销售，业务涉及币种包括美元、港币、英镑等。

请发行人：

（1）补充说明用户、供应商数据收集的合法合规性，收集信息是否均已取得同意，是否存在侵犯用户、供应商隐私权、商业秘密或知识产权等行为。

（2）补充说明就保障业务开展的数据安全性、合法合规性已建立的制度措施情况及其执行有效性，是否曾发生数据泄露、违规等情形。

（3）补充说明与供应商、客户关于产品质量责任的主要约定，是否曾发生因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的纠纷，报告期因产品质量、交付时间等问题产生的退换货、赔偿的情况。

（4）补充说明所有进出口商品是否均按规定履行相关报关程序，发行人商品进口、出口商品是否存在偷税、漏税或其他税务不合规风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、用户、供应商数据收集的合法合规性，收集信息是否均已取得同意，是否存在侵犯用户、供应商隐私权、商业秘密或知识产权等行为

**（一）用户数据收集的合法合规性**

**1、发行人收集的用户信息的来源和内容**

发行人经营活动中涉及收集用户信息的场景主要包括 ICkey 线上商城和电子芯吧客网站，具体情况如下：

**（1）ICkey 线上商城：**为了使用相关功能，用户通常会在 ICkey 线上商城上注册账户。由于绝大部分 ICkey 线上商城的下单用户为企业客户，发行人收集的个人信息为其负责注册账户和执行订单人员的个人信息。在用户注册阶段，用户必须填写的个人信息为账户名、密码及手机号码；在下订单阶段，用户必须填写的个人信息包括收货人姓名、收货地址及手机号码。除此之外，发行人还收集用户在使用线上商城而产生的浏览搜索记录、交易记录等信息。

**（2）电子芯吧客网站：**系主要面向电子工程师的技术支持网站，为使用相关功能，用户也通常会注册账户。在用户注册阶段，用户必须填写的个人信息为账户名、密码、姓名、手机号码；若用户申请并获得电子元器件样品的试用服务，用户必须填写的个人信息包括收货人姓名、收货地址及手机号码。除此之外，发行人还收集用户在使用电子芯吧客网站而产生的浏览搜索等相关行为信息。

除上述 ICkey 线上商城网站、电子芯吧客网站外，报告期内发行人还运营云汉芯城 APP、云汉芯城微信小程序及公众号。由于公司绝大部分客户为企业，企业执行采购的员工主要在工作时间下单，因此 PC 端 www.ickey.cn 网站更符合工作场景使用习惯，为客户登录发行人线上商城的主要入口，系发行人绝大部分营业收入的来源渠道。APP、微信公众号及小程序等仅作为 PC 端的补充，该等渠道所获营业收入占比在报告期内均较低。发行人通过 APP、微信公众号和小程序在报告期各期实现的收入占各期总收入的比重在 1% 左右。

**2、用户数据收集的合规性**

根据《网络安全法》的有关规定，网络运营者收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，公开收集、使用规则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络运营者不得收集与其提供的服务无关的个

人信息。根据《个人信息保护法》的相关规定，个人信息是以电子或者其他方式记录的与已识别或者可识别的自然人有关的各种信息，不包括匿名化处理后的信息。收集个人信息应当具有明确、合理的目的；应当限于实现处理目的的最小范围，不得过度收集个人信息；应当遵循公开、透明原则，明示处理的目的、方式和范围。

就公司运营的 ICkey 线上商城网站、电子芯吧客网站，公司收集的相关用户信息系出于满足 ICkey 线上商城的核心功能——线上分销，以及电子芯吧客网站的核心功能——注册、登录及浏览的目的。具体而言，发行人收集的个人信息主要是为了满足 ICkey 线上商城验证用户身份有效性、交付货物，以及满足电子芯吧客网络实名制监管的相关要求。发行人收集的上述用户个人信息的内容、范围、目的均包含在用户协议、隐私协议中，且已在用户注册时提示用户阅读并取得用户同意，并在 ICkey 网站、电子芯吧客网站公示。因此，发行人通过 ICkey 线上商城网站、电子芯吧客网站收集用户个人信息的行为符合合理性、必要性及公开性的原则，已取得用户的事先同意，符合法律法规的相关规定。

发行人通过 ICkey 线上商城网站、电子芯吧客网站收集的企业用户交易行为信息系发行人在经营过程中自然累积的业务经营数据，发行人将该等信息提炼为标准化脱敏数据库，用于辅助发行人业务经营、提升内部运营效率。发行人前述收集企业用户交易行为信息事项在发行人相关网站的用户协议、隐私协议中进行了约定，在用户注册时提示用户阅读并取得用户同意。因此，公司就用户交易行为信息的数据收集，已取得相关用户的同意，合法合规。

就发行人运营的云汉芯城 APP、云汉芯城微信小程序及公众号，经发行人自查，并经发行人聘请的第三方信息安全检测机构对云汉芯城 APP、公众号及小程序进行个人信息保护评估检测，发现云汉芯城 APP、微信小程序及公众号在搜集用户信息方面主要存在如下问题：

（1）收集使用个人信息规则（即隐私政策）在内容的完整性和提示方式上存在缺陷；

（2）超出用户同意权限收集使用个人信息，如用户首次打开 APP 时，在用户明确同意隐私政策前，通过弹窗等形式提前申请开启可收集个人信息的权限；

（3）违反必要原则，收集与提供的服务无关的个人信息，如搜集运动与健

康权限、麦克风权限等（但该等数据发行人未存储，也未进行后续使用）；

（4）未提供有效的更正、删除个人信息或撤回同意的途径；

（5）未脱敏展示手机号码等个人信息。

针对上述问题，发行人的整改情况如下：

（1）APP 从所有应用市场下架。已下载的 APP 关停处理，不再提供服务；整改前超出必要原则搜集的信息已删除。

（2）对云汉芯城公众号和小程序采取以下整改措施：

①完善“隐私政策”中的相关内容，逐一列举说明各业务功能收集使用的必须信息、非必须信息范围，调用的敏感权限和使用的第三方 SDK 等情况；

②用户首次打开产品或服务、注册账户等时，以“弹窗”等更明显形式提醒用户阅读并了解个人信息保护政策的主要或核心内容，即使用户不同意，也能正常使用应用；

③小程序中，为满足“最小必要”原则，去除非必要信息的获取。对于必要信息，获取前需用户同意。提供有效的注销用户账号、信息更正或信息删除途径。会员信息界面、个人中心界面脱敏展示手机号码等个人信息；

④整改前超出必要原则搜集的信息已删除；

⑤发行人主动与专业信息安全检测机构签订合同，开展长期合作、定期评估。

2022 年 9 月 6 日，发行人完成整改后上线了新版的公众号和小程序。第三方信息安全检测机构根据《信息安全技术个人信息安全规范》《App 违法违规收集使用个人信息行为认定方法》等规定要求对云汉芯城微信小程序、公众号进行了检测，并且出具了检测报告，确认云汉芯城微信小程序、公众号现已不存在违规情况。

## （二）供应商数据收集的合法合规性

发行人通过与供应商签署数据合作协议或合作框架协议的方式收集供应商的商品信息，如商品型号、品牌、库存数量、价格等。发行人与供应商在上述协议中具体约定供应商提供的信息的用途、范围、保密、知识产权保护等内容。因此，发行人取得供应商的商品信息已取得了供应商的同意，对供应商的数据收集以发行人与供应商的相关协议为依据，合法合规。根据国家企业信用信息公示系

统、信用中国、企查查、中华人民共和国互联网信息办公室、中华人民共和国工业和信息化部、上海市通信管理局网站的查询结果，截至本反馈回复出具日，发行人不存在因违法违规收集个人信息或因泄露个人信息而被有关部门行政处罚的情形。

报告期内发行人收集的用户、供应商信息仅用于自身业务使用，未利用该等信息进行非法交易或从事违规盈利行为，不存在侵犯用户、供应商的隐私权、商业秘密或知识产权的行为，亦不存在相关诉讼或仲裁。根据在中国裁判文书网等公开渠道进行查询得到的结果，报告期内发行人及其子公司不存在因侵犯用户、供应商的隐私权、商业秘密或知识产权而产生的相关诉讼。

综上，发行人通过 ICkey 线上商城和电子芯吧客网站收集用户的信息已取得用户的同意，符合法律法规的相关规定；报告期内发行人通过所运营云汉芯城 APP、云汉芯城微信小程序及公众号开展少量业务，该等 APP、微信小程序及公众号在个人信息保护方面存在部分违规行为，发行人已积极进行整改，关停云汉芯城 APP，整改完成后的微信小程序及公众号已经第三方检测机构检测不存在违规情况；报告期内发行人收集供应商的信息已取得供应商的同意，符合法律法规的相关规定。报告期内发行人不存在侵犯用户、供应商的隐私权、商业秘密或知识产权的行为。

## 二、就保障业务开展的数据安全性、合法合规性已建立的制度措施情况及其执行有效性，是否曾发生数据泄露、违规等情形

根据《信息安全等级保护管理办法》的相关规定，发行人已就其 ICkey 线上商城及电子芯吧客网站的信息系统向上海市公安局进行了安全等级保护备案。具体如下：

备案主体	备案证书编号	备案内容
云汉天启	31011799032-19001	第三级云汉芯城电子产业服务平台系统
固越电子	31011799005-19001	第三级电子芯吧客系统

发行人已根据《信息安全等级保护管理办法》的相关规定，每年聘请有资质的外部机构对其信息系统进行等级保护测评，建立并执行了相关信息安全管理措施，具体情况如下：



类别	主要内容
主机安全管理	<p>(1) 所有针对生产环境的服务器和数据库的访问在授权后均通过 LDAP 集中账户认证，密码复杂度满足一定要求，并定期修改。</p> <p>(2) 所有对生产环境的服务器和数据库的访问只能通过堡垒机访问，堡垒机针对配置的角色执行权限控制和行为审计，非法操作会直接禁止操作。</p> <p>(3) 线上核心服务器部署了主机安全软件和防火墙，针对非法访问、攻击以及入侵等行为集中管控。安排专人定期对主机安全软件点检，保障有效运行。</p>
访问安全管理	<p>(1) 读取安全 针对生产环境数据库的读取访问，经授权后仅能通过 JUMPSERVER 系统访问，访问的 IP 等均设置相关限制；数据库操作均会做审计和录屏，可溯源等。</p> <p>(2) 变更安全 数据变更仅能通过运维发布系统的自动、人工审查后才能执行。并针对生产环境数据库的访问操作进行审计等。</p> <p>(3) 物理安全 机房和服务器通过防火墙隔离；办公电脑及服务器均安装防病毒服务；测试环境与生产环境不能互相访问；所有针对生产服务器的访问必须经过堡垒机访问，所有使用生产环境堡垒机的需求必须通过 OA 流程审批；服务器之间访问，除了限制超级管理员外，只能通过密钥进行访问，并且通过 IP 白名单限制来源用户；生产机房门是常闭状态，进入生产机房需要有单次授权的门卡才能进入等。</p>
数据安全及备份和恢复管理	<p>对数据库进行每日自动备份，备份分为本地备份，异机备份和异地备份，备份存储须有一定时间周期；数据库备份使用特定离线存储方式存储；每天对数据备份结果进行检查；使用数据加密技术，保护备份数据传输和存储安全等。定期对备份数据做恢复测试，并形成报告。</p>
网络安全管理	<p>核心网络节点和服务器节点均采用冗余架构；利用网络技术保护真实 IP，自动识别常见攻击行为，自动拦截恶意攻击；设置专门防火墙，限制对数据库直接访问，所有针对数据库的访问只能在专有网段访问；针对搜索和商品数据进行了应用层安全防护，能自动识别机器人并进行访问限制；网站前台用户登录入口需通过人机交互验证，必须在特定时间完成特定动作才能登录；对所有用户请求做识别，避免被非法攻击等。</p>
运维管理	<p>定期有专人对机房的温湿度、UPS、防火、防雷等巡检，针对硬件设备、网络、应用服务有完备的监控和报警体系，出现严重问题会第一时间自动电话通知到相关人员处理；定期对网站进行安全扫描；准时将运行日志、操作日志归档到日志服务器中并每天对日志进行分析和检查确保服务运行正常；每天指定专人对各服务运行情况进行检查并留档等。</p>
组织机构及人员管理	<p>设定专人对信息系统安全制度和规范进行定期审核和配合安全等保测评；针对新入职员工进行信息系统安全意识培训及考核；核心岗位人员入职时必须签署保密协议；人员离职当天，管理员根据离职手续关闭访问公司网络、业务系统的权限等。</p>
安全管理制度	<p>发行人制定了《安全事件管理制度》《数据备份与灾难恢复制度》《变更管理规范》《故障及处理流程管理制度》《机房管理制度》《账号及权限管理细则》《人员信息安全管理》《设备安全管理制度》《网络安全管理制度》《系统运维管理制度》《信息安全管理细则》《信息安全组织机构》《信息系统一般控制制度》等相关制度并有效执行。</p>

综上，发行人就保障业务开展的数据安全性、合法合规性已建立了相关制度措施并有效执行。此外，通过企查查等公开渠道进行查询得到的结果，报告期内

发行人不存在因数据泄露、数据违规而受到行政处罚的情形。

三、与供应商、客户关于产品质量责任的主要约定，是否曾发生因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的纠纷，报告期因产品质量、交付时间等问题产生的退换货、赔偿的情况

(一) 与主要供应商关于产品质量责任的主要约定

发行人的供应商主要可分为原厂、授权代理商、独立分销商三类。按照供应商类别划分，公司与主要供应商关于产品质量责任的主要约定如下：

供应商类型	供应商示例	主要约定
原厂	德州仪器 (TI)	<p>根据德州仪器官网公示的《德州仪器 (TI) 中国销售有限公司和德州仪器 (TI) (上海) 有限公司 (以下统称为“TI”) 销售条款》：</p> <p>(1) TI 向买方保证每个 (i) 封装集成电路产品在 TI 或 TI 授权经销商交付之日起 12 个月内均符合 TI 针对该产品发布的规格，(ii) 晶圆和裸片产品在 TI 或 TI 授权经销商交付之日起 30 天内均符合 TI 针对该产品发布的规格，且 (iii) 评估套件在 TI 或 TI 授权经销商交付之日起 90 天内无材料或工艺缺陷。但非因 TI 原因引起的商品不合格等情形除外。</p> <p>(2) 如果买方未在交付后 10 个工作日内通知 TI 任何明显的商品缺陷，或者未在发现任何隐藏缺陷后 10 个工作日内通知 TI 该缺陷，则买方对 TI 提出的索赔无效。</p> <p>(3) TI 可自行选择维修或更换不符合上述保证的商品，或将此类商品的款项存入买方的账户。</p> <p>除上述规定外，商品、晶圆图和所有相关文档均按“原样”提供，且不保证没有瑕疵。</p> <p>(4) 按照适用法律及 TI 的质量保证条款应该退换货的情况下，TI 将在收到货物后的 30 个工作日内退还，邮费、包装费等不退。不符合前述情况的不予退货。</p> <p>(5) 如果买方因为 TI 的商品直接侵犯了美国、加拿大、日本或欧盟成员国的专利（实用新型专利除外）、版权或商业秘密的事由被起诉，TI 将应诉。如最终裁决买方承担赔偿责任，则 TI 将承担相关赔偿责任。</p> <p>(6) TI 的责任限制：TI 不承担间接、惩罚性等损失；在导致诉讼理由的事件发生超过 12 个月之后，不得针对 TI 提出任何索赔或诉讼；对于评估类商品，TI 所承担的赔偿总额不超过在之前 12 个月期间买方就相关特定评估类商品向 TI 支付的总金额。</p>
授权代理商	艾睿 (Arrow)	<p>根据艾睿官网公示的《销售条款和条件》：</p> <p>(1) 卖方对于其错误组装或订制所造成的商品瑕疵，于交货后 90 日内给予担保。所有其它由卖方的供应商（下称“制造商”）提供的商品及组装或订制商品使用的组件和材料，由制造商按其标准担保条款的规定与限制提供担保，该担保规定明确取代其他任何明示或默示的担保规定。如买方提供了充分和有效的证据证明商品存在瑕疵，买方将基于卖方的选择而获得下述其中之一的救济（如有）：a. 退还买方购买价款；b. 修复卖方或制造商认定之瑕疵；c. 或更换任何此类产品。</p>

供应商类型	供应商示例	主要约定
		<p>(2) 如果卖方或制造商未予提供任何相关保证, 买方将“按现状”购买所有此类产品和服务, 并知晓该类产品和服务没有相关保证。</p> <p>(3) 卖方对于已经出售的货物不接受无理由退货。货物交付后 10 天内, 若买方未以书面方式通知卖方有关商品或服务的任何短缺、损坏或瑕疵, 买方视为已接受商品或服务。任何退货或退款必须遵守卖方的退货或退款政策。如果买方拒绝接受任何产品交付, 或未经卖方授权退回任何产品, 卖方将在 20 天内持有该产品并等待买方的指示。若超过前述期限, 卖方将视为该产品已被遗弃并处置, 并且扣减买方的应付款。</p> <p>(4) 除前述保证外, 卖方或制造商对买方的完全或部分由以下情形造成的任何索赔、损失、损害或费用不承担责任: a.任何产品或服务的任何不足或缺陷(无论是否有相关的任何保证); b.任何产品或服务的使用或性能; c.卖方任何未履行或延迟履行, 或任何特殊的、直接的、间接的、偶然的、无论如何造成的更换货物或服务、返工、数据丢失、后果性、惩戒或惩罚性损害, 无论买方是否已经告知卖方任何此类损害的可能性。在任何情况下, 无论基于何种理由, 卖方的责任都不超过所提供的产品或服务的价格。</p>
独立分销商	《质量保证协议》	<p>《质量保证协议》:</p> <p>(1) 质量要求: 卖方保证买方购买的货物均为原厂原装正品, 产品包装、标识及产品质量等均符合原厂出厂标准、国家和行业有关质量标准(以较高者为准), 不接受非原装及质量异常的一切货物。对质量技术标准有争议的, 以原厂、第三方出具的检测报告或权威机构的说明为准。</p> <p>(2) 质量责任:</p> <p>a.异常货物(包括但不限于货物氧化、管脚损伤、表面划痕、打磨、散料丝印不统一、批次不统一、多段卷带拼接、丝印不清晰等), 买方有权拒收并退回, 货物退回的运费由供应商自行承担。</p> <p>b.如供应商交付的货物为旧料、翻新料、拆机料、散新料、非原厂原装正品等不符合质量要求的产品, 确认属实, 买方有权要求退换货或拒收, 货物退回的运费由供应商自行承担。供应商同意按照问题产品的采购货值之三倍向买方支付违约金, 若违约金不足 3 万元, 按照 3 万元进行赔付。</p>

## (二) 与主要客户关于产品质量责任的主要约定

发行人客户较为分散, 发行人与大部分客户关于产品质量责任的约定主要适用公司线上商城官网公示的《订单提交协议》、“购物指南”的“售后服务”等相关内容, 主要约定内容如下:

序号	主要约定
1	买方应在收货后 2 周内完成验收。对于交货产品数量不符等问题, 买方应在收货后 2 周内提出, 逾期将不予受理。买方如对交货产品质量存有异议, 应在收货后 3 个月内提出, 并按照卖方的售后管理规定提交售后申请, 逾期或未按规定提交售后的, 卖方将不予受理。根据法律规定及合作商明确要求, 属于 NCNR (不退不换) 的型号即使发生延期交付、数量变动等情况, 卖方不受理退换货请求。
2	售后服务受理条件: a.因实际收货数量不符、规格型号不符、外观瑕疵、包装破损等非产品性能问题需要退货的客户, 应在验收期内提出退货申请, 至迟不应超过

序号	主要约定
	收货后的1个月，逾期恕不受理。因产品质量问题需要退货的客户，在收货后的3个月内可提出退货申请，逾期恕不受理。b.退货产品，请务必保留完整的原包装（包括外包装、内填充物）及确保货物标签完好，货物标签是云汉芯城与供应商协调退货的凭据，如有遗失，将无法受理。c.如因产品质量问题申请退货，客户需提供详细的英文版性能检测报告作为云汉芯城与供应商的协商依据。如有必要，还需提供双方认可的第三方英文检测报告。d.已开具发票的订单在退货申请通过后，需退回发票。存在下列情形的，售后服务不予受理：a.产品原包装和货物标签有损坏缺失。b.已上机使用/测试过的产品。c.非产品性能问题，收货时间超过1个月；产品质量问题，收货时间超过3个月。（以快递签收日期为准）。d.已开具发票遗失。e.用户自身原因造成的误订错订。
3	假货赔付：针对经检测判定为假货的商品，云汉芯城将全额退还所涉货款，并给予该货款未税部分等额的赔偿，单笔订单赔付金额不超过50万元。

### （三）是否曾发生因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的纠纷，报告期因产品质量、交付时间等问题产生的退换货、赔偿的情况

根据发行人与客户签署的主要销售合同、订单，以及发行人官网公示的售后政策，发行人保证其销售的产品为原厂正品，承诺经检测判定为假货的商品，发行人将全额退还所涉货款，并给予该货款未税部分等额的赔偿，但单笔订单赔付金额不超过50万元。除假货之外的其他产品质量问题，发行人与客户通过发行人的售后服务渠道进行协商处理，根据产品质量产生的原因，通过退换货或赔偿的方式处理。

报告期内发行人因产品质量问题（主要包括产品损坏、氧化问题、性能不符等）、交付时间产生的退换货、赔偿金额如下：

单位：万元

事由	2022年	2021年	2020年
<b>质量问题</b>	<b>451.11</b>	<b>279.27</b>	<b>123.72</b>
其中：运输损坏	83.55	83.02	36.76
产品氧化	158.28	85.89	23.57
性能不符	209.29	110.36	63.39
<b>交期问题</b>	<b>9.97</b>	<b>8.83</b>	<b>8.26</b>
<b>合计</b>	<b>461.09</b>	<b>288.10</b>	<b>131.98</b>
<b>占当年营业收入比重</b>	<b>0.11%</b>	<b>0.08%</b>	<b>0.09%</b>

注1：运输损坏主要指：产品因运输中受到挤压、抛掷、水浸等引起的产品或包装损坏；

注2：产品氧化主要指：产品因存放时间较长或保存不当造成的诸如引脚、金属表现氧化，导致产品可焊性降低等；

注3：性能不符主要指：除产品氧化外，产品实测性能与产品标识存在偏差等。

在发行人因产品质量问题或交付时间问题对客户履行退换货或赔偿责任后，发行人会根据其与供应商对产品质量保证、交货等相关约定，进一步要求供应商承担相应责任。报告期内，在发行人因产品质量、交付时间对客户承担的退换货、赔偿责任金额中的大部分均由供应商实际承担，具体情况如下：

单位：万元

事由	2022 年	2021 年	2020 年
供应商承担金额	420.82	268.34	118.47
供应商承担比例	91.27%	93.14%	89.76%

发行人客户在发生因产品质量、交付时间而产生的售后问题时，在绝大多数情况下已按照退换货或赔偿的方式协商处理，2020 年至 2021 年期间并未因产品质量、交付时间的问题产生诉讼纠纷。2022 年 1-8 月，发行人与客户存在 1 起与产品质量、交付时间有关的诉讼纠纷。根据起诉状、律师代理词等文件，苏州银宇科技有限公司（以下简称“苏州银宇”）于 2022 年 5 月向法院起诉云汉电子，诉称：苏州银宇向云汉电子采购的商品存在氧化问题，并且发货延迟。苏州银宇要求法院判令解除与云汉电子签署的买卖合同；云汉电子退还货款 221,400 元及支付赔偿金 442,800 元。在案件审理过程中苏州银宇变更诉讼请求，要求法院判令部分解除与云汉电子签署的买卖合同；云汉电子退还货款 147,600 元及支付赔偿金 500,000 元。该案经一审法院开庭审理，一审法院不予采信苏州银宇主张的产品质量问题，认定云汉电子逾期交货属于情节轻微，对苏州银宇以质量问题、产品包装、逾期交货为由主张的 500,000 元赔偿款亦不予支持。苏州银宇提起上诉后，该案经二审法院开庭审理，判决驳回上诉，维持原判。苏州银宇提起再审，目前该案尚在再审审理中。发行人的产品是否存在质量问题以及发行人是否需承担责任，尚待法院根据事实及法律作出判决。该案标的金额占发行人当期营业收入比重较小，对发行人资产状况、财务状况不构成重大不利影响。

报告期内，发行人因产品质量、交货时间而发生的对客户的退换货、赔偿金额较小，占发行人营业收入比重极低。并且根据发行人与供应商关于产品质量、交货等事项的约定，发行人因产品质量、交货时间产生的对客户的退换货、赔偿金额的大部分实际由供应商承担。报告期内，发行人与客户存在 1 起与产品质量、交货时间相关的诉讼纠纷，该起案件目前尚在再审审理中，案件标的金额占发行

人当期营业收入比重较小，对发行人资产状况、财务状况不构成重大不利影响。除此之外，报告期内，发行人不存因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的诉讼纠纷。

#### **四、所有进出口商品是否均按规定履行相关报关程序，发行人商品进口、出口商品是否存在偷税、漏税或其他税务不合规风险**

##### **1、所有进出口商品是否均按规定履行相关报关程序**

在进出口商品中，发行人进口规模较大，出口规模较小，主要原因系除中国香港外，公司境外销售金额较小，且境外销售主要为境外直接采购后销售，通常不涉及境内进口或境内出口，因此，报告期内公司出口数量极少，主要集中于少量退换货。在公司货物进出口的相关报关程序如下：

在货物进口情况下，货物运抵后，发行人的系统将自动生成报关单数据，发行人系统与海关客户端对接后将生成报关单。同时，发行人将该批货物涉及的采购合同、发票、装箱单、产品认证（如涉及）等资料提交海关。海关验证通过后允许货物入关。发行人通过向海关提交银行保函的形式预缴关税、增值税，相关税费扣缴后会生成完税凭证。在货物出口情况下，发行人除向海关提交上述进口货物的资料外，在退货的情况下还需提交退货协议，其他流程基本一致。发行人进出口商品均按规定履行相关报关程序。

##### **2、发行人商品进口、出口商品是否存在偷税、漏税或其他税务不合规风险**

发行人商品进口、出口商品不存在偷税、漏税或其他税务不合规风险，具体原因如下：

根据《海关法》、《中华人民共和国海关报关单位备案管理规定》、《对外贸易法》、《对外贸易经营者备案登记办法》等相关法律法规，发行人及其涉及进出口业务境内子公司已就进出口业务取得了相应的资质，包括对外贸易经营者备案登记表、海关报关单位注册登记证书、海关进出口货物收发货人备案回执、出入境检验检疫报检企业备案表等。发行人已取得相关海关对发行人及涉及进出口业务的子公司出具的合规证明，此外，通过在省级海关官网、中国海关企业进出口信用信息公示平台进行查询，发行人及该等子公司在报告期内不存在海关监管方面的重大违法违规行为。

根据《海关法》等法律法规，发行人进出口商品涉及的关税、增值税等均依法缴纳。发行人已取得相关税务主管部门对发行人及涉及进出口业务的公司出具的合规证明，此外，通过国家企业信用信息公示系统、企查查、信用中国以及当地税务主管部门网站等公开渠道对发行人及其上述子公司进行查询，发行人及上述子公司在报告期内不存在偷税、漏税或其他税务方面的重大违法违规行为。

此外，根据境外律师出具的法律意见，涉及进出口业务的主要境外子公司均不存在违反进出口、海关监管方面的违法行为，未受到相关主管部门处罚。

综上，发行人商品进口、出口商品不存在偷税、漏税或其他税务不合规风险。

## 五、保荐人、发行人律师核查程序及核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师主要履行了以下核查程序：

- 1、与发行人负责数据收集、处理的负责人进行访谈，了解发行人收集用户、供应商数据的情况。
- 2、查阅 ICkey 线上商城、电子芯吧客网站的用户协议、隐私政策，取得网站收集用户信息的弹框截图。将发行人的信息收集行为与个人信息保护相关法律法规进行比照。
- 3、通过中国裁判文书网等公开渠道查询发行人是否存在与侵犯用户、供应商隐私权、商业秘密或知识产权等行为相关的诉讼。
- 4、取得发行人出具的《自查说明及整改报告》，取得并查阅了第三方检测机构分别就云汉芯城 APP、公众号和小程序出具的检测报告。
- 5、取得并查阅发行人与主要供应商签署的数据合作协议，以及包含数据合作内容的采购框架协议模板。
- 6、与发行人负责信息系统安全的负责人员访谈，了解发行人就数据安全及合规采取的具体措施。
- 7、查阅了发行人子公司云汉天启、固越电子取得的《信息系统安全等级保护备案证明》及相关申请文件，以及定期测评报告、安全事故应急预案等。
- 8、取得并查阅了发行人与数据安全相关的制度文件。
- 9、通过企查查等公开渠道查询发行人及其子公司是否存在数据泄露、违规等

情形相关的行政处罚。

10、查阅发行人相关主要供应商官网公示的销售条款，以及签署的相关采购协议、质量保证协议、订单。

11、查阅发行人相关主要客户官网公示的采购条款，以及签署的相关销售协议、订单。查阅发行人 ICkey 线上商城公示的《订单提交协议》、网站“购物指南”的“售后服务”的相关内容。

12、取得发行人提供的售后情况统计。通过国家企业信用信息公示系统、企查查、信用中国以及当地市场监督管理主管部门网站、中国裁判文书网对发行人及其控股子公司进行查询。取得并核查了发行人与苏州银宇诉讼案件的起诉状、律师代理词等诉讼文件。

13、访谈了发行人负责海关报关业务的工作人员，了解发行人进出口商品报关的一般流程。抽查了报告期内发行人进出口商品报关所涉及的主要资料，包括报关单、购销合同、发票、装箱单、产品认证证书、陆上运输适用的海关六联单、航运适用的快递单、退货情况下的退运协议、完税证明等。

14、取得并核查了发行人进出口业务资质。取得相关海关、税务部门向发行人及其子公司出具的合规证明。通过省级海关官网、中国海关企业进出口信用信息公示平台、国家企业信用信息公示系统、企查查、信用中国以及当地税务主管部门网站等公开渠道对发行人及其上述子公司进行的查询。

15、取得并查阅了发行人境外律师就境外子公司出具的法律意见书。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人通过 ICkey 线上商城和电子芯吧客网站收集用户的信息已取得用户的同意，符合法律法规的相关规定；报告期内发行人通过所运营云汉芯城 APP、云汉芯城微信小程序及公众号开展少量业务（报告期贡献的收入占比在 1%左右），该等 APP、微信小程序及公众号在个人信息保护方面存在部分违规行为，发行人已积极进行整改，关停云汉芯城 APP，整改完成后的微信小程序及公众号已经第三方检测机构检测不存在违规情况；报告期内发行人收集供应商的信息已取得供应商的同意，符合法律法规的相关规定。报告期内发行人不存



在侵犯用户、供应商的隐私权、商业秘密或知识产权等行为。

2、发行人就保障业务开展的数据安全性、合法合规性已建立了相关制度及措施并有效执行。报告期内，发行人未曾发生数据泄露、违规等情形。

3、发行人因产品质量（主要包括产品损坏、氧化问题、性能不符等）、交付时间问题而产生的售后问题绝大部分已由发行人的售后服务部门与客户协商解决。报告期内，发行人与客户存在 1 起与产品质量、交货时间相关的诉讼纠纷，该起案件尚在**再审**审理中，案件标的金额占发行人当期营业收入比重较小，对发行人的经营情况不构成重大影响。除此之外，报告期内，发行人不存因产品质量不合格、出现假货翻新货而产生的诉讼纠纷。发行人因产品质量、交货时间而发生的对客户的退换货、赔偿金额较小，占发行人营业收入比重极低，发行人因产品质量、交货时间产生的对客户的退换货、赔偿金额的大部分实际由供应商承担。

4、报告期内发行人及其涉及进出口业务控股子公司均按规定履行相关报关程序，不存在海关监管方面的重大违法违规行为，不存在偷税、漏税或其他税务方面的重大违法违规行为。

## **问题 6、关于发行人股东**

申请文件显示：

(1) 发行人设立以来共进行了五轮融资，发行人和曾焯、刘云锋以及为赛咨询与各轮投资方签署了含业绩承诺、上市承诺条款的相关协议，发行人均不属于该等条款下承担回购股权或现金补偿等义务的主体。

(2) 2021 年 9 月 30 日，相关股东与各轮投资人分别签署了《关于投资协议特殊权利条款终止之协议书》，确认历次投资协议中的业绩承诺、上市承诺及投资人优先权等特殊权利安排已履行完毕或彻底终止。

(3) 2015 年 7 月，丰利财富以现金 1,000 万元认缴新增注册资本 35.9712 万元，增资完成后持有云汉有限 1.6667% 的股权。2018 年 4 月，天健创投受让丰利财富持有的发行人股份，转让价格为 1,000 万元。

请发行人：

(1) 结合投资协议特殊权利条款终止协议书签署时间、具体条款内容，补

充披露终止对赌的协议是否存在自动恢复条款，关于对赌协议及其终止的安排是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）的相关规定。

（2）结合 2015 年 8 月丰利财富按照云汉有限整体投后估值约 6 亿元定价，2018 年 6 月相关股东入股按照估值约 13.5 亿元定价等情况补充说明 2018 年 4 月丰利财富以原价转让发行人股份的商业合理性。

（3）补充说明直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员是否存在关联关系或代持安排，是否曾在发行人客户或供应商处任职或持有权益。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合投资协议特殊权利条款终止协议书签署时间、具体条款内容，补充披露终止对赌的协议是否存在自动恢复条款，关于对赌协议及其终止的安排是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）的相关规定

（一）结合投资协议特殊权利条款终止协议书签署时间、具体条款内容，补充披露终止对赌的协议是否存在自动恢复条款

发行人设立以来共进行了五轮融资，发行人和曾焯、刘云锋以及为赛咨询与各轮投资方签署了含业绩承诺、上市承诺条款的相关协议，发行人均不属于该等条款下承担回购股权或现金补偿等义务的主体。2021 年 9 月 30 日，相关股东与各轮投资人分别签署了《关于投资协议特殊权利条款终止之协议书》，确认历次投资协议中的业绩承诺、上市承诺及投资人优先权等特殊权利安排已履行完毕或彻底终止，发行人、曾焯、刘云锋、为赛咨询对各轮投资人不负有任何关于业绩承诺、上市承诺的回购、补偿或赔偿等义务。《关于投资协议特殊权利条款终止之协议书》的前述约定不存在自动恢复条款。

发行人历史上业绩承诺、上市承诺条款的签署及履行、终止情况，以及特殊权利条款终止协议书的具体条款内容如下：

轮次	投资方	上市承诺及业绩承诺相关内容	履行/终止情况	终止协议的具体条款内容
A 轮	力源信息、东方财富海、芜湖富海	<p><b>上市承诺（拖带出售权）：</b>若（1）云汉有限未能在 2019 年 4 月 30 日前上市；（2）云汉有限及其子公司（若有）发生或者发现对云汉有限发行上市构成实质障碍的情形、且按照中国法律无法纠正；或（3）第三方（包括 A 轮投资人）提出购买云汉有限股权或提出以现金或发行股份方式购买云汉有限资产，在上述情形下，如果 A 轮投资人均同意向第三方出售股权，则曾焯、刘云锋、为赛咨询应与 A 轮投资人协商，共同确认 A 轮投资人的退出方案： （1）同时出售其持有的股权，使出售股权比例达到 51% 以上；或（2）以不低于第三方的价格收购 A 轮投资人持有云汉有限所有股权。若第三方为 A 轮投资人关联方则此条不适用。</p>	该条款未实际履行，并已于 2018 年 6 月被《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司之股东协议》（以下简称“《C 轮股东协议》”）的拖售权条款替代，最终于 2021 年 9 月 30 日彻底终止。	A 轮投资人确认该条款已终止。A 轮投资人过去不曾，未来也不会就此向曾焯、刘云锋、为赛咨询、发行人主张回购或要求其承担任何其他责任。
		<p><b>业绩承诺：</b>若依据本协议约定 A 轮投资人进行了第二次增资，曾焯、刘云锋、为赛咨询连带地向投资方承诺，云汉有限 2015 年度营业收入不低于人民币 3 亿元。若云汉有限 2015 年实际营业收入未达到 3 亿元，则任一投资方均有权要求曾焯、刘云锋、为赛咨询任一方进行股权补偿。</p>	发行人已完成该业绩承诺，曾焯、刘云锋、为赛咨询无须向投资方补偿。	A 轮投资人确认，发行人在 2015 年的实际营业收入已达到 A 轮投资协议所约定的营业收入指标，曾焯、刘云锋、为赛咨询不需要向 A 轮投资人进行股权补偿。
B 轮	深创投、镇江红土、昆山红土、富海深湾、芜湖富海、丰利财富 <sup>注</sup>	<p><b>上市承诺（拖带出售权）：</b>若（1）云汉有限未能在 2022 年 4 月 30 日前上市；（2）云汉有限及其子公司（若有）发生或者发现对云汉有限发行上市构成实质障碍的情形、且按照中国法律无法纠正；或（3）第三方提出购买云汉有限股权或提出以现金或发行股份方式购买云汉有限资产，在上述情形下，如果 B 轮投资人同意向第三方出售股权，则曾焯、刘云锋、为赛咨询应与 B 轮投资人协商，共同确认 B 轮投资人退出方案： （1）同时出售其持有的股权，使出售股权比例达到 51% 以上；或（2）以不低于第三方的价格收购 B 轮投资人持有云汉有限所有股权。若第三方为 B 轮投资人关联方则此条不适用。</p>	该条款未实际履行，并已于 2018 年 6 月被《C 轮股东协议》的拖售权条款替代，最终于 2021 年 9 月 30 日彻底终止。	B 轮投资人确认该条款已终止。B 轮投资人过去不曾，未来也不会就此向曾焯、刘云锋、为赛咨询、发行人主张回购或要求其承担任何其他责任。
		<p><b>2015 年业绩承诺：</b></p>	发行人未达到该业绩承	B 轮投资人确认，曾焯、

轮次	投资方	上市承诺及业绩承诺相关内容	履行/终止情况	终止协议的具体条款内容
		<p>证云汉有限实现以下经营目标：2015 年公司完成销售收入 4 亿元，且毛利率不低于 4%，即主营业务利润不低于 1600 万元。如公司未能实现该经营目标，B 轮投资人有权要求由曾焯和刘云锋按照 12:5 的比例无偿支付现金或股权给 B 轮投资人，作为对 B 轮投资人的补偿。</p> <p>曾焯、刘云锋按照 B 轮投资金额以年化 6% 的利率水平对 B 轮投资人进行利息补偿，起止时间为资金到账之日起至 2015 年 12 月 31 日。曾焯、刘云锋最迟应于 2018 年 4 月 30 日前将前述利息补偿款支付到 B 轮投资人指定账户。前述利息补偿款支付完毕后，曾焯、刘云锋和云汉有限无需再就 2015 年度业绩承诺向 B 轮投资人支付其他任何补偿、赔偿。</p>	<p>诺指标。曾焯和刘云锋已按照约定履行补偿义务。</p>	<p>刘云锋在 B 轮投资协议项下对 B 轮投资人负有的业绩补偿及其相关补偿义务已全部履行完毕，曾焯、刘云锋不再对 B 轮投资人负有任何关于业绩承诺及补偿的义务。</p>
		<p><b>2016 年业绩承诺</b></p> <p>曾焯、刘云锋向 B 轮投资人承诺，保证云汉芯城实现以下经营目标：云汉芯城 2016 年实现销售收入不低于 8 亿元。如公司未能实现该经营目标，B 轮投资人有权要求由曾焯和刘云锋按照 12:5 的比例无偿支付现金或股权给 B 轮投资人，作为对 B 轮投资人的补偿。</p>	<p>云汉芯城已完成该业绩承诺，曾焯、刘云锋无须向投资方补偿。</p>	<p>B 轮投资人确认，发行人在 2016 年的实际销售收入已达到 B 轮投资协议所约定的销售收入指标，曾焯、刘云锋不需要向 B 轮投资人承担无偿转让股权或者支付现金等业绩补偿责任。</p>
		<p><b>2017 年、2018 年业绩承诺</b></p> <p>曾焯向 B 轮投资人承诺，保证云汉芯城实现以下经营目标：（1）云汉芯城 2017 年实现净利润不低于 1 元（在云汉芯城 2017 年实现股份支付不低于 1800 万元基础上，如实际实现股份支付低于前述金额，则 2017 年承诺净利润应当根据差额相应增加）；（2）云汉芯城 2018 年实现净利润不低于 2000 万元。</p> <p>若公司 2017 年度、2018 年度的任一业绩承诺未能实现，B 轮投资人有权利要求曾焯对 B 轮投资人进行现金补偿。特别地，如云汉芯城在 2018 年 6 月前（即不晚于 2018 年 6 月 30 日）完成不低于一亿元融资且融资前估值不低于十亿元，则关于 2017 年度、2018 年度的业绩承诺及</p>	<p>发行人在 2018 年 6 月 30 日前已完成不低于一亿元融资且融资前估值不低于 10 亿元，该业绩承诺及补偿条款自动失效，全部不再执行。</p>	<p>B 轮投资人确认，发行人在 2018 年 6 月 30 日前已完成不低于一亿元融资且融资前估值不低于 10 亿元，B 轮投资协议所约定的关于 2017 年、2018 年度的业绩承诺及补偿的条款自上述融资</p>

轮次	投资方	上市承诺及业绩承诺相关内容	履行/终止情况	终止协议的具体条款内容
		补偿的条款自动失效，全部不再执行。		完成之日起自动失效，全部不再执行。
C 轮	国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域、富海节能、临港投资、鸿迪投资	<p><b>上市承诺（拖售权）：</b>若（1）云汉芯城未能在 2022 年 4 月 30 日前实现首次公开发行并上市；或（2）云汉芯城及其子公司（若有）发生或者发现对云汉芯城首次公开发行并上市构成实质障碍的情形，且按照上市地法律无法纠正；或（3）第三方提出购买公司股权或提出以现金或发行股份方式购买云汉芯城资产，云汉芯城估值超过人民币 600,000 万元；</p> <p>在上述任一情形下，若国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域及深创投均同意向第三方出售股权，则曾焯、刘云锋、为赛咨询应与国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域及深创投协商，共同确认 C 轮投资人及 A 轮投资人、B 轮投资人的退出方案：</p> <p>（1）根据届时国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域及深创投的拟出售价格，曾焯、刘云锋、为赛咨询应同时出售其持有的股权，使总体出售股权比例达到 51% 以上；或（2）由曾焯、刘云锋、为赛咨询以不低于第三方的价格收购 C 轮投资人及 A 轮投资人、B 轮投资人持有的云汉芯城股权，曾焯、刘云锋就应购买股权及向 C 轮投资人及前期投资人支付股权转让价款相互之间承担连带责任。若第三方为国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域或深创投关联方则此条不适用。为避免歧义，各方确认，若国科瑞华、CASREV FUND、中科贵银、夏东、南山富海、珠海拓域及深创投行使拖售权，C 轮投资人及 A 轮投资人、B 轮投资人有权（非义务）优先于曾焯、刘云锋、为赛咨询将其股权全部出售。</p>	该条款未实际履行，已于 2021 年 9 月 30 日彻底终止。	C 轮投资人一致同意，自本协议生效之日起该条款终止。
		<p><b>业绩承诺：</b>若 2018 年云汉芯城净利润（加上公司当年发生股份支付所冲抵的利润）合计低于 2000 万元人民币，则 C 轮投资人有权要求曾焯、刘云锋连带无条件向 C 轮投资人无偿转让其所持云汉芯城的部分股权或无偿支付现金。</p>	发行人已完成该业绩承诺，曾焯、刘云锋无须对投资方补偿。	C 轮投资人确认，发行人在 2018 年的实际完成净利润（即审计净利润加公司当年发生股份支付（如

轮次	投资方	上市承诺及业绩承诺相关内容	履行/终止情况	终止协议的具体条款内容
				有)所冲抵的利润后的数额)已经达到 C 轮投资协议所约定的承诺净利润指标,发行人的业绩承诺义务已经完成,曾焯、刘云锋无须向 C 轮投资人承担无偿转让股权或者支付现金等业绩补偿责任。
D 轮	火炬电子	<b>上市承诺(拖售权)</b> :若前轮融资协议中享有拖售权的股东行使拖售权,则火炬电子有权参与该等出售,火炬电子有权要求按照前轮融资协议有关“拖售权”的全部约定享有股份出售或处置的权利。	该条款未实际履行,已于 2021 年 9 月 30 日彻底终止。	自本协议生效之日起, D 轮投资协议约定的拖售权等有关火炬电子的特殊权利的条款终止。
D+ 轮	厦门西堤、中小企业基金	<b>上市承诺(拖售权)</b> :若前轮融资协议中享有拖售权的股东行使拖售权,则中小企业基金、厦门西堤有权参与该等出售,中小企业基金、厦门西堤有权要求按照前轮融资协议有关“拖售权”的全部约定享有股份出售或处置的权利。	该条款未实际履行,已于 2021 年 9 月 30 日彻底终止。	自本协议生效之日起, D+ 轮投资协议约定的拖售权等有关厦门西堤、中小企业基金的特殊权利的条款终止。

注:天健创投与丰利财富于 2018 年 4 月 28 日签署了《关于云汉芯城(上海)互联网科技股份有限公司股份转让协议》,约定了上述 B 轮投资协议项下丰利财富享有的各项权利全部由天健创投承继。2021 年 9 月 30 日天健创投享有的各项投资人特殊权利均已彻底终止。

各轮投资协议中除上述上市承诺及业绩承诺条款外,还约定了投资人享有的优先购买、共同出售、反稀释、优先清算、公司治理等方面的特殊权利。根据相关股东与各轮投资人于 2021 年 9 月 30 日分别签署的《关于投资协议特殊权利条款终止之协议书》,该等投资人享有的优先购买、共同出售、反稀释、优先清算、公司治理等方面的特殊权利也均已终止,且不带恢复条款。

发行人已在招股说明书“**第四节 发行人基本情况**”之“三、发行人股份公

司设立后的股东变化情况”之“（六）对赌协议解除相关情况”中对上述有关情况进行补充披露。

（二）关于对赌协议及其终止的安排是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）的相关规定

各轮投资协议约定的对赌条款及其他特殊权利均已终止且不存在自动恢复条款。因此，关于对赌协议及其终止的安排符合《监管规则适用指引——发行类第4号》<sup>10</sup>4-3的相关规定。

二、结合2015年8月丰利财富按照云汉有限整体投后估值约6亿元定价，2018年6月相关股东入股按照估值约13.5亿元定价等情况补充说明2018年4月丰利财富以原价转让发行人股份的商业合理性

（一）丰利财富入股发行人及转让发行人股份的概述

2015年7月，丰利财富与云汉有限、曾焯、刘云锋、为赛咨询、力源信息、东方富海、芜湖富海、深创投、镇江红土、昆山红土、富海深湾签署了《关于上海云汉电子有限公司增资合同书》，丰利财富以现金1,000万元认缴新增注册资本35.9712万元，增资完成后持有云汉有限1.6667%的股权。2015年12月，云汉有限进行了股份制改制，改制完成后发行人的总股本变更为4,000万元，丰利财富持有发行人666,680股股份，持股比例为1.6667%。

2018年4月，丰利财富与天健创投签署了《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司股份转让协议》，约定丰利财富以1,000万元的价格向天健创投转让其持有的发行人全部666,680股股份。

（二）丰利财富以入股价格转让发行人股份的商业合理性

1、丰利财富退出价格系与天健创投自行磋商的结果，交易双方不存在关联关系及其他利益输送安排

丰利财富入股云汉芯城的资金来源为丰利财富新三板成长基金（以下简称

<sup>10</sup> 根据2023年2月17日深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》，深圳交易所于2020年6月12日发布的《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（深证上[2020]501号）和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上[2020]510号）于2023年2月17日废止。相关核查要求已在中国证券监督管理委员会于2023年2月17日发布的《监管规则适用指引——发行类第4号》中体现，下同。

“丰利新三板基金”），该基金的存续期最长至 2018 年 5 月。2017 年下半年，考虑到丰利新三板基金的到期退出需求，丰利财富开始积极筹划从云汉芯城的退出事宜。随着时间临近，丰利新三板基金的退出压力增大，丰利财富希望能尽快退出云汉芯城，于是在自行寻找转让渠道的同时，也请发行人协助寻找意向受让方。通过发行人当时股东富海系基金的控制方深圳市东方富海投资管理股份有限公司的介绍，发行人向丰利财富引荐了天健创投作为意向受让方。此后，丰利财富与天健创投自行磋商达成股份转让事宜，转让价格按照丰利财富入股的投资成本金额确定为 1,000 万元。

该次股份转让系丰利财富及丰利新三板基金的真实意思表示，股权转让款已支付完毕，双方不存在关联关系或其他利益输送安排，丰利财富及丰利新三板基金已不再以任何形式持有云汉芯城的股份，丰利财富及丰利新三板基金与云汉芯城、天健创投就云汉芯城的股份权属事项不存在纠纷或潜在纠纷。

## 2、丰利财富退出与 C 轮融资系两个独立的交易

丰利财富的退出和 C 轮融资是两个独立的交易。丰利财富拟退出发行人时，发行人的 C 轮融资尚在初期磋商阶段，并且由于发行人 2016 年和 2017 年仍处于亏损状态，因此 C 轮融资是否能够完成以及完成的时间均存在极大的不确定性。丰利财富由于其基金存续期即将届满，主要诉求是尽快退出发行人，并且尽最大可能收回原始投资成本。基于前述原因，丰利财富与意向受让方天健创投协商一致以投资原价转让发行人股份，在 C 轮融资前就完成了退出。C 轮融资是由发行人与 C 轮投资人通过多次磋商达成的交易，C 轮投资人看好发行人未来业务发展的潜力，并且对发行人管理层的经营管理能力也充满信心，C 轮融资的估值系在此前提下经各方协商，同时综合考虑行业估值、发行人经营状况、发行人未来发展规划、发行人未来业绩承诺等多方因素而确定。由于丰利财富退出和 C 轮融资的商业背景不同，并且参与方的商业考量不同，丰利财富退出的价格和 C 轮融资的价格存在差异具有合理性。



三、补充说明直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员是否存在关联关系或代持安排，是否曾在发行人客户或供应商处任职或持有权益。

（一）直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员是否存在关联关系或代持安排

根据发行人直接及间接股东出具的确认函、调查表以及发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员等各自出具的确认函等文件，发行人直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员存在如下关系：

序号	直接/间接股东姓名/名称	与发行人	与发行人控股股东、实际控制人、董监高	与其他核心人员
1	曾焯	控股股东/实际控制人/董事长	任发行人董事长	/
2	为赛咨询	直接持股 5% 以下、发行人员工持股平台	曾焯持有 19.1739% 的财产份额并担任执行事务合伙人；监事李鲲鹏、任凤娇、万丽分别持有 3.8001% 、 3.2913% 和 3.2913% 的财产份额。	核心技术人员施海昕持有 2.8501% 财产份额，董事及高管刘云锋之妻徐俊（发行人员工）持有 7.9170% 财产份额。
3	刘云锋	直接持股 5% 以上股东/董事/总裁/	任发行人董事、总裁，除此之外与控股股东、实际控制人、其他董监高无关联关系	/
4	周雪峰	直接持股 5% 以下股东/首席财务官兼董事会秘书	任发行人首席财务官兼董事会秘书，除此之外与控股股东、实际控制人、其他董监高无关联关系	/
5	李文发	直接持股 5% 以下股东/首席运营官	任发行人首席运营官，除此之外与控股股东、实际控制人、其他董监高无关联关系	/
6	秦国君	直接持股 5% 以下股东/董事	任发行人董事，除此之外与控股股东、实际控制人、其他董监高无关联关系	/
7	夏东	直接持股 5% 以下股东/董事	任发行人董事，除此之外与控股股东、实际控制人、其他董监高无关联关系	/
8	CASREV FUND、国科瑞华、中科贵银	合计直接持股 5% 以上股东	董事夏东系 CASREV FUND 提名，夏东在国科瑞华、中科贵银、CASREV FUND 向上追溯的第二至五层股东中持有少量权益。	/

序号	直接/间接股东姓名/名称	与发行人	与发行人控股股东、实际控制人、董监高	与其他核心人员
9	芜湖富海、东方富海、富海深湾、南山富海、富海节能、中小企业基金	合计直接持股5%以上股东	董事周绍军系富海深湾提名，周绍军分别在发行人股东芜湖富海、东方富海、富海深湾、南山富海、富海节能、中小企业基金向上追溯的第二至五层股东中持有少量权益。	/
10	天健创投	直接持股5%以下股东	董事周绍军在其向上追溯的第二至五层股东中持有少量权益。	/

除上述表格中存在的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员不存在其他关联关系，不存在代持安排。

## （二）直接间接股东是否曾在发行人客户或供应商处任职或持有权益

保荐机构和发行人律师通过企查查、境外上市公司信息披露网站等公开渠道，获取发行人报告期内主要客户、供应商的直接股东、董监高和实际控制人的名单<sup>11</sup>，并将该等名单与发行人直接及间接持有发行人股份权益超过5%的股东进行比对。根据比对结果，以及发行人直接股东和部分间接股东出具的确认函、调查表<sup>12</sup>等文件，发行人的直接、间接股东存在部分在发行人客户、供应商处任职或持有权益的情形：

### 1、在发行人客户、供应商处任职或持有权益情形

#### （1）在发行人客户处任职或持有权益的情形

发行人直接/间接股东 (姓名/名称)	任董监高/持股/为实控人的客户名称 <sup>13</sup>
力源信息	鼎芯科技、帕太国际、芯源半导体、飞腾电子
芜湖富海、南山富海、中小企业基金	深圳佑驾创新科技有限公司、深圳传世生物医疗有限公司、华夏天信智能物联股份有限公司等28家客户
国科瑞华、中科贵银、CASREV FUND	上海思岚科技有限公司等9家客户

<sup>11</sup> 部分境外客户、供应商无法查询到其实际控制人、董监高或股东信息，目前已获取上述信息的客户占报告期各期总销售金额的比例分别为97.12%、97.87%、**97.53%**，已获取上述信息的供应商占各期总采购金额的比例分别为94.34%、94.30%、**96.31%**，覆盖比例较高。本回复第17题、第28题中所述客户或供应商的实控人、董监高等相关信息来源与本题相同。

<sup>12</sup> 经与上述名单比对核查，公司少量自然人股东与客户、供应商中的直接股东、董监高和实际控制人姓名重合；经相关人员确认，除本题下文所述情形外，该等自然人股东未在发行人其他客户/供应商任职或持有权益。

<sup>13</sup> 截至本问询回复出具之日，存在部分股东退出客户持股的情形，但由于报告期内曾存在持股，因此基于谨慎性考虑，在计算家数时未进行剔除。

注：力源信息本身系发行人报告期内客户

## （2）在发行人供应商处任职或持有权益的情形

发行人直接/间接股东 (姓名/名称)	任董监高/持股/为实控人的供应商名称
力源信息	香港力源、鼎芯科技、帕太国际

注：力源信息本身系发行人报告期内的供应商

## 2、报告期内与上述客户、供应商交易情况

经统计，发行人报告期内向上述客户、供应商的销售、采购金额占发行人同期销售、采购总额的比重较低，具体情况如下：

### （1）发行人报告期内向该等客户合计销售情况

单位：万元

年度	2022年	2021年	2020年
对该等客户的销售额	580.64	319.30	183.13
占发行人同期销售总额比重	0.13%	0.08%	0.12%

### （2）发行人报告期内向该等供应商合计采购情况

单位：万元

年度	2022年	2021年	2020年
向该等供应商的采购额	463.12	868.17	244.98
占发行人同期采购总额比重	0.13%	0.25%	0.18%

一方面，发行人股东数量较多，其中不乏知名投资机构，对外投资较多；另一方面，由于发行人在电子元器件线上分销领域市场知名度较高，与发行人开展交易的供应商、客户数量众多，尤其是下游客户数量较多且较为分散，因此，发行人的直接、间接股东存在部分在发行人客户、供应商中持股、任职的情况，符合公司经营特性。在交易方式和交易定价方面，发行人未将是否在股东处持股任职作为标准，对客户、供应商进行区别对待，发行人报告期内向上述存在股东持股、任职等情况的客户、供应商的销售金额、采购金额占发行人当年销售总额、采购总额的比重较低。

## 四、保荐人、发行人律师核查程序及核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、核查了发行人股东入股的相关增资协议、股权转让协议等投资协议，以及相关股东签署的关于投资协议特殊权利条款终止的相关协议。

2、访谈了丰利财富和天健创投相关人员，了解丰利财富向天健创投转让股权的背景和原因、定价依据。

3、取得了丰利财富与天健创投签署的股权转让协议、丰利财富出具的同意发行人变更股东名册的函件等转让凭证，取得并核查了丰利财富新三板基金的募集说明书、基金合同。

4、通过中国证券投资基金业协会官网查询丰利财富及其管理的丰利财富新三板基金的私募基金登记备案及运作情况。

5、通过企查查等公开渠道对丰利财富的股权结构进行穿透，与天健创投的股东穿透信息进行比对，确认其是否存在关联关系。

6、取得并核查了天健创投支付股权转让价款的凭证。

7、取得了发行人直接股东以及部分间接股东出具的确认函、调查表等文件，核查直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员是否存在关联关系或代持安排，是否曾在发行人客户或供应商处任职或持有权益。

8、取得了发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员出的确认函，核查发行人直接间接股东是否与该等人员是否存在关联关系或代持安排。

9、对发行人主要客户供应商进行走访，了解其股东、实际控制人、董监高是否与发行人主要股东存在关联关系等。

10、查阅了发行人直接股东填写的股东调查表、董监高和核心技术人员填写的调查表。并将发行人直接及部分间接股东名单与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员及其近亲属名单进行比对。

11、选取了发行人报告期内的供应商、客户，通过企查查等公开渠道摘录了该等供应商、客户的直接股东、董监高和实际控制人的名单，并将该等名单与发行人直接及间接持有发行人股份权益超过 5% 的股东进行比对。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人各轮投资协议约定的对赌条款及其他特殊权利均已终止且不存在自动恢复条款。关于对赌协议及其终止的安排符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关规定。

2、丰利财富以投资成本价格退出发行人具有商业合理性。原因如下：（1）丰利财富用于投资发行人的资金来源于其管理的基金，当时该基金期限临近届满，面临很大的退出压力。丰利财富与天健创投达成股份转让交易系出于双方的真实意思表示，交易定价是由交易双方自行磋商形成。交易双方不存在关联关系和其他利益输送安排。（2）丰利财富退出发行人与发行人 C 轮融资系两个独立的交易，商业背景不同，并且参与方的商业考量不同，因此，发行人 C 轮融资价格与丰利财富退出价格存在差异具有合理性。

3、发行人直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员不存在代持安排。除已披露情形外，发行人直接间接股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员不存在关联关系。发行人直接间接股东存在部分在发行人报告期内客户或供应商处任职或持有权益的情形，发行人向所涉客户、供应商的销售金额和采购金额占发行人同期的销售总额、采购总额的比重较低。

## **问题 7、关于员工持股平台**

申请文件显示：

（1）为赛咨询为员工持股平台，持有发行人 2.16% 股份。

（2）为赛咨询合伙人中，陈利剑、严骏驰 2 人非发行人员工，是根据公司的“技术专家股权激励方案”安排入股，原定激励分三年行权，2019 年 12 月、2020 年 12 月可行权的数量分别为总数的 30%，2021 年 12 月可行权的数量为总数的 40%，后将第三次行权时间修改为 2021 年 1 月。

请发行人：

（1）补充说明“技术专家股权激励方案”的主要内容，陈利剑、严骏驰 2 人原第 3 次行权时间从 2021 年 12 月修改为 2021 年 1 月的背景、原因和合理性，相关变更履行公司、为赛咨询内部相关程序的情况。

(2) 补充披露员工持股平台合伙人确定标准，平台原有和目前的合伙人是否符合相关标准。

(3) 补充披露员工持股平台实缴出资额的资金来源，合伙人是否已实缴出资，出资方式及出资来源，是否存在发行人及控股股东、实际控制人或第三方为激励对象参加持股提供奖励、资助、补贴等安排。

(4) 补充披露员工持股平台决策机制、合伙人变动情况、合伙份额流转机制、人员离职后的股份处理，是否存在股份代持情形。

(5) 逐条对照《审核问答》相关内容，补充披露员工持股平台是否符合相关要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明“技术专家股权激励方案”的主要内容，陈利剑、严骏驰 2 人原第 3 次行权时间从 2021 年 12 月修改为 2021 年 1 月的背景、原因和合理性，相关变更履行公司、为赛咨询内部相关程序的情况。

#### (一) “技术专家股权激励方案”的主要内容

为了更好地利用公司的数据资源、研发数据智能产品、提升交易效率与服务能力，发行人聘请了技术专家顾问，就大数据、AI 智能等方面开展合作研发。基于激励专家工作及更好开展合作的考量，发行人决定授予技术专家为赛咨询的财产份额。

2019 年 11 月 20 日，发行人召开 2019 年第六次临时股东大会，审议通过了关于《云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司技术专家团队股权激励方案》的议案。2020 年 12 月 28 日，发行人召开 2020 年第五次临时股东大会，审议通过了《云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司技术专家团队股权激励修订方案》。修订后的激励方案主要内容如下：

#### 1、激励份额来源、授予数量、行权价格

用于激励的为赛咨询财产份额系普通合伙人曾焯持有，发行人分别授予陈利剑、严骏驰 4.75% 的为赛咨询财产份额（分别对应间接持有的发行人股份数为 5

万股），行权价格为 5 元/股（对应发行人股份）。

## 2、授予日、行权期及行权条件

激励份额授予日为发行人 2019 年第六次临时股东大会审议通过激励方案之日。授予的激励份额分三期行权：2019 年 12 月 15 日至 31 日期间，可行权的数量为授予的激励份额总数的 30%；2020 年 12 月 15 日至 31 日期间，可行权的数量为授予的激励份额总数的 30%；2021 年 1 月 15 日至 31 日期间，可行权的数量为授予的激励份额总数的 40%。发行人与激励对象就技术研发合作签订的相关合作协议不续签或激励对象退出合作项目的，激励对象未行权的部分则不得行权。

## 3、出售安排

激励对象行权后，在不违反法律法规对限售期的规定以及股东限售承诺的情况下，可以出售财产份额。

### （二）陈利剑、严骏驰行权时间变更的背景、原因和合理性，相关变更履行公司、为赛咨询内部相关程序的情况

#### 1、行权时间变更的背景、原因和合理性

2020 年 12 月 28 日，发行人对技术专家团队股权激励方案进行了修订。相关条款仅涉及时间的变更，即将原方案中的第三期行权时间由 2021 年 12 月提前至 2021 年 1 月，其余内容保持不变。

发行人将行权时间提前，主要系随着研发项目的推进，发行人与技术专家的合作愈发紧密，研发项目进展较为顺利，且研发成果为发行人的业务提供了有力的技术支持。基于对现行合作成果的肯定，发行人将行权时间由 2021 年 12 月提前至 2021 年 1 月，具有合理性。

#### 2、行权时间变更履行的内部程序

针对上述事宜，发行人在公司层面召开了临时股东大会，在为赛咨询层面召开了合伙人会议，并由相关方签署了财产份额转让协议。具体情况如下：

2020 年 12 月 28 日，发行人召开 2020 年第五次临时股东大会，审议通过对技术专家激励方案进行变更的议案。2021 年 1 月 22 日，曾焯分别与陈利剑、严骏驰签署了财产份额转让协议书，约定曾焯分别转让其持有的 1.91% 为赛咨询财

产份额予陈利剑、严骏驰。同日，为赛咨询召开合伙人会议，审议通过上述财产份额转让事项。

综上，陈利剑、严骏驰行权时间变更具有合理性，相关变更程序已履行。

**二、补充披露员工持股平台合伙人确定标准，平台原有和目前的合伙人是否符合相关标准。**

根据发行人 2017 年、2019 年实施的员工激励计划，激励对象应为中层管理人员及以上级别、业务骨干，且不得存在以下情形：（1）最近 3 年内被证券交易所公开谴责或宣布为不适当人选的；（2）最近 3 年内因重大违法违规行为被中国证监会予以行政处罚的；（3）具有《公司法》规定的不得担任公司董事、高级管理人员情形的。根据发行人技术专家激励方案，激励对象应为与公司进行技术合作项目的核心技术专家，且不得存在上述三项情形。

发行人员工持股平台合伙人（含离职的前合伙人）包括员工和外部技术专家。作为合伙人的员工在担任合伙人期间，其身份均为公司中层管理人员或业务骨干；外部专家陈利剑和严骏驰均为发行人合作项目中的核心技术人员，且均不存在上述三种禁止任职情形。因此，符合员工持股平台合伙人的标准。

发行人已在招股说明书“**第四节 发行人基本情况**”之“十、发行人本次公开发行前已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）股权激励及相关安排”中对上述有关情况进行补充披露。

**三、补充披露员工持股平台实缴出资额的资金来源，合伙人是否已实缴出资，出资方式及出资来源，是否存在发行人及控股股东、实际控制人或第三方为激励对象参加持股提供奖励、资助、补贴等安排。**

为赛咨询的合伙人均已实缴出资或足额支付受让价款，出资方式为现金，资金来源为自有资金。不存在发行人及控股股东、实际控制人或第三方为激励对象参加持股提供奖励、资助、补贴等安排。

发行人已在招股说明书“**第四节 发行人基本情况**”之“十、发行人本次公开发行前已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）股权激励及相关安排”中对上述有关情况进行补充披露。



四、补充披露员工持股平台决策机制、合伙人变动情况、合伙份额流转机制、人员离职后的股份处理，是否存在股份代持情形。

#### （一）员工持股平台决策机制

根据发行人股东大会审议通过的 2017 年、2019 年员工激励方案，以及为赛咨询全体合伙人签署的《宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）合伙协议》（以下简称“为赛咨询合伙协议”），为赛咨询的重大事项由合伙人会议决议。该类重大事项包括：（1）在一定情况下，其他合伙人一致同意可以对执行事务合伙人除名。该等情形包括执行事务合伙人未缴纳出资、因故意或重大过失给合伙企业造成特别重大损失等。（2）新合伙人入股，应当由全体合伙人一致同意。（3）普通合伙人转变为有限合伙人或有限合伙人转变为普通合伙人，须经全体合伙人一致同意。（4）合伙企业的以下事项须由全体合伙人同意，包括改变合伙企业名称；改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点；处分合伙企业的不动产；转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；以合伙企业名义为他人提供担保；聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。（5）合伙企业解散需指定合伙人或委托第三人担任清算人的，须经全体合伙人过半数同意。

除上述需要合伙人会议决议的事项外，日常管理中由普通合伙人担任执行事务合伙人，对外代表合伙企业执行合伙企业事务，负责合伙企业日常管理。其他合伙人不执行合伙企业事务。

#### （二）合伙份额流转机制及人员离职后的股份处理

##### 1、2017 年员工激励方案

根据 2017 年员工激励方案，激励对象取得的激励财产份额归激励对象所有，在遵守法定限售期及限售承诺的情况下，激励对象有权决定是否出售激励财产份额。若选择出售，激励对象可以按照以下方式 and 价格出售：i.若发行人已上市，激励对象可以向曾焯提出出售其持有的为赛咨询财产份额的申请，曾焯可以选择回购其持有的为赛咨询财产份额，也可以安排为赛咨询出售相关财产份额对应的发行人股票。选择由曾焯回购其持有的为赛咨询财产份额的，回购价根据曾焯接到出售申请当日发行人股票收盘价扣减相关税费确定，如当天无交易则按申请日前最后一个交易日发行人股票收盘价扣减相关税费确定。选择出售发行人股票的，

为赛咨询应于接到出售申请次日开始办理出售股票手续(包括对外公告等事宜),在满足法律法规规定的出售条件之日起的第一个交易日,为赛咨询应出售相应的发行人股票,所得款项扣除相关税费后支付给激励对象。ii.若发行人未上市,激励对象可以向曾焯提出回购其持有的为赛咨询财产份额的申请。回购价格根据激励对象实缴的认购款加上同期银行贷款利率确定。

## 2、2019 年员工激励方案

根据 2019 年员工激励方案,激励对象取得的激励财产份额归激励对象所有。在股权激励方案约定的授予日起任职未满三年离职的,激励对象应当在其离职当日将其持有的为赛咨询财产份额出售予曾焯,回购价格根据激励对象实缴的认购款加上同期银行贷款利率确定。激励对象在股权激励方案约定的授予日起任职满三年后,在遵守法定限售期及相关限售承诺的情况下,激励对象有权决定是否出售激励财产份额。

激励对象在股权激励方案约定的授予日起任职满三年后,若选择出售,可以选择的出售方式和对应价格与 2017 年员工激励方案一致。

## 3、技术专家激励方案

根据技术专家股权激励方案,陈利剑、严骏驰并非发行人员工,不适用离职情况下处理财产份额的约定,其在取得为赛咨询财产份额后可以出售。若选择出售,可以选择的出售方式和对应价格与 2017 年员工激励方案一致。

### (三) 合伙人变动情况

为赛咨询设立以来的合伙人变动情况如下:

时间	事项	概况及出资结构
2014.05	为赛咨询成立	曾焯、刘云锋、徐俊分别认缴 4.5890 万元、1.8460 万元和 0.0650 万元出资额设立为赛咨询。
2017.05	为赛咨询实施员工激励方案	2017 年 2 月,发行人 2017 年第一次临时股东大会审议通过了员工股权激励方案。依照该激励方案,曾焯、刘云锋将其在为赛咨询持有的共计 5.7167 万元出资额转让予李文发、秦国君等 31 名员工,刘云锋退出持股平台。2017 年 5 月 5 日,上述财产份额转让完成工商变更登记。
2017.11	黄琪、李娜、吴明灿、顾天任、夏美霞、舒志勇离职并退伙	2017 年 10 月,为赛咨询合伙人黄琪、李娜、吴明灿、顾天任、夏美霞、舒志勇离职并将其持有的为赛咨询共计 0.7178 万元出资额转让予曾焯。2017 年 11

时间	事项	概况及出资结构
		月 13 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2018.06	赖青凤、张丽芳离职并退伙	2018 年 4 月，为赛咨询合伙人赖青凤、张丽芳离职并将其持有的为赛咨询共计 0.1047 万元出资额转让予曾焯。2018 年 6 月 6 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2018.12	杨辉明、王丽娟、于培离职并退伙	2018 年 12 月，为赛咨询合伙人杨辉明、王丽娟、于培离职并将其持有的为赛咨询共计 0.1158 万元出资额转让予曾焯。2018 年 12 月 12 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2019.08	洪小飞、韩秋菊离职并退伙	2019 年 8 月，为赛咨询合伙人洪小飞、韩秋菊离职并将其持有的为赛咨询共计 0.0839 万元出资额转让予曾焯。2019 年 8 月 16 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
	李文发、秦国君将其通过为赛咨询间接持有发行人股份转为直接持有发行人股份，并从为赛咨询退伙。	李文发、秦国君将其通过为赛咨询间接持有发行人股份（出资额合计 2.8054 万元）转为直接持有发行人股份，并从为赛咨询退伙。2019 年 8 月 16 日，上述财产份额转让完成工商变更登记，为赛咨询注册资本变为 3.6946 万元。
2019.12	为赛咨询实施员工股权激励方案和技术专家股权激励方案第一期行权	2019 年 2 月，发行人 2019 年第一次临时股东大会审议通过了员工股权激励方案。2019 年 11 月，发行人 2019 年第六次临时股东大会审议通过了技术专家股权激励方案，2020 年 12 月，发行人 2020 年第五次临时股东大会对技术专家股权激励方案进行了修订。根据前述激励方案，2019 年 12 月，曾焯将其持有的为赛咨询 0.8699 万元出资额转让予施海昕、周慧军等 12 名员工，将 0.105 万元出资额转让予技术专家顾问陈利剑、严骏驰。2019 年 12 月 19 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2020.07	明珍离职并退伙	2020 年 7 月，为赛咨询合伙人明珍离职，明珍将其持有的为赛咨询 0.0975 万元出资额转让予曾焯。2020 年 7 月 9 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2020.11	奚玉玺离职并退伙	2020 年 11 月，为赛咨询合伙人奚玉玺离职，奚玉玺将其持有的为赛咨询 0.0488 万元出资额转让予曾焯。2020 年 11 月 2 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2020.12	为赛咨询实施技术专家股权激励方案第二期行权	2020 年 12 月，根据技术专家股权激励方案第二期行权安排，曾焯将其持有的为赛咨询 0.105 万元出资额转让予陈利剑、严骏驰。2020 年 12 月 31 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2021.01	为赛咨询实施技术专家股权激励方案第三期行权	2021 年 1 月，根据技术专家股权激励方案第三期行权安排，曾焯将其持有的为赛咨询 0.1408 万元出资额转让予陈利剑、严骏驰。2021 年 1 月 25 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。
2021.05	李秀云离职并退伙	2021 年 5 月，为赛咨询合伙人李秀云离职，李秀云将其持有的为赛咨询 0.0423 万元出资额转让予曾焯。2021 年 5 月 13 日，上述财产份额转让完成工商变更登记。

2021年5月至今，为赛咨询的合伙人及所持财产份额未发生变动，具体出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	在发行人及其子公司处任职情况
1	曾焯（GP）	0.71	19.17	董事长
2	徐俊	0.29	7.92	人力行政副总裁
3	李剑峰	0.29	7.92	销售副总裁
4	刘杰	0.24	6.51	采购副总裁
5	陈利剑	0.18	4.75	外部专家
6	严骏驰	0.18	4.75	外部专家
7	白向阳	0.17	4.61	被动件产品部总监
8	陈佳淦	0.17	4.61	财务中心总监
9	程凯	0.17	4.61	商务总监
10	李鲲鹏	0.14	3.80	技术总监、监事
11	万丽	0.12	3.29	业务运营部总监、监事
12	任凤娇	0.12	3.29	董事会办公室主任兼合规中心主任、监事会主席
13	周慧军	0.11	2.85	客户运营总监
14	周盛宏	0.11	2.85	销售总监，已于2023年4月离职 <sup>14</sup>
15	施海昕	0.11	2.85	数据运营总监
16	邓秀珍	0.10	2.64	产品运营高级经理
17	肖开波	0.10	2.64	运维经理
18	徐鹏飞	0.10	2.64	开发经理
19	吴金霞	0.10	2.64	财务经理
20	张本霞	0.05	1.32	市场营销经理
21	张家兵	0.05	1.32	成本与效率优化经理
22	关思雅	0.05	1.32	高级关务经理
23	何蕊	0.04	1.14	总经理高级助理
24	陈晨	0.02	0.56	销售经理

<sup>14</sup> 周盛宏已于2023年4月底离职，离职后其持有的为赛咨询的份额仍保留。

序号	合伙人姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	在发行人及其子公司处任职情况
	合计	3.69	100.00	-

#### （四）是否存在股份代持情形

根据对为赛咨询合伙人的访谈结果以及合伙人的出资证明，为赛咨询合伙人持有的财产份额为其真实持有，不存在代持的情形。

发行人已在招股说明书“**第四节 发行人基本情况**”之“十、发行人本次公开发行前已经制定或实施的股权激励及相关安排”之“（一）股权激励及相关安排”和“（二）持有股份在平台内部的流转退出、股权管理机制及规范运行”中对上述有关情况进行补充披露。

**五、逐条对照《审核问答》<sup>15</sup>相关内容，补充披露员工持股平台是否符合相关要求。**

#### （一）为赛咨询符合员工持股计划相关规则要求

1、发行人实施的员工持股计划均已经股东大会审议批准，并办理了相应的工商变更登记，均遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则，不存在以摊派、强行分配等方式强制实施员工持股计划的情形。符合《审核问答》第 22 条第（一）项第 1 点的要求。

2、参与发行人员工持股计划的员工与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担，不存在利用知悉公司相关信息的优势，侵害其他投资者合法权益的情形。为赛咨询的合伙人均以货币方式出资，并按约定及时足额缴纳，符合《审核问答》第 22 条第（一）项第 2 点的要求。

3、发行人已实施的员工股权激励中包括通过持股平台为赛咨询实施激励计划的形式。发行人股东大会审议通过的员工持股计划方案以及为赛咨询合伙人签署的合伙协议对于持股平台的决策机制、财产份额流转机制及人员离职后的股份处理等进行了约定且员工离职时财产份额均按照约定进行了处置，符合《审核问

<sup>15</sup>根据 2023 年 2 月 17 日深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》，深圳证券交易所于 2020 年 6 月 12 日发布的《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（深证上〔2020〕501 号）和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）于 2023 年 2 月 17 日废止。相关核查要求已在中国证券监督管理委员会于 2023 年 2 月 17 日发布的《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中体现。

答》第 22 条第（一）项第 3 点的要求。

## （二）为赛咨询符合员工持股计划相关披露要求

发行人已在招股说明书中“**第四节 发行人基本情况**”之“十、发行人本次公开发行前已经制定或实施的股权激励及相关安排”中披露员工持股计划的人员构成、人员离职后的股份处理、股份锁定期等内容。符合《审核问答》第 22 条第（三）项的要求。

## （三）中介机构对于为赛咨询的核查符合相关核查要求

保荐人及发行人律师已按照《审核问答》问题 22 的要求，对发行人员工持股平台为赛咨询进行核查，并按要求对员工持股计划的审议情况、定价情况、人员离职情况下的股份处理、限售安排、减持安排、规范运行及备案情况进行了披露。

经核查，保荐机构、发行人律师认为发行人员工持股计划的实施合法合规，不存在损害发行人利益的情形。

## 六、保荐人、发行人律师核查程序及核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了如下核查程序：

1、查阅发行人 2019 年第六次临时股东大会、2020 年第五次临时股东大会审议通过的《云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司技术专家团队股权激励方案》及其修订方案，以及相关议案。

2、取得发行人关于技术专家激励方案修订原因的说明。

3、取得并查阅了为赛咨询全套工商档案资料、《宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）合伙协议》。

4、查阅发行人 2017 年第一次临时股东大会、2019 年第一次临时股东大会审议通过员工股权激励方案。

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

6、取得了为赛咨询合伙人的出资凭证。

7、逐条对照《审核问答》第 22 条的相关要求对发行人员工持股计划进行核查。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、陈利剑、严骏驰参与的技术专家股权激励方案中第三次行权时间修改的原因系基于发行人对与技术专家合作对发行人业务助力的认可，具有合理性。相关变更已经发行人股东大会审议，财产份额转让事项已经为赛咨询合伙人决议通过。

2、员工持股平台合伙人的确定标准为满足一定职级的员工，以及与发行人进行技术项目合作的技术专家。为赛咨询原有和目前的合伙人符合相关标准。

3、为赛咨询的合伙人均已实缴出资，出资方式为现金，资金来源为自有资金。不存在发行人及控股股东、实际控制人或第三方为激励对象参加持股提供奖励、资助、补贴等安排。

4、为赛咨询合伙人持有的财产份额为其真实持有，不存在代持的情形。

5、经逐条对照《审核问答》第 22 条相关内容，发行人已实施的员工持股计划符合相关要求，发行人员工持股计划的实施合法合规，不存在损害发行人利益的情形。

## 问题 8、关于员工

申请文件显示：

（1）2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 6 月 30 日，公司员工总数分别为 504 人、538 人、549 人和 641 人。

（2）报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情况。

（3）报告期内，发行人存在劳务派遣用工，主要包括 PCBA 业务生产线上的生产作业员、办公区域的保洁人员以及销售辅助人员。

请发行人补充说明：

(1) 报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况,境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容,境内外员工人数与业务规模的匹配情况。

(2) 境外用工是否符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定,是否依规为当地员工缴纳相关保险费用及所得税,境外用工的合法合规性。

(3) PCBA 业务生产线上的生产作业员的主要工作内容,该岗位是否属于临时性、辅助性或替代性岗位。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况,境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容,境内外员工人数与业务规模的匹配情况

(一) 报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况

报告期内各期末,公司境内员工、境外员工的人数及占比情况如下表所示:

单位:人

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
境内员工	845	97.80%	874	97.87%	533	97.09%
境外员工	19	2.20%	19	2.13%	16	2.91%
合计	864	100.00%	893	100.00%	549	100.00%

由上表可知,由于发行人业务开展主要以境内为主,境内员工占比较高,均超过95%。境外子公司员工包括美国、英国、**新加坡**和中国香港地区员工,各年末人数合计分别为16人、19人和**19**人。其中,美国、英国和**新加坡**子公司员工工作职责主要系维护当地采购渠道并负责少量采购业务的执行,香港子公司员工工作职责主要系执行收发货(境外采购收货,向境内发货或中国香港地区销售发货)、理货以及报关工作,境外员工人数整体占比较低。

(二) 境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容

报告期内各期末,公司境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容如



下表所示：

单位：人

子公司	工作内容	员工人数		
		2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
云汉香港	负责香港地区收发货、报关、理货业务	15	15	14
云汉美国	负责美国地区渠道维护工作	1	1	1
云汉英国	负责英国地区渠道维护工作	-	3	1
云汉新加坡	负责新加坡地区渠道维护工作	3	-	-
合计		19	19	16

由上表可见，发行人境外子公司中涉及员工的主要为云汉香港、云汉美国、云汉英国和云汉新加坡。其中云汉美国和云汉英国均于2019年8月成立，主要负责发行人美国地区和英国地区渠道维护，不同年度人数变化系受人员调整影响；云汉新加坡于2020年12月成立，主要负责发行人新加坡地区渠道维护。由于以上三公司业务定位主要为当地渠道维护，且发行人对上述境外的渠道开拓尚处于布局阶段，因此，员工人数较少。云汉香港成立于2014年4月，其设立的主要目的系承担发行人香港地区收发货、报关、理货以及执行香港本地订单业务等。

综上，报告期内公司境外员工数量较为稳定，主要负责公司境外地区渠道维护、收发货、报关和理货等工作，其工作内容与子公司的业务定位一致。

### （三）境内外员工人数与业务规模的匹配情况

报告期内，发行人员工人数与业务规模的匹配情况如下所示：

单位：万元、人

项目	2022年度	2021年度	2020年度
营业收入	433,319.83	383,563.00	153,385.37
员工人数	973	723	501
营业收入/员工人数	445.34	530.52	306.16

注：员工人数按当期加权平均人数计算，下同；

报告期内，公司在供应端持续发力，逐步完善供应链服务体系；在需求端，电子元器件市场需求快速增长且线上化趋势出现，发行人线上商城规模效应逐渐

释放，导致报告期内公司营业收入大幅增长、员工人数有所增长，“营业收入/员工人数”在 2020-2021 年呈现增长趋势。2022 年，公司母子公司所在地均曾出现居家办公或暂停运作的情况，为避免因上述情况影响对下游客户供应和服务的稳定性，公司主动在销售、物流、品质等方面进行了一定的人员备份，导致总人数增加因此营业收入/员工人数有所下降。由于发行人境内外子公司定位及业务模式不同，因此，下文分别按照境内、境外员工与相关业务规模进行匹配，具体分析如下：

### 1、境内员工与业务规模的匹配性

发行人境内子公司主要负责公司销售业务，包含业务人员、技术人员、职能部门人员等，涵盖公司日常经营的各个环节，因此以销售收入作为判断人员匹配度的标准具有合理性。报告期内，公司境内员工与业务规模的匹配情况参见本回复意见之“问题 24、关于期间费用”之“二、补充说明销售人员、管理人员、研发人员人数、人均薪酬、人均创收与同行业公司比较情况，若差异较大请说明原因及合理性。”的回复。

### 2、境外员工与业务规模的匹配性

发行人美国和英国子公司员工人数较少，且主要负责渠道维护，与业务规模关联性较弱，因此，下文主要对香港地区员工与业务规模匹配性进行匹配。由于香港地区员工主要负责收发货、理货、报关等业务，收发货规模与其员工人数相关性较强，报告期内，香港地区员工人数和收发货情况如下：

单位：单、人

项目	2022 年度	2021年度	2020年度
收发货单数	188,568	128,040	94,912
员工人数	15	14	14
人均处理批次	12,571	9,146	6,779

由上表可知，发行人香港地区收发货单数与发行人营业规模变动趋势基本一致，除此以外，员工年人均处理货物单数分别为 6,779 单、9,146 单和 12,571 单，总体呈现快速增长态势，主要原因系近年来，公司在仓储管理信息系统和流程改造方面持续优化，具体情况如下：

一方面，发行人持续优化 WMS（仓库管理）系统，利用算法对供应商发货

数据与客户产品购买数据进行分析，以此对货位及最优拣货路径提前规划，避免无效搜寻，提高单位时间内的拣选量和准确度；此外，发行人将 WMS 系统与 PDA、便携式打印机等多终端对接，有利于实现快速发货；另一方面，发行人不断删减物流作业中的冗余环节，将耗时工作进行转移，例如简化产品包装、引入 RAP 机器人负责单据录入、将单据进行数字化整理等。通过一系列优化改进措施，发行人大幅降低了其流程损耗时间，显著提升了员工在供应链环节的服务能力。因此，香港地区员工人数与收发货业务规模具有匹配性。

综上，发行人境内外员工人数和业务规模相匹配，不存在异常情形。

## **二、境外用工是否符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定，是否依规为当地员工缴纳相关保险费用及所得税,境外用工的合法合规性**

公司涉及员工雇佣的境外子公司主要为云汉香港、云汉美国、云汉英国和云汉新加坡。

根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，报告期内，云汉香港已与聘用的员工合法订立了有效的雇佣合同，为员工缴纳了强制性公积金计划并购买雇员补偿保险，符合当地劳动保障方面的相关规定。根据香港法律，公司无需为员工代扣代缴个人所得税。报告期内，云汉香港不存在劳动用工方面的违法行为，未受到相关主管部门的处罚；不存在因违反相关劳动法律涉及任何正在进行中或尚未了结的民事或刑事诉讼程序，不存在尚未了结的劳动方面的争议、纠纷。

根据 Locke Lord LLP 出具的法律意见书，云汉美国报告期内未涉及与劳动争议相关的诉讼，遵守了当地劳动方面的法律法规，依规为员工代缴社会保障税和医疗保险税。

根据 Gunnercooke LLP 和 M Law LLP 出具的法律意见书，云汉英国报告期内已依据英国的相关法律法规与其员工签署了有效的劳动合同，制定了相应的员工手册；依据相关规定购买了雇主责任保险；不存在与劳动相关的纠纷。

**根据 Drew & Napier LLC 出具的法律意见书，云汉新加坡报告期内遵守了当地与员工雇佣相关的法律法规并依规为员工购买保险。**

综上所述，发行人境外用工符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定，依法为当地员工缴纳相关保险费及税，境外用工合法合规。

### 三、PCBA 业务生产线上的生产作业人员的主要工作内容，该岗位是否属于临时性、辅助性或替代性岗位

发行人 PCBA 业务相关人员包括 AOI 技术员、AOI 检验员、DIP 作业员、FQC/IQC/IPQC 检验员、SMT 技术员、SMT 作业员、仓库管理员、程序员、工艺工程师、配料员、维修工程师等岗位。其中，公司采用劳务派遣的岗位为 DIP 作业员、SMT 作业员、AOI 检验员、配料员、仓库管理员和文件管控专员，除上述人员外，公司与其余岗位员工均签署了劳动合同。关于劳务派遣涉及相关岗位情况如下：

岗位	主要工作内容
SMT 作业员	SMT 作业员属于 SMT 贴片加工环节人员，仅从事贴装和续料这一辅助性环节的工作，即将电子元器件贴装到 PCB 板固定位置并对异常情况进行反馈，其前序工作环节包括丝印、点胶，后序工作包括固化、回流焊接、清洗残留、检测、返修等
DIP 作业员	DIP 工作人员归属于 DIP 插件环节，主要工作内容是将已贴片并加工好的元件插入 PCB 板的对应位置并对残留在 PCBA 成品上的助焊剂等进行清洗和补焊
AOI 检验员	AOI 检验员归属于 SMT 中检验环节，AOI 检验使用的是高速高精度光学影像检测系统，机器在运行过程中通过摄像头自动扫描 PCB 采集图像，将测试的焊点与数据库中的合格的参数进行比较，经过图像处理，检查并标示 PCB 上的缺陷。整个过程由机器自动化检测、自动化运行，AOI 检验员仅进行辅佐判断工作
配料员	配料员主要负责仓库的收料、入库、备料、上料以及出货工作
仓库管理员	仓库管理员负责仓储工作
文件管控专员	文件管控专员负责相关计量器具的管理工作和受控文件管理发布工作

在 PCBA 生产作业环节中，上述劳务派遣岗位的作业人员所承担的工作内容较为简单，不涉及核心工序与核心技术。相关岗位对作业人员的学历、技能与经验要求较低，其操作规范和标准易于掌握，作业人员通过简单培训即可上岗，系为 PCBA 生产线上的核心工序提供辅助，为辅助性岗位，符合《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》的相关规定。

### 四、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、获取并查阅发行人报告期内的员工花名册，统计分析发行人境内外子公

公司员工人数、各岗位人员变化情况，分析人员安排与业务规模和子公司业务定位是否匹配。

2、获取发行人境外子公司员工的劳动合同，并查阅发行人境外律师就其境外用工合法合规性出具的法律意见书。

3、核查劳务派遣人员花名册、劳务派遣合同，核查报告期内劳务派遣公司与发行人的结算文件。

4、通过现场查看被派遣人员工作岗位等方式确认 PCBA 业务生产线上的生产作业人员的工作内容。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、报告期内发行人主要业务在境内展开，因此境内员工人数占比高于境外。境外员工主要服务于云汉香港、云汉美国、云汉英国和云汉新加坡，整体人数较少，但与子公司业务定位具有一致性。境内外员工人数与业务规模具有匹配性。

2、公司境外用工符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定。

3、发行人 PCBA 业务生产线上劳务派遣人员学历、技能与经验要求低，操作规范和标准易于掌握，作业人员通过简单培训即可上岗，属于辅助性岗位。

## 问题 9、关于子公司和分支机构

申请文件显示：

（1）发行人拥有 17 家全资子公司，多属于亏损状态，其中境外子公司 3 家，分别注册于美国、英国、新加坡。

（2）发行人控股子公司云汉盛格主要开展元器件相关的研发方案咨询、设计与集成业务，发行人持股 80.00%，周伟持有 20% 股权。

（3）报告期发行人转让参股子公司云创智能控制权，云创智能主要开展 SMT 智能制造服务、智能制造，产品定制和进出口服务等，目前发行人仍持有其 4.5% 股权。

（4）报告期内发行人注销云汉壮壮、云汉商毅、上海守芯 3 家子公司。

请发行人：

(1) 结合发行人业务模式、业务流程补充说明设立多家子公司的原因和必要性,对子公司的管理制度及执行有效性,以表格方式列示各子公司在经营范围、业务划分、发展规划等方面的关联和区别。

(2) 补充说明多家子公司处于亏损状态的原因和合理性,是否存在通过子公司之间不公允交易定价规避税负的情况。

(3) 补充说明云汉盛格少数股东周伟的基本情况,与其开展共同投资的背景和原因。

(4) 补充说明深圳市创美佳智能电子有限公司、宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业(有限合伙)的基本情况,与该两家企业共同投资云汉智能的背景和原因,转让云汉智能控股权但仍保留持有其 4.5% 股权的原因和合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合发行人业务模式、业务流程补充说明设立多家子公司的原因和必要性,对子公司的管理制度及执行有效性,以表格方式列示各子公司在经营范围、业务划分、发展规划等方面的关联和区别

(一) 结合发行人业务模式、业务流程补充说明设立多家子公司的原因和必要性,各子公司在经营范围、业务划分、发展规划等方面的关联和区别

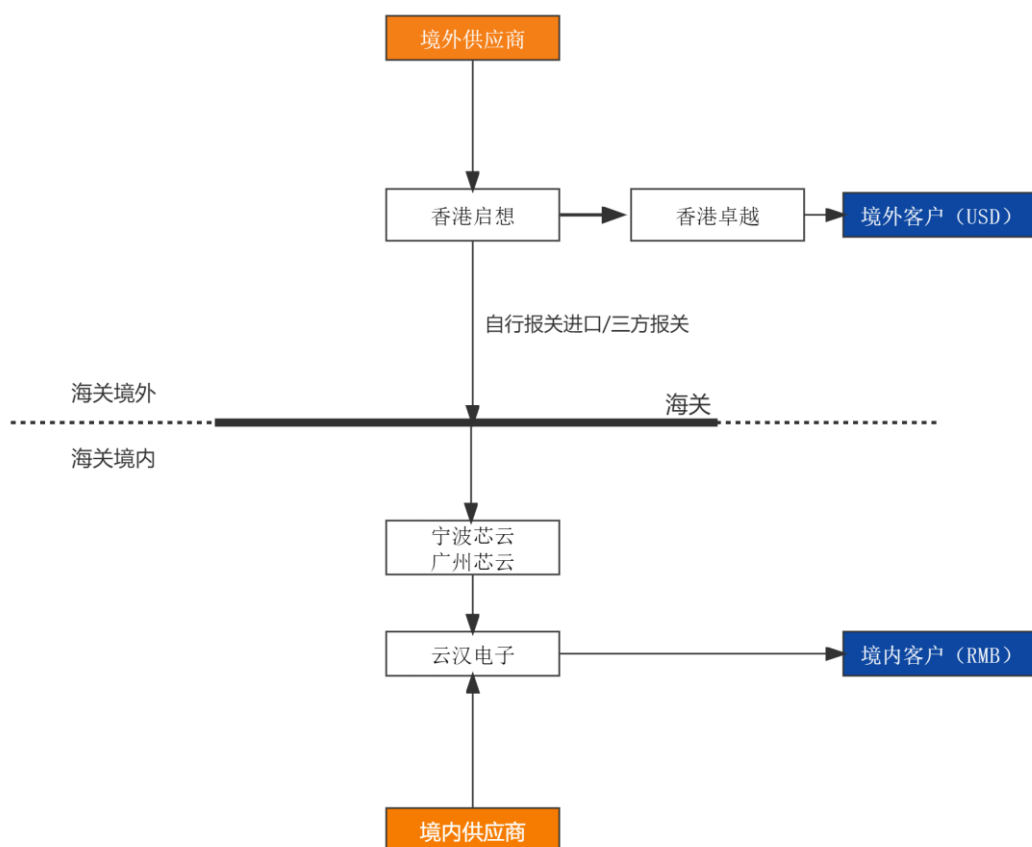
截至本回复出具之日,发行人共拥有 20 家全资、控股子公司。发行人主要依据自身经营模式、业务流程等情况设立并运营各子公司,各子公司之间业务定位清晰、划分明确。

报告期内,云汉芯城及各子公司主体主要经营范围、业务划分、发展规划情况具体如下:

序号	主体	设立定位/发展规划	经营范围/业务划分
1	云汉芯城	电子元器件 B2B 销售业务购	承担控股、管理、研发等职能。
2	云汉电子		境内主要采购主体和境内主要销售主体。

序号	主体	设立定位/发展规划	经营范围/业务划分	
3	宁波芯云	销主体	中国大陆报关进口主体，承接 <b>境外采购主体</b> 采购后货物至国内的报关进口职责，报关后主要销售至云汉电子。	
4	香港卓越		境外采购主体之一， <b>同时也是公司境外销售主体之一。</b>	
5	香港启想		境外采购主体之一。	
6	云汉美国		负责美国、英国地区供应商维护工作，同时，因与部分供应商存在商务合作关系，承担少量境外采购。	
7	云汉英国			
8	云汉新加坡		负责东南亚地区供应商维护工作， <b>境外采购主体之一。</b>	
9	上海芯云		<b>境内销售主体之一。</b>	
10	云汉香港		<b>境外采购主体之一。</b>	
11	汇集制造		<b>2023年4月成立，拟作为境外采购主体之一。</b>	
12	深圳芯云		电子元器件B2B销售业务支持服务主体	报关主体之一，主要负责深圳报关服务。
13	广州芯云			报关主体之一，主要负责广州报关服务； <b>2022年下半年起承接部分境外采购主体报关进口货物。</b>
14	深圳汉云	深圳仓库仓储和收发货服务方，主要为公司销售主体提供仓储服务与收发货服务。		
15	南昌云汉	销售运营主体之一，主要负责客户呼叫服务等相关业务。		
16	固越电子	主要负责电子芯吧客网站业务运营。		
17	云汉天启	主要参与发行人线上商城运营业务。		
18	云汉软件	技术支持主体，主要负责系统模块开发、IT系统运营维护等。		
19	启想智能	PCBA业务执行主体		主要负责发行人智能制造样板工厂建设以及日常PCBA订单业务执行。
20	钻石山制造		开展境外PCBA业务运营。	
21	云汉盛格	提供技术服务主体	主要开展元器件相关的研发方案咨询、设计与集成业务。	

其中，发行人主要业务流程及参与主要主体情况如下：



从以上表格与流程图来看，发行人设立多家子公司主要系基于公司发展战略规划、业务发展及自身经营需要，各子公司之间业务定位清晰，划分明确，具有合理性与必要性。

## （二）对子公司的管理制度及执行有效性

发行人负责制定整体战略发展规划和经营目标，同时负责合并范围内公司的统一管理。公司的采购、销售、研发等经营活动以及财务、人力等职能管理均由母公司统一负责、一体化管控，各子公司在母公司的管控下分别承担相应的采购、销售、研发等职责。

治理方面，发行人全资子公司不设股东会，由发行人按照《公司法》及其公司章程的规定行使股东决策权，其执行董事、监事均由发行人委派。发行人控股子公司的执行董事、监事由发行人委派。

内控制度方面，发行人为规范子公司经营管理行为，保障子公司健康发展，优化公司资源配置，制定并出台了较为系统的规章制度和运营流程，对各子公司



进行有效管理。具体包括《采购管理内部控制制度》、《销售管理内部控制制度》、《研发管理内部控制制度》、《财务管理内部控制制度》、《内部审计制度》、《筹资管理内部控制制度》等，由母公司及其下属控股及全资子公司共同遵守。报告期内，控股及全资子公司均能参照相关制度有序有效运行。

公司董事会对公司 2021 年 12 月 31 日、**2022 年 12 月 31 日**（内部控制评价报告基准日）的内部控制有效性进行了评价，董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。容诚会计师对发行人董事会编制的 2021 年 12 月 31 日、**2022 年 12 月 31 日**与财务报告相关的内部控制有效性的评价报告进行鉴证，并**分别**出具《内部控制鉴证报告（容诚专字[2022]361Z0120 号》、（**容诚专字[2023]361Z0053 号**），认为：公司于 2021 年 12 月 31 日、**2022 年 12 月 31 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。

综上，发行人已建立健全对子公司的管理制度，并能有效执行，对子公司能实施有效管理。

## 二、补充说明多家子公司处于亏损状态的原因和合理性，是否存在通过子公司之间不公允交易定价规避税负的情况

### （一）多家子公司处于亏损状态的原因和合理性

报告期内，存在亏损子公司中，亏损当年净利润情况及亏损原因如下：

单位：万元

序号	主体	2022 年度	2021 年度	2020 年度	亏损原因和合理性
1	启想智能	/	-350.49	-219.55	PCBA 业务整体处于探索阶段，研发项目占用部分产线时间，生产服务收入较少所致。除此之外，2022 年二季度，受上海防控政策影响，启想智能生产线未能充分利用，计提了相关停工损失。
2	南昌云汉	/	/	-11.98	相关企业亏损年度均为其创立初期，收入规模较小，未覆盖人员工资及开办费用，因此处于亏损状态，但亏损金额
3	云汉天启	/	/	-4.62	
4	云汉盛格	-111.22	-117.71	-7.47	

序号	主体	2022 年度	2021 年度	2020 年度	亏损原因和合理性
5	云汉美国	-25.66	/	-74.19	较小。
6	云汉英国	/	-62.95	-85.46	
7	香港启想	/	/	-1.36	
8	钻石山制造	-2.41	/	/	
9	云汉新加坡	/	-0.08	/	2021 年度，云汉新加坡未实际经营，处于亏损。报告期内，上海芯云尚无实际经营，处于亏损状态
10	上海芯云	-0.07	-0.25	-0.12	

注：为了便于阅读，上表中仅列示子公司亏损当年数据，其余年度中“/”表示该子公司当年度未亏损、未成立或未实际运营。

从上表可知，报告期内，子公司亏损数量和亏损金额较小，各期子公司存在亏损主要受发行人整体业绩及自身业务规模、功能定位等因素影响所致，与公司实际经营情况相符，具有合理性。

## （二）是否存在通过子公司之间不公允交易定价规避税负的情况

报告期内，发行人各主体间的主要内部交易情况如下：

交易类型	销售主体	采购主体	定价方式	是否跨税率销售
电子元器件购销	香港卓越	云汉香港	成本价	/
	云汉美国	云汉香港	成本加成定价	/
	云汉英国	云汉香港	成本加成定价	/
	香港启想	云汉香港	成本价	/
	云汉香港、香港启想	宁波芯云、广州芯云	成本加成定价	低税率主体向高税率主体销售
	宁波芯云	云汉芯城	成本加成定价	/
		云汉电子	成本加成定价	/
	云汉芯城	云汉电子	成本价	否
	云汉电子	云汉芯城	成本价	否
启想智能	云汉电子	成本价	/	
运营服务费	云汉芯城	云汉香港	一般运营服务费按照接收服务主体各期收入的固定比例；开发项目后续运维服务	2020-2021 年为高税率主体向低税率主体销售，2022 年为低税率主体向高税率主

交易类型	销售主体	采购主体	定价方式	是否跨税率销售
			费按照项目累计研发费用的一定比例分期收取服务费；客户服务运营按成本加成定价	体销售
		云汉电子		2022年为低税率主体向高税率主体销售
		宁波芯云		2022年为低税率主体向高税率主体销售
	云汉软件	云汉芯城		2020-2021年为低税率主体向高税率主体销售，2022年不存在跨税率销售
		云汉电子		低税率主体向高税率主体销售
	南昌云汉	云汉电子		否
技术服务费	云汉芯城	启想智能	成本加成定价	2020年及2022年不存在跨税率销售，2021年为高税率主体向低税率主体销售。
	云汉芯城	云汉香港		2020-2021年为高税率主体向低税率主体销售，2022年为低税率主体向高税率主体销售
	云汉芯城	云汉电子、宁波芯云、深圳芯云等		2020年及2021年不存在跨税率销售，2022年为低税率主体向高税率主体销售
	云汉软件	云汉芯城		2020年及2021年为低税率主体向高税率主体销售，2022年不存在跨税率销售
	云汉软件	云汉电子、宁波芯云、深圳芯云等		低税率主体向高税率主体销售
深圳仓库仓储和收发服务	深圳汉云	云汉芯城、云汉电子	成本加成定价	/
代理报关服务	深圳芯云	云汉芯城、宁波芯云等	按对应固定费用率收费	/
	广州芯云			/

注 1：公司部分境内子公司符合小型微利企业的标准，企业年应纳税所得额不超过 300 万元的部分，减按 25%或 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；由于税率差

异较小且可适用应纳税所得额有限，因此，在上表中“是否跨税率销售”中不予以考虑。

注 2: 启想智能 2021 年取得高新技术企业证书, 2021 年至 2023 年, 在满足税法规定条件下, 减按 15% 的税率征收企业所得税。但启想智能在 2021 年和 2022 年受到亏损影响, 虽为高新技术企业, 未实际享受高新技术企业税收优惠。因此, 在上表中“是否跨税率销售”中不予以考虑。

注 3: “是否跨税率销售”中仅考虑境内主体间、境内主体与境外主体间的情形, 不考虑境外主体间的跨税率情形。

注 4: 云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司于 2022 年 10 月 12 日取得高新技术企业证书, 证书编号为 GR202231000289, 证书有效期为三年, 从 2022 年至 2024 年, 在满足税法规定条件下, 减按 15% 的税率征收企业所得税。2022 年, 云汉芯城未与其他主体进行电子元器件购销业务, 因此, 在上表中的电子元器件购销业务中“是否跨税率销售”的判定中不予考虑。

注 5: 2022 年下半年开始, 香港启想成为与境内主体进行电子元器件购销内部交易的主要境外主体之一; 广州芯云承接部分境外采购主体报关进口货物。

### 1、发行人各主体间内部交易定价公允合理

发行人各主体之间的交易由各主体独立协商定价, 主要采取以下几种定价方式: ①在内部电子元器件购销交易中, 根据各子公司在公司整体的具体定位, 销售方主要以成本价或较低的成本加成价 (1%-3%) 向采购方销售, 加成部分主要用以覆盖相关主体的报关相关费用 (关税、代理费、运费等) 开支, 相关的定价方式合理; ②内部主体间提供服务的交易主要包括运营服务费、技术服务费和仓储、收发货服务、代理报关服务等, 其中, 运营服务费主要按照接收服务主体所产生收入的一定比例收取费用; 技术服务费以技术开发方进行技术开发的成本加成定价, 代理报关服务按照报关金额的固定比例收取, 相关比例稳定。仓储服务按租金成本进行结算, 收发货服务按照每月固定费用结算, 主要用以覆盖人员支出和其他固定费用, 定价方式公允合理。

### 2、发行人不存在将主要利润从高税率主体转移至低税率主体进而减少税负的情形

发行人各主体之间的交易中, 由低税率主体向高税率主体销售的情形主要系 ①云汉香港、启想香港 (2022 年下半年起) 向广州芯云、宁波芯云销售电子元器件; ②云汉软件向云汉电子等主体提供开发项目后续运维服务或技术服务。除此之外, 由于 2022 年起, 云汉芯城暂适用 15% 的税率, 因此 2022 年新增低税率主体向高税率主体销售的情况主要为云汉芯城向云汉香港、云汉电子等公司提供运营服务及技术服务, 相关服务定价依据与前期基本一致。由高税率主体向低税率主体销售的情形主要系 2020 年至 2021 年云汉芯城向云汉香港提供运营服务及

技术服务。整体而言，发行人合并报表范围内电子元器件购销、运营服务及技术服务定价公允、稳定，主要在覆盖相应成本基础上留有合理利润水平。此外，2020年至2021年发行人高税率主体（云汉芯城）与低税率主体（云汉软件）向其他公司提供技术服务的定价标准基本一致。

因此，在内部交易中，涉及跨税率交易主体中的低税率主体主要为云汉香港、云汉软件、云汉芯城（2022年起适用15%税率），假设云汉软件、云汉香港与云汉芯城（2022年起）适用发行人适用的最高企业所得税税率25%，测算相应的企业所得税额与目前按自身适用税率测算结果差异较小，报告期各期的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
云汉香港利润总额	152.02	2,025.48	657.5
香港启想利润总额	246.41	/	/
云汉软件利润总额	1,062.19	1,188.08	1,002.43
云汉芯城利润总额	5,914.47	/	/
合计	7,375.09	3,213.56	1,659.93
企业所得税（按适用税率测算）①	1,098.63	498.71	244.16
企业所得税（按25%测算）②	1,843.77	803.39	414.98
差异（②-①）	745.14	304.67	170.82

注1：该部分测算未考虑会计利润与应纳税所得额的差异等调整。

注2：由于香港启想2022年下半年开始成为与境内主体进行电子元器件购销内部交易的主要境外主体之一。因此香港启想利润总额数据为其2022年下半年利润总额数据。

从上表可知，2020年及2021年，两家公司因税率差异，测算的企业所得税差异分别为170.82万元和304.67万元，差异较小。2022年，受云汉芯城适用15%的税率及香港启想成为与境内主体内部交易的主要境外主体影响，测算的企业所得税差异为745.14万元，较2021年有所增加，但总体差异较小，且占利润总额的比重较低。另外，报告期内云汉芯城向云汉香港、云汉电子等公司提供的运营服务及技术服务定价政策较为稳定，未发生较大变化。因此，公司不存在利用从高税率主体向低税率主体转移利润的方式规避税收缴纳义务的情形，不存在税务风险。

### 3、发行人依法申报纳税，不存在税收方面的重大违法违规情形

报告期内，发行人各子公司依法申报纳税，境内子公司已经取得税务主管部门出具的合规证明，上述主体不存在因税收事项而受到行政处罚情形。根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，云汉香港、卓越香港、香港启想、**钻石山制造**在报告期内未欠缴税款。卓越香港因延迟提交有关 2017/2018 年度的利得税报税表，税务局于 2022 年 2 月 28 日向该公司征收港币 3,000 的罚款。卓越香港已于 2022 年 3 月 8 日全数缴纳此次罚款。陈和李律师事务所认为该次延迟提交报税表的事件不构成重大违法违规事项。除此之外，云汉香港、卓越香港、香港启想在报告期内未受到香港税务当局的处罚。根据 Aprio,LLP 出具的税务合规报告，云汉美国报告期内未有欠缴税款的行为，未收到税务机关关于税务责任的评估、审计的通知。根据 EIK Global Business 出具的税务合规报告，云汉英国在税务问题上不存在重大风险事项，未发生税务处罚。根据 Drew & Napier LLC 出具的法律意见书，报告期内，云汉新加坡在税务事项方面不存在任何处罚。

综上，发行人子公司之间的交易系出于各子公司实际业务分工需求做出的商业安排，具有真实交易背景，并按照独立原则由交易双方协商定价，与各主体的功能定位、承担的职责与风险匹配，定价合理、公允。报告期内，各子公司未受到主管税务机关处罚，不存在通过子公司间不公允内部交易定价而达到规避税负目的情况。

### 三、补充说明云汉盛格少数股东周伟的基本情况，与其开展共同投资的背景和原因

#### 1、云汉盛格少数股东的基本情况

云汉盛格成立时，其股东结构为发行人持股 60%、周伟持股 24%、宫文持股 16%，彼时周伟和宫文均为少数股东。2021 年 7 月，宫文因个人原因退出经营并将所持股份转让给发行人，周伟也将其部分股权转让予发行人。转让完成后，发行人持股 80%，周伟持股 20%。周伟和宫文的基本情况如下所示：

①周伟：毕业于华中科技大学，取得控制科学与工程系硕士学位。2008 年至加入云汉盛格前，曾就职于龙旗科技（上海）有限公司、华为技术有限公司上海研究所、上海英联电子科技有限公司、上海绿核信息科技有限公司、格盛国际

有限公司，从事手机通讯、无线通信、半导体器件、智能机器人技术、自动化控制等方面的硬件设计、产品技术支持等工作。

②宫文：毕业于西北工业大学电子信息工程系，取得硕士学位。2008年至2011年，就职于龙旗科技（上海）有限公司、大唐联芯科技，主要从事软件开发、售前/后工程师工作。2011年起在通信电子、人工智能领域自主创业，负责业务规划和销售。

## 2、发行人与少数股东共同投资的背景

2020年，发行人拟成立一家电子电路方案设计公司，依托发行人线上商城为客户提供更多有附加值的服务。而周伟、宫文在通信技术、人工智能、工业电子领域从业多年，具有丰富的相关行业经验，因此各方经协商共同成立了云汉盛格，由周伟担任技术总监、宫文担任运营总监。2020年11月，云汉盛格正式成立。

2021年7月，因个人精力有限，宫文提出希望退出云汉盛格股权和经营，同时，为了更好地发挥云汉盛格与公司现有业务的融合，发行人与周伟协商，对双方在云汉盛格的持股比例进行了调整。宫文将其持有的16%股权转让予发行人，转让价格为3.10万元，周伟将其持有的4%股权转让予发行人，转让价格为0.78万元，该等转让价格系根据截至2021年6月30日云汉盛格未经审计的净资产值确定。转让完成后，发行人持有云汉盛格80%股权，周伟持有20%股权，周伟继续在云汉盛格担任技术总监。

四、补充说明深圳市创美佳智能电子有限公司、宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）的基本情况，与该两家企业共同投资云创智能的背景和原因，转让云创智能控股权但仍保留持有其4.5%股权的原因和合理性。

（一）深圳市创美佳精密制品有限公司、深圳市创美佳智能电子有限公司、宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）的基本情况

### 1、发行人设立、转让云创智能基本情况

2019年8月，发行人与深圳创美佳精密制品有限公司（以下简称“创美佳精密”）、宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简

称“天鹰投资”）共同出资设立了云创智能。公司注册资本为1,000万元，发行人、创美佳精密、天鹰投资各持股48.45%、46.55%和5%。

2020年1月，发行人将其持有的云创智能43.95%的股权转让给深圳市创美佳智能电子有限公司（以下简称“创美佳电子”），创美佳精密将其持有的云创智能46.55%的股权转让予创美佳电子。转让完成后，发行人、创美佳电子、天鹰投资各持股4.50%、90.50%和5%。2021年12月31日，创美佳电子将其持有的云创智能90.50%股权转让予深圳市博美智能制造有限公司。2022年8月19日，深圳市博美智能制造有限公司将其持有的90.50%股权转让予深圳市工科物联网有限公司。

## 2、创美佳精密、创美佳电子、天鹰投资基本情况

根据国家企业信用信息公示系统公开信息，云创智能的相关股东创美佳精密、创美佳电子、天鹰投资的基本情况如下：

### （1）深圳创美佳精密制品有限公司

名称	深圳创美佳精密制品有限公司
统一社会信用代码	914403003564583110
类型	有限责任公司
住所	深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业园0A-04区D栋第一层B
法定代表人	孙雄辉
注册资本	500万元
成立日期	2015年9月8日
营业期限	2015年9月8日至长期
经营范围	一般经营项目是：集成电路板卡、计算机及周边设备、工控类设备板卡、机顶盒、播放器、点读笔、平板电脑、手机板卡、GPS板卡、电子玩具、智能产品、数码电子产品的技术开发与销售；自动化设备、智能装备、通用机械设备、电子设备、电子元器件、电子辅料的研发、销售、租赁、技术服务；国内贸易，货物及技术进出口。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：集成电路板卡、计算机及周边设备、工控类设备板卡、机顶盒、播放器、点读笔、平板电脑、手机板卡、GPS板卡、电子玩具、智能产品、数码电子产品的生产加工。
股东情况	刘海琴持股55%，孙雄辉持股35%，邓太君持股10%

### （2）深圳市创美佳智能电子有限公司



名称	深圳市创美佳智能电子有限公司
统一社会信用代码	91440300MA5EJ4FK2U
类型	有限责任公司（法人独资）
住所	深圳市光明区光明街道白花社区兴华雄A9栋厂房4层
法定代表人	王莉
注册资本	100万元
成立日期	2017年5月19日
营业期限	2017年5月19日至无固定期限
经营范围	一般经营项目是：电源板、电热板，电子玩具、声光玩具，充电器、充电宝，电子产品，数码产品、MP3、MP4、笔记本、DVD、DVB—T、激光笔、计时器、体温计，民用温度计、机械温度计、记时器、湿度计、五金制品、钟表、电源开关、IC、手机、电话机、变压器、电脑周边设备、计步器、节能灯、智能家电、家居、音响、耳机、故事机、学习机、点读机、手写板、智能手机、智能手表，玩具、智能玩具、智能家居，机器人、家用电器，汽车电子，汽车配件、Led灯，电动车的研发与销售；口罩，防护服，额温枪，耳温枪，皂液器，自动感应洗手机，泡沫洗手机，智能摄像头，智能会议系统，耳机，打猎相机，暖宫带，美容仪，儿童相机，电动牙刷，灭蚊器，消毒器的销售，第二类医疗器械的销售，国内贸易，货物及技术进出口。许可经营项目是：劳务派遣；人才培养；电源板、充电器、数码产品、MP3、MP4、笔记本、DVD、DVB-T、激光笔、计时器、体温计，民用温度计、机械温度计、额温枪，耳温枪，口罩，体温计，防护服，皂液器，自动感应洗手机，泡沫洗手机，智能摄像头，智能会议系统，耳机，打猎相机，暖宫带，美容仪，儿童相机，电动牙刷，灭蚊器，消毒器 记时器、湿度计、五金制品、钟表、电源开关、IC、手机、电话机、变压器、电脑周边设备、计步器、节能灯、智能家电、家居、音响、耳机、故事机、学习机、点读机、手写板、智能手机、玩具、智能玩具、机器人、汽车配件、电动车的生产。
股东情况	深圳创美佳智能制造有限公司持股 100%

## (3) 宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）

名称	宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330206MA281DMT6K
类型	有限合伙企业
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路88号1幢401室A区B0560
执行事务合伙人	陈越
成立日期	2016年1月7日
营业期限	2016年1月7日至2026年1月6日
经营范围	投资管理、实业投资、资产管理、项目投资。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

出资人情况	迟景朝持有98%财产份额，陈越持有2%财产份额
名称	宁波梅山保税港区天鹰合会投资管理合伙企业（有限合伙）

## （二）发行人与该等企业共同投资云创智能的背景和原因，转让云创智能控股权但仍保留持有其 4.5%股权的原因和合理性

### 1、发行人与该等企业共同投资云创智能的背景和原因

公司订单以中小批量为主，部分客户通过公司线上商城购买电子元器件时，对于 PCBA 服务也存在一定需求。在此背景下，为了增强客户服务能力，更好地提升一站式采购体验，公司将 PCBA 服务业务作为未来重要的发展方向。创美佳精密系 PCBA 生产企业，天鹰投资为专注于智能制造行业的投资机构，基于上述背景，2019 年 8 月，公司与创美佳精密、天鹰投资协商一致，共同出资成立云创智能，拟从事 PCBA 制造业务。

### 2、发行人转让云创智能控股权但仍保留持有其 4.5%股权的原因和合理性

云创智能成立后，各合作方对于云创智能业务发展目标及运作方式存在分歧，合作未达预期。具体而言，发行人对于云创智能的业务定位是满足中小批量的 PCBA 订单需求，而合作方创美佳精密原预期云创智能依托云汉芯城的客户资源承接大批量的 PCBA 业务。因此，考虑到发行人与合作方对云创智能的经营目标不同，云创智能成立后亦尚未实际开展 PCBA 生产制造业务，发行人决定退出云创智能。但由于发行人在电子元器件领域具备较高知名度，合作方认为若发行人保留一定股权，将有利于云创智能的未来发展，经充分沟通协商，发行人保留 4.5% 股权作为财务投资方分享投资收益，不再参与该公司的经营管理。2020 年 1 月，发行人将所持有的云创智能 43.95% 的股权受让予创美佳精密指定的企业创美佳电子，转让价格按照截至 2019 年 11 月 30 日云创智能的净资产确定。上述转让符合云创智能发展的实际情况。发行人转让云创智能股权后，云创智能在其他股东主导下变更了业务种类，未从事 PCBA 生产制造业务，目前主要从事电器整机的研发、销售业务，与发行人的主营业务无关。2020-2021 年发行人与云创智能不存在采购销售往来，不存在通过股权转让来规避关联交易的情形。2020 年至 2022 年，云创智能的净利润分别为 12.49 万元、12.23 万元和 -398.95 万元，不存在大额亏损的情况，也不存在因重大违法违规而受到行政处罚的情形。

## 五、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、访谈了发行人业务负责人、财务负责人，了解各子公司的设立定位、经营范围、业务划分和发展规划，了解子公司经营情况及亏损原因。

2、查阅了发行人的各项管理制度，取得并查阅了容诚会计师出具的《内部控制鉴证报告》。

3、取得并查阅各公司的内部交易往来情况，了解发行人内部交易的背景及定价依据。

4、取得由税务部门出具的发行人境内子公司报告期内税务合规证明以及境外子公司的相关税务合规报告和法律意见书。

5、取得并查阅了云汉盛格的工商档案资料，发行人与周伟、宫文前述的股权转让协议，以及股权转让价款支付凭证。

6、与周伟、宫文进行访谈，了解其与发行人共同设立云汉盛格的背景、股权转让的原因，并取得周伟、宫文的简历、身份证明文件、确认函。

7、取得并查阅了云创智能的工商档案资料，发行人与合作方签署的合作备忘录、股权转让协议，以及股权转让价款支付凭证。

8、通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询云创智能的其他股东方创美佳精密、创美佳电子、天鹰投资的基本情况。

9、与发行人经办云创智能设立及股权转让事项的人员访谈，了解发行人与该企业共同投资云创智能的背景和原因，转让云创智能股权后仍保留 4.5% 股权的原因。

10、取得了创美佳精密、创美佳电子就云创智能股权转让事项出具的确认文件。

11、取得了信用广东平台、国家税务总局深圳市光明区税务局、深圳市社会保险基金管理局对云创智能出具的税务、工商管理、质量监督、安全生产、劳动

用工、社会保险、住房公积金等方面的合规证明文件。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人设立多家子公司具备充分的必要性，各子公司之间业务定位清晰，划分明确。发行人已建立健全对子公司的管理制度，并能有效执行，对子公司能实施有效管理。

2、发行人部分子公司处于亏损状态主要系业务规模、业务模式以及各子公司的角色定位不同所致，具有合理性。发行人不存在通过子公司间不公允内部交易定价而达到规避税负目的情况。

3、发行人与少数股东共同对云汉盛格开展投资具有合理性。

4、基于发行人的业务规划、创美佳精密、天鹰投资的业务模式及投资方向，发行人与该两家企业共同出资成立云创智能，拟从事 PCBA 生产制造业务，符合发行人的业务发展规划，具有合理性。由于合作未达预期，发行人转让云创智能控股权但保留 4.5% 股权作为财务投资方分享投资收益，不再参与该公司的经营管理，具有商业合理性。报告期内，云创智能不存在大额亏损的情况，也不存在因重大违法违规而受到行政处罚的情形。

### 问题 10、关于知识产权

申请文件显示，发行人拥有 52 项商标权，多项为受让取得；12 项专利权，其中发明专利 10 项，外观设计和实用新型专利各 1 项；计算机软件著作权 160 项；作品著作权 10 项；50 个域名，部分未取得备案许可证。

请发行人补充说明：

（1）多项商标权为受让取得商标的背景和原因，支付的对价情况。

（2）持有较多域名的背景和原因，相关域名是否均实际使用，部分域名未取得备案许可证的原因和合理性。

（3）知识产权保护制度的建立健全情况，是否存在与侵犯知识产权相关纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、多项商标权为受让取得商标的背景和原因，支付的对价情况。

（一）受让取得商标的具体情况

发行人及其子公司通过受让方式取得的商标具体情况如下：

序号	商标	商标权人	注册号	国际分类	受让取得时间	受让方
1		云汉芯城	9238681	第9类	2014年9月13日	上海海宴电子科技有限公司
2	云汉芯城	云汉芯城	28323199	第36类	2020年1月6日	陈鸿杰
3	ICKEY	云汉芯城	28306322	第42类	2020年1月6日	陈鸿杰
4	云汉芯城	云汉芯城	28299962	第42类	2020年1月6日	陈鸿杰

（二）受让取得商标的背景及原因、对价支付情况

1、从上海海宴电子科技有限公司受让取得商标的背景及原因、对价支付

上海海宴电子科技有限公司为发行人创始人曾焜、刘云锋在创业初期控制的企业。2014年创始股东开始向外部投资人进行融资，基于业务完整性、独立性及合规性的考虑，创始股东将其控制的其他企业的电子元器件相关业务，包括业务合同、资产及知识等均转移至发行人，并陆续注销了其控制的其他企业。基于上述原因，在业务转移过程中，发行人无偿受让了上海海宴电子科技有限公司持有的相关商标。发行人未实际支付对价。

2、从陈鸿杰处受让取得商标的背景及原因、对价支付

陈鸿杰曾从事商标注册工作，因发现云汉芯城仅注册了与电子元器件相关类别的商标，所以其于2017至2019年期间在金融等其他类别陆续注册了与云汉芯城中文或英文名称相同或近似的商标。此后，陈鸿杰考虑到该等商标对其用处不大，且相关商标注册费用较低，遂主动联系发行人，自愿将该等商标无偿转让。

考虑到该等商标可以构成发行人的防御性商标且转让系无偿形式，因此发行人同意受让并与陈鸿杰签署了《注册商标转让合同》。就该等商标转让，陈鸿杰未自发行人及其关联方或任何其他方获得任何形式的对价。陈鸿杰与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高均无关联关系。

综上，发行人受让上述商标具有合理性，以上商标均系无偿转让给发行人，发行人均未实际支付对价。

## 二、持有较多域名的背景和原因，相关域名是否均实际使用，部分域名未取得备案许可证的原因和合理性。

发行人的域名主要分为两类。第一类域名是与业务相关的域名，主要用于开展线上商城业务、内部员工使用、产品内部调用等；第二类域名则是防御性域名。发行人为了避免与第一类域名近似的域名被他方注册和使用，遂注册了较多与已有域名、发行人名称、业务名称近似的域名。

截至本回复出具之日，发行人持有的域名的实际使用和备案情况如下：

序号	域名	注册所有人	是否正在实际使用	域名备案号
1	ickey.com.cn	云汉芯城	是	沪ICP备10202707号-3
2	hibom.cn	云汉芯城	是	沪ICP备19028250号-6
3	pcbai.com	云汉天启	是	沪ICP备19028250号-7
4	ickey.cn	云汉天启	是	沪ICP备19028250号-2
5	icking.com	云汉天启	是	沪ICP备19028250号-1
6	ningboxinyun.cn	云汉天启	是	沪ICP备19028250号-5
7	icxbk.com	固越电子	是	沪ICP备18038102号-1
8	qixiangzhineng.cn	启想智能	是	沪ICP备19017196号-1
9	ickey.hk	云汉芯城	否	沪ICP备10202707号-1
10	ickey.cc	云汉芯城	否	沪ICP备10202707号-1
11	ic-key.cn	云汉芯城	否	沪ICP备10202707号-1
12	ickey.mobi	云汉芯城	否	沪ICP备10202707号-1
13	ickey.com	云汉芯城	否	沪ICP备10202707号-1
14	dianziqq.cn	云汉天启	否	沪ICP备19028250号-4

序号	域名	注册所有人	是否正在实际使用	域名备案号
15	icxbk.cn	固越电子	否	沪ICP备18038102号-1
16	icxbk.net	固越电子	否	沪ICP备18038102号-1
17	dianziqq.com	云汉天启	否	未备案
18	im-key.cn	云汉芯城	否	未备案
19	im-key.com.cn	云汉芯城	否	未备案
20	im-key.com	云汉芯城	否	未备案
21	im-key.mobi	云汉芯城	否	未备案
22	ickey.biz	云汉芯城	否	未备案
23	ickey.club	云汉芯城	否	未备案
24	ickey.group	云汉芯城	否	未备案
25	ickey.info	云汉芯城	否	未备案
26	ickey.link	云汉芯城	否	未备案
27	ickey.top	云汉芯城	否	未备案
28	ickey.tv	云汉芯城	否	未备案
29	ickey.xin	云汉芯城	否	未备案
30	yunhanxincheng.cn	云汉芯城	否	未备案
31	yunhanxincheng.com.cn	云汉芯城	否	未备案
32	yunhanxincheng.com	云汉芯城	否	未备案
33	yunhanxincheng.net	云汉芯城	否	未备案
34	im-key.net	云汉芯城	否	未备案
35	pcbachn.cn	云汉芯城	否	未备案
36	pcbachn.com	云汉芯城	否	未备案
37	ickey.es	云汉芯城	否	未备案
38	ickey.tw	云汉芯城	否	未备案
39	ickey.in	云汉芯城	否	未备案
40	ickey.jp	云汉芯城	否	未备案
41	ickey.kr	云汉芯城	否	未备案
42	ickey.com.ru	云汉芯城	否	未备案

序号	域名	注册所有人	是否正在实际使用	域名备案号
43	hibom.ai	云汉芯城	否	未备案
44	hellobom.eu	云汉芯城	否	未备案
45	hellobom.de	云汉芯城	否	未备案
46	ickey.app	云汉芯城	否	未备案
47	galaxychn.com	云汉芯城	否	未备案
48	unikeyelectronic.com	云汉新加坡	否	未备案
49	unikeyelectronics.com	云汉新加坡	否	未备案
50	hypernettech.com	云汉芯城	是	未备案
51	unikeyelec.com	云汉芯城	是	未备案
52	hellobom.com	云汉芯城	是	未备案
53	ickey.ai	云汉芯城	是	未备案
54	unikeyelec.ai	云汉芯城	是	未备案
55	yunhan.ai	云汉芯城	是	未备案
56	dhmcic.com	钻石山制造	是	未备案
57	unikeysg.com	云汉新加坡	是	未备案
58	unikeychips.com	云汉新加坡	是	未备案
59	unikeyic.cn	云汉新加坡	是	未备案
60	unikey-ic.cn	云汉新加坡	是	未备案
61	unikeyic.com	云汉新加坡	是	未备案
62	unikey-ic.com	云汉新加坡	是	未备案
63	unikey-us.come	云汉芯城	是	未备案
64	unikey-uk.com	云汉芯城	是	未备案
65	unikey-sg.com	云汉芯城	是	未备案
66	diamandhead.com	云汉芯城	是	未备案

根据《非经营性互联网信息服务备案管理办法》第五条的规定，在中华人民共和国境内提供非经营性互联网信息服务，应当依法履行备案手续。在中华人民共和国境内提供非经营性互联网信息服务，是指在中华人民共和国境内的组织或个人利用通过互联网域名访问的网站或者利用仅能通过互联网 IP 地址访问的网



站，提供非经营性互联网信息服务。据此，信息服务提供主体是“在境内的组织或个人”，且是“通过互联网域名访问的网站提供互联网信息服务”，才需办理域名备案。

根据上述规定，在上表所示的未备案的域名中，第 17-49 项域名未实际使用，因此不需要办理域名备案手续。第 50 至 55 项域名系由境外子公司用于在境外开设网站，第 56-66 项域名系由境外子公司用于设置邮箱，因此不适用《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的规定，不需要按照该规定办理域名备案手续。该等域名未办理备案手续不违反前述《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的规定，具有合理性。

**三、知识产权保护制度的建立健全情况，是否存在与侵犯知识产权相关纠纷或潜在纠纷。**

### **1、知识产权保护制度的建立健全情况**

为保护公司知识产权，发行人制定了《知识产权管理制度》《宣传用字体、图片及音像作品管理办法》等一系列关于知识产权保护、预防知识产权侵权和处理知识产权纠纷的制度，具体情况如下：

#### **（1）针对自身及供应商所拥有知识产权的保护制度**

在保护发行人拥有的知识产权方面，发行人制定的《知识产权管理制度》明确规定了知识产权保护的相关要求和法律责任，发行人及其控股子公司的所有员工均有义务保护发行人的知识产权不受侵犯，对违反规定的员工，不论其是否在职，发行人均保留追究其法律责任的权利。同时，发行人的主要员工均已签署保密承诺书，承诺严格保守保密信息，遵守发行人的保密制度，如有违反承诺则承担支付违约金等法律责任。

在保护供应商知识产权方面，对于供应商提供的与其商业秘密、知识产权相关的资料，发行人按照供应商的要求严格保密和管理。发行人主要员工所签署的保密承诺书中，也承诺其保密范围包括发行人负有保密义务的信息。

#### **（2）预防知识产权侵权的相关制度**

为预防供应商产品知识产权侵权风险，发行人发布任何有关供应商产品的商

标等知识产权文件前，均要求确认是否获得供应商授权。若未获得供应商授权，发行人不会使用。同时，发行人的风控管理部门会定期检查发行人网上商城所展示的商标等内容是否存在知识产权侵权风险，一旦核实存在侵权，将不再在商城展示相关内容和产品。

在申请知识产权环节，《知识产权管理制度》规定公司知识产权专管员需对拟申请的知识产权文件进行初审，判断是否存在侵犯第三方合法权益的风险，如存在侵权风险，则要求停止使用并向董事会办公室汇报。

在对外宣传方面，根据《宣传用字体、图片及音像作品管理办法》，发行人使用字体、图片及音像作品时，应遵守知识产权等相关法律规定，使用版权清晰、授权规则明确的字体、图片及音像作品。对于所有对外宣传用字体、图片及音像作品，发行人市场营销部均应确保其来源路径可查、授权清晰，禁止使用未经授权的字体、图片及音像作品，禁止从互联网或其他非正当途径任意下载或取得字体、图片及音像作品。

### （3）知识产权侵权纠纷处理机制

为及时有效地处理可能发生的知识产权侵权纠纷，发行人在网上商城设置了投诉渠道，如第三方对于网上商城所展示商标、图片提出侵权投诉，发行人将核查相关授权文件，如没有相关授权文件，发行人将不再在商城展示相关内容和产品，并与第三方达成调解；如存在相关授权，发行人将及时启动与第三方、供应商之间的三方调解机制。如调解未能达成一致，发行人将提交知识产权局处理。

## 2、发行人不存在与侵犯知识产权相关纠纷或潜在纠纷

根据中国裁判文书网站、全国法院被执行人信息查询平台、企查查网站的查询结果，发行人不存在与侵犯知识产权相关的纠纷或潜在纠纷。

## 四、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人高管，核查发行人的商标证书以及发行人与陈鸿杰签订的《注册商标转让合同》。

2、查询国家知识产权局商标局网站并取得了发行人出具的关于商标受让情况、域名使用情况等的书面说明。

3、对陈鸿杰进行访谈，了解商标转让的背景、对价支付等情况，并取得了陈鸿杰出具的确认函。核查陈鸿杰与发行人及其控股股东、实控人、董监高是否存在关联关系。

4、核查了发行人的域名注册证书，并通过工业和信息化部政务服务平台域名信息备案管理系统网站进行查询。

5、对发行人域名相关管理人员进行访谈，了解持有域名的背景和实际使用、备案情况。

6、查阅了发行人制定的《知识产权管理制度》《宣传用字体、图片及音像作品管理办法》、发行人员工签署的保密承诺书。

7、查询了中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询平台、企查查等网站。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人通过受让取得商标具有合理性，前述商标均系无偿转让给发行人，发行人均未实际支付对价。

2、发行人持有的部分域名未实际使用或者是仅由境外子公司用于在境外开设网站，因此该等域名未办理备案手续。该等域名未办理备案手续不违反《非经营性互联网信息服务备案管理办法》的规定，具有合理性。

3、发行人已建立健全知识产权保护制度，不存在与侵犯知识产权相关的纠纷或潜在纠纷。

## 问题 11、关于经营场所

申请文件显示：

（1）发行人自有不动产的不动产权证载用途为工业，实际用途为办公，存在实际用途与证载用途不一致的情形。

(2) 发行人取得了上海市松江区新桥镇人民政府、上海漕河泾开发区松江高科技发展有限公司关于相关物业使用不存在违法违规情形的说明。

(3) 发行人有境内外租赁房产 15 处。

请发行人：

(1) 补充说明上海市松江区新桥镇人民政府、上海漕河泾开发区松江高科技发展有限公司是否为确认相关不动产权证载用途与实际用途不一致行为合法合规性的适格主体。

(2) 补充说明境内相关租赁房产是否存在未办理租赁备案或提供有效房屋权属证明等瑕疵，如存在，披露原因和具体情况，是否有下一步解决措施，若需搬迁预计的周期、费用及承担方式,以及对发行人生产经营稳定性的影响。

(3) 补充说明各类用房是否存在安全、防火、防水、卫生等特殊要求，发行人及其子公司是否符合相关要求，是否存在因不符合条件被处罚或被要求整改的情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明上海市松江区新桥镇人民政府、上海漕河泾开发区松江高科技发展有限公司是否为确认相关不动产权证载用途与实际用途不一致行为合法合规性的适格主体。

发行人现拥有位于上海市松江区莘砖公路 258 号“G60 科创走廊”产业园区内的不动产和位于松江区千帆路“G60 科创云廊”产业园区内的不动产。该等不动产的权属证书所载用途为工业，实际用途为办公。根据国土资源部等六部委发布的《关于支持新产业新业态发展促进大众创业万众创新用地的意见》（国土资规[2015]5 号）、上海市规划和自然资源局、上海市经济和信息化委员会印发的《关于上海市推进产业用地高质量利用的实施细则（2020 版）》（沪规划资源用[2020]351 号）以及《关于本市推进产业用地高质量利用的实施细则》（沪规土地[2018]687 号）的相关规定，为支持产业发展和科研创新，上海市鼓励对产业园区中的产业用地进行混合利用。

发行人上述自有物业位于松江区新桥镇地域范围内。经查询上海市松江区人民政府网站，上海市松江区新桥镇人民政府在其管辖的行政区域内拥有“制定和组织实施镇村的集镇建设计划，加强公用设施建设、水利建设、土地使用管理和环境综合治理，合理利用自然资源，保护和改善生活环境和生态环境”的相关职能。此外，上海漕河泾开发区松江高科技园发展有限公司系发行人上述自有物业的出售方之一。因此，发行人请新桥镇人民政府及上海漕河泾开发区松江高科技园发展有限公司就发行人自有物业的使用情况出具了说明文件。

上海市松江区规划和自然资源局于2022年2月14日出具《关于云汉芯城(上海)互联网科技股份有限公司物业使用事项的情况说明》确认，“G60上海松江科创走廊”园区、“G60科创云廊”园区的用地规划以及建设用途符合法律法规及国土资源部等六部委发布的《关于支持新产业新业态发展促进大众创业万众创新用地的意见》（国土资规[2015]5号）、上海市规划和自然资源局、上海市经济和信息化委员会印发的《关于上海市推进产业用地高质量利用的实施细则（2020版）》（沪规划资源用[2020]351号）、《关于本市推进产业用地高质量利用的实施细则》（沪规土资地[2018]687号）等政策的规定，园区内的建筑物可用于办公、研发等灵活用途。云汉芯城及其子公司在该园区内使用的物业用于办公、研发，符合法律法规及政策规定，不存在违法违规情形。云汉芯城及其子公司不会因此受到处罚，或被强制要求搬迁。

经查询上海市松江区人民政府网站，上海市松江区规划和自然资源局的机构职责包括：履行本区全民所有自然资源资产所有者职责和所有国土空间用途管制职责；负责推进主体功能区战略和制度，组织编制并监督实施国土空间规划和相关专项规划。上海市松江区规划和自然资源局属于松江区城市规划行政主管部门和土地管理部门，有权确认松江区用地规划以及建设用途是否合法合规的事项。因此，就发行人的相关不动产权属证书所载用途与实际用途不一致行为的合法合规性，发行人已取得了适格主体的确认。

**二、补充说明境内相关租赁房产是否存在未办理租赁备案或提供有效房屋权属证明等瑕疵，如存在，披露原因和具体情况，是否有下一步解决措施，若需搬迁预计的周期、费用及承担方式，以及对发行人生产经营稳定性的影响。**

根据发行人提供的租赁物业相关资料，截至本回复出具之日，发行人在境内

有 10 处主要经营性租赁物业，相关租赁取得租赁备案及房屋权属证明情况如下：

序号	承租方	出租方	用途	坐落地址	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	是否办理租赁备案	是否提供权属证明
1	云汉芯城	上海云澜实业发展有限公司	厂房	上海市松江区新腾路9号2幢1层150室	62.5	2021年7月1日至2024年6月30日	否	是
2	启想智能	上海云澜实业发展有限公司	厂房	上海市松江区新腾路9号2幢1层128室及2层223室	2,561.5	2021年10月1日至2024年9月30日	否	是
3	启想智能	上海云澜实业发展有限公司	厂房	上海市松江区新腾路9号2幢1层146室	326.00	2022年8月1日至2024年9月30日	否	是
4	深圳汉云	银星投资集团有限公司	仓储	深圳市龙华区观澜街道观光路1301-24号厂房403	6,285.67	2021年4月1日至2026年3月31日	是	是
5	深圳汉云	深圳金诚互动实业有限公司	办公	深圳市福田区振华路飞亚达大厦西座三层B312单位	158	2022年10月6日至2023年10月5日	是	是
6	深圳芯云	银星投资集团有限公司	仓储	深圳市龙华区观澜街道观光路1301-24号厂房402	857	2020年4月1日至2026年3月31日	是	是
7	深圳芯云	银星投资集团有限公司	仓储	深圳市龙华区观澜街道观光路银星科技园1301-24号401	7,000	2021年8月1日至2026年3月31日	是	是
8	深圳芯云	陈浮雨	办公	深圳市福田区福田街道滨河大道南京基滨河时代广场北区（二期）7层701A号	389.37	2023年3月1日至2026年3月31日	是	是
9	南昌云汉	江西省赣房投资集团有限公司	办公	江西省南昌市高新区紫阳大道3399号的“云中城”A栋1110、1101、1102	617.8	2021年4月1日至2024年3月31日	是	是
10	南昌云汉	江西省赣房投资集团有限公司	办公	江西省南昌市高新区紫阳大道3399号的“云中城”A栋1103、1104、1105、1106、1107	933.37	2022年5月11日至2025年5月10日	否	是

如上表所述，上述所租赁物业均已提供有效的房屋权属证明，其中第 5 项租赁物业涉及转租情形，出租方亦已取得房屋产权人出具的转租同意书。因此，相关出租方均有权出租该等物业，租赁关系合法有效。

上述第 1 至 3 项以及第 10 项租赁物业未办理租赁备案登记，主要原因系出租方配合办理备案的意愿较低。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，房屋租赁当事人未办理租赁登记备案的，直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门有权责令限期改正，单位逾期不改正，处以 1,000 元以上 10,000 元以

下的罚款。根据在发行人所在地住房和城乡建设主管部门网站等公开渠道的查询结果，发行人报告期内不存在因上述物业租赁合同未办理备案登记而被主管机关处罚的情形。同时根据《中华人民共和国民法典》的相关规定，未办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。据此，前述租赁物业未办理租赁登记备案手续不会导致相关租赁合同无效，不会影响发行人依据租赁协议使用相关租赁房屋，不会对发行人的生产经营稳定性产生重大不利影响。

就前述部分租赁物业未办理租赁登记备案手续而可能存在被相关主管部门处罚的风险，发行人控股股东、实际控制人曾焯已出具相关承诺：“若发行人及其子公司因未办理房屋租赁登记备案被有关政府主管部门处以罚款，或因此带来任何其他费用支出或经济损失的，本人将承担一切责任和经济损失。”

综上所述，发行人在境内的主要经营性租赁物业均已提供有效的房屋权属证明，相关出租方均有权出租该等物业，租赁关系合法有效。发行人部分租赁物业存在未办理租赁备案的情形，但该等情形不会导致相关租赁合同无效，不会对发行人的生产经营稳定性产生重大不利影响。就发行人部分租赁物业未办理租赁备案手续可能存在被相关主管部门处罚的风险，控股股东、实际控制人已承诺承担发行人可能因此遭受的一切经济损失。

**三、补充说明各类用房是否存在安全、防火、防水、卫生等特殊要求，发行人及其子公司是否符合相关要求，是否存在因不符合条件被处罚或被要求整改的情况**

**（一）各类用房是否存在安全、防火、防水、卫生等特殊要求，发行人及其子公司是否符合相关要求**

发行人自有物业及主要租赁物业的主要用途是办公、仓储和厂房。发行人的该等用房主要涉及消防和环保方面的法律法规要求。相关法律法规的具体规定及发行人合规情况如下：

### **1、消防要求及合规情况**

根据《消防法》《建设工程消防监督管理规定》《建筑工程施工许可管理办法》等相关法律法规，2020年6月1日前，对于相关法律规定的人员密集场所、特殊建设工程，建设单位应当申请消防设计审核并在竣工后申请消防验收。不属

于上述范围内的建设工程，应当在规定时限内办理消防设计、验收备案。2020年6月1日之后，根据《建设工程消防设计审查验收管理暂行规定》，特殊建设工程的建设单位应当向消防设计审查验收主管部门申请消防设计审查，特殊建设工程竣工验收后，建设单位应当向消防设计审查验收主管部门申请消防验收。对其他建设工程实行备案抽查制度。其他建设工程竣工验收合格后，建设单位应当报消防设计审查验收主管部门备案。

发行人境内主要经营性物业主要系购买或租赁取得，不涉及自行建设的情况。发行人自有及租赁的主要物业所在建筑物已取得的消防相关文件如下：

用房类型	具体相关物业	已取得的消防相关文件及合规情况
办公室	自有物业	已取得上海市松江区公安消防支队出具的《建设工程消防验收意见书》，相关建设工程基本符合消防相关要求。
	第5项租赁物业	已取得深圳市公安局福田分局消防监督管理大队出具的《建设工程消防验收备案受理凭证》，相关建设工程已进行消防备案。
	第8项租赁物业	已取得深圳市公安局福田分局消防监督管理大队出具的《建设工程消防验收意见书》，相关建设工程基本符合消防相关要求。
	第9项租赁物业	已取得南昌高新技术产业开发区管理委员会出具的《建设工程消防验收备案凭证》，相关建设工程已进行消防备案。
	第10项租赁物业	已取得南昌市公安消防支队出具的《建设工程消防验收意见书》，相关建设工程消防复验合格。
厂房	第1-3项租赁物业	已取得上海市松江区公安消防支队出具的《建设工程消防验收意见书》，相关建设工程基本符合消防相关要求。
仓储	第4、6、7项租赁物业	已取得深圳市龙华区住房和建设局出具的《建设工程消防验收备案受理凭证》，相关建设工程已进行消防备案。

## 2、环保要求及合规情况

根据《建设项目环境保护管理条例》《建设项目环境影响评价分类管理名录》等法律法规，应当进行环境影响评价的建设项目，应在建设前办理环评手续。根据对环境造成影响的不同程度，环境影响评价手续分为编制登记表、报告表、报告书三类。对应当编制报告表、报告书的项目施行审批管理，项目竣工后需要进行环评验收。

发行人及其控股子公司中，主要有启想智能开展生产。启想智能的厂房涉及年产PCB主板60万片建设项目、技术改造及新增工艺项目，启想智能于2018



年和 2021 年分别就前述项目向上海市松江区环境保护局提交了环境影响报告表，并已取得上海市松江区环境保护局对于该等报告表的审批文件。因此，启想智能建设项目符合环保相关要求。

综上，发行人主要经营用房符合消防、环保等法律法规的相关要求。除此之外，法律法规对于该类用房不存在其他安全、防水、卫生等方面的特殊要求。

## **（二）发行人主要经营用房是否存在因不符合消防、环保要求被处罚或被要求整改的情况**

根据在企查查、信用中国、国家企业信用信息公示系统以及发行人以及相关子公司所在地住房和城乡建设管理、应急管理、环境保护、市场监督管理主管部门网站等公开渠道的查询结果，结合发行人及其相关子公司所在地市场监督管理、环境保护、应急管理主管部门出具的合规证明、信用广东平台出具的关于深圳汉云、深圳芯云在消防领域的合规证明，发行人及其相关子公司报告期内不存在因用房不符合消防、环保等法律规定要求被处罚或被要求整改的情况。

根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，云汉香港、卓越香港在报告期内经营合法合规，不存在违反消防安全、环境保护等各方面的违法行为，未受到任何政府机构的处罚。租赁物业符合公司章程和香港法律。

综上所述，报告期内，发行人主要经营用房不存在因不符合消防、环保要求而被处罚或被要求整改的情况。

## **四、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见**

### **（一）核查程序**

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、取得了上海市松江区规划和自然资源局的就发行人物业使用情况出具的确认文件。

2、查阅发行人主要经营性物业的租赁合同，境内租赁物业产权证明及租赁备案证明。以及关于物业使用及租赁备案情况的书面说明。

3、取得发行人控股股东、实际控制人就发行人租赁物业未办理备案事项出具的承诺函。

4、走访了发行人境内主要经营场所，了解了发行人主要境内经营场所是否存在安全、防火、防水、卫生等特殊要求并查询相关法律规定。

5、取得了发行人主要经营场所所在建筑物的相关消防资料，启想智能的环评文件。

6、查询了发行人及其控股子公司所在地政府主管部门网站、信用中国、企查查和国家信用信息公示系统。

7、取得了发行人及其控股子公司所在地市场监督管理、环境保护、应急管理等部门出具的合规证明，查阅了陈和李律师事务所出具的关于云汉香港和卓越香港的法律意见书。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、上海市松江区规划和自然资源局就发行人的相关不动产权属证明证载用途与实际用途不一致行为的合法合规性进行了确认，该局为有权确认该事项的适格主体。

2、发行人在境内的主要经营性租赁物业均已提供有效的房屋权属证明，相关出租方均有权出租该等物业，租赁关系合法有效。发行人部分租赁物业存在未办理租赁备案的情形，但该等情形不会导致相关租赁合同无效，不会对发行人的生产经营稳定性产生重大不利影响。就发行人部分租赁物业未办理租赁备案手续可能存在被相关主管部门处罚的风险，控股股东、实际控制人已承诺承担发行人可能因此遭受的一切经济损失。

3、发行人主要经营用房主要需满足消防、环保方面的法律法规要求，发行人符合相关要求。除此之外，法律法规对于该类用房不存在其他安全、防水、卫生等方面的特殊要求。报告期内，发行人主要经营用房不存在因不符合消防、环保要求而被处罚或被要求整改的情况。

## 问题 12、关于诉讼和处罚

申请文件显示，发行人存在尚在审理中的诉讼，主要类型为买卖合同纠纷，具体系发行人作为原告向其客户催要应收账款。该等诉讼在发行人正常经营中产

生，单笔诉讼的涉诉金额较小。

请发行人：

(1) 补充披露尚在审理中诉讼的简要情况，包括但不限于起诉时间、案由、原被告、涉案金额、所处阶段等，计算涉案总额和占营业收入的比重。

(2) 补充说明报告期是否曾受到行政处罚，如存在，请简要披露受处罚时间、事由、是否构成重大违法违规以及整改情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充披露尚在审理中诉讼的简要情况，包括但不限于起诉时间、案由、原被告、涉案金额、所处阶段等，计算涉案总额和占营业收入的比重。

根据相关诉讼、仲裁资料，截至 2023 年 5 月 31 日，发行人尚在审理中的诉讼、仲裁情况如下：

序号	案号	立案时间	案由	原告/申请人	被告/被申请人	涉案金额	所处阶段
1	(2023)沪民申2177号	2023年5月31日	买卖合同纠纷：原告诉称其向云汉电子购买产品，云汉电子未按期发货，且存在产品质量纠纷	苏州银宇科技有限公司	云汉电子	货款 73,800 元及赔偿金 500,000 元	二审法院已判决，原告已提起再审，再审待开庭
2	(2023)沪仲裁字第0060号	2023年1月4日	买卖合同纠纷：被申请人向云汉电子购买产品，未按期提货及付款	云汉电子	深圳麦逊电子有限公司	货款 144,000 元及逾期付款违约金	已立案，待仲裁庭开庭审理
3	(2023)沪0117民初1718号	2023年1月10日	买卖合同纠纷：被告一向云汉电子购买产品，未按期提货及付款。且被告一是被告二设立的一人有限责任公司	云汉电子	被告一：深圳市鹏瑞迪科技有限公司； 被告二：杨雪萍	货款 68,193.10 元及逾期付款违约金	一审法院审理中
4	(2023)沪0117民初5510号	2023年2月22日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	广东中科一唯电子技术有限公司	货款 396,195.07 元及逾期付款违约金	一审法院审理中
5	(2023)沪0117民初7575号	2023年3月20日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	上海森旗智能科技有限公司	货款 170,100 元及逾期付款违约金	一审法院审理中

序号	案号	立案时间	案由	原告/申请人	被告/被申请人	涉案金额	所处阶段
6	(2023)沪01民终6098号	2023年3月28日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	上海通容电子有限公司	货款344,736元	一审法院已判决，原告已提起上诉，二审法院审理中
7	(2023)粤0309民初7777号	2023年4月7日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	深圳市东君恒业科技有限公司	货款206,586.11元及逾期付款违约金	已立案，待一审法院开庭审理
8	(2023)沪0117民初10592号	2023年4月25日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子出售产品，存在质量问题	云汉电子	江苏芯钻时代电子科技有限公司	赔偿金93,600元	已立案，待一审法院开庭审理
9	(2023)沪0117民初11433号	2023年5月4日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	深圳市滨信源电子有限公司	货款218,847.2元及逾期付款违约金	已立案，待一审法院开庭审理
10	(2023)沪0117民诉前调7191号	2023年5月15日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	北京汇芯泽鑫科技有限公司	货款31,757.68及逾期付款违约金	诉前调解阶段，法院组织调解中
11	(2023)沪0117民诉前调8318号	2023年5月17日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	北京槿丰科技有限公司	货款18,675.86元及逾期付款违约金	诉前调解阶段，法院组织调解中
12	(2023)沪0117民初12415号	2023年5月17日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	深圳炬科电源技术有限公司	货款739,930元及逾期付款违约金	已立案，待一审法院开庭审理
13	(2023)沪0117民初12475号	2023年5月17日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	深圳市君盛微电子电子有限公司	货款623,858.02元及逾期付款违约金	已立案，待一审法院开庭审理
14	(2023)沪0117民初13004号	2023年5月25日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	中山市锐钜智能电子有限公司	货款332,932.1元及逾期付款违约金	已立案，待一审法院开庭审理
15	(2023)沪01民终7776号	2023年5月25日	买卖合同纠纷：被告向云汉电子购买产品，未按期付款	云汉电子	深圳市富芯创科技有限公司	被告上诉主张返还货款196,000元	一审法院已判决，被告已提起上诉，二审待开庭

上述尚在审理中的诉讼、仲裁中，第1项为由云汉电子作为被告应诉的诉讼，第2-15项由云汉电子作为原告或申请人。所涉货款金额共计3,565,611.14元，赔偿金593,600元，合计占发行人2022年营业收入的比重为0.10%，对发行人

营业收入的影响较小。

发行人已在招股说明书“**第十节 其他重要事项**”之“三、对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项”中对上述有关情况进行补充披露。

## 二、补充说明报告期是否曾受到行政处罚，如存在，请简要披露受处罚时间、事由、是否构成重大违法违规以及整改情况

根据在企查查、信用中国、国家企业信用信息公示系统以及发行人及其控股子公司所在地主管部门网站等公开渠道的查询结果，并根据发行人及其**境内**控股子公司所在地市场监督管理、环境保护、税务、安全生产、海关、人力资源和社会保障以及住房公积金等主管部门出具的合规证明，发行人及其控股子公司在报告期内未曾受到行政处罚。

根据陈和李律师事务所出具的法律意见书，云汉香港、卓越香港、香港启想、**钻石山制造**在报告期内经营合法合规，不存在违反劳动用工、数据安全、产品质量、对外贸易、海关监管、消防安全、环境保护、不正当竞争、垄断等各方面的违法行为，未受到相关主管部门的处罚。云汉香港、卓越香港、香港启想、**钻石山制造**在报告期内未欠缴税款。卓越香港因延迟提交有关 2017/2018 年度的利得税报税表，税务局于 2022 年 2 月 28 日向该公司征收港币 3,000 元的罚款。卓越香港已于 2022 年 3 月 8 日全数缴纳此次罚款。陈和李律师事务所认为该次延迟提交报税表的事件不构成重大违法违规事项。除此之外，云汉香港、卓越香港、香港启想、**钻石山制造**在报告期内未受到香港税务当局的处罚。

根据 Locke Lord LLP 出具的法律意见书，云汉美国自成立起至报告期末遵守适用的美国法律，不存在联邦法院的相关诉讼。

根据 Drew & Napier LLC 出具的法律意见书，云汉新加坡自成立起至报告期末不存在正在进行中的诉讼、仲裁，也未受到政府部门的处罚、禁令等。

根据 Jackson & Lyon LLP 和 M Law LLP 出具的法律意见书，云汉英国自成立起至报告期末未受到英国国家政府或地方政府的任何行政处罚。

根据上述核查，卓越香港因延迟提交有关 2017/2018 年度的利得税报税表，税务局于 2022 年 2 月 28 日向该公司征收港币 3,000 元的罚款。卓越香港已于 2022

年3月8日全数缴纳此次罚款。陈和李律师事务所认为该次延迟提交报税表的事件不构成重大违法违规事项。除此之外，发行人及其控股子公司在报告期内未曾受到行政处罚。

### 三、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

- 1、取得了发行人尚在审理中的诉讼、**仲裁**情况统计。
- 2、核查了发行人尚在审理中的诉讼的起诉状、受理通知书、传票等文件。
- 3、取得了发行人及其控股子公司所在地市场监督管理、环境保护、安全生产、海关、人力资源和社会保障以及住房公积金等主管部门出具的合规证明。
- 4、查阅了陈和李律师事务所出具的关于云汉香港、卓越香港、香港启想、**钻石山制造**的法律意见书；查阅了 Locke Lord LLP 出具的关于云汉美国的法律意见书；查阅了 Drew & Napier LLC 出具的关于云汉新加坡的法律意见书；查阅了 Jackson & Lyon LLP 和 M Law LLP 出具的关于云汉英国的法律意见书。
- 5、通过企查查、信用中国、国家企业信用信息公示系统以及发行人及其控股子公司所在地政府主管部门网站进行查询。

#### （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、截至**2023年5月31日**，发行人有**15**起尚在审理中的诉讼、**仲裁**，其中**14**起由发行人作为原告、**申请人**，**1**起由**发行人作为被告**，案由均为买卖合同纠纷，所涉货款金额及赔偿金金额占发行人**2022**年营业收入比重较低，对发行人的营业收入影响较小。

2、卓越香港因延迟提交有关2017/2018年度的利得税报税表，税务局于2022年2月28日向该公司征收港币3,000元的罚款。卓越香港已于2022年3月8日全数缴纳此次罚款。陈和李律师事务所认为该次延迟提交报税表的事件不构成重大违法违规事项。除此之外，发行人及其控股子公司在报告期内未曾受到行政处罚。

**问题 13、关于税收优惠和政府补助**

申请文件显示：

(1) 2019 年 10 月 28 日，公司全资子公司上海云汉软件技术有限公司取得高新技术企业证书，从 2019 年至 2021 年，在满足税法规定条件下，享受 15% 的企业所得税优惠税率。报告期内，本公司部分子公司符合小型微利企业的标准，享受相关税收优惠。

(2) 报告期内，与收益相关的政府补助金额分别为 596.74 万元、810.77 万元、747.18 万元和 535.71 万元。

请发行人

(1) 补充说明报告期各期享受税收优惠的具体金额，以及占同期利润总额的比例。

(2) 补充说明报告期各期政府补助占同期利润总额的比例。

(3) 结合相关量化分析情况，补充说明发行人经营成果对税收优惠、政府补助是否存在重大依赖。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明报告期各期享受税收优惠的具体金额，以及占同期利润总额的比例

报告期内，公司享受的税收优惠包括：①子公司云汉软件作为高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税；②子公司启想智能作为高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税（2021-2023 年）；③云汉芯城减按 15% 的税率征收企业所得税（2022-2024 年）；④部分子公司符合小型微利企业的标准而取得的相应税收优惠。报告期内各期，公司税收优惠的具体金额及其对同期利润总额占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
高新技术企业税收优惠	197.25	-	-

小微企业税收减免	<b>244.56</b>	118.41	54.25
税收优惠金额总计	<b>441.81</b>	118.41	54.25
利润总额	<b>15,706.88</b>	20,808.50	3,817.22
占利润总额的比例	<b>2.81%</b>	<b>0.57%</b>	<b>1.42%</b>

由上表可知，报告期内各期税收优惠金额总计分别为 54.25 万元、118.41 万元和 **441.81 万元**；随着公司经营规模的不断成长，发行人税收优惠总额逐年上升。其中云汉芯城于 2022 年 10 月 12 日取得高新技术企业证书，证书有效期为三年，因此从 2022 年至 2024 年，在满足税法规定条件下，其减按 15% 的税率征收企业所得税。子公司云汉软件在 2020-2022 年度具备高新技术企业资质，但对应年度该项税收优惠均为 0，主要系其在 2020 年尚存在未弥补亏损，因此应纳税所得额均为负；2021 年和 **2022 年**，云汉软件同时符合高新技术企业税收优惠和小微企业税收减免的标准，发行人选择适用小微企业税收减免优惠标准，因此，上表中税收优惠未计入高新技术企业税收优惠中。子公司启想智能在 2021 年和 **2022 年** 受到亏损影响，因此虽为高新技术企业，也未实际享受高新技术企业税收优惠。

## 二、补充说明报告期各期政府补助占同期利润总额的比例

报告期内，公司取得的政府补助及占同期利润总额比重情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
政府补助合计	<b>1,662.60</b>	1,096.18	747.18
利润总额	<b>15,706.88</b>	20,808.50	3,817.22
占比	<b>10.59%</b>	<b>5.27%</b>	<b>19.57%</b>

报告期内，发行人计入损益的政府补助分别为 747.18 万元、1,096.18 万元和 **1,662.60 万元**，占利润总额的比例分别为 19.57%、5.27% 和 **10.59%**。整体而言，随着公司利润总额增长，政府补助占比呈下降的趋势；2021 年政府补助占利润总额比例分别为 5.27%，占比较低。**2022 年**，公司政府补助较上年度有所增加，主要原因系公司收到松江区企业上市申报材料受理补贴 400 万元。



### 三、结合相关量化分析情况，补充说明发行人经营成果对税收优惠、政府补助是否存在重大依赖

报告期内，发行人享受的税收优惠政策以及计入损益的政府补助对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
税收优惠	441.81	118.41	54.25
政府补助	1,662.60	1,096.18	747.18
合计	2,104.41	1,214.59	801.43
利润总额	15,706.88	20,808.50	3,817.22
合计占比	13.40%	5.84%	21.00%

由上表可知，2020年至2022年，发行人享受的税收优惠和政府补助占利润总额的比例分别为21.00%、5.84%和13.40%。整体而言，随着公司利润总额增长，公司经营成果不存在对于税收优惠、政府补助的重大依赖。

### 四、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

保荐人、发行人律师执行了以下核查程序：

1、获取了发行人的税收优惠政策文件，确认发行人享受优惠的具体类型和有效期；并取得了发行人所在地税务机关出具的税务合规证明和纳税申报表。

2、核查了发行人政府补助所涉政策性文件、记账凭证及银行回单，核查发行人报告期内所获取的政府补助情况。

3、根据发行人报告期内税收优惠及政府补助情况，分析发行人经营成果对税收优惠及政府补助是否存在重大依赖。

#### （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人享受的税收优惠主要分为高新技术企业税收优惠和小微企业税收减免，占同期利润总额的比例较低。

2、发行人享受的政府补助占同期利润总额的比例具有波动性，与业务规模、利润的变化具有密切关系。

3、发行人报告期内享受的税收优惠占利润总额的比例较小，经营成果对税收优惠不存在重大依赖；报告期内政府补助虽然对发行人的业绩有一定的影响，但是发行人盈利能力正稳步提升，对于政府补助不存在重大依赖。

#### **问题 14、关于募投项目购置房产**

申请文件显示：

(1) 此次发行的募投项目为大数据中心及元器件交易平台升级项目、电子产业协同制造服务平台建设项目和智能共享仓储建设项目。

(2) 大数据中心及元器件交易平台升级项目拟在上海市松江区购置办公楼，拟投入场地费用 10,512 万元。电子产业协同制造服务平台建设项目拟在上海市松江区购置及租赁房产用于募投项目的建设，拟购买房产为普通写字楼、厂房，拟投入场地费用 3,966.00 万元。

请发行人结合项目建设内容，补充说明大数据中心及元器件交易平台升级项目、电子产业协同制造服务平台建设项目购置房产以及项目实施的必要性、合理性，是否存在变相用于房地产开发等情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合项目建设内容，补充说明大数据中心及元器件交易平台升级项目、电子产业协同制造服务平台建设项目购置房产以及项目实施的必要性、合理性

##### **(一) 购置房产的必要性和合理性**

发行人募投项目中“大数据中心及元器件交易平台升级项目”和“电子产业协同制造服务平台建设项目”购置房产均用于研发团队办公使用，具有必要性和合理性，具体情况如下：

##### **1、必要性**

###### **(1) 满足研发团队场所需求，发挥集中办公优势**

公司总部在上海地区现有办公场所主要为松江区莘砖公路 258 号 32 号楼和 33 号楼的部分楼层，人员分布具有一定的割裂性与分散性。目前，研发团队与行政部、财务部、风控管理部等部门共同办公，研发办公环境较为拥挤，人均办公面积仅 3 平方米左右，一定程度上对工作效率提升、项目进行和研发团队的发展壮大造成诸多不利影响。近年来，随着公司经营规模的持续扩大，现有的研发办公环境对公司研发项目的开展有所制约。未来期间，发行人募投项目“大数据中心及元器件交易平台升级项目”和“电子产业协同制造服务平台建设项目”的开展要求公司进一步增加人员配置，需要相应的场地与之匹配，因此，通过在上海地区购置房产，有利于发挥集中办公、沟通便捷的优势，提高公司研发运营效率。

### **(2) 维持发行人生产经营的稳定性**

在此次募投项目实施前，发行人现有办公场地仅有莘砖公路 258 号 32 幢 1004 室和 1101-1104 室为发行人自行购置，其余办公场所均为租赁方式取得，办公场所中自有房产占比不达 40%。因此，若继续租赁办公场所作为募投项目用地，可能会面临一定的场地搬迁风险，对发行人未来生产经营的稳定性造成一定不利影响。因此，发行人使用部分募集资金购置房产作为办公使用，既有利于缓解办公场所紧张局面、提高业务承接能力，又可以在一定程度上降低租赁物业对生产经营稳定性的不利影响。

### **(3) 提升公司形象，加强人才吸引力**

随着公司业务规模快速增长、经营领域不断拓展，各项研发项目的规划、设计和执行等工作均需匹配相应的专业技术团队。为此，在保持现有研发技术人员稳定性的前提下，公司需要不断加强人才引入，未来将结合各业务板块的发展，有序推进体制机制创新和研发人才队伍建设。通过在上海地区现有松江区总部附近购置房产，建设研发中心，改善研发环境，为员工提供更为稳定和相对舒适的办公场所，能够进一步提升员工对公司的归属感，工作年限较短的员工也可更好地进行安家置业的规划，从而提升公司对研发人才的吸引力，适应公司业务快速发展的需要。

综上所述，发行人购置房产用于募投项目系为满足研发团队场所需求，发挥

集中办公优势；有利于维持发行人生产经营的稳定性；有利于提升公司形象、加强人才吸引力。因此，发行人在上海市松江区现有总部附近购置房产具有必要性。

## 2、合理性

### （1）购置房产面积具有合理性

在“大数据中心及元器件交易平台升级项目”和“电子产业协同制造服务平台建设项目”计划中，公司分别计划新增面积 4380 平方米、1200 平方米，购置面积除用于研发人员办公外，也涵盖了会议场所、服务器\设备机房区域、员工活动及公共区域等，其中，由于产业互联网业务开展需要，较其他行业而言，公司需要较大面积的会议场所供研发人员进行实时沟通、从而提升开发效率。目前，上述项目计划分别新增 146 人、40 人，增加研发人数较多，同时结合未来 3-5 年研发团队规划，上述购置房产面积具有合理性。

### （2）购置房产价格具有合理性

根据募投项目测算，结合上海市松江区现有总部附近办公场所房产价格，购置房产单价预计为 2.2 万元/平方米，装修单价为 2000 元/平方米，上述价格与上海市松江区普通写字楼的现行的购置及装修市场价格相当，符合市场实际情况，具备合理性。

综上，募投项目购置房产具有必要性和合理性。

## （二）项目实施的必要性与合理性

### 1、大数据中心及元器件交易平台升级项目

为解决中小批量需求在电子元器件传统分销领域存在的搜寻成本高、采购价格贵、质量良莠不齐、服务参差不齐的痛点，通过对传统供应链进行全流程的数字化改造和集约化创新，公司打造了云汉芯城 B2B 线上商城（www.ickey.cn），主要为电子制造产业提供高效、专业的电子元器件供应链一站式服务。目前，公司已从海量业务数据中提炼出涵盖多维度信息的各类标准化数据库，包含 **3,658.89 万** SPU 产品数据、**9,140.9 万**条参数替代关系数据、**61.21 万**条国产替代关系数据、**86.71 万**型号的进口报关分类数据、**37.23 万**型号的元器件质检信息数据等，并运用大数据和人工智能等技术手段，提升在元器件选型、替代推

荐、需求预测、授信、质检、报关等应用场景的服务能力及公司整体运营效率。

整体而言，公司已具备一定的数据积累和分析能力，但在数据挖掘和分析的深度、数据应用于业务的程度以及数据安全防护能力上仍有一定的提升空间。此外，随着公司规模扩大，数据数量与日俱增，对数据储存能力提出了更高挑战。为此发行人实行大数据中心及元器件交易平台升级项目，针对性地进行优化及改造。

该项目主要包括大数据中心建设、元器件交易平台升级和安全系统优化提升三部分，各部分升级必要性和合理性如下：

（1）大数据中心建设：通过增加采编人员数量、增购服务器、优化数据模型，有利于提升公司对于电子元器件行业相关数据的采集挖掘能力、储存能力和处理分析能力。

（2）元器件交易平台升级：通过进一步完善公司数据中台架构，更好地实现公司业务前台与大数据中心的衔接，一方面可以利用数据对客户分类分级，为客户提供定制化、个性化服务和差异化服务，从而提升客户满意度，进一步汇集下游需求。另一方面，有利于公司建立并利用不同数据库针对性地优化采购、报关、仓储、物流、销售、配套加工的各个环节，并为上游的电子元器件研发提供有效信息，引导数据分析挖掘的高效、灵活发展，深化数据应用于业务的程度，进一步提升上下游产业效率。

（3）安全系统优化提升：由于发行人业务主要通过线上形式展开，因此数据安全关乎其命脉。因此，通过优化信息安全管控制度、购置相关安全管理、运维软件、服务器和数据库并加强 IT 运维团队配备，有利于全面强化公司信息系统安全防护能力和水平，保障公司业务和内部工作的平稳运行。

综上，发行人实施大数据中心及元器件交易平台升级项目有利于提高发行人数据储存能力、挖掘和分析的深度、数据应用于业务的程度以及数据安全防护能力，更好地促进数据为业务赋能，具有必要性和合理性。

## 2、电子产业协同制造服务平台建设项目

电子产品制造企业在采购电子元器件后，通常需要进行 PCBA 制造，而传统 PCBA 制造工厂在对接中小批量打样需求时一直面临效率低下的问题，主要原因

系中小批量订单的生产需要频繁转线换料，而生产线调试时间又较长，从而导致生产效率较低，因此，大多数 PCBA 制造工厂承接中小批量订单的意愿较弱。目前，公司已初步尝试打造了 PCBA 智能样板工厂，希望通过技术研发和流程优化，探索“高频换线、柔性生产”的整体解决方案，改善频繁转线换料对生产效率带来的负面影响，待系统、方案成熟后赋能给其他的合作工厂，以提升电子产业中小批量 PCBA 生产效率，同时构建 PCBA 工厂服务网络，实现 PCBA 需求与产能的高效对接。因此，“电子产业协同制造服务平台建设项目”着眼于进一步提升现有 PCBA 整体效率和数据应用效率，将大数据、物联网、云计算、人工智能等技术与传统生产线相融合，实现排产、生产过程智能化，有利于增强 PCBA 工厂柔性化生产制造水平。

具体而言，目前，公司的 PCBA 制造服务主要由子公司启想智能单独运营，在与其他工厂协同方面仍处于早期探索阶段。因此，公司希望通过该募投项目实现 PCBA 智能制造工厂相关信息化系统的研发迭代和生产线智能化改造，一方面，利用相关信息技术在对客户 BOM 表、PCBA 制造版图等生产相关资料的自动解析等的基础上，完善元器件自动选型与报价、DFM（面向可制造/组装性仿真分析）系统风险预警自动化等功能，尽可能减少各环节的人工干预，进一步提升生产效率；与此同时，通过 APS（工厂排产系统）等相关信息化系统的研发投入，支撑与潜在合作工厂之间的协同生产，提高反应敏捷性。另一方面，通过智能化改造，例如，通过加装更多的传感器、控制器等物联网设备，并根据业务需求自主开发定制化的 AOI 检测设备等设备，将 MES（工厂生产管理系统）与公司 ERP 系统相连，有利于全面整合公司生产流程中的业务数据，进一步挖掘数据对生产效率提升的潜力，快速响应客户需求，提高设计、生产的柔性服务质量及效率。此外，除现有 PCBA 服务外，公司希望在未来利用该募投项目的成果，为客户提供更为丰富的电子产品方案设计及后续的研发项目工程服务，进一步打造产业互联网一站式服务体系。

综上，发行人实施电子产业协同制造服务平台建设项目，有利于公司提升效率、协同生产，增强数据利用、柔性制造水平，是进一步提升公司协同制造服务能力的关键。同时，该项目更好地赋能中小电子制造企业，并为推进电子产业中小批量 PCBA 生产效率提供助力，具有必要性和合理性。

## 二、是否存在变相用于房地产开发等情形

### （一）发行人募投项目围绕主营业务展开，不涉及房地产开发业务

发行人募投项目均围绕主营业务展开，主要包括“大数据中心及元器件交易平台升级项目”、“电子产业协同制造服务平台建设项目”、“智能共享仓储建设项目”及补充流动资金。其中，“大数据中心及元器件交易平台升级项目”、“电子产业协同制造服务平台建设项目”是对公司现有业务体系的升级改造，能够进一步提升公司的服务能力和运营效率，增强客户体验；“智能共享仓储建设项目”是为公司的主营业务提供基础设施支持，通过智能化立体仓库建设和仓库面积扩大，公司能够扩大仓储容量和周转能力，提高仓储作业效率，及时响应客户，为支持公司未来快速发展奠定基础。同时，公司计划投入部分募集资金将用于补充公司主营业务发展所需流动资金。上述业务均围绕主营业务展开。

发行人募投项目均已按照国家 and 地方有关政策要求，履行了必要的项目备案、审批等程序。各募投项目备案证明文件及环评批复文件对项目建设内容已有明确规定和规划用途，均为经营自用，不涉及房地产开发业务。

### （二）发行人无房地产开发资质，亦不存在涉及房地产开发业务的情形

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》第三十条，“房地产开发企业是以营利为目的，从事房地产开发和经营的企业”。根据《房地产开发企业资质管理规定》第三条，“房地产开发企业应当按照本规定申请核定企业资质等级。未取得房地产开发资质等级证书的企业，不得从事房地产开发经营业务”。

发行人及其子公司均不具备房地产开发资质。不存在通过募投项目单独购买土地使用权后自建房屋并出售的情形。发行人及其子公司不存在涉及房地产开发业务的情形。

### （三）发行人已购置部分房产用作募投项目办公使用，未有出租出售行为或计划

发行人已于2021年12月与上海临港松江高科技发展有限公司签订了房地产买卖合同，向上海临港松江高科技发展有限公司购买其拥有的位于上海市松江区千帆路的房屋，用于募投项目研发人员办公。该房屋已于2022年10月正式投入使用。

对于募投项目已购房产，发行人当前未有出租、出售行为，亦不存在对所购置房屋的整体改建、扩建或改、扩建后转售的情形，未来也无相关出租、出售计划。

#### （四）发行人承诺

发行人就募集资金不用于房地产业务承诺如下：

“1、截至本承诺签署日，公司及子公司均不具备房地产开发相关资质，报告期内，公司及子公司均围绕主业发展，未从事房地产开发相关业务；

2、本公司的募投项目所涉及的房产全部用于公司自身的生产、办公经营活动，无对外出租及出售计划，不会投向或变相投向房地产领域；

3、公司及子公司保证未来不从事房地产开发业务，也不会以任何形式进行房地产开发业务投入，坚决贯彻国务院及住房和城乡建设部关于房地产市场的监管要求及监管精神。”

综上，发行人募集资金将主要用于全部用于公司主营业务相关项目；发行人及其子公司均不具备房地产开发资质，亦不存在涉及房地产开发业务的情形；发行人已购房产主要用于办公使用，未有出租、出售、改建后转售行为；发行人公司已承诺不会以任何方式将募集资金用于或变相用于房地产开发相关业务，亦不会通过其他方式直接或间接流入房地产开发领域。因此，发行人不存在将募集资金变相用于房地产开发等情形。

### 三、保荐人、发行人律师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

保荐人、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人募投项目可行性研究报告，了解大数据中心及元器件交易平台升级项目和电子产业协同制造服务平台建设项目购置房产以及项目实施的必要性、合理性。

2、查阅发行人募投项目用地的不动产权证书及房地产买卖合同，核查发行人募投项目用地的土地性质、房产用途。

3、查询中华人民共和国住房和城乡建设部网站，以及发行人及其境内子公



司住所地住房和城乡建设厅网站；查阅发行人出具的《关于募集资金不用于房地产业务的承诺》，核查发行人及其子公司是否取得房地产开发企业资质，确认发行人不存在拟将募集资金用于或变相用于房地产开发的情形。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人“大数据中心及元器件交易平台升级项目”和“电子产业协同制造服务平台建设项目”均以主营业务为基础展开，符合公司战略规划，且项目购置房产均用于研发人员办公，购置面积和购置价格均具有合理性。因此项目实施及购置房产具有必要性和合理性。

2、发行人募投项目围绕主营业务展开，不涉及房地产开发业务。发行人无房地产开发资质，目前已购置用作募投的房产不存在涉及房地产开发业务的情形，发行人不存在拟将募集资金用于或变相用于房地产开发的情形。

## 问题 15、关于未弥补亏损和业绩波动

申请文件显示：

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

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

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

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

15.13%、17.46%、8.56%和 6.56%。

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

请发行人：

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

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

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

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

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

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

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

回复：

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

### （一）补充说明发行人股改时是否存在未弥补亏损

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

### （二）股改后发行人的营业收入、盈利情况，是否存在持续亏损的情形

股改后各年，发行人营业收入、盈利情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年
营业收入	<b>433,319.83</b>	383,563.00	153,385.37	82,708.24	93,654.45	82,907.98	80,185.10	36,236.46
净利润	<b>13,541.19</b>	16,086.86	3,079.14	-3,059.96	125.70	-954.04	-6,340.51	-4,382.32

股改后，公司仍继续在线上商城领域投入大量资源，2015 年、2016 年，公司凭借先发优势和经营规模优先的经营理念，一方面，销售规模呈现快速增长，另一方面，由于订单毛利率较低，相关费用投入较大，导致上述年度亏损较大。由于市场融资行情较差，为了保证公司的可持续经营，2017 年起，企业经营理念由经营规模优先转为经营规模与内生造血能力并重，上述策略调整后，公司 2017 年亏损幅度大幅降低，并于 2018 年实现盈利。2018 年 8 月，外部融资到位后，公司不断提升自身运营体系和供应能力，汇集的下游需求也加快增长，客户数、订单数持续增长，但受公司整体运营策略影响，公司营收规模增速有所放缓。2019 年，在公司整体运营策略影响下，同时叠加德州仪器(TI)渠道调整与 MLCC 行情等因素影响，2019 年上半年营收有所下滑，业绩出现了明显的短期波动。随着公司服务能力的不断提升和相关影响的消退，2019 年四季度开始，公司营收规模恢复并快速增长，并于 2019 年 12 月创单月历史新高。2020 年起，一方

面，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件、尤其是半导体器件现货市场需求快速增长，另一方面，该全球性公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，极大加速电子元器件分销线上化的趋势。公司抓住此次契机，凭借多年打造的较为完善的供应能力，不断汇集下游海量需求，规模效应得以充分发挥，销售规模再次开启新一轮上涨趋势，净利润也随之快速增长。

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

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

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

2019 年，受发行人整体运营策略调整，同时叠加德州仪器（TI）分销渠道调整和 MLCC 市场波动等因素影响，销售收入出现一定幅度的下滑。2020 年起，一方面，电子元器件领域出现了供需错配局面，推动电子元器件、尤其是半导体器件现货市场需求快速增长，另一方面，该全球性公共卫生事件对电子元器件交易习惯造成了重大持久影响，极大加速了电子元器件分销线上化的趋势。公司抓住此次契机，凭借多年打造的较为完善的供应能力，不断汇集下游海量需求，规模效应得以充分发挥，销售规模再次开启新一轮上涨趋势。2020 年-2021 年，公司经营规模实现了较快增长，规模效应得以充分发挥，在毛利率相对稳定的情况下，期间费用率下降明显，业绩也随之快速增长。2022 年由于销售、研发费用增加较多导致当期期间费用率有所增长，但发行人营业收入、毛利额较 2021 年有所增长，2022 年业绩仍保持较高水平。具体数据如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入	433,319.83	383,563.00	153,385.37
主营业务毛利	52,648.64	46,615.62	16,940.88

项目	2022 年	2021 年	2020 年
期间费用	35,700.14	24,662.11	13,145.70
利润总额	15,706.88	20,808.50	3,817.22
主营业务毛利率	12.16%	12.16%	11.05%
期间费用率	8.24%	6.43%	8.57%

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

报告期内, 同行业可比公司营业收入同比变动幅度分别为:

公司名称	主要情况和经营品类	2022 年相较于 2021 年	2021 年相较于 2020 年
力源信息	授权代理商, 半导体器件	-24.96%	0.58%
雅创电子	授权代理商, 车载半导体	47.35%	27.33%
润欣科技	授权代理商, 通讯半导体器件	13.13%	33.96%
商络电子	授权代理商, 被动器件	5.18%	71.94%
华强电子网	线上分销商, 半导体、被动器件	23.05%	432.01%
同行业算术平均值		12.75%	113.16%
发行人	线上分销商, 半导体、被动器件	12.80%	150.61%

注: 雅创电子、力源信息选取电子元器件代理分销部分收入。华强电子网选取其全球采购业务收入, 发行人选取 B2B 销售收入。

由上表可知, 发行人与同行业可比公司业绩波动趋势基本吻合, 2021 年增长速度显著高于同行业平均水平, 除力源信息手机市场业务持续受到国际贸易环境等影响外, 同行业可比公司营业收入均出现了大幅度增长, 主要系受下游需求旺盛、产业链供需错配状况较为严重因素影响所致, 另外, 主要以线上商城开展业务的发行人和华强电子网当年增长幅度显著高于其他企业, 体现出线上化趋势对于电子元器件分销行业影响不断深化。

2022 年, 除力源信息受海外业务影响收入明显下滑外, 同行业可比公司营业收入均呈增长态势, 其中, 华强电子网、雅创电子、发行人均出现了大幅增长。具体而言, 雅创电子专注于汽车电子领域, 2022 年, 汽车电动化、智能化趋势凸显, 推动车载电子元器件应用不断深入, 该公司的分销收入也呈现较快增长,

除此以外，雅创电子通过现金收购方式强化了在被动器件分销领域的布局，也进一步推动了其营业收入增长；华强电子网、发行人主要以线上商城开展业务，随着线上化趋势进一步深化，同时叠加当期工业、汽车、新能源等下游高端应用领域需求上涨，华强电子网和发行人均实现了较快收入增长：根据公开信息，华强电子网凭借其数字化能力和全球化布局优势大力开拓新能源汽车市场和海外市场，新增拓展了上汽集团、越南 VINFAST、瑞士 ABB 集团、日本 Keyence（基恩士）等一批优质客户资源，推动了其业绩增长；发行人依托大数据资源与数据应用能力优势，进一步推广、深化数据供应商合作模式，不断优化现有供应体系，较好满足客户一站式采购需求，客单价不断提升，从产品类别上看，在汽车、工业、通信等下游需求推动下，模拟芯片、数字芯片（逻辑芯片、微处理器）、分立器件（MOS 管、二三极管）等细分类别营业收入均实现了较快增长，带动了公司整体收入实现明显增长。

**2022 年，发行人同比增速明显低于雅创电子，略低于华强电子网和润欣科技。整体而言，2022 年，受宏观经济及下游需求景气度有所下降影响，除个别企业外，行业内可比公司收入增速呈现出显著的下降趋势，发行人与同行业可比公司的整体变动趋势一致。**

综上，同行业公司业绩同时受行业整体和自身经营方面的共同影响，发行人业绩波动趋势与同行业公司基本一致，业绩波动具有合理性。电子元器件产业整体存在一定的行业周期，**2022 年行业开始进入下行调整周期**，但整体而言，相较于传统线下分销模式，线上分销规模较小，目前仍处于高速发展期，与此同时，受①需求迭代加快，中小批量需求旺盛②线上化趋势不断加强等因素共同影响，发行人认为，未来一段时间国内线上分销市场仍将保持一定的增长态势，此外，由于公司主要面向中小批量订单需求、客户群体、行业覆盖相对全面。

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

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

（一）发行人经营活动现金流净额持续为负的原因

报告期各期，经营活动现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	18,817.20	-5,065.75	-6,878.03

从上表可知，2020 年与 2021 年公司经营活动产生的现金流量净额均为负数，主要原因包括①公司经营模式导致的销售端和供应端账期错配；②2020 年及 2021 年公司业务规模的快速增长导致的存货大幅增长和账期错配加剧所致。2022 年发行人增长速度受宏观经济、行业景气度等因素影响有所放缓，公司减少库存商品持有量，采购端与销售端账期错配规模有所缩小。同时，公司回款情况保持良好，逐渐形成良性循环，因此，发行人 2022 年经营活动现金流量净额为 18,817.20 万元，已转为正数。

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

具体而言，报告期各期，公司将净利润调节为经营活动现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
净利润	13,541.19	16,086.86	3,079.14

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
加：资产减值准备	<b>1,736.75</b>	955.30	462.77
信用减值损失	<b>181.30</b>	485.93	51.15
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	<b>880.30</b>	495.69	348.49
使用权资产折旧	<b>1,115.56</b>	865.94	-
无形资产摊销	<b>155.60</b>	96.07	39.04
长期待摊费用摊销	<b>528.71</b>	349.65	163.41
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）	<b>3.86</b>	0.68	68.33
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	<b>2.82</b>	9.42	0.31
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-28.96
财务费用（收益以“-”号填列）	<b>1,400.57</b>	476.72	130.98
投资损失（收益以“-”号填列）	-	-18.44	-153.37
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	<b>-281.18</b>	1,042.96	716.23
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	<b>0.05</b>	-4.00	7.24
存货的减少（增加以“-”号填列）	<b>4,915.78</b>	-14,828.19	-5,263.28
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	<b>3,403.75</b>	-32,739.56	-16,094.00
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	<b>-8,916.64</b>	21,470.84	9,245.36
其他	<b>148.77</b>	188.39	349.13
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>18,817.20</b>	<b>-5,065.75</b>	<b>-6,878.03</b>

注：其他系当期股份支付金额。

从上表可知，2020年、2021年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-6,878.03万元、-5,065.75万元，主要原因系上述期间公司营收规模出现了大幅增长，经营性应收、应付项目及存货项目均大幅上升，且受账期因素影响，经营性应收项目的增长金额高于经营性应付项目。2022年，公司营收增速有所放缓，同时为应对外部市场环境变化，发行人在经营策略上也主动做出了调整，提升公司经营安全边际，加强应收账款回款管理，减少库存商品持有量。因此，2022年经营性应收项目变动及存货项目均有减少，经营活动流量净额大于净利润。



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

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

2022年12月末，公司预计可用资金及经营活动现金净流出情况如下：

单位：万元

项目		金额
非受限货币资金	①	19,807.54
未使用授信额度	②	78,012.00
期末未贴现银行承兑汇票	③	6,701.03
预计可用资金合计	④=①+②+③	104,520.57

2022年发行人回款情况良好，应收账款周转率较快，经营活动现金净流入18,817.20万元，已形成良好资金循环，对外部资金需求较小。此外，截至2022年12月31日，公司预计可用资金为104,520.57万元，资金较为充足，能够维持较长时间的经营活动支出。因此，公司预计可用资金能够较好保障公司未来的业务发展。

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

2、发行人资金是否主要依靠外部融资获取，该融资方式的持续性

报告期各期，公司经营活动流入金额分别为161,538.22万元、405,115.23万元和481,478.80万元，发行人资金来源主要系通过销售商品、提供劳务获取，并非主要依靠外部融资。同时，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-6,878.03万元、-5,065.75万元和18,817.20万元。报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为18,675.29万元、13,433.83万元和-4,661.07万元，由于销售端和供应端账期存在错配，发行人在经营过程中需要进行一定期限的垫资。因此基于公司的业务模式、资金支出情况，公司需要通过股权融资、外部借款等方式来满足资金需求，其中经营性借款为主要融资来源。2021年以来，随着发行人业务规模增长，公司应收账款回款管控保持良好，形成了较为良性的业

务运营循环，公司自身造血能力不断提升，现金流情况有所改善，其中，2022年发行人经营活动现金流量净额已转正，净流入 18,817.20 万元，同时筹资活动净流出 4,661.07 万元。

此外，随着公司业务规模的不断扩大，经过综合考察公司资质、信用和还款能力，银行给予公司授信额度不断增长。截至 2022 年 12 月 31 日，公司已签订的借款合同及银行授信额度为 100,750 万元，授信总额较高，未使用授信额度比例为 77.43%，债务融资能力具有可持续性。

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

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

#### 1、公司期间费用波动的具体原因

2019 年至 2022 年，公司期间费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	20,841.42	4.81%	15,531.09	4.05%	7,732.03	5.04%	8,398.24	10.15%
管理费用	5,607.57	1.29%	5,244.74	1.37%	3,108.50	2.03%	3,307.35	4.00%
研发费用	6,169.79	1.42%	3,691.58	0.96%	2,354.16	1.53%	2,390.40	2.89%
财务费用	3,081.36	0.71%	194.70	0.05%	-49.00	-0.03%	349.86	0.42%
合计	35,700.14	8.24%	24,662.11	6.43%	13,145.70	8.57%	14,445.85	17.47%

从上表可知，2019 年、2020 年，发行人期间费用分别为 14,445.85 万元、13,145.70 万元，2020 年，公司期间费用较 2019 年减少 1,300.15 万元，主要系销售费用与财务费用减少较多导致。其中销售费用减少主要包括：①2019 年发行人地推团队人数增加；同时发行人对业务团队及采购团队进行区域战略调整，调整期间部分职能员工有所重叠；上述因素导致 2019 年的人员数量较多，导致当期的销售费用-职工薪酬也相对较高。2020 年，发行人相关调整到位，并裁撤了

地推团队导致当期业务人员和采购人员数量下降。另外，2020年发行人智能化物流系统、WMS仓储系统、数据中台系统等运营体系的进一步优化完善，发行人对物流及其他运营部门进行优化调整导致运营人员数量下降。因此，2020年发行人销售总人员人数有所减少，导致当期销售费用-职工薪酬减少较多。②2020年，因社保减免优惠政策，公司承担的员工社保费用有所减少。③公司于2020年1月1日执行新收入准则，2020年起运费不再计入当期销售费用。另外，2020年财务费用较2019年减少398.85万元，主要系当年实现汇兑净收益295.14万元所致。2021年起，随着发行人业务规模的快速增长，期间费用也快速增长。

## 2、2020年，期间费用未随营业收入增长的主要原因

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

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

（2）如前文所述，2020年，受销售团队调整、社保减免、会计准则等因素影响，发行人销售费用出现了一定幅度下降，未随着营业收入而增长。其中，销售费用-职工薪酬系销售费用变动的主要因素，业务人员、采购人员、运营人员的人数均未随着营业收入增长主要与公司运营模式和公司经营调整相关：①2019年由于对业务团队和采购团队进行调整，期间存在重叠人员，人员效能较低；2020年调整完成后，公司业务人员及采购人员效率明显提升，并且得益于发行人自主开发与完善的数字化业务系统和运营支撑能力的持续提升，发行人能够保障调整后客户服务质量未因人数下降而造成影响。②2020年发行人智能化物流系统、WMS仓储系统、数据中台系统等运营体系的进一步优化完善，系统处理效率提升，带动发行人整体运营效率显著提升。因此运营人员人数减少对发行人业务不存在不利影响。

整体而言，2020年，公司运营效率进一步提升，销售总人员数量下降并未

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

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

## （二）发行人盈利是否主要来自于减少的费用

报告期各期，公司主要经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年	2019年
营业收入	<b>433,319.83</b>	383,563.00	153,385.37	82,708.24
主营业务毛利	<b>52,648.64</b>	46,615.62	16,940.88	10,697.53
期间费用	<b>35,700.14</b>	24,662.11	13,145.70	14,445.85
利润总额	<b>15,706.88</b>	20,808.50	3,817.22	-4,079.91
净利润	<b>13,541.19</b>	16,086.86	3,079.14	-3,059.96

从上表可知，2019年、2020年，公司利润总额分别为-4,079.91万元、3,817.22万元，增长了7,897.13万元，与此同时，公司2020年主营业务毛利额较2019年增加6,243.35万元，占当期利润总额增加额的比重为79.06%。因此，2020年发行人盈利的主要来源系主营业务毛利增长，而非主要来自于减少的费用。2021年起，随着发行人业务规模持续增长，主营业务毛利也大幅增长，**净利润均保持较高水平。**

综上，2020年-2022年发行人盈利并非主要来自于减少的费用。

五、按照《审核问答》问题 32 的要求，就发行人最近一期存在累计未弥补亏损的事项进行逐一披露<sup>16</sup>

### （一）存在累计未弥补亏损的原因、影响和趋势分析

#### 1、存在累计未弥补亏损的原因分析

截至 2022 年 12 月 31 日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司累计未分配利润为 19,226.27 万元。

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

#### 2、存在累计未弥补亏损的影响分析

截至 2021 年 6 月 30 日，公司累计未分配利润为-3,232.72 万元，存在累计未弥补亏损。截至 2022 年 12 月 31 日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司累计未分配利润为 19,226.27 万元。公司 2021 年 6 月 30 日的累计未弥补亏损未对公司的现金流、业务拓展、研发投入、人才吸引、团队稳定性、战略性投入和生产经营可持续性等方面产生重大不利影响，具体分析如下：

##### （1）公司账面资金相对充沛

截至 2022 年 12 月 31 日，公司合并报表层面货币资金 22,523.71 万元，公司 2021 年 6 月 30 日存在累计未弥补亏损未对公司现金流产生不利影响，公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展。

##### （2）公司业务拓展能力持续提升

基于稳定的供应能力、领先的业务中台信息化系统建设和较为强大的服务能

<sup>16</sup> 根据 2023 年 2 月 17 日深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》，深圳交易所于 2020 年 6 月 12 日发布的《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（深证上〔2020〕501 号）和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）于 2023 年 2 月 17 日废止。相关核查要求已在中国证券监督管理委员会于 2023 年 2 月 17 日发布的《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中体现，下同。

力,发行人为客户提供优质、稳定的服务质量,持续获得下游客户的认可与支持,业务拓展能力不断提升。报告期内,公司客户资源、订单不断汇集,交易客户数量和订单数量均呈现持续增长态势。发行人营业收入也呈现快速增长,发行人营业收入也呈现快速增长,报告期内营业收入年度复合增长率达到 **68.08%**。

### (3) 公司具备持续研发投入能力

报告期内,公司不断加大对公司供应链能力和产业互联网相关方面的投入,提升整体的技术服务能力。报告期内公司研发费用分别为 2,354.16 万元、3,691.58 万元和 **6,169.79 万元**,占营业收入比例为 1.53%、0.96%和 **1.42%**。经过多年研发投入,公司自主研发了涵盖销售、采购、报关、仓储、物流、PCBA 业务等在内的全业务流程信息化系统,使各部门能够实时高效共享业务信息,充分提高运营效率,实现供应链高效协同,并研发了 **HiBOM** 选型工具等智能化工具,不断提升互联网服务能力。公司能够将自身积累的技术成果转化为经营成果,并持续投入进行技术研发,为公司规模扩大和盈利能力的提升奠定基础。

### (4) 公司人员规模扩大及核心团队稳定

公司始终重视人才队伍的扩展、培养和建设,通过内部培养和外部引进的方式不断补充人才团队。报告期各期末,公司员工总数分别为 549 人、893 人、**864 人**,**整体呈现增长趋势**。公司管理层团队大多在公司任职多年,核心团队稳定。

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

### (5) 对公司战略性投入、生产经营可持续性等的的影响

当前,随着公司服务能力的不断提升,获得了下游客户的充分认可和供应商良好的服务支持,公司营业收入规模迅速扩张,2021 年营业收入达到 383,563.00 万元,比上年大幅增长,2022 年公司营业收入持续增长,收入为 **433,319.83 万元**。**截至 2022 年 12 月 31 日**,公司已不存在累计未弥补亏损,公司累计未分配利润为 **19,226.27 万元**。同时,公司得到资本市场的广泛认可,融资能力较强,报告期内通过股权融资获取了充足的资金,为公司持续的研发和战略性投入及生

产经营提供了有力保障。公司 2021 年 6 月 30 日存在累计未弥补亏损未对公司战略性投入、生产经营可持续性造成重大不利影响。

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

发行人已在《招股说明书》“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（九）存在累计未弥补亏损的情况”中对上述有关情况进行补充披露。

## （二）披露相关风险因素、投资者保护措施及承诺

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人母公司报表未分配利润为 6,905.97 万元，合并报表未分配利润为 19,226.27 万元。发行人最近一期不存在累计未弥补亏损的情形。

此外，发行人关于投资者保护措施及承诺已在招股说明书“附录二 与投资者保护相关的承诺”中进行披露。

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

截至 2022 年 12 月 31 日，公司短期借款余额为 17,413.09 万元。主要系银行借款、信用卡借款，其中银行借款 17,221.46 万元。

截至 2022 年 12 月 31 日，公司短期银行借款到期情况如下表所示：

单位：万元

序号	借款银行	到期剩余时长	借款开始日	借款到期日	借款金额
1	广发银行	1-3 个月	2022-8-5	2023-2-2	2,500.00
2	浦发银行		2022-8-5	2023-2-4	3,000.00
3	上海农村商业银行		2022-3-14	2023-2-20	2,000.00
4	上海农村商业银行		2022-3-9	2023-2-27	3,000.00
5	广发银行		2022-3-17	2023-3-13	3,750.00

小计					14,250.00
6	招商银行	3-6个月	2022-11-4	2023-5-3	998.00
7	江苏银行		2022-6-24	2023-6-23	1,000.00
小计					1,998.00
8	上海银行	6-12个月	2022-10-9	2023-10-9	990.00
小计					990.00
合计					17,238.00

注：上表借款金额为借款合同金额，合计数 17,238.00 万元与短期借款-银行借款余额 17,221.46 万元差异为借款利息计提与摊销影响所致。

2023年1-5月，发行人归还短期银行借款总计 17,248.91 万元，同时还提前偿还了长期银行借款 3,571.00 万元；新增短期银行借款 15,000.91 万元，长期银行借款无新增。2023年5月31日，发行人非受限货币资金为 12,003.82 万元、可贴现银行承兑汇票为 5,387.51 万元，应收账款为 33,945.84 万元，合计 51,337.17 万元，相关资产流动性较强，应收账款周转率高、回款能力较强，因此能够偿还短期内到期的借款，流动性风险较低。

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

## 七、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

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

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

3、获取发行人编制现金流量表的基础资料，分析经营活动现金流量净额与



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

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

5、就发行人报告期内各期末短期借款余额与相关银行及金融机构进行了函证。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、**2020 年及 2021 年**，公司收入规模快速增长，规模效应得以充分发挥，期间费用率下降明显，从而带动利润金额快速增长。**2022 年发行人收入规模及毛利额较 2021 年有所增长，发行人净利润仍保持较高水平。**发行人业绩波动趋势与同行业公司基本一致，发行人业绩波动较大具有合理性。中国大陆半导体市场线上分销行业周期性、波动性较弱，发行人的线上分销业务仍在一定程度上会受到半导体行业周期性波动的影响，发行人已采取一系列措施有效降低上述不利影响。

3、**2020 年及 2021 年**发行人经营活动现金流净额持续为负主要系公司经营模式导致的销售端和供应端账期错配以及近年规模的快速增长导致的存货大幅增长和账期错配加剧所致。**2022 年，发行人经营活动现金流量净额为 18,817.20 万元，已转为正数。**公司账面资金相对充沛，能够有力支持公司在未来一段时间内的业务发展。发行人资金来源主要系通过销售商品、提供劳务获取，并非主要依靠外部融资。但基于公司的业务模式、资金支出情况，公司需要通过经营性借款进行融资，该融资方式具有可持续性。

4、2020 年，公司期间费用的减少主要系内部运营调整与外部会计政策、社保优惠政策、汇率变动共同影响所致。2020 年，发行人运营效率提升，销售人

员数量下降并未导致发行人业务开展受到重大不利影响，销售费用未随营业收入增长符合公司实际情况，同时运营效率的提升具有持续性。发行人 2020 年实现盈利主要源于主营业务毛利额增长。

5、发行人已在招股书中按照《审核问答》问题 32 的要求，就发行人最近一期存在累计未弥补亏损的事项进行逐一披露。截至 2022 年 12 月 31 日，公司已不存在累计未弥补亏损，公司 2021 年 6 月 30 日存在的累计未弥补亏损未对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

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

## 问题 16、关于营业收入

申请文件显示：

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

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

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

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

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

导致公司线上商城无法展现出德州仪器（TI）的相关产品信息，进而影响到了德州仪器（TI）相关产品的销售规模。

（5）公司销售的下游客户行业分布较广，主营业务收入主要根据市场需求情况存在一定波动，不存在明显的季节性特征；整体而言，由于一季度受春节假期影响导致客户开工率有所下降，销售收入相对较低。

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

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

请发行人：

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

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

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

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

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

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

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

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

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

(10) 说明发行人退货率情况，是否对发行人会计处理存在显著影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

(一) 补充说明发行人是否存在第三方卖家入驻发行人线上商城

公司基于自建自营云汉芯城线上商城开展业务，主要通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，接入全球超千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息，并通过有效运用可视化、数字化技术方法和手段，对供应端产品信息进行智能化处理和展示，客户可在公司线上商城检索、下单，随后，公司进行采购后发货（“先销后采”）或直接由公司仓库发货（“先采后销”）。

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

综上，不存在第三方卖家入驻发行人线上商城的情形。

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

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

①2020年、2021年，发行人为部分合作伙伴提供了代理报关服务，在上述过程中，相应商品风险报酬并未转移至发行人，因此，公司采用净额法确定收入，2020年、2021年分别为0.92万元、0.85万元，金额极小。**2022年，发行人不存在按照净额法确认收入的情形。**

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

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

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

**（一）对于同一SKU产品，客户是否可自主在不同供应商之间选择**

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

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

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

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

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

发行人产品的销售价格主要受产品厂牌型号、市场行业波动、供应商渠道优

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

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

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

报告期内，在 B2B 销售业务中，发行人不存在由供应商向发行人客户直接发货的情形。在 PCBA 业务中，存在由供应商向发行人客户直接发货的情形，主要系下述情况：在 PCBA 业务下，通常情况下，客户向发行人提出采购 PCB 裸板<sup>17</sup>需求后，公司会从 PCB 裸板制造商采购，由供应商向公司发货入库后，再根据客户交期向客户发货或进行进一步的 SMT 贴片制造，但某些订单由于交期较为紧急，应客户要求，发行人会通知供应商直接向客户发货。报告期内，非发行人发货对应的收入金额及占比较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
非发行人发货对应的收入	140.93	154.14	50.59
占比	0.03%	0.04%	0.03%

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

1、发行人、供应商、客户三者之间的关系，发行人是否仅提供交易撮合和平台服务

在公司典型的运营场景下，客户可在公司线上商城检索、下单，然后公司向供应商采购后发货（“先销后采”）或直接由公司仓库发货（“先采后销”）。

<sup>17</sup> 进行 SMT 上件或 DIP 插件之前的印刷电路板

发行人分别与供应商及客户签订购销合同，独立向供应商、客户支付货款和收取回款，上述交易遵循独立交易原则，即发行人独立履行对供应商、客户的合同权利和义务。



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

## 2、发行人是否应按净额法确认收入

根据发行人业务流程<sup>18</sup>及重大销售采购合同主要条款，结合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》、《企业会计准则第 14 号——收入（应用指南 2018）》、《上市公司执行企业会计准则案例解析》（2020）、《监管规则适用指引——会计类第 1 号》等相关规定，发行人按照总额法确认收入，符合新收入准则及相关指引中关于主要责任人和代理人的相关原则和规定，具体原因如下：

### （1）发行人承担向客户转让商品的主要责任

发行人主要以先销后采开展业务，在接到销售订单后，发行人按照订单中产品型号、厂牌、数量、交期等信息，结合供应商提供的库存、交期数据或向供应商询盘，再向供应商进行采购。发行人分别与供应商及客户签订购销合同，并遵循独立交易原则，发行人均独立履行对供应商、客户的合同权利和义务；存货所有权上的主要风险和报酬由发行人独立承担。发行人以自己的名义承担对客户的供货、退货责任，同时也以自己名义向供应商追责。即发行人承担向客户转让商

<sup>18</sup> 请参照招股说明书的“第五节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品的情况”之“（四）主要产品的业务流程图”之“1、电子元器件 B2B 销售业务流程”。



品的主要责任。

## **(2) 发行人在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险**

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

## **(3) 发行人有权自主决定商品的交易价格**

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

## **(4) 其他相关事实和情况**

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

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

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

引中相关原则和规定。

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

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

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

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

单位：万元

项目		2022 年	2021 年	2020 年
营业收入		<b>433,319.83</b>	383,563.00	153,385.37
线上收入	金额	<b>433,114.58</b>	383,437.58	153,384.45
	占总收入比例	<b>99.95%</b>	99.97%	100.00%
线下收入	金额	<b>205.25</b>	125.42	0.92
	占总收入比例	<b>0.05%</b>	0.03%	0.00%

报告期内，公司线下收入金额分别为 0.92 万元、125.42 万元、**205.25 万元**，占比分别为 0.00%、0.03%、**0.05%**，占比极低，2021 年、**2022 年**线下收入主要为提供智能化仓储服务产生的收入。

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

### 1、补充说明手工录入订单对应的收入金额和占比情况

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

单位：万元

手工录入订单收入规模情况	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入	<b>433,319.83</b>	383,563.00	153,385.37
手工录入订单收入金额	<b>174,355.27</b>	147,667.39	61,685.69
手工录入订单收入占比	<b>40.24%</b>	38.50%	40.22%

报告期内，公司手工录入订单金额占比基本在 40% 左右，**各期基本稳定**。

### 2、是否集中于个别客户

报告期内，手工录入订单对应收入金额及占比情况如下：

单位：家、万元

客户销售金额	2022 年			2021 年			2020 年		
	数量	金额	比例	数量	金额	比例	数量	金额	比例
10 万元（含）以下	<b>14,917</b>	<b>28,258.97</b>	<b>16.21%</b>	12,151	23,345.60	15.81%	10,674	18,351.00	29.75%
10-50 万元（含）	<b>2,561</b>	<b>55,726.11</b>	<b>31.96%</b>	2,149	46,235.45	31.31%	1,214	24,633.21	39.93%
50-100 万元（含）	<b>404</b>	<b>27,743.63</b>	<b>15.91%</b>	363	24,913.36	16.87%	118	8,088.35	13.11%
100-300 万元（含）	<b>226</b>	<b>35,423.67</b>	<b>20.32%</b>	156	23,991.40	16.25%	43	6,744.40	10.93%
300 万元以上	<b>46</b>	<b>27,202.89</b>	<b>15.60%</b>	48	29,181.59	19.76%	7	3,868.73	6.27%
合计	<b>18,154</b>	<b>174,355.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,867</b>	<b>147,667.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,056</b>	<b>61,685.69</b>	<b>100.00%</b>

从上表可知，发行人手工录入订单未集中于个别客户，整体而言，手工录入

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

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

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

### （一）发行人销售德州仪器（TI）产品和 MLCC 电容分别的收入金额及占比情况

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

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
德州仪器（TI）厂牌产品	78,793.07	18.18%	91,489.91	23.85%	28,601.53	18.65%
MLCC 产品	10,705.36	2.47%	11,371.45	2.96%	6,231.12	4.06%

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

#### 1、发行人德州仪器（TI）产品收入波动原因

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

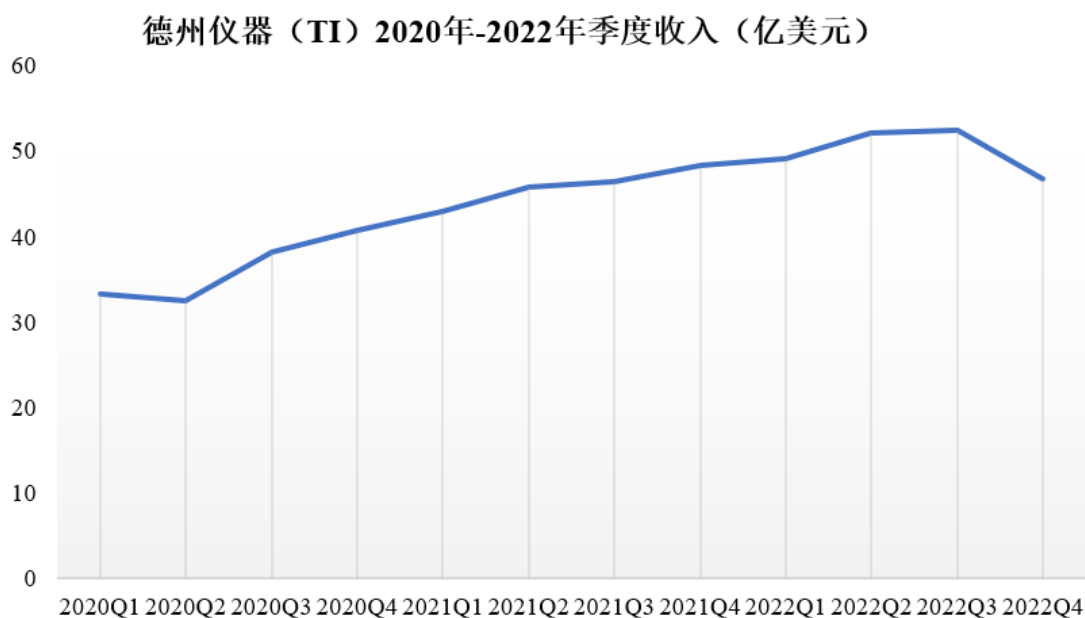
#### （1）2020 年起，德州仪器（TI）开始与公司开展数据合作，推动了发行人德州仪器（TI）产品收入的快速增长

2020 年，德州仪器（TI）为建立更为紧密的客户关系而进行的销售渠道调整计划已逐步完成，根据德州仪器（TI）公开披露的信息，至 2020 年末，其直

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

## （2）德州仪器（TI）自身产品受市场行情影响波动

2020-2022 年，德州仪器（TI）收入规模情况如下：



数据来源：德州仪器（Texas Instruments）

如上图所示，2020 年二季度开始，随着半导体市场逐渐恢复，德州仪器（TI）营业收入也逐渐恢复并有所增长，**2022 年第四季度，半导体市场景气度出现下滑，德州仪器（TI）营业收入也出现同比下降，但整体而言，报告期内，德州仪器（TI）公司营业收入处于较高水平。**在上述背景下，报告期内，公司销售厂牌为德州仪器（TI）产品的收入整体也呈现上升趋势。

## 2、MLCC 产品对应收入波动分析

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

升所拉动

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

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

## （二）发行人报告期收入变动情况与同行业公司是否存在较大差异

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

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

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

1、补充说明获取上游供应商库存信息是否为“先销后采”模式的前提条件

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

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

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

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

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

### **1、若供应商切断其信息合作对发行人业务的影响情况**

由于公司主要以数据合作方式开展电子元器件线上销售业务，通过 API/EDI、FTP 等多种数据传输方式，接入全球超千家优质供应商的海量电子元器件库存数据信息。因此，与业内优质数据供应商开展数据合作，是公司业务不断发展的重要基础。

在上述背景下，若主要供应商切断与公司进行的信息合作，将导致公司只能通过传统的人工询价的方式下单，会大幅降低公司向其采购效率，进而影响公司服务线上商城海量用户的小批量、多品类的采购需求的能力，对公司的业绩增长造成一定不利影响。但整体而言，由于发行人主要供应商均为知名原厂或国际授

权代理商，公司与其在服务下游需求方面存在良性互补关系，且公司线上商城具备较强的下游需求汇集能力，基于正常商业合理性判断，公司与主要供应商间开展合作稳定性和可持续性较强。此外，由于发行人数据供应商数量较多，主要供应商数据合作较为稳定，非主要供应商切断与公司的信息合作，不会对发行人业务造成重大不利影响。

## 2、供应商单方面切断合作是否需对发行人进行赔偿

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

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

#### 1、发行人业务的稳定性

发行人业务具备较强稳定性，主要原因如下：

（1）经过多年行业经验积累和客户口碑积淀，公司客户资源、订单不断汇集，报告期内，交易客户数量和订单数量均呈现持续增长态势。2020 年起，以全球公共卫生安全事件对传统线下交易产生扰动为契机，公司充分发挥数字化供应链服务能力，不断汇聚下游需求，客户数、客单价、订单数、单笔订单金额等均呈现快速增长趋势。对于供应商而言，公司极大降低了其直接服务海量终端客户的难度，对于进一步扩大市场规模有重大意义，基于正常商业合理性考虑，供应商通常会与公司保持较为紧密合作关系；

（2）截至 2022 年底，发行人合作的数据供应商数量已超 1,500 家，其中以授权代理商和独立分销商为主。采购金额方面，在向数据供应商的整体采购金额中，原厂占比 6.55%、授权代理商占比 52.12%、独立分销商占比 41.33%，发行人不存在对某单一供应商形成重大依赖。此外，在自身业务规模、数据供应商合作深度不断加深的同时，公司也在不断开拓新的数据合作供应商，2019 年，与公司交易的数据供应商数量为 500 多家，至 2022 年，上述数量已增长至 1,500 余家，增幅较大。此外，公司各期退出数据合作的供应商对应收入占上期收入比



例较小，基本低于或接近 1%，进一步说明了优质供应商与公司中止数据合作的风险较小。报告期各期，中止数据合作的供应商情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
退出数据供应商上年度采购所对应的营业收入	2,280.34	1,151.30	320.41
占上一年度总收入比例	0.64%	0.82%	0.49%

注：退出数据供应商指当年无交易，且上一年度有交易的客户

综上，从供应商角度出发，发行人业务稳定性较强。

## 2、是否存在类似 2019 年德州仪器案例中被切断信息合作的风险

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

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

（1）发行人与原厂、大型授权代理商在市场定位上存在一定差异。发行人致力于服务企业研发、生产过程中的中小批量现货需求，而原厂、授权代理商通常以直接服务大中型企业生产的大批量期货需求为主，通常不构成直接竞争。对于供应商而言，由于无需直接服务海量中小终端客户，仅需与公司开展业务，使得其下游需求稳定性大幅提升，极大降低了其服务成本和难度。从报告期内与供应商合作情况来看，公司与供应商合作深度、广度不断加强，单个供应商平均采

购金额从 2019 年的 57.44 万元快速增长至 2022 年的 166.84 万元，交易供应商数量超过千家。因此，基于正常商业合理性考虑，优质供应商通常会与公司保持较为紧密合作关系。

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

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

综上，发行人存在类似 2019 年德州仪器案例被大型或主要供应商切断信息合作风险，相关风险较低，发行人已在招股说明书中“**第三节 风险因素**”之“**一、与发行人相关的风险**”之“**（一）供应商集中度较高及数据供应商合作稳定性风险**”中对可能风险进行了充分披露。

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

报告期内，发行人各季度最后一个月收入规模及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
3 月	46,936.23	10.84%	26,293.79	6.86%	13,941.08	9.09%
6 月	40,561.41	9.37%	31,083.72	8.10%	10,528.64	6.86%

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
9 月	31,396.62	7.25%	33,550.46	8.75%	14,230.91	9.28%
12 月	28,295.04	6.53%	44,428.79	11.58%	20,651.38	13.46%

从占比上看，2020 年-2021 年，除了 2021 年 3 月受春节影响略低以外，其他年度 3 月份、9 月份营收规模基本与当年度平均月度水平接近，6 月份占比略低于当年度平均水平，主要原因系 6 月通常为电子产业淡季，导致当月占比通常略低于当年度平均水平。12 月份略高于当年度平均水平，主要原因包括：①报告期内，公司整体呈现快速增长趋势，2020 年-2021 年，各季度基本呈环比增长态势，这使得四季度销售规模均高于其他季度，12 月份也均高于年度平均水平；②在消费类电子、新能源汽车等领域，四季度通常为销售旺季，一定程度上拉动了公司 12 月的销售规模；③部分电子制造企业通常会在年底根据运营经验、市场行情变化情况，规划次年研发、生产计划，对电子元器件进行合理备货。整体而言，发行人各年度 12 月份营业收入占比略高于当年度平均水平，符合行业特征和企业快速发展的阶段性特征，具有合理性。2022 年，受国内宏观经济和下游需求波动等因素的共同影响，2022 年上半年收入高于下半年，导致 2022 年 9 月、12 月占比较低。

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

#### （一）补充说明先采后销对收入增长显著的原因

一方面，由于公司以服务研发、试产等中小批量现货需求为主，并主要以数据合作方式开展电子元器件线上销售业务，在 2020 年前，公司先采后销模式经营规模较小，处于尝试探索阶段。另一方面，先采后销系电子元器件分销的主要经营策略之一，该模式能够较快响应客户需求、提升交付的确定性，同时也能更好发挥集约化采购降低成本的优势。2019 年底开始，公司管理层将“先采后销”作为公司未来一段时间重点发展业务方向之一，公司在前期经营方式探索基础上，基于线上商城的搜索、交易等大数据信息，公司对下游需求较为稳定、具备较大增长潜力、能够较好满足客户一站式需求的通用型被动器件、热门半导体器件进行库存备货，并推出“2 小时发货”的服务，从而更好提升客户体验。因此，2020

年起，发行人先采后销对应收入金额出现大幅增长。

## （二）该项业务是否集中于个别客户

报告期内，发行人“先采后销”模式对应收入的前五大客户收入规模情况如下：

单位：万元，%

“先采后销”模式对应收入	2022年	2021年	2020年
收入金额	<b>27,693.25</b>	17,358.49	4,365.30
前五大客户收入金额	<b>3,380.40</b>	654.06	252.68
前五大客户收入占总收入比例	<b>12.21%</b>	3.77%	5.79%

如上表所示，发行人“先采后销”模式下，2020年至2021年对应前五大客户收入占比较低，客户集中度也相对分散，且随着公司先采后销规模的快速增长，前五大客户收入占比呈逐渐降低趋势。2022年，公司“先采后销”业务持续稳定增长，对应前五大客户收入占比提高至10%左右，但整体而言客户仍较为分散。综上，“先采后销”客户未集中于个别客户。

## （三）该项业务是否集中于第四季度

报告期内，发行人“先采后销”业务按季度划分的收入情况如下：

单位：万元，%

项目	2022年		2021年		2020年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	<b>7,292.80</b>	<b>26.33</b>	2,099.17	12.09	441.19	10.11
第二季度	<b>8,953.87</b>	<b>32.33</b>	2,903.61	16.73	838.63	19.21
第三季度	<b>6,513.92</b>	<b>23.52</b>	5,041.95	29.05	1,195.36	27.38
第四季度	<b>4,932.67</b>	<b>17.81</b>	7,313.76	42.13	1,890.12	43.30
合计	<b>27,693.25</b>	<b>100.00</b>	<b>17,358.49</b>	<b>100.00</b>	<b>4,365.30</b>	<b>100.00</b>

报告期内，“先采后销”业务第四季度占比较高，主要原因系：报告期内，“先采后销”呈现快速增长趋势，尤其是2019年底起，随着公司管理层将先采后销作为重点发展方向之一，公司“先采后销”模式对应的销售规模也快速增长，从2020年四季度的1,890.12万元，增长至2022年第二季度的8,953.87万元，各季度间均持续快速增长，导致各期一、二、三、四季度的营收占比呈现从低到

高的情形。但受国内宏观经济和下游需求波动等因素的共同影响，2022 年下半年，公司“先采后销”规模和占比均有所下降。因此，2020 年、2021 年，公司“先采后销”业务各期四季度较为集中，主要系发行人此类业务规模快速增长所致，符合公司实际运营情况。

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

报告期内，按客单价分层后，各分层平均客单价和销售金额占比情况如下：

单位：万元，%

客单价 分层	2022 年			2021 年			2020 年			2019 年		
	数量	平均客 单价	金额 比例	数量	平均客 单价	金额 比例	数量	平均 客单 价	金额 比例	数量	平均客 单价	金额 比例
10 万元 (含)以下	46,470	1.19	12.79	33,906	1.37	12.09	23,030	1.41	21.25	21,587	1.20	31.33
10-50 万元 (含)	5,404	22.16	27.63	4,795	22.45	28.06	2,685	21.08	36.91	1,594	19.78	38.12
50-100 万 元(含)	998	68.47	15.77	945	69.30	17.07	364	68.81	16.33	149	69.73	12.56
100-300 万 元(含)	559	162.16	20.92	503	158.76	20.82	153	152.47	15.21	68	145.99	12.00
300 万元 以上	142	698.48	22.89	128	657.78	21.95	29	545.21	10.31	10	495.40	5.99
合计	53,573	8.09	100.00	40,227	9.52	100.00	26,261	5.84	100.00	23,408	3.53	100.00

报告期内，整体客单价增长稳定，尤其是客单价在 100 万元以上客户增长较大，2020 年、2021 年、2022 年，客单价在 100 万元以上客户的销售金额占比分别为 25.52%、42.77%、43.81%，主要原因系随着公司采购规模快速上升，供应商支持力度随之加大，带动公司供应能力进一步增强，服务中大型订单能力也相应上升，所以，客户愿意将更多的稳定、批量的采购需求交由公司提供服务，导致客单价在 100 万元以上客户的平均客单价显著上升，从而带动了整体客单价的提升。

### 十、说明发行人退货率情况，是否对发行人会计处理存在显著影响

#### (一) 说明发行人退货率情况

报告期内，发行人退货情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年	2021 年	2020 年
当年度退货金额 A	<b>1,916.49</b>	1,588.63	587.92
当年度主营业务收入 B	<b>433,319.83</b>	383,390.28	153,360.91
退货率 C=A/B	<b>0.44%</b>	0.41%	0.38%

注：退货率=当年度退货冲减收入金额/当年度审定的主营业务收入。

整体而言，发行人退货金额和占比较小。

## （二）是否对发行人会计处理存在显著影响

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

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

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

2、发行人与客户签订的产品销售合同及网站公示的售后条款约定是为了向客户保证所销售商品符合既定标准，属于一般的保证性质保。该服务与产品销售高度关联，发行人的售后服务不收取额外费用，不单独计价，客户不能单独选择是否购买该项售后服务。因此，上述条款中的售后服务不构成单项履约义务。

3、发行人主要是针对产品性能指标、产品质量提供保证，客户收到产品后会对产品进行验收，经验收合格后的产品，后续使用过程中一般不会发生质量问题。发行人结合实际业务情况，预计需要承担售后义务的可能性较低，且发生退货的

金额也较小，故发行人未对退货率进行预估，而是按照实际退货情况冲减当期收入金额。

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

单位：万元

项 目	2022 年	2021 年	2020 年
2020 年以前	6.44	37.56	587.92
2021 年	215.60	1,551.07	-
2022 年	1,694.45	-	-
合计	1,916.49	1,588.63	587.92
其中，跨期退货金额（A）	222.05	37.56	29.11
综合毛利率（B）	12.16%	12.16%	11.05%
对当期利润影响数（A*B）	26.91	4.57	3.22

注：当年度跨期退货金额为以前年度订单在当年度的退货金额。

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

## 十一、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

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

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

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

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

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、报告期内，发行人存在供应商向发行人客户直接发货之情形，发行人向不同客户在同一时点销售同一 SKU 产品的价格会因供应渠道、订单规模、交期等因素存在差异。

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

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

5、报告期内，发行人收入变动情况与同行业公司不存在较大差异。

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

7、报告期内，发行人各季度最后一个月的收入规模较大，符合行业特征，具有合理性。具体原因系：①公司业绩每个季度均保持快速增长趋势；②下游消费类电子、新能源汽车等领域四季度通常为销售旺季；③部分电子制造企业存在年底备货需求。

8、发行人先采后销对应收入增长显著主要受经营策略调整影响，该项业务未集中于个别客户，按年度来看，该项业务在 2020 年、2021 年四季度较为集中，主要系发行人此类业务规模快速增长所致，符合公司实际运营情况。

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



上升。

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

### 问题 17、关于发行人客户

申请文件显示：

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

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

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

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

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

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

请发行人补充说明：

(1) 发行人对非分销商和分销商客户在销售政策等方面的区别。

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

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

(4) 发行人客户中自然人、个体户客户对应收入及占比情况。

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

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

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

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

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

回复：

#### 一、发行人对非分销商和分销商客户在销售政策等方面的区别

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

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

##### （一）发行人与客户是否存在返利安排

报告期内，发行人与 18 家客户分别约定了相关的销售返利安排（具体客户名称及销售返利政策已申请豁免），公司销售返利金额共计 67.71 万元、144.48 万元、241.71 万元，各期占总收入比例极低，均未超过 0.10%。

##### （二）发行人与客户之间是否存在经销或代理的关系

发行人与客户间属于买断式销售，主要客户类型包括分销商和非分销商，均属于直销模式，发行人与客户间不存在经销或代理关系。其中，公司非分销商客

户主要包括生产制造商、研发方案设计商、高校研究所等，其从公司采购电子元器件后主要用于其生产或研发工作，而公司分销商客户从公司采购电子元器件后虽然用于对外销售，但与经销或代理模式在合作方式、特点等方面存在着显著区别，具体情况如下：

销售模式	对应客户	定义	合作方式及特点
直销模式	分销商客户	不进行进一步加工或自用，采购后直接对外销售，主要赚取买卖差价	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、发行人与其是属于既合作又竞争的关系；</li> <li>2、发行人与其是买断式销售；</li> <li>3、发行人对其销售定价是市场定价，不存在折扣价格；</li> <li>4、分销商客户对下游终端客户的销售定价和销售区域完全自主决定；</li> <li>5、分销商客户对下游终端客户的信息进行保密，客户信息系其关键资源；</li> <li>6、分销商客户对下游终端客户销售的产品包装系中性包装，不会体现发行人信息。</li> </ol>
经销或代理模式	经销商或代理商客户	与上游签署了具有约束力的经销协议，并按照协议约定内容开展业务，内容包括销售区域、价格、库存管理、奖惩机制、售后服务、统一包装等等	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、经销商或代理商客户与上游供应商为完全合作关系；</li> <li>2、经销商或代理商客户与上游供应商的采购价格会低于市场定价。</li> <li>3、通常会被上游限制销售区域，避免串货；</li> <li>4、通常会被上游限制销售价格，避免市场价格混乱；</li> <li>5、通常承担上游备货等要求；</li> <li>6、经销商或代理商客户向下游销售产品的包装需要按照上游要求进行设计，体现上游信息。</li> </ol>

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

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

通过企查查、境外上市公司信息披露网站等公开渠道，获取发行人报告期内主要客户、供应商的实际控制人的名单，并与期间内所有员工花名册中员工、亲属<sup>19</sup>姓名进行比对，情况如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
----	-------	-------	-------

<sup>19</sup> 员工入职时填列的紧急联系人作为该员工亲属

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在职员工及其亲属或控制的公司 与公司客户重名对应收入	<b>3,411.45</b>	<b>0.79%</b>	2,596.45	0.68%	1,133.58	0.74%
前员工及其亲属或控制的公司 与公司客户重名对应收入	<b>5,516.48</b>	<b>1.27%</b>	3,898.12	1.02%	1,996.77	1.30%
合计	<b>8,927.93</b>	<b>2.06%</b>	<b>6,494.58</b>	<b>1.69%</b>	<b>3,130.35</b>	<b>2.04%</b>

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

### 1、在职员工及其亲属或控制的公司与公司客户重名情况

报告期内，在职员工或其亲属或其控制的公司与发行人客户名称重合部分的收入金额分别为 1,133.58 万元、2,596.45 万元、**3,411.45 万元**，占营业收入比例分别为 0.74%、0.68%、**0.79%**。针对上述名称重合情形，根据相关员工本人确认并出具的《承诺函》，同时对部分客户进行访谈，确认报告期内不存在在职员工或其亲属或其控制的公司成为发行人客户的情形。

### 2、前员工及其亲属或控制的公司与公司客户重名情况

报告期内，前员工或其亲属或其控制的公司与发行人客户名称重合部分收入金额分别为 1,996.77 万元、3,898.12 万元、**5,516.48 万元**，占营业收入比例分别为 1.30%、1.02%、**1.27%**。针对上述名称重合情形，保荐人和申报会计师对报告期内交易金额相对较大且愿意配合访谈的客户执行了访谈程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
前员工或其亲属或其控制的公司与客户重名部分	<b>5,516.48</b>	3,898.12	1,996.77
访谈覆盖金额	<b>4,355.61</b>	3,042.02	1,573.62
访谈覆盖比例	<b>78.96%</b>	78.04%	78.81%
尚未确认部分	<b>1,160.87</b>	856.10	423.15

#### (1) 已确认前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情况

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

单位：万元

客户名称	与发行人关系	2022年	2021年	2020年
普*蓉	前员工	1.20	3.96	-
赛灵康（上海）电子科技有限公司	前员工蔡*昌控制的公司	40.11	16.60	18.16
上海泗盟科技有限公司	前员工陈*伟控制的公司	40.45	81.28	-
合计		81.76	101.84	18.16
占营业收入比重		0.02%	0.03%	0.01%

在访谈核查范围内，2020年、2021年、2022年，存在前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情形，收入金额分别为18.16万元、101.84万元、81.76万元，占各期营业收入的比例分别为0.01%、0.03%和0.02%，对发行人收入影响极低。其中普\*蓉系发行人前员工，自公司离职后仍从事电子元器件贸易工作，于2021年、2022年因其业务需求合计采购发行人商品5.16万元；赛灵康（上海）电子科技有限公司系发行人前员工蔡\*昌实际控制的公司，于2020年、2021年、2022年合计向发行人采购商品74.87万元；上海泗盟科技有限公司系发行人前员工陈\*伟控制的公司，该员工自离职后设立公司从事电子元器件贸易，于2021年和2022年分别向发行人采购电子元器件81.28万元和40.45万元。整体来看，采购比例较低。上述前员工或其控制的公司成为发行人客户的情形均基于真实商业背景且具有合理性。

## （2）尚未确认是否为前员工及其近亲属或控制的公司为公司客户的情况

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

单位：万元

尚未确认部分客户规模分层	2022年		2021年		2020年	
	金额	家数	金额	家数	金额	家数
1万元（含）以下	62.51	340	31.95	152	18.02	65
1-5万元（含）	208.37	93	184.15	73	126.47	48
5-10万元（含）	167.74	25	176.06	24	48.79	7
10万元以上	722.26	34	463.95	20	229.86	14
合计	1,160.87	492	856.10	269	423.15	134

上述客户主要为未接受保荐人、申报会计师访谈或交易金额较小的对象，报告期内，各期对应收入金额分别为 423.15 万元、856.10 万元、**1,160.87 万元**，占营业收入比例分别为 0.28%、0.22%、**0.27%**，对各期营业收入占比及影响极低。

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

#### 四、发行人客户中自然人、个体户客户对应收入及占比情况

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

单位：万元

自然人、个体户客户	2022 年	2021 年	2020 年
数量	<b>9,251</b>	4,274	3,063
收入金额	<b>2,989.57</b>	1,743.35	626.69
占总收入金额比例	<b>0.69%</b>	0.45%	0.41%
客单价	<b>0.32</b>	0.41	0.20

注：自然人、个体户客户指发票开具单位为个人的客户。

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

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

（一）发行人前五大客户的基本情况，其从事的业务，属于非分销商还是分销商

报告期内，发行人前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	注册时间	销售金额	占比
1	Digi-Kom International Ltd	2008 年	10,450.83	2.41%
2	深圳市新新电子科技有限公司	2017 年	2,733.28	0.63%
3	广州立功科技股份有限公司	1999 年	2,678.32	0.62%
4	中国铁路通信信号股份有限公司	2010 年	2,092.72	0.48%

序号	客户名称	注册时间	销售金额	占比
5	上海宏石医疗科技有限公司	2003 年	2,064.60	0.48%
2022 年合计			20,019.75	4.62%
1	富昌电子（Future Electronics）	1968 年	3,822.90	1.00%
2	锦浪科技股份有限公司	2005 年	2,757.98	0.72%
3	深圳市瑞隆源电子有限公司	2009 年	2,601.55	0.68%
4	深圳前海硬之城信息技术有限公司	2015 年	1,638.91	0.43%
5	杭州长川科技股份有限公司	2008 年	1,631.47	0.43%
2021 年合计			12,452.80	3.25%
1	烟台睿创微纳技术股份有限公司	2009 年	1,080.21	0.70%
2	上海储晏电子科技有限公司	2017 年	1,003.46	0.65%
3	北京恒昌亚怡科技有限公司	2001 年	997.39	0.65%
4	杭州迅得电子有限公司	2010 年	878.27	0.57%
5	芯元（浙江）科技有限公司	2018 年	859.01	0.56%
2020 年合计			4,818.34	3.13%

注 1：烟台睿创微纳技术股份有限公司包括其子公司烟台艾睿光电科技有限公司、无锡英菲

感知技术有限公司、合肥英睿系统技术有限公司、苏州睿新微系统技术有限公司等

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

注 3：芯元（浙江）科技有限公司包含恰芯（上海）科技有限公司

注 4：深圳前海硬之城信息技术有限公司包含其中国香港地区的主体

注 5：深圳市瑞隆源电子有限公司包含其子公司深圳市融汇龙电子有限公司

注 6：杭州长川科技股份有限公司包含其子公司杭州长川智能制造有限公司

注 7：Digi-Kom International Ltd 包含深圳市顺芯供应链管理有限公司

注 8：深圳市新新电子科技有限公司包含北京时代超想电子有限公司

注 9：广州立功科技股份有限公司包含杭州立功电子科技有限公司、广州致远电子股份有限公司、广州周立功单片机科技有限公司、ZLG ELECTRONICS (HONG KONG) CO., LIMITED 等

注 10：中国铁路通信信号股份有限公司包含北京全路通信信号研究设计院集团有限公司、北京铁路信号有限公司、上海铁路通信有限公司、西安铁路信号有限责任公司、天津铁路信号有限责任公司等

上述公司基本情况如下：

序号	公司名称	是否为分销商	从事的业务
1	富昌电子（Future Electronics）	是	全球知名分销商，成立于 1968 年，总部设在加拿大蒙特利尔，经营业务遍布全球 44 个国家 170 个办事处。2020 财年营收达 60 亿美元，在 2020 年国际电子元器件分销商营收榜中排名第 5 位。
2	锦浪科技股份有限公司	否	是专业从事光伏发电系统核心设备组串式逆变器研发、生产、销售和服务的高新技术企业，也是全球第一家获

序号	公司名称	是否为分销商	从事的业务
	(SZ.300763)		得第三方权威机构 PVEL 的可靠性测试报告的逆变器企业。该公司成立于 2005 年，2019 年于深圳交易所上市，2020 营业收入为 20.84 亿元。
3	深圳市瑞隆源电子有限公司	否	成立于 2009 年，是国家级高新企业，专门从事过压、过流元器件和产品的开发、设计、制造和市场推广。公司主要产品为 GDT、TVS、ESD、PTC、MOV 等系列浪涌防护元器件和浪涌防护成品，拥有多项发明和实用新型专利。公司建有全波形浪涌实验室（PCIC），能够完成 T1、T2、T3 级浪涌测试、静电耐压测试、热稳定等多项可靠性测试测试项，确保产品质量，确保客户设备安全。
4	深圳前海硬之城信息技术有限公司	是	成立于 2015 年，是一家电子产业供应链与智造平台。截止 2021 年 6 月，硬之城合作的知名原厂、代理商超过 2500 家。
5	杭州长川科技股份有限公司 (SZ:300604)	否	主要从事集成电路专用测试设备的研发、生产和销售，是一家致力于提升我国集成电路专用测试技术水平、积极推动集成电路装备业升级的国家高新技术企业和软件企业。该公司成立于 2008 年，于 2017 年在深交所创业板上市，2020 年营业收入为 8.04 亿元。
6	烟台睿创微纳技术股份有限公司 (SH:688002)	否	主营业务是从事非制冷红外热成像与 MEMS 传感技术开发的集成电路芯片企业，致力于专用集成电路、MEMS 传感器及红外成像产品的设计与制造。该公司成立于 2009 年，2019 年成为科创板首批上市公司，2020 年营业收入为 15.61 亿元。
7	上海储晏电子科技有限公司	否	成立于 2017 年，主要做电力物联网有关的传感器研发，以及配套产品服务。2018 年成功研制温度传感、电力设备测试仪等方案，并有湖南，江西等地客户采用，未来会继续在电力物联网、传感器研发等方面投入，力争成为电力物联网有竞争力的方案商。
8	北京恒昌亚怡科技有限公司	是	国内知名分销商，成立于 2001 年 11 月，经营范围包括技术开发、技术服务；销售电子产品。
9	杭州迅得电子有限公司	否	是一家“高品质一站式”电子解决方案供应商，所涉服务包括 PCB 定制、样板组装、SMT 贴片、DIP 焊接、插件后焊、成品组装、料件采购等。该公司成立于 2005 年，提供的产品和服务广泛应用于通讯、工控、医疗、汽车、航空、消费、物联网等各个领域。
10	芯元（浙江）科技有限公司	否	成立于 2018 年，主要聚焦 MEMS 数字检波器集成、低频数字检波器集成与制造等领域，成立时已在能源资源探测装备领域拥有一定技术积累，其向公司采购传感器等电子元器件主要应用于其产品研发和已有订单需求。
11	Digi-Kom International Ltd	是	成立于 2008 年，系业内知名的电子元器件分销商，专注于为海外客户提供电子元器件中稀缺、过时和停产的物料型号。
12	深圳市新新电子科技有限公司	是	深圳市新新电子科技有限公司成立于 2017 年，系一家专营二、三极管、场效应管、IGBT 等的线上分销商。其关联方北京时代超想电子有限公司成立于 2012 年，2016 年即与公司开展合作。



序号	公司名称	是否为分销商	从事的业务
13	广州立功科技股份有限公司	是	成立于1999年，系国内知名分销商，主要面向工业、汽车电子用户，专注于为客户提供从选型评估、开发设计、测试认证到量产防伪，贯穿产品全生命周期的专业技术与服务。
14	中国铁路通信信号股份有限公司 (SH:688009)	否	成立于2010年，是国务院国资委直接监管的大型中央企业，是以轨道交通控制技术为特色的高科技产业集团，全球最大的轨道交通控制系统提供商。
15	上海宏石医疗科技有限公司	否	成立于2003年，系国内少数几家能够自主生产研制实时荧光定量PCR检测系统的公司之一，用户已覆盖全国多地二甲以上医院、公共卫生系统、高等院校、科研机构 and 多个海外国家及地区，在国内外市场都享有良好的口碑和声誉。

2022年，公司与前五大客户合作情况如下：①Digi-Kom International Ltd 成立于2008年，系业内知名的电子元器件分销商，专注于为海外客户提供电子元器件中稀缺、过时和停产的物料型号。双方于2021年开始合作，2022年，因其下游客户在英飞凌（Infineon）、威世（VISHAY）、安森美（ON）、安世（Nexperia）等车载模拟芯片、数字芯片、分立器件等方面的需求大幅增加，而发行人产品丰富度和供应能力方面能够较好满足其需求，因此，该公司向发行人采购规模大幅增加所致；②深圳市新新电子科技有限公司成立于2017年，系一家专营二、三极管、场效应管、IGBT等的线上分销商，2022年，因MOS管、二三极管行情景气度上升，发行人产品质量保障能力较强，产品质量可靠，供应渠道多元，该公司加大了对发行人的采购所致；③广州立功科技股份有限公司成立于1999年，系国内知名分销商，主要面向工业、汽车电子用户，专注于为客户提供从选型评估、开发设计、测试认证到量产防伪，贯穿产品全生命周期的专业技术与服务。公司于2015年开始与其合作，2022年因其合作厂商NXP（恩智浦）存在缺货情况，加大了对发行人的采购；④中国铁路通信信号股份有限公司（688009.SH）成立于2010年，是国务院国资委直接监管的大型中央企业，是以轨道交通控制技术为特色的高科技产业集团，全球最大的轨道交通控制系统提供商。公司于2018年开始与其开展合作，2022年，公司客户服务能力和大中型订单处理能力得到其认可，其孙公司北京铁路信号有限责任公司大规模增加了发行人的采购规模所致；⑤上海宏石医疗科技有限公司成立于2003年，系国内少数几家能够自主生产研制实时荧光定量PCR检测系统的公司之一，双方于2021年开始合作，

2022年，在工业级半导体器件缺货行情背景下，发行人凭借着优质的产品品质、丰富的物料型号、稳定的供应能力，吸引该客户增加了对公司的采购规模。

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

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

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

单位：万元

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

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

### （一）新增交易客户对应的数量情况

报告期内，发行人新增交易客户数量和销售金额情况如下：

项目	具体项目	2022年	2021年	2020年
新增交易客户金额、数量	金额（万元）	61,859.12	80,791.70	25,707.03
	金额占比	14.28%	21.06%	16.76%

项目	具体项目	2022 年	2021 年	2020 年
	数量（家）	26,662	22,379	12,306
	数量占比	49.77%	55.56%	46.86%

注：新增客户指当年有交易，且上一年度无交易的客户。

从上表可知，公司新增交易客户数量呈现增长趋势。报告期内，新增交易客户数量分别为 1.23 万家、2.24 万家、**2.67 万家**，对应销售金额分别为 25,707.03 万元、80,791.70 万元、**61,859.12 万元**，收入占比分别为 16.76%、21.06%、**14.28%**，占比相对较小。

## （二）新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体是否存在较大差异

报告期内，发行人新增客户客单价、单笔订单金额情况如下：

项目	具体项目	2022 年	2021 年	2020 年
客单价	新增交易客户（万元）	2.32	3.61	2.09
	发行人全部客户（万元）	8.09	9.52	5.84
单笔订单平均金额	新增交易客户（万元）	0.67	0.77	0.54
	发行人全部客户（万元）	0.64	0.69	0.49

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

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

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

同行业可比公司中，主要以线上商城经营的华强电子网、ICGOO、立创商

城等均未披露新增客户收入情况，其余可比公司中，力源信息、雅创电子、润欣科技均未披露新增客户收入情况，仅商络电子披露其 2020-2022 年新增客户对应收入情况。具体情况如下：

新增客户对应收入占比	2022 年	2021 年	2020 年
发行人	14.28%	21.06%	16.76%
商络电子	-	-	3.35%

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

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

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

公司	主营业务	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
优宁维	提供以抗体为核心的生命科学试剂及相关仪器、耗材和综合技术服务的代理商，构建了线上平台与线下渠道相结合的销售模式	-	6.34%	7.63%	8.52%
泰坦科技	提供科研试剂、特种化学品、科研仪器及耗材和实验室建设及科研信息化服务，通过建设科学服务平台“探索平台”、建立仓储物流系统等，为客户提供稳定可靠、方便、快捷的产品和服务。	-	-	-	19.39%
发行人	电子元器件线上分销	14.28%	21.06%	16.76%	16.46%

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

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

综上，发行人新增交易客户收入占比较同行业已披露相关信息的可比公司更

高，主要与公司依托产业互联网线上商城开展业务相关，系以线上商城模式开展业务企业的行业共性。

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

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

购销重叠客户对应收入占当期收入比例	2022 年	2021 年	2020 年
商络电子	-	-	20.01%
华强电子网	9.20%	11.81%	9.32%
发行人	6.94%	5.32%	5.46%

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

注 2：商络电子的购销重叠金额系商络电子披露的互采原厂、贸易商、客户的销售金额占比汇总后数据。华强电子网的购销重叠金额系其全球采购业务和综合信息业务客户供应商重叠对应收入。

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

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

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

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

单位：万元

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

从上表可知，2019年香港地区半导体器件金额同比大幅下滑，下降幅度高于公司整体半导体器件收入，其中，模拟芯片、分立器件是下降幅度最大的半导体品类，导致上述情况发生的主要原因系：香港地区系全球电子元器件分销行业的主要集散地之一，对半导体行业景气度变化更为敏感，因此，香港地区收入受2019年全球半导体行业景气度下降的影响相对较大。

## （二）发行人向香港地区销售是否集中于个别客户

报告期内，公司向香港地区销售的客户金额分层情况如下：

单位：万元

客户销售金额	2022年			2021年			2020年		
	金额	数量	金额占比	金额	数量	金额占比	金额	数量	金额占比
10万元（含）以下	1,097.43	500	3.86%	1,341.21	573	5.98%	1,018.15	513	13.12%
10-50万元（含）	3,571.16	151	12.58%	3,653.05	156	16.28%	2,265.67	104	29.21%
50-100万元（含）	1,965.60	29	6.92%	2,421.56	36	10.79%	1,400.66	20	18.06%
100-300万元（含）	4,303.95	24	15.16%	3,843.89	21	17.13%	1,296.35	7	16.71%
300万元以上	17,456.32	10	61.48%	11,184.79	13	49.83%	1,776.84	3	22.90%
合计	28,394.46	714	100.00%	22,444.51	799	100.00%	7,757.66	647	100.00%

从上表可知，2020年-2021年，公司向香港地区销售情况较为分散，未集中于个别客户。2022年，主要受汽车领域终端客户需求快速上涨影响，香港知名元器件分销商 Digi-Kom 加大了在公司的采购规模，导致当期公司向其销售金额较高，占当期公司香港地区销售比重为 36.75%，除上述情况外，公司向香港地区销售情况较为分散。

### （三）发行人向香港地区销售毛利率是否高于发行人整体水平

报告期内，发行人向香港地区及所有地区销售收入、毛利率情况如下：

单位：万元

地区	2022年		2021年		2020年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
香港地区	28,394.46	12.08%	22,444.51	7.04%	7,757.66	10.08%
总收入	433,319.83	12.16%	383,563.00	12.21%	153,385.37	11.05%

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

综上，发行人向香港地区销售毛利率低于发行人整体水平。

## 九、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

#### 1、针对问题一至问题八的核查程序：

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

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

（3）获取了发行人报告期内的员工清单及其紧急联络人，将其与所有企业

客户实控人、个人客户进行匹配核查。

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

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

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

## 2、针对境外收入的核查程序：

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

(2) 获取并检查了境外收入对应客户的销售收入明细表。

(3) 对报告期内的境外主要客户收入金额进行访谈、函证，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
境外收入金额	<b>28,702.99</b>	22,618.51	7,757.66
访谈收入金额	<b>19,280.07</b>	13,999.84	4,604.76
访谈金额比例	<b>67.17%</b>	61.90%	59.36%
回函收入金额	<b>18,594.43</b>	15,233.65	4,957.34
回函金额比例	<b>64.78%</b>	67.35%	63.90%
访谈、回函收入金额合计（去重后）	<b>20,319.16</b>	<b>16,978.56</b>	<b>5,695.89</b>
访谈、回函收入金额比例（去重后）	<b>70.79%</b>	<b>75.06%</b>	<b>73.42%</b>

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



单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
境外收入金额	<b>28,702.99</b>	22,618.51	7,757.66
物流信息核查金额	<b>28,396.41</b>	22,105.26	7,410.82
物流信息核查比例	<b>98.93%</b>	97.73%	95.53%

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

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

## (二) 核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、发行人与少量客户存在返利安排；发行人与客户之间不存在经销或代理的关系。

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

4、报告期内，自然人、个体户客户对应收入分别为 626.69 万元、1,743.35 万元、**2,989.57 万元**，占总收入比例均不足 1%，具有合理性。

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

6、报告期内，新增交易客户的客单价、单笔订单金额与发行人整体不存在

较大差异。

7、发行人新增交易客户、购销重叠客户情况符合行业共性。

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

9、报告期内，发行人外销收入真实、准确、完整。

### **问题 18、关于中介机构对发行人收入的核查情况**

保荐工作报告显示：

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

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

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

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

请保荐人、申报会计师补充说明：

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

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

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

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

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

回复：

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

报告期内，保荐人、申报会计师对发行人客户函证具体情况如下：

单位：家、万元

项目			2022 年	2021年	2020年
客户总量		A	53,573	40,277	26,261
营业收入		B	433,319.83	383,563.00	153,385.37
客户 发函 情况	数量	C	3,397	2,919	3,302
	占总客户数量比例	D=C/A	6.34%	7.25%	12.57%
	金额	E	307,583.34	272,195.26	104,363.77
	占营业收入比例	F=E/B	70.98%	70.96%	68.04%
客户 回函 情况	数量	G	2,218	1,873	2,307
	占发函客户数量比例	H=G/C	65.29%	64.17%	69.87%
	金额	I	215,216.63	189,385.17	84,418.94
	占发函金额比例	J=I/E	69.97%	69.58%	80.89%
	占营业收入比例	K=I/B	49.67%	49.38%	55.04%

注：回函与访谈数据截止至 2023 年 3 月 3 日，下同。

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

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

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

抽选条件一：当期前 100 大客户。

抽选条件二：报告期内当期交易规模大于 100 万元的新增客户。

抽选条件三：存在购销重叠情形且报告各期交易规模大于 100 万元的客户。

抽选条件四：报告期各期交易规模 100 万元以上的分销商客户。

抽选条件五：交易规模大于 100 万元且同比增长幅度大于 100% 的客户。

抽选条件六：剔除符合上述抽选条件的客户后，再按客户收入规模进行分层抽样；

抽选条件七：对当期交易规模低于 10 万元的客户进行随机抽样。

上述抽选条件的实际访谈情况如下：

单位：家、万元

抽选条件	2022 年				2021 年				2020 年			
	数量	比例	访谈金额	比例	数量	比例	访谈金额	比例	数量	比例	访谈金额	比例
条件一	95	0.18%	81,307.20	18.76%	94	0.23%	72,272.25	18.84%	90	0.34%	27,410.76	17.87%
条件二	47	0.09%	11,580.76	2.67%	90	0.22%	23,357.08	6.09%	19	0.07%	4,561.91	2.97%
条件三	60	0.11%	19,065.96	4.40%	24	0.06%	15,533.41	4.05%	15	0.06%	5,078.99	3.31%
条件四	211	0.39%	62,344.09	14.39%	172	0.43%	43,852.80	11.43%	42	0.16%	8,013.46	5.22%
条件五	288	0.54%	90,774.86	20.95%	353	0.88%	98,253.90	25.62%	93	0.35%	19,644.09	12.81%
条件六	2,923	5.46%	135,133.85	31.19%	2,383	5.92%	99,912.76	26.05%	2,688	10.24%	53,528.47	34.90%

条件七	105	0.20%	837.57	0.19%	22	0.05%	88.57	0.02%	1,292	4.92%	4,706.82	3.07%
<b>合计数 (去重)</b>	<b>3,385</b>	<b>6.32%</b>	<b>280,569.48</b>	<b>64.75%</b>	<b>2,865</b>	<b>7.11%</b>	<b>236,989.08</b>	<b>61.79%</b>	<b>2833</b>	<b>10.79%</b>	<b>87,514.29</b>	<b>57.06%</b>

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

综上，依据上述抽选条件，去重后，**2022年**合计访谈**3,385**家。报告期各期，访谈客户收入占发行人销售收入的具体情况如下：

单位：万元

客户销售金额分层	2022年			2021年			2020年		
	金额	访谈金额	访谈比例	金额	访谈金额	访谈比例	金额	访谈金额	访谈比例
10万元（含）以下	55,407.39	837.57	1.51%	46,387.49	88.57	0.19%	32,586.81	4,706.82	14.44%
10-50万元（含）	119,746.09	50,154.50	41.88%	107,634.93	41,419.45	38.48%	56,612.50	25,990.48	45.91%
50-100万元（含）	68,336.31	56,125.88	82.13%	65,490.71	47,535.11	72.58%	25,046.25	20,438.60	81.60%
100-300万元（含）	90,645.34	79,386.08	87.58%	79,854.53	67,880.95	85.01%	23,328.59	20,633.21	88.45%
300万元以上	99,184.69	94,065.46	94.84%	84,195.35	80,065.00	95.09%	15,811.23	15,745.18	99.58%
<b>总计</b>	<b>433,319.83</b>	<b>280,569.48</b>	<b>64.75%</b>	<b>383,563.00</b>	<b>236,989.08</b>	<b>61.79%</b>	<b>153,385.37</b>	<b>87,514.29</b>	<b>57.06%</b>

## （二）上述访谈中实地走访和电话访谈的对应金额和占比情况

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

单位：家、万元

项目		2022年	2021年	2020年
实地走访	收入金额	91,226.64	75,500.89	37,462.95
	占总收入比例	21.05%	19.68%	24.42%
	访谈家数	740	428	537
视频访谈	收入金额	97,584.16	94,316.19	24,514.46
	占总收入比例	22.52%	24.59%	15.98%
	访谈家数	651	503	532
电话访谈	收入金额	91,758.68	67,172.01	25,536.88

项目		2022 年	2021 年	2020 年
	占总收入比例	21.18%	17.51%	16.65%
	访谈家数	1,994	1,934	1,764
合计	收入金额	280,569.48	236,989.08	87,514.29
	占总收入比例	64.75%	61.79%	57.06%
	访谈家数	3,385	2,865	2,833

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

报告期内，保荐人、申报会计师访谈和函证情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
访谈客户数量	3,385	2,865	2,833
回函客户数量	2,218	1,873	2,307
访谈、回函客户数量总计（去重后）	3,993	3,453	3,592
访谈客户销售收入	280,569.48	236,989.08	87,514.29
回函客户销售收入	215,216.63	189,385.17	84,418.94
访谈、回函收入总计（去重后）	304,179.58	265,869.66	101,694.58
访谈、回函收入占总收入比例（去重后）	70.20%	69.32%	66.30%

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

#### （一）函证中未回函和回函不符占总函证数量和金额的比例情况

保荐人、申报会计师对发行人客户函证中未回函和函证不符比例统计如下：

单位：家、万元

项目		2022 年	2021 年	2020 年
回函不符	数量	321	174	167
	占发函客户数量比例	9.45%	5.96%	5.06%
	金额	45,280.47	26,246.15	8,866.29
	占发函客户收入比例	14.72%	9.64%	8.50%
未回函	数量	1,179	1,046	995

项目		2022年	2021年	2020年
	占发函客户数量比例	<b>34.71%</b>	35.83%	30.13%
	金额	<b>92,366.71</b>	82,810.09	19,944.82
	占发函客户金额比例	<b>30.03%</b>	30.42%	19.11%

## （二）函证和走访过程中未识别发行人错报或其他异常情形

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

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

(一) 核查程序

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

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

1、一般性核查程序

序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
1	内控核查	了解与收入确认相关的关键内部控制，评价其设计有效性；对收入内控关键点实行穿行测试和控制测试，以验证内部控制的有效性。	主要关注公司与收入相关的内部控制制度的有效性及公司内部控制制度是否得到有效执行。	2020-2022，累计抽取发行人 150 笔交易进行全流程穿行测试，包括采购、销售、回款等关键控制点，发行人内部控制设计合理、执行有效。
2	访谈	结合公司业务实际情况，中介机构以前百大客户、交易规模较大且存在特殊事项的	针对发行人下游客户较多且分散的特点，中介机构以前百大客户、交易规模	依据上述抽选条件，2020-2022 年，中介机构合计访谈 5,277 家客户



序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
		客户作为关注重点，同时对其他客户进行随机抽样，以确定目标访谈对象，从而执行访谈程序。具体抽样条件见本题回复之“二、访谈程序中各抽选条件分别对应的客户数量及占客户总量的比例、对应营业收入金额及占发行人营业收入的比例；上述访谈中实地走访和电话访谈的对应金额和占比情况”。	较大且存在特殊事项的客户作为关注重点。主要关注交易客户是否真实存在以及交易的基本情况，确认发行人与客户之间交易的真实性。	（去重后），对应客户收入占发行人总营业收入比例分别为 57.06%、61.79%、 <b>64.75%</b> 。
3	函证	中介机构对主要客户执行函证程序，其中函证对象为：①当期收入前 50% 的客户。②剩余客户按货币单元进行抽样。并且针对回函不符、未回函客户，实施替代性核查程序。	针对发行人客户数量众多，且分布较分散的特点，中介机构对交易规模较大客户的交易金额进行确认。主要关注交易客户的真实性，同时与发行人客户确认交易的金额，确认交易的真实性、准确性。	2020-2022 年，中介机构累计向 <b>5,608</b> 家客户进行函证，发函客户收入占比分别为 68.04%、70.96%、 <b>70.98%</b> 。
4	IT 审计	利用 IT 审计专家的工作，对公司交易信息系统进行核查，包括 IT 系统的一般控制和应用控制，同时对与财务报告相关的业务数据进行测试与分析。 ①IT 专家对发行人信息系统予以专项核查，包括经营数据完整性及准确性核查、用户真实性与变动性合理性核查、用户行为核查、系统收款核查、平均用户收入核查、业务系统记录与计算虚拟钱包的充值及消费数据核查、宽带费用及占用率的核查、获客成本与获客渠道的核查等。②运用 IT 审计，辅助进行银行流水核查、物流信息核查。	发行人通过线上商城开展经营活动，对系统依赖程度高，因此中介机构借助 IT 审计对系统进行专项审计。关注系统内经营数据的完整性、准确性及业务合理性，以业务数据信息去佐证财务收入的真实性、准确性、完整性。	IT 审计核查后认为，发行人在针对经营数据完整性和准确性核查中涉及的信息系统公司层面与信息系统一般控制层面的重大与关键控制方面信息系统内部控制有效；通过执行以上信息系统应用控制审计程序，对业务数据和财务数据一致性核查，用户真实性与变动合理性核查，用户行为核查，系统收款核查，平均用户收入核查，业务系统记录与计算虚拟钱包的充值、消费数据核查等 IT 审计程序，未发现因信息系统管理缺陷导致的财务错报的情形。
5	截止测试	对资产负债表日前后记录的收入交易进行截止性测试，评价收入是否被记录于恰当	发行人按合同约定或根据客户要求将商品送达至指定的交货地点，经客户签收	发行人收入记录于恰当的会计期间，期后无异常冲回情况。

序号	收入核查程序	内容	针对性及关注内容	有效性
		的会计期间；检查期间及期后销售退货情况，识别是否存在异常或重大的期后收入冲回情况。	或商品妥投后确认销售收入。中介机构主要关注订单签收时间，以验证收入确认的完整性、准确性。	

## 2、专项核查程序

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

### (1) 物流核查

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

序号	收入核查程序	核查内容及有效性
1	物流信息核查	<p>①向顺丰速运函证境内销售发货详细物流信息：顺丰速运是报告期内发行人最主要的销售发货渠道，因此中介机构为了进一步验证发行人发货物流的真实性，向顺丰速运函证了 <b>170 万</b> 笔境内顺丰物流单信息，函证信息包括物流单号、收货人、收货电话、收货地址和签收日期等具体信息，并取得顺丰速运盖章回函确认。</p> <p>②核对发行人 ERP 与对账单物流信息：中介机构获取顺丰速运、京东物流、Fedex、跨越速运等报告期内发行人主要合作的快递公司提供的对账单，匹配 ERP 系统物流单号信息，未发现明显异常。</p>
2	运费核查	<p>①向顺丰速运、京东物流、Fedex 等报告期内发行人主要合作的快递公司函证报告期内关于运费等交易内容的金额与往来余额，并对未回函事项实施检查结算单、期后付款记录等替代程序，未发现明显异常。</p> <p>②对报告期物流费用中的销售运费实施分析性程序。报告期内，发行人销售运输费占比分别为 0.54%、0.42% 和 <b>0.42%</b>，单个发货单运费分别为 24.12 元、25.17 元和 <b>22.41 元</b>，基本稳定，相关波动与公司情况相匹配。</p>
3	IT 审计	发行人和保荐机构分别聘请了容诚会计师事务所和大华会计师事务所的 IT 审计专业团队，对发行人 ERP 系统获取快递路由轨迹信息流程进行测试。IT 审计随机抽取 ERP 系统销售订单同时核对物流公司官网所展示的路由轨迹、数据库存储的路由轨迹及 ERP 系统前端展示的路由轨迹，三方的路由轨迹信息完全一致。

### (2) 资金流水核查

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

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

## （二）核查意见

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

### 问题 19、关于 IT 审计

申请文件显示：

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

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

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

请发行人：

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

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

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

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

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

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

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

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

### 1、“芯付通”具体含义

“芯付通”系公司为用户设置的账户功能名称。公司主要以线上 B2B 模式开展业务，客户群体以企业客户为主，少部分客户采购人员在执行采购任务中，基于客户自身内部管理要求，申请支付流程较长或需要耗费较长时间，导致影响其自身采购效率。为了方便上述客户，公司在用户账户中提供了“芯付通”功能，即用户可通过“芯付通”进行充值，相关款项会作为该客户在公司线上商城中的账户余额，可用于后续的消费，从而便利相关的客户群体。通过“芯付通”方式转入用户账户余额金额在充值时，通常未指定具体订单，在财务处理过程中，由于该款项性质仍属于预收账款，构成公司报表层面预收账款的组成部分。报告期各期，通过“芯付通”充值、消费的情况如下：

单位：万元

时间	期初金额	充值	订单结算	提现	期末余额
	①	②	③	④	⑤=①+②-③-④
2020年	37.14	1,475.15	1,444.04	24.51	43.74
2021年	43.74	1,082.20	1,011.25	77.29	37.40
<b>2022年</b>	<b>37.40</b>	<b>0.45</b>	<b>4.56</b>	<b>1.35</b>	<b>31.95</b>

从上表可知，报告期各期末，公司“芯付通”账户余额较小，各期充值金额与结算、提现金额相当。2022年初<sup>20</sup>，公司彻底关闭了“芯付通”充值功能，当期“芯付通”充值、结算规模显著下降。

## 2、“银企直连”具体含义

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

## 3、发行人财务收款记录与银行转账、第三方支付之间数据的匹配情况

### （1）发行人财务收款记录与银行转账的匹配情况

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

### （2）发行人财务收款记录与第三方支付的匹配情况

公司ERP系统通过接口连接方式，直接与支付宝、微信支付等第三方支付方式相连。若客户支付订单款项选择使用支付宝或微信支付进行支付，支付宝和

<sup>20</sup> 2021年底，公司下线了页面端的充值访问入口，但由于个别用户收藏了充值地址链接，导致2022年初仍存在极少数充值行为，2022年2月，公司彻底关闭充值功能。

微信支付将通过接口自动匹配相应的订单收款码。该收款码带有订单、会员账号等信息，客户扫码付款后，支付宝和微信支付将推送实际收款流水至发行人 ERP 系统；ERP 系统收到三方平台推送的流水信息后，会自动生成收款单，完成订单收款。由于三方平台收款的流水信息中已包含订单号、客户 ID 等关键信息，因此该操作完全由系统自动匹配，不涉及人工收款。为进一步保证财务收款记录的准确与完整，财务人员定期会导出三方平台流水与企业 ERP 系统生成的收款单进项复核校对。

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

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》<sup>21</sup>（以下简称“《监管指引 5 号》”）“5-13 通过互联网开展业务相关信息系统核查”的有关规定，保荐人、申报会计师 IT 审计团队、保荐人聘请的大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大华所”）已获取发行人报告期内所应用的信息系统情况，包括系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式、各层级数据浏览或修改权限等，取得了核查信息系统数据的足够权限，申报会计师、大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》。结合上述报告，基于《监管指引 5 号》“5-13 通过互联网开展业务相关信息系统核查”中“对于直接向用户收取费用的类型”的内容，逐一说明情况如下：

<sup>21</sup> 根据证监会于 2023 年 2 月 17 日公布的《监管规则适用指引——发行类第 5 号》，该指引自公布之日起施行，《首发业务若干问题解答》等同步废止，下同。



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

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

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

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

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

#### 1、从 ERP 系统导出收入成本核算表

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 2、公司针对该事项与之相关的内控措施

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

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

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

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

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

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

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

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

### 1、收入数据匹配情况

单位：万元

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

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

### 2、成本数据匹配情况

单位：万元

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

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

### 3、采购数据的匹配情况

单位：万元

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

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

#### （二）通过人工处理的可行性，发行人与之相关的内控措施

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

#### （三）实现自动化数据传输后的数据匹配情况

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

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

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

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

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

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

## 六、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

保荐人、申报会计师执行了以下核查程序：

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

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

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

4、申报会计师 IT 审计团队、保荐人聘请的大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》，针对“5-13 通过互联网开展业务相关信息系统核查”



关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容进行逐项核查。

5、保荐人获取 IT 审计师出具的报告，了解对于《监管指引 5 号》5-13 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的核查内容，了解 IT 审计对于业务系统、财务系统一致性的核查内容。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

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

3、申报会计师、大华所对发行人通过互联网开展业务的信息系统可靠性进行了专项核查并分别出具了《信息系统专项核查报告》、《信息系统审计报告》，并结合上述报告，基于《监管指引 5 号》5-13 关于“对于直接向用户收取费用的类型”的内容进行了逐一说明。

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

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

## 问题 20、关于营业成本

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

占比较高，各期比重均超过或接近 99%。

请发行人补充说明：

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

#### （一）营业成本的结转方法

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

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

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

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

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

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

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

报告期内，公司主要产品的单位营业成本和采购单价对比分析如下：

单位：元

产品类别	2022 年			2021 年			2020 年		
	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异
半导体器件	1.67	1.67	-	1.49	1.48	0.01	1.45	1.48	-0.03
其中：模拟芯片	4.55	4.57	-0.03	3.75	3.76	-0.01	3.42	3.35	0.07
数字芯片	3.69	3.75	-0.05	3.62	3.56	0.06	3.08	3.08	0.01
分立器件	0.57	0.57	-	0.44	0.45	-0.01	0.42	0.43	-0.01

产品类别	2022 年			2021 年			2020 年		
	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异	单位成本	采购单价	差异
被动器件	0.11	0.13	-0.02	0.10	0.09	0.01	0.11	0.11	-0.00
其中：电容	0.13	0.17	-0.03	0.13	0.10	0.03	0.12	0.12	-
连接器	0.90	0.86	0.04	0.93	0.88	0.05	1.05	1.04	0.01

注 1：单位成本包含商品采购成本、销售运费等。

注 2：采购单价指的是该类产品对应采购金额除以采购数量。

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

### 三、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

针对公司营业成本真实性、准确性的核查程序如下：

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

2、查看发行人收入成本明细表，复核不同类型产品的营业成本构成情况。

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

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

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

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

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

8、执行截止性测试，确认相关成本记录于正确的会计期间。

9、获取了 ERP 系统中的收入成本核算表，与 U8 系统中的成本数据进行核

对匹配，差异金额较小，主要系计算过程中汇率、税率等因素影响所致。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、发行人主要产品的单位营业成本和采购单价之间的差异小。

### 问题 21、关于采购和供应商

申请文件显示：

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

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

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

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

请发行人：

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

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

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

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

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

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

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

回复：

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

(一) 补充说明发行人供应商数量、平均采购额情况

报告期内，发行人供应商数量及采购情况如下：

单位：万元，家

项目	2022年	2021年	2020年
采购总金额	<b>370,222.95</b>	346,921.13	138,757.01
供应商数量	<b>2,219</b>	1,285	1,071
单个供应商平均采购金额	<b>166.84</b>	269.98	129.56

报告期内，发行人供应商数量分别为1,071家、1,285家、**2,219家**，整体呈**快速增长态势**。在单个供应商平均采购金额方面，报告期内分别为129.56万元、269.98万元、**166.84万元**。2020年后，在销售规模快速增长背景下，公司也不断优化、完善供应渠道，对合作供应商进行动态调整，**合作供应商数量快速增长，单个供应商采购整体上升。**

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

1、发行人各期新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况

报告期内，发行人新增、退出供应商数量、向其采购金额及占比情况如下：

单位：万元，家

项目		2022 年	2021 年	2020 年
当期新增供应商	数量	1,265	585	307
	金额	56,303.20	14,875.57	7,101.29
	金额占比	15.21%	4.29%	5.12%
	平均单个供应商金额	44.51	25.43	23.13
当期退出供应商	数量	331	371	487
	金额	3,922.53	3,965.62	2,218.93
	金额占比	1.13%	2.86%	3.09%
	平均单个供应商金额	11.85	10.69	4.56

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

从上表可知，报告期内，发行人向新增、退出供应商的采购金额占总采购金额比重较低，对整体采购规模影响较小：2020 年-2021 年，新增供应商对应采购金额占整体采购金额比重**相对稳定**，2022 年，随着公司高效数字化质检能力不断增强，公司强化了与部分新增供应商的合作深度，新增供应商采购金额比重**有所增长**，退出供应商对应采购金额占前一年总采购金额基本稳定，整体呈现下降趋势，分别为 3.09%、2.86%、**1.13%**，单个新增供应商和退出供应商的采购规模（上一年度）较小。

## 2、发行人是否拥有稳定的供应商渠道

从新增、退出供应商上看，新增、退出供应商对发行人采购影响较低：2020 年-2021 年，新增供应商采购占比均**5%左右**，2022 年**供应体系优化调整**，新增供应商采购占比提升到**15%左右**，**供应来源更为广泛**，进一步保障了中国中小电子制造企业的电子元器件的供应安全。与此同时，各期退出供应商采购（上一年度）占比均低于 5%。报告期内，公司交易供应商出现调整的主要原因系：为保证下游客户的产品质量和用户体验，公司会根据供应商产品线特点、现货库存规模、渠道可追溯性、信息化管理能力等因素，动态调整开展合作的供应商。通过不断优化完善自身供应渠道，公司可以将主要的采购订单集中于长期合作的优质供应商，提升双方合作关系的紧密度，从而获取其对公司更好的支持，并最终回馈客户。

从主要供应商看，报告期内，公司的前五大供应商基本稳定，均为全球知名授权代理商或原厂，包括德州仪器(TI)、艾睿(Arrow)、TTI、得捷电子(Digi-Key)、安富利(Avnet)等，公司与上述公司合作多年，主要面向电子元器件中小批量现货需求，在业内享有较高知名度，拥有较为丰富的客户资源，具备较强的下游需求汇集能力，大幅降低了上述厂商直接开发和服务下游中小型订单的成本和难度，与其主要服务于大中型客户的特点形成良性互补。报告期内，公司与上述厂商合作规模整体呈现快速增长趋势，公司与主要供应商合作较为稳定。

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

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

截至2023年2月28日，发行人共计获得124个厂牌的授权代理证。报告期内，公司向授予过授权代理证的原厂采购的金额分别为977.72万元、2,532.46万元、3,392.22万元，占采购总金额比重分别为0.70%、0.73%、0.92%，占比极低。

报告期内，发行人供应商中原厂、授权代理商数量和金额情况如下：

单位：家

项目		2022年	2021年	2020年
供应商数量		2,219	1,285	1,071
原厂	家数	325	278	161
	数量占比	14.65%	21.63%	15.03%
授权代理商	家数	776	617	450
	数量占比	34.97%	48.02%	42.02%
总计	家数	1101	895	611
	数量占比	49.62%	69.65%	57.05%
采购总金额		370,222.95	346,921.13	138,757.01
原厂	采购金额	22,568.97	52,240.79	15,855.54
	金额占比	6.10%	15.06%	11.43%
授权代理商	采购金额	180,258.26	183,099.29	76,091.13



项目		2022 年	2021 年	2020 年
	金额占比	<b>48.69%</b>	52.78%	54.84%
总计	采购金额	<b>202,827.23</b>	<b>235,340.08</b>	<b>91,946.67</b>
	金额占比	<b>54.79%</b>	<b>67.84%</b>	<b>66.27%</b>

在授权代理商方面，报告期内，发行人合作授权代理商数量、向授权代理商采购金额、占比等均存在一定波动，合作授权代理商数量分别为 450 家、617 家、**776 家**，整体呈现上升趋势，各期采购金额占比分别为 54.84%、52.78%、**48.69%**，基本保持稳定。

在原厂方面，**2020 年-2021 年**，发行人合作原厂数量、向原厂采购金额、占比等呈现出快速上升趋势，从合作家数上看，随着发行人不断开拓原厂作为新的合作伙伴，以完善丰富自身供应渠道，2021 年，公司合作的原厂数量达到 278 家；从采购金额和占比上看，2020 年，公司向原厂采购金额和比例出现了大幅增长，主要系当年度公司与德州仪器（TI）直接开展基于库存数据对接的业务合作后，公司向其采购金额出现了大幅增长，2021 年，公司向原厂采购金额占比已超过 15%，逐渐成为公司重要的采购来源之一。**2022 年**，一方面，发行人合作原厂数量 **325 家**，相对稳定，另一方面，发行人自原厂采购的金额有所下降，主要系为了提高自身业务的稳定性，公司不断主动优化、调整自身供应体系所致。基于高效数字化质检和供应链体系，**2022 年**公司持续加深与优质的授权分销商和独立分销商的合作深度，不断提高现有供应渠道的多元性和顺畅度，公司自独立分销商采购金额和比例有所增长，而自原厂的采购占比有所下降。

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

报告期内，发行人来自数据供应商采购所对应收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年度	2020 年度
来自数据供应商采购所对应的营业收入	<b>393,684.14</b>	<b>356,633.33</b>	<b>140,172.44</b>
占比	<b>90.85%</b>	<b>92.98%</b>	<b>91.39%</b>
其中：存量数据供应商金额	<b>350,742.02</b>	345,019.26	118,444.76
存量数据供应商占比	<b>89.09%</b>	96.73%	84.50%

注：存量数据供应商指上期开展数据合作和交易，且当期仍有交易的数据供应商。

报告期内，公司来自数据供应商采购所对应收入占比**基本稳定**，**该占比均在90%以上**，主要原因系随着公司供应渠道的不断优化、完善，公司一定程度上**维持**了对于数据供应商采购订单集中程度，尤其是具备长期合作前景的优质数据供应商，从而获取其对公司更好的支持，并最终回馈客户，因此，公司来自数据供应商采购所对应收入占比**基本稳定**。

从上表可知，报告期内，来自数据供应商采购所对应收入主要来自于存量数据供应商，新增数据供应商占比较低，除2020年外，其余年度存量数据供应商所对应的收入占比**接近或超过90%**，2020年相对较低的主要原因系当年度公司与德州仪器（TI）开始开展基于库存数据对接的业务合作，该供应商系当年新增数据供应商，由于公司当年度向其进行较大规模采购，导致2020年存量数据供应商占比有所下降所致。

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

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

报告期内，按照供应商主体属于境内或境外，采购情况如下：

单位：家，万元

项目		2022年	2021年	2020年
境外	数量	337	301	297
	采购金额	188,824.09	188,010.03	80,757.37
	占比	51.00%	54.19%	58.20%
境内	数量	1,889	1,022	806
	采购金额	181,398.86	158,911.11	57,999.64
	占比	49.00%	45.81%	41.80%

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

供应商数量方面，境内供应商数量较多，报告期内，合作的境内供应商数量分别为 806 家、1,022 家、**1,889 家**，同期境外供应商数量在 300-350 家左右，合作境内供应商数量高于境外供应商，主要原因系境外供应商以大型授权代理商为主，业内供应商数量相对较少，符合电子元器件分销行业实际情况。

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

综上，发行人采购中境外供应商占比相对较高，符合公司实际情况。

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

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

单位：万元

项目		2022 年	2021 年	2020 年
采购	向榜单企业采购金额	<b>3,153.39</b>	5,301.38	3,562.66
	总采购金额	<b>370,222.95</b>	346,921.13	138,757.01
	占比	<b>0.85%</b>	1.53%	2.57%
销售	向榜单企业销售金额	<b>3,958.49</b>	2,513.24	1,050.41
	总销售收入	<b>433,319.83</b>	383,563.00	153,385.37
	占比	<b>0.91%</b>	0.66%	0.68%

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

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

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

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

**（一）说明发行人向供应商采购是否存在返利或其他利益安排**

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

**（二）相关的会计处理及对发行人的影响。**

**1、相关的会计处理**

公司根据双方确定的返利金额冲减营业成本：

借：应付账款

贷：营业成本

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

**2、对发行人的影响**

报告期内，采购返利金额分别为 25.79 万元、442.17 万元、**505.35 万元**，由于发行人供应渠道较为丰富完善、合作供应商数量较多，上述采购返利金额占整体比例极低，分别为 0.02%、0.13%、**0.13%**。从利润角度看，报告期内各期，采购返利金额占利润总额比例分别为 0.68%、2.12%、**3.22%**，占比较小。

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

**七、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见**

**（一）核查程序**

**1、针对问题一至问题六的核查程序**

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

(2) 获取并核查了报告期内发行人从原厂得到的授权代理证书。

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

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

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

## 2、针对境外采购的核查程序

### (1) 了解操作流程、获取相关数据

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

### (2) 访谈、函证程序

对报告期内的境外采购执行了访谈、函证程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
境外采购金额	188,824.09	188,010.03	80,757.37
访谈采购金额	156,006.67	157,749.04	72,004.64
访谈金额比例	82.62%	83.90%	89.16%
回函采购金额	116,709.78	116,012.56	44,131.40
回函金额比例	61.81%	61.71%	54.65%
访谈、回函采购金额合计（去重后）	167,669.49	158,798.30	73,541.76

项目	2022 年	2021 年	2020 年
访谈、回函采购金额比例（去重后）	88.80%	84.46%	91.07%

注：回函采购金额指执行了函证程序的供应商中，已回函的供应商对应的采购金额。

### （3）付款明细核查

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

报告期内，对主要供应商付款金额的汇总核查比例如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
境外采购金额	188,824.09	188,010.03	80,757.37
境外主要供应商采购金额占比	85.70%	86.58%	86.01%
境外主要供应商采购金额①	161,824.70	162,778.28	69,457.61
境外主要供应商付款金额②	163,111.44	160,846.15	65,583.58
差异比例（①-②）/②	-0.79%	1.20%	5.91%

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

### （4）海关数据匹配分析

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

单位：万美元

项目		2022 年	2021 年	2020 年
账面报关采购金额	A	25,025.35	25,883.95	10,639.20
广州、深圳报关金额	B	25,548.34	26,720.57	11,035.49

差异金额	C=B-A	522.99	836.62	396.29
差异比例	C/A	2.09%	3.13%	3.59%

注：账面报关采购金额未包含境外采购境外销售部分对应的采购金额。

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

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

## 问题 22、关于毛利率

申请文件显示：

- （1）发行人主要采用“先销后采”的模式，此外存在部分“先采后销”收入。
- （2）报告期发行人 PCBA 业务收入分别为 792.73 万元、612.36 万元、757.01

万元和 942.46 万元，毛利率分别为 11.08%、-21.61%、-37.98%和-42.73%。

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

请发行人：

(1) 补充说明发行人“先销后采”和“先采后销”的毛利率是否存在较大差异。

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人“先销后采”和“先采后销”的毛利率是否存在较大差异

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

模式类型	2022 年	2021 年	2020 年
先销后采	12.32%	12.13%	11.32%
先采后销	11.64%	15.72%	10.38%
合计	12.28%	12.29%	11.29%

2020 年-2022 年，发行人先销后采毛利率较为稳定，均在 11%-13%左右，先采后销毛利率存在一定波动，其中 2020 年与 2022 年先采后销毛利率较低（11%左右），2021 年先采后销毛利率较高（15.72%）。因此，2020 年与 2022 年，



发行人先销后采毛利率高于先采后销，2021年，先采后销毛利率高于先销后采。但整体上，发行人先销后采与先采后销毛利率差异相对较小，具体差异原因分析如下：

(1) 2021年，公司先采后销毛利率高于先销后采，主要原因系先采后销模式需要将电子元器件先采购入库，公司要承担一定的资金成本、仓储成本和经营风险，在确定产品价格时，公司会额外考虑该部分风险与成本，此外，在先采后销模式下，通常以批量采购为主，单位采购成本也相对较低。上述因素是2021年先采后销毛利率高于先销后采的主要原因。

(2) 2020年、2022年，先采后销毛利率低于先销后采主要受发行人销售策略等因素影响所致。其中，2020年，公司先采后销毛利率低于先销后采的主要原因系：2019年底开始，公司管理层将“先采后销”作为公司未来一段时间重点发展业务方向之一，2020年，公司上线“2小时发货”，即主要为客户提供库存产品2小时发货服务。为推广该服务，2020年下半年开始，公司针对被动器件备货产品全品类开展促销折扣活动，拉低了当期先采后销毛利率，导致当期先采后销毛利率略低于先销后采毛利率，2020年11月起，除部分被动器件品类继续进行开展促销折扣外，其余被动器件备货产品已不再开展促销活动，被动器件毛利率逐渐提升。但2020年整体来看，发行人先采后销毛利率低于先销后采。

2022年，先采后销毛利率略低于先销后采的主要原因系：①受国内宏观经济和下游消费类需求下降影响，2022年被动器件市场景气度一般，在上述背景下，针对备货类的被动器件类产品，公司主动采取了更具竞争力的销售策略，开展促销折扣活动，从而拉低了当期的被动器件毛利率；②公司备货的半导体器件以分立器件（MOS管、二/三级管为主）、模拟芯片为主，主要系为了更好地满足客户一站式采购中及时性的需求。2022年，受市场行情影响，部分备货型号价格出现一定波动，导致毛利率出现一定下滑，拉低了备货的半导体器件的毛利率。

2020年-2022年，“先采后销”的主要品类毛利率情况如下：

单位：万元

产品类型	2022年			2021年			2020年		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	金额	占比	毛利率

半导体器件	16,835.18	60.79%	11.62%	7,463.80	43.00%	15.25%	1,215.10	27.84%	19.94%
被动器件	7,305.27	26.38%	7.31%	8,453.43	48.70%	15.39%	2,987.96	68.45%	5.98%
其他器件	3,552.80	12.83%	20.69%	1,441.26	8.30%	20.12%	162.24	3.72%	19.86%
合计	27,693.25	100.00%	11.64%	17,358.49	100.00%	15.72%	4,365.30	100.00%	10.38%

综上，先采后销毛利率受销售策略及市场行情影响存在一定波动，因此，2020年和2022年，先采后销毛利率低于先销后采，2021年，先采后销毛利率高于先销后采。但整体上，先采后销与先销后采毛利率差异较小，差异具有合理性。

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

#### （一）除云创智能外，发行人其他参与PCBA业务的主体情况

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

#### （二）发行人对PCBA业务规划情况

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

公司将继续以启想智能作为实施主体，通过“电子产业协同制造服务平台”募投项目，实现PCBA智能制造工厂相关信息化系统的研发迭代和生产线智能化改造，提升PCBA业务的整体运营效率，不断打造公司在PCBA业务中的核心竞争力，进一步增加公司该业务的营收规模。具体而言，公司将从以下方面提升

PCBA 业务的运营效率：一方面，公司计划利用相关信息技术在对客户 BOM 表、PCBA 制造版图等生产相关资料的自动解析等的基础上，完善元器件自动选型与报价、DFM 系统风险预警自动化等功能，尽可能减少各环节的人工干预，进一步提升生产效率；与此同时，通过 APS（工厂排产系统）等相关信息化系统的研发投入，支撑与潜在合作工厂之间的协同生产，提高反应敏捷性。另一方面，通过智能化改造，例如，通过加装更多的传感器、控制器等物联网设备，并根据业务需求自主开发定制化的 AOI 检测设备等设备，将工厂管理系统与公司 ERP 系统相连，有利于全面整合公司生产流程中的业务数据，进一步挖掘数据对生产效率提升的潜力，为快速响应客户需求，提高设计、生产的柔性服务。

**（三）PCBA 业务毛利率是否将长期为负，发行人是否将进一步缩减该业务**  
报告期各期，发行人 PCBA 业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入	1,680.98	942.46	757.01
营业成本	2,011.05	1,345.20	1,044.55
营业毛利	-330.07	-402.74	-287.54
毛利率	-19.64%	-42.73%	-37.98%

从上表可知，报告期内，发行人 PCBA 业务收入呈现稳定增长态势，其中，2022 年收入出现大幅增长，主要系 2022 年客户选择 PCBA 一站式服务的比例增加，即选择在线上商城采购元器件后直接进行 PCBA 加工服务，由于该类元器件采购业务归属于具体的 PCBA 业务订单，因此，该部分收入计入了 PCBA 业务收入。报告期内，PCBA 业务毛利率为负，主要原因系 2019 年起，发行人在 PCBA 业务方面投入不断增加，人员成本、设备折旧成本等固定成本增长明显，PCBA 业务仍处于探索阶段，产线承担大量调试工作，正常的 PCBA 订单执行能力受限，使得相应营收规模较低，尚无法有效覆盖相关固定成本，导致公司 PCBA 业务毛利率为负。报告期各期，公司 PCBA 业务的制造费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
制造费用	1,035.94	1,177.56	787.73

项目	2022 年	2021 年	2020 年
其中：			
生产人员工资	523.24	546.11	327.51
机器设备折旧	145.87	83.41	94.86
厂房装修摊销	39.18	84.95	60.90
房租物业水电	135.78	168.68	119.64
其他耗材（含锡材、钢网等）	191.87	294.41	184.83

从上表可知，公司 PCBA 业务成本中，制造费用规模较大，除 2022 年受国内公共卫生事件影响，导致当期生产人员工资、物业水电等发生额有所下降外，整体呈现上升趋势：报告期各期，PCBA 业务制造费用分别为 787.73 万元、1,177.56 万元、1,035.94 万元，其中生产人员工资是制造费用中的主要类别，分别为 327.51 万元、546.11 万元、523.24 万元。随着公司 PCBA 业务订单和收入规模的不断增长，公司运营效率的进一步提升，该业务毛利率为负情况将会有所改善，由于该业务具备较为重要的战略意义，未来期间公司不会进一步缩减该业务，而是作为未来重点发展业务之一持续进行创新、提升。

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

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

单位：万元

年度	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	2,310.86	7,114.65	2,768.58	2.47
净利润	-398.95	12.23	12.49	-16.27

由上表可知，转让前后云创智能不存在大幅亏损的情况。在转让云创智能前，该公司作为公司合并报表范围内企业，其营业收入和营业成本计入公司合并报表中的对应项目，由于其经营规模较小，因此，转让前对发行人业绩的影响极小。在转让云创智能控股权后，公司将其作为“其他权益工具投资”核算，除了获得的股利计入当期损益外，其他相关的利得和损失均计入其他综合收益，当其终止确认时，从其他综合收益中转出，计入留存收益。2019 年、2020 年、2021 年、

2022 年，发行人未确认该公司的“投资收益”，因此，转让后未对发行人经营业绩造成重大影响。

#### 四、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

##### （一）核查程序

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

##### （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

#### 问题 23、关于财务规范性

申请文件显示：

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

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

三方回款金额占比分别为 67.57%、72.81%、77.42%和 78.64%。

(3) 报告期内，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代垫款项或其他方式占用的情况，亦不存在对外担保的情况。

请发行人：

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

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

(3) 补充说明第三方回款中是否存在发行人员工为客户支付款项。

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

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

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

根据上述标准，报告期各期，在发行人第三方支付渠道对应收入中，认定为第三方回款的情况如下：

单位：万元

第三方支付渠道的对应收入	2022年	2021年	2020年
支付宝	14,930.76	14,359.24	10,231.15
微信支付	7,083.40	9,426.65	4,223.51
合计	22,014.16	23,785.89	14,454.66
其中：确认为第三方回款	19,234.78	21,976.69	13,770.45
占比	87.37%	92.39%	95.27%

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

报告期内，发行人通过第三方支付渠道收款部分所对应的收入金额分别为14,454.66万元、23,785.89万元和**22,014.16万元**，其中确认为第三方回款金额分别为13,770.45万元、21,976.69万元和**19,234.78万元**，占当期第三方支付对应的收入金额比例分别为95.27%、92.39%、**87.37%**，剩余未认定为第三方回款部分主要系通过第三方支付渠道付款的个人客户对应的收入。

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

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

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

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
第三方回款实际收款金额	25,100.50	27,517.66	17,674.67
第三方回款对应收入	22,391.49	24,505.89	15,819.31
其中：①已确认关系部分	16,911.07	19,497.91	13,352.44
占第三方回款比例	75.52%	79.56%	84.41%
②未确认关系部分	5,480.42	5,007.97	2,466.86
占第三方回款比例	24.48%	20.44%	15.59%
占营业收入比例	1.26%	1.31%	1.61%

注：第三方回款数据截至 2022 年 12 月 31 日。

上表中，第三方回款实际收款金额系当期全部收款中被认定为第三方回款的金额。报告期各期，第三方回款实际收款金额分别为 17,674.67 万元、27,517.66 万元和 **25,100.50 万元**，对应各期收入分别为 15,819.31 万元、24,505.89 万元和 **22,391.49 万元**（为了表述简便，若未特别说明，下文中“第三方回款”表示第三方回款对应收入）。其中，报告期各期，公司已确认支付方与合同方关系的第三方回款分别为 13,352.44 万元、19,497.91 万元和 **16,911.07 万元**，占各期第三方回款比重分别为 84.41%、79.56%和 **75.52%**。

由于发行人未能与部分客户取得联系、未获取其出具的《委托第三方付款授权书》，因此导致部分第三方回款尚未确认实际代付方与合同方关系（以下简称“未确认关系”）。报告期各期，未确认关系的第三方回款金额分别为 2,466.86 万元、5,007.97 万元和 **5,480.42 万元**，占发行人各期营业收入比例分别为 1.61%、1.31%和 **1.26%**，占比较小，且呈现逐年下降趋势。

**（二）该部分未确认关系对应的客户数量情况，对应的收入金额情况及占比情况**

### 1、未确认关系部分对应客户、收入情况

报告期各期，未确认关系的第三方回款对应的客户数量、收入金额情况如下：

单位：万元

未确认关系部分	2022 年	2021年	2020年
对应的客户数量	<b>24,315</b>	16,773	8,962
对应的订单数量	<b>85,759</b>	54,320	26,031
第三方回款金额（对应收入）	<b>5,480.42</b>	5,007.97	2,466.86

报告期各期，未确认关系的第三方回款对应的客户家数分别为 8,962 家、16,773 家和 **24,315 家**，家数众多；该部分对应营业收入金额为 2,466.86 万元、5,007.97 万元和 **5,480.42 万元**，占各期营业收入比例分别为 1.61%、1.31%和 **1.26%**，占比较小。

### 2、未确认关系部分的客户及订单分层情况

未确认关系部分对应客户各期收入分层情况如下：



单位：万元

第三方回款客户收入规模分层	2022年			2021年			2020年		
	客户家数	第三方回款金额	平均第三方回款金额	客户家数	第三方回款金额	平均第三方回款金额	客户家数	第三方回款金额	平均第三方回款金额
1万（含）以下	17,184	1,936.54	0.11	11,845	1,505.06	0.13	6,314	764.43	0.12
1-5万（含）	3,628	1,795.66	0.49	2,678	1,785.83	0.67	1,520	813.75	0.54
5-10万（含）	1,210	523.45	0.43	815	742.92	0.91	467	304.41	0.65
10-50万（含）	1,718	827.59	0.48	1,079	706.76	0.66	564	362.71	0.64
50万以上	575	397.17	0.69	356	267.41	0.75	97	221.56	2.28
合计	24,315	5,480.42	0.23	16,773	5,007.97	0.30	8,962	2,466.86	0.28

未确认关系部分对应各期订单金额分层情况如下：

单位：万元

第三方回款单笔订单金额分层	2022年度		2021年度		2020年度	
	订单数量	第三方回款金额	订单数量	第三方回款金额	订单数量	第三方回款金额
1000元（含）以下	75,035	1,334.70	44,513	989.11	21,475	524.57
1000-1万元（含）	10,050	2,577.90	9,023	2,375.10	4,181	1,095.64
1-10万元（含）	637	1,165.37	766	1,456.33	359	649.28
10万元以上	37	402.45	18	187.43	16	197.38
合计	85,759	5,480.42	54,320	5,007.97	26,031	2,466.86

注：单笔订单金额指各年度订单总收入，包含三方回款收入及非三方回款收入。

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

### 三、补充说明第三方回款中是否存在发行人员工为客户支付款项

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

（1）通过核对第三方回款明细表，保荐人、申报会计师将有完整付款方信息的第三方回款实际支付方名称与员工花名册进行交叉比对，报告期各期，姓名重合部分收入金额分别为 5.42 万元、11.96 万元、**15.13 万元**，占第三方回款比例分别为 0.03%、0.05%、**0.07%**；（即下表①）

（2）由于部分通过第三方支付渠道收款的第三方回款订单因平台系统原因无法显示实际付款方名称，保荐人、申报会计师将客户通过第三方支付渠道付款时登录账号的 IP 地址与公司所属 IP 地址进行比对，报告期各期，重合部分收入金额分别为 37.45 万元、15.04 万元、**1.53 万元**，占第三方回款比例分别为 0.24%、0.06%、**0.01%**。（即下表③）

针对存在上述情形的第三方回款订单，保荐人、申报会计师对员工姓名与客户付款方姓名重合情况进行复核，保荐人、申报会计师获取了在职员工本人确认并出具《承诺函》，确认部分第三方回款系重名原因造成，非发行人员工为客户支付（即下表②），剔除上述原因外，报告期各期，剩余金额分别为 37.48 万元、15.52 万元、**1.58 万元**（即下表④），具体情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度	2021年度	2020年度
员工与实际支付方姓名重合	①	15.13	11.96	5.42
员工与客户重名等	②	15.09	11.48	5.39
付款登录IP 与公司 IP 地址重合	③	1.53	15.04	37.45
剩余金额	④=①-②+③	1.58	15.52	37.48

针对上述疑似发行人员工为客户支付款项的情况，保荐人、申报会计师调取相关订单的业务合同、沟通记录、《委托第三方付款授权书》等内容，对是否系员工代付进行逐笔确认，具体情况如下：

单位：万元

项目		2022 年度	2021年度	2020年度
截图付款	⑤	1.42	13.03	24.50

项目		2022 年度	2021年度	2020年度
员工代付	⑥	0.02	0.00	0.01
研发测试	⑦	0.00	-	-
尚未确认	⑧=④-⑤-⑥-⑦	0.13	2.49	12.96
合计		1.58	15.52	37.48

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

从上表可知，“截图付款”系出现疑似发行人员工为客户支付款项情况的主要原因之一，即部分客户出于订单支付便利性需求，向发行人客服提供其账号和密码，要求登录其账号后，并向其发送付款二维码进行支付，该部分收入金额各期分别为 24.50 万元、13.03 万元、**1.42 万元**，该情形不属于发行人员工为客户支付款项情形。

根据相关订单的销售客服确认，报告期各期，分别有 0.01 万元、0 万元、**0.02 万元**，订单系员工代客户支付款项，金额极小，其中 2022 年代员工支付款项 **0.02 万元** 均为赠送样品支付金额。此外，由于部分客服已离职，公司无法取得联系确认是否该订单系其代为支付，或因时间较久，相关订单的客服难以确认是否存在代为支付情况。

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

综上，第三方回款中存在极少量发行人员工为客户支付款项情形。

四、结合《审核问答》<sup>22</sup>中关于影响财务内控规范性的内容，补充说明是否存在如现场收款、转贷、票据融资、现金收款、使用个人银行卡等其他影响财务规范性的事项

#### （一）是否存在现场收款

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

#### （二）是否存在转贷

报告期内，发行人销售收款、采购付款均具有真实的销售、采购交易背景，发生的银行贷款均是满足日常业务的资金需求；不存在为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道情形。

#### （三）是否存在票据融资

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

##### 1、收取客户的汇票向银行贴现

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
贴现票面金额	12,405.76	9,647.35	-
贴现息	64.72	78.49	-
票据贴现融资金额	12,341.05	9,568.86	-

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

<sup>22</sup>根据 2023 年 2 月 17 日深圳证券交易所发布的《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》，深圳交易所于 2020 年 6 月 12 日发布的《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（深证上〔2020〕501 号）和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）于 2023 年 2 月 17 日废止。相关核查要求已在中国证券监督管理委员会于 2023 年 2 月 17 日发布的《监管规则适用指引——发行类第 5 号》中体现。

## 2、集团内开票向银行贴现

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
贴现票面金额	13,390.00	2,110.00	-
贴现息	199.00	12.39	-
票据贴现融资金额	13,191.00	2,097.61	-

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

综上所述，报告期内，发行人不存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资的情况。

### （四）是否存在现金收款

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

### （五）是否存在使用个人银行卡

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

### （六）是否存在《审核问答》中列示的其他财务内控不规范情形

报告期各期，发行人不存在通过关联方或第三方代收货款，不存在出借公司账户为他人收付款项、不存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形。

## 五、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

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

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

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

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

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

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

7、针对报告期各期完整显示的第三方回款实际支付方名称与员工花名册进行交叉比对。此外，由于部分通过第三方支付渠道收款的第三方回款订单因第三方平台系统原因无法显示实际付款方名称，将发行人客户支付订单时登录账号的 IP 地址与公司 IP 地址进行比对；针对该种情形在发行人 ERP 系统中调取相关业务合同、业务执行记录及《委托第三方支付授权书》进行逐笔核对。

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

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

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

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

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

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

## 问题 24、关于期间费用

申请文件显示：

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

（2）在营销推广方面，公司主要采用线上引流方式，即向百度等搜索引擎

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

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

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

请发行人：

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

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

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

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

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

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



回复：

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

**（一）销售人员中各职能人数及主要工作内容**

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

项目	人数（人）			部门职责
	2022年	2021年	2020年	
业务人员	347	256	151	负责公司产品的销售、客户关系的维护与开拓、客户订单的跟进与处理；根据市场情况和公司战略目标，制定销售策略，实现销售目标。
采购人员	158	116	85	负责客户需求物料的询价、议价、采购等事宜，负责网站商品定价、供应能力建设、维护供应商关系和处理采购交付中的异常，满足客户交付。
运营人员	207	153	109	负责审单、商品报关、质检、发货等。
销售人员合计	712	525	345	-

注：人数按当期加权平均人数计算，下同。

**（二）在发行人收入增长的情况下，2020年销售人员减少的合理性**

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

部门精简合并，运营人员进一步减少。

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

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

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

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

单位：人、家、万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
	人数/金额	人数/金额	人数/金额
客户经理人数	347	256	151
客户数量	53,573	40,277	26,261
营业收入	433,319.83	383,563.00	153,385.37
客户数量/客户经理人数	154.39	157.33	173.91
营业收入/客户经理人数	1,248.76	1,498.29	1,015.80

注：上表中客户经理为发行人业务人员，人数按当期加权平均人数计算。

从客户数量上看，报告期各期，发行人每名客户经理对应的客户数量整体相对稳定，客户经理与客户数量匹配性较好：2021 年及 2022 年：该期间客户经理

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

从收入规模上看，报告期各期，客户经理人数与营业收入保持同向变动，均呈现上涨趋势，具有匹配性。此外，因战略调整及全球公共卫生事件影响，2021年及2022年客户经理人均客户数较2020年有所下降，并保持在155家左右，但人均创收有所波动，主要受客单价影响所致。其中，2021年发行人营业收入及客单价大幅增长，因此2021年客户经理人均创收较2020年增长较多。整体而言，客户经理人数与营业收入呈同向变动，具有匹配性。

综上，发行人客户经理人数与客户数量、收入规模变动具有匹配性。

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

### （一）员工数量与同行业可比公司比较情况

#### 1、销售人员

报告期各期，发行人销售人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：人

可比公司	销售人员统计口径	销售人员数量		
		2022年12月31日/2022年	2021年12月31日/2021年	2020年12月31日/2020年
华强电子网	不含采购人员	308	172	156
力源信息（300184）	不含采购人员、运营人员	346	303	284
润欣科技（300493）	未披露	71	73	60
商络电子（300975）	市场供应人员、营销人员、运营人员	573	498	416
雅创电子（301099）	直接销售人员和辅助销售人员	271	139	132

可比公司	销售人员统计口径	销售人员数量		
		2022年12月31日/2022年	2021年12月31日/2021年	2020年12月31日/2020年
平均值		314	237	210
发行人销售人员	业务人员、采购人员、运营人员	712	525	345
其中：业务人员	业务人员	347	256	151

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

注2：华强电子网销售人员数量为平均人数，其他可比公司销售人员人数为期末人数；发行人销售人员数量为加权平均人数，下同。

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

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

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

（3）发行人销售人员数量高于力源信息，主要原因系力源信息未将采购人员与物流人员纳入销售人员范围造成统计口径差异所致。从业务人员数量来看，

发行人业务人员人数低于力源信息，主要原因系业务规模差异导致，由于其现有业务规模显著大于发行人（2020 年营业收入突破 100 亿），其业务人员数量也相对较高。

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

## 2、管理人员

报告期各期，发行人管理人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：人

可比公司	管理人员数量		
	2022 年 12 月 31 日 /2022 年	2021 年 12 月 31 日 /2021 年	2020 年 12 月 31 日 /2020 年
华强电子网	284	175	103
力源信息（300184）	143	139	142
润欣科技（300493）	46	41	36
商络电子（300975）	114	98	79
雅创电子（301099）	93	59	51
平均值	136	102	82
发行人	78	73	60

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

由上表可知，2020 年发行人管理人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，2021 年及 2022 年受华强电子网管理人员数量增加影响，同行业平均水平有所提升，发行人管理人员数量与同行业平均水平差额拉大。具体来看。发行人与华强电子网、力源信息差异较大，主要原因系：①发行人与华强电子网统计口径不一致，华强电子网将采购人员作为管理人员统计，而发行人将采购人员纳入销售人员统计；2021 年及 2022 年华强电子网采购人员数量增加较多，因此发行人与华强电子网管理人员人数差异扩大；②发行人管理人员数量少于力源信息主要系其业务规模明显大于发行人所致。

综上，发行人管理人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，具有合理性。

### 3、研发人员

报告期各期，发行人研发人员与同行业可比公司员工数量如下：

单位：万元/人

可比公司	研发人员数量		
	2022年12月31日 /2022年	2021年12月31日 /2021年	2020年12月31日 /2020年
华强电子网	143	117	86
力源信息（300184）	174	161	183
润欣科技（300493）	63	52	47
商络电子（300975）	50	39	23
雅创电子（301099）	125	70	53
平均值	111	88	78
发行人	112	74	68

注：由于华强电子网存在部分非研发部门人员为研发项目提供辅助的情况，且占比较大，为了更好地进行对比，上表中该公司的研发人员数量已剔除非研发部门人员的人数。

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

综上，发行人研发人员数量与同行业可比公司平均水平较为接近，具有合理性。

#### （二）人均薪酬与同行业可比公司比较情况

##### 1、销售人员

报告期各期，发行人销售人员与同行业可比公司人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

可比公司	销售人员人均薪酬		
	2022年	2021年	2020年
华强电子网	73.60	114.39	21.87

可比公司	销售人员人均薪酬		
	2022 年	2021 年	2020 年
力源信息（300184）	<b>48.90</b>	58.10	38.21
润欣科技（300493）	<b>32.97</b>	28.81	28.43
商络电子（300975）	<b>33.10</b>	32.85	28.55
雅创电子（301099）	<b>22.25</b>	22.39	17.24
<b>平均值</b>	<b>42.17</b>	<b>51.31</b>	<b>26.86</b>
发行人销售人员人均薪酬（①）	<b>21.49</b>	22.55	18.10
其中：业务人员人均薪酬（②）	<b>21.79</b>	23.51	18.42

注 1：销售人员人均薪酬=销售费用-职工薪酬/销售人员数量。

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

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

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

报告期内，发行人业务人员的人均薪酬情况如下：

单位：人、万元/人

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	人数占比	人均薪酬	人数占比	人均薪酬	人数占比	人均薪酬
销售专员	60.37%	13.62	65.81%	16.01	78.02%	16.06
其余业务人员	39.63%	34.24	34.19%	37.97	21.98%	26.79
业务人员	100.00%	21.79	100.00%	23.51	100.00%	18.42

从上表可知，扣除销售专员后，报告期内，其余业务人员分别为 26.79 万元、37.97 万元和 34.24 万元，除 2021 年外与行业平均水平较为接近。2021 年及 2022 年，受华强电子网平均薪酬显著较高影响，行业可比公司平均水平较高：2021 年及 2022 年华强电子网平均薪酬显著增加（2021 年较 2020 年增长了 423%，2022 年仍保持较高水平），主要系华强电子网业绩增长显著所致，导致上述可比公司的平均水平较高。

## 2、管理人员

报告期内，发行人管理人员与同行业可比公司人均薪酬如下：

单位：万元/人

可比公司	管理人员人均薪酬		
	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网	47.45	46.75	24.13
力源信息（300184）	43.61	46.50	40.43
润欣科技（300493）	34.50	44.98	48.46
商络电子（300975）	27.41	31.11	35.06
雅创电子（301099）	35.88	33.17	30.11
平均值	37.77	40.50	35.64
发行人	39.49	45.10	31.80

注：管理人员人均薪酬=管理费用中的职工薪酬/管理人员数量

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



### 3、研发人员

报告期内，发行人研发人员与同行业可比公司人均薪酬如下：

单位：万元/人

可比公司	研发人员人均薪酬		
	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网	34.82	35.01	18.74
力源信息（300184）	17.33	22.56	17.08
润欣科技（300493）	44.24	43.99	35.41
商络电子（300975）	29.09	31.08	20.09
雅创电子（301099）	26.38	34.44	29.41
平均值	30.37	33.42	24.14
发行人	43.19	36.69	24.99

注：研发人员人均薪酬=研发费用中的职工薪酬/研发人员数量

由上表可知，2020 年及 2021 年，发行人研发人员人均薪酬与同行业平均水平相近，处于行业的中间水平。2022 年，发行人对研发团队结构进行优化调整，适当提高了高职级、高层次的研发人才的占比，同时提供更具竞争力的薪酬条件，研发人员整体平均薪酬呈现一定幅度增长。因此，2022 年发行人研发人员人均薪酬高于同行业平均水平，与润欣科技相当，高于其他同行业公司。

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

#### （三）人均创收与同行业可比公司比较情况

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

单位：万元/人

可比公司	销售人员人均创收		
	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网	1,251.63	1,819.06	448.06

可比公司	销售人员人均创收		
	2022 年	2021 年	2020 年
力源信息（300184）	<b>2,323.54</b>	3,446.35	3,647.95
润欣科技（300493）	<b>2,959.91</b>	2,544.67	2,311.23
商络电子（300975）	<b>984.41</b>	1,076.87	749.75
雅创电子（301099）	<b>812.83</b>	1,020.03	831.62
<b>平均值</b>	<b>1,666.46</b>	<b>1,981.40</b>	<b>1,597.72</b>
发行人销售人员人均创收（①）	<b>608.60</b>	730.60	444.60
发行人业务人员人均创收（②）	<b>1,248.76</b>	1,498.29	1,015.80

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

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

综上，发行人销售人员人均创收与同行业可比公司的差异具有合理性。

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

#### （一）业务宣传费的具体构成

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

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌服务推广宣传	453.23	20.58%	301.45	22.73%	88.45	33.95%
搜索引擎引流	1,581.84	71.81%	981.74	74.02%	127.32	48.87%
展会费	167.63	7.61%	43.05	3.25%	44.77	17.18%
合计	2,202.69	100.00%	1,326.23	100.00%	260.53	100.00%

报告期内，发行人业务宣传费主要用于品牌服务推广宣传、搜索引擎引流。报告期内，发行人扩大搜索引擎引流投入，搜索引擎引流费用占业务宣传费的比重大幅持续增加，通过各种推广渠道为产品引流，以吸引新用户并提高客户留存度，进一步提高公司销售额和市场占有率。

## （二）主要供应商情况

报告期各期，发行人业务宣传费前五大供应商情况如下：

单位：万元

序号	业务宣传费供应商名称	采购金额	占比
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	928.09	42.13%
2	上海赛搜信息科技有限公司	585.53	26.58%
3	Virtue Intelligence GmbH	101.24	4.60%
4	上海国德网络科技有限公司	66.98	3.04%
5	北京京东世纪信息技术有限公司	59.82	2.72%
2022 年合计		1,741.67	79.07%
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	665.26	50.16%
2	上海赛搜信息科技有限公司	213.38	16.09%
3	上海圆迈贸易有限公司	99.69	7.52%
4	北京巨量引擎网络技术有限公司	52.83	3.98%
5	上海国德网络科技有限公司	34.51	2.60%
2021 年合计		1,065.66	80.35%
1	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	74.44	28.57%

序号	业务宣传费供应商名称	采购金额	占比
2	上海圆迈贸易有限公司	54.44	20.90%
3	北京巨量引擎网络技术有限公司	45.28	17.38%
4	北京科能广告有限公司深圳分公司	16.98	6.52%
5	欧马腾会展科技（上海）有限公司	14.15	5.43%
<b>2020 年合计</b>		<b>205.29</b>	<b>78.80%</b>
1	上海圆迈贸易有限公司	101.43	40.13%
2	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	38.26	15.13%
3	上海星邮信息科技有限公司	13.40	5.30%
4	上海云信留客信息科技有限公司	6.10	2.41%
5	上海翊真品牌管理有限公司	5.83	2.30%
<b>2019 年合计</b>		<b>165.02</b>	<b>65.28%</b>

报告期各期，发行人业务宣传费前五大供应商采购占比分别为 78.80%、80.35% 和 79.07%，业务宣传采购相对集中。2020 年二季度开始，受全球公共卫生事件引发供需错配及其对电子元器件交易习惯产生重大持久影响而导致的线上化趋势，发行人销售规模开始不断增加。为进一步汇集下游订单需求，扩大销售规模，发行人开始加大业务宣传服务费，向百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司、上海赛搜信息科技有限公司和北京巨量引擎网络技术有限公司等采购较多搜索引擎引流服务，加大在百度、360、抖音和今日头条等平台的精准推广活动，导致公司向上述公司采购金额和占比逐渐增长。此外，2022 年发行人因参加德国慕尼黑国际电子元器件展览会，向 Virtue Intelligence GmbH 采购展会相关服务支付 101.24 万元。

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

2018 年、2019 年、2020 年，业务宣传费金额分别为 607.11 万元、252.79 万元和 260.53 万元，其中，2018 年业务宣传费金额较高主要原因系：当年度公司向上海翊真品牌管理有限公司和百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司分别采购品牌推广宣传服务 186.21 万元和搜索引擎引流服务 96.70 万元。其中，向上海翊真品牌管理有限公司采购品牌推广宣传服务主要系发行人实施精品战略，出于提高品牌知名度、提升品牌形象的目的，与上海翊真品牌管理有限

公司签订整合营销服务协议，由其向发行人提供以品牌建设和公关传播为主的整合营销服务，包括品牌策略、公关传播、媒体活动与采访、品牌形象宣传片、培训等。

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

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

##### （一）补充说明发行人发货的主要方式

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

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

报告期内，发行人发货单数与订单数量的情况如下：

年份	发货情况	订单数（笔）	发货单数（笔）	比例关系	订单数占比（%）
2022年	单笔发货单发货	520,921	520,921	1.00	77.43%
	非单笔发货单发货	151,871	286,566	1.89	22.57%
	<b>2022年合计</b>	<b>672,792</b>	<b>807,487</b>	<b>1.20</b>	<b>100.00%</b>
2021年	单笔发货单发货	501,986	501,986	1.00	90.12%
	非单笔发货单发货	55,057	131,051	2.38	9.88%
	<b>2021年合计</b>	<b>557,043</b>	<b>633,037</b>	<b>1.14</b>	<b>100.00%</b>
2020年	单笔发货单发货	290,133	290,133	1.00	92.65%
	非单笔发货单发货	23,013	50,726	2.20	7.35%

年份	发货情况	订单数（笔）	发货单数（笔）	比例关系	订单数占比（%）
	2020 年合计	313,146	340,859	1.09	100.00%

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

注 2：比例关系=发货单数/订单数

从上表可知，发行人 **75%**以上的销售订单通过单笔发货单发货，除此以外，部分订单存在非单笔订单发货的情形，主要原因系：①若销售订单中包括多种型号产品，且入库时间间隔较长，公司业务人员将与客户联系，按客户交期要求分批寄送货物。②少数客户要求不同订单需同时寄送，因此存在少数订单合并寄送的情况。③2020 年起，发行人开始尝试新的销售模式，与客户签订“小长单”，即约定在未来一定期间内一次性或分批向客户发货，上述情形也会导致同一笔订单有 2 次（含）以上的发货单。④**2022 年受公共卫生事件影响，为了更好地满足客户关于收货及时性的需求，提高客户满意度，公司当期分批发货单数占比较高。**报告期内，发行人发货单数略大于销售订单数，二者比例关系较为稳定。

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

在发行人首次申报招股说明书“**第六节 财务会计信息与管理层分析**”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“管理费用”中同行业可比公司对比中，提及“华强电子网营收规模相对较小，导致其管理费用占比较高”。根据华强电子网公开披露的招股说明书，该公司系上市公司深圳华强（000062）的控股子公司，其 2020 年营业收入为 69,896.73 万元，而发行人同期营业收入为 153,385.37 万元。2021、2022 上半年华强电子网呈现高速增长态势，**2022 年下半年增速有所放缓，2021 年及 2022 年营业收入分别为 312,877.95 万元和 385,500.87 万元**，略低于发行人同期收入。因此，发行人描述其营收规模相对较小符合实际情况，具有准确性。

报告期内，剔除股份支付后，华强电子网和发行人管理费用率如下：

单位：万元、%

可比公司	管理费用			管理费用率		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网	13,384.36	9,552.95	3,403.15	3.24%	3.05%	4.87%

可比公司	管理费用			管理费用率		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
发行人	5,588.38	5,221.72	3,085.49	1.29%	1.36%	2.01%

注：截至本回复出具之日，华强电子网尚未披露其 2022 年管理费用数据，上表管理费用根据其上半年管理费用简单年化后列示，管理费用率根据其上半年费用率情况进行列示。

由上表可知，2020 年发行人管理费用与华强电子网较为一致，但发行人管理费用率低于华强电子网，主要系两者经营规模存在一定差异导致。2021 年起华强电子网管理费用金额增长较快，显著高于发行人管理费用金额，主要系发行人与华强电子网的管理团队规模与统计口径存在差异。报告期内，华强电子网管理人员包含采购人员，而发行人将采购人员计入销售团队中，管理团队规模存在一定差异，因此发行人管理费用率低于华强电子网。2021 年及 2022 年，发行人管理费用（将采购人员职工薪酬纳入后）分别为 8,124.31 万元及 9,511.44 万元，与华强电子网管理费用较为相近，但 2022 年仍存在一定差异主要系华强电子网 2022 年新增较多各类管理岗位人员所致。

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

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

### （一）核查程序

#### 1、关于问题一至问题五的核查程序

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

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

（3）查阅发行人同行业可比公司公开信息中销售人员、管理人员、销售人员的人数、薪酬、人均创收等信息，与发行人进行比对分析。

（4）获取发行人报告期内业务宣传费明细账，对发行人的财务负责人进行

访谈，了解业务宣传费变动原因；获取业务宣传费主要供应商信息，了解主要供应商为发行人提供的服务。

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

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

## **2、针对营销推广，中介机构核查程序**

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

（2）获取业务宣传费主要供应商信息，了解主要供应商为发行人提供的服务。

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

## **3、针对运费，中介机构核查程序**

（1）获取发行人报告期的运费明细账，并与取得的对账单进行核对。

（2）向主要快递公司函证报告期内交易数据及物流信息明细。

（3）对报告期的运费实施截止性测试。

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

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

## **4、关于发行人期间费用的其他核查程序**

（1）了解、评价并测试了发行人费用报销等流程的关键内部控制的设计和运行有效性。

（2）获取发行人销售费用明细账、管理费用明细账、财务费用明细账和研



发费用明细账，并分析其变动情况。

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

(4) 抽查主要费用的相关合同及发票，核查费用的真实性、准确性。

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

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

## (二) 核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

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

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

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

4、发行人发货的主要方式系产品分拣打包后，按照客户交期通过顺丰等快

递物流向客户发货，发行人发货单数大于订单数量主要系存在非单笔发货单发货导致，发货单数略大于销售单数具有合理性，二者比例关系较为稳定。

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

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

## 问题 25、关于股份支付

申请文件显示：

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

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

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

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

（一）补充说明为赛咨询入股发行人的时点

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

就本次股权转让，发行人于2014年6月4日办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，发行人的股权结构如下：

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

经过上述股权转让，为赛咨询首次入股发行人。

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

为赛咨询合伙人变动主要包括实施股权激励方案后的合伙人入伙以及员工离职导致的退伙。历次合伙人或份额的变动情参见本题“二、补充说明为赛咨询入股发行人后，合伙人是否存在离职情形，离职后其所持份额的安排情况，是否存在将份额转让给其他合伙人的情形，上述是否构成一项服务期安排，是否应分期确认股份支付费用，发行人会计处理的合规性。”

为赛咨询入股发行人、发行人实施的历次股权激励及股份支付确认情况如下所示：

事项	激励对象	是否确认股份支付	股份支付费用确认方式	原因	股份支付公允价值确定的依据
发行人股权转让、持股平台首次持股发行人股份	无	否	/	未确认为股份支付主要原因系为赛咨询受让发行人刘云锋所持发行人股权时主要合伙人为曾焜和刘云锋。曾焜和刘云锋作为发行人创始股东持有为赛咨询的财产份额的目的是用于未来员工股权激励，因此创始股东和持股平台间的股权转让行为不符合股份支付的确认条件。	/
2017 年员工股权激励	李文发、秦国君等 31 名员工（间接持股）	是	一次确认	根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》（以下简称“《监管指引 5 号》”）5-1“增资或转让股份形成的股份支付”中规定的“股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。设定等待期的股份支付，股份支付费用应采用恰当方法在等待期内分摊，并计入经常性损益。” 2017 年发行人的员工激励方案中，激励员工被授予后即可行权且没有服务期的约定，因此发行人将该次股权激励涉及的股份支付一次确认。	以发行人 2015 年 8 月 B 轮融资整体投后估值 6 亿作为公允价值。由于发行人 2015 年和 2016 年亏损额逐年扩大，外部融资行情较差（2016 年无融资），因此 2017 年的股权激励参考 2015 年 B 轮融资时发行人投后估值作为此次股权激励的公允价值具备合理性。
2018 年员工股权激励	李文发、秦国君、周雪峰、李剑峰（直接持股）	是	一次确认	2018 年，李文发、秦国君等四人在股权激励方案经过股东大会通过之后随即通过对发行人增资直接持有发行人股份，且激励方案中明确激励对象在在 5 年禁售期满后，在遵守法定限售期及股东限售的情况下，激励对象可自主决定出售其持有的股份，说明激励对象获得发行人股份不附带服务期，即便离职仍然享有股份权利，符合《监管指引 5 号》有关股份支付一次性确认的相关规定。	以发行人 2018 年 7 月 C 轮融资整体投后估值 13.5 亿元作为公允价值。（1）2018 年股权激励实施时点与 C 轮融资时点相近，发行人按照 C 轮融资发行人对应的估值作为公允价值。（2）发行人 2019 年业绩较 2018 年有所下滑，且无外部投资者入股，因此参考 2018 年 C 轮融资发行人的整体投后估值作为 2019 年两次股权激励股份支付的公允价值具备合理性。
2019 年员工股权激励	施海昕、周慧军等 12 名员工（间接持股）	是	分期确认	2019 年员工股权激励的回购条款中约定：“激励对象不在公司任职（无论任何原因）且自本次股份授予日至离职时在公司任职未满三年的，已行权的为赛投资财产	

事项	激励对象	是否确认股份支付	股份支付费用确认方式	原因	股份支付公允价值确定的依据
				份额，激励对象应在离职当日申请普通合伙人回购，回购价格根据原行权价格加上同期银行贷款利率确定。”由于上述条款实质上构成服务期的约定，发行人将2019年员工股权激励产生的股份支付总额在三年等待期内摊销，符合《监管指引5号》有关股份支付分期确认的相关规定。	
技术专家股权激励	陈利剑、严骏驰（间接持股）	是	分期确认	该激励方案属于一次授予、分期行权的激励计划，每期相对独立，符合《监管指引5号》“5-1 设定等待期的股份支付，股份支付费用应采用恰当方法在等待期内分摊，并计入经常性损益”的规定，因此发行人将该次股权激励对应的股份支付金额在股东大会确定的服务期内分期摊销。	

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

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

为赛咨询入股发行人后合伙人变动情况及确认股份支付的情况：

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

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

## （二）发行人会计处理的合规性

发行人成立至今历次股权激励在2018-2022年股份支付确认的金额如下表：

单位：元

项目	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年
2018年员工股权激励	-	-	-	-	3,375.60
2019年员工股权激励	148.77	181.49	196.56	33.23	-
2019年技术专家股权激励	-	6.90	152.57	81.82	-
合计	148.77	188.39	349.13	115.05	3,375.60

根据本题第一小问的相关论述，发行人遵照《企业会计准则第11号-股份支付（2006）》及应用指南、《监管指引5号》5-1的相关规定对发行人成立至今的历次股权激励进行了会计处理。

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

综上，发行人股份支付的会计处理符合相关规定。

### 三、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

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

6、查阅了发行人历次与股权激励相关的股东大会、董事会、监事会的相关文件。

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

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

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

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人已按《企业会计准则第 11 号-股份支付（2006）》及应用指南、《监管指引 5 号》5-1 的相关规定对发行人成立至今的历次股权激励进行了会计处理。

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

## 问题 26、关于应收账款和应收票据

申请文件显示：

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

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

（3）发行人应收票据和应收款项融资合计报告期分别为 1,140.63 万元、692.61 万元、2,614.49 万元和 6,751.64 万元。



请发行人补充说明：

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

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

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

(一) 对客户信用期安排的具体情况，发行人收入是否以赊销为主

### 1、对客户信用期安排的具体情况

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

### 2、发行人收入是否以赊销为主

#### (1) 各期赊销收入金额及占比情况

报告期各期，发行人赊销收入占总收入比重分别为56.70%、69.89%、**71.21%**，呈上升趋势，**近两年占比相对稳定**。目前，发行人收入以赊销为主，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年	2021年	2020年
----	-------	-------	-------

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
赊销收入	308,568.21	71.21%	268,084.02	69.89%	86,975.43	56.70%
非赊销收入	124,751.62	28.79%	115,478.98	30.11%	66,409.94	43.30%
合计	433,319.83	100.00%	383,563.00	100.00%	153,385.37	100.00%

## (2) 各期赊销收入具体情况

### I、各期赊销收入客户分类情况

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

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

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

具体而言，报告期内，已开通授信客户收入金额比重逐年递增，已开通授信客户已成为带动赊销收入增长的主要驱动力。具体数据如下：

单位：万元，%

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
赊销收入	308,568.21	100.00	268,084.02	100.00	86,975.43	100.00

按照客户情况，赊销收入增长的来源：

期初已开通授信的客户	253,279.64	82.08%	192,222.84	71.70%	57,479.97	66.09%
当期新开通授信的客户	55,288.57	17.92%	75,861.18	41.89%	29,495.46	56.81%

### II、各期授信客户平均账期情况

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

具体而言，报告期各期，按照不同授信客户的赊销收入规模进行分层后，在

各分层内，再按照不同授信客户的赊销收入规模作为权重，计算各分层内授信客户的平均账期天数，情况如下：

赊销收入规模分层	加权平均账期天数		
	2022 年	2021 年	2020 年
10 万（含）以下	30.59	32.29	30.35
10-50 万（含）	32.50	34.71	31.43
50-100 万（含）	34.74	39.63	33.77
100 万以上	51.00	49.22	45.67

从上表可知，报告期各期，赊销收入在 100 万元以下的客户加权平均账期在 30-40 天左右，与公司授予信用期客户的基础账期较为一致，而赊销收入在 100 万元以上的客户加权平均账期有所提升，但均控制在 51 天以下，公司并未通过放松信用政策以提高公司的销售收入，授信收入的增长主要系授信客户数量增加及随着与客户间合作深度不断加强推动。公司账期整体情况良好，符合公司实际业务开展情况，也符合正常的商业逻辑。

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

## （二）发行人的信用政策与同行业线上分销商相比是否存在较大差异

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

同行业线上分销商名称	是否有信用政策支持	信息来源
得捷电子（www.digikey.cn）	是	发行人已获其信用政策支持
贸泽（www.mouser.cn）	是	
华强电子网（www.hqew.com）	是	招股书披露
前海硬之城（www.allchips.com）	是	官网披露

同行业线上分销商名称	是否有信用政策支持	信息来源
华秋商城（www.hqchip.com）	是	
ICGOO 在线商城（www.icgoo.net）	-	未公开披露
立创商城（www.szlcsc.com）	-	

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

项目	2022 年	2021 年	2020 年
华强电子网应收账款周转率（次）	6.16	6.38	4.91
发行人应收账款周转率（次）	12.09	13.36	13.22

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

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

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

具体而言，针对于应收账款催收，公司明确了不同阶段催款责任人、负责事项和实现方式：（1）销售部门负责在货物及发票发出后 1 周内对账，每月至少一次与客户对账，且有对账记录可查询；销售运营团队每周会同风控、财务、销售部门经理分析逾期款情况，并有系统专项提醒，若客户应收账款出现逾期，系统将自动冻结其授信。（2）财务部门负责在逾期大于 15 天且未达 45 天时，发出财务催款函，财务部门催款函由系统自动发出。（3）风控部门负责在逾期达 45 天时，发出公司催款函；在逾期达到 75 天时，与销售部门经理确认后发出律师函；由系统待办事项提醒，风控部门线下寄出。（4）对于采取上述措施后仍未回款的客户，公司将通过司法途径解决。

得益于上述措施的执行，报告期内发行人期后回款整体情况良好，截至**2023年5月31日**，发行人各期期后回款比例基本接近或超过**90%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日
应收账款余额	<b>32,454.95</b>	40,492.19	17,788.79
期后回款金额	<b>31,151.73</b>	<b>40,341.79</b>	17,713.10
回款比例	<b>95.98%</b>	<b>99.63%</b>	99.57%

注：期后回款时间为截至**2023年5月31日**

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

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

截至本回复出具日，发行人**2021年6月30日**、**2021年12月31日**应收票据和应收款项融资回款比例为**100%**，回款情况良好。

#### （二）坏账准备计提是否充分

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

单位：万元

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

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

#### 1、坏账计提方法

报告期内，发行人应收票据及应收款项融资按账龄的坏账计提比例如下：

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

## 2、坏账计提充分性

### （1）银行承兑汇票

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

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

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

### （2）商业承兑汇票

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

综上，公司应收票据和应收款项融资坏账准备计提充分。

## 四、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

### （一）核查程序

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

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

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

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

5、访谈发行人财务负责人，了解主要逾期客户及其逾期付款的原因和经营情况，判断其是否存在偿付风险；了解发行人应收账款催收流程细则，结合期后回款情况分析其催款措施有效性。

6、对发行人应收票据和应收款项融资期后回款情况进行检查，分析应收票据减值计提的充分性及预计负债的合理性。

### （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人收入以赊销为主，发行人的信用政策与同行业相比不存在较大差异。

2、在客户多且分散、单个客户销售规模较小的情况下，发行人催收应收账款措施有效，期后回款情况较好。

3、截至本回复出具日，2021年12月31日应收票据和应收款项融资期后回款比例为100%，坏账准备计提充分。

## 问题 27、关于存货

申请文件显示：

(1) 发行人库存商品账面价值报告期分别为 2,653.63 万元、3,084.68 万元、7,173.61 万元和 12,302.72 万元，是发行人存货的主要构成项目。

(2) 发行人发出商品金额报告期分别为 274.11 万元、358.34 万元、1,074.96 万元和 1,051.65 万元。

(3) 现货订单是指交期较短的订单，在电子元器件流通领域通常指交期小于或等于 3 个月的订单。

(4) 截至 2021 年 6 月末，库龄一年以上的存货金额为 901.7 万元。

(5) 基于线上商城搜索、交易信息，公司会与部分供应商开展“云仓”合作模式，即公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，待相关物料实际销售后，公司与供应商进行结算。

请发行人：

(1) 补充说明存货规模的增长是否与发行人业务的增长保持一致。

(2) 补充说明在发行人以现货交易为主的情况下，对于库龄一年以上存货的跌价准备计提的充分性。

(3) 补充说明发行人自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形，与之相关的内控措施情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对发行人库存商品、发出商品执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，并在监盘过程中发行人自有存货和“云仓”存货是否可有效区分。

回复：

一、补充说明存货规模的增长是否与发行人业务的增长保持一致

报告期各期末，公司存货账面价值及构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-12-31		2021-12-31		2020-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存商品	14,529.26	93.81%	19,925.35	89.99%	7,173.61	86.82%



项目	2022-12-31		2021-12-31		2020-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其中：先销后采模式下库存商品	7,644.92	49.36%	9,186.20	41.49%	4,674.76	56.57%
先采后销模式下库存商品	6,884.34	44.45%	10,739.16	48.50%	2,498.84	30.24%
发出商品	953.39	6.16%	2,196.86	9.92%	1,074.96	13.01%
周转材料	4.79	0.03%	19.28	0.09%	14.43	0.17%
合计	15,487.44	100.00%	22,141.49	100.00%	8,263.00	100.00%

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 8,263.00 万元和 22,141.49 万元和 15,487.44 万元，主要由库存商品和发出商品构成，2021 年底，公司存货增长较多，2022 年底存货较 2021 年底有所减少。下文按照先销后采、先采后销模式下，对存货与发行人业务的匹配关系进行论述。

### 1、先销后采模式存货

由于公司主要销售区域为国内，所需物流周期通常较短，且先销后采模式均有订单支持，因此，选择当期先销后采模式库存及发出商品与次年 1 月先销后采模式营业收入进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022/12/31	2021/12/31	2020/12/31
先销后采模式下库存商品①	7,644.92	9,186.20	4,674.76
发出商品②	953.39	2,196.86	1,074.96
合计③=①+②	8,598.30	11,383.06	5,749.72
次年 1 月营业收入④	16,777.27	34,576.03	22,271.19
先销后采存货周转天数⑤=30*③/④	15.37	9.88	7.75

注：由于发行人先销后采销售占比较大，因此，发出商品中主要以先销后采模式商品为主，上表直接将其与先销后采模式下库存商品合计，同次年 1 月的先销后采营业收入对比。

报告期内，发行人先销后采周转天数略有波动。其中 2020、2021 年周转天数较短，为 7-10 天左右，主要为检测时间、仓库内等待多品种货物集齐时间、以及快递寄送的时间等，与公司主要以国内销售业务模式基本相符。而 2022 年 12 月末先销后采商品的周转天数较 2021 年底增加较多，主要系①2023 年 1 月

受春节假期等因素影响，公司营业收入规模较小；②由于 2022 年 12 月末先销后采库存商品中“小长单”订单对应的在库商品增加所致。该部分商品将在未来一段时间内分期或一次性发货，对应存货周转天数较长，导致期末存货的周转天数有所增加。

## 2、先采后销模式存货

报告期各期，公司先采后销下库存商品与公司先采后销业务规模匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022-12-31/2022 年度	2021-12-31/2021 年度	2020-12-31/2020 年度
先采后销下库存商品账面价值	6,884.34	10,739.16	2,498.84
先采后销收入	27,693.25	17,358.49	4,365.30
存货周转率	3.14	2.62	2.40

报告期内，公司先采后销模式下库存商品周转率分别为 2.40、2.62 和 3.14，2020 年以来，公司先采后销模式逐渐成熟与完善，先采后销模式下库存商品周转率有所提升。此外，2022 年，先采后销模式下库存商品周转率增加较多主要系 2022 年下半年开始，为应对外部市场环境变化，发行人在经营策略上主动做出调整，增加公司经营安全边际，减少先采后销模式下的库存备货持有量所致。

综上，先采后销模式下库存商品与业务规模增长较为一致，差异具有合理性。

## 二、补充说明在发行人以现货交易为主的情况下，对于库龄一年以上存货的跌价准备计提的充分性

### （一）发行人以现货交易为主的情况下，库龄一年以上存货的构成

报告期各期末，库龄一年以上存货构成如下：

单位：万元

项目	2022-12-31		2021-12-31		2020-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
先销后采	549.91	15.85%	132.64	15.10%	46.79	4.75%
先采后销	2,918.54	84.15%	746.02	84.90%	938.44	95.25%
合计	3,468.44	100.00%	878.66	100.00%	985.23	100.00%

在电子元器件分销领域，现货订单通常指交期较短订单，目前，公司主要以提供短交期的现货交易为主，且以先销后采模式为主。由上表可知，整体而言，相较于发行人的经营规模，库龄一年以上存货金额较小，与发行人的经营特征相符。在库龄一年以上存货中，先采后销模式下的存货占比均在 **80%** 以上，先销后采占比较低。**2022 年末**，库龄一年以上的先采后销存货增加较多主要系：为提升客户体验，公司不断丰富备货的型号和数量，以满足客户一站式采购及对短交期货物的需求，在上述背景下，部分型号产品周转率较慢，使得长库龄的存货有所增加。

此外，2020 年，先销后采模式下存货金额及占比较低，主要为极少部分客户预付后尚未提货的产品；2021 年及 **2022 年末** 先销后采模式下存货金额及占比有所增加，主要系 2020 年起，随着业务规模增长，发行人开始尝试与客户签订“小长单”订单。该模式下企业与客户签订合同，约定在未来一段时间内分期或一次性发货，而公司通常批量采购，少部分“小长单”订单完整交期超过 1 年，导致库龄一年以上先销后采存货增长较多。

## （二）库龄一年以上存货的跌价准备计提的充分性

发行人对库龄一年以上存货计提了充分的跌价准备，以下从①各期长库龄存货实际情况②同行业存货跌价情况对比两方面进行说明，具体情况如下：

### 1、各期长库龄存货实际情况

报告期各期末，库龄一年以上存货的跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-12-31				2021-12-31				2020-12-31			
	余额	占比	存货跌价	跌价计提比例	余额	占比	存货跌价	跌价计提比例	余额	占比	存货跌价	跌价计提比例
1-2 年	2,954.94	85.19%	1,149.81	38.91%	469.21	53.40%	174.27	37.14%	523.08	53.09%	299.09	57.18%
2-3 年	240.07	6.92%	181.01	75.40%	224.41	25.54%	209.65	93.42%	360.67	36.61%	324.54	89.98%
3 年以上	273.44	7.88%	273.44	100.00%	185.03	21.06%	185.03	100.00%	101.49	10.30%	101.42	99.93%
总计	3,468.44	100.00%	1,604.26	46.25%	878.66	100.00%	568.95	64.75%	985.23	100.00%	725.05	73.59%

报告期各期末，发行人一年以上存货金额分别为 985.23 万元、878.66 万元和 **3,468.44 万元**，占各期末存货总额比例较小，存货跌价计提比例分别为 73.59%、

64.75%和 46.25%，计提比例较高。从库龄上看，2020 年末，发行人库龄 1-2 年存货跌价计提比例在 50%左右，2021 年末及 2022 年末，发行人库龄 1-2 年存货跌价计提比例分别为 37.14%和 38.91%，计提比例均较高。2021 年末及 2022 年末存货跌价计提比例与往年对比较低主要系 2021 年末及 2022 年末 1-2 年库存中存在部分“小长单”订单，该部分存货均有客户订单支撑，为按客户交期需求所备货物，存货跌价风险较小，发行人在存货验收入库后和报告期期末对该部分存货逐一进行风险评估确认，计提存货跌价。此外，2022 年，发行人库龄 2-3 年的库存商品受“小长单订单”影响，存货跌价计提比例低于 2020 年及 2021 年为 75%，剔除该部分影响后，发行人库龄 2-3 年、3 年以上的库存商品存货跌价计提比例较为稳定，计提比例分别为 90%与 100%左右，存货跌价计提比例充足。

## 2、同行业存货跌价情况对比

### (1) 同行业存货跌价计提政策

发行人及可比公司公开披露的存货跌价政策情况如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策
华强电子网	按照可变现净值法计提存货跌价准备。 在手订单的存货，以在手订单的价格确认估计售价； 没有在手订单的存货，在大型的电子元器件现货网站进行询价，从而获取相关存货的估计售价
力源信息	资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。公司测算存货跌价准备时，选取的存货估计售价主要考虑了产成品或商品的市场销售价格、与产成品或商品相同或类似商品的市场销售价格。
润欣科技	按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。每个资产负债表日对单个存货项目是否陈旧和滞销、可变现净值是否低于存货成本进行重新估计。
雅创电子	按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。计提存货跌价准备时，按单个存货类别计提。对于有销售合同支持的库存商品或发出商品，根据合同约定的销售价格作为对外销售所能收到的款项；对于没有明确合同支持的库存商品，根据产品型号，以产品在资产负债表日前后销售记录的销售价格作为可收回款项的参考依据。
商络电子	库龄在 12 个月以内的存货资产负债表日，当存货成本低于可变现净值时，存货按成本计量；当存货的库龄在 12 个月及以上，认为存货属于滞销的情形，出于谨慎性考虑，按存货余额全额计提存货跌价准备。
发行人	资产负债表日，公司综合考虑实际经营过程中存货周转情况、存货库龄、市场价格、是否存在滞销存货、存货质量是否良好等因素，按照可变现净值法计提存货跌价准备，各期间保持一致。具体情况如下： 期末时点有对应销售订单时，取订单单价作为存货预计售价确定可变现净值。

若无对应销售订单，则先考虑其过去 3 个月销售情况，再综合考虑外部主要电商平台参考售价、存货属性、市场行情及期后销售情况、滞销情况等因素确定可变现净值。另外，发行人对特殊事项单项计提；对于超过三年未结转的库存商品，发行人认为属于滞销的情形，公司出于谨慎性考虑，按存货余额全额计提存货跌价准备。

从上表可知，可比公司均按照可变现净值法计提存货跌价，公司主要存货跌价政策与同行业可比公司不存在重大差异。

## （2）同行业存货跌价具体情况

由于部分可比公司未详细披露长库龄存货所对应具体存货跌价计提情况，下文从各家公司整体存货跌价计提比例、库龄一年以上存货比例等进行对比，具体情况如下：

公司名称	存货跌价计提比例				库龄一年以上存货比例			
	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
华强电子网	17.92%	2.77%	2.68%	2.71%	21.44%	2.69%	11.52%	18.16%
力源信息 (300184)	5.82%	4.19%	3.63%	2.53%	/	/	/	/
润欣科技 (300493)	3.03%	4.70%	7.34%	7.13%	/	/	/	/
雅创电子 (301099)	2.44%	3.15%	2.20%	2.92%	5.37%	5.78%	3.41%	5.39%
商络电子 (300975)	9.31%	7.37%	6.54%	9.03%	/	/	/	7.13%
平均值	7.70%	4.44%	4.48%	4.86%	11.03%	4.24%	7.47%	10.23%
发行人	13.14%	5.70%	9.78%	23.74%	19.45%	3.74%	10.76%	18.93%

从上表可知，2019 年末至 2022 年末，存货跌价计提比例高于同行业平均水平。其中，2019 年发行人存货跌价计提比例较高主要系①因探索电子元器件新兴应用领域，发行人采购部分主要应用于物联网等领域的电子元器件产品，但由于销售未及预期，存在存货跌价风险，对其单项计提存货跌价准备。②发行人逐步加大先采后销销售模式规模，但受市场行情影响，备货产品销售不及预期，存货跌价准备计提较多。另外，结合部分可比公司披露的存货库龄占比情况，发行人计提存货跌价准备充分，具体情况如下：

①2019 年-2021 年发行人一年以上存货比例基本与华强电子网比例相当，两家公司均主要以线上商城开展业务，发行人存货跌价计提比例高于华强电子网；

2022 年发行人与华强电子网一年以上存货比例及存货跌价计提比例均较高，发行人计提存货跌价准备充分；

②发行人一年以上存货比例高于雅创电子、商络电子，对应存货跌价计提比例均高于雅创电子及商络电子，具有合理性。

综上，结合发行人各期存货跌价准备计提比例和金额、同行业存货跌价计提政策和同行业公司的存货跌价准备情况，发行人对库龄一年以上存货的跌价准备计提充分。

三、补充说明发行人自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形，与之相关的内控措施情况。

#### （一）自有存货和“云仓”存货是否存在混淆情形

“云仓”存货是指基于线上商城搜索、交易信息，公司与部分供应商开展“云仓”合作模式下的存货。公司利用大数据（基于近期线上商城搜索、询价、交易信息、市场动态等）分析拟订热门物料清单，由供应商提前将合理的货物量运送至公司仓库，待相关物料实际销售后，公司与供应商进行结算。

从组织架构上看，发行人物流部门对于存货管理划分成自有存货（贸易、自营）和云仓存货进行管理，人员相互独立；

从存货库位管理来看，发行人对于自有存货与“云仓”存货按照不同的区域独立存放，对于某些特殊的存货，如对温度、湿度有比较高要求的精密存货会存放在特制的恒温室，但也同样进行了库位区分，并且按照库存条码贴标进行管理；

从存货管理的流程上看：云仓收货、仓储、发货均通过发行人自行开发 ICkey 系统进行存货管理，存货的识别、流转是可控并可溯的；在整个存货管理过程中，“云仓”存货和自有存货都有可明确区分的业务系统数据以及物理形态的库存条码标签。

综上所述，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。

#### （二）与之相关的内控措施情况

发行人对于存货管理制定了完善的内控制度，在入库、仓储和出库环节都制定了相关内控措施，对自有存货和“云仓”存货进行有效管理，具体情况如下：

环节	业务流程及内控介绍	具体说明
入库	<p>1、创建订单：采购/云仓订单分成自有库存（贸易采购、自营备货）、“云仓”模式，每种模式对应订单的开头两位的编码字母不一致，可以明确区分；</p> <p>2、验收入库：物流人员根据条形码将收货信息录入 ERP 物流系统，确认收货，生成入库单，并生成库存条码打印贴标（库存条码信息包括采购类型、厂牌、产品型号、库位、数量等信息），对三种模式存货分区存放。</p>	<p>通过库存条码编码的规则、分区存放规则可以确保入库步骤发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p>
仓储	<p>1、物流部出入库见单作业（出库以系统生成发货计划进行作业）；仓库保存条件严格按照内部要求执行；仓库人员进出严格按照物流部门禁管理相关规范；</p> <p>2、“云仓”存货转自营备货：物流人员分拣转自营的存货录入 ERP 物流系统生成新的库存编码，并在新的库位进行存放，原库存编码相应减少存货数量；</p> <p>3、“云仓”存货转贸易仓：“云仓”存货对外销售需先转库到贸易仓，生成贸易采购订单后进行出库；</p> <p>4、财务部于每月财务结帐日将公司本月所有物资的收发存数据进行归集、分类、核对和汇总。</p>	<p>日常仓储中，通过区分库位管理、以条码编码进行存货管理的方式可以确保发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p> <p>“云仓”存货移动时，严格在系统上进行记录（包括移库、转库、销售出库等严格在系统上记录）可以确保发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p>
出库	<p>当销售订单所需存货集齐后，由销售人员于系统中根据订单发起发货计划，物流部人员依据 PDA（手持终端）接收发货计划，一人一单，依据 PDA 显示的所需存货位置信息在贸易库拣货（用 PDA 扫描货物条码录入系统）归集并装箱打包；系统上自动打印发货单及快递单并粘贴。</p>	<p>在出货环节，物流人员根据接收发货计划拣货出库，即通过 PDA（手持终端）扫码出库，减少相应库位的存货。在出库该环节对于是否是“云仓”存货出库是明确的。故出库环节，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形。</p>

发行人日常的存货入库、仓储、出库管理均依托于公司 ERP 系统，自有存货和“云仓”存货分区存放，并且存货的入库、转库、出库均需业务系统生成相应的单据，物流人员均严格见单作业，确保了整个仓储物流管理的准确性、有效性。

综上，发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形，与之相关的内控措施完善。

四、保荐人、申报会计师核查程序与意见，并补充说明对发行人库存商品、发出商品执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，并在监盘过程中发行人自有存货和“云仓”存货是否可有效区分

#### （一）核查程序

##### 1、关于问题一至问题三的核查程序

（1）获取发行人报告期各期末存货明细表，并了解公司的备货策略、销售情况，比较各期末存货余额构成及变动情况与公司业务规模匹配情况，分析存货水平的合理性。

（2）获取发行人报告期各期末存货跌价准备计提明细，了解发行人存货跌价准备计提政策，复核公司存货跌价准备的计算过程，检查存货跌价准备计提、转回或转销的金额；并结合存货库龄、库存构成的分析，分析各期末存货跌价准备计提是否充分。

（3）取得同行业可比公司招股说明书、报告期内年度报告等公开资料，了解同行业可比公司存货跌价计提政策，计算存货跌价准备计提比例数据，与发行人进行比较分析。

（4）获取并发行人存货管理制度文件，了解发行人对自有存货和“云仓”存货的管理制度及内控措施。

##### 2、针对库存商品、发出商品的核查程序

（1）获取并审阅了发行人存货管理制度文件，对报告期内发行人的采购与存货循环实施了控制测试，针对内控主要控制点取得执行的关键证据，评价内控设计的合理性以及执行的有效性；

（2）对于库存商品，申报会计师对报告期各期期末库存商品执行了监盘程序；保荐人由于入场时间限制，对发行人 2021 年 6 月末、2021 年末和 2022 年末的库存商品执行了存货监盘程序，并对 2019 年-2020 年期末的库存商品执行了补充核查程序，核对根据收发存情况，倒推 2019 年-2020 年期末存货情况。另外，受全球公共卫生事件影响，2021 年末和 2022 年末，容诚会计师香港分所参与香港仓库监盘，保荐人参与实时视频监盘。



保荐人和申报会计师对发行人库存商品执行数量测试的存货数量及占比、存货金额及占比的情况如下（存货各品种数量单位不一，此处仅将不同数量简单相加予以统计）：

项目	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
监盘存货原值（万元）	11,535.09	14,315.47	6,192.04
监盘存货数量（万个）	37,454.50	52,789.30	11,296.89
监盘金额占比	68.39%	67.40%	76.93%
监盘数量占比	42.69%	34.65%	17.17%

保荐人和申报会计师在监盘过程中对发行人自有存货及“云仓”存货存放地点进行核查，发行人自有存货与“云仓”存货分区存放，且有明确标识，可有效区分。

（3）对于发出商品，保荐人和申报会计师获取并查看了各期末发出商品对应的销售订单明细，并检查各期期末发出商品的期后签收情况。

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人存货规模与报告期内业务规模的变动基本具有匹配性，部分年度匹配存在差异具有合理性。整体上，随着报告期内经营规模的增长，存货余额逐年上升，存货规模的增长与发行人业务的增长基本保持一致。

2、发行人库龄一年以上存货主要为先采后销模式下存货，存货跌价准备计提充分谨慎。

3、发行人自有存货和“云仓”存货不存在混淆情形，相关的内控完善。

4、保荐机构、申报会计师对库存商品、发出商品履行了必要的核查程序。对发行人自有存货及“云仓”存货存放地点进行核查，发行人自有存货与“云仓”存货分区存放，且有明确标识，可有效区分。

## 问题 28、关于资金流水核查

请发行人结合《首发问答》问题 54 的内容补充说明：

（1）相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴

以及其实控人、关键管理人员存在资金往来，若存在，请说明原因及合理性。

(2) 相关人员、主体银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，款项的主要用途及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整。

回复：

一、补充说明相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来，若存在，请说明原因及合理性

#### (一) 相关人员、主体的账户核查情况

保荐人和申报会计师综合考虑公司所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，确定需要进行资金流水核查的相关人员和主体，具体核查情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量
曾焯	实际控制人、董事长	20
刘云锋	董事、高级管理人员、核心技术人员	26
秦国君	董事	17
王大鹏	外部董事	17
夏东	外部董事	17
周绍军	外部董事	14
邓天远	独立董事	18
王欣	独立董事	8
林秉风	独立董事	13
周雪峰	高级管理人员	12
李文发	高级管理人员	17
钱波	高级管理人员、核心技术人员	8

核查对象	与发行人关系	核查账户数量
任凤娇	监事会主席	11
李鲲鹏	监事、核心技术人员	16
万丽	监事	22
吕宁宁	实际控制人的配偶	11
曾德安	实际控制人的父亲	8
徐俊	刘云锋的配偶	18
施海昕	核心技术人员	9
郭骁满	核心技术人员	11
陈佳淦	财务中心总监	12
赵雪桃	出纳	6
刘娟娟	出纳	7
刘国芳	出纳	6
杨思慧	出纳	7
吴怡洁	出纳	4
黎文慧	出纳	7
宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）	实际控制人控制的企业	2
合计核查账户数量		344

**（二）相关人员、主体银行账户是否与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来**

通过企查查、境外上市公司信息披露网站等公开渠道，获取发行人**2020-2022年**主要客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员名单，与上述相关人员、主体银行账户大额往来（5万元以上）的交易对手方进行交叉比对。经核查，**报告期内未发现上述相关人员、主体银行账户与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员存在资金往来<sup>23</sup>。**

<sup>23</sup> 报告期内，由于相关人员、主体银行账户大额往来（5万以上）的交易对手方与客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员存在少量姓名重合的情形，经与相关人员确认，**报告期内不存在相关交易对手方系客户、供应商、主要合作伙伴的实际控制人、关键管理人员的情况。**

二、补充说明相关人员、主体银行账户是否存在大额取现、大额支付等情形，对手方情况，款项的主要用途及合理性

(一) 相关人员、主体银行账户是否存在大额取现情形

2020-2022年，公司相关主体、相关人员中董事、高级管理人员、核心技术人员刘云锋和监事万丽存在大额取现（大于5万）的情形，具体情况如下：

单位：万元

相关人员	交易日期	取现金额	资金用途	依据
刘云锋	2021-01-12	10.00	用于春节拜访亲戚、红包	经访谈确认
万丽	2020-06-15	22.50	取现后资金均存现给吴亚平（万丽的丈夫），随后资金主要用于归还因买房欠朋友的借款	取得购房合同、贷款合同、吴亚平的主要资金流水等证据并经访谈确认
	2020-06-15	27.00		
	2020-11-27	20.00		
	2021-06-01	10.00		
	2021-06-01	20.00		
	2021-12-06	15.00		

经核查，上述相关人员报告期内存在大额取现但次数较少，不存在频繁取现情形，刘云锋和万丽的前述取现均系个人原因，与发行人业务无关。为了进一步核查万丽的提现资金，保荐人和申报会计师进一步核查了吴亚平的主要资金流水，确认万丽提现的资金均存现给了吴亚平，且吴亚平在报告期内的大额资金流水与发行人客户、供应商、主要合作伙伴以及其实控人、关键管理人员无大额异常往来。

除上述自然人存在大额取现外，发行人其他相关主体、人员不存在大额取现的情形。

(二) 相关人员、主体银行账户是否存在大额支付情形

1、相关人员银行账户大额支付情况

保荐人和申报会计师核查了 2020-2022 年相关人员在发行人处任职期间的银行流水，对超过 5 万元的大额支付银行流水进行分析，并获取大额支付相关的购房合同、缴纳税款、对外投资等原始资料。公司相关人员大额支付共计 1,051 笔，主要用途为理财、股票投资、亲朋往来、个人账户划转、缴纳个人所得税、

购置房产、贷款还款等，交易对手方主要为金融机构、亲戚朋友、房产公司、汽车销售服务公司等。除理财、股票投资、个人账户划转、亲朋往来、贷款还款外，单笔金额超过 50 万元的大额支付具体明细如下表所示：

单位：万元

核查对象	交易日期	交易对手方名称	交易金额	支付类型	依据
曾焯	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	976.78	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-01-04	特斯拉汽车销售服务（上海）有限公司	84.70	购车款	经访谈确认
刘云锋	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	501.35	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-05-20	朱宸	61.00	应银行贷款要求退回购房款，对方重新转账付款	取得卖房合同并经访谈确认
秦国君	2021-01-12	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	151.80	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈确认
李文发	2020-12-16	深圳市京基房地产开发有限公司	116.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
	2020-12-16	深圳市京基房地产开发有限公司	68.00		
	2021-01-10	云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司	50.60	公司代收代缴个人所得税	取得缴税记录并经访谈记录
任凤娇	2021-09-14	上海磐基房地产有限公司	132.74	购房款	取得购房合同并经访谈确认
邓天远	2020-12-21	深圳市南山区人民法院	70.00	拟购法拍房，支付法院购房保证金	经访谈确认
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00	投资款	查询企查查公开信息并经访谈确认
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
	2021-12-20	东莞市建鑫电子科技有限公司	100.00		
周绍军	2020-05-15	深圳市东方富海投资管理股份有限公司	115.46	投资款	查阅银行流水备注并经访谈确认
曾德安	2020-11-09	广水市成玉房地产开发有限公司	57.45	购房款	取得购房合同经访谈确认

核查对象	交易日期	交易对手方名称	交易金额	支付类型	依据
	2021-06-13	张世兵	50.90	支付中草药采购款	取得采购合同并经访谈确认
徐俊	2021-06-22	陈为	1,552.00	购房款	取得购房合同并经访谈确认
	2020-10-30	上海蔚来汽车销售服务有限公司	52.60	购车款	经访谈确认
	2021-07-29	国家税务总局上海市税务局	108.12	缴纳购房税款	取得缴税记录并经访谈确认
	2021-07-29	国家税务总局上海市税务局	67.74		
林秉凤	2022-2-22	嘉兴恒杰生物制药股份有限公司	100.00	投资款	查阅银行流水备注并经访谈确认
王大鹏	2022-10-09	无锡市房屋交易管理中心	160.94	购房款	取得购房合同并经访谈确认

针对上述大额支付情形，通过访谈相关人员并获取缴税记录、购房合同等证据，确认上述大额支付情形均出于相关人员自身需要发生，具备交易合理性，不存在异常情形，与发行人的业务无关。

此外报告期内发行人部分相关人员存在通过转让发行人股权获得大额股权转让款的情形，经核查确认相关人员收到股权转让款后均有合理的资金去向，与发行人客户、供应商不存在大额资金往来，不存在协助公司进行体外资金循环、利益输送、代垫成本或费用等异常情形。关于相关股权转让款的具体资金流向情况已申请豁免。

## 2、实控人控制的其他企业大额支付情况

报告期内，实际控制人控制的宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）未发生超过 50 万元的大额支付。

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明对实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围，包括银行账户数量，核查金额重要性水平、账户主要用途情况，流水对手方信息中是否存在未申报的账户，账户清单范围是否完整

#### （一）实控人控制的其他企业资金流水核查范围

报告期内，公司实控人控制的其他企业为宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）。保荐人、申报会计师对照《监管指引 5 号》“5-15 资金流水核查”中相关要求综合考虑发行人所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，获取宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）报告期内的银行账户信息及资金流水。具体情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
宁波为赛咨询管理中心（有限合伙）	实际控制人控制的企业	2	发行人股权激励、缴纳税款等	否

结合重要性原则，保荐人、申报会计师将其超过 10 万元的大额银行流水进行逐笔核查，重点分析银行账户完整性及是否存在大额资金流水异常。经核查，保荐人和申报会计师均认为，宁波为赛的资金流水无异常情形。

#### （二）相关人员资金流水的核查范围

##### 1、核查范围

保荐人、申报会计师对照《监管指引 5 号》“5-15 资金流水核查”问题 54 中相关要求综合考虑发行人所处经营环境、业务流程、主要财务数据水平及变动趋势等因素，核查了发行人实际控制人、董事长曾焯及其父亲和配偶、董事、高级管理人员、核心技术人员刘云锋及其配偶、其他董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员在报告期内任职期间的银行账户信息及资金流水。具体情况如下：

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
曾焯	实际控制人、董事长	20	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入等	否

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
刘云锋	董事、高级管理人员、核心技术人员	26	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、工资收入、购置房产等	否
秦国君	董事	17	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入等	否
王大鹏	外部董事	17	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
夏东	外部董事	17	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
周绍军	外部董事	14	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
邓天远	独立董事	18	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
王欣	独立董事	8	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
林乘风	独立董事	13	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
周雪峰	高级管理人员	12	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
李文发	高级管理人员	17	家庭支出及亲朋往来、缴纳个人所得税、理财投资、工资收入、购置房产等	否
钱波	高级管理人员、核心技术人员	8	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收	否



核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
			入等	
任凤娇	监事会主席	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
李鲲鹏	监事、核心技术人员	16	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否
万丽	监事	22	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否
吕宁宁	实际控制人的配偶	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资等	否
曾德安	实际控制人的父亲	8	家庭支出及亲朋往来、理财投资等	否
徐俊	刘云锋的配偶、人力行政副总裁	18	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入、购置房产等	否
施海昕	核心技术人员	9	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
郭骁满	核心技术人员	11	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
陈佳淦	财务中心总监	12	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
赵雪桃	出纳	6	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
刘娟娟	出纳	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否

核查对象	与发行人关系	核查账户数量	账户主要用途	流水对手方信息中是否存在未申报的账户
刘国芳	出纳	6	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
杨思慧	出纳	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
吴怡洁	出纳	4	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
黎文慧	出纳	7	家庭支出及亲朋往来、理财投资、工资收入等	否
合计核查账户数量		342		

## 2、核查金额重要性水平

结合重要性原则和相关人员的收入水平、消费习惯等因素，对核查范围中相关人员超过 5 万元的大额银行流水进行逐笔核查，重点分析银行账户完整性及是否存在大额资金流水异常。

## 3、账户完整性核查

保荐人和申报会计师主要通过以下方式确保上述核查范围中相关人员提供银行账户的完整性：

(1) 陪同主要相关人员走访中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、中国邮政储蓄银行、招商银行、当地农商银行共计 8 家大型商业银行及部分地方性银行，现场查询或打印银行账户清单，并通过现场询问、拍照查询等方式确认是否开立账户，从而取得对银行账户完整性的合理保证，同时陪同主要相关人员现场打印储蓄账户报告期内任职期间的银行流水；并通过云闪付 APP 的银行卡添加功能对核查范围内主要相关人员的账户开立情况进行辅助核查，确认所提供账户的完整性；

(2) 对相关人员银行流水中交易对手方进行交叉核对，并对单笔超过 5 万元的大额流水逐条记录形成大额流水核查表，记录信息包括交易日期、交易方向、交易金额、交易内容或背景、交易对方名称，检查流水对手方信息中是否存在未

申报的银行账户；

（3）取得核查范围内相关人员出具的《关于提供银行流水真实性、准确性、完整性的承诺》，获取相关人员对提供银行账户完整性的合理保证。

经核查，保荐人、申报会计师认为前述提供的银行账户清单范围完整，流水对手方信息中不存在未申报的账户。

#### 四、保荐人、申报会计师核查程序与核查意见

##### （一）核查程序

针对发行人相关人员、主体银行账户的资金流水核查，保荐人、申报会计师对照《监管指引 5 号》“5-15 资金流水核查”中的相关要求，主要执行的核查程序如下：

1、陪同核查范围内主要相关人员走访 8 家大型商业银行及部分地方性银行，现场查询或打印银行账户清单，现场询问、拍照确认是否开立账户，陪同主要相关人员现场打印报告期内任职期间储蓄账户银行流水；同时通过云闪付 APP 的银行卡添加功能对核查范围内主要相关人员的账户开立情况进行辅助核查，确认所提供账户的完整性。

2、对银行流水中交易对手方进行交叉核对，对实际控制人控制的其他企业单笔超过 10 万元、相关人员单笔超过 5 万元的大额流水逐条记录形成大额流水核查表，记录信息包括交易日期、交易方向、交易金额、交易内容或背景、交易对方名称。

3、将实际控制人控制的其他企业及相关人员大额流水汇总分析交易类别、交易对手方，访谈核查对象了解交易原因、与交易对手方关系等，获取必要的支撑证据，核查相关交易合理性。

4、获取并查阅发行人关于股权转让的相关协议，针对报告期内存在大额股权转让收入的相关人员进一步核查了资金流向的合理性。

5、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开信息渠道查询发行人报告期内客户、供应商、主要合作伙伴及其实控人、关键管理人员名单；与核查范围内相关人员、主体银行账户大额收付的交易对手方进行比对，检查是否存在替

发行人代收、代付、承担成本费用的情形，是否频繁出现大额存现、取现等情形。

6、取得核查范围内相关人员出具的《关于提供银行流水真实性、准确性、完整性的承诺》，并承诺所提供的银行账户及交易明细内容真实准确、账户范围完整，不存在协助发行人进行体外资金循环、利益输送、代垫成本等违法违规情形。

7、对照具体要求，核查发行人报告期内是否存在以下需要扩大资金流水核查范围的情形：

序号	核查事项	发行人是否存在相关情形
1	发行人备用金、对外付款等资金管理是否存在重大不规范情形	不存在
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期是否存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致	不存在
3	发行人经销模式占比是否较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率是否存在较大异常	不存在
4	发行人是否将部分生产环节委托其他方进行加工，且委托加工费用是否大幅变动，或者单位成本、毛利率是否大幅异于同行业	不存在
5	发行人采购总额中进口占比是否较高或者销售总额中出口占比是否较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质是否存在较大异常	不存在
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，是否在商业合理性方面存在疑问	不存在
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平是否发生重大变化	不存在
8	是否存在其他异常情况	不存在

## （二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、核查范围内相关人员、主体的银行账户清单范围完整，流水对手方信息中不存在未申报的账户。

2、**报告期各期**，公司**核查范围内**相关人员、主体与发行人的客户、供应商、主要合作伙伴以及其实际控制人、关键管理人员不存在大额异常资金往来，不存在协助发行人进行体外资金循环、利益输送、虚增收入或利润等违规情形。

3、报告期内刘云锋、万丽存在偶发性大额取现。刘云锋取现后资金主要用于春节拜访亲戚、红包；万丽取现后资金主要存现给吴亚平（万丽的丈夫），随后资金主要用于归还因买房欠朋友的借款。上述相关人员取现原因合理且不存在

异常情形；除上述自然人外，其他相关人员、主体不存在大额取现情形。

4、报告期内部分相关人员、主体银行账户存在大额支付情形，主要用于理财、证券投资、缴纳股权转让个人所得税、购置房产等合理支出，确认上述大额支付情形均出于相关人员自身需要发生，相关款项交易对手方明确、用途具备真实性与合理性，不存在为发行人承担成本费用或输送经济利益等异常情形。

5、部分存在股权转让情形的相关人员所获得股权转让款资金流向明确，不存在代公司承担成本、费用等异常情形。

6、根据《**监管指引5号**》“**5-15 资金流水核查**”中的相关要求，发行人报告期内不存在需要扩大资金流水核查范围的情形。

（本页无正文，为《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）



云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司

2023年6月29日

## 发行人董事长声明

本人已认真阅读云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司本次审核问询函的全部内容，确认本次审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长（签名）



曾焯

云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司



2023年6月29日

（本页无正文，为国金证券股份有限公司《关于云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人（签名）：

丘永强

丘永强

曾弘霖

曾弘霖



国金证券股份有限公司

2023 年 6 月 29 日



## 国金证券股份有限公司董事长声明

本人已认真阅读云汉芯城（上海）互联网科技股份有限公司本次审核问询函的回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函的回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长（签名）：\_\_\_\_\_



冉云



2023年6月29日