

关于苏州贝昂智能科技股份有限公司
股票公开转让并挂牌申请文件的
审核问询函的回复

主办券商



（深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦）

二零二四年七月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2024 年 5 月 14 日出具的《关于苏州贝昂智能科技股份有限公司公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）已收悉，国投证券股份有限公司（以下简称“国投证券”或“主办券商”）作为苏州贝昂智能科技股份有限公司（以下简称“苏州贝昂”或“公司”）股票公开转让并挂牌的主办券商，会同苏州贝昂及上海市锦天城律师事务所（以下简称“律师”）和公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。现回复如下，请予以审核。如无特别说明，本问询回复中使用的简称或名词释义与《苏州贝昂智能科技股份有限公司公开转让说明书（申报稿）》（以下简称“公开转让说明书”）保持一致。本问询回复中的字体代表以下含义：

《审核问询函》所列问题	黑体（加粗）
《审核问询函》所列问题的回复	宋体（不加粗）
涉及修改或补充公开转让说明书等申请文件的内容	楷体（加粗）

本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

1.关于业务合规性	3
2.关于历史沿革	17
3.关于子公司	35
4.关于销售模式及主要经销商	55
5.关于营业收入	87
6.关于市场推广及广告费	116
7.关于毛利率	135
8.关于外汇衍生品	148
9.关于线上销售及平台费用	157
10.关于其他事项	180

1. 关于业务合规性。（1）公司拥有 33,316 平方米的土地使用权，但无房屋建筑物，公开信息显示公司拥有苏州、芜湖、温州三大生产基地，厂房面积突破 70,000 平方米；（2）公司下游客户包括学校、医院等；（3）公司部分业务资质未覆盖报告期；（4）公司业务存在外协、劳务外包。

请公司：（1）补充披露房屋建筑物、固定资产的具体情况，是否存在无证房产，如有，请补充说明相关房产未办理产权证书的原因、未办理产权证书的房产的明细及用途、是否存在违法违规的情形、可能产生的风险和后果、是否存在权属争议、是否存在遭受行政处罚或房屋被拆除的风险；若公司房屋无法办理产权证书，对公司资产、财务、持续经营所产生的具体影响以及公司采取的应对措施；（2）①公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，公司业务资质是否齐备、相关业务是否合法合规性；②公司是否存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况，若存在，请说明公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，是否构成重大违法行为；（3）①报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比、招投标的中标率、与同行业可比公司中标率的差异及原因；②订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为；③报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况；（4）外协厂商是否具备相应资质，公司对外协厂商的选取标准及管理制度，产品和服务的质量控制措施；与外协厂商的定价机制及公允性，是否存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，是否存在利益输送；外协的必要性与合理性，在公司整个业务中所处环节和所占地位，是否涉及公司核心业务；（5）①公司劳务外包中外包方从事的具体工序或生产环节，所需技能、资质、技术水平情况，用工结算价格的确定依据及公允性，相关服务提供方的具体情况，是否具备劳动用工相关资质，与公司及其关联方的关系；是否存在劳动纠纷或潜在纠纷，是否存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形；②是否存在通过劳务外包公司替公司代垫

成本费用等情况，是否存在资金体外循环，是否存在利益输送或其他利益安排。

请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露房屋建筑物、固定资产的具体情况，是否存在无证房产，如有，请补充说明相关房产未办理产权证书的原因、未办理产权证书的房产的明细及用途、是否存在违法违规的情形、可能产生的风险和后果、是否存在权属争议、是否存在遭受行政处罚或房屋被拆除的风险；若公司房屋无法办理产权证书，对公司资产、财务、持续经营所产生的具体影响以及公司采取的应对措施。

报告期末，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

固定资产类别	账面原值	累计折旧	账面净值
机器设备	2,965.02	1,526.25	1,438.77
运输设备	192.86	151.27	41.59
办公设备及其他	170.59	98.68	71.91
合计	3,328.47	1,776.20	1,552.27

报告期内，公司不存在自有房屋建筑物，所有经营场所均为租赁。截至本问询回复出具日，安徽贝昂智能的房屋建筑物仍在建设中，待建设完成后公司将及时办理产权证书。

上述情况公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、与公司业务相关的关键资源要素（五）主要固定资产”中进行了披露。

二、①公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，公司业务资质是否齐备、相关业务是否合法合规性；②公司是否存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况，若存在，请说明公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，是否构成重大违法行为；

（一）公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，公司业务资质是否齐备、相关业务是否合法合规性；

报告期内，苏州贝昂及其子公司持有的与经营业务相关资质、许可、认证情况如下：

序号	证书名称	持证人	证书编号	发证日期	有效期
1	高新技术企业证书	苏州贝昂	GR202032002510	2020 年 12 月 2 日	2023 年 12 月 1 日
2	高新技术企业证书	苏州贝昂	GR202332016701	2023 年 12 月 13 日	2026 年 12 月 12 日
3	江苏省国产涉及饮用水卫生安全产品卫生许可批件(注)	苏州贝昂	(苏)卫水字(2022)第 320509-0012 号	2022 年 5 月 20 日	2026 年 5 月 19 日
4		苏州贝昂	(苏)卫水字(2022)第 320509-0013 号	2022 年 5 月 20 日	2026 年 5 月 19 日
5		苏州贝昂	(苏)卫水字(2022)第 3200-0117 号	2022 年 8 月 29 日	2026 年 8 月 28 日
6		苏州贝昂	(苏)卫水字(2022)第 320509-0011 号	2022 年 5 月 20 日	2026 年 5 月 19 日
7	对外贸易经营者备案登记表	苏州贝昂	01369027	2015 年 11 月 17 日	长期
8	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	苏州贝昂	3205262541	2015 年 11 月 20 日	长期
9	消毒产品生产企业卫生许可证	安徽贝昂科技	皖卫消证字[2020]第 B0014 号	2020 年 2 月 25 日	2024 年 2 月 24 日
10	消毒产品生产企业卫生许可证	安徽贝昂科技	皖卫消证字[2020]第 B0014 号	2024 年 2 月 25 日	2028 年 2 月 24 日
11	对外贸易经营者备案登记表	苏州宝昂	03326600	2018 年 4 月 12 日	长期
12	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	苏州宝昂	3205964D55	2018 年 4 月 26 日	长期

注：公司于 2022 年 4 月份开始立项启动饮用水项目，于 2022 年 5 月和 2022 年 8 月获得相关江苏省国产涉及饮用水卫生安全产品卫生许可批件证书。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“三、与业务相关的关键资源要素（三）公司及其子公司取得的业务许可”中补充披露上述内容。

公司主营业务是空气净化及其他环境健康电器研发、设计、生产和销售，未超越公司《营业执照》载明的经营范围。截至本问询回复出具日，公司具有经营业务所必需的全部资质、许可、认证，公司业务资质齐备，相关业务合法合规。此外，公司所处行业及所从事的业务不属于特许经营行业，无需取得特许经营权。

经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查等公开网站且结合公司及子公司已取得的当地市场监督管理部门出具的证明，公司不存在因未取得相关资质即开展业务、超出资质规定范围开展业务而被主管部门予以处罚的情形。

综上，公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证，无需取得特许经营权，公司业务资质齐备，公司报告期内从事的主营业务合法合规。

（二）公司是否存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况，若存在，请说明公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，是否构成重大违法行为

报告期内公司取得的资质情况详见本问询回复本题之“二、（一）公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，公司业务资质是否齐备、相关业务是否合法合规性”。

截至本问询回复出具日，相关资质均在有效期内，不存在使用过期资质的情况。报告期内，公司及子公司在资质许可及工商登记经营范围内开展业务，不存在超越资质、范围经营的情形。根据公司及其子公司取得的相关部门出具的合规证明或信用报告，报告期内公司不存在违反市场监管相关法律法规而受到行政处罚的情形。

综上，公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证，无需取得特许经营权，公司业务资质齐备，报告期内从事的主营业务合法合规。报告期内，公司不存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情形。报告期内，公司不存在违反市场监管相关法律法规而受到行政处罚的情形。

三、①报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比、招投标的中标率、与同行业可比公司中标率的差异及原因；②订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为；③报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。

（一）报告期内公司获取客户订单的具体方式（如公开招标、商务谈判等）、通过招投标获取的订单金额和占比、招投标的中标率、与同行业可比公司中标率的差异及原因

报告期内，公司通过不同方式获取订单的金额和比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商务谈判	30,841.86	100.00%	41,747.84	100.00%	45,423.35	100.00%
招投标	-	-	-	-	-	-
合计	30,841.86	100.00%	41,747.84	100.00%	45,423.35	100.00%

报告期内，公司的客户订单均通过商务谈判获取，不存在通过招投标方式获取订单的情况。

（二）订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为。

报告期内，公司主营业务为空气净化及其他环境健康电器研发、设计、生产和销售，不属于《中华人民共和国招标投标法》等法律法规规定的必须采用招投标方式开展的业务。

报告期内，公司客户订单均通过商务谈判获取，主要客户为境内外经销商或通过电商平台、官网等线上渠道购买公司产品的终端消费者，不存在客户根据法律法规必须履行招投标程序进行采购的情况。

报告期内，公司亦不存在因订单获取渠道违法违规而受到相关部门处罚的情形。

综上，报告期内公司订单获取渠道合法合规，不存在招投标渠道获得的项目，不存在应当履行招标手续而未履行的项目合同。

（三）报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规，公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。

根据有关部门出具的关于公司及子公司证明文件或公共信息中心出具的信用报告，公司董监高的无犯罪记录证明，以及中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站公开查询结果，报告期内公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，亦不存在因此受到行政处罚的情形。

公司已经制定了《资金管理制度》《费用报销管理制度》《反商业贿赂制度》

《采购管理程序》和《销售管理程序》等内控管理制度，从资金管理、费用报销、业务流程等方面有效防范商业贿赂等违法违规行为。报告期内，公司防范商业贿赂相关内控制度执行情况良好。

综上，报告期内，公司的客户订单均通过商务谈判获取，不存在通过招投标方式获取订单的情况。报告期内公司订单获取渠道合法合规，不存在招投标渠道获得的项目，不存在应当履行招标手续而未履行的项目合同。报告期内公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，亦不存在因此受到行政处罚的情形。报告期内公司已制定了防范商业贿赂相关内控制度，相关制度执行情况良好。

四、外协厂商是否具备相应资质，公司对外协厂商的选取标准及管理制度，产品和服务的质量控制措施；与外协厂商的定价机制及公允性，是否存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，是否存在利益输送；外协的必要性与合理性，在公司整个业务中所处环节和所占地位，是否涉及公司核心业务。

（一）外协厂商是否具备相应资质

报告期内，公司主要将 PCBA 外协加工，另外出于产能、成本等因素考虑，公司也会将变压器、塑胶件等材料或工序进行外协加工，上述外协业务均不涉及需要外协厂商取得特殊准入资质的情形，报告期公司主要外协厂商也均在其市场监管部门登记的经营范围內为公司提供外协服务。

（二）公司对外协厂商的选取标准及管理制度，产品和服务的质量控制措施

1、公司对外协厂商的选取标准及管理制度

公司已将外协厂商纳入供应商管理体系，并按照公司《供应商开发与管理流程》、《采购管理程序》等制度的规定进行管理。在重要外协厂商选择方面，采购部根据公司新产品的开发计划及现有产品销售计划的预测，通过电话咨询、宣传资料、推荐或厂商自荐等途径寻找拟合作的外协厂商信息，初步筛选后确定待开发外协厂商。采购部向待开发外协厂商发出《供应商调查表》，调查供应商的资质、规模、效益及能力等基本情况。根据外协厂商反馈的《供应商调查表》，采购部与其初步确认合作意愿及产品或服务质量和价格均符合公司产品需求后，经内部审批后联系其提供样品。样品符合公司标准后，采购部会同质量、研发等部门人员组成评审小组对外协厂商进行现场或远程评审，将评审

结果达标的外协厂商列入《合格供应商名录》，而后实施议价与采购。

采购部和质量部还会对名录内的外协厂商进行年度评审，综合其交期、品质、价格、运费、服务、配合度等情况进行评定，当外协供应商不达标时则进行降级或更换供应商，通常若连续两次评级均为最低，则将该外协厂商剔出《合格供应商名录》，停止采购其外协服务。

2、产品和服务的质量控制措施

通常外协加工产品到公司后，仓库人员依据《送货单》对数量、品名、规格进行清点核对，之后填写《外购入库单》通知质量部进行检验。质量部根据抽样标准和《监视和测量管理程序》对物料进行检验和验证。检验合格后，质量部在外箱上进行合格标识，通知入库。检验不合格时依《不合格管理程序》执行。当需要到供应商处现场验货时，由采购部组织相关人员按合同或协议规定的标准前往执行，但此验证不能免除供应商提供合格产品的责任和其后不合格的被拒收。同时，公司也与重要的外协厂商签署了《采购框架协议》及《质量保证协议》，就产品和服务的质量管理工作进行进一步明确。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“六、商业模式（四）生产模式”之“2、外协加工”补充披露上述内容。

综上，公司已建立对外协厂商的选取标准及管理制度，并建立了较为完善的外协产品和服务的质量控制措施。

（三）与外协厂商的定价机制及公允性，是否存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，是否存在利益输送。

报告期内，公司主要根据外协厂商的生产能力、产品质量、供货速度等因素，参考同类产品或服务市场价格，经过综合比价后协商定价，定价公允。

报告期公司主要外协厂商与公司、持有公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员之间均不存在关联关系，不存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，亦不存在利益输送。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“六、商业模式（四）生产模式”之“2、外协加工”补充披露上述内容。

（四）外协的必要性与合理性，在公司整个业务中所处环节和所占地位，是否涉及公司核心业务

报告期内，公司产品的核心技术均通过自主研发取得，产品设计开发、工艺验证、组装测试等关键业务环节均由公司自主或会同供应商共同完成，外协所涉及业务均为市场比较成熟的标准化工艺或产品，不涉及公司核心业务。

报告期内，公司主要将 PCBA 以及变压器、塑胶件等非关键工序或材料进行外协，上述外协业务对生产场地、机器设备、人员配置等均有较高需求，但在整个生产环节中附加值较低，可替代性较强。公司目前尚不具备将上述外协自主化生产的条件，另外从资源配置、产能、成本等角度考虑，将上述业务外协也更有利于公司将主要精力集中于产品的核心生产工序，提高生产效率，降低制造成本。

因此，公司外协具有必要性和合理性，公司将非关键工序或材料进行外协，外协不涉及公司的核心业务。

综上，公司外协厂商不涉及需要取得特殊准入资质的情形，报告期公司主要外协厂商也均在其市场监管部门登记的经营范围内为公司提供外协服务。公司已建立对外协厂商的选取标准及管理制度，并建立了较为完善的外协产品和服务的质量控制措施。报告期公司与主要外协厂商的定价公允，主要外协厂商不存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，亦不存在利益输送。报告期公司外协具有必要性和合理性，公司将非关键工序或材料进行外协，外协不涉及公司的核心业务。

五、①公司劳务外包中外包方从事的具体工序或生产环节，所需技能、资质、技术水平情况，用工结算价格的确定依据及公允性，相关服务提供方的具体情况，是否具备劳动用工相关资质，与公司及其关联方的关系；是否存在劳动纠纷或潜在纠纷，是否存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形；②是否存在通过劳务外包公司替公司代垫成本费用等情况，是否存在资金体外循环，是否存在利益输送或其他利益安排。

（一）公司劳务外包中外包方从事的具体工序或生产环节，所需技能、资质、技术水平情况，用工结算价格的确定依据及公允性，相关服务提供方的具体情况，是否具备劳动用工相关资质，与公司及其关联方的关系；是否存在劳动纠纷或潜在纠纷，是否存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形；

1、公司劳务外包中外包方从事的具体工序或生产环节，所需技能、资质、

技术水平情况

报告期内，公司劳务外包方主要从事与公司主营业务生产相关的辅助性工序，主要包括生产线中空气净化器组装、塑料件注塑等操作简单可清晰核算外包工作量的生产环节，该工序对于涉及辅助生产的外包人员，公司并无特定的技能或资质要求，相关人员需在作业前接受基本岗位培训。

2、用工结算价格的确定依据及公允性

劳务外包费用为公司在参考市场价格的基础上，结合与劳务外包方的合作历史、劳务外包方的综合实力及成本控制等多方面考虑，与劳务外包方协商确定计件单价，按照计件数量与劳务外包公司结算。

因此，公司劳务外包用工的定价依据合理、价格公允。

3、相关服务提供方的具体情况，是否具备劳动用工相关资质，与公司及其关联方的关系

报告期内，公司及其子公司合作的劳务外包服务提供方共 2 家，分别为苏州东顺人力资源有限公司、安徽正航人力资源服务有限公司。截至本问询回复出具日，该等劳务外包服务提供方的具体情况如下：

(1) 苏州东顺人力资源有限公司

名称	苏州东顺人力资源有限公司
统一社会信用代码	91320506MA25G7BW30
注册地址	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区凤里街 336 号人力资源服务产业园 1-A 幢 1 层 1165 室
法定代表人	周勇
公司类型	有限责任公司（自然人独资）
经营范围	许可项目：职业中介活动；劳务派遣服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准） 一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；家政服务；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；单位后勤管理服务；装卸搬运；生产线管理服务；工业设计服务；企业管理咨询；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；餐饮管理；城市绿化管理；电子产品销售；金属制品销售；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；广告设计、代理；市场营销策划；汽车租赁；劳务服务（不含劳务派遣）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
营业期限	2021 年 03 月 22 日至无固定期限

登记状态	存续
股权结构	周勇持股 100%
主要人员	执行董事兼经理：周勇；监事：王金鹏
资质情况	为公司提供劳务外包服务，无需劳动用工相关资质

(2) 安徽正航人力资源服务有限公司

名称	安徽正航人力资源服务有限公司
统一社会信用代码	91340200070948673K
注册地址	安徽省芜湖市鸠江区湾里街道九华北路 338 号正航人力资源服务产业园 101 室
法定代表人	朱宁
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动；代理记账（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；劳务服务（不含劳务派遣）；企业管理；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；酒店管理；餐饮管理；物业管理；住房租赁；非居住房地产租赁；租赁服务（不含许可类租赁服务）；薪酬管理服务；商务代理代办服务；单位后勤管理服务；公共事业管理服务；法律咨询（不含依法须律师事务所执业许可的业务）；税务服务；财务咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；会议及展览服务；承接档案服务外包；生产线管理服务；企业管理咨询；政府采购代理服务；图书管理服务；网络技术服务；信息技术咨询服务；养老服务；护理机构服务（不含医疗服务）；家政服务；咨询策划服务；环保咨询服务（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
营业期限	2013 年 06 月 21 日至 2033 年 06 月 20 日
登记状态	存续
股权结构	朱宁持股 96%；黄丽霞持股 4%
主要人员	执行董事兼经理：朱宁；监事：黄丽霞
资质情况	为公司提供劳务外包服务，无需劳动用工相关资质

报告期内劳务外包公司向公司提供生产线中空气净化器组装以及塑料件注塑等辅助工序的劳务外包服务，无需劳动用工相关资质。苏州东顺人力资源有限公司、安徽正航人力资源服务有限公司与公司及其关联方之间均不存在关联关系。

4、是否存在劳动纠纷或潜在纠纷

报告期内，公司不存在涉及劳务外包相关的劳动纠纷或潜在纠纷。

5、是否存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形

根据《中华人民共和国劳动合同法》《中华人民共和国劳动合同法实施条例》《劳务派遣暂行规定》等法律法规的规定，劳务派遣是指劳务派遣单位和用工单位根据上述法律法规签订劳务派遣协议，劳务派遣单位与被派遣劳动者签订劳动合同，然后向用工单位派出该员工，接受用工单位的指挥、监督管理的一种用工方式。劳务外包是指根据《中华人民共和国民法典》，企业将部分业务或职能工作发包给相关外包服务机构，由该机构自行安排人员按照企业的要求完成相应的业务或工作，企业以业务完成量与外包服务单位进行结算的服务模式。

报告期初，公司业务规模不断扩大，生产用工的需求持续增加，且由于外部宏观环境的影响外地务工人员无法及时返岗，公司急需用工，因此，为保障公司临时性用工需求，公司在 2021 年 1-11 月使用劳务派遣员工对一线作业员进行补充。随着公司业务量进一步增加，部分产线不能满足生产需求，考虑到公司生产线中部分辅助工序用工量大且人员流动性高、人员招聘实际困难以及人员流动性大带来的管理方面的困难，公司结合自身用工特点、实际业务需要，并参考生产制造业中类似生产工序通用做法，公司自 2021 年 12 月开始将可清晰核算劳务外包工作量的生产线中空气净化器组装以及塑料件注塑等辅助工序采用劳务外包方式。

结合公司外包人员劳动场所和劳动时间的决定方、生产工具和原材料的提供方、承包方资质情况、具体工序、劳务外包合同内容等，公司报告期内劳务派遣及劳务外包的具体差别如下：

内容	劳务外包	劳务派遣
劳动场所	公司生产线固定组装工序	公司各产线辅助工序
劳动时间的决定方	外包方	公司
生产工具和原材料的提供方	公司	公司
承包方资质情况	生产线管理服务，劳务服务等	劳务派遣经营
生产工序中承担的工作内容	产品组装等辅助生产工序	生产线中各临时性、替代性、辅助性岗位
劳动指挥权	公司不对劳务外包公司方的外包人员进行直接管理指挥，该等人员的管理指挥职责由劳务外包公司承担并派驻专门管理人员负责执行	劳务派遣人员日常管理指挥实际由公司负责

内容	劳务外包	劳务派遣
成果交付结算内容	根据实际劳务总量与劳务外包公司进行费用结算，不直接与外包方人员发生费用	公司根据具体派遣人员工作工时进行结算
用工过程产生的人身损害责任承担	公司不承担外包方人员的用工风险，由劳务外包公司承担全方位的用工风险	如劳务派遣员工因公司的工作任务发生损害的，劳务派遣公司与公司承担连带赔偿责任
劳动权益保障方	公司不承担外包方人员的薪酬、社会保险、公积金等费用，其仅根据实际劳务总量与劳务外包公司进行费用结算，不直接与外包方人员发生费用。外包方人员的薪酬、社会保险、公积金均由劳务外包公司直接与该等人员签订劳动合同进行约定	派遣员工薪酬由公司及其子公司决定，派遣人员参考正式员工按照工时支付报酬

公司劳务外包形式在合同约定的主要内容、用工风险承担、人员管理责任、薪酬决定方式、收费标准及支付方式等方面均符合劳务外包的要求和基本形式，不存在违反相关规定的风险。公司报告期内存在劳务派遣、劳务外包用工情况，公司根据不同时期自身业务实际情况采用不同的用工方案，符合行业发展、市场规律，合理、合法，不存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情况。

（二）是否存在通过劳务外包公司替公司代垫成本费用等情况，是否存在资金体外循环，是否存在利益输送或其他利益安排

经访谈劳务外包公司，并查询国家企业信用信息公示系统等公开信息，了解劳务外包公司的主要人员、股权结构、注册地址等基本情况，对公司、公司实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管等人员的资金流水进行核查，公司及子公司不存在通过劳务外包公司替公司代垫成本费用等情况，不存在资金体外循环，不存在利益输送或其他利益安排。

综上，报告期内，公司劳务外包中外包方主要从事与公司主营业务生产相关的辅助性工序，主要包括生产线中空气净化器组装、塑料件注塑等操作简单可清晰核算外包工作量的生产环节，该工序对于涉及辅助生产的外包人员，公司并无特定的技能或资质要求；公司劳务外包用工的定价依据合理、价格公允；劳务外包公司提供劳务外包服务无需劳动用工相关资质，劳务外包公司与公司及其关联方之间不存在关联关系；公司不存在涉及劳务外包相关的劳动纠纷或潜在纠纷，

不存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形。公司不存在通过劳务外包公司替公司代垫成本费用等情况，不存在资金体外循环，不存在利益输送或其他利益安排。

【中介机构回复】

一、请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述问题，主办券商及律师执行了以下核查程序：

1、查阅公司固定资产明细，核查公司固定资产的构成情况，了解公司在建厂房的建设进度情况；

2、查阅了公司及子公司拥有的与生产经营相关的资质、许可、认证等证书；查阅了公司及子公司现行有效的《公司章程》及《营业执照》；取得市场监督管理等主管部门出具的合规证明或当地公共信用中心所出具的信用报告，并登录信用中国等网站对公司是否存在与业务经营及资质有关的违法违规等情况进行核查；

3、访谈公司销售负责人员，查阅公司销售明细，确认报告期公司获取客户订单的方式及订单获取渠道合法合规性；

4、取得公司及各子公司合规证明或信用报告，确认是否存在因订单获取违规遭受处罚的情况；

5、取得公司董监高的无犯罪记录证明，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站信息，确认公司报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为以及处罚情况；

6、获取公司《资金管理制度》、《费用报销管理制度》、《反商业贿赂制度》等内控制度，访谈公司管理层，了解公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况；

7、访谈了外协供应商，查询了主要外协供应商的营业范围，访谈公司管理层，获取了外协供应商出具的说明函，获取了公司外协相关的内控制度，了解了外协厂商的资质情况，公司对外协厂商的选取标准及管理制度，产品和服务的质量控制措施，公司与外协厂商的定价机制，外协在公司业务中所处环节等情况；

8、查阅和获取了公司报告期内与劳务外包公司、劳务派遣公司签署的合同

或协议、结算明细表、支付凭证等，核查劳务外包定价公允性，是否存在利益输送，分析是否存在规避劳务派遣认定的情形；

9、访谈了劳务外包公司负责人，并查询了国家企业信用信息公示系统、企查查等公开信息，查阅公司及其实际控制人、董事、监事及高级管理人员报告期内个人银行流水、调查表，了解外包服务内容、所需技能、资质、技术水平情况，以及定价方式，和劳务外包公司的主要人员、股权结构、注册地址等基本情况，核查劳务外包公司与公司及其关联方是否存在关联或潜在关联关系，是否存在资金往来或为公司利益输送、代垫成本费用情形；

10、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等公开网站检索公司及其子公司是否存在劳动纠纷。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、报告期内，公司不存在自有房屋建筑物，不存在无证房产；

2、公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证，无需取得特许经营权，公司业务资质齐备，公司报告期内从事的主营业务合法合规。报告期内，公司及子公司在资质许可及工商登记经营范围内开展业务，不存在超越资质、范围经营的情形；截至本问询回复出具日，相关资质均在有效期内，不存在使用过期资质的情况；报告期内公司不存在违规经营而受到行政处罚的情形；

3、报告期内，公司不存在通过招投标方式获取订单的情况；公司订单获取渠道合法合规，不存在招投标渠道获得的项目，不存在应当履行招标手续而未履行的项目合同；公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，亦不存在因此受到行政处罚的情形；公司已制定了防范商业贿赂相关内控制度，相关制度执行情况良好；

4、公司外协厂商不涉及需要取得特殊准入资质的情形，报告期内公司主要外协厂商也均在其市场监管部门登记的经营范围内为公司提供外协服务；公司已建立对外协厂商的选取标准及管理制度，并建立了完善的外协产品和服务的质量控制措施；公司与主要外协厂商的定价公允，主要外协厂商不存在为公司代垫成本、分摊费用等情形，亦不存在利益输送；公司外协具有必要性和合理性，公司将非关键工序或材料进行外协，外协不涉及公司的核心业务；

5、报告期内，公司劳务外包中外包方主要从事与公司主营业务生产相关的辅助性工序，该工序对于涉及辅助生产的外包人员，公司并无特定的技能或资质要求；公司劳务外包用工的定价依据合理、价格公允；劳务外包公司提供劳务外包服务无需劳动用工相关资质，劳务外包公司与公司及其关联方之间不存在关联关系；公司不存在涉及劳务外包相关的劳动纠纷或潜在纠纷，不存在利用劳务外包形式规避劳务派遣的情形。公司不存在通过劳务外包公司替公司代垫成本费用等情况，不存在资金体外循环，不存在利益输送或其他利益安排。

2. 关于历史沿革。根据申请文件：（1）公司曾存在国有股东，并且国有股权变动程序存在瑕疵；（2）陈竞坤曾委托陈竞乾代持公司股权，于 2013 年解除代持。

请公司：（1）结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于国有股权形成与变动的规定，梳理历史上国有股权变动所涉批复取得情况、出具批复或说明主体的审批权限及资产评估备案程序履行情况，是否存在应取得批复或备案未取得的情形，是否存在国有资产流失及受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规；（2）补充披露历史沿革中是否存在其他股权代持情形，如存在，并请披露股权代持的形成、演变、解除过程；（3）公司股权代持行为是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认情况；（4）公司是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”“股票发行和转让行为合法合规”的挂牌条件发表明确意见，并说明以下核查事项：（1）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效；（2）结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题；（3）公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

【回复】

一、结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于国有股权形成与变动的规定，梳理历史上国有股权变动所涉批复取得情况、出具批复或说明主体的审批权限及资产评估备案程序履行情况，是否存在应取得批复或备案未取得的情形，是否存在国有资产流失及受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规

公司历史上国有股权变动所涉批复取得、出具批复或说明主体的审批权限、资产评估备案程序履行等情况具体如下：

序号	时间/事项	批复情况	审批权限和依据	资产评估、备案履行情况
1	2010 年 5 月，中新创投认缴增资 50.6567 万元、苏州工业园区融风投资管理有限公司认缴增资 15.1970 万元，全体股东按比例资本公积转增 584.1463 万元注册资本	苏州工业园区国有资产监督管理委员会对评估项目备案表予以盖章确认备案	审批单位为苏州工业园区国有资产监督管理委员会。 根据《江苏省企业国有资产评估管理暂行办法》（苏国资[2008]60 号）第十八条，由国有资产监督管理机构和企业批准的经济事项涉及的资产评估项目实行备案制。经各级国有资产监督管理机构批准的经济事项涉及的资产评估项目，逐级报批准经济事项的国有资产监督管理机构备案。省属企业及其各级子企业批准的经济事项涉及的资产评估项目，由省属企业备案；市、县属企业及其各级子企业批准的经济事项涉及的资产评估项目，资产评估备案管理工作的职责分工，由各市国有资产监督管理机构确定。 根据苏州市人民政府国有资产监督管理委员会《关于明确我市国有资产评估项目核准和备案工作职责分工的通知》（苏国资产〔2006〕21 号），除经省政府批准的经济行为事项涉及的国有资产评估项目需经由市国资委初审后转报省国资委进行核准外，各市（县）、区级国有资产评估项目的核准和备案工作由各地根据自己的实际情况作出规定。 鉴于中新创投和苏州工业园区融风投资管理有限公司均为苏州工业园区管理委员会控制的企业，苏州工业园区国有资产监督管理委员会具备审批的权限。	江苏中天资产评估事务所有限公司出具苏中资评报字（2010）第 2003 号评估报告书，并执行了评估备案手续
2	2012 年 3 月，苏州工业园区融风投资管理有限公司将其持有的公司股权无偿划转给苏州工业园区创业投资引导基金管理中心	2010 年 7 月 1 日，苏州工业园区国有资产监督管理委员会出具《关于企业国有产权无偿划转的通知》，决定由苏州工业园区融风投资管理有限公司将所持苏州工业园区专项资金用于跟进投资项目所形成的股权及账面资金余额无偿划转至苏州工业园区创业投资引导基金管理中心	审批单位为苏州工业园区国有资产监督管理委员会。 同上所述，苏州工业园区国有资产监督管理委员会具备审批的权限。	本次为国有股权无偿划转，不涉及资产评估、备案情况

序号	时间/事项	批复情况	审批权限和依据	资产评估、备案履行情况
3	2013 年 12 月,苏州工业园区创业投资引导基金管理中心将其持有的公司 3.075%股权(对应 39.4250 万元注册资本)以人民币 184.7007 万元价格转让给股东中新创投	该经济行为未按照企业国有产权转让管理的有关规定履行协议转让的审批流程,存在流程上的瑕疵。苏州工业园区国有资产监督管理委员会于 2017 年 12 月出具了《关于苏州贝昂科技有限公司国资协议转让流程瑕疵的处理意见》,对相关经济行为进行了确认,明确该股权转让虽存在流程瑕疵,但未造成国有资产流失。	处理意见出具单位为苏州工业园区国有资产监督管理委员会。 同上所述,苏州工业园区国有资产监督管理委员会具备审批的权限	未履行资产评估、备案手续
4	2015 年 10 月,中新创投将其持有的公司 6.669%的股权(对应出资额 85.5 万元)以 650 万元的价格转让给科蓝纳尔。	中新创投分别于 2015 年 1 月和 2015 年 4 月向苏州工业园区苏州工业园区国有资产监督管理委员会作出《关于转让“苏州贝昂科技有限公司”部分股权的请示》及《关于中新创投协议转让贝昂股权的请示》,并得到同意的批复	审批单位为苏州工业园区国有资产监督管理委员会。 同上所述,苏州工业园区国有资产监督管理委员会具备审批的权限	江苏天仁资产评估事务所有限公司出具了苏天评报字(2014)第 C1423 号评估报告书,并执行了评估备案手续
5	2020 年 11 月,新股东寰寰潜潜认缴公司 142.4501 万元注册资本(对应注册资本比例 10%)。本次增资完成后,公司注册资本由人民币 1282.0513 万元变更为人民币 1424.5014 万元。	苏州工业园区国有资产监督管理委员会对评估项目备案表予以盖章确认备案	审批单位为苏州工业园区国有资产监督管理委员会。 同上所述,苏州工业园区国有资产监督管理委员会具备审批的权限	中通诚资产评估有限公司出具了中通评报字[2020]第 21138 号评估报告书,并执行了评估备案手续

除上述外,公司历史沿革中其他股权变动情况不涉及国有股东股权比例变动,不属于《企业国有资产评估管理暂行办法》第六条规定应进行评估的情形。

针对 2013 年 12 月苏州工业园区创业投资引导基金管理中心将其持有的公司 3.075%股权转让给股东中新创投未按照国有产权转让的有关规定履行审批流程的瑕疵，苏州工业园区国有资产监督管理委员会于 2017 年 12 月 5 日出具《关于苏州贝昂科技有限公司国资协议转让流程瑕疵的处理意见》：“中新创投 2013 年根据《苏州工业园区创业投资引导基金管理暂行办法》回购苏州工业园区创业投资引导基金管理中心跟投的贝昂有限股权时，苏州工业园区创业投资引导基金管理中心未按照企业国有产权转让管理的有关规定履行协议转让的审批流程，存在流程上的瑕疵。考虑到该股权转让依照园区相关政策规定，执行了必要的内部决策、工商、协议等程序，且事业单位和国有全资企业之间的股权转让未对国有资产造成实质损害，现确认该股权转让虽存在流程瑕疵，但未造成国有资产流失。”因此，苏州贝昂前述国有股权变动程序瑕疵未造成国有资产流失，且已取得有权部门的确认，不存在受到行政处罚的风险，不构成重大违法违规。

综上，苏州贝昂历史上苏州工业园区创业投资引导基金管理中心与中新创投之间的国有股权转让程序瑕疵未造成国有资产流失，已取得有权部门的确认；除此外，苏州贝昂其他国有股权变动已按照相关法律法规的要求执行了必要的决策、审批、备案程序，依法通过产权市场公开进行转让，不存在国有资产流失情况，不存在受到行政处罚的风险，不构成重大违法违规。

二、补充披露历史沿革中是否存在其他股权代持情形，如存在，并请披露股权代持的形成、演变、解除过程

公司历史沿革中，2009 年 12 月陈竞坤通过受让股权的方式成为贝昂有限的股东，其持有贝昂有限 33%股权系由其哥哥陈竞乾代为持有，相关代持情况已解除，公司已在公开转让说明书“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况（六）其他情况”中进行了披露。除前述已披露的股权代持情形外，公司历史上不存在其他股权代持情况。

三、公司股权代持行为是否在申报前解除还原，是否取得全部代持人与被代持人的确认情况

2009 年 12 月，陈竞坤通过受让股权的方式成为贝昂有限的股东，其持有贝昂有限 33%股权系由其哥哥陈竞乾代为持有。陈竞坤为实际控制人冉宏宇朋友，贝昂有限创立初期，实际控制人引入陈竞坤作为共同创始人并担任总经理及核心

技术人员参与公司经营管理。但由于当时陈竞坤不方便办理相关股权变更手续，因此委托其哥哥陈竞乾代为持有贝昂有限股权。2009 年 12 月至 2013 年 1 月陈竞坤实际持股期间，一直担任公司总经理，参与公司的实际经营管理工作。

2013 年 1 月，陈竞坤基于其个人发展计划而决定退出贝昂有限，因此指示陈竞乾将代为持有的贝昂有限全部股权转让给冉宏宇。

2013 年 1 月 8 日，贝昂有限召开股东会会议，同意陈竞乾将其持有的贝昂有限 10%股权转让给冉宏宇，其他股东自愿放弃本次股权转让的优先受让权。同日，陈竞乾与冉宏宇签署了《股权转让协议》。2013 年 1 月 31 日，贝昂有限完成本次股权转让的工商变更登记手续。股权转让完成后，陈竞坤不再持有苏州贝昂任何股权，陈竞坤、陈竞乾二人之间关于贝昂有限股权代持事项自 2013 年 1 月将全部股权转让给冉宏宇时彻底解除，公司股权代持行为已在申报前解除还原。

经公开查询方式获取代持人与被代持人联系方式并进行联系，同时通过电话、短信、邮件等方式要求代持人与被代持人就股权代持事项进行确认。截至本问询回复出具日，尚未收到代持人与被代持人的回复。

综上，公司股权代持行为已在申报前彻底解除，中介机构已通过公开查询方式获取代持人与被代持人联系方式并进行联系，并已通过电话、短信、邮件等方式要求代持人与被代持人就股权代持事项进行确认。截至本问询回复出具日，尚未收到代持人与被代持人的回复。

四、公司是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形

自公司设立以来，截至本问询回复出具日，公司共有 4 次增资、14 次股权转让和 1 次变更公司形式，关于股东入股事项详见本问询回复之“2.关于历史沿革”之“中介机构回复”之“三、结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题”。

公司历史上曾经存在的陈竞坤委托陈竞乾代为持有贝昂有限股权情况已经于 2013 年 1 月通过将全部股权转让给冉宏宇而彻底解除。截至本问询回复出具日，公司股权权属明晰，各股东所持有的公司股份不存在委托持股、信托持股或其他类似安排的情形，亦不存在被质押、冻结、查封或设定其他第三方权益的情

形，公司不存在影响股权明晰的问题。

公司相关股东入股公司具有商业合理性，不存在异常入股事项。截至本问询回复出具日，公司的法人股东、合伙企业股东均依法有效存续，公司的自然人股东均具有完全民事行为能力，具有相关法律、法规规定的股东资格，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

综上，截至本问询回复出具日，公司不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

【中介机构回复】

一、请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”“股票发行和转让行为合法合规”的挂牌条件发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及律师执行了以下核查程序：

1、获取并核查了公司设立至今的全套工商登记资料、三会文件、与历次股权变动涉及的相关的协议文件、决议文件、验资报告、支付凭证、完税凭证等；

2、获取并核查了公司历次国有股权变动涉及的审批、评估备案、股权变动文件等，查阅了国有资产监管法律法规及以国有资产对外投资的审批程序及权限等规定；

3、获取并核查了公司历史沿革中陈竞坤股权代持形成、解除等相关文件，对公司实际控制人进行了访谈，了解确认代持解除情况，通过公开查询方式获取代持人与被代持人联系方式并进行联系，并已通过电话、短信、邮件方式要求代持人与被代持人就股权代持事项进行确认，但截至本问询回复出具日尚未收到对方回复；

4、访谈公司股东及相关人员，取得股东签署的调查表、承诺函等文件，了解股东出资背景、定价依据、资金来源、是否存在委托持股、利益输送或其他利益安排；

5、查阅公司实际控制人、持有公司股份的董事、监事、高级管理人员的银行流水、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东增资入股前后的主要银行账户流水；

6、核查了相关自然人股东的身份证明以及非自然人股东的营业执照、合伙

协议，对公司股东的主体资格进行核实；

7、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网，对公司是否存在股权纠纷进行检索查询。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、苏州贝昂历史上苏州工业园区创业投资引导基金管理中心与中新创投之间的国有股权转让程序瑕疵未造成国有资产流失，已取得有权部门的确认；除此外，苏州贝昂其他国有股权变动已按照相关法律法规的要求执行了必要的决策、审批、备案程序，依法通过产权市场公开进行转让，不存在国有资产流失情况，不存在受到行政处罚的风险，不构成重大违法违规。

2、公司历史沿革中，2009 年 12 月陈竞坤通过受让股权的方式成为贝昂有限的股东，其持有贝昂有限 33%股权系由其哥哥陈竞乾代为持有，相关代持情况已解除，公司已在公开转让说明书中进行了披露。除前述已披露的股权代持情形外，公司历史上不存在其他股权代持情况。

3、公司股权代持行为已在申报前彻底解除，主办券商及律师已通过公开查询方式获取代持人与被代持人联系方式，并已通过电话、短信、邮件等方式要求代持人与被代持人就股权代持事项进行确认。截至本问询回复出具日，尚未收到代持人与被代持人的回复。

4、公司不存在影响股权明晰的问题，相关股东不存在异常入股事项，不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。

5、公司符合“股权明晰”“股票发行和转让行为合法合规”的挂牌条件。

二、结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况，并说明股权代持核查程序是否充分有效

对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工持股平台合伙人以及直接持股 5%以上的自然人股东等主体出资前后的资金流水核查情况如下：

核查对象	核查对象性质	核查的出资事项	入股协议	决议文件	支付凭证	完税凭证	出资前后流水核查	补充/替代核查方式
冉宏宇	控股股东、实际控制人之一	2009 年 7 月公司设立	不涉及	已取得	已取得	不涉及	设立时, 尚未实际缴纳出资, 因此无流水	(1) 查验出资时的验资报告; (2) 对实际控制人进行了访谈; (3) 取得了实际控制人填写的调查表; (4) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2009 年 12 月冉宏宇将其持有的 17% 公司股权转让给陈竞乾	已取得	已取得	未取得股权转让凭证, 通过访谈/调查表方式替代核查	不涉及	时间久远, 银行卡信息已无法找到, 无法获取流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2012 年 1 月, 陈竞乾将其持有的 17.06% 贝昂有限股权转让给冉宏宇; 冉宏宇缴纳实收资本 240 万元	已取得	已取得	未取得股权转让凭证, 冉宏宇实收资本缴纳凭证已取得	不涉及	时间久远, 银行卡信息已无法找到, 无法获取流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2013 年 1 月, 陈竞乾将其持有的贝昂有限 10% 股权转让给冉宏宇	已取得	已取得	已取得	冉宏宇不涉及个税缴纳	已取得出资前后出资银行卡合计六个月流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认
		2013 年 6 月, 冉宏宇将其持有的贝昂有限 8% 的股权转让给胡加明, 将其持有的贝昂有限 3% 的股权转让给王波	已取得	已取得	已取得	冉宏宇已就对本次股权转让缴纳进行个人所得税申报	已取得股权转让前后出资银行卡合计六个月流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2020 年 6 月, 赛富淞元将其持有的贝昂有限 4.6485% 股权转让给冉宏宇	已取得	已取得	已取得	不涉及	已取得出资前后出资银行卡合计六	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表;

核查对象	核查对象性质	核查的出资事项	入股协议	决议文件	支付凭证	完税凭证	出资前后流水核查	补充/替代核查方式
							个月流水	(3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2021 年 7 月, 冉宏宇将其持有的 1.33% 贝昂有限股权转让给刘义刚; 冉宏宇将其持有的 2.67% 贝昂有限股权转让给苏州贝盟	已取得	已取得	已取得	冉宏宇已就对本次股权转让缴纳进行个人所得税申报	已取得股权转让前后出资银行卡合计六个月流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
章燕	实际控制人之一	2009 年 7 月公司设立	不涉及	已取得	已取得	不涉及	时间久远, 银行卡信息已无法找到, 无法获取流水	(1) 对实际控制人进行了访谈; (2) 取得了实际控制人填写的调查表; (3) 取得了实际控制人出具的书面确认。
		2009 年 12 月, 章燕将其持有的贝昂有限 16% 公司股权转让给陈竞乾	已取得	已取得	未取得股权转让凭证, 通过访谈/调查表方式替代核查	不涉及	时间久远, 银行卡信息已无法找到, 无法获取流水	
		2012 年 1 月, 章燕将其持有的 17.06% 贝昂有限股权转让给冉宏宇	已取得	已取得	两人夫妻关系, 未实际转账	不涉及	两人夫妻关系, 未实际转账	
		2013 年 8 月, 章燕将其持有的贝昂有限 5% 的股权转让给冉宏宇	已取得	已取得	本次转让为无偿转让	不涉及	本次转让为无偿转让, 不涉及核查流水	
		2021 年 6 月, 章燕将其持有的 2% 贝昂有限股权转让给程安琪; 将其持有的 1% 贝昂有限股权转让给张培峰; 将其持有的 0.33% 贝昂有限股权转让给苏州贝盟。	已取得	已取得	已取得	章燕已就对本次股权转让缴纳进行个人所得税申报	已取得股权转让前后出资银行卡合计六个月流水	

核查对象	核查对象性质	核查的出资事项	入股协议	决议文件	支付凭证	完税凭证	出资前后流水核查	补充/替代核查方式
胡加明	持股 5%以上自然人、持有股份的董监高	2013 年 6 月，冉宏宇将其持有的贝昂有限 8%的股权转 让给胡加明 2020 年 6 月，赛富淞元将其 持有贝昂有限 4.6485%股权 转让给胡加明 2023 年 2 月，芜湖众创将其 持有的 4.23%贝昂有限股权 转让给胡加明	已取得	已取得	已取得	不涉及	已取得出资 前后出资银 行卡合计六 个月流水	(1) 对胡加明进行了访谈； (2)取得了胡加明填写的调查表； (3)取得了胡加明出具的书面确 认。
王波	持有股份 的董监高	2013 年 6 月，冉宏宇将其持 有的贝昂有限 3%的股权转 让给王波	已取得	已取得	已取得	不涉及	已取得出资 前后出资银 行卡合计六 个月流水	(1) 对王波进行了访谈； (2)取得了王波填写的调查表； (3)取得了王波出具的书面确认。
刘义刚	持有股份 的董监高	2021 年 7 月，冉宏宇将其持 有的 1.33%贝昂有限股权转 让给刘义刚	已取得	已取得	已取得	不涉及	已取得出资 前后出资银 行卡合计六 个月流水	(1) 对刘义刚进行了访谈； (2)取得了刘义刚填写的调查表； (3)取得了刘义刚出具的书面确 认。
苏州贝芯 全体合伙 人	员工持股 平台合伙 人	2021 年 12 月，除冉宏宇外 的其他合伙人增资入伙苏州 贝芯	已取得	已取得	已取得	不涉及	已取得各合 伙人出资前 后出资银行 卡合计六个 月流水	(1) 对苏州贝芯合伙人进行了访 谈； (2)取得了苏州贝芯合伙人填写 的调查表； (3)取得了苏州贝芯的书面确认。

主办券商及律师针对公司控股股东、实际控制人，持有公司股份的董事、监事、高级管理人员、员工，员工持股平台出资主体以及持股 5%以上的自然人股东出资、股权转让情形核查了相关入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证，同时核查了上述主体出资银行卡在出资时点前后合计六个月的流水，并对公司上述主体进行了访谈确认。对于上述股东存在的部分因时间久远等原因而无法提供相应凭证或银行流水的情形，采取查阅相关验资报告、访谈股东并取得股东填写的调查表等方式进行补充核查，上述股权代持核查程序充分有效。

经核查，主办券商及律师认为：已获取并核查了与股权真实性相关的必要资料，采取了必要且充分的核查程序，对股权代持的核查程序充分有效。

三、结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在不正当利益输送问题

公司历史沿革中股东入股情况如下表所列：

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
1	有限公司设立（注册资本300万元）	2009年7月	冉宏宇 153 万元（实缴 0 万元） 章燕 147 万元（实缴 60 万元）				冉宏宇、章燕作为公司创始人设立公司。	自有资金	-
2	第一次股权转让	2009年12月	冉宏宇	陈竞乾（代陈竞坤持有）	51 万元（实缴 0 万元）	0 万元	陈竞坤作为共同创始人加入公司，担任总经理及核心技术人员参与公司经营管理。	自有/自筹资金	经各方协商，股权转让定价实缴注册资本按照 1 元/注册资本；认缴未实缴的注册资本按照 0 元转让。 公司创立初期，引入陈竞坤作为共同创始人担任总经理及核心技术人员参与公司经营管理，按照注册资本进行转让，定价合理。
			章燕		48 万元（实缴 20 万元）	20 万元			
3	第一次增资（注册资本增加至950万元）	2010年5月	中新创投认缴增资 50.6567 万元、苏州工业园区融风投资管理有限公司认缴增资 15.1970 万元			9.87 元/注册资本	为扩大经营发展引入外部投资股东。	自有资金	增资价格经各方协商确定参照公司 2,900 万估值，按照 9.87 元/注册资本确定，并执行了评估备案程序，定价合理。
			全体股东按比例资本公积转增 584.1463 万元注册资本			-			
4	第二次股权转让	2012年1月	陈竞乾（代陈竞坤持有）	冉宏宇	162.07 万元（实缴 83.07 万元）	20 万元	创始股东对股权比例进行重新分配。	自有资金	经各方协商，保留创始人股东陈竞坤、章燕各 10%股权（该注册资本已实际缴纳，具体为 2010 年公司资本公积转增），剩余股权包含认缴未实缴部分按照两人初始实际缴纳出资（即 2009 年 12 月股权转让后，陈竞坤实缴 20 万元、章燕实缴 40 万元）转让。本次转让是三名创始股东协商后对股权的分配，陈竞坤、章燕获得 10%干股，转让后剩余股权含
			章燕		162.07 万元（实缴 103.07 万元）	40 万元			

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
									240 万元认缴未实缴注册资本由冉宏宇实际缴纳出资,定价合理。
5	第三次股权转让	2012 年 3 月	苏州工业园区融风投资管理有限公司	苏州工业园区创业投资引导基金管理中心	39.425 万元	0 元	正常的国有资产划转行为。	无偿划转,不涉及资金流转	本次股权转让为两名国有股东直接股权无偿划转。 依据: 2010 年 7 月 1 日, 苏州工业园区国有资产监督管理委员会出具《关于企业国有产权无偿划转的通知》, 决定由苏州工业园区融风投资管理有限公司将所持苏州工业园区专项资金用于跟进投资项目所形成的股权及账面资金余额无偿划转至苏州工业园区创业投资引导基金管理中心。
6	第四次股权转让	2013 年 1 月	陈竞乾(代陈竞坤持有)	冉宏宇	95 万元(实缴 95 万元)	2.63 元/注册资本	陈竞坤基于个人原因退出公司经营。	自有资金	定价依据参照公司当时公司财务状况并与陈竞坤协商确定 250 万元, 定价合理。
7	第五次股权转让	2013 年 6 月	冉宏宇	胡加明	76 万元	1 元/注册资本	引入胡加明、王波两位核心管理人员参与公司经营。	自有资金	本次股权转让主要是公司为引入胡加明、王波两位核心管理人员参与公司经营管理而实施的股权转让行为, 转让价格经各方协商确定为 1 元/注册资本, 定价合理。
				王波	28.5 万元				
8	第六次股权转让	2013 年 8 月	章燕	冉宏宇	47.5 万元	0 元	冉宏宇与章燕夫妻之间对于苏州贝昂持股比例进行调整。	无偿转让, 不涉及资金流转	本次转让是冉宏宇与章燕夫妻之间的股权转让, 本次股权转让价格合理, 符合相关法律法规的要求。
9	第二次增资(注册资本增加至 1,282.051	2013 年 10 月	赛富淞元(上海)股权投资基金合伙企业(有限合伙)新增注册资本 332.0513 万元			5.57 元/注册资本	为促进公司发展进行增资扩股, 引入外部投资者。	自有资金	交易价格参照公司实际情况由当时双方协商确定, 按照投后估值 7,143 万元, 即 5.57 元/注册资本。定价合理。

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
	3 万元)								
10	第七次股权转让（国有股东之间转让）	2013 年 12 月	苏州工业园区创业投资引导基金管理中心	中新苏州工业园区创业投资有限公司	39.4250 万元	4.68 元/注册资本	外部投资股东苏州工业园区创业投资引导基金管理中心的股权退出行为，受让方为公司原外部投资股东中新创投。	自有资金	苏州工业园区创业投资引导基金管理中心、中新创投均为国有股东，本次股权转让价格经其双方协商确定为 4.68 元/注册资本，定价合理。
11	第八次股权转让（国有股挂牌转让）	2015 年 10 月	中新苏州工业园区创业投资有限公司	科蓝纳尔（杭州）空气净化有限公司	85.5 万元	7.60 元/注册资本	国有投资股东部分退出行为。	自有资金	本次股权转让是国有控股企业中新创投股权退出的行为，股权转让按照《企业国有资产监督管理暂行条例》《企业国有资产交易监督管理办法》等相关法律法规的要求在产权交易所完成挂牌交易，转让价格为 7.60 元/注册资本，转让程序合法、合规，转让价格合理。
12	第九次股权转让（业绩对赌补偿）	2015 年 11 月	冉宏宇	赛富淞元	30.2564 万元	0 元	本次股权转让系因贝昂有限未达至于 2013 年 9 月 16 日贝昂有限股东签署的增资补充协议约定的业绩承诺，因此触发冉宏宇业绩补偿义务。	自有资金	根据相关补充协议约定，冉宏宇以零对价向赛富淞元补偿 2.36% 股权。定价合理。
13	第十次股权转让	2017 年 11 月	赛富淞元	芜湖众创创业股权投资基金（有限合伙）	243.115388 万元	8.23 元/注册资本	为引入外部投资股东芜湖众创，同时公司原外部	自有资金	本次股权转让参照公司约 1 亿估值及公司实际情况经双方协商确定，转让价格为 8.23 元/注册资
			科蓝纳尔		38.461539 万元	7.80 元/注册资本			

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
			(杭州)空气净化有限公司				投资股东赛富泓元有意进行部分股权退出, 因此进行的股权转让行为。		本。 科蓝纳尔是公司实际控制人章燕全资控制的企业, 本次向芜湖众创的股权转让, 定价参照科蓝纳尔于 2015 年 10 月在产权交易所公开受让贝昂有限股权的价格并结合公司实际情况经双方协商确定, 转让价格为 7.80 元/注册资本。 本次股权转让定价差异主要是由于科蓝纳尔本次出让给芜湖众创的股权来自于其 2015 年 10 月在产权交易所公开摘牌受让的中新创投所持苏州贝昂股权, 因此具备合理性。
14	第十一次股权转让	2020 年 6 月	赛富泓元	冉宏宇	59.59615 万元	6.71 元/注册资本	外部投资股东赛富泓元因其基金已到期的股权退出。	自有资金	股权转让价格参照公司约 8,600 万估值结合公司实际情况经各方协商确定, 转让价格为 6.71 元/注册资本。
				胡加明	59.59615 万元				
15	第三次增资 (注册资本增加至 1,424.501 444 万元)	2020 年 11 月	宁波寰寰潜潜企业管理咨询合伙企业(有限合伙) 认缴注册资本 142.450144 万元			21.06 元/注册资本	为促进公司发展扩大经营而增加投资, 引入外部投资者。	自有资金	2020 年 6 月后, 公司与日本客户建立了稳定的合作关系, 预计未来收入将稳步增长, 因此本次股权转让定价参照公司 3 亿估值及未来发展前景经双方协商确定为 21.06 元/注册资本。定价合理。
16	第十二次股权转让	2021 年 1 月	冉宏宇	舟山贝芯投资合伙企业(有限合伙)	71.21742 万元	6.04 元/注册资本	公司拟未来进行股权激励。	自有资金	苏州贝芯是实际控制人冉宏宇实际控制的未来进行股权激励的员工激励平台。科蓝纳尔是实际控制人章燕全资控制的企业。本次转让是实际控制人冉宏宇、章燕
			科蓝纳尔(杭州)空气净化有限公司		47.0385 万元	9.12 元/注册资本			

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
									夫妇向未来作为股权激励平台苏州贝芯转让股权的行为，相关定价系结合冉宏宇、科蓝纳尔历史分别取得本次出让股权的成本及股权激励因素综合确定，其中冉宏宇与苏州贝芯之间的股权转让定价为 6.04 元/注册资本，科蓝纳尔与苏州贝芯之间的股权转让定价为 9.12 元/注册资本。定价合理。
17	第十三次股权转让	2021 年 7 月	章燕	程安琪	28.540773 万元	21.06 元/注册资本	看好公司未来发展前景，引入外部投资者。	自有/自筹资金	本次股权转让中，章燕、冉宏宇与张培峰、刘义刚之间的股权转让系对张培峰、刘义刚进行股权激励。其中章燕对张培峰的股权转让价格为 1 元/注册资本，冉宏宇对刘义刚的股权转让价格为 0.5 元/注册资本；由于此股权激励价格显著低于公允价值，且受让对象全部为公司员工，故形成股份支付，公司已按照相关规定计提股份支付费用。 本次向程安琪股权转让，主要是程安琪为外部投资股东，看好公司未来发展前景，因此参照公司 3 亿估值经双方协商确定价格为 21.06 元/注册资本。 苏州贝盟为公司实际控制人冉宏宇控制的企业，未来作为向外部投资人转让股权的投资平台。本次股权转让参照公司 3 亿估值确
				张培峰	14.25 万元	1 元/注册资本	公司对核心员工进行股权激励。	自有资金	
				苏州贝盟	4.709227 万元	21.06 元/注册资本	苏州贝盟为公司实际控制人冉宏宇控制的企业，未来作为向外部投资人转让股权的投资平台。	自有及自筹资金	
			冉宏宇	刘义刚	19 万元	0.5 元/注册资本	公司对核心员工进行股权激励。	自有资金	
				苏州贝盟	38.026330 万元	21.06 元/注册资本	苏州贝盟为公司实际控制人冉宏宇控制的企业，未来作为向外部投资人转让股权的投资平台。	自有及自筹资金	

序号	时间/事项	时间	转让方	受让方/新增股东	转让份额	转让/增资价格	入股/转让背景	资金来源	定价依据及合理性
									定价格为 21.06 元/注册资本。上述股权转让定价合理。
18	第十四次股权转让	2023 年 2 月	芜湖众创	青岛英豪	64.2534 万元	24.90 元/注册资本	外部投资股东芜湖众创基金已到期且未完成私募基金备案的退出行为。	自有/自筹资金	股权受让方为部分公司原股东和外部投资者，股权转让价格参照公司 4 亿估值(调整分红后为 3.5 亿元)并结合未来发展前景经各方协商确定为 24.90 元/注册资本，定价合理。
				胡加明	60.2375 万元				
				段育鹤	40.1584 万元				
				贝盟电子	116.9277 万元				
			程安琪	段育鹤	28.5408 万元				
19	股份公司改制（总股本 2,500 万元）	2023 年 4 月	净资产折股						
20	股份公司第一次增资（总股本增加至 6,000 万元）	2023 年 6 月	资本公积转增股本						

经核查，主办券商及律师认为：

公司股权变动中涉及的入股行为均有真实背景，定价具备合理性，不存在股权代持未披露的情形，不存在不正当利益输送问题。

四、公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议

公司历史沿革中，2009 年 12 月陈竞坤通过受让股权的方式成为贝昂有限的股东，其持有贝昂有限 33%股权系由其哥哥陈竞乾代为持有，相关代持情况已解除，公司已在公开转让说明书中进行了披露。除前述已披露的股权代持情形外，公司历史上不存在其他股权代持情况。各股东所持有的公司股份不存在信托持股、委托持股或其他类似安排的情形，亦不存在被质押、冻结、查封或设定其他第三方权益的情形。公司不存在任何股东提出关于股权的异议或纠纷。

经核查，主办券商及律师认为：

截至本问询回复出具日，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。

3. 关于子公司。根据申请文件，公司存在 8 家境内子公司，投资设立 2 家境外子公司，境内子公司西安贝昂于 2021 年 11 月注销。

请公司：（1）①对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书内容与格式指引（试行）》第二章第二节公司业务的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露公司治理、重大资产重组、财务简表等；②补充披露与子公司的业务分工及合作模式及未来规划，是否主要依靠子公司拓展业务，并结合公司股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等披露如何实现对子公司及其资产、人员、业务、收益的有效控制，子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响；（2）披露报告期内子公司的分红情况，子公司的财务管理制度和公司章程中规定的分红条款，并说明上述财务管理制度、分红条款能否保证公司未来具备现金分红能力；（3）①补充说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；②结合境外投资相关法律法规，补充说

明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定；③补充说明公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规；（4）西安贝昂注销前是否存在违法违规行为，是否存在未清偿债务等纠纷争议，如是，进一步说明解决情况。

请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见，核查子公司报告期合法规范经营情况并发表明确意见。

【回复】

一、①对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书内容与格式指引（试行）》第二章第二节公司业务的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露公司治理、重大资产重组、财务简表等；②补充披露与子公司的业务分工及合作模式及未来规划，是否主要依靠子公司拓展业务，并结合公司股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等披露如何实现对子公司及其资产、人员、业务、收益的有效控制，子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响；

（一）对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书内容与格式指引（试行）》第二章第二节公司业务的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露公司治理、重大资产重组、财务简表等；

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“六、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况（一）公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业”之“其他情况”补充披露如下内容：

1、重要子公司情况

公司将营业收入占合并报表营业收入比例 10%以上的子公司认定为重要子公司。因此，苏州宝昂、贝迅电子为公司重要子公司，其具体情况如下：

(1) 业务情况

①苏州宝昂

苏州宝昂主营业务为空气净化器环境健康电器的境外销售，主要产品包括空气净化器、风扇等。苏州宝昂的主要产品与公司一致，主要负责公司产品的境外销售。

②贝迅电子

贝迅电子主营业务为空气净化器、风扇等环境健康电器塑料零部件的生产，主要产品包括前后面板、左右侧板、后门板等，部分主要产品示例如下：

产品名称	图片示例	应用产品
前面板		空气净化器
后面板		空气净化器
左侧板		空气净化器

产品名称	图片示例	应用产品
右侧板		空气净化器
后门板		空气净化器
出风口格栅		风扇
进风口网罩		风扇
前壳		加湿器
后壳		加湿器

③业务资质合法合规情况

苏州宝昂、贝迅电子具有经营业务所必需的全部资质、许可、认证，苏州宝昂、贝迅电子业务资质齐备，相关业务合法合规。

经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查等公开网站且结合苏州宝昂、贝迅电子已取得的当地市场监督管理部门出具的证明，苏州宝昂、贝迅电子不存在因未取得相关资质即开展业务、超出资质规定范围开展业务而被主管部门予以处罚的情形。

（2）公司治理情况

苏州宝昂、贝迅电子均为公司全资子公司，根据各子公司的公司章程的规定，子公司均不设股东会，苏州贝昂为各子公司唯一股东，可以行使股东权利，股东行使决定公司的经营方针和投资计划，选任和更换董事、非职工代表监事，审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案，审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案等职权；公司设执行董事一名，由股东任免，对股东负责；公司设经理、监事，由股东选任。

苏州贝昂能够通过行使股东职权，对子公司苏州宝昂、贝迅电子及其资产、人员、业务、收益进行有效控制。

（3）重大资产重组

报告期内，公司子公司苏州宝昂、贝迅电子均不存在重大资产重组情形。

（4）财务情况

报告期内，公司子公司苏州宝昂、贝迅电子经审计的主要财务数据情况如下：

① 苏州宝昂

单位：万元

项目	2023年10月31日 /2023年1-10月	2022年12月31日 /2022年度	2021年12月31日 /2021年度
流动资产	5,477.68	5,629.78	3,033.40
非流动资产	216.84	112.29	61.99
总资产	5,694.53	5,742.07	3,095.39
流动负债	4,085.30	4,318.32	3,324.61
非流动负债	288.09	183.12	120.45
总负债	4,373.38	4,501.43	3,445.06
净资产	1,321.15	1,240.64	-349.67
营业收入	11,178.41	14,536.12	14,933.53
净利润	80.51	1,590.30	-242.43

② 贝迅电子

单位：万元

项目	2023 年 10 月 31 日 /2023 年 1-10 月	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度
流动资产	1,287.27	2,028.04	1,722.25
非流动资产	801.77	980.95	1,083.66
总资产	2,089.05	3,008.99	2,805.91
流动负债	710.40	2,603.41	2,208.38
非流动负债	6.21	47.38	163.23
总负债	716.61	2,650.79	2,371.61
净资产	1,372.44	358.20	434.29
营业收入	3,166.89	4,248.34	4,182.85
净利润	364.24	-76.10	240.22

（二）补充披露与子公司的业务分工及合作模式及未来规划，是否主要依靠子公司拓展业务，并结合公司股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等披露如何实现对子公司及其资产、人员、业务、收益的有效控制，子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“六、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况 （一）公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业”之“其他情况”补充披露如下内容：

1、公司与子公司的业务分工及合作模式及未来规划

公司与子公司的业务分工及合作模式及未来规划情况如下：

子公司名称	主营业务	业务分工	合作模式	未来规划
安徽贝昂科技	空气净化器的整机组装和线束产品生产	主要负责公司部分型号空气净化器整机组装和零部件生产	1、自主采购线束原材料进行生产，用于空气净化器整机组装； 2、从公司采购空气净化器其他零部件进行整机组装，组装完成后卖给公司	逐步将其业务合并至安徽贝昂智能
苏州宝昂	空气净化器等环境健康电器的境外销售	主要负责公司产品境外销售	主要从公司采购成品后销往境外地区	保持现有业务分工及合作模式安排
贝迅电子	塑料零部件生产	主要负责公司塑料零部件的生产	自主采购塑料零部件原材料后进行生产，主要销售给公司及其他子公司	逐步将其业务合并至安徽贝昂智能
温州贝远	收集极组件及硅胶件生产	主要负责公司零部件的生产	自主采购或者从公司及其他子公司采购原材	视情况保持现有业务分工及合作模式

子公司名称	主营业务	业务分工	合作模式	未来规划
			料，生产后销售给公司及其他子公司	或逐步将其业务合并至安徽贝昂智能
安徽贝昂智能	建设中，尚未实际开展业务	公司未来主要的生产基地之一	截至报告期末尚未实际开展业务	未来公司的主要生产基地之一
上海普里氏	Airdog 品牌产品销售	主要负责公司高端产品线在国内的销售	负责“AIRDOG”品牌产品的国内运营	视“AIRDOG”品牌国内运营情况进行调整
贝科软件	尚未实际开展业务	主要负责公司产品软件部分的开发	报告期后成立，尚未实际开展业务	保持现有业务分工及合作模式安排
苏州穆勒	主要负责净饮机和除螨仪销售	主要负责公司创新品类环境健康电器的销售	从公司采购成品后对外销售	保持现有业务分工及合作模式安排
美国贝昂	空气净化器 etc 环境健康电器北美市场的销售	主要负责公司北美市场的开拓	主要从公司采购成品后销往北美地区	保持现有业务分工及合作模式安排
BEON	其他环境健康电器北美市场的销售	主要负责公司北美市场的开拓	截至报告期末尚未实际开展业务	视北美市场开拓情况进行调整

2、是否主要依靠子公司拓展业务

报告期内，公司各子公司的对外销售情况如下：

子公司名称	是否存在对外销售	是否独立聘用销售人员	子公司对外销售收入占合并报表营业收入比重		
			2023 年 1-10 月	2022 年	2021 年
安徽贝昂科技	是	是	0.00%	0.00%	0.01%
苏州宝昂	是	是	35.02%	34.12%	32.83%
贝迅电子	是	否	0.07%	0.03%	0.01%
温州贝远	是	否	0.08%	0.09%	0.02%
安徽贝昂智能	否	否	-	-	-
上海普里氏	是	是	0.30%	0.01%	-
苏州穆勒	是	否	2.22%	0.13%	-
美国贝昂	是	是	2.86%	1.83%	-
BEON	否	否	-	-	-

注：对外销售指该主体对苏州贝昂及其他子公司以外的销售。

报告期内，除苏州宝昂外，其他子公司不存在对外销售或对外销售占比较低。苏州宝昂虽然独立聘用少量销售人员，但相关销售人员实际由母公司统一管理，其仅作为公司的销售平台，主要负责公司产品的境外销售。

因此，报告期公司的销售活动由母公司主导，不存在主要依靠子公司拓展

业务的情况。

3、结合公司股权状况、决策机制、公司制度及利润分配方式等披露如何实现对子公司及其资产、人员、业务、收益的有效控制

公司子公司均为公司 100.00%持股的全资子公司，不存在少数股东，公司拥有各子公司的全部表决权，能够决定子公司的治理结构、制度制定、人员安排、业务决策及利润分配等事项。实践中，公司也通过行使股东权利、委派董监高等方式对子公司实施有效控制。

4、子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响

报告期内，子公司资产总额、净资产、营业收入、净利润指标占公司合并财务报表比例的情况如下：

单位：万元；%

子公司	项目	2023 年 1-10 月/2023 年 10 月 31 日		2022 年度/2022 年 12 月 31 日		2021 年度/2021 年 12 月 31 日	
		金额	占合并报 表比重	金额	占合并报 表比重	金额	占合并报 表比重
安徽贝昂科技	资产总额	1,659.45	5.50	1,717.23	5.66	1,532.36	4.76
	净资产	1,491.15	7.69	1,337.05	8.36	1,270.78	8.27
	营业收入	1,401.22	4.54	1,873.92	4.49	2,337.05	5.15
	净利润	154.10	4.68	66.26	1.02	201.57	2.74
苏州宝昂	资产总额	5,694.53	18.87	5,742.07	18.93	3,095.39	9.61
	净资产	1,321.15	6.81	1,240.64	7.75	-349.67	-2.27
	营业收入	11,178.41	36.24	14,536.12	34.82	14,933.53	32.88
	净利润	80.51	2.44	1,590.30	24.40	-242.43	-3.30
贝迅电子	资产总额	2,089.05	6.92	3,008.99	9.92	2,805.91	8.71
	净资产	1,372.44	7.08	358.20	2.24	434.29	2.83
	营业收入	3,166.89	10.27	4,248.34	10.18	4,182.85	9.21
	净利润	364.24	11.06	-76.10	-1.17	240.22	3.27
温州贝远	资产总额	1,337.44	4.43	2,391.20	7.88	2,251.54	6.99
	净资产	335.79	1.73	504.77	3.16	472.28	3.07
	营业收入	2,134.54	6.92	3,036.60	7.27	2,222.16	4.89
	净利润	-168.98	-5.13	32.50	0.50	12.28	0.17
安徽贝昂智能	资产总额	10,162.56	33.67	1,662.18	5.48	-	-
	净资产	7,548.53	38.92	985.10	6.16	-	-

子公司	项目	2023 年 1-10 月/2023 年 10 月 31 日		2022 年度/2022 年 12 月 31 日		2021 年度/2021 年 12 月 31 日	
		金额	占合并报 表比重	金额	占合并报 表比重	金额	占合并报 表比重
	营业收入	-	-	-	-	-	-
	净利润	-36.57	-1.11	-14.90	-0.23	-	-
上海普里氏	资产总额	24.16	0.08	51.93	0.17	-	-
	净资产	-105.28	-0.54	-53.99	-0.34	-	-
	营业收入	93.96	0.30	4.22	0.01	-	-
	净利润	-76.29	-2.32	-53.99	-0.83	-	-
苏州穆勒	资产总额	264.16	0.88	97.16	0.32	-	-
	净资产	-15.22	-0.08	25.12	0.16	-	-
	营业收入	684.78	2.22	52.57	0.13	-	-
	净利润	-40.34	-1.22	-14.88	-0.23	-	-
美国贝昂	资产总额	1,250.63	4.14	986.60	3.25	-	-
	净资产	465.68	2.40	567.73	3.55	-	-
	营业收入	882.96	2.86	763.28	1.83	-	-
	净利润	-116.89	-3.55	-124.22	-1.91	-	-
BEON	资产总额	14.36	0.05	-	-	-	-
	净资产	0.72	0.00	-	-	-	-
	营业收入	-	-	-	-	-	-
	净利润	-	-	-	-	-	-

注：子公司财务指标均为单体财务报表数据，未考虑合并抵消影响。

由上表可见，子公司资产、收入等财务指标占合并财务报表数据比重较大，但是利润占比不大，对公司持续经营能力具有重要影响。子公司均为公司 100%持股全资子公司，公司能够实现对子公司生产经营的有效控制。子公司的业务收入虽然是公司总体收入的重要组成部分，但公司经营利润主要来源于母公司，随着子公司业务增长，将进一步夯实公司持续经营能力。

综上，苏州宝昂、贝迅电子业务资质合法合规，公司不存在主要依靠子公司拓展业务的情况。子公司均为公司 100%持股的全资子公司，公司能够实现对子公司生产经营的有效控制；子公司对公司持续经营能力具有重要影响。

二、披露报告期内子公司的分红情况，子公司的财务管理制度和公司章程中规定的分红条款，并说明上述财务管理制度、分红条款能否保证公司未来具备现金分红能力；

公司已于《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“六、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况（一）公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业”之“其他情况”中补充披露如下：

报告期内，子公司未进行分红。公司各子公司无单独的财务管理制度，遵守母公司统一的财务管理制度，境内子公司公司章程中分红条款约定如下：

公司	分红条款
苏州宝昂	未单独约定，按照公司法及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。
温州贝远	未单独约定，按照公司法及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。
贝迅电子	“第三十三条 公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。”
安徽贝昂科技	未单独约定，按照公司法及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。
安徽贝昂智能	未单独约定，按照公司法及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。
上海普里氏	“第二十条 公司利润分配按照《公司法》及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。”
苏州穆勒	未单独约定，按照公司法及有关法律、法规，国务院财政主管部门的规定执行。

由上表可见，境内子公司的利润分配按照相关法律、法规的规定执行，子公司分红条款为常规分红条款，无特别限制。公司境外子公司章程条款中也未包含限制境外子公司向公司分红的条款。

综上所述，报告期内子公司未进行分红，子公司的利润分配按照相关法律、法规的规定执行，子公司分红条款为常规分红条款，无特别限制。公司子公司均为全资子公司，未设立股东会、董事会，只设执行董事一名；子公司的利润分配政策、具体分配方式和分配时间安排等均受公司控制，只要子公司盈利并满足分红的法定条件，公司能够及时、足额取得现金分红。子公司财务管理制度、分红条款能保证公司未来具备现金分红能力。

三、①补充说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；②结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定；

③补充说明公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规；

（一）补充说明境外投资的原因及必要性，境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系，投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；

1、境外投资的原因及必要性

截至本问询回复出具日，苏州贝昂境外投资情况如下：

公司名称	注册地	设立时间	设立方式	投资金额	持股比例	
					直接	间接
美国贝昂	美国	2021 年 12 月	投资设立	100 万美元	100%	-
BEON	美国	2023 年 4 月	投资设立	1,000 美元	-	100%

（1）设立美国贝昂的原因及必要性

公司设立美国贝昂主要是为了在美国开展销售业务，以及消除与实际控制人控制的公司 SVAE 之间的同业竞争和关联交易。

报告期初，公司在美国未设立子公司，因此由实际控制人章燕在美国设立的公司 SVAE 负责美国地区的销售业务。该业务模式使得公司与 SVAE 之间存在较大金额的关联交易，并导致实际控制人与公司之间存在同业竞争。2021 年下半年以来，考虑到公司在美国地区的业务仍将持续开展，为解决上述关联交易和同业竞争问题，公司决定在美国投资设立全资子公司美国贝昂，承接原由 SVAE 负责的美国地区销售业务。自美国贝昂设立以来，公司全面停止了与 SVAE 之间的关联交易，SVAE 已于 2022 年 5 月注销。

美国贝昂设立以来，实现收入情况如下：

单位：万元

销售主体	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
美国贝昂	882.96	763.28	-

综上，公司设立美国贝昂开展美国地区的销售业务具有合理原因及必要性。

（2）设立 BEON 的原因及必要性

2023 年 4 月，子公司美国贝昂在美国投资设立二级子公司 BEON，主要是

由于亚马逊网站对同一主体开设不同店铺有着较为严格的限制，公司为了在亚马逊新开设店铺销售公司其他环境健康电器，因此新设了 BEON，具有合理性和必要性。

2、境外子公司业务与公司业务是否具有协同关系

公司是一家专注于自有品牌空气净化及其他环境健康电器研发、设计、生产和销售的国家级高新技术企业，主要产品包括空气净化器、风扇、加湿器及其他环境健康电器。美国贝昂及 BEON 的主营业务均为公司产品在美国地区的销售业务，因此，与公司业务具有协同关系。

3、投资金额是否与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

报告期内，公司资产总额、营业收入、净利润等财务指标如下：

单位：万元

地区	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
资产总额	30,181.65	30,328.07	32,222.07
境外子公司投资总额	633.08	633.08	-
营业收入	30,841.86	41,747.84	45,423.35
营业利润	3,784.46	7,728.31	8,709.35
净利润	3,293.50	6,518.96	7,356.74

（1）投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况相适应

报告期各期末公司的资产总额保持在 3 亿元左右，具备管理较大规模资产及投资项目的经验和能力。公司境外投资总金额在资产总额中占比较小，公司投资设立美国贝昂及 BEON 有利于开展公司产品在美国地区的销售，增强持续盈利能力。

报告期内公司的营业收入分别为 45,423.35 万元、41,747.84 万元和 30,841.86 万元，净利润分别为 7,356.74 万元、6,518.96 万元和 3,293.50 万元。报告期内公司营业收入相对稳定，2023 年 1-10 月净利润受外汇衍生品公允价值变动损益的影响，较 2022 年下降较多，但整体而言公司盈利能力较好。公司境外投资总金额相较于公司的营业收入、净利润占比较小，公司开展境外投资有利于进一步增强公司的盈利能力。

因此，公司对境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况相

适应。

（2）投资金额与公司技术水平相适应

公司在创始人带领下组建了一支以国家特聘专家为核心的专业技术团队，独创 TPA 离子场空气净化技术，打破传统滤网式空气净化器仅能去除颗粒物且需定期更换滤网的局限，使产品在无需定期更换核心净化组件的情况下具备净化颗粒物和微生物的能力；与传统 HEPA 滤网技术相比，具有净化彻底、性能持久、无耗材水洗重复使用等优势，带来空气净化领域的技术创新。公司主要产品空气净化器、加湿器等均使用了该技术，公司技术的先进性为美国地区销售子公司的设立、境外投资的开展奠定了坚实基础，公司对境外子公司的投资金额与公司现有技术水平相适应。

（3）投资金额与公司管理能力相适应

公司已按照《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会；选举了董事、独立董事、监事、职工代表监事；聘任了总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员；并在总经理下设若干职能部门，具备健全且运行良好的组织机构，建立了较为完善的内部管理机制，能够严格按照法律法规的要求规范运作。公司的董事、监事及高级管理人员均具有多年的行业专业背景和丰富的企业管理经验，对行业发展水平和发展趋势具有深刻的认识和理解，能够促使公司境外投资工作开展适应公司业务发展的需要。

因此，公司对境外子公司的投资金额与公司现有管理能力相适应。

4、境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

根据《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》及其附件的规定，办理相关业务的审核材料仅限于业务登记凭证及境内投资主体获得境外企业利润的真实性证明材料，主管机关及银行主要审核境外直接投资存量权益登记情况。

根据《境内机构境外直接投资外汇管理规定》第十七条的规定，境内机构将其所得的境外直接投资利润汇回境内的，可以保存在其经常项目外汇账户或办理结汇。外汇指定银行在审核境内机构的境外直接投资外汇登记证、境外企业的相关财务报表及其利润处置决定、上年度年检报告书等相关材料无误后，为境内机

构办理境外直接投资利润入账或结汇手续。

我国相关法规政策不存在对境外子公司分红的限制政策，公司提交业务登记凭证及利润相关证明材料后，可办理境外直接投资利润入账或结汇手续，分红款汇入无外汇法规的限制。

此外，公司境外子公司章程条款中未包含限制境外子公司向公司分红的条款。

因此，境外子公司向公司进行分红不存在政策或外汇管理障碍。

（二）结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序；是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定

1、结合境外投资相关法律法规，补充说明公司投资设立及增资境外企业是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序

截至本问询回复出具日，公司共投资设立 2 家境外全资子公司，分别为美国贝昂和 BEON。其中，BEON 系美国贝昂以其自有资金投资设立，不存在公司直接投入资产、权益或提供融资、担保的情形。截至本问询回复出具日，公司未对境外子公司进行过增资行为。

美国贝昂及 BEON 主营业务主要为环境健康电器的境外销售，不属于敏感类行业。公司投资设立境外企业履行的境外投资备案、审批等监管程序具体情况如下：

项目	法律法规规定或依据	公司履行的程序	
		美国贝昂	BEON
发展和改革部门境外投资备案、审批情况	《企业境外投资管理办法》第四条规定：“投资主体开展境外投资，应当履行境外投资项目（以下简称“项目”）核准、备案等手续，报告有关信息，配合监督检查。”第十四条规定：“实行备案管理的范围是投资主体直接开展的非敏感类项目，也即涉及投资主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的非敏感类项目。实行备案管理的项目中……投资主体是地方企业，且中方投资额 3 亿美元以下的，备案机关是投资主体注册地的省级政府发展改革部门。本办法所称非敏感类项目，是指不涉及敏感国家和地区	公司对美国贝昂投资总额为 200 万美元（目前实际投资金额为 100 万美元），中方投资额低于 1 亿美元，需向公司注册地的设区市发展改革委、省直管试点县（市）发展改革委备案。2022 年 1 月 26 日，苏州工业园区行政审批局出具《境外投资项目备	美国贝昂以其自有资金对 BEON 的投资总额为 10 万美元（目前实际投资金额为 1000 美元），公司未直接投入资产、权益或提供融资、担保，中方投资额低于 3 亿美元，无需办理发改部门有关手

项目	法律法规规定或依据	公司履行的程序	
		美国贝昂	BEON
	且不涉及敏感行业的项目。.....” 《国家发展改革委关于发布境外投资敏感行业目录（2018 年版）的通知》（发改外资〔2018〕251 号），敏感行业包括武器装备的研制生产维修、跨境水资源开发利用、新闻传媒、房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部、在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台。 《江苏省企业境外投资管理办法》（苏发改规发〔2018〕1 号）第十二条：“.....（二）投资主体是省内企业的，中方投资额 3 亿美元及以上的境外投资项目由国家发展改革委备案；中方投资额 1 亿美元至 3 亿美元（不含）的境外投资项目由省发展改革委备案；中方投资额 1 亿美元（不含）以下的境外投资项目由投资主体注册地的设区市发展改革委、省直管试点县（市）发展改革委备案。” 全国境外投资管理和服务网络系统公布的《境外投资核准备案常见问题解答（2021 年 7 月）》的规定：“7. 投资主体不直接投入资产、权益或提供融资、担保，而是通过其控制的境外企业开展境外投资，是否需要向发展改革部门申请境外投资项目核准、备案？ 答：投资主体通过其控制的境外企业开展敏感类境外投资项目，需要向国家发展改革委申请项目核准。 投资主体控制的境外企业开展非敏感类境外投资项目，投资主体不直接投入资产、权益或提供融资、担保，中方投资额 3 亿美元以上的项目，投资主体需要向国家发展改革委提交大额非敏感类项目情况报告表，无需申请项目核准或备案，中方投资额 3 亿美元以下的项目无需办理有关手续。”	案通知书》（苏园行审境外投备[2022]第 20 号），对公司在美国新设美国贝昂项目予以备案。	续。
商务部门境外投资备案、审批情况	《境外投资管理办法》（中华人民共和国商务部令 2014 年第 3 号）第六条规定：“商务部和省级商务主管部门按照企业境外投资的不同情形，分别实行备案和核准管理。企业境外投资涉及敏感国家和地区、敏感行业的，实行核准管理。企业其他情形的境外投资，实行备案管理。”第八条规定：“.....商务部和省级商务主管部门通过“境外投资管理系统”对企业境外投资进行管理，并向获得备案或核准的企业颁发《企业境外投资证书》（以下简称《证书》）。《证书》由商务部和省级商务主管部门分别印制并盖章，实行统一编码管理。《证书》是企业境外投资获得备案或核准的凭证，按照境外投资最终目的地颁发。”	2022 年 1 月 27 日，美国贝昂取得了江苏省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N3200202200078 号）	BEON 已办理完毕境外再投资报告程序。

项目	法律法规规定或依据	公司履行的程序	
		美国贝昂	BEON
	第二十五条的规定：“企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。”		
外汇管理部门境外投资备案、审批情况	国家外汇管理局《关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发〔2015〕13号）规定：“取消境内直接投资项下外汇登记核准和境外直接投资项下外汇登记核准两项行政审批事项。改由银行按照本通知及所附《直接投资外汇业务操作指引》直接审核办理境内直接投资项下外汇登记和境外直接投资项下外汇登记（以下合称直接投资外汇登记），国家外汇管理局及其分支机构（以下简称外汇局）通过银行对直接投资外汇登记实施间接监管。相关市场主体可自行选择注册地银行办理直接投资外汇登记，完成直接投资外汇登记后，方可办理后续直接投资相关账户开立、资金汇兑等业务（含利润、红利汇出或汇回）。取消境外再投资外汇备案。境内投资主体设立或控制的境外企业在境外再投资设立或控制新的境外企业无需办理外汇备案手续。”	公司取得了国家外汇管理局苏州市分局出具的业务编号为35320500202201292748的《业务登记凭证》。	美国贝昂境外再投资设立 BEON 无需办理外汇备案手续。
境外主管机构	公司注册地的相关法律法规、公司注册证书、境外律师出具的《境外法律意见书》	美国贝昂已根据美国加利福尼亚州法律完成公司注册登记手续，并取得公司注册证书。	BEON 已根据美国加利福尼亚州法律完成公司注册登记手续，并取得公司注册证书。

因此，公司投资设立境外企业美国贝昂、BEON 已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，符合境外投资相关法律法规的规定。

2、是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定

根据《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定，限制境内企业开展与国家和平发展外交方针、互利共赢开放战略以及宏观调控政策不符的境外投资，包括：（一）赴与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区开展境外投资。（二）房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资。（三）在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台。（四）使用不符合投资目的国技术标准要求的落后生产设备开展境外投资。（五）不符合投资目的国环保、能耗、安全标准的境外投资。禁止境内企业参与危害或可能危害国家利益和国家安全等的境外投资，包括：（一）涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资。（二）运用我国

禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资。（三）赌博业、色情业等境外投资。

（四）我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资。（五）其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资。

公司在美国设立的境外子公司美国贝昂、BEON，主营业务为环境健康电器的境外销售，不属于《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定的限制或禁止的境外投资。

因此，公司投资设立境外企业符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定。

（三）公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规

公司已于2024年3月26日取得美国 SAC Attorneys LLP 出具的法律意见书，法律意见书包含关于美国贝昂、BEON 设立、股权变动、业务合规性等问题的明确意见，具体如下：

1、公司设立

美国贝昂是于2021年12月18日根据加利福尼亚州的法律合法注册成立的有限公司，为独立法律实体。注册及已发行股本100万股普通股，全部由唯一股东苏州贝昂持有。

BEON 是于2023年4月11日根据加利福尼亚州的法律合法注册成立的有限公司，为独立法律实体。注册及已发行股本10万股普通股，全部由唯一股东美国贝昂持有。

2、股权变动

自美国贝昂、BEON 设立至法律意见出具日，均未发生过股份转让或股本变动事项。苏州贝昂合法拥有美国贝昂全部已获有效授权和发行的股份，美国贝昂合法拥有 BEON 全部已获有效授权和发行的股份。股份未被质押、抵押或受留置权、抵押权或其他担保权益约束。

3、业务合规性

美国贝昂、BEON 的业务均为空气净化及其他环境健康电器的销售，根据适用法律执行业务，不需要任何公共许可证、授权、许可、注册和备案。不存在任

何禁止公司继续经营业务，或根据适用法律或公司章程和/或其他宪法文件，可能导致公司被迫解散、清算、终止或被迫进入类似程序的问题。公司自成立以来未受任何未解决的行政处罚，未违反适用法律，包括但不限于环境法、产品责任法、安全生产法和劳动法。

4、关联交易及同业竞争

美国法律意见并未对美国贝昂、BEON 的关联交易、同业竞争情况发表明确意见。根据公证天业出具的《审计报告》，报告期内美国贝昂、BEON 除与集团内公司之间存在交易，且已合并抵消外，不存在其他关联交易的情形。美国贝昂、BEON 为公司的全资子公司，不存在与公司同业竞争的情况。

因此，公司已取得美国律师关于美国贝昂、BEON 关于公司设立、股权变动、业务合规性问题的明确意见，该等事项合法合规。美国贝昂、BEON 为公司的全资子公司，报告期内除合并范围内的交易外不存在其他关联交易、不存在同业竞争的情况。

综上所述，公司境外投资系为了开展美国地区的销售业务，以及消除同业竞争、减少关联交易而进行，具有合理性和必要性；境外子公司主要负责开拓公司产品在北美地区的销售，与公司业务具有协同关系，投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司向公司进行分红不存在政策或外汇管理障碍。公司投资设立美国贝昂、BEON 已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，符合境外投资相关法律法规的规定，符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定；公司已取得美国律师关于美国贝昂、BEON 关于公司设立、股权变动、业务合规性问题的明确意见，该等事项合法合规。美国贝昂、BEON 为公司的全资子公司，报告期内除合并范围内的交易外不存在其他关联交易、不存在同业竞争的情况。

四、西安贝昂注销前是否存在违法违规行为，是否存在未清偿债务等纠纷争议，如是，进一步说明解决情况

西安贝昂注销前主营业务为空气净化器等环境健康电器的销售。因经营长期处于亏损状态，后经公司战略调整，决定停止经营，因此西安贝昂于 2021 年 11 月注销。西安贝昂取得国家税务总局高新技术产业开发区税务局出具的《清税证

明》、西安市场监督管理局高新区分局出具的《准予注销登记通知书》。

根据国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站公开查询结果，西安贝昂注销前不存在违法违规记录，不存在因未清偿债务而引起的纠纷或潜在纠纷。

因此，西安贝昂注销前不存在违法违规行为，不存在未清偿债务等纠纷争议。

【中介机构回复】

一、请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及律师执行了以下核查程序：

- 1、访谈公司管理层，了解业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司业务情况；获取其业务资质，确认是否合法合规；
- 2、访谈公司管理层，了解公司与子公司的业务分工、合作模式及未来规划，公司和子公司业务开拓情况，以及对子公司的控制情况；
- 3、查阅审计报告，子公司财务报表等资料，确认子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响；
- 4、向公司管理层了解了子公司的分红情况；获取了公司章程和《利润分配管理制度》；
- 5、向公司管理层了解了在境外投资设立子公司的原因和必要性，并结合公司生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等分析境外投资规模的合理性；查阅公司境外子公司的公司章程及相关法律法规对外汇、子公司分红的相关规定；
- 6、查阅境外投资相关法律、法规、规范性文件，取得公司境外投资设立美国贝昂、BEON 的发改、商务、外汇等部门的审批、备案文件；取得美国贝昂、BEON 的注册文件及境外法律意见书，核查公司投资设立境外企业履行的发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等监管程序，核查是否符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》；
- 7、查阅境外律师出具的法律意见书，核查公司是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，核查前述事项是否合法合规；
- 8、取得西安贝昂工商登记资料及注销文件，通过网络检索核查西安贝昂注

销前是否存在违法违规记录，是否存在债务纠纷。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、公司已在《公开转让说明书》中补充披露报告期业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司业务情况、业务资质合法合规情况、公司治理、重大资产重组、财务简表等情况，子公司业务资质合法合规；

2、公司已在《公开转让说明书》中补充披露与子公司的业务分工及合作模式及未来规划、公司对子公司的控制、子公司利润、资产、收入等对公司持续经营能力的影响等情况；报告期公司不存在主要依靠子公司拓展业务的情况；子公司均为公司 100%持股的全资子公司，公司能够实现对子公司生产经营的有效控制；子公司对公司持续经营能力具有重要影响；

3、报告期内，子公司未进行分红，子公司章程中分红条款为常规分红条款，无特别限制条款，子公司的利润分配按照相关法律、法规的规定执行。公司子公司均为全资子公司，未设立股东会、董事会，只设执行董事一名；子公司的利润分配政策、具体分配方式和分配时间安排等均受公司控制，只要子公司盈利并满足分红的法定条件，公司能够及时、足额取得现金分红。子公司财务管理制度、分红条款能保证公司未来具备现金分红能力。

4、公司境外投资系为了开展美国地区的销售业务，以及消除同业竞争、减少关联交易而进行，具有合理性和必要性，境外子公司业务与公司业务具有协同关系，投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应；境外子公司分红不存在政策或外汇管理障碍；公司投资设立境外企业美国贝昂、BEON 已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，符合《关于进一步指导和规范境外投资方向的指导意见》规定。公司已取得美国贝昂、BEON 所在地区律师关于美国贝昂、BEON 设立、股权变动、业务合规性问题的明确意见，报告期内美国贝昂、BEON 除合并范围内的交易外不存在其他关联交易、不存在同业竞争的情况，前述事项合法合规。

5、西安贝昂注销前不存在违法违规行为，不存在未清偿债务等纠纷争议。

二、核查子公司报告期合法规范经营情况并发表明确意见

（一）核查程序

针对子公司合法规范经营情况，主办券商及律师执行了以下核查程序：

- 1、查阅子公司工商登记、注册登记等资料，查阅子公司部分相关业务合同；
- 2、查询有关网站以及相关主管部门出具的守法证明文件；
- 3、核查子公司资质、许可文件；取得子公司银行征信报告；
- 4、通过企查查等公开信息查询公司是否有受到处罚的情形；
- 5、查阅境外律师关于境外子公司合法合规性经营出具的法律意见书。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

子公司报告期经营情况合法合规。

4. 关于销售模式及主要经销商。公司销售以经销为主、直销和代销为辅，2021 年、2022 年、2023 年 1-10 月经销占比分别为 79.27%、82.50%、82.14%，其中主要日本经销商 TCN 销售占比分别为 69.15%、75.73%、78.10%。

请公司按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求进行补充披露。

请公司补充说明：（1）列表梳理报告期各期公司境外直销（第三方平台、公司官网）、境外经销、境内线上直销、境内经销、境内代销（线上、线下一件代发）、ODM 模式的具体金额及占比，公司是否存在境内线下直销模式，如有，请一并说明具体金额及占比，如没有，说明商业合理性；（2）经销、代销、直销毛利率的总体比较、境内、外经销、代销、直销的具体比较，说明差异原因及合理性；（3）采取经销商模式的必要性，经销、直销、代销的具体区别，公司销售模式、经销占比等情况与同业可比公司是否存在显著差异，进一步说明原因及合理性；（4）报告期内公司经销商家数及增加和减少的具体变动情况、地域分布情况、经销商复购金额及占比，进一步说明公司经销商体系的稳定性；（5）公司与主要经销商 TCN 的具体合作模式（是否为买断式，各期经销商来自公司收入的占比，是否仅销售公司产品）、定价机制（包括营销、运输费用承担，补贴或返利等）、收入确认原则、交易结算方式、物流（是否直接发货给

终端客户）、信用政策、相关退换货政策等，公司与 TCN 之间是否签署框架协议及主要条款内容，双方合作的稳定性；其他经销商参照一并说明；（6）主要经销商 TCN 的具体情况，包括但不限于经销商全称、注册资本、实际控制人、市场地位、各期销售金额及占比，是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排，产品主要通过其销售的具体原因及商业合理性，是否符合行业惯例；其他主要经销商参照一并说明；（7）经销商的管理制度，包括但不限于选取标准、日常管理与维护、是否具有统一的进销存信息系统等；（8）报告期各期末公司经销商库存情况，是否存在经销商压货情形，是否存在通过经销商调节收入确认时点情形；经销商的终端销售的具体情况；公司对经销商的返利比例、金额等相关安排。

请主办券商及会计师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求进行补充核查。

请主办券商及会计师核查上述事项，说明对公司及实际控制人的资金流水核查情况，说明针对经销商及其终端销售情况采取的核查程序、金额、比例、结论，说明针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施及有效性，对公司经销收入的真实、准确、完整发表明确意见。

【回复】

公司已按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求将以下回复中楷体加粗部分在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析（二）营业收入分析 2.营业收入的主要构成（4）按销售方式分类”中补充披露。

一、列表梳理报告期各期公司境外直销（第三方平台、公司官网）、境外经销、境内线上直销、境内经销、境内代销（线上、线下一件代发）、ODM 模式的具体金额及占比，公司是否存在境内线下直销模式，如有，请一并说明具体金额及占比，如没有，说明商业合理性

报告期内，公司存在境内线下直销模式。报告期各期，公司主要销售模式（含境内线下直销模式）的金额及占比如下：

单位：万元；%

销售模式	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
------	---------------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外直销-第三方平台	392.21	1.27	329.88	0.79	-	-
境外直销-美国官网	262.63	0.85	328.90	0.79	-	-
境外经销	25,329.39	82.31	34,090.95	81.98	35,814.17	79.35
境内线上直销	2,170.41	7.05	3,591.27	8.64	4,164.55	9.23
境内线下直销	310.69	1.01	229.31	0.55	202.53	0.45
境内经销	3.52	0.01	352.15	0.85	193.67	0.43
境内代销-线上代销	841.81	2.74	1,215.97	2.92	1,482.49	3.28
境内代销-线下代发	687.00	2.23	179.26	0.43	258.31	0.57
ODM	508.36	1.65	1,186.79	2.85	2,791.66	6.19
其他模式	267.94	0.87	80.49	0.19	227.48	0.50
主营业务收入合计	30,773.96	100.00	41,584.96	100.00	45,134.86	100.00

其他模式包括通过线下展会等方式实现的境外线下直销收入和美国贝昂通过代理商在境外代销的收入。

二、经销、代销、直销毛利率的总体比较、境内、外经销、代销、直销的具体比较，说明差异原因及合理性

（一）经销、代销、直销毛利率的总体比较

报告期各期，公司按销售模式分类的境内外主营业务收入和毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
经销	25,332.91	51.76	34,443.10	44.17	36,007.84	41.78
直销	3,746.94	45.94	5,746.62	38.24	7,386.22	42.83
代销	1,694.10	18.24	1,395.23	27.64	1,740.80	40.76
合计	30,773.96	49.21	41,584.96	42.80	45,134.86	41.91

报告期内，公司经销模式下的毛利率呈现逐年上升趋势，主要系经销收入中占比 90%左右为外销空气净化器收入，受空气净化器产品毛利率提升和美元汇率持续上升影响，经销模式毛利率同步变动。

报告期内，公司直销模式毛利率呈现出先降低后上升的趋势，主要系 2022 年起公司新品类风扇产品收入占直销收入比例上升，受风扇产品毛利率变化影响，直销模式毛利率也呈现同样变化的趋势。

报告期内，公司代销模式毛利率下滑较为明显，主要系代销收入中内销风扇产品收入占比持续上升，分别为 8.47%、35.74%、51.66%。国内代销模式下风扇产品主要为空气循环扇，毛利率处于较低水平，随着境内风扇代销收入占比迅速扩大，代销模式下毛利率下降较为明显。

2021 年，公司经销、直销、代销毛利率分别为 41.78%、42.83%、40.76%，三者毛利率差异较小。

2022 年及 2023 年 1-10 月，公司直销模式毛利率低于经销模式，代销模式毛利率低于直销模式，主要系各模式收入中产品销售结构差异所致。经销收入中主要为公司核心产品空气净化器外销收入，产品毛利率保持较高水平。而 2022 年公司加大了新品类风扇产品在直销和代销渠道的推广力度，直销和代销模式下风扇产品收入占比明显上升。2022 年起为拓展国内销售渠道，循环扇产品促销推广降价毛利率偏低，导致直销和代销毛利率低于经销模式。在代销模式下，合作商需留存合理利润空间，因此产品直销的毛利率会高于代销模式下的毛利率。2023 年 1-10 月，代销模式下风扇产品收入占比进一步提升至 50%以上，因此毛利率与直销模式毛利率差异进一步扩大。

综上，公司经销、代销、直销毛利率差异主要系各模式收入产品销售结构差异和渠道定价差异所致，差异原因合理。

（二）境内、外经销、代销、直销的具体比较，说明差异原因及合理性

报告期内，公司境内、外经销、代销、直销模式下的毛利率情况比较如下：

单位：万元，%

项目		2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
经销	内销	3.52	39.20	352.15	7.15	193.67	32.80
	外销	25,329.39	51.76	34,090.95	44.55	35,814.17	41.82
直销	内销	2,534.90	41.88	4,159.04	34.74	4,770.37	46.50
	外销	1,212.04	54.41	1,587.59	47.42	2,615.85	36.14
代销	内销	1,528.81	15.85	1,395.23	27.64	1,740.80	40.76
	外销	165.29	40.28	-	-	-	-
合计		30,773.96	49.21	41,584.96	42.80	45,134.86	41.91

经销模式下，2021 年公司境外经销毛利率高于境内经销毛利率，主要系 2021

年仅在国内销售的 X7 系列空气净化器毛利率较低。2022 年公司境外经销毛利率高于境内经销毛利率，主要系境外经销收入中 90%左右为毛利率较高的空气净化器产品，而 2022 年境内经销收入主要为风扇产品收入。2022 年起因拓展国内销售渠道风扇促销推广降价影响，风扇产品毛利率偏低，导致该年度境内经销毛利率明显低于境外经销模式。2023 年 1-10 月公司淘汰部分竞争能力不足的经销商，重点布局由合作方推广销售，公司代发货的代销渠道，境内经销收入明显下降，经销收入主要为空气净化器收入使得毛利率回升。而受 2023 年 1-10 月美元汇率持续上升及境外空气净化器型号迭代提价影响，境外经销毛利率仍高于境内经销模式。

直销模式下，2021 年公司境外直销模式毛利率低于境内直销毛利率，主要系公司 2021 年境外直销以毛利较低的 ODM 业务为主，而国内直销以毛利率较高的自有品牌产品直销为主所致。2022 年及 2023 年 1-10 月，境内直销毛利率低于境外直销毛利率，主要是销售产品结构差异所致，2022 年及 2023 年 1-10 月公司在境内加大推广风扇产品销售，风扇产品销售收入及占比迅速增加，但风扇产品毛利率相对较低，而公司境外直销仍然以毛利率较高的空气净化器为主。

代销模式下，2021 年及 2022 年，公司无境外代销模式。2023 年 1-10 月境内代销模式毛利率低于境外代销模式，主要系境内代销模式下风扇产品占比较高，且主要为空气循环扇，其定价较低，且主要通过京东 FCS 平台销售，运费较高，因此代销模式下毛利率下降较为明显。随着子公司美国贝昂在美国代销渠道的开拓，2023 年 1-10 月产生境外代销收入，但以毛利率较高的空气净化器产品销售为主，因此外销毛利率较高。

综上所述，报告期内，公司经销、代销、直销毛利率存在差异，境内、外经销、代销、直销的毛利率存在一定差异主要是产品销售结构差异和渠道定价差异所致，具有合理性。

三、采取经销商模式的必要性，经销、直销、代销的具体区别，公司销售模式、经销占比等情况与同业可比公司是否存在显著差异，进一步说明原因及合理性

（一）采取经销商模式的必要性

公司主要产品为环境健康电器，终端使用者以个人消费者为主，且分散在

全球各地，公司尚无在全部目标市场建立自营直销渠道、直接与客户进行交易的管理能力、资金实力及必要性。经销模式可以使公司集中精力专注研发，更好地发挥公司的研发优势，提高核心竞争力。

通过与经销商合作，公司产品能够快速覆盖主要市场，提高推广效率，降低销售成本。不同国家和地区之间存在着品牌认知度、信息传输和沟通方式等方面的差异。在这种情况下，经销商作为公司的终端客户管理者，在地理区域和信息沟通方面更加接近终端客户，从而能够更好地与下游客户进行高效、及时的沟通。通过这种沟通方式，经销商在维护公司的品牌知名度、提升品牌影响力等方面具有重要作用。因此，经销商在公司的市场推广策略中扮演着不可或缺的角色，采取经销商模式具有必要性。

（二）经销、直销、代销的具体区别

报告期内，公司经销、直销、代销模式下的销售渠道、客户类型、客户业务模式、结算对象以及收入确认单据情况如下：

销售模式	直销	经销	代销
销售对象	终端用户（ODM 模式下为下游品牌运营商）	非终端用户	非终端用户
客户类型或渠道	线上第三方 B2C 平台 /自建品牌官网； 线下企业用户 /ODM 客户	电器批发商	线上 B2B2C 平台/线下 代销商
业务模式	以买断的模式直接销售予终端客户或下游品牌运营商，直接面对用户可提高对客户需求的响应速度，增强客户粘性。	以买断的模式销售给渠道批发商，渠道批发商进而通过其自有销售渠道销往终端用户。	公司将产品发往京东 FCS 等电商平台指定的仓库，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送；或者公司根据线下代销方提供的地址直接向终端客户发货。代销模式下，公司定期根据实际销售情况与电商平台或线下代销商进行结算。
收入确认单据	线上销售：平台确认收货时点 线下内销：送货签收单 外销：报关单、提单	内销：送货签收单 外销：报关单、提单	代销对账单

综上，公司销售模式分为经销、直销和代销，具体划分依据主要基于销售对象是否为终端用户、不同模式的客户类型或渠道、业务模式、结算对象等。

（三）公司销售模式、经销占比等情况与同业可比公司比较

公司各类销售模式中，经销模式下收入占比较高，报告期各期分别为 79.27%、82.50%和 82.14%。公司的同行业可比公司中，小米集团、科沃斯、奥佳华、莱克电气、石头科技均存在采用经销模式销售的情况。报告期内，可比公司的经销模式及收入占比情况如下所示：

可比公司	销售模式描述	经销模式收入占比
小米集团 ^{注1}	线上直销/线下自营门店/线下第三方零售合作伙伴(类似经销)	未披露
奥佳华 ^{注2}	分 OBM（自有品牌）和 ODM 两大模式，其中 OBM 通过线下直营店、经销商和电商渠道进行销售	未披露
科沃斯 ^{注3}	线上分为线上 B2C 模式、电商平台入仓模式以及线上分销商模式。线下分为分销商或直营门店。（分销商类似经销）	线上+线下分销 2020 年合计占比 22.00%
莱克电气 ^{注4}	ODM 为直销，自主品牌业务线上分为自营和代理商模式，线下以买断式经销及代销为主，直营线下门店为辅	未披露
石头科技 ^{注5}	直营模式、经销模式	2023 年度 58.04%、 2022 年度 65.98%、 2021 年度 75.00%

注 1：来自小米集团招股说明书；

注 2：来自奥佳华公开发行可转换公司债券跟踪评级报告；

注 3：来自科沃斯公开发行 A 股可转换公司债券信用评级报告；

注 4：来自莱克电气公开发行可转换公司债券募集说明书；

注 5：来自石头科技年度报告披露数据。

如上表所述，可比公司中，小米集团、奥佳华、科沃斯、莱克电气及石头科技均采用了经销模式进行销售，其中石头科技的经销收入占比较高，与公司经销收入占比相近。由于公司及可比公司的下游终端客户主要为个人或企业消费者，地理位置上较为分散，因此采用经销模式进行销售，一方面可以节约销售渠道投入的资源和人力成本，专注于研发设计、品牌运营等核心领域；另一方面经销商在销售渠道拓展、市场份额扩大上亦可发挥较大的作用。因此，公司采用经销模式为主的销售模式与可比公司不存在显著差异，公司经销模式占比较高具有合理原因，符合行业惯例。

综上所述，公司采取经销商模式具有合理的原因，公司销售模式分为经销、直销和代销，具体划分依据主要基于销售对象是否为终端用户、不同模式的客户类型或渠道、业务模式、结算对象等；公司采用经销模式为主的销售模式与可比公司不存在显著差异，公司经销模式占比较高具有合理原因，符合行业惯例。

四、报告期内公司经销商家数及增加和减少的具体变动情况、地域分布情况、经销商复购金额及占比，进一步说明公司经销商体系的稳定性；

(一) 报告期内公司经销商家数及增加和减少的具体变动情况

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
经销商家数（家）	25	32	27
较上期增减变动	增加 3 家，减少 10 家	增加 8 家，减少 3 家	-

2022 年度，公司经销商家数较上一年度净增加 5 家；2023 年 1-10 月公司经销商家数下降，但涉及的销售收入占经销收入的比例相对较低，涉及增减变动的经销商的平均销售规模较小。公司规模较小的经销商存在变动的主要原因系：1）随着公司品牌力和产品力的不断向好，公司对销售体系进行优化调整，重点布局由合作方推广销售、公司代发货的代销渠道；2）部分经销商前期库存尚未消化完毕未新增采购；3）部分经销商因竞争能力不足而被市场淘汰。

(二) 经销商地域分布情况

报告期内，经销商按地域分布的主营业务收入情况如下：

单位：元、%

地区	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外：						
日本	24,223.38	95.62	31,678.46	91.97	31,409.24	87.23
泰国	410.21	1.62	208.29	0.60	318.54	0.88
越南	325.65	1.29	258.49	0.75	7.57	0.02
美国	147.89	0.58	773.74	2.25	1,073.91	2.98
韩国	111.08	0.44	174.49	0.51	68.99	0.19
菲律宾	67.82	0.27	81.48	0.24	120.98	0.34
中东	12.31	0.05	297.38	0.86	-	0.00
欧洲	5.75	0.02	538.89	1.56	2,769.87	7.69
境外其他	25.29	0.10	79.73	0.23	45.07	0.13
境外合计	25,329.39	99.99	34,090.95	98.97	35,814.17	99.46
境内：						
华东	3.52	0.01	298.72	0.87	126.05	0.35
华北	-	-	53.43	0.16	67.62	0.19

地区	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内合计	3.52	0.01	352.15	1.03	193.67	0.54
总计	25,332.91	100.00	34,443.10	100.00	36,007.84	100.00

由上表可见，公司境外经销收入占比较高，其中，以日本地区为主，报告期各期，日本地区经销收入分别为 31,409.24 万元、31,678.46 万元和 24,223.38 万元，占经销收入的比例分别为 87.23%、91.97%和 95.62%。除日本地区外，泰国、越南地区的经销收入呈增长趋势，总体而言，除日本外其他地区经销收入占比均较小。

（三）经销商复购金额及占比

报告期内，公司经销商复购金额及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	复购金额占当期经销销售金额的比例	金额	复购金额占当期经销销售金额的比例	金额	复购金额占当期经销销售金额的比例
复购金额	25,194.46	99.45	33,556.71	97.43	34,578.61	96.03

注：当期非新增经销商即为复购经销商

如上表所示，报告期内公司经销商复购率逐年提升，复购情况较好，公司与经销商合作稳定性较高。

综上，报告期内，2023 年 1-10 月公司经销商家数下降，但涉及的销售收入占经销收入的比例相对较低，涉及增减变动的经销商的平均销售规模较小；除日本外其他地区经销收入占比均较小；报告期内，经销商复购金额占比较高，公司与主要经销区域经销商 TCN 持续合作，公司经销商体系较为稳定。

五、公司与主要经销商 TCN 的具体合作模式（是否为买断式，各期经销商来自公司收入的占比，是否仅销售公司产品）、定价机制（包括营销、运输费用承担，补贴或返利等）、收入确认原则、交易结算方式、物流（是否直接发货给终端客户）、信用政策、相关退换货政策等，公司与 TCN 之间是否签署框架协议及主要条款内容，双方合作的稳定性；其他经销商参照一并说明

公司报告期内与主要经销商的合作模式及合作情况具体如下：

名称	是否为买断式	是否仅销售公司产品,各期经销商来自公司收入的占比	运费承担	收入确认原则	交易结算方式	是否直接发货给终端客户	信用政策	相关退换货政策	是否签署框架协议	主要条款	双方合作的稳定性
toConnect Inc.	是	否, 50%	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	预付 50%, 提单出具后一周内支付 50%	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2019 年合作至今
CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED	是	否, 5%-20%	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2022 年合作至今
Napa Solutions Co., Ltd.	是	是, 100%	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2020 年合作至今
Stream Co., Ltd.	是	否, 未取得	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	否, 通过具体订单交易	-	2023 年开始合作至今
Suarez Corporation Industries	是	未取得	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	预付 50%, 货到付款 50%	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	否, 通过具体订单交易	-	2017 年开始合作至今
AIRDOG MIDDLE EAST - FZCO	是	是, 100%	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2022 年开始合作至今
Clarog Enterprises	是	否, 15%-60%	公司承担运输至港口运输费用, 经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	否, 通过具体	-	2020 年开始合作,

名称	是否为买断式	是否仅销售公司产品,各期经销商来自公司收入的占比	运费承担	收入确认原则	交易结算方式	是否直接发货给终端客户	信用政策	相关退换货政策	是否签署框架协议	主要条款	双方合作的稳定性
Ltd			商负责最终销售的物流。	确认收入				题外不予退换货	订单交易		2023 年 1-10 月经销商清库存因此未新增采购
DENTDEAL Produkt & Service GmbH	是	未取得	公司承担运输至港口运输费用,经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2021 年开始合作, 2022 年终止
LTeg GmbH	是	是, 100%	公司承担运输至港口运输费用,经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2020 年开始合作, 因前期库存尚未去化, 2023 年 1-10 月未新增采购
Oriental IMEX Limited	是	未取得	公司承担运输至港口运输费用,经销商负责最终销售的物流。	取得报关单、提单时确认收入	电汇	否	款到发货	除客户在验收过程中存在质量问题外不予退换货	是	销售内容、经销区域、质保政策、结算方式等	2019 年开始合作, 2022 年合作终止

由上表可见，公司与经销商的合作模式均为买断式销售。公司通常会综合经销商业务规模、所在国家或地区的经济实力、渠道经营成本、合作关系等因素综合确定对各经销商的供货价并提供销售指导价。经销商可根据自身需求和区域特点制定不低于销售指导价的销售单价进行自主销售。公司与主要经销商 DENTDEAL Produkt & Service GmbH 和 CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED 约定了返利条款，并实际支付了返利，具体情况详见本问询回复本题回复之“八、（三）公司对经销商的返利比例、金额等相关安排”；为了增强公司品牌推广和营销支持效果，促进销售增长，公司给予客户品牌及营销培训类支持，但未向客户支付经销区域的营销费用。公司存在部分经销商仅销售公司产品，但此类经销商收入占公司营业收入的占比较小。公司与大多数主要经销商已合作多年且合作稳定，与少数几家主要经销商在报告期内终止合作。

六、主要经销商 TCN 的具体情况，包括但不限于经销商全称、注册资本、实际控制人、市场地位、各期销售金额及占比，是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排，产品主要通过其销售的具体原因及商业合理性，是否符合行业惯例；其他主要经销商参照一并说明

（一）主要经销商的具体情况，包括但不限于经销商全称、注册资本、实际控制人、市场地位、各期销售金额及占比，是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排，产品主要通过其销售的具体原因及商业合理性

报告期内，公司主要经销商的具体情况如下：

年份	经销商名称	注册资本	股权结构/实际控制人	市场地位	销售金额 (万元)	占营业收入比重	是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排	产品主要通过其销售的具体原因
2023 年 1-10 月	toConnect Inc.	1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	日本上市公司 Melco Holdings Inc. 的全资子公司，有自己的网上商城，其他线上及线下渠道资源丰富	24,088.78	78.10%	否	经 A 公司介绍达成合作，拥有充足的资金实力、专业的销售及管理能力和丰富的销售渠道资源，目前是公司 Airdog 产品日本的独家经销商
	Napa Solutions Co., Ltd.	800 万泰铢	Ms. Janlada Chokchaiyaku I (51%)、Mr. Pongrapee Homklinkaew (45%)、Mr. Sombat Chokchaiyaku I (4%)	泰国当地零售商，专注于高端大众市场，有自己的线下旗舰店和线上商城	410.21	1.33%	否	经阿里国际站找到公司达成合作，具有专业的营销、售后团队，丰富的销售渠道，目前是公司 Airdog 品牌产品泰国的独家经销商，专营公司 Airdog 的产品
	CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED	7,000,000 万越南盾	VO CONG CAO (100%)	越南进出口贸易公司，主营产品种类丰富	325.65	1.06%	否	越南前任经销商介绍认识，在越南市场有着丰富的宣传推广经验，目前是公司 Airdog 品牌产品越南的独家经销商
	Suarez Corporation Industries	-	Benjamin D. Suarez	美国家用电器产品销售公司	158.20	0.51%	否	在众筹网站了解到公司产品联系公司达成合作，帮助公司在美国进行销售
	Stream Co., Ltd.	92,442.9 万	前五大股东：	东京证券交易所上市公	134.60	0.44%	否	经朋友介绍认识，当地卖

年份	经销商名称		注册资本	股权结构/实际控制人	市场地位	销售金额 (万元)	占营业收入比重	是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排	产品主要通过其销售的具体原因
			日元	劉海濤 (20.55%)、 ヤマダデンキ (20.48%)、 水谷智 (2.28%)、王 文寿 (1.34%)、 金室貴久 (0.90%)	司，专门从事互联网零售业务，通过多个电子商务平台销售个人电脑、家电、美容和健康产品等各种商品				场等渠道资源丰富，公司通过与其合作寻找日本市场的需求产品
2022 年	toConnect Inc.		1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	日本上市公司全资子公司，有自己的网上商城，其他线上及线下渠道资源丰富	31,614.63	75.73%	否	经 A 公司介绍达成合作，拥有充足的资金实力、专业的销售及管理能力和丰富的销售渠道资源，目前是公司 Airdog 产品日本的独家经销商
	Suarez Corporation Industries		-	Benjamin D. Suarez	美国家用电器产品销售公司	551.15	1.32%	否	在众筹网站了解到公司产品联系公司达成合作，帮助公司在美国进行销售
	Clarog Enterprises Ltd		-	Rory Clarke (50%)、 Geraldine Clarke (50%)	爱尔兰注册公司，主营医疗器材相关产品	347.06	0.83%	否	其他客户介绍认识，帮助公司在英国、爱尔兰等地区进行销售
	Thomas Schmid 控制的公司	AIRDOG MIDDLE EAST - FZCO	10 万迪拉姆	Thomas Schmid (100%)	迪拜公司，专营公司 Airdog 品牌空气净化器	307.70	0.74%	否	有中东地区客户资源，是公司中东部分地区的独家经销商

年份	经销商名称		注册 资本	股权结构/实 际控制人	市场地位	销售金额 (万元)	占营业收 入比重	是否与公 司存在实 质和潜在 关联方关 系或其他 利益安排	产品主要通过其销售的具体原因
		LTeg GmbH	3.6 万欧元	Thomas Schmid (100%)	德国公司, 专营公司 Airdog 品牌空气净化器	0.61	0.00%	否	经阿里国际站找到公司达成合作, 有着丰富的本地销售经验和技术支持能力, 协助公司在德国销售产品
	CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED		7,000,000 万越南盾	VO CONG CAO (100%)	越南进出口贸易公司, 主 营产品种类丰富	258.57	0.62%	否	越南前任经销商介绍认识, 在越南市场有着丰富的宣传推广经验, 目前是公司 Airdog 品牌产品越南的独家经销商
2021 年	toConnect Inc.		1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	日本上市公司全资子公司, 有自己的网上商城, 其他线上及线下渠道资源丰富	31,409.24	69.15%	否	经 A 公司介绍达成合作, 拥有充足的资金实力、专业的销售及管理能力和丰富的销售渠道资源, 目前是公司 Airdog 产品日本的独家经销商
	DENTDEAL Produkt & Service GmbH		3.9 万欧元	Frank Andree (50%)、 Vormann Armin (50%)	德国公司, 主营业务是牙 医诊所相关设备的销售	1,113.87	2.45%	否	其他客户介绍认识, 帮助公司打开德国诊所、医院、学校等专业市场
	Thomas Schmid 控制的 公司	LTeg GmbH	3.6 万欧元	Thomas Schmid (100%)	德国公司, 专营公司 Airdog 品牌空气净化器	920.74	2.03%	否	经阿里国际站找到公司达成合作, 有着丰富的本地销售经验和技术支持能力, 协助公司在德国销售产品
	Suarez Corporation		-	Benjamin D.	美国家用电器产品销售公	456.53	1.01%	否	在众筹网站了解到公司产

年份	经销商名称	注册资本	股权结构/实际控制人	市场地位	销售金额 (万元)	占营业收入比重	是否与公司存在实质和潜在关联方关系或其他利益安排	产品主要通过其销售的具体原因
	Industries		Suarez	司				品联系公司达成合作，帮助公司在美国进行销售
	Oriental IMEX Limited	1 万港币	Zhou Yan (100%)	格力电器在波兰的经销商	411.81	0.91%	否	经网络了解到公司产品联系公司达成合作，其作为经销商销售经验丰富

由上述表格可见，报告期公司主要经销商均系拥有当地资源渠道的公司，公司通过其销售具有商业合理性。

1、toConnect Inc. 及其母公司 Melco Holdings Inc. 相关情况

报告期内公司第一大客户 toConnect Inc. 系日本上市公司 Melco Holdings Inc.（以下简称“Melco”）全资子公司。TCN 及 Melco 的基本情况如下：

（1）Melco Holdings Inc.

①基本情况

公司名称	Melco Holdings Inc.		
成立时间	1986 年 7 月 1 日		
注册资本	10 亿日元		
主要股东	5%以上股东包括：株式会社メルコグループ（46.33%）、牧寛之（12.53%）、ECM MF（9.70%）		
办公地址	Pacific Century Place Marunouchi, 1-11-1 Marunouchi, Chiyoda-ku, Tokyo, 100-6215, Japan		
员工人数	1,928 人		
管理层构成	社长：牧寛之；董事：長瀬吉昌、矢野学、中山千里、渡邊泰治、津坂巖、續木政直、神谷純、宮嶋宏幸、大塚久美子		
主营业务	Melco 为纯控股公司，旗下拥有经营各种事业的子公司，从事相应事业的生产销售活动。Melco 则通过为旗下公司的业务活动提供支持和提供管理指导对其进行统筹管理。		
经营情况	2024 财年	2023 财年	2022 财年
其中：销售额	14,577,300 万日元 （约合 687,436.31 万元）	14,257,600 万日元（约合 737,018.12 万元）	14,413,700 万日元（约合 749,007.92 万元）
归属于母公司 股东净利润	301,200 万日元（约合 14,203.99 万元）	305,700 万日元（约合 15,802.55 万元）	934,600 万日元（约合 48,566.49 万元）

注：1、数据来源：Melco 官方网站、年度报告；

2、Melco Holdings Inc. 财年为前一年度 4 月 1 日至当年 3 月 31 日；

3、财务数据系按照期末时点日元兑人民币汇率进行折算。

②业务情况

从集团层面看，Melco 的业务主要包括 IT 相关业务以及食品业务。

A、IT 相关业务

Melco 提供各种 IT 相关产品并专注于数字消费电子产品和计算机外围设备，其中包括：a. 网络产品（如 Wi-Fi）、用于 PC/TV 录制的外部驱动器、存储产品，如为企业用户提供远程设备监控和操作功能的 NAS、磁性数据消磁设备 MagWiper 和专门用于直播的 4K 兼容设备 Blastreams；b. 丰富日常生活的产品，其中包括高性能空气净化器 Airdog、nasne®、网络录音机和媒体存储设备，以及专用于高分辨率音频的数字音乐库设备。c. Melco 还提供各种服务和解决方案，包括数据恢复服务和远程管理服务 Kiki Navi。主要产品示例如下：



IT 相关业务作为 Melco 的传统优势业务，在路由器、移动硬盘、无线局域网等 10 余项产品类别中销量连续多年排名全日本第一。

B、食品业务

Melco 提供丰富的食品产品类别，包括乌冬面、荞麦面、中式面条、炒面和意大利面；提供 Ryusui 面条（只需用未煮过的水把它们拆开就可以吃）以及 Kenbi 面条（一种健康食品）。Melco 发布了以冷面和冷冻面条为核心的家庭使用食品，以及以冷冻面条为核心的商业食品。Melco 也在面条市场上创造新的可能性，不断从客户需求角度来处理产品，包括有吸引力的面条菜肴和新的面条吃法，以及将面条作为配料利用。

③子公司情况

Melco 为纯控股公司，通过旗下 20 家子公司（截至 2024 年 3 月末）开展具体生产、销售等经营活动，其中较为重要的子公司包括：

序号	公司名称	主营业务
1	Buffalo Inc.	数字家电和 PC 外围设备的开发、制造和销售；数据恢复服务
2	Shimadaya Corporation	面条及相关食品的生产与销售
3	CFD Sales INC.	个人电脑零件和外围设备的开发、制造和销售
4	BIOS Corporation	存储相关产品的开发、制造和销售
5	MELCO SYNCRETS INC.	音频设备及相关产品的开发和销售
6	BUFFALO IT Solutions inc.	网络基础设施建设和维护服务
7	Advanced Design Corp.	数据恢复/擦除/转换服务以及数据擦除产品的制造和销售

8	DigiOn, Inc.	网络和存储软件的开发和销售
9	toConnect, Inc.	各类产品直接销售
10	MELCO Financial Holdings Inc.	Melco 集团内部金融业务的全面管理

(2) toConnect Inc

①基本情况

公司名称	toConnect Inc.
成立时间	2018 年 12 月 4 日
注册资本	1 亿 1000 万日元
主要股东	Melco Holdings Inc. (100%)
办公地址	SHIODOME CITY CENTER 15F.1-5-2, HIGASHISHIMBASHI MINATO-KU TOKYO 105-0021, JAPAN
员工人数	21 人
管理层构成	董事长：松浦好紀；董事：矢野学、渡邊泰司、小松純代、大貫千恵美、石丸正弥、岩崎克己、中山千里、鈴木素古、富谷秀人、佐藤教人；监事：賽方淳
主营业务	各类产品直接销售

数据来源：TCN 官方网站、TCN 中信保报告、Melco 年度报告

②销售品牌及产品

TCN 主要销售的品牌及对应产品情况如下：

序号	品牌名称	主要产品类型	产品示例
1	Airdog	空气净化器	 フラッグシップ パフォーマンスモデル X5D AQI CO₂ PM2.5 対応 静音モード
		风扇	 Airdog The Fan portable ザ・ファン ポータブル 60cm (24in) 直径 静音

		加湿器	
2	Nano Wasala	纳米气泡水发生器	
3	デジタルフォト アルバムおもい でばこ	照片存储器	
4	夏普	烤面包机	
		吸尘器	
		头皮按摩器	
		防盗电话	
5	いびきトルネル	防打鼾枕头	

(3) 日本市场主要通过 TCN 销售的原因

公司产品在日本市场主要通过 TCN 销售的原因主要系：

①专业的销售及管理能力

TCN 社长松浦好纪专业从事线上及线下销售超过 20 年，具有丰富的销售渠道管理经验，其在 TCN 组建了一支数十人的专业销售团队，负责产品的销售工作；另一方面，TCN 也具备出色的管理能力，能够协调售前（对接第三方物流中心、供应商等）、售中（2B 及 2C 销售渠道）及售后（电话回访中心、客服中心等）资源，保证公司产品在日本具有良好的口碑，能够实现持续、稳定的销售。

②资金实力保障

TCN 系日本上市公司 Melco 全资子公司，Melco 注册资本 10 亿日元（约合人民币 4,700 万元），且近年来年销售额均超千亿日元（约合人民币 47 亿元），资金实力较为雄厚。TCN 作为 Melco 重要子公司之一，拥有充足资金进行运营周转。

③渠道资源丰富

TCN 拥有丰富的销售渠道资源，客户可通过其电话购物中心进行下单，也可以在 TCN 的网上官方商城（www.toconnect.co.jp/airdog/），或是乐天等第三方电子商城购买 TCN 的产品。同时，TCN 线下销售渠道能够覆盖日本全境 44 家百货商场，包括高岛屋、大丸百货、伊势丹百货、藤崎百货等日本主要的百货商城，以及其他小型零售商。如下图所示，借助 TCN 的销售渠道，目前公司 Airdog 产品已覆盖日本全国包括医疗设施、学校、餐厅等在内的 1,516 家公共设施。



④经 A 公司介绍达成合作

公司产品最初由 A 公司在美国的众筹网站 INDIEGOGO 上发现并计划引入日本市场,由于担任苏州贝昂产品在日本地区的经销商对经销商综合条件要求较高,加上 TCN 公司的主要管理人员与 A 公司的创始人北村重光有着良好的关系以及过往合作经验, A 公司便介绍 TCN 与公司达成经销合作。

因此,公司产品主要通过 TCN 销售系统经 A 公司介绍达成合作,并考虑到 TCN 拥有充足的资金实力、专业的销售及管理能力和丰富的销售渠道资源。

(二) 是否符合行业惯例

采用经销模式是否符合行业惯例详见本题回复之“三、采取经销商模式的必要性,经销、直销、代销的具体区别,公司销售模式、经销占比等情况与同业可比公司是否存在显著差异,进一步说明原因及合理性”。

综上,公司与主要经销商之间不存在实质和潜在的关联方关系或其他利益安排;报告期内公司主要经销商均系拥有当地资源渠道的公司,公司通过其销售具有商业合理性,公司采用经销模式符合行业惯例。

七、经销商的管理制度,包括但不限于选取标准、日常管理与维护、是否具有统一的进销存信息系统等

公司建立了《经销商管理制度》,对公司与经销商的合作加以规范。

(一) 选取标准

公司在选择经销商时,会综合考虑其商业信誉、经营规模、财务状况、销售经验、行业及区域资源和客户基础等,决定是否同意其成为公司的经销商。

(二) 日常管理与维护

公司根据《经销商管理制度》以及与经销商签署的协议或订单约定内容对经销商进行日常管理与维护。公司通常会综合经销商业规模、所在国家或地区的经济实力、渠道经营成本、合作关系等因素综合确定对各经销商的供货价并提供销售指导价。经销商可根据自身需求和区域特点制定不低于销售指导价的销售单价进行自主销售。在协议期间,经销商根据需向公司发出采购订单,明确所需货物名称、型号、数量、交货时间地点、运输及付款方式等,订单经双方确认后生效。公司在确认对方订单后发出付款通知,对方在一定期限内完成预付款及剩余款项支付。

公司设有专门的销售部门，负责对接经销商的售前、售中及售后需求。相关人员也会定期根据经销商的销售情况、合同履行情况、资质变化等对经销商进行考核，决定是否与其继续合作。

（三）是否具有统一的进销存信息系统

公司使用 ERP 进行自有存货的进销存管理，与经销商之间均为买断式购销业务，公司不存在针对经销商统一的进销存信息系统。

因此，公司已建立并执行经销商管理相关制度，公司不存在针对经销商统一的进销存信息系统。

八、报告期各期末公司经销商库存情况，是否存在经销商压货情形，是否存在通过经销商调节收入确认时点情形；经销商的终端销售的具体情况；公司对经销商的返利比例、金额等相关安排。

（一）报告期各期末公司经销商库存情况，是否存在经销商压货情形，是否存在通过经销商调节收入确认时点情形

报告期各期末，公司主要经销商期末库存情况如下：

2023 年 1-10 月				
客户名称		销售金额(万元)	占营业收入比重	期末存货数量/当期采购数量比重
toConnect Inc.		24,088.78	78.10%	32.04%
Napa Solutions Co.,Ltd.		410.21	1.33%	33.98%
CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED		325.65	1.06%	34.91%
Suarez Corporation Industries		158.20	0.51%	NA
Stream Co.,Ltd.		134.60	0.44%	52.38%
2022 年度				
客户名称		销售金额(万元)	占营业收入比重	期末存货数量/当期采购数量比重
toConnect Inc.		31,614.63	75.73%	13.59%
Suarez Corporation Industries		551.15	1.32%	NA
Clarog Enterprises Ltd		347.06	0.83%	121.73%
Thomas Schmid 控制的公司	AIRDOG MIDDLE EAST - FZCO	307.70	0.74%	86.22%
	LTeg GmbH	0.61	0.00%	-

CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED		258.57	0.62%	15.74%
2021 年度				
客户名称		销售金额(万元)	占营业收入比重	期末存货数量/当期采购数量比重
toConnect Inc.		31,409.24	69.15%	6.54%
DENTDEAL Produkt & Service GmbH		1,113.87	2.45%	NA
Thomas Schmid 控制的公司	LTeg GmbH	920.74	2.03%	38.88%
Suarez Corporation Industries		456.53	1.01%	NA
Oriental IMEX Limited		411.81	0.91%	NA

注：1、部分经销商出于商业机密不提供期末存货数据，以“NA”表示；
2、期末存货数量、当期采购数量为经销商主要采购产品的合计数量；
3、LTeg GmbH 2022 年向公司的采购均为材料配件，未采购空气净化器等主要产品。
报告期内，公司与主要经销商的合作模式均为买断式销售，除产品质量问题外不得随意退换。

Clarog Enterprises Ltd 和 AIRDOG MIDDLE EAST – FZCO 2022 年末库存占比较高，主要系当地市场销售未达预期所致，不存在协助公司压货的情形。Clarog Enterprises Ltd 和 AIRDOG MIDDLE EAST – FZCO 均系根据自身需求判断向公司下单并完成款项支付，并且由于库存较多，上述供应商在 2023 年也未继续向公司进行大规模采购，主要以销售前期库存为主。公司向 Clarog Enterprises Ltd 和 AIRDOG MIDDLE EAST – FZCO 的经销收入较少，占比较低，其销售变动不会对公司经营业绩产生重大影响。

除上述情况外，报告期各期末公司主要经销商库存数量整体较低，剩余库存数量也主要系经销商经营周转所需，不存在经销商压货情形。

报告期内，对于上述主要经销商公司在取得报关单、提单时确认收入，收入确认原则符合企业会计准则的规定且保持一贯性，不存在通过经销商调节收入确认时点情形。

（二）经销商的终端销售的具体情况

报告期内，公司与主要经销商的合作模式均为买断式销售，经销商可根据自身需求和区域特点制定不低于销售指导价的销售单价进行自主销售，公司不会对其终端销售进行干涉，因此部分经销商出于商业机密原因未告知公司其终端销售的具体情况。

公司主要经销商终端销售的具体情况如下：

客户名称		终端销售情况
toConnect Inc.		以 ToC 销售为主，收入占比约 60-70%；剩余为向百货店、其他代理店及法人客户的 ToB 销售
Napa Solutions Co.,Ltd.		主要通过线上平台 Shopee Thailand、Line Thailand 和 Lazada Thailand 以及线下旗舰店销售给终端消费者，主要专注于 toC 市场
CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED		主要通过线上进行销售，专注于零售市场，终端客户较为分散
Stream Co.,Ltd.		以 ToC 销售为主，主要通过线上销售平台 ECcurrent、e-BEST 和 x-one 销售给终端消费者
Suarez Corporation Industries		NA
Clarog Enterprises Ltd		线下直销模式，主要销售给政府及商务客户
Thomas Schmid 控制的公司	AIRDOG MIDDLE EAST - FZCO	线下销售为主，主要销售给政府及企业客户
	LTeg GmbH	线下销售为主，主要销售给政府客户
DENTDEAL Produkt & Service GmbH		NA
Oriental IMEX Limited		NA

（三）公司对经销商的返利比例、金额等相关安排

报告期内，为了激励和鼓励经销商在 Airdog 品牌营销方面的工作，公司与部分主要经销商的协议中约定了返利条款，具体情况如下：

经销商名称	返利条款设置
DENTDEAL Produkt & Service GmbH	每三个月，如果经销商的购买量达到 250,000 美元，公司给予经销商补偿（过去三个月总购买量的 5%）。此外，如果经销商每六个月的总采购量达到 500,000 美元，公司将给予经销商额外补偿，补偿金额为过去六个月总采购量的 5%。
CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED	框架协议（2022 年签署）：如经销商的年采购额达到 830,000 美元，公司将给予经销商当季采购额的 1%作为奖励 框架协议（2023 年签署）：如经销商的年采购额达到 500,000 美元，公司将给予经销商当前年采购额的 1%作为奖励

报告期内，DENTDEAL Produkt & Service GmbH 和 CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED 因达到返利条件，公司分别向其支付返利 52,950 美元和 8,300 美元。除返利外，公司与 DENTDEAL Produkt & Service GmbH 和 CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED 不存在其他正常业务合作以外的利益安排。

除上述情况外，公司不存向其他主要经销商提供返利等让利政策，公司与主要经销商之间不存在其他正常业务合作以外的利益安排。

综上，报告期各期末除个别经销商因当地市场销售未达预期导致库存占比较高外，公司其他主要经销商不存在压货情形；公司不存在通过主要经销商调节收入确认时点情形；报告期公司存在向部分主要经销商提供返利等让利政策的情形。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于经销商模式的要求进行补充核查。

（一）核查程序

主办券商及会计师主要执行了以下核查程序：

1、了解公司与经销收入相关的关键内部控制，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、取得主要客户框架合同、合作协议及部分销售订单等，分析公司收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；通过访谈管理层，了解公司经销模式下收入确认具体政策、报告期内经销商变动情况、公司与主要经销商的关联关系等情况；

3、查询同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开信息资料，了解可比公司的销售模式，分析与公司的销售模式是否存在显著差异；

4、取得报告期内公司的销售明细表，并针对不同期间、不同客户等多维度销售情况履行分析程序；访谈公司总经理、销售主要负责人员，了解报告期内公司主要产品的定价策略，分析各类产品销售均价和毛利率变动的合理性；

5、抽样检查与公司收入确认相关的支持性文件，包括销售合同或销售订单、货物签收单或提单、出口报关单、物流信息等，以确认销售收入的真实性和准确性，经销模式下的收入查验细节测试比例情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-10月	2022年度	2021年度
细节测试金额	25,213.85	33,380.45	35,910.57
经销销售收入	25,332.91	34,443.10	36,007.84
细节测试比例	99.53%	96.91%	99.73%

6、对主要经销商的回款情况进行了查验；

7、访谈公司财务相关人员，了解资产负债表日后是否存在大额的销售退回

情况；

8、查阅经销商公开披露资料及工商登记信息、中信保报告，了解经销商的成立时间、注册资本、股东及主要人员、经营情况、行业地位等公开信息，分析是否与公司存在关联方关系等；

9、访谈公司管理层，了解报告期内业务开拓情况、下游行业情况、经销商增减变动原因等；获取公司收入成本明细表，了解分析报告期内经销商数量及增减变动情况、地域分布、交易历史及公司与主要经销商的交易背景及商业合理性；

10、对重要经销商进行了实地走访或访谈确认，向经销商了解其经营情况、存货管理及货物终端销售情况、与公司的合作情况等事项。通过实地走访或访谈经销客户的金额比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
实地走访或访谈经销客户销售收入合计	24,687.26	32,328.47	32,072.96
经销销售收入	25,332.91	34,443.10	36,007.84
实地走访或访谈比例	97.45%	93.86%	89.07%

11、针对经销收入，发函确认金额和比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
经回函或回函调节确认的金额	24,821.41	32,762.12	32,376.94
经销销售收入	25,332.91	34,443.10	36,007.84
经函证确认比例	97.98%	95.12%	89.92%

12、访谈公司管理层，查阅经销商管理相关制度，了解公司对经销商的管理要求及执行情况等信息；

13、终端销售核查

主办券商、会计师选取主要经销商客户，执行终端销售核查方式如下：

(1) 实地访谈主要经销商 TCN，获取报告期主要经销商 TCN 的各期进销存情况；

(2) 取得报告期主要经销商确认函，确认报告期各期经销商实现销售及各期末库存情况。

单位：万元

终端核查情况	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
获取经销商期末库存情况金额 ^注	24,971.55	32,686.12	32,921.16
经销销售收入	25,332.91	34,443.10	36,007.84
终端销售核查比例	98.57%	94.90%	91.43%

注:获取经销商期末库存情况金额指获取期末库存情况的经销商对应的经销收入。

(3) 实地走访了主要经销商 TCN，对 TCN 是否实现终端销售进行核查，核查情况详见本问询回复本题回复之“二、请主办券商及会计师核查上述事项，说明对公司及实际控制人的资金流水核查情况，说明针对经销商及其终端销售情况采取的核查程序、金额、比例、结论，说明针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施及有效性，对公司经销收入的真实、准确、完整发表明确意见。”

(二) 核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、经销商模式下收入确认原则符合《企业会计准则》的规定，销售产品除少量合理库存外，已实现终端客户销售。经销商回款不存在大量现金和第三方回款；

2、报告期内，主要经销商具有经销能力，与公司不存在实质和潜在关联方关系，对经销商的信用政策合理，不存在单方面依赖经销商的情形等；经销商不存在大量个人等非法人实体；报告期内经销商中除 SVAE 为公司董事、副总经理、海外事业部总经理章燕控制的公司外，其他经销商均不存在前员工参与经营的情形，公司与 SVAE 交易具有商业合理性；报告期内公司经销商存在一定增减变动，但增减变动的经销商对应的销售收入较小，公司经销商复购金额占比较高，公司主要经销区域经销商 TCN 持续合作，公司经销商体系较为稳定；

3、公司对经销商的内控制度健全并有效执行。

二、请主办券商及会计师核查上述事项，说明对公司及实际控制人的资金流水核查情况，说明针对经销商及其终端销售情况采取的核查程序、金额、比例、结论，说明针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施及有效性，对公司经销收入的真实、准确、完整发表明确意见。

(一) 主办券商及会计师对上述事项的核查情况

针对上述事项，主办券商及会计师执行的核查程序见本问询回复本题回复之“中介机构回复”之“一、请主办券商及会计师按照《挂牌审核业务规则适用指

引第 1 号》关于经销商模式的要求进行补充核查。”

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司已按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析（二）营业收入分析 2.营业收入的主要构成（4）按销售方式分类”中进行补充披露。

2、公司存在境内线下直销模式，具有商业合理性；

3、报告期内，公司经销、代销、直销毛利率存在差异，境内、外经销、代销、直销的毛利率存在一定差异主要是产品销售结构差异和渠道定价差异所致，具有合理性；

4、公司采取经销商模式具有合理的原因，公司销售模式分为经销、直销和代销，具体划分依据主要基于销售对象是否为终端用户、不同模式的客户类型或渠道、业务模式、结算对象等；公司采用经销模式为主的销售模式与可比公司不存在显著差异，公司经销模式占比较高具有合理原因，符合行业惯例；

5、报告期内，2023 年 1-10 月公司经销商家数下降，但涉及的销售收入占经销收入的比例相对较低，涉及增减变动的经销商的平均销售规模较小；公司经销商复购金额占比较高，公司与主要经销区域经销商 TCN 持续合作，公司经销商体系较为稳定；

6、公司与经销商的合作模式均为买断式销售。公司与大多数主要经销商已合作多年且合作稳定，与少数几家主要经销商在报告期内终止合作；

7、公司报告期主要经销商与公司不存在实质和潜在关联关系或其他利益安排，报告期公司主要经销商均系拥有当地资源渠道的公司，产品通过主要经销商销售具有商业合理性，采用经销模式符合行业惯例；

8、公司已建立并执行经销商管理相关制度，公司不存在针对经销商统一的进销存信息系统；

9、报告期各期末公司主要经销商不存在压货情形，公司不存在通过主要经销商调节收入确认时点情形；报告期内公司与部分经销商约定了返利条款并实际支付了返利。

（二）对公司及实际控制人的资金流水核查情况

1、对公司的资金流水核查情况

主办券商和会计师对公司的资金流水执行了如下核查程序：

取得了报告期内公司银行账户开立清单，及所有银行账户资金流水；对报告期内公司银行卡流水中大于 30 万元的流水进行了逐笔核查，关注是否存在与公司客户、供应商或服务商之间的异常资金往来；

核查公司资金流水是否与经销商自然人股东、法定代表人、主要人员（董事、监事）有交易，是否存在体外循环、代垫费用、异常大额资金往来、商业贿赂等情形；

经核查，报告期内公司银行账户资金流水中不存在与公司客户、供应商或服务商之间的异常资金往来。

2、对实际控制人的资金流水核查情况

主办券商和会计师对实际控制人的资金流水执行了如下核查程序：

通过“云闪付”查询实际控制人的银行账户开立情况，主办券商及会计师安排专人陪同实控人前往主要银行网点打印报告期内银行资金流水原件，并对已经取得的银行账户流水进行交叉核对，获取其关于提供全部银行账户流水的承诺；

对报告期内实际控制人个人银行卡流水中大于 5 万元的流水进行了逐笔核查，关注是否存在与公司客户、供应商或服务商之间的往来款项及其他异常资金往来。

经核查，报告期内实际控制人银行账户资金流水中不存在与公司客户、供应商或服务商之间的异常资金往来。

（三）针对经销商及其终端销售情况采取的核查程序、金额、比例、结论，说明针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施及有效性，对公司经销收入的真实、准确、完整发表明确意见。

1、针对经销商及其终端销售主要执行的核查程序、金额、比例、结论

针对上述事项，主办券商及会计师执行的核查程序、金额、比例、结论详见本问询回复本题回复之“中介机构回复”之“一、请主办券商及会计师按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于经销商模式的要求进行补充核查。”

经核查，主办券商及会计师认为：

公司经销收入真实、准确、完整。

2、针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施及有效性

报告期内公司主要经销商为 TCN, TCN 系日本上市公司 Melco Holdings Inc. 的子公司, 报告期各期 TCN 经销销售收入占公司经销收入比重分别为 87.23%、91.79%、95.09%, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
主营业务收入-经销	25,332.91	34,443.10	36,007.84
其中: TCN 收入金额	24,088.78	31,614.63	31,409.24
TCN 经销收入占总经销收入比例	95.09%	91.79%	87.23%

主办券商及会计师对 TCN 及其终端销售进行了核查, 除执行上述针对经销商的核查程序外, 对 TCN 执行的程序包括:

(1) 对 TCN 进行了实地走访, 观察客户经营场所, 了解 TCN 与公司的合作背景, 确认报告期各期销售情况以及 TCN 经营情况及是否与采购规模相匹配;

(2) 访谈 TCN 董事长, 了解 TCN 的经营情况、与公司及其实际控制人和董监高是否存在关联关系、与公司的业务合作历史、业务合作模式、TCN 向公司采购的品种、金额、主要终端销售客户类型、终端销售实现情况等。

根据访谈了解, TCN 终端销售均在日本地区, 具体情况如下:

销售模式	销售收入占比	销售渠道
B2C	60-70%	TCN 官方线上商城 (约占 70%)、TCN 电话中心 (约占 30%)
B2B	30-40%	高岛屋、大丸百货、伊势丹百货、藤崎百货等百货店店铺 44 家 (约占 40%), 其他二级经销商约 30 家及其他如医院学校等企业客户 (合计约占 60%)

由于 TCN 为日本上市公司子公司, 商业信息保密要求较高, 公司不能直接获取其进一步对外销售的相关信息。且 TCN 终端客户主要为个人消费者, 客户群体众多且分散, TCN 出于对其下游客户信息保密的需求, 因此未能配合公司对其终端客户进行核查。基于公司与 TCN 的业务合作实际情况, 对于 TCN 的终端客户直接进行核查的核查手段有限。经协调, 相关中介机构对 TCN 执行了充分、合理的尽职调查程序, 通过对 TCN 核查进而确认公司向 TCN 实现终端销售的真实性, 具体情况如下:

1) 核查公司对 TCN 的各报告期最后一个月销售情况，确认公司不存在最后一个月突击发货确认收入的情况；

公司对 TCN 最后一个月销售情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
各期最后一个月对 TCN 销售收入（A）	2,115.79	2,886.64	3,243.18
TCN 销售收入合计（B）	24,088.78	31,614.63	31,409.24
最后一个月对 TCN 销售收入占当期对 TCN 销售收入比例（C=A/B）	8.78%	9.13%	10.33%

由上表可见，公司对 TCN 2021 年 12 月、2022 年 12 月、2023 年 10 月的销售收入占对 TCN 销售收入的占比分别为 10.33%、9.13%、8.78%，占比波动较小且处于合理区间。因此，公司不存在期末向 TCN 集中销售的情形；

2) 查阅与 TCN 的销售框架合同，向业务负责人了解公司向 TCN 的收款条件，检查收款政策的执行情况。报告期内，公司与 TCN 的收款政策均为下订单后预付 50%，提单出具后一周内支付 50%。因此，公司不存在通过放松对 TCN 的付款条件以促使 TCN 在某一期间增加库存做大销售的情形；

3) 实地走访 TCN 在日本的第三方物流中心 Nihon Total Tele-Marketing Co.,Ltd（日本前两大广告与传播集团之一博报堂旗下公司，以下简称“NTM”），访谈 NTM 负责 TCN 业务的负责人，了解第三方仓库的库存管理系统和收发货流程。实地查看仓库存货，确认 TCN 不存在长期滞销的存货；

4) 通过访谈获取 TCN 报告期各期末 Airdog 分产品期末库存数据，确认其不存在大量滞销的存货；

5) 通过访谈获取 TCN 报告期各期 Airdog 分产品销售数据，并与公司报告期各期的销售情况进行比对，验证数据是否存在异常；

6) 实地走访百货店店铺高岛屋百货新宿店，向高岛屋百货新宿店负责人了解 Airdog 产品在高岛屋百货的销售模式，确认其销售模式为代理销售，即由 TCN 物流中心代发货，不存在库存；

7) 实地走访企业用户 Tokyo Global Gateway，了解其采购 Airdog 产品的情况，并了解用户对 Airdog 产品的评价；

8) 查阅 TCN 官方线上商城平台：www.toconnect.co.jp/airdog/，查看网站是

否正常运营，查看其在售产品名录或产品海报，核对是否与公司销售产品一致；

9) 查阅 TCN 母公司 Melco 公司年度报告，查看其披露的与 Airdog 产品相关的业务表述，确认其相关业务销售收入趋势与公司向 TCN 的销售趋势一致；

10) 获取 TCN 期后回款银行回单以核查其期后销售回款情况。截至 2024 年 6 月 30 日，报告期各期末公司应收 TCN 账款均已回款；

(3) 细节测试。报告期各期，对 TCN 检查比例均为 100%，核查的支持性文件为：框架销售合同、销售订单、产品出库单、出口报关单、货运提单、银行回单等销售循环支持性文件；

(4) 截止性测试。对报告期各期资产负债表日前后一个月的 TCN 收入均进行了截止性测试，以评价收入是否确认在恰当的会计期间；

(5) 将外销收入与海关出口数据、退税金额进行了比对。

获取公司销售给 TCN 的海关报关单、出口退税申报表等，核查公司海关报关数据、出口退税金额数据与境外销售收入的匹配情况，确认公司对 TCN 收入与海关出口数据及出口退税金额匹配，具体情况详见本问询回复之问题“5.关于营业收入”之“中介机构回复”之“一、请主办券商及会计师核查上述事项，说明针对营业收入的核查方式及程序，发函、回函、走访、替代措施的金额和比例、核查结论”。

(6) 函证程序。对 TCN 报告期各期交易金额进行函证，函证结果各期均相符。

主办券商及会计师认为：针对主要经销商 TCN 采取的具体核查措施有效。

3、对公司经销收入的真实、准确、完整发表明确意见。

经核查，主办券商及会计师认为：

公司经销销售收入真实、完整、准确，收入确认方式及时点符合《企业会计准则》的规定。

5. 关于营业收入。2021 年、2022 年、2023 年 1-10 月公司营业收入分别为 45,423.35 万元、41,747.84 万元、30,841.86 万元；报告期各期公司境外销售占比均在 85%以上。

请公司按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于境外销售的要求进行补充披露。

请公司补充说明：（1）报告期各期主要细分产品空气净化器、风扇、加湿器单价、数量变化情况，结合行业发展情况、下游需求变动情况等进一步说明公司不同产品收入变化的原因，与同业可比公司营业收入变动趋势是否一致，如不一致说明合理性；（2）结合公司产品应用场景、客户群体、消费习惯、定价水平等因素，说明公司产品主要销往境外的商业合理性；（3）主要业务—其他产品、配件、其他业务收入核算的具体内容、金额、占比；（4）细化说明各销售模式具体差异，各自的收入确认具体时点，说明收入确认准确性；（5）报告期各期境外销售中各模式的具体金额及占比；（6）主要境外客户的基本情况，包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本及实缴情况、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模、市场地位；（7）量化分析公司最近一期业绩明显下降的原因及合理性，结合在手订单和期后经营情况（收入、净利润、毛利率、现金流等）说明公司业绩是否存在持续下滑风险。

请主办券商及会计师核查上述事项，说明针对营业收入的核查方式及程序，发函、回函、走访、替代措施的金额和比例、核查结论，对收入真实性、完整性、准确性发表明确意见。

【回复】

公司已按照《挂牌审核业务规则适用指引第1号》关于境外销售的要求将以下回复中楷体加粗部分在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析（二）营业收入分析 2.营业收入的主要构成（2）按地区分类”中补充披露。

一、报告期各期主要细分产品空气净化器、风扇、加湿器单价、数量变化情况，结合行业发展情况、下游需求变动情况等进一步说明公司不同产品收入变化的原因，与同业可比公司营业收入变动趋势是否一致，如不一致说明合理性；

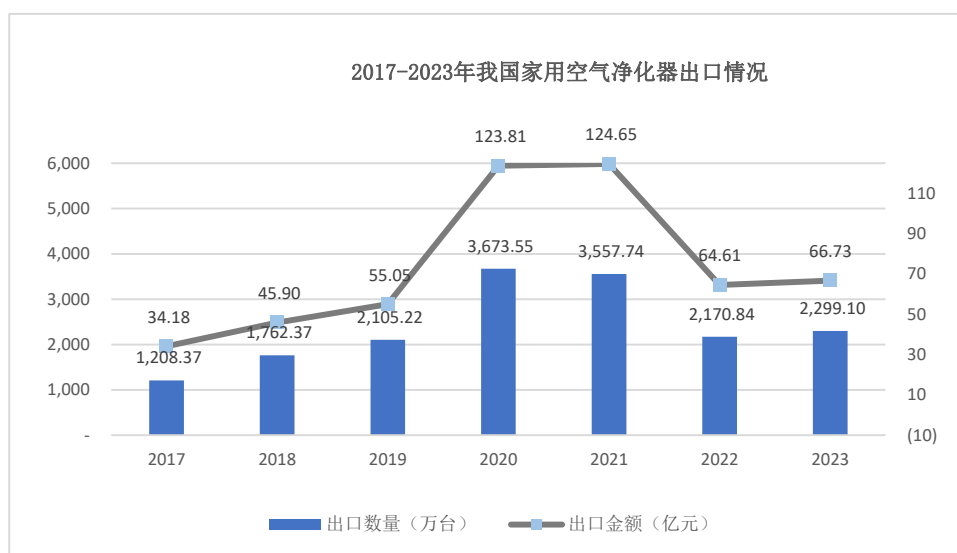
（一）主要细分产品空气净化器、风扇、加湿器单价、数量变化情况，结合行业发展情况、下游需求变动情况等进一步说明公司不同产品收入变化的原因

以下回复中楷体加粗部分在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析（二）营业收入分析 2.营业收入的主要构成（1）按产品（服务）类别分类”中补充披露。

1、空气净化器收入变化的原因

(1) 行业发展、下游需求变动情况

2020 年全球爆发的卫生公共事件使得消费者的健康观念进一步提升，海外对空气净化器产品需求进一步增加。在海外消费者需求增加因素的驱动下，2020 年我国空气净化器出口迎来大幅上涨。根据海关总署公布的数据，2020 年我国家用空气净化器出口数量达到 3,673.55 万台，同比增长 74.5%。2021 年，受到国际运输趋难的影响，出口数量有小幅下降，但仍达到 3,557.74 万台。2022 年，受到海外空气净化器抢购热潮逐步褪去影响，家用空气净化器出口数量降幅明显，仅为 2,170.84 万台，出口金额降至 64.61 亿元。



数据来源：海关总署

根据海关总署公布的数据，2023 年上半年空气净化器出口数量较去年同期仍下降 13.75%，但 2023 年下半年相关数据较去年同期已呈现明显上升趋势。随着海外渠道去库存和消费逐渐复苏，2023 年下半年海外空气净化器需求已出现增长态势。

2023 年空气净化器出口数量和出口金额

期间	出口数量 (万台)	出口金额 (亿元)	出口金额同比变动
2023 年上半年	971.70	30.37	-13.75%
2023 年下半年	1,327.40	36.36	27.16%

数据来源：海关总署

(2) 空气净化器收入变动的原因

报告期各期，公司空气净化器单价、数量变化情况如下：

单位：台、元/台

产品	2023 年度 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	销售数量	单价	销售数量	单价	销售数量	单价
空气净化器	170,585	1,461.70	299,401	1,246.99	327,584	1,329.30

报告期各期，公司空气净化器销售收入分别为 43,545.86 万元、37,335.15 万元和 24,934.35 万元，空气净化器销售收入呈下降趋势，主要是由于销售数量下降所致。

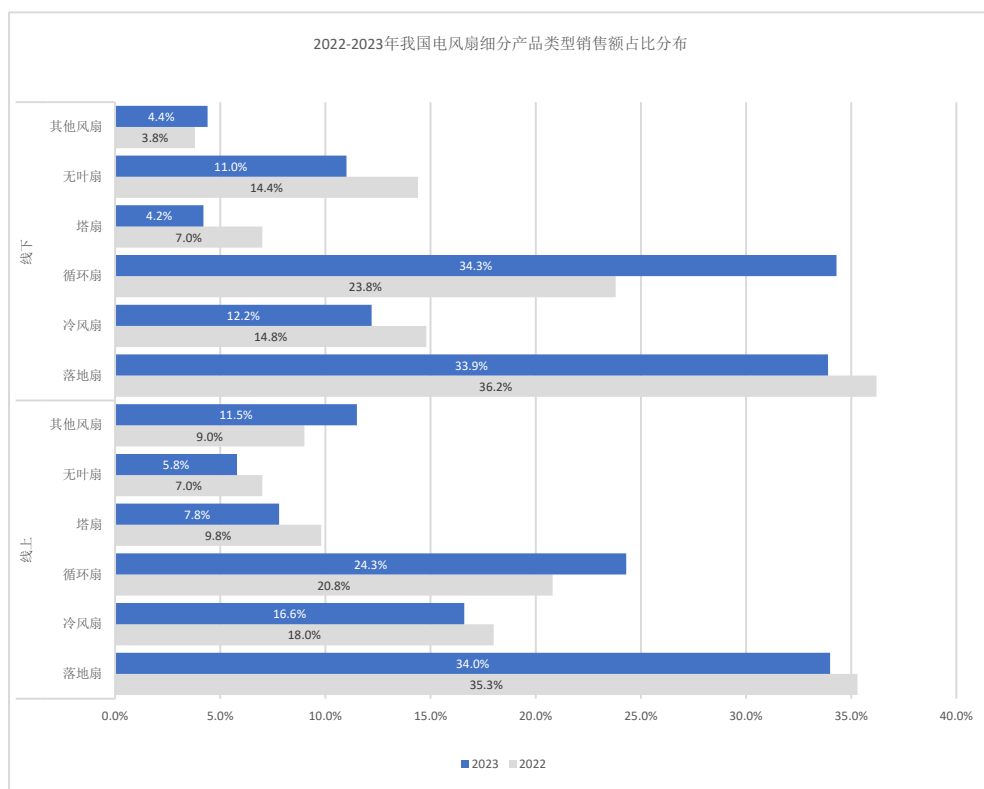
报告期各期，公司空气净化器销量降低，主要系 2021 年度市场对空气净化器的需求仍然受国际突发公共卫生的事件影响，境内外需求持续增长，而 2022 年以来，空气净化器抢购热潮逐步褪去，市场需求恢复常态。受此影响 2022 年度及 2023 年 1-10 月公司空气净化器产品销量较 2021 年高峰时出现下降。

从单价来看，2022 年空气净化器平均销售单价下降的原因主要系当年销售较多单价较低的车载空气净化器所致。2023 年 1-10 月空气净化器平均销售单价提高主要系公司空气净化器产品迭代升级价格有所提高及美元汇率上升的影响。

2、风扇产品收入变化的原因

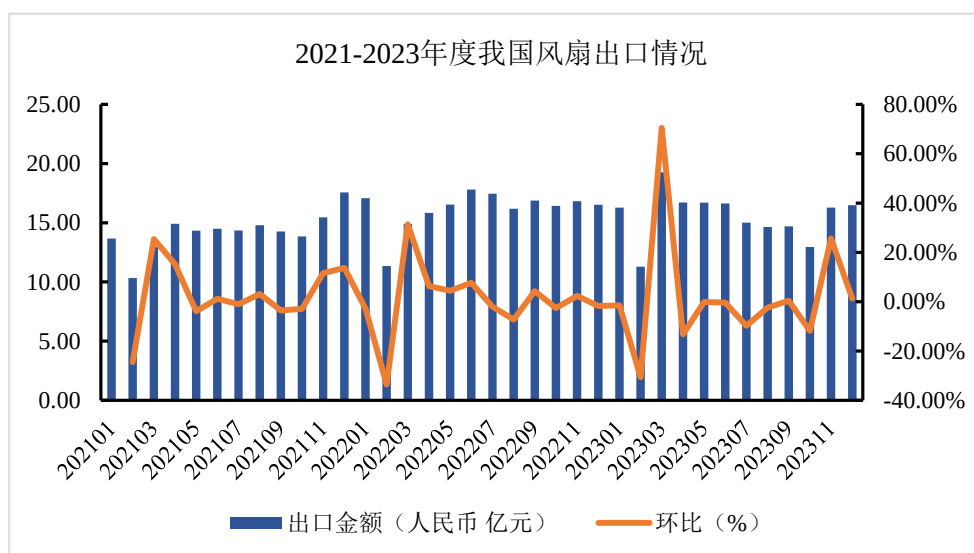
（1）行业发展、下游需求变动情况

国内零售方面，2023 年风扇市场整体需求扩张，但均价较上年度下探明显，奥维云网（AVC）数据显示，2023 年国内电风扇整体市场零售额 78 亿元，同比下滑 4.3%，零售量 4291 万台，同比增长 2.5%。从产品类型来看，2023 年落地扇、循环扇占据主要份额，循环扇份额持续扩大。



数据来源：奥维云网

出口方面，根据海关总署发布的数据，2021-2023 年度风扇出口额各月均保持同比增长趋势。



数据来源：海关总署

(2) 风扇收入变动的原因

报告期各期，公司风扇产品的单价、数量变化情况如下：

单位：台；元/台

产品	2023 年度 1-10 月	2022 年度	2021 年度
----	----------------	---------	---------

	销售数量	单价	销售数量	单价	销售数量	单价
风扇	74,209	386.26	78,422	336.30	13,732	439.84

报告期各期，公司风扇产品收入分别为 603.99 万元、2,637.34 万元和 2,866.36 万元。2022 年风扇产品收入增长主要是由于销量增加；2023 年 1-10 月，风扇收入增长主要是由于销量增加和单价提高的双重因素所致。公司风扇产品主要分为空气循环扇和折叠风扇两类，其中境内以空气循环扇销售为主，境外以折叠风扇销售为主。

从销量方面来看，公司 2022 年风扇产品销量较 2021 年增长较为迅速，主要系公司顺应国内市场循环扇需求增加的趋势，适时通过多种手段拓展公司产品的销售渠道，因此国内空气循环扇产品销量提升明显。2023 年 1-10 月风扇产品保持持续增长趋势，一方面是由于国内市场空气循环扇产品保持一定销售增长，另一方面，折叠风扇出口渠道拓展顺利也进一步使得风扇外销销量增加。

从单价来看，2022 年，公司风扇产品单价较上年下降了 23.54%，主要系公司当年着力开拓新品类空气循环扇在国内市场的销售渠道，加大促销力度，导致 2022 年风扇销售平均单价较上年度降幅较大所致。2023 年 1-10 月，风扇产品单价较上年上升了 14.85 个百分点，主要系公司开发的新品 F10 系列折叠风扇 2023 年 1-10 月在海外销售量大幅增加，该产品定位高端、定价较高，拉高了风扇产品的平均售价。

3、加湿器产品收入变化的原因

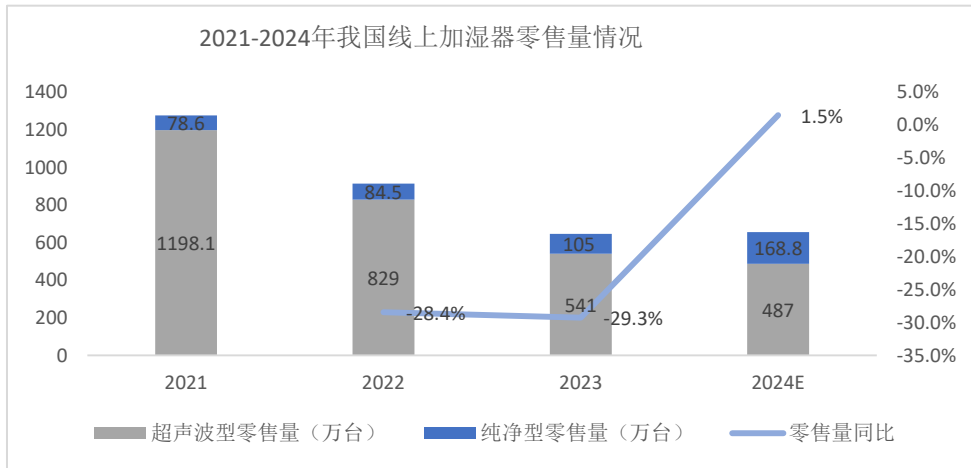
(1) 行业发展、下游需求变动情况

家用加湿器可分为两大类：售价较低的超声波加湿器和售价较高的纯净型加湿器。近年来，纯净型加湿器市场份额增长迅速。

特点	超声波加湿器	纯净型加湿器
产品构造	产品结构简单、技术成本低	产品结构相对复杂、技术成本高
加湿器件	风机、雾化片	风机、净水滤芯、空气滤网
产品差异化	有水雾	没有水雾
市场定位	售价较低，性价比高	售价较高，主打健康，面向母婴、过敏人群

根据奥维云网的数据显示，在国内线上加湿器零售量持续下降的背景下，纯净型加湿器零售量从 2021 年的 78.6 万台持续增长至 2023 年的 105 万台。随着

消费者对健康的关注度提升，纯净型加湿器市场份额持续增长。



来源：奥维云网，头豹研究院

(2) 加湿器收入变动的原因

报告期各期，公司加湿器产品的单价、数量变化情况如下：

单位：台；元/台

产品	2023 年度 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	销售数量	单价	销售数量	单价	销售数量	单价
加湿器	19,398	627.61	3,850	540.43	-	-

加湿器是公司于 2022 年推出的新产品。2022 年和 2023 年 1-10 月销售收入分别为 208.07 万元和 1,217.45 万元，收入增长主要来源于销量的快速增长。

2023 年 1-10 月，公司加湿器产品销量较 2022 年快速增加，主要是由于公司的无耗材喷淋智能加湿器产品属于纯净型加湿器，具有无雾和抑制细菌滋生的特点，同时具有滤网可水洗、无耗材的优势，受到关注健康的消费者欢迎，销售量持续增长。

从单价来看，2023 年 1-10 月，加湿器产品单价较上年提升了 16.13%，主要系 2023 年 1-10 月销售的主要为自主研发的无耗材喷淋智能加湿器产品，该产品定位高端、定价较高。而 2022 年销售的主要为代工生产的第一代加湿器产品，定价较低。

(二) 与同业可比公司营业收入变动趋势是否一致

1、空气净化器同业可比公司营业收入变动趋势

报告期内，业务中含有空气净化器的同行业可比公司收入变动趋势如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度
	收入金额	变动率	收入金额	变动率	收入金额
科沃斯 (603486.SH)	774,198.03	-1.67%	787,363.27	15.34%	682,659.63
莱克电气 (603355.SH)	513,818.38	-16.02%	611,821.03	-7.90%	664,300.79
奥佳华 (002614.SZ)	65,348.12	-20.42%	82,114.58	-19.85%	102,445.68
富泰科技 (873963.NQ)	31,603.19	74.74%	18,086.02	20.96%	14,951.77
公司	24,934.35	-33.21%	37,335.15	-14.26%	43,545.86

注：1、科沃斯披露口径为服务机器人业务，扫地机器人、擦窗机器人和空气净化机器人等；莱克电气披露口径为清洁健康家电与园艺工具（清洁健康家电业务收入未单独披露），包括空气净化器、净水机、吹风机等；奥佳华披露口径为健康环境产品，包括新风系统、空气净化器等；富泰科技披露口径为主营业务收入。

2、可比公司 2023 年 1-10 月收入为 2023 年度数据，下同。

上述可比公司中奥佳华收入披露口径与公司空气净化器产品基本一致，其收入变动趋势与公司一致。其他可比公司可获得的收入分类中空气净化器占比较小。

2、风扇同业可比公司营业收入变动趋势

现有可比公司的主营业务中未涉及风扇产品，选取从事风扇产品销售的小崧股份、瑞能智慧，进行对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度
	收入金额	变动率	收入金额	变动率	收入金额
小崧股份 (002723.SZ)	34,137.23	32.61%	25,742.75	-10.21%	28,669.29
瑞能智慧 (874003.NQ)	6,637.54	82.49%	3,637.24	95.65%	1,859.02
公司	2,866.36	8.68%	2,637.34	336.65%	603.99

风扇业务为公司近年来新开拓的产品，报告期内收入增速较快，增长趋势与小崧股份和瑞能智慧相比不存在显著差异。

3、加湿器同业可比公司营业收入

现有可比公司的主营业务中未涉及加湿器产品，选取从事加湿器产品销售的盈趣科技、唯科科技，进行对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度
	收入金额	变动率	收入金额	变动率	收入金额
盈趣科技 (002925.SZ)	37,840.26	36.77%	27,666.82	-57.25%	64,714.71
唯科科技 (301196.SZ)	37,651.44	77.43%	21,220.79	-38.77%	34,654.99
公司	1,217.45	485.12%	208.07	-	-

注：盈趣科技主营健康环境产品，其中包括空气净化器、加湿器、除湿机、香薰机、植物种植器及净水器等。唯科科技披露口径为健康产品，其中包括空气净化器、加湿器、玻璃清洁机等。

盈趣科技和唯科科技加湿器产品 2023 年均呈现收入的增长；公司于 2022 年进入加湿器领域，该项业务尚处于成长期，相较于盈趣科技和唯科科技而言，公司加湿器业务的体量较小，呈现快速增长的趋势，具有合理性。

综上，报告期各期公司主要细分产品空气净化器、风扇、加湿器收入变化具有合理的原因，与同业可比公司营业收入变动趋势一致。

二、结合公司产品应用场景、客户群体、消费习惯、定价水平等因素，说明公司产品主要销往境外的商业合理性

报告期内，公司产品的应用场景、客户群体、消费习惯、定价水平情况具体如下：

应用场景	公司主要产品广泛应用于餐厅、医院、学校、公司、家庭、车厢等室内环境，能够覆盖消费者主要的生活及工作场景
客户群体	目标用户为关注环境健康，注重生活品质及产品品质的消费者
消费习惯	目标用户习惯于通过当地线上、线下各类渠道购买产品
定价水平	产品定位于科技创新型产品，定价水平较高

就空气净化器的客户群体而言，相较于境内消费者，境外如日本、美国等地区消费者具有较强的健康意识，对于空气净化器等环境健康电器产品的认知度高，同时也具有较高的消费水平，对创新型产品价格接受度高，这与公司的产品定位具有较高匹配性。

另外，公司创始人团队有着丰富的海外背景，了解境外市场的运营模式及境外用户的使用需求，对于公司成功获取境外客户具有重要优势，因此在前期资金、人力等资源相对有限的情况也主要聚焦于海外市场的开拓，导致公司外销占比较高。

因此，报告期公司产品主要销往境外主要由于公司的产品定位与境外用户匹

配度高及公司战略选择结果导致，具有商业合理性。

另外，能够实现良好的境外销售，也因为公司具有以下核心竞争优势：

（一）实际控制人背景优势

公司是一家专注于自有品牌空气净化及其他健康电器研发和生产的全球化科技公司，于 2009 年由公司的实际控制人冉宏宇和章燕等留美博士共同创立。

冉宏宇先生，本科毕业于中国科学技术大学，博士毕业于全球著名的美国加州理工学院，获得了机械工程空气动力学博士学位。冉宏宇先生系“国家特聘专家”，曾任“PM2.5 防治专家小组”成员，曾荣获江苏省高层次创新创业人才引进计划引进人才、金鸡湖双百年人才计划海外高层次领军人才、2017 年全国空净行业金鼎奖年度评选领军人物等多项荣誉。冉宏宇先生于 2001 年 11 月至 2003 年 4 月在美国国际整流器公司担任研发工程师，于 2003 年 4 月至 2006 年 2 月在加州理工学院担任研究科学家，于 2006 年 2 月至 2009 年 7 月就职于美国加州国际领先的知识产权研发公司特信华公司，担任主管工程师和资深项目经理，负责管理的研发项目包括美国国家实验室资助的“三维高密度芯片堆叠技术”和“离子风高效芯片散热技术”，而后归国创立公司。

章燕女士，硕士毕业于新加坡国立大学，博士毕业于美国加州大学圣塔克鲁斯分校，获得电子工程博士学位。章燕博士在留学美国期间主要研究新型材料在电子器件、设备中的应用及其测试方式方法，在国际刊物和会议杂志上发表了 30 多篇文章，其中多篇文章发表在“Applied Physics Letters”和“Journal of IEEE Transactions on CMPT”等权威期刊上，其发表的论文“On-chip High Speed Localized Cooling”曾获得 2006 年 IEEE 杂志最佳论文奖。在 IEEE 的专业（包括 Materials Research Society (MRS) 和 International Microelectronics And Packaging Society (IMAPS)）会议中，擅长空气污染治理与研究领域，对新型纳米材料在去除高压器件产生的臭氧技术有过深入的研究。章燕女士于 1997 年 7 月至 1999 年 7 月，在西门子中国有限公司上海分公司担任供应商鉴定工程师，于 2006 年 1 月至 2007 年 5 月，担任 Flomerics Inc. 工程师顾问，于 2007 年 8 月至 2009 年 10 月，在美国特信华公司担任研发总工程师，负责参与新型热电材料在能源回收方面的应用，微型半导体制冷芯片在电脑冷却中的应用，先进纳米材料在环境工程学中的应用等项目。

创立公司后，冉宏宇和章燕博士也主导了公司的一系列核心研发项目，并作

为发明人分别参与了 148 项和 50 项专利的申请，分别获得已授权专利 109 项和 30 项。

因此，公司实际控制人均有海外知名院校学历背景，具有突出的专业能力，并拥有丰富的技术研发经验。

（二）技术研发优势

2007 年，冉宏宇先生所在的项目组参加了苹果第一代超薄型笔记本电脑 MacBook Air 的散热研发项目，但他发现，离子风技术虽然能够解决笔记本电脑散热问题，却会在短时间内吸附大量空气污染物，妨碍电脑正常运行，最终导致项目失败。受此启发，冉宏宇先生另辟蹊径，转而将离子风技术应用于空气净化器中，离子风技术便是公司核心技术 TPA 的前身。不久后冉宏宇先生便回国创立了公司，逐步建立了完善的自主研发体系，历经多年研发，独创了 TPA 双极猎尘技术，应用于公司的空气净化器产品。

TPA 双极猎尘技术，是利用综合高压离子场、电子材料和空气动力等多领域科技，能够在产品的发生极和收集极间制造出 2-4 万伏高能离子场，主动捕捉尘粒、灭活细菌，与传统 HEPA 滤网技术相比，具有净化彻底、性能持久、无耗材水洗重复使用、高效杀菌消毒等优势，带来空气净化领域的技术创新。TPA 双极猎尘技术的基本原理如下图所示：



对比于传统的静电型空气净化产品，TPA 有以下显著特点：（1）采用双电极技术，数万伏高压产生第一电极场，在该电极场中，污染物在发生极离子的作用下被荷相同的正电，在随设备气流运动的过程中，依照正负相吸的原理被快速吸附于带负电的收集电极上，并在随设备气流继续运动的过程中，进入到第二电

场；第二电场由收集极和排斥极构成排斥电场，使第一电场中逃逸的污染物在排斥电场库仑力的作用下，能够被排斥电极推向收集电极从而二次主动捕捉吸附。因此双电极技术的 TPA 具备更高的净化效率；（2）电压越高，电极离子场强度越大，逃逸的污染物更少，因此可以产生更高效的净化去除效率；（3）电极离子场对细菌病毒等的细胞具有较强的破坏作用，离子场越强，对细菌病毒的杀灭作用越明显，因此 TPA 对细菌病毒的杀灭性能更显著；（4）同样的净化性能，需要的电耗更低，产品更加节能。

提高电场力强度可以在现有技术基础上进一步提升净化效率，但是电场强度的提升会带来诸多技术难题，如空气电离后产生臭氧问题、净化设备的高压绝缘问题、污染物荷电后黏附在绝缘材料上导致净化设备内部绝缘体系失效进而损坏设备问题、水汽进入并黏附在绝缘材料上导致净化设备内部绝缘体系失效进而损坏设备问题等。公司自成立以来，一直深耕高压离子场净化领域，为克服上述问题，进行了一系列的研究创新、技术改造，解决本行业一系列技术难题，截至报告期末，公司共取得了 182 项国内外专利，其中发明专利 50 项，另有在申请专利 64 项，并获得软件著作权 9 项，作品著作权 2 项，公司已形成了自己的产品特色与一定的技术壁垒。

与此同时，公司技术优势还得到了行业的一致认可，参与了“《空气净化器》（GB/T18801-2015）”、“《空气净化器》（GB/T18801-2022）”空气净化器核心国标的编制，并在参与起草行标“《空气净化器用静电式集尘过滤器》（QB/T5267-2018）”的厂家中排名第一。此外，公司还先后参与编制了《室内空气净化器净化性能评价要求》（APIAC/LM01-2013）、《空气净化器及类似功能产品除病毒性能试验方法》（T/SAEPI005-2020）及《民用室内甲醛浓度检测装置》（T/SAEPI006-2021）等多项行业和团体标准。

（三）产品优势

1、空气净化器产品

目前市场上的空气净化器产品主要为滤网式以及静电式产品，两种技术路线各有优劣，公司的 TPA 式空气净化器则能实现取长补短，具体对比情况如下：

项目	滤网式	静电式	公司 TPA 式
原理	利用致密的滤网被动拦截污染物	利用 6-8 千伏的电场力主动捕捉污染物	利用 2-4 万伏的电场力主动捕捉污染物

项目	滤网式	静电式	公司 TPA 式
效果	效率高	效率低	效率高
	随使用时间成线性衰减	不衰减	不衰减
	容易滋生病原体	不滋生病原体	不滋生病原体
使用成本	高，需要定期更换滤网	没有，因为不需要更换滤网	没有，因为不需要更换滤网
能耗	中	低	低
噪音	中	低	低
臭氧发生	低	高	低

因此由上表可见，公司空气净化器具有以下核心优势：

（1）利用万伏级高压电场，能够更直接更高效电解灭活细菌病毒、过敏原等有害污染物，避免污染物二次释放，净化更彻底；

（2）传统净化器采用 HEPA 滤网吸附净化，持续使用会被污染物阻塞，导致性能下降，而公司采用的 TPA 离子场中空式设计不会被污染物堵塞，性能稳定不衰减；

（3）传统净化器需要定期更换 HEPA 滤网，而公司空气净化器核心净化组件可水洗和长期使用，低碳环保，降低了使用成本；

（4）利用自有技术降低臭氧发生，并实现节能及静音特点。

2、其他环境健康电器

依托核心 TPA 技术，公司根据潜在市场需求，还在环境健康电器领域进行了横向拓展，开发研究了折叠扇、喷淋无耗材加湿器等多个产品品类，并基于现有行业内产品痛点进行了技术改进和原理创新。

在折叠扇系列产品中，公司推出的 F12 折叠扇，通过一种伸缩杆旋转与铰链复合驱动机构、一种横向滑动轴承和径向平面滚珠相结合的全包裹转动架构、仿喇叭口风道等技术的研发，推出了 12 英寸大尺寸折叠扇，打破了目前市面上以 8 英寸折叠扇为主的市场竞争格局，具备高风量、低噪声等优点，并解决了大尺寸会带来摆动过程中的大幅晃动问题，更好的满足了用户对高品质大尺寸易收纳风扇的市场需求。

在喷淋无耗材加湿器系列产品中，公司针对现有空气加湿器产品易发霉、噪声大等行业痛点问题进行了多项创新，具体为：（1）针对市场上加湿器产品普遍存在的滤网发霉、防霉剂危害等突出痛点问题，公司基于核心 TPA 技术，将

TPA 电离静电模块设计改进后植入加湿器水桶底部，并在电离静电模块上加载高频脉冲电压，对水体进行消毒杀菌，在此过程中产生微量的杀菌因子，结合滤网上喷淋技术，将含有杀菌因子的水体喷流到滤网上进行刷洗消毒，避免细菌滋生造成滤网发霉变质；（2）结构设计上采用微型水泵上喷淋方案，并通过研发一种微型水泵降噪的方法，利用能量转换原理，将水泵的震动转化为水泵固定组件的弹性势能，从源头上消除噪声源，解决了现阶段行业面临的微型水泵送水叶轮运转过程中产生的“高频共振噪声”问题。

（四）品牌优势

公司自成立以来即致力于打造全球领先的自主高科技品牌，通过行业先进技术的研发和应用解决传统产品痛点问题，为用户提供高科技、高品质产品，持续提升用户生活品质。凭借优秀的产品外观设计、先进的技术和过硬的产品品质，公司的多个产品先后取得了“国际发明展览会金奖”、“中国设计红星奖”、“江苏省高新技术产品”等多个奖项或荣誉。公司 Airdog 品牌也曾多次在日本最大的调查公司之一 CMIndex 的月例调查中被评为家庭电器行业 CM 好感度 NO.1 品牌。

此外，公司还顺应移动自媒体的兴起和互联网经济发展快速的行业趋势，在小红书、抖音、谷歌、Meta 等多个新媒体平台上，以直播、短视频、图文以及硬广等多种形式积极进行品牌推广，以触达不同圈层的消费群体，进一步提高“贝昂”品牌在空气净化器领域中的影响力和知名度。

凭借优质的产品品质和从广度到精度的品牌推广，“贝昂”、“Airdog”品牌被广大消费者熟知和认可，自有品牌“Airdog”产品已广泛出口于日本、北美、欧洲等等全球 90 多个国家和地区。自有品牌的成功打造为公司持续扩大市场规模、提高市场占有率奠定了基础。

（五）完善的质量控制和产品认证优势

公司高度重视产品质量控制，已建立起健全、科学的现代化管理制度，严格执行国家标准，先后通过了 ISO9001 质量管理体系认证和 ISO14001 环境管理体系认证，并通过制定《采购管理程序》、《原材料检验规范》、《生产线管理制度》、《质量手册》、《生产过程管理程序》、《标识和可追溯管理程序》、《监视和测量管理程》、《不合格管理程序》、《包装测试标准》、《质量保证协议》、《产品例行检验和确认检验规范》、《出货检验标准》、《质量控制流程图》等

一系列制度和程序文件建立了公司内部标准，对原材料入库、生产、成品入库、出货检验等各个环节进行严格管控，确保公司产品质量。

同时，凭借优秀的产品品质，公司产品还通过了诸多国际标准的测试和认证如日本 PSE、欧盟 CE、北美 ETL、美国 FDA510（k）二级医疗器械认证等多项强制性认证，建立了完善的认证体系，可在全球多个国家和地区市场进行产品销售。

三、主要业务—其他产品、配件、其他业务收入核算的具体内容、金额、占比；

（一）主要业务—其他产品、配件核算的具体内容、金额、占比

报告期各期，公司主营业务收入-其他产品及配件的具体内容、金额及占比如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
材料及配件	633.01	2.05	498.31	1.19	378.12	0.83
净水机	595.57	1.93	56.36	0.14	-	-
吸尘器	226.64	0.73	235.54	0.56	116.19	0.26
除螨仪	104.8	0.34	-	-	-	-
除湿机	60.69	0.20	-	-	-	-
暖风机	60.36	0.20	389.6	0.93	328.99	0.72
香薰机	33.45	0.11	99.82	0.24	97.18	0.21
空调箱净化器	1.06	0.00	112.03	0.27	13.54	0.03
其他	40.22	0.13	12.74	0.03	50.99	0.11
合计	1,755.80	5.69	1,404.40	3.36	985.01	2.17

公司主营业务收入中其他产品及配件主要系空气净化器的材料及配件、净水机、吸尘器、暖风机等产品销售收入。

（二）其他业务收入核算的具体内容、金额、占比

报告期各期，公司其他业务收入的具体内容、金额及占比如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
----	---------------	---------	---------

	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
房租及其他	56.02	0.18%	58.70	0.14%	4.53	0.01%
CIF 运保佣	4.83	0.02%	92.02	0.22%	267.73	0.59%
废品废料收入	7.04	0.02%	12.16	0.03%	16.24	0.04%
其他业务收入合计	67.90	0.22%	162.88	0.39%	288.49	0.64%

报告期各期，公司其他业务收入金额较低，主要为房租及其他以及 CIF 运保佣收入。2021 年 CIF 运保佣收入金额较高主要是由于当年集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，公司采用 CIF 形式出口销售的运费大幅上涨所致。

综上所述，公司主营业务收入中其他产品及配件主要系空气净化器的材料及配件、净水机、吸尘器、暖风机等产品的销售收入；公司其他业务收入主要为房租及其他以及 CIF 运保佣收入。

四、细化说明各销售模式具体差异，各自的收入确认具体时点，说明收入确认准确性；

销售模式	验收与风险转移	存货管理	退换货机制	收入确认具体时点	收入确认单据情况
经销	国内经销： 产品毁损、灭失的风险自送达经销商指定地点并交付给经销商或经销商指定收货人后即转移至经销商，经销商及经销商指定收货人在提货时应当场进行验收，并在公司提供的送货单上签字确认。经销商对产品的外观、数量、规格等外在质量方面的异议须在公司交付产品时提出，否则视为验收合格。经销商未按约完成验收义务但同意接收产品的，视为验收合格。如经销商未按照采购订单约定的交货时间或地点按时提货，因延迟提货发生产品的损失等由经销商承担。 国外经销： 主要为 FOB，在产品交付给客户指定的货运代理时，产品的损失风险和所有权转移，个别采用 CIF、EXW、C&F、DDP、DAP 模式	经销商自行承担存货管理风险，公司不直接掌握经销商库存及终端流向明细	非产品内在质量问题不接受经销商退货	内销：经销商签收后确认收入。 外销： 采用 FOB、CIF、EXW 及 C&F 模式：取得报关单、提单时确认收入；采用 DDP、DAP 模式的销售：将产品运抵合同约定地点交付给客户时确认收入。	内销： 签收单。 外销： FOB、CIF、EXW 及 C&F 模式： 报关单、提单 DDP、DAP 模式： 客户签收单
代销	线下一件代发模式： 公司代发货，产品毁损、灭失的风险自送达代销商终端客户地点并交付给代销商终端客户后转移至代销商，双方每个月进行对账。 线上 B2B 平台代销： 电商平台向公司采购的产品，产品所有权自电商平台客户与电商平台就产品达成意向订单并实现产品出库后转移电商平台，产品出库的时间以电商平台系统记录为准；产品出库后公司应当自行委托电商平台指定的物流公司将产品交付电商平台客户，如产品未成功交付电商平台客户，公司同意接受电商平台就该产品向公司退货，同时，产品所有权将自未成功交付原因发生之时起（包括但不限于：客户取消订单、客户拒收、物流货损等）由电商平台转移至公司；产品在成功交付电商平台客户前或未成功交付电商平台客户期间的一切费用及风险责任由公司承担。	订单基于终端客户的需求，终端客户正式通知收货后才进行结算流程，代销商不承担存货风险。	线下一件代发模式： 非产品内在质量问题不接受退货 线上 B2B 平台代销： 7 天无理由退换货	线下一件代发模式： 公司直接将产品发运给最终消费者，公司根据与代理商的对账结果确认收入。 线上 B2B 平台代销： 公司根据合同约定的对账时间，收到电商平台的对账清单并核对无误后确认收入。	代销对账单
直销	线下直销： 在客户签收后除质量问题一般不接受退货。 线上 B2C 模式： 消费者在第三方电商平台或公司自有平台下单购买商品，公司将商品发		线下： 非产品内在质量问题不接受退	线下直销： 公司将产品交付给客户后确认收入。	境内线下直销： 签收单。 境外线下直销： FOB、CIF、EXW 及

销售模式	验收与风险转移	存货管理	退换货机制	收入确认具体时点	收入确认单据情况
	货到消费者指定的收货地址。公司主要线上 B2C 平台天猫旗舰店、京东 POP 店等均存在七天无理由退货期，即消费者在收到货物 7 天内，在符合货物的退货条件前提下，可向公司申请 7 天无理由退货或换货。但线上 B2C 平台在达到 10 天-20 天收货期满系统才会自动确认收货。根据消费者习惯，客户主动点击确认收货后基本不会发生退货行为，大多数消费者是等待 10-20 天收货期满后系统自动确认收货，此时已经过了 7 天无理由退货期。公司目前的收入确认时点已涵盖了七天无理由退货期限，风险和报酬已经转移，公司对货物不再拥有控制权。	公司自行管理存货，直接向终端客户发货	货 线上 B2C：7 天无理由退换	线上 B2C 模式： 公司收到客户订单后发货，在消费者收到货物或系统默认收货的时点确认销售收入。	C&F 模式：报关单、提单； DDP、DAP 模式：客户签收单； 线上 B2C 模式： 电商平台订单状态明细

综上，公司按照各销售模式下控制权转移的时点作为收入确认时点，公司各销售模式下收入确认准确。

五、报告期各期境外销售中各模式的具体金额及占比；

报告期各期，公司境外销售中各模式的具体金额及占比情况如下：

单位：万元

模式	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例	金额	占外销收入比例
直销	1,212.05	4.53%	1,587.59	4.43%	2,615.86	6.76%
其中：						
线上 B2C	654.84	2.45%	658.78	1.84%	-	-
ODM	454.56	1.70%	848.32	2.37%	2,388.38	6.17%
线下直销	102.65	0.38%	80.49	0.22%	227.48	0.59%
经销	25,329.39	94.64%	34,090.95	95.19%	35,814.17	92.55%
代销	165.29	0.62%	-	-	-	-
其他业务收入	56.44	0.21%	134.52	0.38%	267.73	0.69%
外销收入合计	26,763.16	100.00%	35,813.06	100.00%	38,697.75	100.00%

由上表可见，境外销售模式中经销收入占比较高，报告期各期占外销收入的比例分别为 92.55%、95.19%和 94.64%，其次为直销模式，占比分别 6.76%、4.43%和 4.53%，其他模式收入和占比均较小。

六、主要境外客户的基本情况，包括但不限于客户名称、金额、占比、注册资本及实缴情况、实际控制人、成立及开始合作时间、经营规模、市场地位；

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”中补充披露公司报告期内主要境外客户的基本情况，内容如下：

报告期内，公司以境外销售为主，主要境外客户的基本情况如下：

年份	境外客户名称	注册资本	实缴资本	股权结构/实际控制人	成立时间	开始合作时间	市场地位	经营规模	销售金额 (万元)	占营业收入 比重 (%)
2023 年 1-10 月	toConnect Inc.	1 亿 1000 万 日元	1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	2018 年 12 月 4 日	2019 年	日本上市公司全资子公司， 主要销售的品牌包括 Airdog、夏普、NanoWasala 等，主要的销售产品涵盖家 电、厨电、IT 产品、安保 等多种品类	NA	24,088.7 8	78.10
	Vickys Import & Export Pte. Ltd	5 万新币	5 万新币	TEO KIAN SENG (100%)	2011 年 12 月 6 日	2015 年	总部在新加坡的进出口贸 易公司，主营公司为其代工 生产的空气净化器、风扇等 产品	NA	454.56	1.47
	Napa Solutions Co.,Ltd.	800 万泰铢	400 万泰铢	Ms. Janlada Chokchaiyakul (51%)、Mr. Pongrapee Homklinkaew (45%)、Mr. Sombat Chokchaiyakul (4%)	2020 年 9 月 9 日	2020 年	泰国当地零售商，专注于高 端大众市场，有自己的线下 旗舰店和线上商城	2022 年营业收 入为 4,062.94 万泰铢（约合 人民币 820 万 元）	410.21	1.33
	Amazon.com, Inc.	109,000 百 万美元	109,000 百 万美元	5%以上股东包括： Jeffrey P. Bezos、The Vanguard Group, Inc.、BlackRock, Inc.	1994 年 7 月 5 日	2022 年	美国最大的网络电子商务 公司，全球领先的互联网企 业	2023 年营业收 入为 5,747.85 亿美元（约合 人民币 40,700 亿元）	392.21	1.27

年份	境外客户名称	注册资本	实缴资本	股权结构/实际控制人	成立时间	开始合作时间	市场地位	经营规模	销售金额 (万元)	占营业收入 比重 (%)
	CAO DAI TIN TRADING COMPANY LIMITED	7,000,000 万越南盾	NA	VO CONG CAO (100%)	2017 年 10 月 6 日	2022 年	越南进出口贸易公司, 主营 产品种类丰富	2022 年营业收 入为 9,159,485.40 万越南盾 (约 合人民币 2,720 万元)	325.65	1.06
2022 年	toConnect Inc.	1 亿 1000 万 日元	1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	2018 年 12 月 4 日	2019 年	日本上市公司全资子公司, 主要销售的品牌包括 Airdog、夏普、NanoWasala 等, 主要的销售产品涵盖家 电、厨电、IT 产品、安保 等多种品类	NA	31,614.6 3	75.73
	Vickys Import & Export Pte. Ltd	5 万新币	5 万新币	TEO KIAN SENG (100%)	2011 年 12 月 6 日	2015 年	总部在新加坡的进出口贸 易公司, 主营公司为其代工 生产的空气净化器、风扇等 产品	NA	750.41	1.80
	Suarez Corporation Industries	NA	NA	Benjamin D. Suarez	1968 年 1 月 1 日	2017 年	美国家用电器产品销售公 司	NA	551.15	1.32
	Clarog Enterprises Ltd	NA	NA	Rory Clarke (50%)、 Geraldine Clarke (50%)	1998 年 11 月 30 日	2020 年	爱尔兰注册公司, 主营医疗 器材相关产品	2023 年营业收 入为 68.00 万 英镑 (约合人 民币 610 万元)	347.06	0.83
	Amazon.com, Inc.	109,000 百 万美元	109,000 百 万美元	5%以上股东包括: Jeffrey P. Bezos、The Vanguard Group, Inc.、BlackRock,	1994 年 7 月 5 日	2022 年	美国最大的网络电子商务 公司, 全球领先的互联网企 业	2023 年营业收 入为 5,747.85 亿美元 (约合 人民币 40,700 亿元)	329.88	0.79

年份	境外客户名称		注册资本	实缴资本	股权结构/实际控制人	成立时间	开始合作时间	市场地位	经营规模	销售金额 (万元)	占营业收入 比重 (%)
					Inc.						
2021 年	toConnect Inc.		1 亿 1000 万 日元	1 亿 1000 万 日元	Melco Holdings Inc. (100%)	2018 年 12 月 4 日	2019 年	日本上市公司全资子公司，主要销售的品牌包括 Airdog、夏普、NanoWasala 等，主要的销售产品涵盖家电、厨电、IT 产品、安保等多种品类	NA	31,409.24	69.15
	Vickys Import & Export Pte. Ltd		5 万新币	5 万新币	TEO KIAN SENG (100%)	2011 年 12 月 6 日	2015 年	总部在新加坡的进出口贸易公司，主营公司为其代工生产的空气净化器、风扇等产品	NA	2,200.23	4.84
	DENTDEAL Produkt & Service GmbH		3.9 万欧元	NA	Frank Andree (50%)、Vormann Armin (50%)	2017 年 3 月 8 日	2021 年	德国公司，主营业务是牙医诊所相关的设备的销售	NA	1,113.87	2.45
	Thomas Schmid 控制的公司	LTeg GmbH	3.6 万欧元	3.6 万欧元	Thomas Schmid (100%)	2008 年 10 月 10 日	2020 年	德国公司，专营公司 Airdog 空气净化器	2021 年营业收入为 287.56 万欧元（约合人民币 2,080 万元）	920.74	2.03
	Suarez Corporation Industries		NA	NA	Benjamin D. Suarez	1968 年 1 月 1 日	2017 年	美国家用电器产品销售公司	NA	456.53	1.01

七、量化分析公司最近一期业绩明显下降的原因及合理性，结合在手订单和期后经营情况（收入、净利润、毛利率、现金流等）说明公司业绩是否存在持续下滑风险。

（一）量化分析公司最近一期业绩明显下降的原因及合理性

2023 年 1-10 月，公司净利润较 2022 年明显下降主要是由于空气净化器产品收入下降以及非经常性损益项目外汇衍生品交易亏损所致，具体分析如下：

1、空气净化器收入下滑的影响

公司最近一期主要产品收入同期比较情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年 1-10 月	变动金额	变动比例
营业收入	30,841.86	35,234.97	-4,393.11	-12.47%
其中：				
空气净化器	24,934.35	31,426.37	-6,492.02	-20.66%
风扇产品	2,866.36	2,607.19	259.17	9.94%
加湿器产品	1,217.45	62.47	1,154.98	1848.86%

由上表可见，公司最近一期业绩下降主要受空气净化器收入下滑影响。

2023 年 1-10 月，公司空气净化器收入较去年同期减少 6,492.02 万元，主要是由于空气净化器销量下降所致。公司空气净化器销量降低，主要系 2021 年度市场对空气净化器的需求仍然受国际突发公共卫生的事件影响，境内外需求持续增长，而 2022 年以来，空气净化器抢购热潮逐步褪去，市场需求恢复常态。受此影响 2022 年度及 2023 年 1-10 月公司空气净化器产品销量较 2021 年高峰时出现下降。空气净化器收入减少的原因详见本问询回复本题回复之“一、（一）主要细分产品空气净化器、风扇、加湿器单价、数量变化情况，结合行业发展情况、下游需求变动情况等进一步说明公司不同产品收入变化的原因”。

2、非经常性损益对业绩的影响

单位：万元

项目	2023 年度 1-10 月	2022 年 1-10 月	同比
营业收入	30,841.86	35,234.97	-12.47%
净利润	3,293.50	5,296.85	-37.82%
扣除非经常损益后归属于母公司股	5,462.98	5,745.66	-4.92%

项目	2023 年度 1-10 月	2022 年 1-10 月	同比
东的净利润			

由上表可见，由于公司最近一期非经常性损益的影响较大导致净利润大幅下滑，而非经常性损益金额-2,169.49 万元中有-2,147.25 万元系公司开展外汇衍生品业务形成的损益影响，具有偶然性因素，扣除非经常性损益的影响因素后 2023 年 1-10 月净利润较去年同期基本稳定。

（二）结合在手订单和期后经营情况（收入、净利润、毛利率、现金流等）说明公司业绩是否存在持续下滑风险。

1、在手订单及期后经营情况

截至 2024 年 4 月末，公司尚未履行的在手订单金额约为 3,403.21 万元；截至 2024 年 6 月 15 日，公司尚未履行的在手订单金额约为 4,511.68 万元，较去年同期上涨 53.63%，增长明显。

公司未经审计的期后财务数据如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-4 月	2023 年度	2022 年度
营业收入	13,711.86	39,389.81	41,747.84
净利润	2,603.14	6,215.35	6,518.96
毛利率	54.82%	50.33%	42.77%
净经营活动现金流	359.77	9,727.70	1,878.95

注：2023 年度以及 2024 年 1-4 月份财务数据未经会计师事务所审阅或审计，不构成公司所做的盈利预测或业绩承诺。

2023 年度及 2024 年 1-4 月，公司分别实现营业收入 39,389.81 万元及 13,711.86 万元，实现净利润 6,215.35 万元及 2,603.14 万元，公司报告期后 6 个月经营状况正常稳定，未发生重大不利变化。

2023 年度及 2024 年 1-4 月，公司毛利率分别为 50.33%及 54.82%，毛利率逐步提升。

2023 年度及 2024 年 1-4 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,727.70 万元及 359.77 万元，同比变动 417.72%及-26.18%，2023 年度经营活动产生的现金流量大幅增长主要系 2023 年末公司主要境外客户新增大额订单预收款所致；2024 年 1-4 月公司经营活动产生的现金流量净额未发生重大变化。

2、公司业绩是否存在持续下滑风险

随着海外渠道去库存和国内外消费逐渐复苏，公司期后财务数据企稳，订单已呈现增长，期后经营情况呈现企稳回升的趋势。

关于可能存在的经营业绩持续下滑风险，公司已在公开转让说明书“重大事项提示”补充风险披露“业绩下滑的风险”如下：

报告期内，公司营业收入分别为 45,423.35 万元、41,747.84 万元和 30,841.86 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 7,235.80 万元、6,524.04 万元和 3,293.50 万元。公司 2022 年及 2023 年 1-10 月经营业绩有所下降，主要原因为公司经营受下游市场需求、行业市场竞争情况等诸多因素影响，若未来发生下游市场需求下滑、行业竞争加剧、原材料价格波动剧烈等不利情形，而公司不能妥善应对，则存在经营业绩进一步下滑的风险。

综上所述，最近一期公司业绩明显下降主要是由于主要产品空气净化器收入减少、以及外汇衍生品交易产生的非经常性损益影响所致，公司期后经营情况呈现企稳回升的趋势，公司已在公开转让说明书“重大事项提示”补充披露经营业绩持续下滑的风险。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查上述事项，说明针对营业收入的核查方式及程序，发函、回函、走访、替代措施的金额和比例、核查结论

（一）主办券商及会计师对上述事项的核查情况

针对上述事项，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

1、取得公司按产品分类的销售收入明细表，查阅行业研究报告，访谈公司管理层了解公司不同产品收入变化的原因。查阅同行业上市公司营业收入，与公司相关收入进行对比；

2、访谈公司管理层，了解公司产品的应用场景、客户群体、消费习惯等信息，了解公司产品主要销往境外的原因及商业合理性；

3、结合公司销售明细表、主要销售合同等资料，访谈公司业务部门负责人、财务总监，了解各模式业务开展流程、收入确认时点及依据等，与同行业可比公司收入确认方式进行分析比较；

4、查询了报告期公司主要外销客户的年度报告、官方网站信息等公开披露

信息，取得了中国出口信用保险公司出具的主要外销客户信用报告，访谈了主要外销客户，取得了主要外销客户出具的确认函，详细了解主要外销客户的背景信息及与公司的合作情况；

5、结合财务报表分析公司最近一期业绩明显下降的原因，与管理层访谈了解公司业绩下滑的合理性及期后经营情况，获取公司在手订单和期后经营财务报表。

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司已按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于境外销售的要求在《公开转让说明书》中进行补充披露；

2、报告期各期主要细分产品收入变化具有合理性，与同业可比公司营业收入变动趋势一致；

3、报告期公司产品主要销往境外主要由于公司的产品定位与境外用户匹配度高及公司战略选择结果导致，具有商业合理性；

4、公司主营业务收入中其他产品及配件主要系空气净化器的材料及配件、净水机、吸尘器、暖风机等产品的销售收入；公司其他业务收入主要为房租及其他以及 CIF 运保佣收入；

5、公司按照各销售模式下控制权转移的时点作为收入确认时点，各销售模式收入确认时点准确；

6、境外销售模式中经销收入占比较高，其次为直销模式，其他模式收入和占比均较小；

7、最近一期公司业绩明显下降主要是由于主要产品空气净化器收入减少以及外汇衍生品交易产生的非经常性损益影响所致，公司期后经营情况呈现企稳回升的趋势，公司已在公开转让说明书“重大事项提示”补充披露经营业绩持续下滑的风险。

（二）针对营业收入的核查方式及程序

主办券商及会计师对公司营业收入执行了如下核查程序：

1、访谈公司销售部门和财务部门的负责人，了解公司与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、取得报告期内主要客户、主要新增客户合同，核查合同主要条款，并对比同行业可比上市公司的会计政策，评价公司收入确认是否符合企业会计准则的规定；

3、对营业收入及毛利率实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

4、对收入执行细节测试，选取样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售发票、产品出库单、客户签收记录、对账记录、报关单、提单等；

5、通过海关电子口岸获取公司海关出口数据，并与公司账面记录的境外销售情况进行核对；

报告期内，公司外销收入与海关出口数据的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
外销收入①	26,763.16	35,813.06	38,697.75
向境外子公司销售收入②	372.31	289.21	-
境外子公司外销收入③	882.96	763.28	-
适用出口报关的外销收入④=①+②-③	26,252.51	35,338.98	38,697.75
海关出口数据⑤	26,330.87	35,510.69	38,366.32
差异⑥=④-⑤	-78.37	-171.70	331.43
差异率⑦=⑥/④	-0.30%	-0.49%	0.86%

由上表可知，报告期各期，公司外销收入与海关出口数据存在一定差异，差异的主要原因为：1）公司存在产品进境维修出口的情形，贸易方式为修理物品，虽然报关但不确认收入；2）在 CIF 和 C&F 贸易方式下，公司向客户收取的运保费计入账面外销收入，但报关数据以出口货物离岸价 FOB 计算，不包括运保费；3）部分出口产品满足海关规定的低值货物类，采用简易报关方式，该部分金额未体现在海关出口数据中。

综上，公司外销收入与海关出口数据的差异总体较小，且具有合理原因，外销收入与海关出口数据具有匹配性。

6、将外销收入与出口退税金额进行比对，检查出口退税金额与外销收入的匹配情况；

报告期内，公司外销收入主要通过母公司苏州贝昂和子公司苏州宝昂实现，其中苏州贝昂为生产企业，适用“免、抵、退”政策；苏州宝昂为外贸企业，适用“免、退”政策。

(1) 苏州贝昂

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
外销收入①	15,191.51	20,807.91	23,788.34
申报出口退税收入②	6,563.30	10,828.15	16,162.13
减：上期收入本期申报③	3,413.46	3,160.08	-
加：本期收入下期申报④	-	3,413.46	3,160.08
加：税务系统中暂未申报出口退税收入⑤	12,089.41	9,716.21	4,417.46
调整后出口退税收入⑥=②-③+④+⑤	15,239.26	20,797.75	23,739.67
差异⑦=①-⑥	-47.75	10.16	48.67
差异率⑧=⑦/①	-0.31%	0.05%	0.20%

由上表可知，苏州贝昂外销收入与申报表免抵退出口销售额存在一定差异，差异的主要原因为：1）账面外销收入金额与出口退税申报金额存在时间性差异；2）增值税出口应退税金额仅能以各期末增值税留抵税额为限，由于公司采购所产生的期末增值税留抵税额较少，但是根据符合出口退税的外销收入计算的免抵退税额远大于期末增值税留抵税额，且根据 2020 年 1 月《财政部税务总局公告 2020 年第 2 号》文件，公司申报办理出口退（免）税不受规定期限的限制，因此公司结合各期末留抵税额规模情况，安排申报出口退税对应的收入金额，由此导致税务系统中暂未申报出口退税的收入金额较大。剔除上述两项主要差异影响后，其他差异较小。

(2) 苏州宝昂

“免、退”政策下，出口退税金额与进货成本相关，与销售收入并无直接关系，因此将苏州宝昂的出口退税金额和进货成本进行匹配。

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
进货成本①	9,329.91	10,851.32	15,330.93
适用出口退税率②	13.00%	13.00%	13.00%

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计算的出口退税金额③=①*②	1,212.89	1,410.67	1,993.02
申报出口退税金额④	1,212.89	1,410.67	1,993.02
差异⑤=③-④	-	-	-
差异率⑥=⑤/③	0.00%	0.00%	0.00%

由上表可知，苏州宝昂的出口退税金额和进货成本相匹配。

综上，公司出口退税金额与外销收入相匹配。

7、选取适当样本检查客户回款情况，确认回款方是否是合同客户，有无第三方代为回款的情形；

8、对收入执行截止测试，以评估收入确认是否记录在正确的会计期间；

9、对报告期内客户执行函证程序，对主要客户进行走访或访谈。

（三）营业收入发函、回函、走访、替代措施的金额和比例

1、报告期内，针对营业收入的发函、回函、替代措施的金额和比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
营业收入金额①	30,841.86	41,747.84	45,423.35
发函金额②	26,972.26	35,934.86	38,212.03
发函比例③=②/①	87.45%	86.08%	84.12%
回函确认金额④	26,157.17	34,833.50	36,903.05
回函确认比例⑤=④/②	96.98%	96.94%	96.57%
未回函执行替代程序金额⑥	815.09	1,101.36	1,308.98
未回函执行替代程序比例⑦=⑥/②	3.02%	3.06%	3.43%

报告期内，主办券商及会计师对公司营业收入的发函比例分别为 84.12%、86.08%和 87.45%，营业收入的回函确认比例分别为 96.57%、96.94%和 96.98%，回函确认比例较高。针对未回函客户，主办券商及会计师执行了替代测试程序，检查销售订单、销售发票、产品出库单、客户签收记录、对账记录、报关单、提单等原始单据，核实销售收入的真实性、准确性、完整性。

2、报告期内，针对营业收入的走访金额和比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
----	---------------	---------	---------

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
走访客户销售收入合计	24,687.26	32,328.47	32,072.96
营业收入金额	30,841.86	41,747.84	45,423.35
走访比例	80.04%	77.44%	70.61%

二、对收入真实性、完整性、准确性发表明确意见。

经核查，主办券商及会计师认为：

报告期内，公司销售收入真实、完整、准确，收入确认方式及时点符合《企业会计准则》的规定。

6. 关于市场推广及广告费。2021 年、2022 年、2023 年 1-10 月公司市场推广及广告费分别为 4,634.40 万元、4,816.92 万元、3,782.21 万元，主要为日本地区的销售服务费。

请公司补充说明：（1）报告期各期公司通过市场推广商形成的收入金额及占比情况；（2）主要市场推广商的具体情况，包括但不限于成立时间、开始合作时间、合作期限、合作原因、服务内容、合同主要条款、佣金金额、比例、定价依据等，公司采取的市场推广模式及定价依据是否符合行业惯例，与同业可比公司保持一致，公司与其持续开展大额合作的稳定性及合理性；（3）报告期各期来自公司收入占市场推广服务商收入比重，市场推广服务商是否存在成立时间较短、专门为公司提供服务、经营状态异常等特殊情形，如是，补充说明原因及合理性；（4）市场服务商是否与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）存在关联关系、其他资金往来，是否为公司代垫成本，是否涉及商业贿赂、利益输送等；（5）佣金比例、销售佣金与销售及回款的匹配性，是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性。

请主办券商及会计师核查上述事项，说明针对市场推广服务商采取的核查措施及有效性，发表明确意见。

【回复】

一、报告期各期公司通过市场推广商形成的收入金额及占比情况

报告期内，公司市场推广商主要可分为两类，第一类是线下的推广服务商，指日本地区的推广服务商 A 公司；第二类为线上的、负责公司电商平台推广及代运营业务的公司，主要包括苏州森源电商科技有限公司（以下简称“苏州森源”）、

深圳前海浩方科技有限公司（以下简称“深圳浩方”）及南京米哆哆文化传媒有限公司（以下简称“南京米哆”）。

报告期各期，公司通过市场推广商形成的收入金额及占营业收入的比例如下：

推广商名称	对应客户/平台/ 店铺	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
		销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比
第一类：线下推广服务商							
A 公司	toConnect Inc.	24,088.78	78.10%	31,614.63	75.73%	31,409.24	69.15%
第二类：线上推广及代运营公司							
苏州森源	京东贝昂生活电器旗舰店、抖音贝昂旗舰店	333.41	1.08%	19.27	0.05%	-	-
前海浩方	亚马逊(北美站)	392.21	1.27%	139.99	0.34%	-	-
南京米哆	抖音贝昂旗舰店	6.99	0.02%	6.89	0.02%	-	-
合计		24,821.39	80.48%	31,780.78	76.13%	31,409.24	69.15%

由上表可见，报告期内，公司日本地区推广服务商 A 公司形成的收入金额及占比较高，除 A 公司外，其他市场推广商形成的收入金额及占比均较低。

二、主要市场推广商的具体情况，包括但不限于成立时间、开始合作时间、合作期限、合作原因、服务内容、合同主要条款、佣金金额、比例、定价依据等，公司采取的市场推广模式及定价依据是否符合行业惯例，与同业可比公司保持一致，公司与其持续开展大额合作的稳定性及合理性；

（一）主要市场推广商的具体情况，包括但不限于成立时间、开始合作时间、合作期限、合作原因、服务内容、合同主要条款、佣金金额、比例、定价依据等

报告期内，公司主要市场推广商的具体情况如下：

1、A 公司

成立时间	2018 年 2 月 9 日
注册资本	300 万日元
注册地址	4-6-6-3903, KONAN MINATO-KU TOKYO 108-0075 JAPAN
股东情况	北村重光 100%
开始合作时间 ^註	2020 年 4 月
合作期限	2020 年 4 月合作至今

合作原因	A 公司的创始人北村重光在日本市场有着丰富的宣传推广经验，2018 年末，其在美国的众筹网站 INDIEGOGO 上了解到公司产品并结识了公司实际控制人、海外业务负责人章燕博士，经双方深入沟通和交流后，A 公司决定与公司进行合作，A 公司负责将公司产品引入日本市场，经过一段时间的市场调研及市场开拓，A 公司与 TCN 建立了合作，确定了由 TCN 担任公司在日本市场的独家经销商，A 公司担任苏州贝昂产品在日本地区的推广服务商的业务模式。		
服务内容	负责对接日本客户 TCN，并负责公司产品在日本市场的宣传和推广服务		
合同主要条款	1.服务内容 1)在区域内为甲方拥有的品牌提供品牌宣传、市场调查、市场推广、营销支持。包括但不限于：对市场需求进行调研，请独立第三方进行市场调查等；提供电子宣传册，包括但不限于文字、图片、视频等多种形式；通过各种媒介进行传播，包括但不限于纸媒、电子媒介、影视剧等等；乙方应定期/不定期向甲方总结汇报市场宣传的成果。 2)在区域内为甲方寻找有利于甲方的消费品经销商。 3)在甲方的指示下，沟通和委任消费品的日本经销商。 2.消费品 乙方应就以下产品(“消费品”)为甲方提供服务：由甲方生产和销售的所有使用 TPA 过滤器或 TPA 过滤器技术的家用产品。 3.地域 乙方应在以下地区(简称“区域”)为甲方提供服务：甲方授权乙方提供本协议约定服务的区域为：日本 4.付款 甲方应按照本协议第 2 条约定的消费品在日本实际销售台数计算乙方服务费，不同消费品的单价见附录。		
佣金金额（万元）	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	2,396.91	3,261.01	3,261.64
佣金比例 ^注	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	9.95%	10.31%	10.38%
定价依据	双方对销售给 TCN 的每种产品约定具体的服务费金额，按照销售台数定期结算		

注：开始合作时间取签署协议和开始业务合作孰早时间，佣金比例系浮动佣金部分占对应营业收入的比例，下同

2、苏州森源电商科技有限公司

成立时间	2021 年 5 月 10 日
注册资本	100 万元
注册地址	苏州市相城区高铁新城太阳路 2266 号 5 幢 408 室
股东情况	程诚 66.51%；贾晶龙 23.49%；苏州森聚源企业管理合伙企业（有限合伙）10%
开始合作时间	2022 年 9 月
合作期限	2022 年 9 月合作至今
合作原因	公司计划借助专业的外部机构开拓电商业务，苏州森源具有丰富的电商代运营及推广经验。
服务内容	1、负责运营公司在京东平台开设的“贝昂生活电器旗舰店”

	2、负责贝昂品牌在抖音平台的直播推广。		
合同主要条款	京东平台贝昂生活电器旗舰店代运营服务 “1.1 代理应向客户提供本协议第 2.1 条定义的代理运营服务（“代理服务”），以便协助客户运营贝昂生活电器旗舰店 2.1 代理服务、运营及服务团队代理服务范围： (1)参与客户在贝昂生活电器旗舰店的产品规划与数据分析；(2)对客户产品系列进行线上整合营销与推广； (3)参与对贝昂生活电器旗舰店的规划、设计、运营、客服与技术实施； (4)线上资源整合与衔接； (5)其他为达成品牌传播或渠道拓展而提供的相关服务。 5.1 就代理向客户提供的代理服务，客户应当向代理支付如下代理费用（“代理费用”）： (1)第 5.2 定义的固定服务费用；及(2)第 5.3 条规定的每月一定比例的销售提成。 5.2 假设客户不要求变更代理服务的范围，固定服务费应为每月人民币 55,000.00 元(大写：人民币伍万伍仟元整)（增值税费由乙方承担）。固定服务费每三个月为一个支付周期，本协议生效后 10 日内，客户需预付代理首期固定服务费用；以后各期固定服务费，客户应于上一付款周期结束前的 5 个工作日内预付，代理收到费用后开具增值税发票。如果客户要求代理更改代理服务范围，固定服务费的数额由双方另行协商。 5.3 代理将按照店铺销售额每月收取销售提成，计算方式为：京东平台结算金额(去除退货、销售折扣、测评等一系列金额后)的 8%，客户应在每个月的 15 号以前与代理完成上个月提成的结算和支付（以货款结算至甲方客户账户金额为准）。” 抖音平台直播推广服务 “一、1、甲方委托乙方为“贝昂”品牌甲方要求的产品提供抖音直播推广服务，每月达成 350 小时。 五、工作内容 合作期限内，乙方为甲方提供的抖音运营服务内容如下：（1）抖音短视频剪辑制作；（2）抖音直播运营与策划；（3）抖音千川投流与推广；（4）抖音账号代播服务； 七、费用收取及付款方式 1.直播费用 （1）假设客户不要求变更代理服务的范围，固定服务费应为每月人民币 60,000 元（大写:人民币陆万元整）（增值税费由乙方承担）。固定服务费每月支付一次，本协议生效后 10 日内，客户需预付代理首月服务费用；第二个月起在每月结束前的 5 个工作日内，预付下个月运营服务费，收到费用后乙方开具增值税发票（以乙方寄出快递日期为准）。 2.提点费用 代理将按照店铺销售额每月收取销售佣金，计算方式为：抖音平台结算金额的 10%（去除退换货及其他达人带货产生的销售金额），客户应在每个月的 10 号以前与代理完成上个月佣金的结算和支付。如果客户要求代理更改代理服务范围，固定服务费的数额由双方另行协商。”		
佣金金额（万元）	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	106.03	18.54	—
佣金比例	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	8.29%	8.00%	—
定价依据	京东：固定费用 55,000.00 元/月+平台结算金额的 8%		

	抖音：固定费用 60,000 元/月+平台结算金额的 10%
--	--------------------------------

3、深圳前海浩方科技有限公司

成立时间	2014 年 6 月 20 日		
注册资本	1950 万美元		
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）		
股东情况	HK HOFAN INTERNATIONAL GROUP LIMITED 100%		
开始合作时间	2022 年 8 月		
合作期限	2022 年 8 月合作至今		
合作原因	深圳浩方主动联系公司，提出帮公司开展美国线上销售，公司认为其具有丰富的相关经验，因此与其合作。		
服务内容	负责运营公司在美国地区的亚马逊店铺		
合同主要条款	二、合作方式及内容 2.1 合作方式 2.1.1 乙方向甲方提供品牌出海战略咨询服务与电商平台运营服务，即乙方接受甲方委托，为合作品牌出海提供一站式综合解决方案，并通过甲方电商平台账号为甲方提供运营服务，甲方支付相应的服务费用并给予乙方一定比例的运营服务费。 2.1.2 乙方享有合作品牌及产品在指定线上销售渠道的独家运营权，即在本协议签署后，甲方不得再与其他第三方就合作品牌及产品在本协议约定的销售渠道建立新的合作。 2.2 合作内容 2.2.1 甲方委托乙方运营以下指定的线上销售渠道（平台请勾选）：Amazon 北美站 2.2.3 乙方为甲方提供的服务包括但不限于：1)品类市场容量、趋势、价格、用户体验等分析；2)品牌定位、推广与长期建设规划；3)产品 Listing 创建及优化；4)平台站内外营销策略规划；5)账号日常运营与维护。 三、服务费用及结算 1.咨询服务费：甲方同意在本协议签订后 5 日内向乙方支付壹万美金或等值人民币（按支付当日中国人民银行公布的汇率折算）作为乙方为甲方提供品牌出海战略咨询服务的费用(不含税，含税需另加 6%的税金成本)。合作期间，若合作产品的销售额累计达到 500 万美金时，乙方将已收取的咨询服务费无息退还给甲方。 2.运营服务费：自合作产品首单销售之日起，乙方将在每月已销售产品的销售额中抽取一定比例 10%作为乙方的运营服务费。 四、合作期限 1.双方在本协议项下合作期限为叁年，自本协议签署之日起计算。		
佣金金额(万元)	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	42.44	15.65	—
佣金比例	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	10.82%	11.17%	—
定价依据	销售额的 10%		

4、南京米哆哆文化传媒有限公司

成立时间	2006 年 10 月 30 日		
注册资本	500 万元人民币		
注册地址	南京市建邺区雨润大街 10 号雨润集团原生产一部厂房 2 楼 218 号库 212 室		
股东情况	吴杨 100%		
开始合作时间	2022 年 9 月		
合作期限	2022 年 9 月-2023 年 2 月		
合作原因	公司计划借助专业的外部机构开拓电商业务，南京米哆具有丰富的电商推广及运营经验。		
服务内容	抖音贝昂旗舰店的推广及代运营服务		
合同主要条款	一、1、服务内容:甲方委托乙方为甲方抖音平台贝昂旗舰店店铺进行直播服务，直播产品为甲方指定的产品。 二、1、乙方负责直播销售及客户维护工作，有责任通过直播提高甲方品牌美誉度、促进甲方销售。 三、1、服务提成约定: 直播间代播服务费采用固定服务费+GMV 抽成的方式；固定服务费按照 10 万/月收取；GMV 抽成采用阶梯制度； 服务费用:甲方应向乙方支付的服务费用为直播间代播服务费，为含税金额，税率 6%。 销售提成=有效销售额*提成比例，提成比例按照 GMV 完成率计算。其中，有效销售额=在服务期限内由店铺自播引导的消费者甲方产品下单而形成的累计订单的总金额-直播活动结束后所产生的退货与退款等无效销售金额。		
佣金金额(万元)	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	56.60	18.04	—
佣金比例	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	6%	6%	—
定价依据	固定费用 10 万元/月+有效销售额的 6%		

(二) 公司采取的市场推广模式及定价依据是否符合行业惯例，与同业可比公司保持一致

公司采取市场推广模式主要是由于公司自有品牌占比高、境外收入占比大，以及公司开展电商业务所致。可比公司与公司在运营模式上存在差异，以及公开信息中未详细披露推广服务相关内容，未能查到可比公司采用与公司类似的市场推广模式。但上市公司中存在较多采用与公司类似的推广模式的案例，具体如下：

1、日本地区推广服务模式

上市公司中存在较多采取类似的推广服务的情形，具体如下：

公司名称	主要产品	推广服务费模式	推广服务费定价比例	下游客户	推广服务费金额及占比情况
森泰股份 (301429)	PVC 地板	居间方主要提供产品及市场开发、客户维护服务，当居间方促成发行人与最终客户成功签订合同，并实现产品销售后，发行人按照协议约定方式直接支付相应费用至居间方	包含固定居间费用率、固定居间费用额、差额居间费用等多种定价方式，主要合作居间方的实际居间费用率约在1%-10%不等	境外客户	2019-2021 年金额分别为 432.17、671.88、1024.19 万元；占比分别为 3.96%、4.71%、4.29%
豪江智能 (301320)	智能线性驱动产品	公司部分境外业务依靠境外中间服务商开拓，根据居间协议，公司向中间服务商支付与其促成的订单金额相匹配的佣金	佣金比例由双方协商确定。2019 年佣金比例一般为订单金额的 2.00%-5.00%；2020 年，客户合作已有一定时间，相应佣金比例有所下降，多数为订单金额的 1.00%，少量为 5.00%；2021 年佣金比例一般为订单金额的 1%-5%	境外客户	2020-2022 年 1-6 月金额分别为：75.88、73.49、30.56 万元；占比分别为 1.04%、1.49%、4.87%
热威电热 (603075)	电热元件和组件	公司在部分国家通过利用专业的居间商销售渠道，以较低的成本快速拓展客户资源，提高产品的市场覆盖广度和渗透深度，同时，本地居间商能够快速提供本地化服务，有利于公司与客户间的商务谈判和关系维护	(1) 按照发票金额的 0.9%-2%计提佣金；(2) 按照每个物料号约定的佣金比例（2%到 10%之间）和收到货款时对应的物料销售额计提佣金；(3) 按照每个物料号约定的佣金单价和收到货款时对应的物料数量计提佣金；(4) 按照每个物料号约定的佣金单价和收到货款时对应的物料数量计提佣金。	境外客户	2020-2022 年金额分别为：228.07 万元、395.35 万元及 399.07 万元；占比分别为 1.39%、1.97%、2.54%
安培龙 (301413)	热敏电阻及温度传感器、压力传感器、氧传感器	由于国内外市场环境不同、语言及风俗习惯不同等因素，发行人在开拓部分国外客户时，需要找熟悉当地市场的主体协助市场开拓。	(1) 佣金为不含税销售额的一定比例，比例根据居间服务商发挥的作用经双方协商确定；(2) 逐一型号确定比例；(3) 安培龙向居间服务商报价，居间服务商向客户报价，其中的差价为佣金。	境外客户	2019 年-2022 年 1-6 月：124.96 万元、97.87 万元、90.57 万元 和 30.96 万元；占比分别为 5.75%、4.21%、3.75%、3.80%
强达电路(创业板已过会)	PCB 产品	公司佣金费用主要是聘请服务商协助公司开发和维护部分海外客户所产生的费用，公司佣金对应的主要客户均为外销客户	根据居间服务协议，居间服务商基本按照一定比例的支出标准作为佣金计提基数，主要居间方的实际费用率在 1-10%不等。	境外客户	2021-2023 年度金额分别为：171.21、244.23、233.64 万元；
骏鼎达	功能性保护	公司与部分位于当地或	以交易额、销量等情况	境外	2020-2022 年金额分

公司名称	主要产品	推广服务费模式	推广服务费定价比例	下游客户	推广服务费金额及占比情况
(301538)	套管和功能 性单丝	长期从事外销的服务商建立合作关系，由服务商协助境外客户的业务开发、商务信息传递和关系维护等工作；对于少部分开发难度较大、维护要求较高的客户和项目，公司聘请销售服务商提供协助，了解客户需求并认证要求，并进行相应的业务开发工作和关系维护。	确认可变推广费用。主要居间方的实际费用率在 7%-15%。	客户	别为：330.49、432.80、458.62 万元；占比分别为 8.90%、8.19%、8.11%
太湖远大 (873743)	环保型线缆 用高分子材料	为进一步加强与客户的沟通，做好售前售中售后服务，通过销售服务商进行业务拓展，为公司的产品进行宣传和推广	基准价格的形成作为一家一议，会结合具体的产品售价水平、其服务的客户资质、重要性、付款方式等因素，以及市场竞争情况等因素综合确定。主要居间方的实际费率为 1%-3%。	境内 客户 为主	2021-2023 年金额分别为：44.02、342.90、466.10 万元；占比分别为 1.23%、1.31%、1.73%
富岭股份（主 板已过会）	塑料和生物 降解材料餐 饮具	为持续开发和维护境内外客户，公司与销售服务商合作，由销售服务商利用自身渠道资源为公司推介客户和订单，公司在获取订单实现销售确认收入时按照一定的佣金计算方式计提销售佣金，于收到客户回款后按约定向销售服务商支付	佣金计算方式根据不同销售服务商以及其服务客户、实现销售产品的不同而有所差异，佣金平均计提比例主要在 3%-6%之间	境外 客户 为主	2020-2023 年 1-6 月金额分别为：1,780.76、2,625.44、4,332.11、1,849.50 万元

注：占比为推广服务费金额占对应营业收入的比例

2、代运营推广服务模式

上市公司中存在较多类似的推广服务情形，具体如下：

公司名称	主要产品	推广服务费模式及比例	推广服务费金额及占比情况
乖宝宠物 (301498)	宠物食品	乖宝宠物的部分线上店铺由第三方代运营，代运营公司向乖宝宠物提供运营、设计、文案、客服等服务，并收取销售额 8%至 15% 不等的服务费	2019 年-2022 年 1-6 月金额为：261.94、687.09、1,341.43、701.00 万元；占比为 11.20%、11.11%、8.95%、9.14%
汉仪股份 (301270)	字体设计	公司于 2019 年大力推进 IP 产品化业务，与京东进行合作，在其互联网线上平台销售文化创意产品，公司向第三方机构采购线上平台代运营服务	未具体披露
读客文化 (301025)	图书策划与发 行	公司自 2018 年 11 月公司开设天猫旗舰店，2019 年 3 月正式运营，2020 年 5 月在京东	2019 年及 2020 年，公司投入的线上店铺代运营费分别为

公司名称	主要产品	推广服务费模式及比例	推广服务费金额及占比情况
		平台开设读客京东自营店并正式运营,均委托上海彦熹电子商务有限公司代为运营。双方合作款项为基础服务费加销售额佣金提点的模式。	46.47 万元和 243.06 万元。
光峰科技 (688007)	激光显示产品	公司线上销售主要指通过公司天猫旗舰店销售,天猫旗舰店由淳安赢品网络科技有限公司代运营	未具体披露

注：占比为推广服务费金额占对应营业收入的比例

由于可比公司与公司在运营模式上存在差异,以及公开信息中未详细披露推广服务相关内容,未能查到可比公司采用与公司类似的市场推广模式。但上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形,且定价方式与公司较为可比,因此,公司采取的市场推广模式及定价方式具有合理性。

(三) 公司与其持续开展大额合作的稳定性及合理性

1、公司与 A 公司持续开展大额合作的稳定性及合理性

报告期各期,公司应向 A 公司支付的服务费金额分别为 3,261.64 万元、3,261.01 万元和 2,396.91 万元,占公司向日本客户 TCN 销售收入的比例分别为 10.38%、10.31%和 9.95%,金额及占比均较高。结合合作背景、合作内容来看,公司与 A 公司之间持续开展大额持续合作的稳定性、合理性及必要性如下:

(1) 合作背景

苏州贝昂采用 TPA 技术的空气净化器产品于 2015 年 10 月份完成研发工作并正式进入量产环节,自 2017 年开始开拓海外市场并在美国的众筹网站 INDIEGOGO 上发起众筹,2018 年末,A 公司的创始人北村重光在美国众筹网站上了解到公司产品并结识了公司实际控制人、海外业务负责人章燕博士,当时,公司空气净化器产品仍处于市场开拓的初期,品牌及产品均未形成市场影响力,公司实际控制人及核心管理团队对于未来的销售市场、销售渠道、销售方式等仍处于探索阶段。

根据对 A 公司的访谈了解,A 公司是一家专业的从事市场营销的公司,创始人北村重光毕业于美国 Albright College,在日本市场有着较为丰富的品牌宣传及推广经验,A 公司经过对公司产品的进一步了解以及和章燕博士的深入交流,认为苏州贝昂的产品具有技术先进性及独特性,并看好公司产品在日本市场的销售前景。因此,A 公司决定与公司进行合作,将苏州贝昂的产品引入日本市场。

考虑到担任苏州贝昂产品在日本地区的经销商对资金需求（公司对经销商的要求是预付款及款到发货模式）、销售渠道需求（线上销售平台的建设和经营、线下大型商超的对接）、媒体资源的需求（广告投放）等均较高，因此，A 公司在日本市场寻找了专业销售公司 TCN，TCN 公司系日本上市公司 Melco 公司的全资子公司，具有充足的资金实力、专业的销售及管理能力和丰富的销售渠道资源，且 TCN 公司的主要管理人员与 A 公司的创始人北村重光有着良好的关系以及过往合作经验，基于上述情况，并经三方友好协商，最终确定了由 TCN 担任公司“Airdog 品牌”在日本市场的独家经销商，A 公司担任“Airdog 品牌”在日本地区的推广服务商的业务模式。苏州贝昂、A 公司及日本客户 TCN 之间于 2019 年正式建立了合作，公司及日本客户 TCN 之间签订了《采购协议》，与 A 公司之间就推广服务活动签订了《协议》，并就推广服务费金额达成协议。

（2）合作内容

由于日本与中国在文化方面存在差异，加之语言不通使得沟通方面存在一定障碍，因此，公司在日本地区进行自主推广活动以及与日本客户的沟通都存在一定的难度，而 A 公司的主要创始人有着美国的教育和生活背景，能够熟练运用英语进行交流，且具有较为丰富的日本市场宣传推广的经验，同时又与日本客户之间有着良好的合作关系，因此，自建立合作以来，始终保持着由 A 公司负责制定公司品牌在日本的营销推广方案，同时负责对接公司与日本客户之间业务的商业模式。具体来说，公司与 A 公司的合作主要包含以下两方面内容：

①负责对接公司与日本客户 TCN 之间的合作

除了框架协议签署及技术交流外，在日常业务中，公司与日本客户 TCN 之间直接联系较少，由 A 公司协助沟通订单下单、付款及产品交付等业务问题。

②持续为 Airdog 品牌制定日本市场营销推广方案，并为 Airdog 品牌的全球推广提供素材和建议

A.制定各年度日本市场营销推广方案

自建立合作关系以来，A 公司针对 Airdog 品牌产品类型、技术特征等设计了一系列有针对性、且卓有成效的推广活动，包括但不限于品牌定位、广告素材制作、广告投放方案、以及与一些教育、医疗、政府机构合作，通过免费赠送产品从而形成品牌影响力的一系列宣传推广方案。在上述宣传推广方案的加持下，Airdog 品牌产品在日本市场建立了良好的口碑，并形成了一定的品牌影响力，公

司 Airdog 品牌曾多次在日本最大的调查公司之一 CMIndex 的月例调查中被评为家用电器行业 CM 好感度 NO.1 品牌。目前公司产品在日本已覆盖超 1,000 家医疗设施，并在学校、餐馆、旅馆等场景得到广泛使用。同时，Airdog 品牌产品在日本市场销量和销售收入也实现了快速增长，2020 年、2021 年、2022 年、2023 年 1-10 月，公司向 TCN 实现的销售金额分别为 6,608.90 万元、31,409.24 万元、31,614.63 万元和 24,088.78 万元。

B.为 Airdog 品牌的全球推广提供素材和建议

根据 A 公司与公司签署的《协议》，“在不侵犯其他第三方合法权益（如模特肖像权和音乐著作权等）的情形下，乙方为甲方制作的市场宣传推广材料可供甲方在全球范围内无偿使用，包括但不限于宣传册、宣传视频等”，报告期内，公司也将 A 公司制作的电子宣传材料用于公司在境内以及美国、欧洲等地区的宣传推广活动。

C.上述服务具有持续性，而非一次性服务

公司在日本市场销售的产品由最初仅销售空气净化器，到目前已覆盖空气净化器、风扇、智能加湿器等多种品类，销售产品的型号也不断增加；随着销售产品的品类和型号不断增加和更迭，A 公司需要在日本市场持续更新宣传推广的素材；此外，随着 Airdog 品牌产品在日本市场不同渠道的销售情况反馈，A 公司也需要相应调整宣传推广的策略。

报告期内，公司向 TCN 销售产品的品类及型号情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
空气净化器	21,039.15	28,794.87	30,916.56
其中：KJ300F-X5D	13,779.22	3,555.58	-
KJ200F-X3D	6,351.44	-	-
KJ200F-X3	498.89	8,778.19	5,437.50
KJ800F-X8	264.66	2,563.87	1,778.27
KJ800F-X8D	144.94	-	-
KJ300F-X5	-	13,897.24	23,700.79
智能加湿器	1,132.18	107.00	-
其中：H5	1,132.18	107.00	-
风扇	1,058.91	106.56	-

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
其中：F10	1,058.91	106.56	-
车载空气净化器	418.10	2,315.66	324.63
其中：MINI	418.10	2,315.66	324.63
其他	440.43	290.53	168.05
合计	24,088.78	31,614.63	31,409.24
销售品类数量	4	4	2
销售型号数量	8	7	4

(3) 公司向 A 公司支付的推广服务费，系用于自有品牌 Airdog 的推广成本，并非为 TCN 承担成本费用

公司始终坚持以自主品牌销售为主，品牌建设是公司一直以来高度重视且对公司而言具有重要意义的一项工作。通过品牌建设，公司能够突出自身产品特色，与竞争对手有效区分，品牌建设还可以帮助公司在市场中建立起良好的声誉和认可度、同时有助于提高公司产品在消费者心目中的知名度。从市场营销学的角度来说，通过品牌建设形成销售端的“拉力”，有助于消费者自发形成购买公司产品的动力，是公司持续发展以及推进国际化战略的必经之路。

A 公司为公司提供的宣传推广工作，一方面在日本市场为 Airdog 品牌营造了良好的口碑、建立了品牌影响力；且日本市场的品牌影响力同时也在反哺公司其他海外市场；另一方面，通过将 A 公司制作的宣传素材应用于其他市场，也帮助公司在其他市场进行品牌建设。因此，对公司而言，向 A 公司支付推广服务费具有必要性和合理性。

综上，公司与 A 公司的合作具有合理性，报告期内合作稳定，未来预计将继续保持稳定。

2、公司与其他推广服务商合作的稳定性及合理性

伴随着线上 B2C 业务的不断发展，公司电商平台店铺、产品品类不断增加，公司内部的电商团队面临着持续扩张和优化的需求，公司尝试引入成熟的专业团队以支持公司电商业务的开展。在此背景下，公司与从事电商推广代运营服务的第三方服务机构苏州森源、深圳浩方及南京米哆等开展合作。

苏州森源、深圳浩方及南京米哆等代运营公司在电商代运营领域均具备丰富的相关经验，可以为公司提供店铺推广及代运营服务。因此，公司与上述推广服

务商之间合作具有合理性。

报告期内，公司会持续对推广及代运营公司实现的收入情况进行考察，对于推广成果不佳的代运营公司，可能提前终止合作，并选择新的服务商进行合作，因此，报告期内，公司合作的推广及代运营公司存在一定变化。未来，公司会根据店铺发展情况、内部电商团队的人员配置、以及公司电商平台发展战略确定是否与推广及代运营公司持续合作。

综上所述，由于可比公司与公司在运营模式上存在差异，以及公开信息中未详细披露推广服务相关内容，未能查到可比公司采用与公司类似的市场推广模式。但上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形，且定价方式与公司较为可比，因此，公司采取的市场推广模式及定价方式具有合理性。公司与主要推广服务商 A 公司之间持续开展大额合作具有合理性和必要性，未来合作仍将保持稳定，与其他推广服务商之间的合作视推广成果、店铺发展情况、公司内部电商团队的人员配置、以及公司电商平台发展战略情况而定，报告期内及未来可能发生变化，具有合理性。

三、报告期各期来自公司收入占市场推广服务商收入比重，市场推广服务商是否存在成立时间较短、专门为公司提供服务、经营状态异常等特殊情形，如是，补充说明原因及合理性；

（一）报告期各期来自公司收入占市场推广服务商收入比重

报告期各期，公司向主要推广服务商支付的服务费占其收入的比重情况如下：

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
A 公司	50%-60%	50%-60%	40%-50%
苏州森源	15%-20%	约 5%	-
深圳浩方	低于 5%	低于 5%	-
南京米哆	未取得	未取得	-

（二）市场推广服务商是否存在成立时间较短、专门为公司提供服务、经营状态异常等特殊情形

公司主要推广服务商成立时间以及与公司开始合作的时间具体如下：

项目	成立时间	与公司开始合作时间 ^注	经营状态
A 公司	2018 年 2 月 9 日	2020 年 4 月	正常

项目	成立时间	与公司开始合作时间 ^注	经营状态
苏州森源	2021 年 5 月 10 日	2022 年 9 月	正常
深圳浩方	2014 年 6 月 20 日	2022 年 8 月	正常
南京米哆	2006 年 10 月 30 日	2022 年 9 月	正常

注：取签署协议或开展业务的孰早时间点

由上表可见，公司主要推广服务商成立时间与和公司开始合作的时间间隔均在 1 年以上，不存在成立时间较短情形，各主要推广服务商目前经营状态正常。

结合公司向主要推广服务商支付的服务费占其收入的比重来看，除 A 公司占比超过 50%外，其他公司占比均较低，不存在专门为公司提供服务的情形。

公司向 A 公司支付的推广服务费占其收入的比例较高，2021 年在 40%-50% 左右，自 2022 年以来提高到 50%以上，主要是由于 Airdog 产品有着独特的技术路径和优异的产品性能、外观设计，A 公司接触 Airdog 产品后，判断该产品在日本市场有着巨大的销售前景，因此自合作伊始，就对 Airdog 产品的推广高度重视并集中优势资源和力量投入到 Airdog 产品的推广活动中。经 A 公司营销推广的加持后，自 2020 年度以来 Airdog 产品在日本地区收入快速增长，公司向 A 公司支付的服务费也相应快速增长；与此同时，A 公司服务的其他客户，因资源投入相对有限，服务费收入也相对稳定，上述原因综合使得公司支付的推广服务费占 A 公司收入的比例在 2022 年进一步提高且达到 50%以上，具有合理性。

综上所述，结合公司向主要推广服务商支付的服务费占其收入的比重来看，除 A 公司占比超过 50%外，其他公司占比均较低；公司主要推广服务商成立时间与和公司开始合作的时间间隔均在 1 年以上，不存在成立时间较短、专门为公司服务的情形；各主要推广服务商目前经营状态正常；公司向 A 公司支付的推广服务费占其收入的比例较高具有合理的商业原因。

四、市场服务商是否与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）存在关联关系、其他资金往来，是否为公司代垫成本，是否涉及商业贿赂、利益输送等；

（一）市场服务商是否与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）存在关联关系、其他资金往来

1、A 公司

根据中信保出具的 TCN 报告、A 公司报告，通过公开网站检索，TCN、A

公司出具的确认函，以及对 TCN、A 公司进行访谈，A 公司创始人北村重光和 TCN 的主要管理团队之间有着良好的合作关系，除此以外，A 公司与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）不存在关联关系。

经核查公司、实际控制人、董事（独董除外）、监事及高级管理人员的银行账户资金流水，并依据 TCN、A 公司出具的确认函，A 公司与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）之间不存在除日常业务外的其他资金往来。

2、其他主要市场服务商

通过公开网站检索、以及与主要市场服务商进行访谈确认，并经核查公司、实际控制人、董事（独董除外）、监事及高级管理人员的银行账户资金流水，主要市场服务商苏州森源、深圳浩方、南京米哆与公司及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）不存在关联关系，与公司及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）之间不存在除日常业务外的其他资金往来。

（二）是否为公司代垫成本，是否涉及商业贿赂、利益输送等

公司与推广服务商等均签订了相关协议，约定了服务内容，推广服务商为公司提供对接客户、市场宣传推广、代运营电商平台店铺等服务。公司根据服务内容、服务成果向推广服务商支付费用。

报告期内，公司制定并实施了与资金管理、费用核算、销售管理相关内部控制制度，通过严格执行财务内控制度，有效地规范了公司及其控股子公司的财务行为，并从销售、收款、现金、费用报销等诸方面采取了有效措施，防范商业贿赂行为、资金占用或其他利益输送行为的出现。此外，为杜绝商业贿赂风险，公司在日常经营中严格遵守《国家工商行政管理局关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》《中华人民共和国反不正当竞争法》等相关法律法规，防止商业贿赂及不正当竞争行为的发生。

报告期内，公司通过推广服务商协助开拓业务属于正常的商业行为，公司与推广服务商均签订了相关协议，完善了相关内部控制。公司内部已制定了《反商业贿赂制度》《公司诚信廉洁制度》，对商业贿赂作出明确规定，通过严格执行内控制度规范公司的日常经营行为，防范商业贿赂行为的出现。同时，公司通过加强对推广服务商及公司员工的宣传教育，提升其合规经营意识，杜绝通过推广

服务商向客户进行商业贿赂的行为。通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民检察院等网站，未显示公司存在商业贿赂、利益输送等违法违规情形的记录，不存在公司实际控制人及董事、监事、高级管理人员等主要管理人员、主要销售人员因商业贿赂行为被立案调查、处罚或媒体报道的记录。公司的实际控制人、董事、监事、高级管理人员等主要管理人员的资金流水中不存在与推广服务商或其实际控制人的流水记录。因此，报告期内，公司通过推广服务商进行境外客户开拓不存在商业贿赂、利益输送等违法违规情形，也不存在推广服务商为公司代垫成本的情形。

综上所述，推广服务商与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）不存在关联关系、其他资金往来，不存在为公司代垫成本，或涉及商业贿赂、利益输送等的情形。

五、佣金比例、销售佣金与销售及回款的匹配性，是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性。

（一）佣金比例、销售佣金与销售及回款的匹配性

报告期内，公司与主要市场推广商的佣金比例及定价方式详见本问询回复本题回复之“二、（一）主要市场推广商的具体情况，包括但不限于成立时间、开始合作时间、合作期限、合作原因、服务内容、合同主要条款、佣金金额、比例、定价依据等”。

报告期内，公司主要市场推广商的销售佣金与销售收入及销售回款的匹配性如下：

1、A 公司

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计提佣金	2,396.91	3,261.01	3,261.64
销售收入	24,088.78	31,614.63	31,409.24
占比	9.95%	10.31%	10.38%
支付佣金	2,357.30	3,531.24	2,727.18
销售回款	21,936.65	31,727.32	30,803.84
占比	10.75%	11.13%	8.85%

2、苏州森源

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计提佣金	106.03	18.54	—
其中：固定佣金	78.39	17.00	—
其中：浮动佣金	27.64	1.54	—
销售收入	333.41	19.27	—
浮动佣金占比	8.29%	8.00%	—
支付佣金	94.38	17.00	—
其中：固定佣金	78.39	17.00	—
其中：浮动佣金	15.99	0.00	—
销售回款	333.41	19.27	—
浮动佣金占比	4.79%	0.00%	—

3、深圳浩方

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计提佣金	42.44	15.65	—
销售收入	392.21	139.99	—
佣金占比	10.82%	11.17%	—
支付佣金	42.44	15.65	—
销售回款	392.21	139.99	—
占比	10.82%	11.17%	—

4、南京米哆

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计提佣金	56.60	18.04	—
其中：固定佣金	56.18	17.63	—
其中：浮动佣金	0.42	0.41	—
销售收入	6.99	6.89	—
浮动佣金占比	6%	6%	—
支付佣金	56.60	18.04	—
其中：固定佣金	56.18	17.63	—
其中：浮动佣金	0.42	0.41	—
销售回款	6.99	6.89	—
浮动佣金占比	6%	6%	—

报告期内，公司在确认收入时进行佣金计提，并在当期计入销售费用—市场营销推广及广告费，报告期内公司最大的市场推广商为 A 公司，每期的佣金计提比例分别为 10.38%、10.31%、9.95%，佣金比例变动平稳，与协议相符。除 A 公司外，其他的主要市场推广商苏州森源、深圳浩方和南京米哆的浮动佣金比例也变动平稳且与协议相符。各主要推广服务商的佣金支付时间为待终端客户销售回款确定后统一结算，佣金的支付与终端客户的回款比例也较为匹配。

（二）是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性

同行业可比公司未采用或未披露类似推广服务模式，无法获取佣金比例、销售佣金的相关情况，因此未进行比较。但上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形，且服务费比例与公司较为可比。

综上，公司佣金比例、销售佣金与销售及回款具有匹配性，同行业可比公司未采用或未披露类似推广服务模式，无法获取佣金比例、销售佣金的相关情况，因此未进行比较。上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形，且服务费比例与公司较为可比。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查上述事项，说明针对市场推广服务商采取的核查措施及有效性，发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

1、获取了主要市场推广商的合同，通过企业信用信息网站、天眼查等公开网站查询了境内推广服务商的基本情况，取得了境外推广服务商 A 公司的中信保报告；

2、结合同行业可比公司及其他上市公司采取推广服务的案例，分析公司推广服务模式的合理性；

3、访谈公司主要销售业务负责人，了解公司与推广服务商合作的原因及未来的持续性；

4、访谈主要推广服务商，获取公司向其支付的服务费占其收入的比例；核查主要推广服务商是否存在成立时间较短、专门为公司服务、或经营状态异常等情形；

5、结合推广模式下实现的收入、回款情况、以及向推广服务商支付的服务费金额，测算服务费占比，并核查与合同约定的一致性；

6、访谈 A 公司、日本客户 TCN、以及其他主要推广服务商，取得了 A 公司出具的声明及确认函；

7、核查了报告期内公司实际控制人及董监高（独董除外）的银行账户资金流水；

8、取得了公司防范商业贿赂的相关内控制度。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、上述针对市场推广服务商采取的核查措施真实、有效；

2、公司通过日本地区推广服务商 A 公司形成的收入金额和占比较高，除此以外其他推广服务商形成的收入及占比均较低；

3、由于可比公司与公司在运营模式上存在差异，以及公开信息中未详细披露推广服务相关内容，未能查到可比公司采用与公司类似的市场推广模式。但上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形，且定价方式与公司较为可比，因此，公司采取的市场推广模式及定价方式具有合理性。公司与主要推广服务商 A 公司之间持续开展大额合作具有合理性和必要性，未来合作仍将保持稳定，与其他推广服务商之间的合作视推广成果、店铺发展情况、公司内部电商团队的人员配置、以及公司电商平台发展战略情况而定，报告期内及未来可能发生变化，具有合理性；

4、结合公司向主要推广服务商支付的服务费占其收入的比重来看，除 A 公司占比超过 50%外，其他公司占比均较低；公司主要推广服务商成立时间与和公司开始合作的时间间隔均在 1 年以上，不存在成立时间较短、专门为公司服务的情形；各主要推广服务商目前经营状态正常；公司向 A 公司支付的推广服务费占其收入的比例较高具有合理的商业原因；

5、推广服务商与公司、TCN 及其实际控制人、董监高、员工（含前员工）不存在关联关系、其他资金往来，不存在为公司代垫成本，亦不涉及商业贿赂、利益输送等情形；

6、公司佣金比例、销售佣金与销售及回款具有匹配性，同行业可比公司未

采用或未披露类似推广服务模式，无法获取佣金比例、销售佣金的相关情况，因此未进行比较。上市公司中存在较多采用类似推广服务模式的情形，且服务费比例与公司较为可比。

7. 关于毛利率。2021 年、2022 年、2023 年 1-10 月公司综合毛利率分别为 41.69%、42.77%、49.27%，高于同行业可比公司平均水平且持续上升。

请公司补充说明：（1）报告期各期主要细分产品价格、原材料、人工、制造费用等变化情况及对毛利率具体影响，说明报告期内公司毛利率持续上升的原因及合理性；（2）量化说明公司细分产品各期毛利率差异较大的合理性；（3）详细比较公司与同业可比公司细分产品差异，包括但不限于品种、成本、应用、定价等方面，细化说明公司毛利率与同业可比公司存在差异的商业合理性，可比公司选取是否恰当，如不恰当，请修改披露。

请主办券商及会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、报告期各期主要细分产品价格、原材料、人工、制造费用等变化情况及对毛利率具体影响，说明报告期内公司毛利率持续上升的原因及合理性；

报告期内，公司主营业务收入分产品的毛利额及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
空气净化器	13,011.99	52.18%	16,791.90	44.98%	18,356.88	42.16%
风扇	767.29	26.77%	423.51	16.06%	209.92	34.75%
加湿器	500.80	41.14%	102.15	49.09%	-	0.00%
其他产品及配件	862.99	49.15%	478.93	34.10%	348.88	35.42%
主营业务合计	15,143.07	49.21%	17,796.49	42.80%	18,915.68	41.91%

报告期各期，公司空气净化器产品毛利占比均在 85%以上，公司毛利率持续上升主要受空气净化器毛利率影响。

公司各类产品的毛利率变化情况及分析如下：

（一）空气净化器产品

报告期各期，公司空气净化器产品的毛利率分别为 42.16%、44.98%、52.18%。

报告期内，公司空气净化器均为自产，其单价及成本构成变动情况如下：

单位：元、台、元/台

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度
	金额	变动率(%) / 变动百分点	金额	变动率(%) / 变动百分点	金额
销售金额	249,343,509.21	-33.21	373,351,451.75	-14.26	435,458,595.54
销售数量	170,585.00	-43.02	299,401.00	-8.60	327,584.00
单价	1,461.70	17.22	1,246.99	-6.19	1,329.30
单位成本	698.91	1.86	686.14	-10.77	768.93
其中：单位材料成本	526.19	-2.04	537.17	-14.00	624.60
单位人工成本	39.21	10.50	35.49	4.15	34.07
单位制造费用	88.31	26.86	69.61	30.91	53.18
单位委外加工费	25.82	-7.64	27.95	-28.68	39.19
单位运费	19.38	21.68	15.93	-10.98	17.89
毛利率	52.18%	7.21	44.98%	2.82	42.16%

1、2023 年 1-10 月空气净化器毛利率上升的原因和合理性

2023 年 1-10 月空气净化器毛利率较上年度提高 7.21 个百分点，主要是由于单价增幅超过单位成本的增幅所致。

(1) 单价变动情况

从产品价格方面看，2023 年 1-10 月空气净化器产品平均售价较上年度上升 17.22%，增幅较大的主要原因系：

①2023 年 1-10 月空气净化器产品型号迭代升级，使得空气净化器平均单价提升；

报告期各期，公司空气净化器销售的主要型号为 KJ200F-X3 和 KJ300F-X5，2022 年第四季度公司对 KJ300F-X5 升级迭代为 KJ300F-X5D，2023 年初对 KJ200F-X3 升级迭代为 KJ200F-X3D，具体迭代升级均价及收入占比情况如下：

单位：元/台

型号	2023 年 1-10 月			2022 年度		
	销售单价	占空气净化器收入比例	毛利率	销售单价	占空气净化器收入比例	毛利率
KJ200F-X3	1,021.71	4.14%	43.89%	933.40	25.61%	37.14%
KJ200F-X3D	1,159.96	25.55%	48.18%	-	-	-

型号	2023 年 1-10 月			2022 年度		
	销售单价	占空气净化器收入比例	毛利率	销售单价	占空气净化器收入比例	毛利率
KJ300F-X5	1,747.64	2.65%	52.24%	1,521.04	39.34%	47.60%
KJ300F-X5D	1,767.84	55.55%	55.79%	1,809.25	9.53%	55.40%

空气净化器主要型号升级后的版本平均售价均有上调，其中 2023 年 1-10 月销售占比较高的 KJ200F-X3D 单价为 1,159.96 元，较同期未升级版本 KJ200F-X3 均价 1,021.71 元提升 13.53%，KJ300F-X5D 均价为 1,767.84 元，较同期未升级版本 KJ300F-X5 均价 1,747.64 元提升 1.16%；2023 年 1-10 月升级后两种型号销售收入占空气净化器收入比例合计超过 80%，而 2022 年度公司销售的空气净化器以未升级的版本为主，因此 2023 年 1-10 月较 2022 年度平均单价提升明显。

②公司外销占比较高，2023 年 1-10 月美元兑人民币汇率上升，使得 2023 年 1-10 月公司产品单价有所提高。

2023 年 1-10 月及 2022 年度，汇率变动对空气净化器毛利率变动的影响如下：

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度
空气净化器收入（万元）a	24,934.35	37,335.15
其中：以美元结算空气净化器收入金额（万美元）b	3,581.73	4,850.56
年度平均汇率	6.96	6.64
平均汇率变动 c	0.32	0.19
营业收入影响金额 d=b*c	1,146.15	921.61
影响金额占当期空气净化器营业收入比例 d/ a	4.60%	2.47%

注：平均汇率变动=本期平均汇率-上期平均汇率；影响营业收入金额=美元收入金额*本期汇率平均变动。

2022 年度和 2023 年 1-10 月，汇率波动对营业收入的影响金额分别为 921.61 万元和 1,146.15 万元，影响金额占当期空气净化器营业收入比例为 2.47%、4.60%。由于公司采购不涉及美元结算，汇率波动对空气净化器营业收入的影响即为对毛利率的影响，2023 年 1-10 月美元兑人民币汇率持续上升，经测算导致空气净化器毛利率较上年度上升 4.60 个百分点。

（2）单位成本变动情况

从产品成本方面看，2023 年 1-10 月空气净化器产品单位成本较上年度上升 1.86%。其中，单位材料成本同比下降 2.04%，主要系 2023 年 1-10 月主要原材料塑料粒子采购价格下降，导致主要产品平均单位材料成本小幅下降。但由于当年人工成本因职工薪酬待遇提升而同比提高 10.50%，且公司 2023 年 1-10 月新增机器设备 857.84 万元，当年相关固定资产的折旧摊销增长较多，导致单位制造费用同比提高 26.86%，综合使得单位成本小幅提升。

公司目前主要使用的原材料塑料粒子市场竞争充分，生产技术的不断进步使得塑料粒子的生产过程更加高效。报告期内，中国塑料城价格指数变化如下所示：



数据来源：Wind

2022 年以来塑料粒子的价格整体呈现下降趋势。2023 年 1-10 月公司 ABS 塑料粒子的采购单价较 2022 年下降 22.96%，因此公司空气净化器生产材料成本随之下降。

综上，主要受产品迭代升级价格提升及美元汇率上升影响，且由于主要原材料价格下降导致产品升级后生产材料成本并未显著增加，使得公司 2023 年 1-10 月空气净化器毛利率较 2022 年提升较为明显。

2、2022 年空气净化器毛利率上升的原因和合理性

2022 年空气净化器毛利率较上年度增加 2.82 个百分点，波动较小，但单价及单位成本变动较大，主要原因系当年销售的车载空气净化器较上年度大幅增加 3.69 万台所致，该产品定价和单位成本较低。剔除车载空气净化器收入后，2022 年空气净化器单价及成本构成变动情况如下：

单位：元、台、元/台

空气净化器（剔除车载）	2022 年度		2021 年度
	金额	变动率（%）/变动百分点	金额
销售金额	348,863,459.32	-19.00	430,703,788.85
销售数量	253,402.00	-20.18	317,481.00
单价	1,376.72	1.48	1,356.63
单位成本	762.51	-2.99	786.05
其中：单位材料成本	608.40	-4.90	639.77
单位人工成本	37.25	9.16	34.13
单位制造费用	69.54	28.93	53.94
单位委外加工费	28.90	-27.33	39.77
单位运费	18.42	-0.13	18.44
毛利率	44.61%	2.56	42.06%

由上表可见，从产品价格方面看，剔除车载空气净化器收入后，2022 年空气净化器单价较 2021 年增长 1.48%，差异较小，主要系 2022 年美元兑人民币汇率上升，使得 2022 年公司产品单价有所提高。

从产品成本方面看，2022 年度空气净化器产品单位成本同比下降 2.99%。其中，单位材料成本同比下降 4.90%，主要系公司在生产过程中成本管控能力提升，产品成本小幅下降所致；2022 年公司将更多外协加工改为自制，使得单位人工成本同比提高 9.16%，单位委外加工费同比降低 27.33%；公司 2022 年劳务外包费用增长较多，导致单位制造费用同比提高 28.93%。

综上，由于公司在生产过程中成本管控能力提升，产品成本小幅下降，公司 2022 年空气净化器毛利率较 2021 年提升 2.82 个百分点。

（二）风扇产品

报告期各期，公司风扇产品毛利率分别为 34.75%、16.06%、26.77%，2022 年风扇产品毛利率较 2021 年下降了 18.70 个百分点，2023 年 1-10 月较 2022 年提升了 10.71 个百分点，呈现先降后升趋势。

报告期内，公司风扇产品主要由供应商代工生产，仅小批量自产，自产及代工产品销售金额及毛利率情况如下：

单位：万元，%

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
----	---------------	---------	---------

	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
代工模式	2,821.19	26.76	2,467.88	15.19	603.99	34.75
自产模式	45.17	27.47	169.47	28.77	-	
合计	2,866.36	26.77	2,637.34	16.06	603.99	34.75

报告期各期，公司自产模式下风扇毛利率较为稳定。公司代工模式下生产的风扇毛利率存在波动，代工模式下风扇产品单价及成本构成变动情况如下：

单位：元、台、元/台

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度
	金额	变动率 (%) / 变动 百分点	金额	变动率 (%) / 变动 百分点	金额
销售金额	28,211,914.00	14.32	24,678,755.90	308.59	6,039,928.41
销售数量	73,117.00	-1.60	74,308.00	441.13	13,732.00
单价	385.85	16.18	332.11	-24.49	439.84
单位成本	282.60	-0.10	281.68	0.01	286.98
其中：单位成本 (除运费)	244.80	2.80	238.13	-2.81	245.01
单位运费	37.80	-13.20	43.55	3.77	41.97
毛利率	26.76%	11.57	15.19%	-19.57	34.75

(1) 2023 年 1-10 月风扇产品毛利率上升的原因和合理性

自产模式下，公司 2023 年 1-10 月风扇毛利率较上年度不存在明显差异。

代工模式下，公司 2023 年 1-10 月风扇毛利率较上年度增加 11.57 个百分点，上升较为明显，主要是由于单价提高所致。

从产品价格方面看，2023 年 1-10 月代工生产的风扇平均售价较上年上升了 16.18 个百分点，主要系公司开发的新品 F10 系列折叠风扇销售量大幅增加，该产品以外销为主定价较高，而 2022 年主要销售的风扇产品为智能循环扇，其型号功能与 F10 系列折叠风扇差异较大，定价较低。

从产品成本方面看，2023 年 1-10 月风扇代工成本同比上升 2.80 个百分点，变动较小；公司 2023 年优化运营，导致单位运费同比下降 13.20%。上述因素叠加作用下，使风扇产品单位成本变动较小。

综上，由于 2023 年 1-10 月公司开发的新品 F10 系列折叠风扇产销量大幅增加，该产品定价较高，导致风扇产品毛利率较 2022 年提升 10.71 个百分点。

(2) 2022 年风扇产品毛利率下降的原因和合理性

代工模式下，公司 2022 年风扇毛利率较上年度下降 19.57 个百分点，降幅较大，主要是由于单价降低所致。

2022 年，代工生产的风扇产品平均售价较上年下降了 24.49%，主要系公司当年着力开拓新品类空气循环扇在国内市场的销售渠道，加大促销力度，2022 年风扇销售单价较上年度降价所致。

从单位成本方面看，2022 年，代工生产的风扇产品单位成本较上年不存在明显差异。

综上，由于公司开拓国内风扇市场销售渠道降低了风扇价格，公司 2022 年风扇毛利率较 2021 年下降了 18.70 个百分点。

(三) 加湿器产品

2022 年及 2023 年 1-10 月，公司加湿器产品毛利率分别为 49.09%、41.14%，呈现下降趋势。

公司加湿器产品为公司 2022 年推出的新产品，2022 年主要由供应商代工生产，2023 年公司开始量产。公司加湿器自产及代工销售金额及毛利率情况如下：

单位：万元，%

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
代工模式	43.82	62.12	100.74	56.70
自产模式	1,173.62	40.35	107.32	41.95
合计	1,217.45	41.14	208.07	49.09

公司加湿器产品单价及成本构成变动情况如下：

单位：元，台、元/台

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度
	金额	变动率(%) / 变动百分点	金额
销售金额	12,174,467.51	485.12%	2,080,673.02
销售数量	19,398.00	403.84	3,850.00
单价	627.61	16.13	540.43
单位成本	369.44	34.28	275.12
其中：单位材料成本	226.92	17.55	193.04
单位人工成本	26.48	131.16	11.45

项目	2023 年 1-10 月		2022 年度
	金额	变动率(%) / 变动百分点	金额
单位制造费用	92.04	131.76	39.71
单位委外加工费	13.58	80.53	7.52
单位运费	10.43	-55.42	23.39
毛利率	41.14%	-7.96	49.09%

2023 年 1-10 月加湿器毛利率较上年度下降 7.96 个百分点，主要是由于单位成本增幅超过单价增幅所致，具体如下：

从单价方面看，2023 年 1-10 月加湿器产品单价较上年提升了 16.13%，主要系 2023 年 1-10 月销售的主要为自主开发并生产的无耗材喷淋智能加湿器产品，该产品定价较高。而 2022 年销售的主要为代工生产的第一代加湿器产品，定价较低。

从产品成本方面看，2023 年 1-10 月，加湿器产品单位成本较上年上升 34.28%，其中单位材料成本提升 17.55%，主要系当年开始大量自产无耗材喷淋智能加湿器，材料成本较此前代工的产品高；此外，由于是新产品，前期生产工艺调试相对频繁，成本较高，且订单处于逐步放量的过程中，相对零散，无法实现规模效应，综合使得单位人工成本、单位制造费用、单位委外费用均较高。

综上，虽然 2023 年 1-10 月，加湿器产品销售以公司自主开发的定价较高的无耗材喷淋智能加湿器为主，但由于为新产品生产成本较高，且通过海外经销商销售，毛利率较 2022 年主要通过美国子公司零售直销的加湿器低，因此公司 2023 年 1-10 月加湿器毛利率较 2022 年下降了 7.96%。

综上所述，报告期内公司毛利率持续上升主要受空气净化器毛利率影响，空气净化器毛利率提高主要是由于产品迭代升级及美元汇率上升综合使得单价提升，且由于主要原材料价格下降导致产品升级后生产材料成本并未显著增加所致，具有合理性。

二、量化说明公司细分产品各期毛利率差异较大的合理性；

报告期各期，公司主要细分产品各期毛利率情况如下：

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
空气净化器：	52.18%	44.98%	42.16%

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
单价（元/台）	1,461.70	1,246.99	1,329.30
单位成本（元/台）	698.91	686.14	768.93
风扇：	26.77%	16.06%	34.75%
单价（元/台）	386.26	336.30	439.84
单位成本（元/台）	282.86	282.30	286.98
加湿器：	41.14%	49.09%	-
单价（元/台）	627.61	540.43	-
单位成本（元/台）	369.44	275.12	-

公司细分产品各期毛利率存在差异，具体原因详见本问询回复本题回复之“一、报告期各期主要细分产品价格、原材料、人工、制造费用等变化情况以及对毛利率具体影响，说明报告期内公司毛利率持续上升的原因及合理性”，公司空气净化器、风扇、加湿器等各细分产品各期毛利率差异较大具有合理性。

三、详细比较公司与同业可比公司细分产品差异,包括但不限于品种、成本、应用、定价等方面,细化说明公司毛利率与同业可比公司存在差异的商业合理性,可比公司选取是否恰当, 如不恰当, 请修改披露

（一）详细比较公司与同业可比公司细分产品差异，包括但不限于品种、成本、应用、定价等方面

公司与可比公司细分产品差异对比如下：

公司名称	产品品种	主要原材料及材料成本占比	主要客户	主要应用	相关产品定价
科沃斯 (603486.SH)	扫地机器人、空气净化机器人、洗地机等	塑料粒子、芯片、注塑件、电器件等；2023 年直接材料占比 83.8%	京东、深圳尚科宁家科技有限公司、Walmart、Amazon、卡赫清洁技术（常熟）有限公司	向终端消费者提供家庭地面清洁及环境健康电器	家用服务机器人平均销售单价 1,794.00 元/台 ¹
莱克电气 (603355.SH)	吸尘器、空气净化器、净水机、厨房电器、园林工具等	塑料粒子、铜材、铝锭、矽钢片和电子元器件等；2023 年直接材料成本占比 73.34%	福特汽车、鲨客、必胜、飞利浦、博世	为国际知名品牌运营商和世界著名的汽车品牌代工家居清洁健康电器和铝合金精密零部件	环境清洁电器平均销售单价 361.42 元/台 ²
奥佳华 (002614.SZ)	按摩椅、按摩小电器、新风系统、空气净化器、家用医疗等	电子元件、塑胶类、电器件、塑料米、五金件等；直接材料占比在 80%以上	海伦特洛伊家电（HELE）、HOMEDICS、YOOWO.CO.,LTD、BOKJUNG SCALE CO., LTD、Honeywell、飞利浦	为国际品牌商代工空气净化器产品等；向终端消费者提供按摩保健产品	健康环境产品（新风系统、空气净化器等）平均销售单价 113.20 元/台 ³
鸿智科技 (870726.BJ)	电饭煲、慢炖锅、压力锅、加湿器、电热器等	五金制品、电子元器件、橡胶及塑料制品、陶瓷玻璃等；2022 年直接材料占比 85.48%	品谱集团、塔尔加、松下、汉美驰、摩飞	为国际品牌商代工厨房小家电和生活小家电	主要产品电饭煲、慢炖锅、压力锅、烘烤产品、电热器产品销售价格在 70.57-311.20 元/台 ⁴
富泰科技 (873963.NQ)	风机过滤机组、空气过滤器、风淋室、高效过滤网箱等	风机、金属材料、滤纸、控制器等原材料和各类电子元器件等；2021 年直接材料占比 79.59%	大福自动搬送设备(苏州)有限公司、无锡市太极实业股份有限公司、中国电子系统技术有限公司、牧原食品股份有限公司、中建凯德电子工程设计有限公司	为半导体、液晶显示、光电电子、精密仪器、化学、生物医药、食品、研究院校及行业提供净化设备。	FFU 产品平均销售单价 1,226.85 元/台 ⁵
石头科技 (688169.SH)	智能扫地机器人、洗地机、洗烘一体机及其他智能电器等	LDS 激光测距仪、电池、集成电路、齿轮箱、线材等；2023 年智能扫地机直接材料占比 45.96%，委外加工	小米集团、紫光、京东、慕晨、俄速通	为终端客户提供智能扫地机器人智能电器	石头智能扫地机器人平均销售单价 1,926.80 元/台 ⁶

¹ 数据来源：科沃斯公开发行 A 股可转换公司债券申请文件反馈意见的回复
² 数据来源：莱克电气公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见之回复报告
³ 数据来源：奥佳华公开发行可转换公司债券跟踪评级报告
⁴ 数据来源：鸿智科技招股说明书
⁵ 数据来源：富泰科技公开转让说明书
⁶ 数据来源：石头科技招股说明书

公司名称	产品品种	主要原材料及材料成本占比	主要客户	主要应用	相关产品定价
		47.52%			
公司	空气净化器、风扇、加湿器等	塑料粒子、电机、芯片、电子元器件、五金件等；2022年直接材料占比 79.05%	TCN、京东、天猫、小米有品、华为	面向终端消费者提供空气净化器环境健康电器	空气净化器 1,246.99-1,461.70

（二）细化说明公司毛利率与同业可比公司存在差异的商业合理性

报告期内，公司与同行业其他可比公司毛利率对比情况如下：

公司	2023 年 1 月—10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	47.50%	51.61%	51.41%
莱克电气	25.61%	23.02%	21.79%
奥佳华	37.07%	32.23%	29.86%
鸿智科技	20.08%	18.08%	15.02%
富泰科技	29.99%	29.82%	30.89%
石头科技	55.13%	49.32%	48.11%
公司	49.27%	42.77%	41.69%

注：可比公司 2023 年 1-10 月毛利率系取自 2023 年年报财务数据销售毛利率

公司及同行业可比公司之间产品的品种、类型、主要原料、主要客户群体、产品应用领域存在一定差异，多种因素综合影响，导致公司产品毛利率与同业可比公司存在一定差异，主要影响因素包括：

从产品品种上看，公司空气净化器产品收入和毛利占比均在 80%以上，虽然可比公司中除石头科技、鸿智科技外，其他可比公司都有空气净化相关产品，但收入占比均小于公司，产品构成存在一定差异。

从产品应用和客户群体看，除富泰科技产品应用于企业客户外，同行业可比公司产品均为家用电器，但莱克电气、鸿智科技均主要为品牌运营商代工。公司与石头科技、科沃斯产品应用和客户群体较为相似，自主品牌产品销售收入均在 90%以上，客户主要为电商平台与销售渠道商，因此毛利率较为接近。

从成本和定价原则上看，公司与科沃斯、石头科技的自主品牌产品销售收入均在 90%以上，需要投入较大品牌推广成本及承担面向终端客户直销的售前售后服务，因此产品定价较 ODM 模式高，毛利率水平较高，毛利率较为接近。2023 年奥佳华自主品牌产品销售收入为 51.46%，因此毛利率也相对较高。莱克电气 2021 年度自主品牌业务收入占比为 16.77%，2022 年度起未披露自主品牌业务收入金额情况。鸿智科技 2021 年 OEM/ODM 业务收入占比 97.36%，毛利率最低。

综上，公司毛利率与同业可比公司存在差异主要是由于产品品种、应用、客户群体、成本和定价原则方面存在差异，具有合理性。

（三）可比公司选取是否恰当，如不恰当，请修改披露。

同行业可比公司中主营业务均有空气净化相关产品或加湿器产品，与公司在主要产品方面均较为接近。在充分考虑主营产品关联度和财务数据可获得性的前提下，公司选取科沃斯、莱克电气、奥佳华、鸿智科技、富泰科技作为同行业可比公司，具有合理性。除了上述公司外，**公司新增同为环境健康电器领域的石头科技作为可比公司。石头科技产品以自主品牌为主，主要通过经销与直销模式相结合的形式进行销售，销售渠道覆盖线上主流电商平台及线下渠道，与公司的销售模式较为匹配。**

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“八、所处（细分）行业基本情况及公司竞争状况”之“（二）公司的市场地位及竞争优势”之“1、公司竞争地位”中补充披露可比公司的增加情况。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及会计师履行了以下核查程序：

- 1、访谈公司主要管理层，了解公司销售定价策略，并查看指导价格相关文件、取得相关销售定价管理制度；
- 2、取得公司收入成本明细表，对比主要产品在不同区域、客户类型等方面的定价差异情况；
- 3、取得公司收入成本明细表，分析主要产品的成本差异和毛利率变动原因；
- 4、查阅科沃斯等同行业公司公开披露文件，了解同行业公司在产品、成本、应用、定价等方面的差异情况，分析是否与公司情况一致或存在差异及其对毛利率的影响。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

- 1、综上所述，报告期内公司毛利率持续上升主要受空气净化器毛利率影响，空气净化器毛利率提高主要是由于产品迭代升级及美元汇率上升综合使得单价提升，且由于主要原材料价格下降导致产品升级后生产材料成本并未显著增加所致，具有合理性；
- 2、公司空气净化器、风扇、加湿器等各细分产品各期毛利率差异较大具有

合理性；

3、公司毛利率与同业可比公司存在差异主要是由于产品品种、应用、客户群体、成本和定价原则方面存在差异，具有合理性；在充分考虑主营产品关联度和财务数据可获得性的前提下，公司选取科沃斯、莱克电气、奥佳华、鸿智科技、富泰科技作为同行业可比公司，具有合理性。公司已补充选取业务模式较为相近的环境健康电器领域上市公司石头科技，并在公开转让说明书中补充披露。

8. 关于外汇衍生品。报告期内，公司开展外汇衍生品交易金额较大，2021年、2022年、2023年1-10月金融衍生产品交割收益分别为19.27万元、14.99万元、-870.03万元。

请公司补充说明：（1）外汇衍生品业务开展的具体情况，包括但不限于交易品种、交易目的、核算科目、报告期各期的交易金额及损益金额等；（2）对公司境外收入、原币金额、外汇衍生品交易金额进行匹配性分析，进一步说明公司开展上述业务的合理性；（3）外汇衍生品业务相关的具体内控制度及执行有效性；（4）报告期内公司外汇衍生品业务产生大额亏损的原因，模拟测算潜在最大风险敞口，是否对公司持续经营能力存在重大不利影响，后续具体措施及有效性。

请主办券商及会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、外汇衍生品业务开展的具体情况，包括但不限于交易品种、交易目的、核算科目、报告期各期的交易金额及损益金额等

（一）外汇衍生品业务交易品种、交易目的

报告期内公司收入主要以外销收入为主，外销客户结算货款主要是以美元方式进行结算，外币结算业务较为频繁。近年来，受国际政治、经济等因素的影响，汇率的波动幅度较大。从长远来看，汇率的大幅波动，可能会给公司未来的订单利润带来较大不确定性。为合理管控外汇市场风险，防范汇率大幅波动对公司业绩造成不良影响，公司开展了以锁定未来时点美元汇率为目的外汇期权、外汇掉期、远期结售汇和货币互换等外汇衍生品业务，以降低汇率风险，实现外币增值保值，平稳现金流。

（二）外汇衍生品业务的核算科目

公司将外汇期权、外汇掉期、远期结售汇和货币互换等外汇衍生品业务认定为符合交易性金融资产或交易性金融负债确认的条件，并作为交易性金融资产或交易性金融负债进行确认和计量。公司按照公允价值计量外汇合约，并将其公允价值变动计入当期损益，具体会计处理如下：

项目	初始确认	后续计量	终止确认
外汇期权	1、签约日：取得银行出具的《外汇期权交易确认书》，外汇期权合约公允价值为零，不进行账务处理。 2、期权费划转日： 买入美元看跌人民币看涨期权，按照支付的期权费确认为一项交易性金融资产。 卖出美元看涨人民币看跌期权，按照收取的期权费确认为一项交易性金融负债。	资产负债表日： 按照公允价值进行计量，期末公允价值依据银行出具的估值报告确定，该金额在财务报表上确认为交易性金融资产或负债，对应的损益记入公允价值变动损益。	实际行权日： 1、银行不行权，结转交易性金融资产或负债，确认投资收益。 2、银行行权时，公司根据交割当日外汇即期汇率与合同约定结算汇率之间的差额，将合约交割日结算的收益或亏损确认为投资收益；同时转销已确认的交易性金融资产或者负债的账面价值。
外汇掉期	1、签约日：取得银行出具的《人民币掉期交易确认书》，外汇掉期合约公允价值为零，不进行账务处理。 2、近端交割日：以约定汇率卖出人民币，卖出人民币按约定汇率，计入其他应收款；买入美元按当日即期汇率，计入其他应付款，两者差额计入汇兑损益。	资产负债表日： 按照公允价值进行计量，期末公允价值依据银行出具的估值报告确定，该金额在财务报表上确认为交易性金融资产或负债，对应的损益记入公允价值变动损益。	1、远端交割日：以约定汇率买入人民币，买入人民币按约定汇率，计入其他应收款；卖出美元按当日即期汇率，计入其他应付款，两者差额计入汇兑损益。 2、实际交割日：转销已确认的交易性金融资产或负债的账面价值。
远期结售汇	签约日： 取得银行出具的《远期交易确认书》，远期结售汇合约公允价值为零，不进行账务处理。	资产负债表日： 按照公允价值进行计量，期末公允价值依据银行出具的估值报告确定，该金额在财务报表上确认为交易性金融资产或负债，对应的损益记入公允价值变动损益。	实际交割日： 公司根据交割当日外汇即期汇率与合同约定结算汇率之间的差额，将合约交割日结算的收益或亏损确认为投资收益；同时转销已确认的交易性金融资产或者负债的账面价值。
货币互换	1、签约日：取得银行出具的《互换业务交易确认书》，货币互换合约公允价值为零，不进行账务处理。	资产负债表日： 按照公允价值进行计量，期末公允价值依据银行出具的估	1、远端互换日：以约定汇率支付人民币，支付人民币按约定汇率，计入其他应付款；

项目	初始确认	后续计量	终止确认
	2、近端互换日： 以约定汇率收取人民币，收取人民币按约定汇率，计入其他应付款；支付美元按当日即期汇率，计入其他应收款，两者差额计入汇兑损益。	值报告确定，该金额在财务报表上确认为交易性金融资产或负债，对应的损益记入公允价值变动损益。	收取美元按当日即期汇率，计入其他应收款，两者差额计入汇兑损益。 2、实际交割日：转销已确认的交易性金融资产或负债的账面价值。

（三）外汇衍生品业务报告期各期的交易金额及损益金额

报告期各期公司外汇衍生品业务的交易金额如下：

单位：万美元

年份	交易品种	期初余额	当期购入	当期交割	期末未交割
2023 年 1-10 月	外汇期权	2,922.00	15,993.00	4,723.50	14,191.50
	外汇掉期	-	101.00	101.00	-
	远期结售汇	-	1,750.00	1,750.00	-
	货币互换	-	700.00	700.00	-
	合计	2,922.00	18,544.00	7,274.50	14,191.50
2022 年度	外汇期权	300.00	3,722.00	1,100.00	2,922.00
	外汇掉期	-	-	-	-
	远期结售汇	-	100.00	100.00	-
	货币互换	100.00	-	100.00	-
	合计	400.00	3,822.00	1,300.00	2,922.00
2021 年度	外汇期权	-	1,833.94	1,533.94	300.00
	外汇掉期	-	863.56	863.56	-
	远期结售汇	-	1,000.00	1,000.00	-
	货币互换	-	100.00	-	100.00
	合计	-	3,797.50	3,397.50	400.00

报告期各期公司外汇衍生品业务的损益影响金额如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
投资收益	-870.03	14.99	19.27
公允价值变动损益	-1,719.28	-338.69	-7.34
合计	-2,589.31	-323.70	11.93

报告期各期末公司外汇衍生品业务未交割金额分别为 400.00 万美元、

2,922.00 万美元、14,191.50 万美元，报告期各期损益影响金额分别为 11.93 万元、-323.70 万元、-2,589.31 万元，2023 年 1-10 月由于内控不完善以及管理层对美元兑人民币汇率变动趋势出现较大预测偏差，导致公司在此期间持续大量购入卖出美元看涨期权，使得 2023 年 10 月末的未到期外汇衍生产品规模较大，同时该期间的损益影响金额较大。

二、对公司境外收入、原币金额、外汇衍生品交易金额进行匹配性分析，进一步说明公司开展上述业务的合理性

报告期各期公司外汇衍生品业务的交易金额与境外收入金额的对比分析如下：

单位：万美元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
外汇衍生品期初金额	2,922.00	400.00	-
外汇衍生品购买金额	18,544.00	3,822.00	3,797.50
外汇衍生品交割金额	7,274.50	1,300.00	3,397.50
外汇衍生品期末金额	14,191.50	2,922.00	400.00
外销收入金额	3,853.37	5,362.31	5,998.82

2021 年度、2022 年度公司外汇衍生品交易金额小于外销收入金额，2023 年 1-10 月外汇衍生品交易金额显著超过外销收入金额。公司外汇衍生品交易规模与外币资产风险敞口的总体匹配情况如下：

单位：万美元

项目	2023 年 10 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
美元货币资金（A）	505.15	1,796.18	1,580.33
美元应收账款（B）	140.31	81.55	34.14
美元其他应收款（C）	0.35	4.87	100.00
美元在手订单（D）	582.45	1,852.25	1,107.04
美元应付账款（E）	52.43	49.33	90.50
美元其他应付款（F）	0.20	0.20	100.29
以美元结算的货币性项目风险敞口（G=A+B+C+D-E-F）	1,175.63	3,685.32	2,630.72
未到期的外汇衍生品（H）	14,191.50	2,922.00	400.00
净风险敞口（I=G-H）	-13,015.87	763.32	2,230.72

项目	2023 年 10 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
风险敞口覆盖率 (J=H/G)	1207.14%	79.29%	15.20%

由上表可见，2021 年末、2022 年末未到期衍生品余额均未超过外币资产风险敞口金额，公司外汇衍生品交易规模与外币资产风险敞口较为匹配，外汇衍生品交易风险可控，外汇衍生品业务开展具有合理性。

2023 年 10 月末外币风险敞口覆盖率为 1207.14%，显著超过以前年度，主要是由于内控不完善以及管理层对美元兑人民币汇率变动趋势出现较大预测偏差，导致公司在此期间持续大量购入卖出美元看涨期权，从而使得期末外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口。

综上所述，2021 年及 2022 年，公司境外收入、原币金额、外汇衍生品交易金额具有匹配性，公司外汇衍生品业务开展具有合理性；2023 年 10 月末未到期外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口金额，主要系内控不完善、管理层决策失误导致开展的外汇衍生品业务出现规模较大情况。

三、外汇衍生品业务相关的具体内控制度及执行有效性

（一）外汇衍生品业务相关的具体内控制度

报告期内，公司未建立专门的外汇衍生品相关内控制度，虽然公司购买外汇衍生品的初衷是为了规避外汇风险，进行套期保值，但因内控措施不完善，存在实际购买的外汇衍生品规模显著超过公司外汇风险敞口的情况。

为加强公司外汇衍生品交易的相关内控，防范外汇风险，公司已制定并执行如下外汇相关内控制度：

1、审议通过《外汇衍生品交易管理制度》

2024 年 1 月 12 日，公司召开第一届董事会第五次会议，审议通过了《外汇衍生品交易管理制度》。对外汇交易业务的管理原则、管理及内部操作流程、信息隔离措施、内部风险报告及风险处理程序等做出了明确的规定。具体内容如下：

“第十二条 公司外汇衍生品交易业务的审批权限如下：（一）单笔交易金额或连续十二个月内交易累计金额，不超过公司最近一期经审计净资产 50% 的，应当提交公司董事会审批；（二）单笔交易金额或连续十二个月内交易累计金额，超过公司最近一期经审计净资产 50% 的，应当提交公司股东大会审批。”

“第十九条 在外汇衍生品业务操作过程中：（1）选择结构简单、流动

性强、风险可控的外汇衍生产品开展套期保值业务，并只能在董事会授权额度范围内进行，严格控制其交易规模；（2）加强对银行账户和资金的管理，严格资金划拨和使用的审批程序；（3）制定规范的业务操作流程和授权管理体系，配备专职人员，明确岗位责任，严格在授权范围内从事上述业务；同时加强相关人员的业务培训及职业道德，提高相关人员素质，对异常情况进行及时报告，最大限度的规避操作风险的发生。”

2、审批 2024 年外汇衍生品交易额度

2024 年 3 月 6 日公司召开第一届董事会第六次会议，2024 年 3 月 21 日公司召开 2024 年第二次临时股东大会审议通过了《关于开展外汇衍生品交易业务的议案》，具体内容如下：

“公司及境内外子公司拟使用不超过人民币 30,000 万元(含等值其他币种)自有资金开展外汇衍生品交易，该交易额度自本议案批准之日起一年内有效，在该期间内可以滚动使用，并且 2024 年公司及境内外子公司已发生的外汇衍生品交易情况将计入上述额度。公司授权董事长行使该项投资决策权并签署或授权相关子公司负责人签署相关合同与文件，公司财务负责人负责外汇衍生品交易业务的具体操作和管理。”

（二）内控制度执行有效性

针对外汇衍生品业务风险，公司积极汲取、总结相关经验，加强外汇管理，主要针对如下方面制定了整改、管控措施：

1、强调贯彻落实、严格遵守公司《外汇衍生品交易管理制度》，明确董事会、股东大会是公司开展外汇衍生品业务交易的决策机构，按照权限负责审批外汇交易及外汇衍生品业务年度交易限额，财务部门为外汇衍生品操作执行的唯一部门；

2、公司严格按照审议批准的交易额度，控制资金规模，使用自有资金开展年度合约价值总额度不超过人民币 30,000 万元（含等值其他币种）的外汇衍生品交易（额度在该期间内可以滚动使用）；

3、密切关注外汇市场的波动情况，加强外汇趋势研究，并结合公司资金需求、客户回款情况等适时调整外汇衍生品交易规模；

4、公司加强对外币应收账款的管控，增强对外币应收账款的催收力度，严

格降低公司外币应收账款逾期率和坏账水平，提供外汇风险敞口评估的准确度；

5、公司已安排专人负责外汇产品额度的管理工作，在每一次执行外汇交易前，由专人计算实时使用额度，一并提交内部审批流程；

6、公司监事会可不定期对外汇衍生品业务的实际操作情况、资金使用情况 & 盈亏情况进行审计，行使监督职能；

报告期期后的 2023 年 11 月至 2024 年 4 月，公司已逐步控制外汇衍生品的交易规模，公司外汇衍生品交易规模情况如下：

单位：万美元

项目	2024 年 1-4 月	2023 年 11-12 月
外汇衍生品期初金额	12,290.00	14,191.50
外汇衍生品本期新增	3,148.00	1,300.00
外汇衍生品本期交割	3,888.00	3,201.50
外汇衍生品期末金额	11,550.00	12,290.00

报告期期后的 2023 年 11 月至 2024 年 4 月，公司外汇衍生品业务对冲风险结果较 2023 年 1-10 月有所改善，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-4 月	2023 年 11-12 月	2023 年 1-10 月
外汇衍生品投资收益①	123.74	288.19	-870.03
外汇衍生品公允价值变动损益②	-590.35	818.58	-1,719.28
影响损益金额③=①+②	-466.61	1,106.77	-2,589.31
汇兑损益④	100.40	11.61	-556.24
对冲效果⑤=③-④	-567.01	1,095.16	-2,033.08

注:2023 年 11-12 月及 2024 年 1-4 月数据未经审计。

综上，报告期内公司未建立外汇衍生品相关内控制度，自公司 2024 年 1 月建立了外汇衍生品相关内控制度后，外汇衍生品交易规模已逐步控制，亏损降低，外汇衍生品相关内控制度已得到有效执行。

四、报告期内公司外汇衍生品业务产生大额亏损的原因，模拟测算潜在最大风险敞口，是否对公司持续经营能力存在重大不利影响，后续具体措施及有效性

（一）报告期内公司外汇衍生品业务产生大额亏损的原因，模拟测算潜在最大风险敞口，是否对公司持续经营能力存在重大不利影响。

1、报告期各期，公司外汇衍生品业务对损益的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
影响损益金额(A)	-2,589.31	-323.70	11.93
汇兑损益(B)	-556.24	-985.64	145.44
对冲效果(C=A-B)	-2,033.07	661.94	-133.51

注：影响损益金额负数为亏损，汇兑损益负数为盈利。

2021 年度，由于美元兑人民币汇率下降，公司汇兑损益为汇兑损失 145.44 万元，通过购买外汇衍生品业务锁定汇率，公司对冲后减少汇兑亏损 11.93 万元，有效降低了汇率波动的风险。

2022 年度、2023 年 1-10 月，由于受国内外大环境影响，美元对人民币汇率持续上升，但是由于公司内控不完善以及管理层对美元兑人民币汇率变动趋势出现较大预测偏差，导致公司在此期间持续大量购入卖出美元看涨期权，外汇衍生品合约产生大额亏损，影响损益金额-323.70 万元和-2,589.31 万元。

2、模拟测算潜在最大风险敞口，是否对公司持续经营能力存在重大不利影响

基于以上的汇率风险敞口分析进行敏感性测试，当其他因素不变时，假定美元对人民币汇率变动 1%。对公司的利润总额的潜在影响分析如下：

项目		2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
期末外币净风险敞口①（万美元）		-13,015.87	763.32	2,230.72
期末外币净风险敞口②（万元人民币）		-93,426.61	5,316.22	14,222.40
利润总额③（万元人民币）		3,697.04	7,693.21	8,713.83
外币对人民币汇率上涨 1%	利润总额变动额④=②*0.01（万元人民币）	-934.27	53.16	142.22
	利润总额变动率④/③	-25.27%	0.69%	1.63%
外币对人民币汇率波动下跌 1%	利润总额变动额⑤=②*(-0.01)（万元人民币）	934.27	-53.16	-142.22
	利润总额变动率⑤/③	25.27%	-0.69%	-1.63%

由上表可知，当其他因素不变时，假定美元对人民币汇率上涨/下跌 1%对公司税前利润的影响，2021 年末、2022 年末绝对值分别为 142.22 万元、53.16 万元，占当期利润总额的比例分别为 1.63%、0.69%，潜在损失较小。2023 年 10 月末，由于内控不完善及管理层决策失误，未到期外汇衍生品余额显著超过外币

资产风险敞口，汇率变动 1%对公司税前利润总额的影响绝对值为 934.27 万元，影响金额较大，对公司持续经营能力存在重大不利影响。报告期后公司已补充建立了相关的外汇管理制度及管控措施并严格执行，报告期后公司的外汇衍生品交易规模已逐步控制，外汇衍生品业务对冲风险结果较 2023 年 1-10 月有所改善。

综上所述，报告期内外汇衍生品出现大额亏损主要是由于美元对人民币升值以及公司持有的外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口所致。2023 年 10 月末因内控不完善、管理层决策失误等原因导致潜在损失较大，对公司持续经营能力存在潜在的重大不利影响。

（二）公司外汇衍生品业务后续具体措施及有效性。

详见本问询回复本题回复之“三、外汇衍生品业务相关的具体内控制度及执行有效性”。自公司 2024 年 1 月建立了外汇衍生品相关内控制度后，外汇衍生品交易规模已逐步控制，亏损降低，外汇衍生品相关内控制度已得到有效执行。

综上所述，报告期内外汇衍生品出现大额亏损主要是由于美元对人民币升值以及公司持有的外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口所致。2023 年 10 月末因内控不完善、管理层决策失误等原因导致潜在损失较大，对公司持续经营能力存在潜在的重大不利影响。自公司 2024 年 1 月建立了外汇衍生品相关内控制度后，外汇衍生品交易规模已逐步控制，亏损降低，外汇衍生品相关内控制度已得到有效执行。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商和会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司财务负责人，了解外汇衍生品的交易类型、会计核算以及开展外汇衍生品的原因；

2、获取公司外汇衍生品台账，统计报告期各期外汇衍生品签订及交割情况，比较外汇衍生品交易规模与公司境外收入匹配情况；

3、了解与外汇衍生品交易相关的关键内部控制；获取了公司《外汇衍生品交易管理制度》，以及经公司董事会、股东大会审议通过的《关于开展外汇衍生品交易业务的议案》，查询其他上市公司开展外汇衍生品交易的情况，分析公司

外汇衍生品交易的合理性；

4、复核报告期各期外汇衍生品收益情况及未交割部分的潜在收益或亏损是否正确，分析公司外汇风险敞口；

5、结合期后外汇衍生品交易情况，核查公司外汇衍生品相关内控制度执行的有效性。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司开展的外汇衍生品业务主要系外汇期权、外汇掉期、远期结售汇和货币互换等业务，业务开展的目的是为了降低汇率风险，具有合理性；外汇衍生品业务的会计核算准确；

2、2021 年及 2022 年，公司境外收入、原币金额、外汇衍生品交易金额具有匹配性，公司外汇衍生品业务开展具有合理性；2023 年 10 月末未到期外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口金额，主要系内控不完善、管理层决策失误导致开展的外汇衍生品业务出现规模较大情况；

3、报告期内公司未建立外汇衍生品相关内控制度，自公司 2024 年 1 月建立了外汇衍生品相关内控制度后，外汇衍生品交易规模已逐步控制，亏损降低，外汇衍生品相关内控制度已得到有效执行；

4、报告期内外汇衍生品出现大额亏损主要是由于美元对人民币升值以及公司持有的外汇衍生品余额显著超过外币资产风险敞口所致。2023 年 10 月末因内控不完善、管理层决策失误等原因导致潜在损失较大，对公司持续经营能力存在潜在的重大不利影响。自公司 2024 年 1 月建立了外汇衍生品相关内控制度后，外汇衍生品交易规模已逐步控制，亏损降低，外汇衍生品相关内控制度已得到有效执行。

9. 关于线上销售及平台费用。报告期内公司与国内众多线上平台合作，开展线上销售业务。

请公司补充披露：报告期各期通过各类线上平台销售的金额及占比、毛利率情况；线下直销、经销、代销与线上直销、经销、代销（如有）的销售价格、金额、毛利率差异情况及合理性。

请公司补充说明：（1）公司与各线上平台合作的具体情况，包括但不限于合作方式、销售模式、主要权利义务、条款约定、开店及站点情况、账户注册、结算方式、信用期安排、交货与验收、退换货、仓储模式等，相关约定是否符合行业惯例，不同平台之间是否存在显著差异及合理性；（2）公司线上业务及相关系统是否进行 IT 审计，如有，说明具体情况；（3）报告期各类平台费用的金额、占比、定价依据，上述费用与线上收入的匹配性；（4）①报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，核查相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者，违反淘宝、京东等电商规定的情形；②结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险；③说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如存在，说明原因及合理性；④按月份核查报告期各期各电商平台交易量分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；⑤是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，若存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

请主办券商及会计师核查上述事项（1）至（3），说明针对线上销售特别主要平台采取的具体核查程序及有效性，核查金额、比例、结论，线上销售终端客户的核查情况，对公司线上销售真实性发表明确意见。

请主办券商及律师核查事项（4），并发表明确意见。

【回复】

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析（二）营业收入分析 2. 营业收入的主要构成”之“按销售方式分类”中补充披露如下：

报告期各期通过各类线上平台销售的金额及占比、毛利率情况如下：

单位：万元，%

线上平台	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
------	---------------	---------	---------

名称	销售金额	线上收入占比	毛利率	销售金额	线上收入占比	毛利率	销售金额	线上收入占比	毛利率
京东	1,102.59	29.78	31.21	1,273.48	23.30	28.97	1,705.24	30.20	45.46
天猫	914.68	24.70	40.26	1,379.83	25.24	32.98	705.22	12.49	49.04
小米有品	406.68	10.98	44.92	1,059.17	19.38	39.27	1,587.74	28.12	48.04
亚马逊	392.21	10.59	62.72	329.88	6.04	60.95	-	-	
华为	356.12	9.62	35.66	909.90	16.65	36.88	1,187.70	21.03	50.55
美国官网	262.63	7.09	65.73	328.90	6.02	61.92	-	-	
其他平台	267.98	7.24	48.21	184.87	3.38	31.90	461.15	8.17	30.53
线上收入合计	3,702.88	100.00	42.40	5,466.02	100.00	37.31	5,647.04	100.00	46.49

报告期内，线下直销、经销、代销与线上直销、代销的销售金额、毛利率差异情况如下：

单位：万元，%

销售模式	线上/ 线下	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
直销	线上	2,825.24	48.64%	4,250.04	39.84%	4,164.55	47.94%
	线下	921.70	37.65%	1,496.58	33.77%	3,221.67	36.16%
代销	线上	877.64	22.30%	1,215.97	28.47%	1,482.49	42.39%
	线下	816.46	13.87%	179.26	22.06%	258.31	31.42%
经销	线下	25,332.91	51.76%	34,443.10	44.17%	36,007.84	41.78%

报告期内，公司直销、代销模式下线上线下销售价格因客户性质和销售渠道略有区别，导致线上线下毛利率存在差异，具体情况如下：

直销模式下，公司线上直销业务毛利率高于线下直销，主要系线下直销客户主要包含 ODM 客户和企业终端用户，较线上直销个人客户单次采购量大，因而线下销售价格相对较低，故毛利率较低。

代销模式下，公司线上代销业务毛利率高于线下代销，主要系线下渠道需要进行更多宣传活动、使用产品导购，其在客户体验、产品陈列、品牌宣传等方面有利于品牌的传播，扩大知名度，因此线下代销销售价格较低，预留给代销方一定利润空间，公司毛利率较低。

经销模式下均为线下销售，不存在线上经销的情形。

一、公司与各线上平台合作的具体情况,包括但不限于合作方式、销售模式、主要权利义务、条款约定、开店及站点情况、账户注册、结算方式、信用期安排、交货与验收、退换货、仓储模式等,相关约定是否符合行业惯例,不同平台之间是否存在显著差异及合理性

报告期内,公司与主要线上平台的合作情况如下:

平台	店铺名称	合作方式	销售模式	开店及站点情况	账户注册主体	结算方式/信用期安排	交货及验收	退换货	仓储模式
京东	贝昂官方旗舰店	自营	线上 B2C 直销模式	2012 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，待客户确认收货或者到期自动收货后，相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
京东	贝昂京东自营官方旗舰店	他营	线上 B2B2C 代销模式	2020 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，公司可在京东系统中查询对账单进行自主对账结算，对账开票后 7 个工作日内，相关款项转至公司账户。	以入京东仓验收为准	7 天无理由	京东仓
京东	贝昂生活电器旗舰店	自营	线上 B2C 直销模式	2022 年	苏州穆勒	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，待客户确认收货或者到期自动收货后，相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
小米有品	小米有品贝昂旗舰店	自营	线上 B2C 直销模式	2018 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，待客户确认收货或者到期自动收货后，相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
天猫	贝昂旗舰店	自营	线上 B2C 直销模式	2013 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，待客户确认收货或者到期自动收货后，相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
天猫	天猫超市	他营	线上 B2B2C 代销模式	2020 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，公司可在天猫超市系统中查询对账单进行自主对账结算，对账开票后 5 个工作日内，相关款项转至公司账户。	以入菜鸟外埠仓验收为准	7 天无理由	菜鸟外埠仓
天猫	贝昂穆勒专卖店	自营	线上 B2C 直销模式	2022 年	苏州穆勒	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，待客户确认收货或者到期自动收货后，相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
华为	贝昂官方旗舰店	自营	线上 B2C 直销模式	2019 年	苏州贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，双方约定按月对账结算，对账后 8 个工作日内相关货款转至公司账户。	以消费者确认收货为准	7 天无理由	自有
亚马逊	Airdog USA	自营	线上 B2C 直销模式	2022 年	美国贝昂	客户在平台完成下单，相应货款先行支付至平台收款账户，公司定期与亚马逊平台进行货款结算，一般结算周期为两周。	以消费者确认收货为准	30 天无理由	亚马逊 FBA 仓/自有

报告期内，公司与主要线上平台之间的主要权利义务、条款约定如下：

平台	主要权利和义务
京东	公司确保申请入驻及后续经营阶段提供的相关资质和信息的真实性、完整性、合法性、有效性，一旦发现虚假资质或信息的，京东开放平台有权不再与公司进行合作并有权根据与公司签署的相关协议及京东开放平台规则等进行处理；公司应如实提供其店铺运营的主体及相关信息，包括但不限于店铺实际经营主体、代理运营公司等信息；公司应遵守国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件。对任何涉嫌违反国家法律、行政法规、部门规章等规范性文件的行为，本标准已有规定的，适用于本标准，本标准尚无规定的，京东有权酌情处理。公司依据相关规则承担的相关责任并不免除其应承担的法律责任。公司在京东的任何行为应同时遵守与京东及其关联公司签订的各项协议。
小米有品	公司使用小米有品为商家与消费者之间的商品交易、服务推广提供的互联网信息服务及相关软件、技术支持的电商平台，须符合当前的小米有品平台入驻标准，具备合法的权利能力和行为能力，根据入驻标准、规则、页面提示等要求提交相关信息和证明文件，有义务确保提供的信息及资料真实、合法、准确、有效；公司通过小米平台销售的产品应符合约定条件，承诺其具备符合国家及/或行业认定标准的资格证书和行业认证，保证在小米平台销售的商品均经过合法授权，拥有合法的来源渠道，商品质量合格，且确保为原厂正品产品。
天猫	公司承诺不在交易过程中采取不正当竞争行为，不扰乱网上交易的正常秩序，不在天猫平台从事与网上交易无关的行为；履行消费者保障义务；违反相关法律法规、侵犯第三方权益或其他违反协议的行为时，应向天猫支付相应的违约赔偿。
华为	公司保证向平台提供的所有资料真实、合法、准确、有效，并保证前述资料发生任何变更或更新时，及时准确通知华为平台；公司具有合法的销售权，保证其在华为平台销售的商品均为获得合法授权的正版商品，且公司商品不包含任何病毒、蠕虫、特洛伊木马、定时炸弹、恶意代码或任何损坏、干扰、拦截或没收任何系统数据或个人信息的软件，不包含任何未经最终用户允许即可实现的扣费机制，不侵犯第三方合法权益；公司提供符合中国法律的商品在华为销售平台宣传推广和销售；公司有义务配合乙方的各类推广营销活动，并提供相应资源协助和咨询帮助。
亚马逊	公司承诺不在交易过程中采取不正当竞争行为，不扰乱网上交易的正常秩序，不在亚马逊平台从事与网上交易无关的行为；履行消费者保障义务；违反相关法律法规、侵犯第三方权益或其他违反协议的行为时，应向亚马逊支付相应的违约赔偿。

根据上述情况显示，公司与各线上平台合作的相关约定符合行业惯例，不同平台之间不存在显著差异。

二、公司线上业务及相关系统是否进行 IT 审计，如有，说明具体情况

公司已聘请 IT 审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙），并出具了《苏州贝昂智能科技股份有限公司信息系统专项核查报告》（信会师报字[2024]第 ZF50012 号），根据 IT 审计报告结果，“截至 2023 年 10 月 31 日，公司建立了符合企业业务现状的信息系统管理体系。通过执行一般控制测试和应用控制测试，

未发现对财务报表产生重大影响的一般控制和应用控制缺陷；通过数据核对与分析，未发现存在对财务报表有重大影响的数据差异和数据分析结果。”

三、报告期各类平台费用的金额、占比、定价依据，上述费用与线上收入的匹配性

（一）报告期各类平台费用的金额、占比、定价依据

报告期内，公司发生的线上平台费用包括平台推广费和平台服务费两类，具体说明如下：

费用类别	费用说明
平台推广费	平台推广费主要是公司在电商平台进行推广时支付的费用，包括天猫平台直通车、京东平台京准通、亚马逊广告费等。
平台服务费	平台服务费主要是公司在电商平台进行销售时支付的基础费用，包括平台年费、平台佣金、平台促销折扣、物流费用等。

报告期内，公司通过京东、小米有品、天猫、华为及亚马逊等主要电商平台开展线上销售，公司各线上电商平台的平台推广费和平台服务费具体金额及占比情况如下：

单位：万元

平台名称	费用类型	2023 年 1-10 月		2022 年度		2021 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
京东	平台推广费	79.33	27.05%	217.74	34.25%	386.38	48.97%
	平台服务费	2.58	1.05%	5.82	1.66%	17.72	3.97%
小米有品	平台推广费	4.84	1.65%	38.12	6.00%	132.24	16.76%
	平台服务费	54.90	22.33%	147.55	42.00%	208.44	46.75%
天猫	平台推广费	63.26	21.57%	305.28	48.03%	209.01	26.49%
	平台服务费	19.81	8.05%	30.36	8.64%	20.04	4.49%
华为	平台推广费	4.05	1.38%	10.22	1.61%	-	-
	平台服务费	27.27	11.09%	78.13	22.24%	85.97	19.28%
亚马逊	平台推广费	33.42	11.39%	59.67	9.39%	-	-
	平台服务费	65.74	26.73%	49.54	14.10%	-	-
其他平台	平台推广费	108.36	36.95%	4.63	0.73%	61.42	7.78%
	平台服务费	75.61	30.74%	39.88	11.35%	113.70	25.50%
合计	平台推广费	293.26	100.00%	635.67	100.00%	789.05	100.00%
	平台服务费	245.92	100.00%	351.28	100.00%	445.87	100.00%

公司主要线上电商平台的各类平台费用定价依据如下：

平台名称	费用类型	平台费用定价依据
京东	平台推广费	按广告、产品的展现次数或商品成交量计费
	平台服务费	平台使用费：基础费率 2-5%，年费 1.2 万元； 付款手续费：根据付款方式的不同有多种费率；
小米有品	平台推广费	按广告、产品的展现次数或商品成交量计费
	平台服务费	平台使用费：基础费率 11.5%-12.5%； 付款手续费：根据付款方式的不同有多种费率；
天猫	平台推广费	按广告、产品的展现次数或商品成交量计费
	平台服务费	平台使用费：基础费率 2%，年费 3 万元； 付款手续费：根据付款方式的不同有多种费率；
华为	平台推广费	按广告、产品的展现次数或商品成交量计费
	平台服务费	平台使用费：基础费率 7%
亚马逊	平台推广费	按广告、产品的展现次数或商品成交量计费
	平台服务费	平台使用费：基础费率 15%； 付款手续费：根据付款方式的不同有多种费率；

（二）各类平台费用与线上收入的匹配性

报告期内，公司线上平台费用与线上收入的匹配性分析如下：

单位：万元

项目		2023 年 1-10 月	2022 年	2021 年
京东	销售收入	1,102.59	1,273.48	1,705.24
	平台推广费	79.33	217.74	386.38
	平台推广费占比	7.19%	17.10%	22.66%
	平台服务费	2.58	5.82	17.72
	平台服务费占比	0.23%	0.46%	1.04%
小米有品	销售收入	406.68	1,059.17	1,587.74
	平台推广费	4.84	38.12	132.24
	平台推广费占比	1.19%	3.60%	8.33%
	平台服务费	54.90	147.55	208.44
	平台服务费占比	13.50%	13.93%	13.13%
天猫	销售收入	914.68	1,379.83	705.22
	平台推广费	63.26	305.28	209.01
	平台推广费占比	6.92%	22.12%	29.64%
	平台服务费	19.81	30.36	20.04
	平台服务费占比	2.17%	2.20%	2.84%

项目		2023 年 1-10 月	2022 年	2021 年
华为	销售收入	356.12	909.90	1,187.70
	平台推广费	4.05	10.22	-
	平台推广费占比	1.14%	1.12%	-
	平台服务费	27.27	78.13	85.97
	平台服务费占比	7.66%	8.59%	7.24%
亚马逊	销售收入	392.21	329.88	-
	平台推广费	33.42	59.67	-
	平台推广费占比	8.52%	18.09%	-
	平台服务费	65.74	49.53	-
	平台服务费占比	16.76%	15.02%	-
其他平台	销售收入	530.61	513.77	461.15
	平台推广费	108.36	4.63	61.42
	平台推广费占比	20.42%	0.90%	13.32%
	平台服务费	75.61	39.88	113.70
	平台服务费占比	14.25%	7.76%	24.66%
合计	销售收入	3,702.88	5,466.02	5,647.04
	平台推广费	293.26	635.67	789.05
	平台推广费占比	7.92%	11.63%	13.97%
	平台服务费	245.92	351.28	445.87
	平台服务费占比	6.64%	6.43%	7.90%

由上表可见，报告期内，公司总线上平台推广费比例分别为 13.97%、11.63% 和 7.92%，呈逐渐下降趋势，公司的线上收入金额以及线上平台推广费金额也都呈现出逐渐下降趋势，主要是由于公司线上平台前期建设及宣传投入较大，但是销售情况未达到预期效果，因此公司逐渐调整电商发展策略，对电商平台的推广投放有所减少因此平台推广费的投入逐渐降低，公司各主要电商平台平台推广费比例趋势也基本与总趋势保持一致。

报告期内，公司总线上平台服务费比例分别为 7.90%、6.43%和 6.64%，波动较小且相对稳定。公司主要电商平台小米有品、天猫、华为、亚马逊的平台服务费比例也都基本稳定，与电商平台费用约定相符。而京东平台的平台服务费比例低于约定比例是由于公司与京东平台合作模式分为京东 B2C 直销模式和京东 B2B2C 代销模式两种模式，京东 B2B2C 代销模式下无需支付平台服务费，仅京

东 B2C 直销模式下需要支付平台服务费，因此专门就京东 B2C 直销模式下的平台服务费与该模式下的线上收入进行匹配性分析，具体分析如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年	2021 年
销售收入	299.02	133.02	452.25
平台服务费	15.97	7.58	17.72
平台服务费占比	5.34%	5.70%	3.92%

由上表可见，京东 B2C 直销模式下受报告期各期公司销售的产品品类结构有所不同，平台服务费比例也有所不同，因此各期平台服务费比例存在一定波动，但波动较小且与电商平台费用约定相符。

总体而言，随着公司线上收入的变动各类平台费用同步变动，公司各类平台费用与线上收入具有匹配性。

四、①报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，核查相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者，违反淘宝、京东等电商规定的情形；②结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险；③说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如存在，说明原因及合理性；④按月份核查报告期各期各电商平台交易量分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形；⑤是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，若存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

（一）报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，若存在，核查相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范，是否存在欺诈消费者，违反淘宝、京东等电商规定的情形

1、报告期内公司存在少量刷单行为

报告期内，公司主要通过天猫、京东、华为商城、小米有品等线上电商平台进行销售，公司于 2022 年 7 月成立了子公司苏州穆勒，苏州穆勒成立后开设天猫贝昂穆勒专卖店、京东贝昂生活电器旗舰店以及抖音贝昂旗舰店负责公司新产品净水器的销售。为快速提升店铺的各项指标，从而在竞争激烈的市场中获得优势，在 2022 年成立初期和 2023 年新品上架时存在少量刷单行为。公司通过第三方的刷单服务提供方，以个人名义在平台下单，刷单订单公司单独记录，未进行实际发货，未确认收入。2022 年刷单金额为 33.23 万元，2023 年 1-10 月刷单金额为 12.68 万元，具体如下：

单位：万元

平台	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
天猫	4.20	3.30	-
京东	8.48	20.45	-
抖音	-	9.48	-
总金额	12.68	33.23	-

所有刷单金额由公司承担，并向第三方刷单服务提供方支付服务费。

公司针对刷单的具体账务处理方法如下：

（1）公司在支付订单刷单佣金时，进行如下账务处理：

借：预付账款

贷：银行存款

（2）公司在收到佣金发票时，进行如下账务处理：

借：销售费用

贷：预付账款

（3）公司进行收入确认时，仅确认正常订单产生的相关收入，刷单订单不确认收入。

（4）在满足结算条件后，公司可从电商平台收回刷单订单的款项。公司在收到上述款项时，进行如下账务处理：

借：其他货币资金-支付宝账户等

贷：其他应付款

（5）公司在支付订单刷单资金时，进行如下账务处理：

借：其他应付款

贷：银行存款

(6) 公司于刷单订单完成后，通过在电商平台开立的账户向平台支付销售佣金：

借：销售费用-平台

贷：预付账款

借：预付账款

贷：其他货币资金-支付宝账户等

报告期各期，公司刷单金额及占比均极低，且自 2023 年 5 月已全面停止刷单行为。除上述刷单事项以外，公司电商销售相关制度设计合理，并得到有效执行，通过线上销售平台的销售能够遵守相关平台的管理规定，不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，不存在欺诈消费者、违反淘宝及京东等电商规定的情形。

(二) 结合报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据的变化趋势，补充说明公司电商销售是否存在经营风险

报告期内，公司电商渠道销售收入主要通过天猫、京东、小米有品、华为商城等电商平台实现，报告期内上述主要电商平台的销售收入占公司电商渠道销售收入的比例达到 75%以上。

主要电商平台的访客数、订单量、订单金额及重复购买率情况如下：

电商平台	项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
天猫	浏览量	3,334,524	NA	NA
	访客数	817,802	NA	NA
	订单量	14,457	25,187	4,165
	订单金额（万元）	1,023.98	1,621.21	727.71
	重复购买率	4.40%	5.58%	6.49%
京东	浏览量	911,796	NA	NA
	访客数	184,315	NA	NA
	订单量	1,926	1,628	2,537
	订单金额（万元）	367.43	160.38	538.61
	重复购买率	2.74%	8.85%	7.54%
小米有品	浏览量	660,845	1,476,167	1,551,692

电商平台	项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	访客数	421,810	879,703	869,512
	订单量	4,176	11,287	9,094
	订单金额（万元）	431.08	1,180.64	1,775.18
	重复购买率	4.77%	5.64%	6.62%
华为	浏览量	882,616	1,603,084	NA
	访客数	500,765	919,206	NA
	订单量	6,291	12,535	8,545
	订单金额（万元）	340.14	856.91	1,374.74
	重复购买率	5.80%	6.01%	5.42%
其他	浏览量	NA	NA	NA
	访客数	NA	NA	NA
	订单量	2,636	982	2,624
	订单金额（万元）	243.49	131.39	346.60
	重复购买率	3.03%	6.30%	8.91%
合计	订单量	29,486	51,619	26,965
	订单金额（万元）	2,406.12	3,950.53	4,762.85

注：1、由于京东 FCS 等电商 B2B2C 平台的用户购买信息无法获取，因此未纳入统计；2、电商平台能查阅的浏览量数据有追溯时限，故部分平台部分年度无法查询到相关数据；3、重复购买率为各平台购买 2 单及以上的客户，占全部成交客户的比例。

（1）天猫

2022 年，公司天猫平台订单量和订单金额增幅较大主要是因为当年公司在天猫平台推广力度较大，使得循环风扇系列产品销量火爆，故订单量和订单金额增幅较大；报告期内天猫平台复购率基本保持稳定，无重大变化。

（2）京东

2022 年，公司京东平台的订单量和订单金额下降较多，主要是因为平台算法调整导致店铺流量下滑；2023 年 1-10 月京东平台的订单量和订单金额有所回升。从重复购买率来看，2022 年基本保持稳定，2023 年 1-10 月复购率下降较多主要是由于子公司苏州穆勒京东店铺开设，且在 2023 年下半年销售火爆，主要产品又多为净水器类高单价产品，故拉低了 2023 年 1-10 月的复购率。

（3）小米有品

2022 年，小米有品的订单量增加而订单金额下降，主要是由于循环风扇系列产品的上架且热销，而风扇的单价远低于空气净化器类产品，故表现出订单量

增加而订单金额下降的情形；2023 年 1-10 月，小米有品的订单量和订单金额均下降主要是由于小米有品整体流量下滑所致。报告期内小米有品复购率无重大变化。

（4）华为商城

2022 年，华为商城订单量增加而订单金额下降主要是由于循环风扇系列产品的上架且热销，而风扇的单价远低于空气净化器类产品，故表现出订单量增加而订单金额下降现象；2023 年 1-10 月，华为商城订单量和订单金额均有所下降主要是由于华为商城推出自营板块华为智选，所属产品展现优先，导致贝昂店铺流量大幅下降。报告期内华为商城复购率无重大变化。

综上，报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据变化具有合理原因，公司电商销售金额及占比均较低，公司电商销售不存在经营风险。

（三）说明报告期内是否存在同一买家（如同一姓名、IP 地址、支付银行卡、联系方式、收货地址等）在多个电商平台重复购买公司产品的情况，是否存在单个买家大额采购的情形，如存在，说明原因及合理性

因涉及终端消费者隐私，天猫、京东、小米有品、华为商城等电商平台不对公司提供消费者的 IP 地址信息及银行卡信息，且对姓名、联系方式、收货地址进行脱敏处理。报告期内，通过姓+手机号前三位+手机号后四位+省份作为买家身份标识，同一买家在多个平台重复购买的情况如下：

2023 年 1-10 月

购买平台数分层	用户数	金额（万元）	数量占比	金额占比
仅在 1 个平台购买	27,132	2,239.37	99.70%	93.07%
曾在 2 个平台购买	82	22.22	0.30%	0.92%
曾在 3 个平台购买	-	-	-	-
曾在 4 个平台购买	-	-	-	-
曾在 5 个及以上平台购买	-	-	-	-
未参与统计	-	144.53	-	6.01%
合计	27,214	2,406.12	100%	100%

2022 年度

购买平台数分层	用户数	金额（万元）	数量占比	金额占比
---------	-----	--------	------	------

仅在 1 个平台购买	47,880	3,855.48	99.59%	97.59%
曾在 2 个平台购买	194	53.98	0.40%	1.37%
曾在 3 个平台购买	2	0.26	0.00%	0.01%
曾在 4 个平台购买	-	-	0.00%	0.00%
曾在 5 个及以上平台购买	-	-	0.00%	0.00%
未参与统计	-	40.80	-	1.03%
合计	48,076	3,950.53	100%	100%

2021 年度

购买平台数分层	用户数	金额（万元）	数量占比	金额占比
仅在 1 个平台购买	24,392	4,562.89	98.95%	95.80%
曾在 2 个平台购买	251	114.11	1.02%	2.40%
曾在 3 个平台购买	7	5.06	0.03%	0.11%
曾在 4 个平台购买	-	-	0.00%	0.00%
曾在 5 个及以上平台购买	-	-	0.00%	0.00%
未参与统计	-	80.79	-	1.70%
合计	24,650	4,762.85	100%	100%

从上表可以看出，报告期各期仅在一个平台购买过公司产品的用户数量占比分别为 95.80%、97.59%和 93.07%，有多平台购买行为的用户中，绝大多数用户只在两个平台购买过公司产品，仅极个别买家曾在多个电商平台重复购买公司产品，不存在重大异常情形。

报告期各期，同一买家购买次数情况如下：

购买次数	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	用户数量	交易金额（万元）	金额占比	用户数量	交易金额（万元）	金额占比	用户数量	交易金额（万元）	金额占比
1	25,979	2,069.50	86.01%	45,286	3,372.21	85.36%	23,045	3,977.08	83.50%
2-3	1,201	174.93	7.27%	2,684	486.37	12.31%	1,543	638.74	13.41%
4-5	27	13.07	0.54%	84	33.65	0.85%	55	58.21	1.22%
>5	7	4.08	0.17%	22	17.50	0.44%	7	8.03	0.17%
未参与统计	-	144.53	6.01%	-	40.80	1.03%	-	80.79	1.70%
合计	27,214	2,406.12	100.00%	48,076	3,950.53	100.00%	24,650	4,762.85	100.00%

由上表可见，报告期内，公司电商平台消费者购买次数主要集中在 3 次以内，各期订单收入金额占当年订单收入总金额的比例较为稳定，购买次数不存在异常。

报告期各期，消费者按消费金额分布如下：

交易金额分层	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	用户数量	交易金额（万元）	金额占比	用户数量	交易金额（万元）	金额占比	用户数量	交易金额（万元）	金额占比
5,000 元以下	26,984	2,083.34	86.59%	47,702	3,627.21	91.82%	23,931	4,066.88	85.39%
0.5-1 万元	199	124.99	5.19%	298	193.66	4.90%	588	391.21	8.21%
1-5 万元	28	51.33	2.13%	51	71.63	1.81%	114	211.57	4.44%
5 万元以上	3	1.92	0.08%	25	17.23	0.44%	17	12.40	0.26%
未参与统计	-	144.53	6.01%	-	40.80	1.03%	-	80.79	1.70%
合计	27,214	2,406.12	100.00%	48,076	3,950.53	100.00%	24,650	4,762.85	100.00%

由上表可见，报告期内，公司电商平台消费者当年度购买总金额主要集中在 10,000.00 元以下，且该群体对应的订单收入金额占当年订单收入总金额的比例较为稳定，购买金额不存在异常。

综合上述分析，报告期内，公司买家在多个电商平台重复购买公司产品、单个买家大额采购等方面不存在重大异常情形。

（四）按月份核查报告期各期各电商平台交易量分布情况，是否存在某一时间段交易量突增或其他异常情形

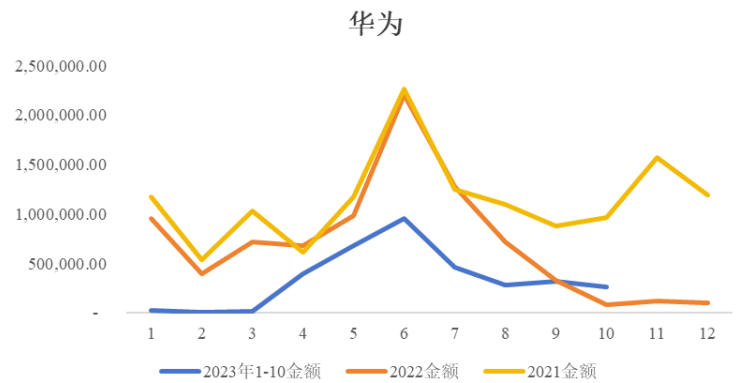
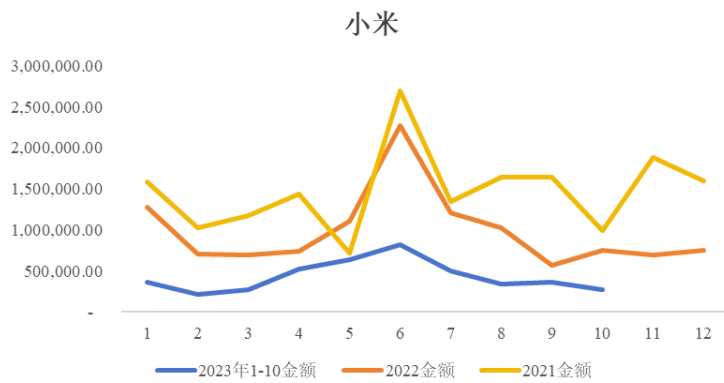
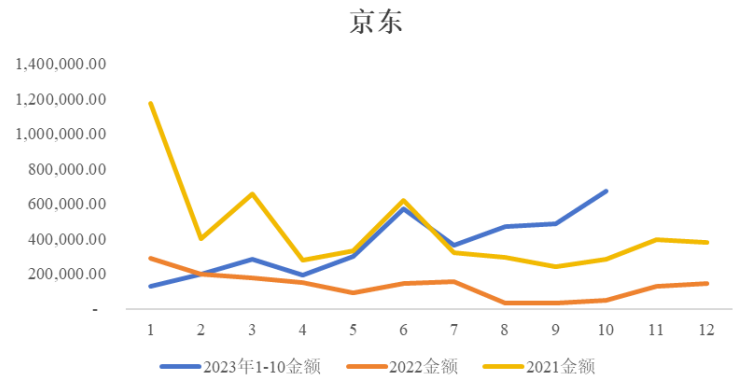
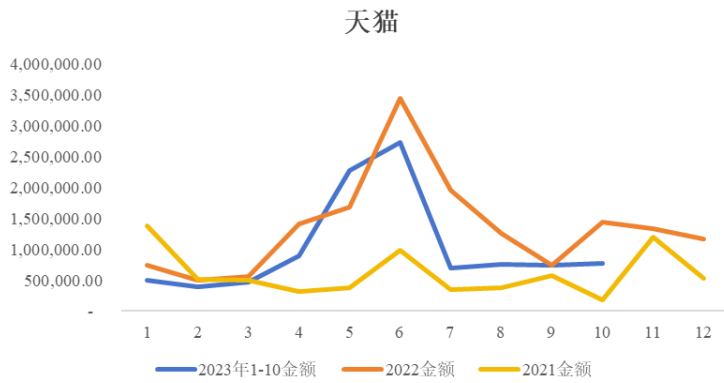
报告期内，公司各电商平台按月份的交易分布情况见如下：

单位：万元、个

天猫	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比
1 月	50.48	292	4.93%	74.83	373	4.62%	138.05	583	18.97%
2 月	39.22	217	3.83%	49.54	269	3.06%	51.00	216	7.01%
3 月	47.37	275	4.63%	55.36	380	3.41%	49.64	244	6.82%
4 月	89.30	1,518	8.72%	141.63	2,611	8.74%	31.67	198	4.35%
5 月	227.97	4,371	22.26%	168.67	3,270	10.40%	38.58	501	5.30%
6 月	272.30	5,069	26.59%	343.54	7,164	21.19%	99.16	728	13.63%
7 月	70.47	997	6.88%	195.08	4,293	12.03%	35.60	346	4.89%
8 月	75.34	793	7.36%	125.77	2,341	7.76%	37.73	222	5.18%
9 月	74.13	541	7.24%	73.79	996	4.55%	57.12	218	7.85%

10 月	77.39	384	7.56%	143.99	1,381	8.88%	17.54	106	2.41%
11 月	-	-	-	133.01	1,285	8.20%	119.19	536	16.38%
12 月	-	-	-	116.01	824	7.16%	52.43	267	7.20%
合计	1,023.98	14,457	100.00%	1,621.21	25,187	100.00%	727.71	4,165	100.00%
京东	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比
1 月	13.12	107	3.57%	29.05	183	18.11%	117.23	486	21.76%
2 月	20.09	103	5.47%	19.70	129	12.28%	40.30	165	7.48%
3 月	28.20	131	7.67%	17.64	130	11.00%	65.90	167	12.23%
4 月	19.33	140	5.26%	15.10	116	9.42%	27.97	142	5.19%
5 月	29.95	187	8.15%	9.27	92	5.78%	33.24	148	6.17%
6 月	56.96	352	15.50%	14.47	211	9.02%	62.08	375	11.53%
7 月	36.51	186	9.94%	15.54	193	9.69%	32.32	180	6.00%
8 月	47.25	217	12.86%	3.58	110	2.23%	29.34	154	5.45%
9 月	48.69	210	13.25%	3.26	112	2.03%	24.32	125	4.52%
10 月	67.34	293	18.33%	5.17	97	3.22%	28.42	152	5.28%
11 月	-	-	-	12.90	106	8.05%	39.68	202	7.37%
12 月	-	-	-	14.70	149	9.17%	37.81	241	7.02%
合计	367.43	1,926	100.00%	160.38	1,628	100.00%	538.61	2,537	100.00%
小米有品	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比
1 月	36.78	211	8.53%	128.24	614	10.86%	158.66	523	8.94%
2 月	21.54	109	5.00%	70.17	357	5.94%	103.23	324	5.82%
3 月	27.15	161	6.30%	69.55	380	5.89%	117.46	424	6.62%
4 月	51.89	544	12.04%	74.64	647	6.32%	144.35	602	8.13%
5 月	64.18	959	14.89%	111.18	1,399	9.42%	71.58	449	4.03%
6 月	81.66	1,082	18.94%	227.40	3,485	19.26%	269.60	1,802	15.19%
7 月	49.77	550	11.54%	120.49	1,576	10.21%	134.25	962	7.56%
8 月	34.76	224	8.06%	102.50	1,016	8.68%	163.94	987	9.24%
9 月	36.08	213	8.37%	56.90	389	4.82%	164.62	708	9.27%
10 月	27.29	123	6.33%	74.79	450	6.33%	99.37	441	5.60%
11 月	-	-	-	69.74	358	5.91%	188.18	1,069	10.60%
12 月	-	-	-	75.04	616	6.36%	159.94	803	9.01%

合计	431.08	4,176	100.00%	1,180.64	11,287	100.00%	1,775.18	9,094	100.00%
华为	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比
1 月	2.69	74	0.79%	95.76	366	11.18%	117.11	395	8.52%
2 月	0.43	2	0.13%	39.44	173	4.60%	53.53	182	3.89%
3 月	1.25	6	0.37%	71.68	749	8.37%	103.42	392	7.52%
4 月	39.80	567	11.70%	67.67	889	7.90%	61.68	230	4.49%
5 月	68.45	1,443	20.12%	98.65	1,521	11.51%	116.92	1,278	8.50%
6 月	95.55	2,086	28.09%	220.77	4,818	25.76%	226.51	1,943	16.48%
7 月	46.14	1,052	13.56%	127.30	2,374	14.86%	124.42	1,223	9.05%
8 月	27.97	467	8.22%	72.13	1,077	8.42%	109.99	759	8.00%
9 月	31.92	398	9.39%	32.76	341	3.82%	87.94	382	6.40%
10 月	25.93	196	7.62%	8.45	35	0.99%	96.90	447	7.05%
11 月	-	-	-	12.46	51	1.45%	156.75	852	11.40%
12 月	-	-	-	9.82	141	1.15%	119.58	462	8.70%
合计	340.14	6,291	100.00%	856.91	12,535	100.00%	1,374.74	8,545	100.00%
其他	2023 年 1-10 月			2022 年度			2021 年度		
	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比	订单金额	订单数量	金额占比
1 月	11.55	60	4.74%	21.11	122	16.07%	30.31	163	8.74%
2 月	10.68	43	4.39%	14.68	87	11.18%	18.88	110	5.45%
3 月	10.48	50	4.30%	16.09	96	12.25%	23.25	141	6.71%
4 月	13.04	204	5.36%	9.60	73	7.31%	15.93	97	4.60%
5 月	8.38	69	3.44%	16.16	113	12.30%	16.24	108	4.68%
6 月	17.02	210	6.99%	18.17	201	13.83%	42.27	569	12.20%
7 月	13.34	159	5.48%	7.02	79	5.34%	17.60	135	5.08%
8 月	27.78	116	11.41%	0.85	12	0.65%	24.13	168	6.96%
9 月	74.45	1,065	30.58%	0.43	9	0.32%	23.64	123	6.82%
10 月	56.76	660	23.31%	1.90	26	1.45%	29.74	168	8.58%
11 月	-	-	-	8.53	57	6.50%	55.80	332	16.10%
12 月	-	-	-	16.85	107	12.83%	48.81	510	14.08%
合计	243.49	2,636	100.00%	131.39	982	100.00%	346.60	2,624	100.00%



从报告期各期各电商平台交易量月度分布情况来看，报告期内销售金额的变动受平台活动影响较大，“6·18”“双十一”“年货节”等活动导致具体月份销售金额占比较高，总体而言，公司各电商平台月度交易量分布具有合理性，个别月份销售金额及占比较高具有合理原因。

（五）是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，若存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险

1、是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务

报告期内，公司不存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名业务，公司存在向主要电商平台采购推广服务的情况，具体金额及定价依据等详见本问询回复本题回复之“三、报告期各类平台费用的金额、占比、定价依据，上述费用与线上收入的匹配性”。

2、若存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，分析其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险

关于推广业务的法律法规对“广告主”的规范要求如下：

法规名称	具体规定	公司实际业务开展情况
《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”）	第十五条第一款：麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。	经核查，公司主营业务为空气净化及其他环境健康电器研发、设计、生产和销售，不属于《广告法》第十五条规定的不得作广告的产品，不存在《广告法》第三十七条规定的法律、行政法规规定禁止生产、销售以及禁止发布广告的情形，不属于《广告法》第四十六条规定的发布前须申请广告审查的情形
	第三十七条：法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得设计、制作、代理、发布广告。	
	第四十六条：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。	
	第三十二条：广告主委托设计、制作、发布广告，应当委托具有合法经营资格的广告经营者、广告发布者。	
《互联网广告管理办法》	第六条：法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得利用互联网设计、制作、代理、发布广告。禁止利用互联网发布烟草（含电子烟）广告。禁止利用互联网发布处方药广告，法律、行政法规另有规定的，依照其规定。	经核查，公司主营业务为空气净化及其他环境健康电器研发、设计、生产和销售，非法律、行政法规规定禁止生产、销售的商品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，亦不属于广告须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务。
	第七条第一款：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药、保健食品、特殊医学用途配方食品广告等法律、行政法规规定应当进行审查的广告，应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。	

如上表所示，公司作为广告主与电商平台/搜索引擎合作开展的推广业务符合《广告法》及《互联网广告管理办法》的规定，合法合规。

根据公司及子公司市场监督主管部门出具的合规证明、企业信用报告并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站信息，报告期内，公司及子公司不存在因开展的推广业务侵犯他人知识产权、不正当竞争等事项而受到市场监督等主管部门行政处罚的情形，亦不存在因开展推广业务而存在诉讼、仲裁的情形。

综上，（1）报告期各期，公司刷单金额及占比均极低。除上述刷单事项以外，公司电商销售相关制度设计合理，并得到有效执行，通过线上销售平台的销

售能够遵守相关平台的管理规定，不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，不存在欺诈消费者、违反淘宝及京东等电商规定的情形。（2）报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据变化具有合理原因，公司电商销售金额及占比均较低，公司电商销售不存在经营风险。（3）报告期内，公司买家在多个电商平台重复购买公司产品、单个买家大额采购等方面不存在重大异常情形。（4）公司各电商平台月度交易量分布具有合理性，个别月份销售金额及占比较高系由于电商平台活动所致，具有合理性。（5）报告期内，公司及子公司不存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名业务，在各电商平台的推广业务开展具有商业合理性，各期的推广费用占收入比例具有合理性，相关业务开展合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查上述事项（1）至（3），说明针对线上销售特别主要平台采取的具体核查程序及有效性，核查金额、比例、结论，线上销售终端客户的核查情况，对公司线上销售真实性发表明确意见。

（一）主办券商及会计师对上述事项（1）至（3）的核查情况

针对上述事项（1）至（3），主办券商及会计师执行了如下核查程序：

- （1）获取了公司与主要线上平台签署的合同，访谈公司电商业务负责人，了解公司与各线上平台合作的具体情况；
- （2）查询了同行业可比公司主要电商平台权利和义务的相关约定；
- （3）取得了立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《苏州贝昂智能科技股份有限公司信息系统专项核查报告》，并复核了业务财务数据核对结果；
- （4）获取了公司平台费用发生明细，结合公司与各主要电商平台签订的合同以及各个平台收入情况，核查平台费用与线上收入的匹配性。

经核查，主办券商及会计师认为：

- 1、公司与各线上平台合作的相关约定符合行业惯例，不同平台之间不存在显著差异。
- 2、IT 审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司线上销售进行了 IT 审计，并出具了《苏州贝昂智能科技股份有限公司信息系统专项核查报告》

（信会师报字[2024]第 ZF50012 号）；

3、公司各类平台费用与线上收入具有匹配性。

（二）说明针对线上销售特别主要平台采取的具体核查程序及有效性，核查金额、比例、结论，线上销售终端客户的核查情况，对公司线上销售真实性发表明确意见。

1、针对线上直销平台，获取报告期内各月天猫、京东、小米有品、华为商城销售订单明细、销售结算单、入账凭证，将线上销售订单明细汇总核对至销售结算单，将销售结算单汇总核对至销售出库单及入账凭证，查看入账收入是否准确；此外，会同立信会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队执行了如下程序：

（1）对公司信息系统一般控制设计及运行情况进行测试，具体包括信息技术内部控制环境管理、程序和数据的访问控制、计算机运行管理、程序变更及开发等；

（2）针对支撑公司关键业务流程的信息系统应用控制的设计和运行进行有效性测试，评估运营数据记录和传输的完整性和准确性；

（3）线上销售收入主要通过天猫、京东、小米有品、华为商城等电商平台实现，报告期内上述主要电商平台的销售收入占公司电商渠道销售收入的比例达到 75%以上。具体核查情况如下：

电商平台	项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
天猫	订单量	14,457	25,187	4,165
	订单金额（万元）	1,023.98	1,621.21	727.71
京东	订单量	1,926	1,628	2,537
	订单金额（万元）	367.43	160.38	538.61
小米有品	订单量	4,176	11,287	9,094
	订单金额（万元）	431.08	1,180.64	1,775.18
华为	订单量	6,291	12,535	8,545
	订单金额（万元）	340.14	856.91	1,374.74

针对上述主要电商平台，执行如下进一步核查：

①对线上客户消费行为进行多维度分析，评估销售数据的完整性和准确性，具体包括天猫、京东、小米有品、华为商城等电商平台的浏览量、订单量及重复

购买率、多个电商平台重复购买公司产品情况等；

②对线上订单金额的组成和变化进行多维度交叉分析，评估金额的真实性与变动合理性，具体包括天猫、京东、小米有品、华为商城等电商平台的订单销售金额分层分析、月度成交金额等。

2、针对线上代销平台，获取京东 FCS 商铺线上销售结算单、入账凭证，将结算单汇总核对至入账凭证，查看入账收入是否准确；

综上核查程序，公司线上直销平台销售虽无法对终端客户执行函证、访谈等核查程序，但基于小米有品、天猫、华为、京东等电商平台为独立第三方平台，对入驻商家的规范经营要求较高，信息系统的独立性较强，结合前述线上销售核查程序及公司信息系统一般性控制的有效性，主办券商及会计师认为：

公司线上销售收入真实、准确。

二、请主办券商及律师核查事项（4），并发表明确意见

针对上述核查事项（4），主办券商及律师执行了如下核查程序：

1、查阅了立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司电商平台出具的《苏州贝昂智能科技股份有限公司信息系统专项核查报告》；

2、取得了公司刷单情况数据，结合 IT 审计情况确认刷单情况的完整性，核查了刷单的账务处理；

3、复核了 IT 审计机构对公司主要电商平台订单情况执行的数据分析，并结合数据分析核查消费者是否存在异常交易行为；

4、获取与电商平台签署的《天猫商户服务协议》、《阿里巴巴国际站中国商家会员服务合同》等文件并查阅公司系统，了解相关情况；

5、通过“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”、“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询确认公司及其子公司是否存在侵犯知识产权、不正当竞争情况；

6、了解公司电商渠道所采取的推广方式，获取公司报告期内的各电商平台的推广费明细表，分析各电商平台推广费占销售收入的比例情况及变化原因；

7、取得市场监管主管部门出具关于公司及其子公司守法情况的证明文件，确认公司及子公司是否存在侵犯知识产权、不正当竞争方面的行政处罚。

经核查，主办券商及律师认为：

1、报告期各期，公司刷单金额及占比均极低。除上述刷单事项以外，公司电商销售相关制度设计合理，并得到有效执行，通过线上销售平台的销售能够遵守相关平台的管理规定，不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，不存在欺诈消费者、违反淘宝及京东等电商规定的情形。

2、报告期内主要电商平台的浏览量、订单量、订单金额、重复购买率等数据变化具有合理原因，公司电商销售金额及占比均较低，公司电商销售不存在经营风险。

3、报告期内，公司买家在多个电商平台重复购买公司产品、单个买家大额采购等方面不存在重大异常情形。

4、公司各电商平台月度交易量分布具有合理性，个别月份销售金额及占比比较高系由于电商平台活动所致，具有合理性。

5、报告期内，公司及子公司不存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名业务，在各电商平台的推广业务开展具有商业合理性，各期的推广费用占收入比例具有合理性，相关业务开展合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

10. 关于其他事项

(1) 关于专利纠纷。根据申请文件，公司存在专利纠纷，涉案金额 886.02 万元；2024 年 4 月 2 日内田·鲛岛法律事务所代表巴慕达株式会社向公司日本客户 TCN 发出《通知书》，巴慕达株式会社认为 TCN 进口、销售苏州贝昂的相关产品的行为侵犯了其享有的 4949537 号专利权。请公司：①说明诉讼事项会计处理情况以及预计负债是否充分计提、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施；②说明可能侵犯 4949537 号专利权的产品范围及其报告期内收入占比情况，公司与巴慕达株式会社之间的潜在诉讼风险，如巴慕达株式会社起诉公司，是否会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响，公司后续采取的应对措施。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

请主办券商、会计师对报告期内全部诉讼会计处理是否合规、预计负债计提是否充分进行核查，并发表明确意见。

(2) 关于股权激励。根据申请文件，2021 年 6 月实际控制人通过直接转让

股权对刘义刚、张培峰进行股权激励，激励价格分别为 1 元/注册资本和 0.5 元/注册资本。2021 年 1 月员工持股平台苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔股权，价格分别为 6.04 元/注册资本、9.12 元/注册资本，2021 年 12 月通过员工增资苏州贝芯进行股权激励。请公司补充说明：①结合刘义刚、张培峰的任职情况及对公司的贡献程度，说明激励价格存在差异的合理性，是否存在利益安排；②苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔的股权价格存在差异的原因及合理性；③股权激励的具体日期、锁定期、行权条件、内部股权转让、离职或退休后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合持股计划情况时所持相关权益的处置办法；股权激励的实施情况，是否存在纠纷或潜在纠纷，目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划；④股份支付费用的确认情况，计算股份支付费用时公允价值确定依据及合理性，结合股权激励安排、合伙协议等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用、销售费用或研发费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定。请主办券商、律师补充核查第①至③事项并发表明确意见。请主办券商、会计师核查第④事项，并就股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定发表明确意见。

（3）关于特殊投资条款。根据申请文件，公司与赛富淞元、芜湖众创、寰寰潜潜之间存在特殊投资条款，目前已经全部终止，部分条款已经触发并履行。请公司补充说明：①是否仍存在现行有效的特殊投资条款，如存在请补充披露；②结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定；③对于已履行完毕的特殊投资条款，履行过程中是否存在纠纷，是否存在损害公司或其他股东利益的情形，是否对公司经营产生不利影响。请主办券商、律师补充核查以上事项，并发表明确意见。

（4）关于信息披露豁免。根据申请文件，公司申请豁免披露位于日本地区的推广服务商。请公司：在信息披露豁免申请文件中进一步明确申请豁免的理由，说明申请豁免的依据。申请信息披露豁免是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的相关要求，相关豁免披露信息是否已通过其他途径泄露，审慎论证信息披露豁免的具体依据及其充分性。请主办券商和律师补充核查以上

事项并发表明确意见。

(5) 关于公司分红。2022 年公司分红 5,000.00 万元。请公司说明：①分红是否履行相应内部决策程序，是否符合《公司法》《公司章程》相关规定，所涉税款是否均已缴纳，是否合法合规；②分红对公司现金流的影响，公司实际控制人及董监高所得分红款的去向，是否最终流向公司客户及供应商。

请主办券商及律师核查事项①并发表明确意见。请主办券商及会计师核查事项②并发表明确意见。

(6) 关于关联交易。请公司补充说明：①结合各关联方主营业务、与公司业务的紧密程度等细化说明关联采购、销售、租赁的必要性和合理性；②结合市场价格、同类产品第三方采购、销售价格等进一步量化说明关联销售、采购的定价公允性，关联销售与非关联销售毛利率差异及其合理性；③细化说明关联租赁及代收付水电费的必要性，结合市场价格、第三方租赁价格等进一步量化说明关联租赁的公允性。请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

(7) 关于财务规范性。报告期内，公司存在个人卡、资金占用情形。请公司补充说明：①个人卡事项涉及的个人卡数量、具体规范时点、措施、承诺、期后情况；②详细说明报告期各期初资金占用的余额、各期占用金额、各期占用利息及利率，各期归还的具体情况对公司非经常性损益的具体影响，资金占用具体规范时点，期后是否再次发生。

请主办券商及会计师核查事项并发表明确意见。

(8) 其他。请公司：①对公开转让书说明书“报告期内的主要财务指标分析”段落涉及的盈利（收入、毛利率）、偿债、营运、现金流量分析进行补充细化，更加突出变动的业务原因分析和数据分析，量化分析业务变动对财务数据影响；②补充说明报告期各期各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异；销售费用率与收入是否匹配；研发人员数量及薪资水平等情况，研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；补充说明公司研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况，研发费用率是否与同行业可比公司存在较大差异，研发费用与加计扣除数是否存在重大差异及合理性；③补充披露应收账款逾期情况和应收账款

期后回款情况；④补充说明报告期内增加的固定资产及在建工程的具体情况及其原因，新增在建工程采购的具体内容、金额、主要设备供应商的名称、是否存在通过第三方面接采购设备的情况、定价依据及公允性、公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排；⑤补充说明主要供应商昆山市张浦镇五意精密五金厂为个体工商户、注册资本较少且未缴足的原因，公司与其开展大额合作是否对公司持续经营产生不利影响；⑥补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况；补充说明报告期末存货分类及结构与同行业可比公司是否存在明显差异，各类存货变化的具体原因，是否有在手订单相匹配；结合公司存货库龄、期后存货结转及销售情况进一步说明是否存在滞销风险、存货跌价准备计提是否充分；⑦补充说明独立董事设置是否符合公司独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第 2 号——独立董事》等相关规定；报告期内董事会秘书、财务总监变动的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷；⑧补充披露董事周少华、高级管理人员王波、刘义刚的职业经历，保持时间连续；⑨补充说明继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格、转让双方是否存在关联关系等；结合前述专利的形成过程、转让程序，说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵、转让价格是否公允、是否存在纠纷及潜在纠纷；⑩说明公司股东大会是否按照《股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌事项作出决议，包括但不限于决议的有效期限、挂牌前滚存利润的分配方案等。

请主办券商、会计师核查上述事项①至⑥，并发表明确意见。请主办券商及律师核查上述事项⑦至⑩，并发表明确意见。

【回复】

一、关于专利纠纷。根据申请文件，公司存在专利纠纷，涉案金额 886.02 万元；2024 年 4 月 2 日内田·鲛岛法律事务所代表巴慕达株式会社向公司日本客户 TCN 发出《通知书》，巴慕达株式会社认为 TCN 进口、销售苏州贝昂的相关产品的行为侵犯了其享有的 4949537 号专利权。请公司：①说明诉讼事项会计处理情况以及预计负债是否充分计提、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施；②说明可能侵犯 4949537 号专利

权的产品范围及其报告期内收入占比情况，公司与巴慕达株式会社之间的潜在诉讼风险，如巴慕达株式会社起诉公司，是否会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响，公司后续采取的应对措施。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。请主办券商、会计师对报告期内全部诉讼会计处理是否合规、预计负债计提是否充分进行核查，并发表明确意见。

（一）说明诉讼事项会计处理情况以及预计负债是否充分计提、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施

1、诉讼事项会计处理情况以及预计负债是否充分计提

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》第四条的规定：与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：（一）该义务是企业承担的现时义务；（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（三）该义务的金额能够可靠地计量。

截至审计报告出具日，一审法院已驳回盛思锐公司的全部诉讼请求，二审法院已驳回盛思锐公司的起诉请求，该专利诉讼案件尚在北京市高级人民法院再审审理过程中，北京市高级人民法院尚未对该案件作出终审裁定。公司诉讼代理律师认为公司败诉风险较小，预计要求公司进行赔偿的可能性极低。同时，鉴于该案件尚处于审理阶段，诉讼相关金额尚无法可靠计量。因此，公司根据当时掌握的信息和案件进展，判断极小可能因该诉讼而承担损失，导致经济利益流出企业，故未就该事项计提预计负债，符合《企业会计准则》的规定，具备合理性。

截至本问询回复出具日，该专利诉讼案件已获得北京市高级人民法院再审裁定，盛思锐公司的诉讼请求已被驳回，本案已结案，涉案金额 886.02 万元赔偿的相关风险已消除，公司无需确认相关预计负债。

2、是否影响公司与主要客户或供应商后续合作、对公司的影响及公司采取的应对措施

诉讼发生后，公司积极应诉，根据 2024 年 5 月 22 日北京市高级人民法院经最高人民法院指令再审后作出的（2024）京民再 10 号民事裁定书，裁定如下：

“维持中华人民共和国北京市高级人民法院（2018）京民终 570 号民事裁定，本裁定为终审裁定”。因此，北京市高级人民法院已裁定驳回盛思锐公司的起诉，

上述诉讼事项涉案金额 886.02 万元赔偿的相关风险已消除。且根据公司确认，公司报告期内未生产、销售涉案型号产品（“T-Air2.5”的粒子计数器），在报告期内未产生销售收入，公司存货中无涉案型号产品库存；公司报告期内生产、销售的产品中亦不存在使用涉案专利的情形，涉案专利亦不存在涉及公司相关产品收入的情形。公司的核心技术主要包括无耗材空气净化技术等，上述诉讼事项所涉的专利与公司的核心技术、在研技术在技术原理、具体表征、应用场景等方面均不相同，且均不涉及公司自身知识产权的权属纠纷问题。因此，上述诉讼事项不会对公司与主要客户或供应商后续合作造成影响。

综上，公司未对诉讼事项计提预计负债符合《企业会计准则》的规定；诉讼发生后，公司已采取积极措施应诉，截至本问询回复出具日，专利诉讼案件已获得北京市高级人民法院终审裁定，盛思锐公司的诉讼请求已被驳回，涉案赔偿的相关风险已消除；相关诉讼不会影响公司与主要客户或供应商后续合作，不会对公司生产经营活动产生重大不利影响。

（二）说明可能侵犯 4949537 号专利权的产品范围及其报告期内收入占比情况，公司与巴慕达株式会社之间的潜在诉讼风险，如巴慕达株式会社起诉公司，是否会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响，公司后续采取的应对措施。

1、说明可能侵犯 4949537 号专利权的产品范围及其报告期内收入占比情况

报告期内，公司销售的与 4949537 号专利（以下简称“涉案专利”）相关的产品报告期内的销量、销售收入、毛利及占比情况已申请豁免披露，涉案专利相关的产品收入及占比、毛利及占比均较低。

2、公司与巴慕达株式会社之间的潜在诉讼风险，如巴慕达株式会社起诉公司，是否会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响，公司后续采取的应对措施

截至本问询回复出具日，巴慕达株式会社仅通过内田 蛟岛法律事务所代表向公司日本客户 TCN 发出《通知书》，并未向公司或者公司日本客户 TCN 提起诉讼。后续如巴慕达株式会社就其 4949537 号专利向公司相关产品进一步提出争议，起诉公司，亦不会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响，主要原因如下：

(1) 经公司就相关产品与巴慕达株式会社专利权利要求进行详细比对，苏州贝昂相关产品技术方案没有包含相关专利相关权利要求所限定的相同或等同的全部技术特征，侵犯巴慕达株式会社专利风险较小。

(2) 因风扇行业技术更迭较快，《通知书》内所涉争议产品为公司已被迭代的旧款产品，目前已不再销售。并且风扇非公司主要产品，相关争议产品在报告期内的销售数量、销售金额均较低，对公司主营业务收入、净利润影响均较小，相关产品后续即使存在争议，也不会对公司的财务状况产生重大不利影响。

(3) 巴慕达株式会社提出的产品专利争议仅涉及风扇设备上的一个部件，并非苏州贝昂产品所必须的核心部件，不涉及苏州贝昂的核心技术，不会对公司持续稳定经营产生重大不利影响。

截至本问询回复出具日，公司已组织专业技术团队就相关产品与巴慕达株式会社专利进行专业细致对比分析，判断相关产品侵权的风险。后续如对方进一步提出争议，公司将积极应对。

因此，截至本问询回复出具日，巴慕达株式会社尚未向公司提起诉讼。公司已采取积极措施应对争议情况，后续如巴慕达株式会社就其 4949537 号专利向公司相关产品进一步提出争议起诉公司，不会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响。

综上所述，公司未对诉讼事项计提预计负债符合《企业会计准则》的规定；诉讼发生后，公司已采取积极措施应诉，截至本问询回复出具日，专利诉讼案件已获得北京市高级人民法院终审裁定，盛思锐公司的诉讼请求已被驳回，涉案赔偿的相关风险已消除，公司无需确认相关预计负债；相关诉讼不会影响公司与主要客户或供应商后续合作，不会对公司生产经营活动产生重大不利影响。报告期内公司与涉案专利相关的风扇产品收入及占比、毛利及占比均较低。截至本问询回复出具日，巴慕达株式会社尚未向公司提起诉讼。公司已采取积极措施应对争议情况，后续如巴慕达株式会社就其 4949537 号专利向公司相关产品进一步提出争议起诉公司，不会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响。

【中介机构回复】

一、请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见

(一) 核查程序

针对上述事项，主办券商及律师执行了以下核查程序：

1、获取公司提供的专利诉讼案件涉及的相关资料、查阅公司主要客户、供应商访谈笔录，核查相关诉讼专利对公司产品的影响，分析对公司生产经营产生的影响；

2、获取公司提供的巴慕达株式会社《通知书》等相关资料、公司出具的说明、公司争议产品销售统计情况，访谈公司相关负责人，核查相关产品情况、争议最新进展情况，分析对公司生产经营影响、财务状况影响等；

3、查阅日本客户的访谈笔录，查阅《审计报告》，了解争议产品对公司主营业务的影响。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、公司未对诉讼事项计提预计负债符合《企业会计准则》的规定；诉讼发生后，公司已采取积极措施应诉，截至本问询回复出具日，专利诉讼案件已获得北京市高级人民法院终审裁定，盛思锐公司的诉讼请求已被驳回，涉案赔偿的相关风险已消除；相关诉讼不会影响公司与主要客户或供应商后续合作，不会对公司生产经营活动产生重大不利影响。

2、报告期内公司与涉案专利相关的风扇产品收入及占比、毛利及占比均较低。截至本问询回复出具日，巴慕达株式会社尚未向公司提起诉讼。公司已采取积极措施应对争议情况，后续如巴慕达株式会社就其 4949537 号专利向公司相关产品进一步提出争议起诉公司，不会对公司在日本地区的生产经营产生重大不利影响。

二、请主办券商、会计师对报告期内全部诉讼会计处理是否合规、预计负债计提是否充分进行核查，并发表明确意见

（一）核查程序

报告期内，公司涉及的诉讼案件仅为与盛思锐公司之间的专利诉讼案件，主办券商、会计师对该诉讼案件会计处理是否合规、预计负债计提是否充分进行了如下核查：

1、获取了公司诉讼相关材料；

2、分析判断该诉讼案件对公司财务状况的影响，确认公司未计提预计负债

是否符合《企业会计准则》的相关规定；

3、结合截至本问询回复出具日该诉讼案件的终审裁定情况，分析公司报告期内未计提预计负债的充分性及合理性。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

根据《企业会计准则》的相关规定，该诉讼案件未满足确认预计负债的条件，公司未就该诉讼案件确认预计负债具备合理性。且截至本问询回复出具日该诉讼案件已结案，赔偿的相关风险已消除，因此公司不存在应计提预计负债而未计提的情形，公司与诉讼相关的预计负债计提充分。

二、关于股权激励。根据申请文件，2021年6月实际控制人通过直接转让股权对刘义刚、张培峰进行股权激励，激励价格分别为1元/注册资本和0.5元/注册资本。2021年1月员工持股平台苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔股权，价格分别为6.04元/注册资本、9.12元/注册资本，2021年12月通过员工增资苏州贝芯进行股权激励。请公司补充说明：①结合刘义刚、张培峰的任职情况及对公司的贡献程度，说明激励价格存在差异的合理性，是否存在利益安排；②苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔的股权价格存在差异的原因及合理性；③股权激励的具体日期、锁定期、行权条件、内部股权转让、离职或退休后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合持股计划情况时所持相关权益的处置办法；股权激励的实施情况，是否存在纠纷或潜在纠纷，目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划；④股份支付费用的确认情况，计算股份支付费用时公允价值确定依据及合理性，结合股权激励安排、合伙协议等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用、销售费用或研发费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定。请主办券商、律师补充核查第①至③事项并发表明确意见。请主办券商、会计师核查第④事项，并就股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定发表明确意见。

（一）结合刘义刚、张培峰的任职情况及对公司的贡献程度，说明激励价格存在差异的合理性，是否存在利益安排

刘义刚、张培峰的任职及对公司的贡献情况如下：

人员	在公司任职情况	行业经验	主要成果或主要贡献
刘义刚	2010年3月入职贝昂有限,历任贝昂有限高级电子工程师、电子研发经理、研发总监;2023年3月至今,担任苏州贝昂副总经理、研发总监,主要负责离子风杀菌除尘技术系列产品的研究与开发。	机械设计、机械自动化专业,硕士研究生学历。曾在华映视讯(吴江)有限公司、科蒂斯仪器(中国)有限公司从事技术岗位。具有丰富的产品研发和课题管理经验。	公司创始员工之一,现任公司研发总监,组织落实公司产品研发方向和技术攻关。主要负责产品从专利到技术转化的多项问题;解决了产品绝缘性的应用方案和电路控制问题。参与申报公司各项专利近百项。
张培峰	2013年4月入职贝昂有限,历任贝昂有限销售经理、国内事业部总经理,主要负责公司国内业务市场开拓及销售。2024年3月,经与公司协商后与公司协议解除劳动合同。	本科学历,具有丰富的ToC端市场推广经验。	全面负责国内市场产品的定义及渠道拓展、市场推广,对公司的销售模式进行了改进和提高,主导了公司销售渠道的建立和拓展。

2021年6月,公司结合刘义刚、张培峰的入职时间、职位级别、工作经验及对公司贡献程度等条件,对两人股权激励做出差异化安排,对刘义刚、张培峰股权激励价格分别为0.5元/注册资本和1元/注册资本,激励价格存在差异具有合理性,不存在其他利益安排。

(二) 苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔的股权价格存在差异的原因及合理性

2021年1月,股东冉宏宇将持有的71.2174万元股权(占公司注册资本的5%)以人民币430.2463万元价格转让给苏州贝芯,转让定价为6.04元/注册资本;股东科蓝纳尔将其持有的47.0385万元股权(占公司注册资本的3.3%)以人民币429万元的价格转让给苏州贝芯,转让定价为9.12元/注册资本。

苏州贝芯是实际控制人冉宏宇实际控制的未来进行股权激励的员工持股平台。科蓝纳尔是实际控制人章燕全资控制的企业。本次转让是实际控制人冉宏宇、章燕夫妇向未来作为股权激励平台苏州贝芯转让股权的行为。

冉宏宇向苏州贝芯本次股权转让定价为6.04元/注册资本,主要由于冉宏宇本次出让给苏州贝芯的股权主要来自于其2020年6月受让外部投资股东赛富淞元的退出股权,该股权价格为6.71元/注册资本。因此本次股权转让价格参考冉宏宇获得股权成本及股权激励因素综合确定。

科蓝纳尔本次向苏州贝芯股权转让定价为9.12元/注册资本,主要是由于科蓝纳尔本次出让给苏州贝芯的股权来自于其2015年10月在产权交易所公开摘牌受让的中新创投所持苏州贝昂股权,该股权价格为7.60元/注册资本。因此本次

股权转让价格参考科蓝纳尔获得股权成本及股权激励因素综合确定。

因此，实际控制人本次向股权激励平台苏州贝芯股权转让定价存在差异，主要考虑到冉宏宇、科蓝纳尔历史取得本次出让股权的成本不同，转让价格存在差异具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排的情况。

（三）股权激励的具体日期、锁定期、行权条件、内部股权转让、离职或退休后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合持股计划情况时所持相关权益的处置办法；股权激励的实施情况，是否存在纠纷或潜在纠纷，目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划

公司共实施两次股权激励，分别为于 2021 年 6 月通过实际控制人向激励对象刘义刚、张培峰直接转让股权进行激励以及 2021 年 12 月通过授予员工持股平台苏州贝芯合伙份额方式进行股权激励。

两次股权激励关于锁定期、行权条件、内部股权转让、离职或退休后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合持股计划情况时所持相关权益的处置办法的基本情况如下：

项目	刘义刚、张培峰直接持有公司股份	持股平台苏州贝芯股权激励
股权激励日期	2021 年 6 月	2021 年 12 月
锁定期	自公司申请在全国中小企业股份转让系统挂牌受理之日起至公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市之日期间，公司股东承诺不转让其直接或间接持有的公司股份，且不委托他人管理其持有的公司股份。如公司在全国股转系统申请挂牌或在北交所发行上市计划发生重大变更或终止的，则本条自愿限售承诺自动失效。 本人在担任公司董事/监事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；离任后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。上述股份承诺不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行。	自公司申请在全国中小企业股份转让系统挂牌受理之日起至公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市之日期间，公司股东承诺不转让其直接或间接持有的公司股份，且不委托他人管理其持有的公司股份。如公司在全国股转系统申请挂牌或在北交所发行上市计划发生重大变更或终止的，则本条自愿限售承诺自动失效。
行权条件	无	无
内部股权转让、离职或退休后股权处理的相关约定，员工发生不适合持股计划情况时所持相关权益的	无特别约定，按照公司法等相关法律法规及苏州贝昂公司章程约定执行。	根据苏州贝芯《合伙协议》及《合伙协议>之补充协议》之约定： 一、在苏州贝昂尚未实现上市目标之前，激励员工（以下简称“乙方”）不得将其持有的苏州贝芯之财产份额转让给除普通合伙人（以下简称“甲方”）或甲方指定的受让方以外的任何第

项目	刘义刚、张培峰直接持有公司股份	持股平台苏州贝芯股权激励
处置办法		三方，也不得用于担保或偿还债务。 二、乙方将严格遵循国家有关法律、法规和规范性文件及苏州贝昂各股东、董事、监事、高级管理人员有关禁售期的承诺之规定处置其间接持有的苏州贝昂股权。 三、各方同意并确认，若发生下列情形之一的，乙方应从苏州贝芯退伙，并将其所持苏州贝芯财产份额按照出资入伙的初始价格全部转让给甲方或甲方指定的第三方，并将持有苏州贝芯份额期间从苏州贝昂已取得的分红归还甲方： 1、若乙方因触犯法律或行政法规、严重违法劳动合同、违反公司规章制度、违反职业道德、泄露公司机密、失职或渎职等行为严重损害苏州贝昂利益或声誉而被苏州贝昂或其子公司解聘的； 2、乙方自本补充协议签署之日起 5 年服务期内因主动辞职而离职的； 3、乙方在苏州贝昂或其子公司任职期间及从苏州贝昂或其子公司离职后两年内，从事或者经营或者投资于与苏州贝昂或其子公司所经营的业务相同、相似的业务。 4、甲方认为需适用本条规定的其他事由。 七、各方同意并确认，若在前述 5 年服务期届满前，乙方未离职但自愿退出苏州贝芯或者因非重大违法违规行为与苏州贝昂协商离职的，则其持有的苏州贝芯全部财产份额按照以下作价转让给甲方或甲方指定的第三方： 1、自本协议签署之日起 3 年内发生上述情形的，按照乙方出资的初始价格。 2、自本协议签署之日起满 3 年但尚未到服务期届满前发生上述情形的，按乙方出资入伙的初始价格加上每年 5% 的收益，再扣除乙方依其出资比例应承担的本合伙企业运营过程中必要的费用。 八、各方同意并确认，若在前述 5 年服务期届满前，乙方因疾病、死亡、退休等客观原因离职的，乙方或乙方的权利继承人应从苏州贝芯退伙，并将其所持苏州贝芯全部财产份额按照以下作价转让给甲方或甲方指定的第三方： 按照乙方出资入伙的初始价格加上每年 5% 的收益，再扣除乙方依其出资比例应承担的本合伙企业运营过程中必要的费用。 九、各方同意并确认，若在 5 年服务期届满后，乙方拟变现其间接持有的苏州贝昂股权的，按下列情形进行处置： 1、若苏州贝昂未上市的，乙方可将其持有的苏州贝芯全部财产份额转让给甲方或甲方指

项目	刘义刚、张培峰直接持有公司股份	持股平台苏州贝芯股权激励
		定的第三方，转让价格由双方自行协商确定。 2、若苏州贝昂已上市但股份限售期尚未届满的，乙方主动离职或与苏州贝昂协商离职，按照当时其持有全部财产份额对应的苏州贝昂股票在二级市场价值的 50%作价，将所持苏州贝芯全部财产份额转让给甲方、甲方指定的第三方。 3、若苏州贝昂已上市且股份限售期已届满的，由苏州贝芯根据乙方意愿，将乙方全部财产份额对应的苏州贝昂股票按照相关法律、法规、规范性文件及相关股票减持的监管要求在二级市场抛出，并将完税及扣除依其出资比例应承担的本合伙企业运营过程中必要的费用后的货币资金作为乙方退伙的对价支付给乙方。
股权管理机制	按照公司法等相关法律法规及苏州贝昂公司章程约定进行管理。	根据合伙协议的约定进行管理，由执行事务合伙人对外代表合伙企业。执行事务合伙人负责企业日常运营，对外代表合伙企业签署相关文件。

截至本问询回复出具日，公司上述股权激励均已实施完毕，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在预留份额及其授予计划。

（四）股份支付费用的确认情况，计算股份支付费用时公允价值确定依据及合理性，结合股权激励安排、合伙协议等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用、销售费用或研发费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定。

1、股份支付费用确认情况

报告期各期公司确认的股份支付费用金额分别为 686.55 万元、110.69 万元和 86.62 万元，具体情况如下：

单位：万元

股权激励日期	核算项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
2021 年 6 月	销售费用	-	-	285.86
	研发费用	-	-	390.64
小计		-	-	676.50
2021 年 12 月	销售费用	20.87	25.05	2.09
	管理费用	44.88	60.60	5.71
	研发费用	17.39	20.87	1.74

股权激励日期	核算项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
	制造费用	3.48	4.17	0.52
	小计	86.62	110.69	10.05
	合计	86.62	110.69	686.55

2、股份支付公允价值确定依据及合理性

(1) 2021 年 6 月股权激励

2021 年 6 月，实际控制人冉宏宇、章燕夫妇通过向激励对象刘义刚、张培峰直接转让股权进行激励。刘义刚以 0.5 元/注册资本的价格受让 19 万元注册资本，张培峰以 1 元/注册资本的价格受让 14.25 万元注册资本，本次授予股权的公允价值参照当月外部股东程安琪入股时对应的 3 亿元公司估值确定，公司将股权公允价值与实际授予价格的差额确认股份支付费用，股份支付公允价值确定依据合理。

(2) 2021 年 12 月股权激励

2021 年 12 月，激励对象通过向股权激励平台苏州贝芯增资的方式间接获得公司股权，激励对象的增资价格为 1.75 元/出资份额，增资份额为 203.23 万份额，本次激励对象间接持有公司 34.18 万股股份，激励股权的公允价值参照 2022 年 12 月芜湖众创退出时对应的 4 亿元公司估值确定，公司将股权公允价值与实际授予价格的差额确认股份支付费用，股份支付公允价值确定依据合理。

3、结合股权激励安排、合伙协议等说明股份支付的会计处理是否符合会计准则等相关规定，股份支付计入管理费用、销售费用或研发费用的依据及准确性。

(1) 2021 年 6 月股权激励

2021 年 6 月，实际控制人冉宏宇、章燕夫妇通过向激励对象刘义刚、张培峰直接转让股权进行激励，由于该次股权激励不存在等待期等限制条件的约定，属于授予后可立即行权的股份支付。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积”。因此公司在 2021 年 6 月根据刘义刚、张培峰所属部门、岗位职能，将本次股权激励形成的股份支付费用一次性确认销售费用、研发费用和资本公积。

(2) 2021 年 12 月股权激励

2021 年 12 月公司通过授予员工持股平台苏州贝芯份额的方式进行股权激励，根据《合伙协议》及《合伙协议之补充协议》之约定，激励对象自股权激励协议签署之日起 5 年服务期内因主动辞职而离职的应从苏州贝芯退伙，并将其所持苏州贝芯财产份额按照出资入伙的初始价格全部转让给实际控制人冉宏宇或其指定的第三方，并将持有苏州贝芯份额期间从苏州贝昂已取得的分红归还与实际控制人。上述约定实质构成隐含 60 个月服务期限条件，根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积”。因此公司自 2021 年 12 月开始，根据被激励员工所属部门、岗位职能，将本次股权激励形成的股份支付费用在 60 个月的等待期内平均分摊，按月确认销售费用、管理费用、研发费用、营业成本和资本公积。

因此，公司股份支付的会计处理符合《企业会计准则》等相关规定，股份支付按照被激励员工的岗位分别计入管理费用、销售费用或研发费用等科目的依据充分，股份支付费用计提准确。

4、报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，是否符合相关规定。

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”的规定：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。因此公司针对 2021 年 6 月无等待期等限制条件约定的股权激励在授予时一次性计入当期损益，并作为偶发事项计入非经常性损益；针对 2021 年 12 月存在隐含等待期条件的股份支付，公司在等待期内分摊确认股份支付费用，并计入经常性损益。公司股份支付费用在经常性损益或非经常性损益的列示符合上述相关规定，具有合理性。

综上所述，公司结合刘义刚、张培峰的入职时间、职位级别、工作经验及对公司贡献程度等条件，对两人股权激励价格做出差异化安排具有合理性，不存在

其他利益安排。实际控制人本次向股权激励平台苏州贝芯股权转让定价存在差异，主要考虑到冉宏宇、科蓝纳尔历史取得本次出让股权的成本不同，转让存在差异具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排的情况。公司股权激励已实施完毕，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在预留份额及授予计划。公司计算股份支付费用时公允价值确定依据充分，具有合理性，公司股份支付的会计处理符合《企业会计准则》等相关规定，股份支付费用按照被激励员工的岗位分别计入管理费用、销售费用或研发费用等科目的依据充分，股份支付费用计提准确。公司将股份支付的相关费用在经常性损益和非经常性损益的列示符合《监管规则适用指引——发行类第5号》的相关规定。

【中介机构回复】

一、请主办券商、律师补充核查第①至③事项并发表明确意见

（一）核查程序

就上述第①至③事项，主办券商及律师执行了如下核查程序：

1、获取了刘义刚、张培峰调查表、承诺函，对实际控制人及刘义刚、张培峰进行访谈，查阅了两人股权转让的股权转让协议、出资凭证、股东会决议、工商登记资料等，了解两人在公司的任职及贡献情况，核查了股权激励价格差异的合理性；

2、查阅了公司工商档案、苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔股权相关的股权转让协议、股东会决议等资料；对实际控制人进行了访谈；

3、查阅了苏州贝芯各合伙人的调查表、全体激励对象的出资凭证，对苏州贝芯的合伙人进行了访谈；查阅了苏州贝芯工商登记资料、苏州贝芯合伙协议及补充协议，了解公司股权激励方案、股权激励对象、股权激励价格、股权转让情况等事项，检查股权激励的实施情况。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、刘义刚、张培峰股权激励价格存在差异具有合理性，不存在利益输送或其他利益安排。

2、苏州贝芯受让冉宏宇、科蓝纳尔的股权价格存在差异原因合理，不存在利益输送或其他利益安排。

3、公司股权激励已实施完毕，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在预留份额及授予计划。

二、请主办券商、会计师核查第④事项，并就股份支付相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定发表明确意见

（一）核查程序

就上述第④事项，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

- 1、查阅公司及员工持股平台历史沿革相关资料，查阅公司股权激励相关资料，明确股权激励是否存在限制条件；
- 2、获取公司近期外部投资者的入股协议，检查公司资金流水，并与公司确定的股权激励公允价值进行比较；
- 3、查阅《企业会计准则》以及相关的会计处理规定，核实公司对于股份支付费用的会计处理是否符合准则规定；
- 4、查阅公司关于股份支付相应的计算过程，复核公司确认的股份支付费用金额的准确性；
- 5、检查会计处理是否符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”的规定。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

- 1、公司股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定；
- 2、公司计算股份支付费用时公允价值确定依据充分，具有合理性，股份支付费用按照被激励员工的岗位分别计入管理费用、销售费用或研发费用等科目的依据充分，股份支付费用计提准确。公司将股份支付的相关费用在经常性损益和非经常性损益的列示符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定。

三、关于特殊投资条款。根据申请文件，公司与赛富淞元、芜湖众创、寰寰潜潜之间存在特殊投资条款，目前已经全部终止，部分条款已经触发并履行。请公司补充说明：①是否仍存在现行有效的特殊投资条款，如存在请补充披露；②结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定；③对于已履行完毕的特殊投资条款，履行过

程中是否存在纠纷，是否存在损害公司或其他股东利益的情形，是否对公司经营产生不利影响。请主办券商、律师补充核查以上事项，并发表明确意见。

(一) 是否仍存在现行有效的特殊投资条款，如存在请补充披露

公司与历史股东及现有股东签署的特殊投资条款如下表所列：

时间	协议名称	签署甲方/ 投资方	签署乙方	特殊权利条款主要内容	解除 情况
2013 年 9 月	《增资协议》、 《增资补充协议》	赛富淞元	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等股东	约定投资方享有“优先退出权、估值调整、转让权、优先认购权与增资方的排他增资权、优先受让权、共售权、领售权、清算优先权、要求赎回权、反稀释权”等特殊股权权利条款。	2020 年 6 月赛富淞元转让股权退出投资而彻底解除
2016 年 2 月	《投资协议》	芜湖众创	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等股东	约定投资方芜湖众创享有“优先购买权、清算优先权”等特殊权利条款。	2023 年 2 月芜湖众创转让股权退出投资而彻底解除
	《投资协议之补充协议》	芜湖众创	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等股东	约定芜湖众创享有股权回购权，即达到协议约定条件时，苏州贝昂实际控制人对芜湖众创本次投资所持苏州贝昂股权的回购义务。	2023 年 2 月芜湖众创转让股权退出投资而彻底解除
2020 年 10 月	《投资协议书》	寰寰潜潜	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等股东	约定投资方享有“业绩承诺、知情权、赎回权、优先认购权、优先购买权、优先出售权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇”等特殊权利条款，其中业绩承诺条款为：苏州贝昂 2020 年度和 2021 年度累计实现净利润不低于 7,500 万元，或者 2020 年度和 2021 年度累计实现含税销售额不低于 3.5 亿元人民币。	2021 年 12 月苏州贝昂作为义务主体的条款彻底解除
2021 年 12 月	《投资协议书之补充协议》	寰寰潜潜	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等股东	约定：“1、原《投资协议书》中业绩承诺、知情权、赎回权、优先认购权、优先购买权、优先出售权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇等特殊权利条款中使得苏州贝昂承担相应义务和责任的特殊权利条款立即终止，且使得苏州贝昂承担相应义务和责任的优先权利的全部内容的终止，其终止效力追溯至《投资协议书》签署之日，即溯及《投资协议书》签署之日起对协议签署各方不具有约束力和效力，该等条款自始无效，并在任何条件下均不再恢复其法律效力。2、自本补充协议签署之日起，原《投资协议书》	2021 年 12 月苏州贝昂作为义务主体的特殊条款彻底解除。

时间	协议名称	签署甲方/ 投资方	签署乙方	特殊权利条款主要内容	解除 情况
				中所述的‘回购义务人’调整为冉宏宇、章燕、科蓝纳尔。”	
2024 年 1 月	关于《投资协议书之补充协议》之补充协议	寰寰潜潜	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕	约定《投资协议书之补充协议》所调整约定的实际控制人冉宏宇、章燕作为回购义务人的赎回条款彻底终止，且不可恢复。	彻底解除

截至本问询回复出具日，公司与股东之间特殊投资条款均已解除，不存在现行有效的特殊投资条款。公司已在《公开转让说明书》中披露股东特殊投资条款详细情况，不存在应披露而未披露情况。

（二）结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定

公司与相关主体签订的有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议情况如下表所列：

时间	协议名称	签署甲方/ 投资方	签署乙方	特殊条款终止约定
2020 年 6 月	《股权转让协议》	赛富淞元	冉宏宇、胡加明	赛富淞元分别与冉宏宇、胡加明签署《股权转让协议》，未另行签署特殊条款终止协议。冉宏宇、胡加明已确认其受让持有的公司股权不存在特殊权利。
2022 年 12 月	《股权转让协议》	芜湖众创	贝盟电子、青岛英豪、段育鹤、胡加明	芜湖众创和贝盟电子签署了《股权转让协议》；芜湖众创分别和青岛英豪、段育鹤、胡加明签署了《股权转让协议》。未另行签署特殊条款终止协议。贝盟电子、青岛英豪、段育鹤、胡加明已确认其受让持有的公司股权不存在特殊权利。
2021 年 12 月	《投资协议书之补充协议》	寰寰潜潜	苏州贝昂、实际控制人冉宏宇、章燕等 股东	约定：“1、原《投资协议书》中业绩承诺、知情权、赎回权、优先认购权、优先购买权、优先出售权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇等特殊权利条款中使得苏州贝昂承担相应义务和责任的特殊权利条款立即终止，且使得苏州贝昂承担相应义务和责任的优先权利的全部内容的终止，其终止效力追溯至《投资协议书》签署之日，即溯及《投资协议书》签署之日起对协议签署各方不具有约束力和效力，该等条款自始无效，并在任何条件下均不再恢复其法律效力。2、自本补充协议签署之日起，原《投资协议书》中所述的‘回购义务人’调整为冉宏宇、章燕、科蓝纳尔。”
2024 年 1 月	关于《投资协	寰寰潜潜	苏州贝昂、实	约定《投资协议书之补充协议》所调整约定

时间	协议名称	签署甲方/ 投资方	签署乙方	特殊条款终止约定
	议书之补充协议》之补充协议		际控制人冉宏宇、章燕	的实际控制人冉宏宇、章燕作为回购义务人的赎回条款彻底终止，且不可恢复。

赛富淞元、芜湖众创退出公司时，未与公司或公司实际控制人另行签署特殊条款终止协议。其作为投资人享有的特殊权利条款于退出公司时彻底终止。相关股权受让方已确认其享有的股权不存在任何特殊权利。

公司与寰寰潜潜签订的特殊权利终止协议，明确约定相关特殊权利条款彻底终止且不可恢复。协议系各方真实意思表示自愿签署，合法且真实有效。截至本问询回复出具日，自终止特殊投资条款协议签订后，公司、公司控股股东及实际控制人与股东未签订其他特殊投资条款安排。

因此，公司与相关主体变更或终止特殊投资条款协议真实有效，且不存在恢复条款。

（三）对于已履行完毕的特殊投资条款，履行过程中是否存在纠纷，是否存在损害公司或其他股东利益的情形，是否对公司经营产生不利影响

1、与赛富淞元特殊权利条款履行情况

2013年9月16日，赛富淞元与贝昂有限全体股东签署《增资补充协议》，协议约定了估值调整涉及的业绩补偿条款，具体如下：

“4.1 公司预测，公司 2013-14 年度（具体时间自 2013 年 4 月 1 日起至 2014 年 3 月 31 日止）与 2014-15 年度（具体时间自 2014 年 4 月 1 日起至 2015 年 3 月 31 日止）（上述两段时间以下合称“指标年度”）税后净利润将分别达到人民币 600 万元与人民币 1,200 万元，指标年度的平均年税后净利润将不低于人民币 900 万元（以下简称“年均目标利润”），以年均目标利润为基础，各方同意本次投资后的综合估值为人民币 7,143 万元。

4.2 若公司指标年度两年合计未实现利润目标人民币 1,800 万元，即在指标年度内的实际平均税后净年利润未实现上述年均目标利润，公司估值应当按以下估值进行调整（以下简称“业绩调整”）得出公司实际估值（以下简称“实际估值”）：实际估值=7.94*指标年度经审计的实际平均税后净利润，但实际估值不得低于人民币 4,000 万元。当按照前述公式计算的实际估值低于人民币 4,000 万元时，各方同意以人民币 4,000 万元作为公司的实际估值。计算上述业绩调整时，公司通

过收购或兼并取得的收益及届时中国证监会规定的非经常性收益不应计入公司的实际盈利。

本次增资后，增资方将持有的公司股权比例计算公式为：增资方持有股权比例（以下简称“实际比例”）=人民币 1,850 万元/实际估值。各方同意，若实际比例与增资方在本次增资后持有的股权比例 25.90%存在差异的，则甲方应当就该等差异向增资方进行补偿（以下简称“差异比例”），差异比例计算公式为：差异比例=实际比例-25.90%。补偿方式为由甲方按照前述差异比例将其持有的部分公司股权无偿转让给增资方，乙方对此负有连带责任。”

2015 年 9 月，因贝昂有限未达到上述《增资协议之补充协议》中约定的业绩承诺，冉宏宇根据上述补充协议，并经各方协商，向赛富淞元补偿 2.36%的股权。

2020 年 6 月，赛富淞元将其持有贝昂有限全部股权分别转让给股东冉宏宇、胡加明。2020 年 6 月完成股权转让的变更登记后，赛富淞元彻底退出公司股权，其作为投资人享有的 2013 年 9 月签署的《增资协议》及《增资协议补充协议》所约定特殊权利条款彻底终止。

据此，公司与赛富淞元关于股东特殊权利条款的全部协议均已彻底终止，除实际控制人冉宏宇基于未完成业绩承诺向赛富淞元补偿 2.36%的股权外，自《投资协议》《投资协议之补充协议》签署之日起至终止之日各方均未行使过投资人其他特殊权利条款项下的权利，也不存在由此产生的纠纷、争议。

2、与芜湖众创特殊权利条款解除情况

2022 年 12 月，芜湖众创将其持有贝昂有限全部股权分别转让给股东青岛英豪、段育鹤、胡加明、贝盟电子。2023 年 2 月完成股权转让的变更登记后，芜湖众创彻底退出公司股权，其作为投资人享有的 2016 年 2 月签署的《投资协议》及《投资协议补充协议》所约定特殊权利条款彻底终止。

据此，公司与股东芜湖众创关于股东特殊权利条款的全部协议均已彻底终止，并且自《投资协议》《投资协议之补充协议》签署之日起至终止之日各方均未行使过投资人特殊权利条款项下的权利，也不存在由此产生的纠纷、争议。

3、与寰寰潜潜特殊权利条款解除情况

2021 年 12 月，寰寰潜潜与苏州贝昂及其实际控制人冉宏宇、章燕等股东签

署《投资协议书之补充协议》，约定：“1、2020年10月签署的《投资协议书》中业绩承诺、知情权、赎回权、优先认购权、优先购买权、优先出售权、优先清算权、反稀释、最优惠待遇等特殊权利条款中使得苏州贝昂承担相应义务和责任的特殊权利条款立即终止，且使得苏州贝昂承担相应义务和责任的优先权利的全部内容终止，其终止效力追溯至《投资协议书》签署之日，即溯及《投资协议书》签署之日起对协议签署各方不具有约束力和效力，该等条款自始无效，并在任何条件下均不再恢复其法律效力。2、自本补充协议签署之日起，原《投资协议书》中所述的“回购义务人”调整为冉宏宇、章燕、科蓝纳尔。”

2024年1月，寰寰潜潜与苏州贝昂及其实际控制人冉宏宇、章燕签署《投资协议书之补充协议》之补充协议，确认如下：“1、自本协议签署之日起，冉宏宇、章燕和科蓝纳尔（已注销）均不再按照前述《投资协议》和原补充协议的约定作为回购义务人履行任何回购义务。2、自本协议签署之日起，前述《投资协议》中第7.1条业绩承诺、第7.2条知情权、第7.3条赎回权、第7.4条优先认购权、第7.5条优先购买权、第7.6条优先出售权、第7.7条优先清算权、第7.8条反稀释及第7.9条最优惠待遇（以下合称“优先条款”）中约定的甲方以及与该等优先条款有关的任何一方因此享有的任何权利/义务立即终止，且终止效力追溯至《投资协议》签署之日，即溯及《投资协议》签署之日起对协议签署各方不具有约束力和效力，该等条款自始无效，并在任何条件下均不再恢复其法律效力。”

据此，公司与股东寰寰潜潜关于股东特殊权利条款的全部协议均已被溯及既往地终止且不可恢复，并且自《投资协议书之补充协议》、《投资协议书之补充协议》之补充协议签署之日起至终止之日各方均未行使过包括对赌条款在内的投资人特殊权利条款项下的权利，也不存在由此产生的纠纷、争议。

因此，公司与赛富淞元、芜湖众创、寰寰潜潜之间的特殊投资条款均已终止履行完毕，上述特殊条款履行过程中不存在纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，且未对公司经营产生不利影响。

综上所述，截至本问询回复出具日，公司与股东之间特殊投资条款均已解除，不存在现行有效的特殊投资条款。公司已在《公开转让说明书》中披露股东特殊投资条款详细情况，不存在应披露而未披露情况。公司与相关主体变更或终止特殊投资条款协议真实有效，且不存在恢复条款。公司与赛富淞元、芜湖众创、寰寰潜潜之间的特殊投资条款均已终止履行完毕，上述特殊条款履行过程中不存在

纠纷，不存在损害公司及其他股东利益的情形，且未对公司经营产生不利影响。

【中介机构回复】

一、请主办券商、律师补充核查以上事项，并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及律师履行了以下核查程序：

- 1、审阅公司与部分现有股东及历史股东签署的股权转让协议、投资协议及相应的补充协议；
- 2、对公司股东、实际控制人进行了访谈，核查股东调查表、承诺函。
- 3、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网，对公司是否存在股权纠纷进行检索查询。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

- 1、公司历史上的特殊权利条款均已解除。截至本问询回复出具日，公司不存在现行有效的特殊投资条款；
- 2、公司签署的变更或终止特殊投资条款协议真实有效且不存在恢复条款；
- 3、公司特殊投资条款履行过程中不存在纠纷，不存在损害公司或其他股东利益的情形，且未对公司经营产生不利影响。

四、关于信息披露豁免。根据申请文件，公司申请豁免披露位于日本地区的推广服务商。请公司：在信息披露豁免申请文件中进一步明确申请豁免的理由，说明申请豁免的依据。申请信息披露豁免是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》的相关要求，相关豁免披露信息是否已通过其他途径泄露，审慎论证信息披露豁免的具体依据及其充分性。请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见。

（一）在信息披露豁免申请文件中进一步明确申请豁免的理由，说明申请豁免的依据

公司对日本地区推广服务商名称、以及可能侵犯 4949537 号专利权的风扇产品报告期内的销量、销售收入、毛利及占比情况进行了豁免披露，公司已在申请文件“4-7 信息披露豁免申请及中介机构核查意见”中进一步明确了申请豁免的

理由和依据。

（二）申请信息披露豁免符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的相关要求，相关豁免披露信息未通过其他途径泄露，信息披露豁免依据具有充分性

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第五十三条之规定：“由于涉及国家秘密、商业秘密等原因，导致申请文件、问询回复文件中披露相关信息可能违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，申请挂牌公司可以豁免披露，但应当说明豁免披露的依据和理由。全国股转公司认为豁免披露理由不成立的，申请挂牌公司应当按规定披露相关信息”。

根据《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》“1-22 不予披露相关信息之规定”：“申请挂牌公司有充分依据证明应当披露的某些信息属于国家秘密或商业秘密，披露可能导致违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，可以不予披露，但应当在申报或回复问询时提交‘不予披露相关信息的原因说明或其他文件’。申请挂牌公司应当在不予披露信息说明文件中逐项说明相关信息涉及国家秘密或商业秘密的依据和理由，并说明信息披露文件是否符合国家有关保密法律法规规定以及《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》等相关规定的要求，未披露相关信息是否对投资者决策判断构成重大障碍。”

根据《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》：“申请人有充分依据证明本准则要求披露的信息涉及国家秘密、商业秘密等，披露可能导致其违反国家有关保密法律法规或严重损害公司利益的，申请人可申请豁免按本准则披露。”

经过网络查询确认豁免披露信息没有经过其他途径泄露；公司对相关信息披露豁免的依据充分，公司已在不予披露信息说明文件中进行了修正和补充说明。

【中介机构回复】

一、请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及律师执行了如下核查程序：

- 1、查阅公司本次公开转让并挂牌的相关申请文件；
- 2、查阅公司就本次发行上市出具的信息豁免披露申请文件；

3、查阅《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》等相关规定。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

公司本次信息豁免披露申请符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》等相关规定，豁免披露后的信息不影响投资者决策判断，豁免披露的信息不存在泄密风险，公司将日本地区销售服务商A公司的具体名称、以及可能侵犯4949537号专利权的风扇产品报告期内的销量、销售收入、毛利及占比情况认定为商业秘密具有充分性及合理性，中介机构为本次挂牌提供涉密业务咨询服务符合相应的监督管理要求。

五、关于公司分红。2022年公司分红5,000.00万元。请公司说明：①分红是否履行相应内部决策程序，是否符合《公司法》《公司章程》相关规定，所涉税款是否均已缴纳，是否合法合规；②分红对公司现金流的影响，公司实际控制人及董监高所得分红款的去向，是否最终流向公司客户及供应商。请主办券商及律师核查事项①并发表明确意见。请主办券商及会计师核查事项②并发表明确意见。

（一）分红是否履行相应内部决策程序，是否符合《公司法》《公司章程》相关规定，所涉税款是否均已缴纳，是否合法合规

1、分红是否履行相应内部决策程序，是否符合《公司法》《公司章程》相关规定

2022年7月12日，贝昂有限召开股东会，全体股东一致通过决议：同意公司以现金方式向股东分配利润5,000万元，按各股东持股比例进行分配。

公司2022年分红符合《公司法》《公司章程》的相关规定，具体情况如下：

《公司法》（2018年修订）《公司章程》的相关规定	公司情况
公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。	公司2021年度已按照相关规定计提法定盈余公积。2022年公司法定盈余公积已达到注册资本的百分之

《公司法》（2018年修订）《公司章程》的相关规定	公司情况
	五十，因此不再提取。
公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。	公司分红当年不存在以前年度未弥补亏损情况。
公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东会或者股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。	公司未提取任意公积金。
公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，有限责任公司依照本法第三十四条的规定分配；股份有限公司按照股东持有的股份比例分配，但股份有限公司章程规定不按持股比例分配的除外。	公司分红按照股东持有的股份比例进行分配。
股东会、股东大会或者董事会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司	公司不存在弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润情况。
公司持有的本公司股份不得分配利润。	公司分红当年未持有本公司股份。

因此，公司分红执行了相应内部决策程序，符合《公司法》《公司章程》相关规定。

2、所涉税款是否均已缴纳，是否合法合规

公司 2022 年 5,000 万元分红过程中涉及到的股东缴纳所得税、公司代扣代缴情况如下：

缴税事项	纳税主体	股东性质	税款缴纳情况
2022 年 7 月 12 日，公司召开股东会，同意公司以现金方式向股东分配利润 5000 万元，按各股东持股比例进行分配。	冉宏宇	自然人	公司已经履行代扣代缴义务，自然人股东已缴纳个人所得税。
	芜湖众创	有限合伙企业	根据《财政部、国家税务总局关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》（财税[2008]159 号文）的规定，合伙企业股东取得分红，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人，公司无代扣代缴义务。
	寰寰潜潜	有限合伙企业	根据《财政部、国家税务总局关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》（财税[2008]159 号文）的规定，合伙企业股东取得分红，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人，公司无代扣代缴义务。 寰寰潜潜已为合伙人代扣代缴个人所得税。
	胡加明	自然人	公司已经履行代扣代缴义务，自然人股东已缴纳个人所得税。
	苏州贝芯	有限合伙企业	根据《财政部、国家税务总局关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》（财税[2008]159 号文）的规定，合伙企业股东取得分红，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人，公司无代扣代缴义务。 苏州贝芯已为合伙人代扣代缴个人所得税。
	中新创投	有限责任公司	根据《企业所得税法》的规定，符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益免征企业所得税，因此，公司无代扣代缴义务。
	苏州贝盟	有限合伙企业	根据《财政部、国家税务总局关于合伙企业合伙人

缴税事项	纳税主体	股东性质	税款缴纳情况
			所得税问题的通知》(财税[2008]159号文)的规定,合伙企业股东取得分红,合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人,公司无代扣代缴义务。苏州贝盟已为合伙人代扣代缴个人所得税。
	王波	自然人	公司已经履行代扣代缴义务,自然人股东已缴纳个人所得税。
	程安琪	自然人	公司已经履行代扣代缴义务,自然人股东已缴纳个人所得税。
	刘义刚	自然人	公司已经履行代扣代缴义务,自然人股东已缴纳个人所得税。
	张培峰	自然人	公司已经履行代扣代缴义务,自然人股东已缴纳个人所得税。

国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务所于2023年12月5日出具《涉税信息查询结果告知书》,确认公司自2021年1月1日至2023年11月28日期间不存在税务行政处罚记录。

因此,公司2022年分红,除有限合伙企业股东、有限责任公司股东所涉税款公司无代扣代缴义务外,涉及到自然人股东缴纳所得税公司代扣代缴情况的均已根据相关法律法规缴纳,公司纳税情况合法合规。

(二) 分红对公司现金流的影响,公司实际控制人及董监高所得分红款的去向,是否最终流向公司客户及供应商

1、分红对公司现金流的影响

报告期内,公司现金流情况如下:

单位:万元

项目	2023.10.31/ 2023年1-10月	2022.12.31/ 2022年度	2021.12.31/ 2021年度
经营活动产生的现金流量净额	2,712.48	1,878.95	12,977.19
现金及现金等价物净增加额	-5,782.59	-6,011.10	9,393.88
期末现金及现金等价物余额	7,309.10	13,091.68	19,102.78

报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额持续为正,2022年度及2023年1-10月,受分红、购买理财产品、新建厂房及办公楼等投资行为以及偿还贷款的影响,使得现金及现金等价物净增加额为负。截至2023年10月末,公司账面现金及现金等价物余额为7,309.10万元,足以覆盖公司未来流动资金需求,因此,公司现金分红对现金流无重大影响。

2、公司实际控制人及董监高所得分红款的去向，是否最终流向公司客户及供应商

公司分红前的股权结构及分红情况如下：

序号	股东名称/姓名	认缴/实缴出资额（万元）	出资比例（%）	分红款（税前）（万元）	分红款（税后）（万元）
1	冉宏宇	528.1	37.08	1,853.63	1,482.89
2	芜湖众创	281.58	19.77	988.33	988.33
3	寰寰潜潜	142.45	10.00	500.00	500.00
4	胡加明	135.6	9.52	475.94	380.75
5	苏州贝芯	118.26	8.30	415.08	415.08
6	中新创投	85.5	6.00	300.10	300.10
7	苏州贝盟企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	42.74	3.00	150.00	150.00
8	王波	28.5	2.00	100.03	80.03
9	程安琪	28.54	2.00	100.18	80.14
10	刘义刚	19	1.33	66.69	53.35
11	张培峰	14.25	1.00	50.02	40.01
合计		1,424.50	100.00	5,000.00	4,470.68

公司实际控制人、董监高收到的分红款及其去向如下：

姓名	任职	实际获得分红款（税后）（万元）	分红款去向
冉宏宇	实际控制人、董事长、总经理	1,741.19	转给贝盟电子 1,200 万元，用于支付收购芜湖众创持有苏州贝昂股权的转让款； 剩余款项用于购买理财、缴纳股权转让个税、个人消费及朋友借款。
胡加明	董事	380.75	用于支付收购芜湖众创持有贝昂股权的转让款。
王波	副总经理、生产运营总监	80.03	证券投资
刘义刚	副总经理、研发总监	53.35	证券投资
王茹	监事会主席、高级人事行政经理	6.91	个人消费、贷款还款
孔丽媛	监事、高级采购经理	7.86	个人消费、贷款还款
李鸿强	监事、电子研发经理	4.71	个人消费、贷款还款

姓名	任职	实际获得分红款 (税后) (万元)	分红款去向
合计		2,274.80	

由上表可见，公司实际控制人、董监高获得的分红款主要用于收购原股东芜湖众创持有的苏州贝昂股权、购买理财、证券投资、个人消费、贷款还款等，不存在最终流向公司客户及供应商的情形。

综上所述，公司 2022 年分红已履行相应的内部决策程序，符合《公司法》《公司章程》相关规定，除有限合伙企业股东、有限责任公司股东所涉税款公司无代扣代缴义务外，涉及到自然人股东缴纳所得税公司代扣代缴情况的均已根据相关法律法规缴纳，公司纳税情况合法合规；分红对公司现金流无重大影响，公司实际控制人、董监高获得的分红款主要用于收购原股东芜湖众创持有的苏州贝昂股权、购买理财、证券投资、个人消费、贷款还款等，不存在最终流向公司客户及供应商的情形。

【中介机构回复】

一、请主办券商及律师核查事项①并发表明确意见。

（一）核查程序

针对事项①，主办券商及律师执行了如下核查程序：

1、查阅了公司分红涉及的股东大会决议、分红流水、公司为自然人股东代扣代缴个人所得税的扣缴记录，苏州贝芯、苏州贝盟、寰寰潜潜为合伙人代扣代缴个税记录；

2、查阅公司法、公司章程等规定，逐条对比核查公司分红情况是否符合相关规定要求；

3、查阅税务相关法律法规，获取国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务出具的《涉税信息查询结果告知书》。

（二）核查意见

经核查，主办券商和律师认为：

公司分红执行了相应内部决策程序，符合《公司法》《公司章程》相关规定。公司 2022 年分红，除有限合伙企业股东、有限责任公司股东所涉税款公司无代扣代缴义务外，涉及到自然人股东缴纳所得税公司代扣代缴情况的均已根据相关

法律法规缴纳，公司纳税情况合法合规。

二、请主办券商及会计师核查事项②并发表明确意见。

（一）核查程序

针对事项②，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

- 1、结合公司报告期内现金流情况，分析分红对现金流的影响；
- 2、获取了实际控制人及董监高报告期内资金流水，核查分红分款的去向，并将交易对方与主要客户、供应商的股东及主要成员进行匹配。

（二）核查意见

经核查，主办券商和会计师认为：

分红对公司现金流无重大影响；公司实际控制人、董监高获得的分红款主要用于收购原股东芜湖众创持有的苏州贝昂股权、购买理财、证券投资、个人消费、贷款还款等，不存在最终流向公司客户及供应商的情形。

六、关于关联交易。请公司补充说明：①结合各关联方主营业务、与公司业务的紧密程度等细化说明关联采购、销售、租赁的必要性和合理性；②结合市场价格、同类产品第三方采购、销售价格等进一步量化说明关联销售、采购的定价公允性，关联销售与非关联销售毛利率差异及其合理性；③细化说明关联租赁及代收付水电费的必要性，结合市场价格、第三方租赁价格等进一步量化说明关联租赁的公允性。请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）结合各关联方主营业务、与公司业务的紧密程度等细化说明关联采购、销售、租赁的必要性和合理性；

1、关联采购

单位：万元

交易对方	交易内容	2023年1-10月	2022年度	2021年度
旭远环保	水电物业费	19.28	14.94	10.13
	固定资产及原材料	-	10.88	333.98
恒境环保	采购研发测试实验室建造服务、车载净化宝技术服务	14.55	-	21.52
旭远电子	采购原材料	-	-	8.38
苏州市中科大企业家商会	商会会费	3.00	-	-

上述交易对方的主营业务及与公司业务的紧密程度如下：

交易对方	主营业务	与公司业务的紧密程度	关联采购的必要性和合理性
旭远环保	房产租赁及物业服务	旭远环保将自有房产出租给公司子公司温州贝远作为厂房及办公楼。	(1) 水电物业费 旭远环保作为业主，为租赁方温州贝远提供物业服务及水电费代缴服务，具有必要性及合理性。 (2) 固定资产及原材料 公司向温州旭远采购固定资产及原材料系为规范同业竞争发生。旭远环保系实际控制人冉宏宇控制的公司，2021 年，温州贝远收购其与空气净化器生产相关的固定资产及存货合计 344.86 万元，其中 2021 年结算金额为 333.98 万元、2022 年结算金额为 10.88 万元，本次收购后，旭远环保不再从事与公司产品相关的生产经营业务。
恒境环保	新风系统、五恒系统的设计、制造和安装服务	在自身业务范围内为公司提供相关服务	公司向恒境环保采购内容主要为： (1) 采购研发测试实验室建造服务 2023 年 1-10 月，公司向恒境环保采购 IEF 测试实验室建造服务，公司根据研发测试实验室改造需求，向恒境环保及其他市场第三方进行询价，经过比价和沟通，认为恒境环保的方案和报价为最优，因此，向恒境环保采购实验室建造服务具有合理性和必要性。 (2) 车载净化宝技术服务 2021 年公司向恒境环保采购车载净化宝加工组装服务，恒境环保在小家电加工、组装方面具备相关经验，且定价公允，因此公司向其采购相关服务。
旭远电子	电子产品塑胶件、配件的生产和销售，电子产品相关模具的开发	向公司销售少量空气净化器的塑胶件	2021 年，公司向旭远电子采购一批原材料，主要是收集级上下盖等，公司当时导入了新工艺的空气净化器收集级，旭远电子因其在塑胶件、模具、注塑方面的经验，为公司提供相关原材料。
苏州市中科大企业家商会	整合校友企业家资源，促进校友企业之间的交流合作。	有助于公司在中科大优秀校友群体中招贤纳士、品牌推广	2023 年 1-10 月，公司向苏州市中科大企业家上会支付会费，在优秀企业家群体中给公司产品提供展示的机会，以增加产品知名度，增加潜在客户。

综上，公司关联采购具有必要性和合理性。

2、关联销售

单位：万元

交易对方	交易内容	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
中科贝昂科技（青岛）有限公司	销售空气净化器等产品	31.01	42.21	15.35

交易对方	交易内容	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
SVAE		-	-	262.10
恒境环保		1.96	0.71	1.45
贝凡电子		-	0.50	15.00
渔愉鱼科技		-	3.35	-
冉宏宇		-	-	0.14
胡加明		-	0.18	-
旭远环保	材料及设备	-	8.88	15.58

上述交易对方的主营业务及与公司业务的紧密程度如下：

交易对方	主营业务	与公司业务的紧密程度	关联销售的必要性和合理性
中科贝昂科技（青岛）有限公司	新风系统、智能方舱设备（应用于农业）、工业空调、冷库空调等的销售和安装，以及在山东地区经销苏州贝昂的产品	是公司的经销商，负责销售公司产品	青岛中科在山东地区有其销售渠道，与其合作有助于提高公司产品销售
SVAE	负责苏州贝昂产品在美国地区的销售业务	是公司的经销商，负责在美国地区销售公司产品	公司在美国设立子公司美国贝昂前，通过与 SVAE 合作以开拓公司产品在美国地区的销售，具有必要性和合理性。
恒境环保	新风系统、五恒系统的设计、制造和安装服务	在自身业务范围内为公司提供相关服务	公司生产的空气净化器、加湿器、风扇等产品能有效提升生活舒适度，适用于个人、家庭、办公场所等多种场景，关联方购买后自用具有必要性和合理性。
贝凡电子	曾负责公司产品在温州地区的销售	曾经是公司的经销商，负责销售公司产品	贝凡电子在温州地区有其销售渠道，与其合作有助于提高公司产品销售。
渔愉鱼科技	水产养殖设备的生产和销售	无	公司生产的空气净化器、加湿器、风扇等产品能有效提升生活舒适度，适用于个人、家庭、办公场所等多种场景，关联方购买后自用或赠与他人具有必要性和合理性。
冉宏宇	-	公司实际控制人、董事长、总经理	公司子公司温州贝远收购旭远环保的生产设备及材料以前，旭远环保曾短期内从事产品生产，并向公司采购少量原材料及设备，金额合计为 24.47 万元，其中，2021 年结算金额为 15.58 万元，2022 年结算金额为 8.88 万元。报告期内公司将少量材料及固定资产销售给旭远环保具有合理原因。
胡加明	-	公司董事、国内事业部总经理	
旭远环保	房产租赁及物业服务	旭远环保将自有房产出租给公司子公司温州贝远作为厂房及办公楼。	

综上，公司关联销售具有必要性和合理性。

3、关联租赁

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
旭远环保	厂房	123.15	110.26	95.41

旭远环保的主营业务系房产租赁及物业服务，报告期内公司子公司温州贝远向其租赁房产用于办公及生产。旭远环保的厂房及办公楼位于浙江省乐清市经济开发区，建筑面积为 25,386.39 平方米，其中，公司子公司温州贝远租赁的房产系 1 号楼 1 楼、4 楼、5 楼及顶楼仓库，面积合计 8,648.16 平方米。

旭远环保的房产能满足公司生产和办公需求，且位于乐清市近年来重点发展的制造业核心区域，周边交通便捷，配套完备，关联租赁定价公允，公司向其租赁具有必要性和合理性。

（二）结合市场价格、同类产品第三方采购、销售价格等进一步量化说明关联销售、采购的定价公允性，关联销售与非关联销售毛利率差异及其合理性；

1、结合市场价格、同类产品第三方采购、销售价格等进一步量化说明关联销售、采购的定价公允性

（1）关联销售

报告期内，公司关联销售主要系向关联方销售公司空气净化器等产品，主要关联交易的比价情况如下：

单位：元/台

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
青岛中科			
空气净化器-X5	-	1,332.04	1,415.93
无关联第三方单价 (IGEAMED SRL)	-	1,310.15	1,410.06
差异	-	1.67%	0.42%
空气净化器-X7S	2,212.39	2,212.39	2,212.39
无关联第三方单价(石家庄 敦素商贸有限公司)	2,327.43	2,387.61	2,239.06
差异	-4.94%	-7.34%	-1.19%
智能加湿器	486.73	-	-
无关联第三方单价(南京穆 勒电器有限公司)	489.92	-	-

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
差异	-0.65%	-	-
Silicon Valley Air Expert			
空气净化器-X5	-	-	1,238.62
无关联第三方单价（Airdog Korea Co., Ltd.）	-	-	1,286.60
差异	-	-	-3.73%
空气净化器-X8	-	-	2,297.62
无关联第三方单价（Oriental IMEX Limited）	-	-	2,272.87
差异	-	-	1.09%
贝凡电子			
空气净化器-X3	-	1,238.94	1,426.46
无关联第三方单价（南京穆勒电器有限公司）	-	1,216.30	1,238.94
差异	-	1.86%	15.14%
风扇	-	-	353.98
无关联第三方单价（石家庄敦素商贸有限公司）	-	-	353.98
差异	-	-	-

由上表可见，公司关联销售价格与非关联销售价格总体较为接近，2021 年公司向贝凡电子销售的 X3 空气净化器价格高于非关联销售价格主要是由于其提货量较低，因此价格相对较高所致。

综上，公司关联销售定价公允。

（2）关联采购

①与旭远环保之间的关联采购

A.向旭远环保采购水电物业费

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
水电物业费	19.28	14.94	10.13
其中：水费	0.09	0.20	0.13
电费	14.54	10.63	5.66
物业费	4.65	4.11	4.34

报告期内，公司与旭远环保之间的经常性关联采购系向旭远环保支付水电物

业费，其中水费和电费系据实支付，物业费按照每平方米 0.79 元的收费标准支付，与旭远环保现有其他无关联承租方的支付标准一致。

B.向旭远环保采购固定资产及原材料

2021 年初，旭远环保采购了机器设备、办公用品等用于空气净化器等产品的生产，由于旭远环保系实际控制人冉宏宇控制的公司，为避免同业竞争和关联交易问题，2021 年温州贝远收购了温州旭远与空气净化器生产相关的固定资产及存货合计 344.86 万元，本次收购后，旭远环保不再从事与公司产品相关的生产经营业务。相关资产的收购价格参照旭远环保原始购入价格确定，具体如下：

交易内容	交易金额 (万元)	旭远环保 采购价格/ 账面价值	价格差异	旭远环保对外采购方
2022 年度				
净化宝模具一套	10.88	10.88	-	东莞市奥特模具有限公司
2021 年度				
Dell 服务器	0.73	0.73	-	上海源威电子有限公司
热缩机	1.11	1.11	-	瑞安市新元包装机械设备有限公司
监控设备	1.42	1.42	-	乐清市诚悦智能设备有限公司
叉车	4.46	4.46	-	浙江京业智能装备有限公司
测试台&整流器	7.88	7.88	-	苏州华宇自动化科技有限公司
办公设备	5.20	5.21	-0.20%	乐清市金网电脑有限公司、上海智凝网络科技有限公司等
仓储货架	5.22	5.22	-	无锡市和仕顿金属制品有限公司
达达流水线	28.72	28.72	--	温岭市达达流水线制造有限公司
原材料	174.54	174.54	-	苏州景泰莱精密模具有限公司等
装修	98.88	98.88	-	浙江恒图装饰有限公司等
其他	5.84	5.84	-	-
2021 年合计	333.98	333.99	0.00%	-

因此，公司向旭远环保采购固定资产及原材料定价公允。

②与恒境环保之间的关联采购

A.2023 年 1-10 月向恒境环保采购 IEF 测试实验室建造服务

单位：万元

项目名称	交易金额	无关联第三方报价情况	
		第三方公司名称	报价
IEF 测试实验室	14.55	苏州赛广威环境科技有限公司	19.38
		江苏名材环境科技有限公司	17.51

2023 年 1-10 月公司向恒境环保采购的 IEF 测试实验室建造服务价格略低于无关联第三方报价，具有合理性。

B.2021 年向恒境环保采购车载净化器技术服务

交易内容	交易金额（元）	单价（元/套）	无关联第三方价格（元/套）
车载净化器组装及加工服务	215,174.28	35.5	26.2

2021 年，公司向恒境环保采购的车载净化器组装及加工服务单价高于无关联第三方价格主要是由于恒境环保提供的服务包含了测试、包装等服务，具有合理性。

③与旭远电子之间的关联采购

材料名称	向旭远电子采购金额（元）	采购单价（元/件）	无关联第三方采购价格（元/件）
收集级上、下插板等	83,806.33	38.35	25.31

2021 年，公司向旭远电子采购的收集级上下插板价格与无关联第三方采购价格存在差异主要是由于向旭远电子采购的产品与向无关联第三方采购的产品系用于不同的空气净化器，材质和工艺方面存在差异所致，具有合理性。

④向苏州市中科大企业家商会支付会费

2023 年 1-10 月，公司向苏州市中科大企业家商会支付会费 3 万元，同期，苏州市河北商会会费在 3 万元-10 万元，苏州市中科大企业家商会会费具有合理性。

2、关联销售与非关联销售毛利率差异及其合理性

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
青岛中科			
空气净化器-X5	-	43.76%	44.84%
无关联第三方毛利率（IGEAMED SRL）	-	40.15%	38.58%

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
差异	-	3.61%	6.26%
空气净化器-X7S	34.91%	35.56%	38.47%
无关联第三方毛利率（石家庄敦素商贸有限公司）	35.74%	46.74%	38.33%
差异	-0.83%	-11.18%	0.14%
智能加湿器	27.62%	-	-
无关联第三方毛利率（南京穆勒电器有限公司）	26.99%	-	-
差异	0.64%	-	-
Silicon Valley Air Expert			
空气净化器-X5	-	-	36.75%
无关联第三方毛利率（Airdog Korea Co., Ltd.）	-	-	36.50%
差异	-	-	0.25%
空气净化器-X8	-	-	36.73%
无关联第三方毛利率（Oriental IMEX Limited）	-	-	38.91%
差异	-	-	-2.18%
贝凡电子			
空气净化器-X3	-	35.24%	44.45%
无关联第三方毛利率（南京穆勒电器有限公司）	-	34.95%	35.96%
差异	-	0.29%	8.49%
风扇	-	-	27.33%
无关联第三方毛利率（石家庄敦素商贸有限公司）	-	-	27.33%
差异	-	-	-

由上表可见，公司关联销售毛利率与非关联销售毛利率总体较为接近，2021年公司向贝凡电子销售的 X3 空气净化器毛利率高于非关联销售毛利率主要是由于其提货量较低，单价相对较高，使得毛利率相应较高所致。

（三）细化说明关联租赁及代收付水电费的必要性，结合市场价格、第三方租赁价格等进一步量化说明关联租赁的公允性。

1、细化说明关联租赁及代收付水电费的必要性

关联租赁及代收付水电费的必要性详见本问询回复本题回复之“六、关于关联交易 （一）结合各关联方主营业务、与公司业务的紧密程度等细化说明关联

采购、销售、租赁的必要性和合理性”。

2、结合市场价格、第三方租赁价格等进一步量化说明关联租赁的公允性。

报告期内，公司向旭远环保租赁房产用于生产及办公，旭远环保除向温州贝远出租房产外，同期还向其他无关联第三方出租房产，具体情况如下：

租赁方	租赁地址	面积（平方米）	租赁单价(含税)(元/平方米)	年租金（万元）
温州贝远	1 号楼 4 楼、5 楼	5,649.63	184.07	103.99
温州贝远	1 号楼顶楼仓库	2,251.00	102.15	22.99
温州贝远	1 号楼 1 楼	747.53	456.00	34.09
乐清奔来电气有限公司	1 号楼 2 楼	2,815.09	225.43	63.46
乐清百星包装材料有限公司	1 号楼 3 楼	2,827.17	207.38	58.63
予鑫电子有限公司	1 号楼 1 楼东区	690.08	457.37	31.56
浙江隆讯电力科技有限公司	1 号楼 1 楼西区	1,033.00	457.37	47.25

由上表可见，温州贝远所租赁的 1 楼单价与予鑫电子有限公司、浙江隆讯电力科技有限公司无显著差异，温州贝远所租赁的 4 楼、5 楼及顶楼仓库租金低于其他无关联第三方租赁单价，主要是由于楼层较高所致，具有合理性。

综上，公司关联采购、关联销售、关联租赁具有必要性和合理性；结合同类产品第三方采购、销售价格来看，公司关联销售、关联采购的定价公允，关联销售与非关联销售毛利率较为接近，略有差异亦具有合理原因；结合无关联第三方的租赁价格来看，公司向旭远环保关联租赁的定价公允。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

1、查阅了关联交易合同，结合国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开网站查阅了关联方的基本情况，访谈了公司总经理及财务总监，了解关联交易的必要性及合理性；

2、获取了关联交易相关的市场价格、同类产品第三方采购及销售价格、非关联交易的毛利率，与关联交易价格和毛利率进行对比，核查关联交易定价公允

性；

3、访谈了公司主要关联方，了解关联交易的背景、合理性以及定价的公允性。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

公司关联采购、关联销售、关联租赁具有必要性和合理性；结合同类产品第三方采购、销售价格来看，公司关联销售、关联采购的定价公允，关联销售与非关联销售毛利率较为接近，略有差异亦具有合理原因；结合无关联第三方的租赁价格来看，公司向旭远环保关联租赁的定价公允。

七、关于财务规范性。报告期内，公司存在个人卡、资金占用情形。请公司补充说明：①个人卡事项涉及的个人卡数量、具体规范时点、措施、承诺、期后情况；②详细说明报告期各期初资金占用的余额、各期占用金额、各期占用利息及利率，各期归还的具体情况对公司非经常性损益的具体影响，资金占用具体规范时点，期后是否再次发生。请主办券商及会计师核查事项并发表明确意见。

（一）个人卡事项涉及的个人卡数量、具体规范时点、措施、承诺、期后情况

1、个人卡事项涉及的个人卡数量

报告期内，公司使用的个人卡数量及基本情况如下：

序号	个人卡持有人	个人卡账号	使用期间	与公司的关系
1	陈*	江苏银行尾号 0045	2021 年 3 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
2	陈*	中信银行尾号 1207	2023 年 3 月	公司研发人员
3	陈*	江苏银行尾号 9443	2021 年 12 月	公司研发人员
4	崔**	招商银行尾号 0852	2022 年 3 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
5	高**	招商银行尾号 8597	2021 年 4 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
6	金*	江苏银行尾号 9735	2021 年 2 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
7	居**	中国银行尾号 4499	2021 年 3 月至 2022 年 12 月	公司行政人员
8	孔**	工商银行尾号 6805	2021 年 1 月至 2023 年 10 月	公司采购人员

序号	个人卡持有人	个人卡账号	使用期间	与公司的关系
9	李**	建设银行尾号 6050	2021 年 1 月至 2023 年 12 月	公司研发人员
10	刘**	江苏银行尾号 1387	2021 年 12 月至 2024 年 1 月	公司研发人员
11	刘**	光大银行尾号 5702	2021 年 1 月至 2021 年 6 月	公司研发总监
12	路**	招商银行尾号 5472	2021 年 11 月	公司研发人员
13	师**	工商银行尾号 6207	2021 年 10 月至 2023 年 11 月	公司后勤人员
14	孙**	江苏银行尾号 9577	2023 年 8 月	公司研发人员
15	万*	中国银行尾号 0419	2021 年 1 月至 2022 年 12 月	公司采购人员
16	王*	江苏银行尾号 4608	2022 年 3 月	公司研发人员
17	王*	农业银行尾号 9475	2021 年 2 月至 2021 年 7 月	公司监事
18	魏**	中信银行尾号 1231	2021 年 1 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
19	夏*	江苏银行尾号 3627	2022 年 8 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
20	向*	江苏银行尾号 9072	2022 年 6 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
21	薛**	招商银行尾号 4897	2021 年 2 月	公司研发人员
22	严*	中信银行尾号 8574	2023 年 10 月	公司研发人员
23	余**	江苏银行尾号 3035	2022 年 8 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
24	张**	招商银行尾号 2733	2021 年 1 月至 2024 年 4 月	公司研发人员
25	章**	江苏银行尾号 3896	22 年 12 月、23 年 4 月	公司研发人员
26	周*	中国银行尾号 1523	2022 年 9 月至 2024 年 3 月	公司行政人员
27	朱**	建设银行尾号 1371	2021 年 1 月至 2024 年 1 月	公司研发人员
28	黄**	建设银行尾号 3419	2023 年 5 月	公司仓管人员
29	贾*	中信银行尾号 2842	2023 年 5 月	公司行政人员
30	罗*	建设银行尾号 0313	2022 年 9 月至 2023 年 5 月	公司研发人员
31	吴**	建设银行尾号 0205	2021 年 6 月	公司原采购人员，已离职
32	徐**	中国银行尾号 7736	2022 年 1 月	公司运营总监
33	叶*	建设银行尾号 0615	2022 年 1 月、2022 年 3 月	公司采购人员
34	朱**	建设银行尾号 8011	2021 年 6 月至 2022 年 3 月	公司生产人员
35	杨**	浦发银行尾号 8698	2021 年 1 月至 2021 年 11 月	公司原采购人

序号	个人卡持有人	个人卡账号	使用期间	与公司的关系
			月	员，已离职
36	程**	浦发银行尾号 4294	2021 年 1 月至 2023 年 5 月	公司行政人员
37	兰**	浦发银行尾号 0559	2021 年 1 月至 2021 年 4 月	公司采购人员
38	石**	浦发银行尾号 2789	2022 年 7 月	公司研发人员
39	姚**	浦发银行尾号 2719	2021 年 1 月至 2021 年 4 月	公司采购人员
40	黄*	浦东银行尾号 7658	2021 年 6 月	公司厂长
41	万*	农业银行尾号 0872	2021 年 1 月	公司生产人员
42	吴**	工商银行尾号 6415	2021 年 2 月	公司行政人员
43	支**	农业银行尾号 3871	2021 年 2 月	公司采购人员
44	王*	浙商银行尾号 0672	2021 年 3 月至 2022 年 12 月	公司采购人员
45	陈**	浙商银行尾号 0310	2021 年 3 月	公司采购人员
46	周**	浙商银行尾号 0302	2021 年 4 月	公司行政人员
47	施**	农业银行尾号 0670	2021 年 12 月	公司行政人员
48	郭**	中国银行尾号 3526	2022 年 1 月至 2022 年 7 月	公司行政人员
49	陈**	江苏银行尾号 8041	2022 年 10 月	公司仓储人员
50	刘*	浙商银行尾号 5185	2022 年 12 月至 2023 年 10 月	公司品质人员
51	郑**	浙商银行尾号 0155	2022 年 12 月至 2023 年 5 月	公司行政人员
52	张**	浙商银行尾号 4401	2022 年 12 月至 2023 年 10 月	公司生产人员
53	付**	浙商银行尾号 2587	2023 年 3 月至 2023 年 10 月	公司生产人员

由上表可见，公司个人卡事项涉及 53 名员工，个人卡收付主要系为了方便研发、采购等人员及时采购物资及服务，相关人员先行支付后再向公司报销而产生。上述银行卡均为相关人员的个人银行卡，不存在由公司实际控制的情况。

2、具体规范时点、措施、承诺、期后情况

针对存在的个人卡收付情况，公司已对员工进行了培训，并完善了《现金管理制度》、《费用报销制度》等相关制度，要求员工严格按照有关制度进行采购、收款及报销，逐步停止使用个人卡进行收付款的情形。公司实际控制人和财务总监也均就个人卡收付事项的规范出具承诺。

截至 2022 年末，公司已完成对个人卡收款事项的整改。针对个人卡付款事

项，公司也在报告期及期后持续进行整改，并于 2024 年 4 月实现了对个人卡付款事项的规范。截至本问询回复出具日，公司个人卡收付款事项均已完成了规范整改。

(二) 详细说明报告期各期初资金占用的余额、各期占用金额、各期占用利息及利率，各期归还的具体情况对公司非经常性损益的具体影响，资金占用具体规范时点，期后是否再次发生

1、报告期各期初资金占用的余额、各期占用金额、各期占用利息及利率，各期归还的具体情况

报告期内，公司无向关联方拆入资金的情况。2021 年度，公司存在向关联方拆出资金的情况，截至 2021 年末，关联方资金拆出款项已全部归还至公司，2021 年度关联方的资金拆出相关情况如下：

单位：万元

拆出方	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	借款利率	借款利息	收回情况
冉宏宇	105.00	76.80	181.80	-	4.13%	5.31	2021 年已全部收回
旭远环保	856.00	25.00	881.00	-	4.09%	34.58	2021 年已全部收回
科蓝纳尔	334.77	-	334.77	-	4.14%	6.41	2021 年已全部收回
舟山贝仟环保科技合伙企业（有限合伙）	11.60	-	11.60	-	4.10%	0.47	2021 年已全部收回
合计	1,307.37	101.80	1,409.17	-	—	46.77	—

2、对公司非经常性损益的具体影响

报告期各期，公司向关联方拆出资金形成的资金占用费对公司非经常性损益的影响具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	37.32

3、资金占用具体规范时点，期后是否再次发生

截至 2021 年 12 月 31 日，公司的关联方资金占用均已规范清理完毕。报告期期后，公司也未再发生关联方资金占用事宜。

综上，公司个人卡收付款事项主要系为了方便研发、采购等人员及时采购物

资及服务，相关人员先行支付后再向公司报销而产生。公司个人事项涉及银行卡均为相关人员的个人银行卡，不存在由公司实际控制的银行卡。截至本问询回复出具日，公司个人卡收付款事项均已完成了规范整改。

2021 年，公司存在关联方占用公司资金的情形，公司已参照市场利率计提了资金占用费并计入非经常性损益。截至 2021 年末关联方占用公司资金的情形均已清理，且报告期后未再发生关联方占用公司资金情形。

【中介机构回复】

一、请主办券商及会计师核查事项并发表明确意见。

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商及会计师执行了如下核查程序：

1、取得公司银行账户流水、取得个人卡交易事项相关的银行对账单、记账凭证、原始凭证等资料，核查个人卡事项涉及的个人卡数量、交易内容等信息；

2、访谈公司管理层，确认个人卡事项的交易背景、个人卡归属情况、整改措施以及报告期及期后的整改情况，取得了公司相关的内控制度以及管理层出具的整改承诺；

3、取得公司董监高及关键人员流水，核查相关人员与公司的交易情况，识别是否存在由公司控制并进行收付款情形的个人银行账户，确认个人卡收支的完整性。

3、查阅报告期内公司与关联方发生拆出资金涉及的会计凭证、银行回单等；

4、复核关联方资金拆借利息，与实际收取利息进行比对，分析关联方资金拆借利息的公允性。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司个人卡收付款事项主要系为了方便研发、采购等人员及时采购物资及服务，相关人员先行支付后再向公司报销而产生。公司个人事项涉及银行卡均为相关人员的个人银行卡，不存在由公司实际控制的银行卡。截至本回复出具日，公司个人卡收付款事项均已完成了规范整改；

2、2021 年，公司存在关联方占用公司资金的情形，公司已参照市场利率计提了资金占用费并计入非经常性损益。截至 2021 年末关联方占用公司资金的情

形均已清理，且报告期后未再发生关联方占用公司资金情形。

八、其他。请公司：①对公开转让书说明书“报告期内的主要财务指标分析”段落涉及的盈利（收入、毛利率）、偿债、营运、现金流量分析进行补充细化，更加突出变动的业务原因分析和数据分析，量化分析业务变动对财务数据影响；②补充说明报告期各期各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异；销售费用率与收入是否匹配；研发人员数量及薪资水平等情况，研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；补充说明公司研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况，研发费用率是否与同行业可比公司存在较大差异，研发费用与加计扣除数是否存在重大差异及合理性；③补充披露应收账款逾期情况和应收账款期后回款情况；④补充说明报告期内增加的固定资产及在建工程的具体情况及其原因，新增在建工程采购的具体内容、金额、主要设备供应商的名称、是否存在通过第三方间接采购设备的情况、定价依据及公允性、公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排；⑤补充说明主要供应商昆山市张浦镇五意精密五金厂为个体工商户、注册资本较少且未缴足的原因，公司与其开展大额合作是否对公司持续经营产生不利影响；⑥补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况；补充说明报告期末存货分类及结构与同行业可比公司是否存在明显差异，各类存货变化的具体原因，是否有在手订单相匹配；结合公司存货库龄、期后存货结转及销售情况进一步说明是否存在滞销风险、存货跌价准备计提是否充分；⑦补充说明独立董事设置是否符合公司独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第2号——独立董事》等相关规定；报告期内董事会秘书、财务总监变动的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷；⑧补充披露董事周少华、高级管理人员王波、刘义刚的职业经历，保持时间连续；⑨补充说明继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格、转让双方是否存在关联关系等；结合前述专利的形成过程、转让程序，说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵、转让价格是否公允、是否存在纠纷及潜在纠纷；⑩说明公司股东大会是否按照《股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌事项作出决议，包括但不限于决议的有效期限、挂牌前滚存利润的分

配方案等。请主办券商、会计师核查上述事项①至⑥，并发表明确意见。请主办券商及律师核查上述事项⑦至⑩，并发表明确意见。

(一) 对公开转让书说明书“报告期内的主要财务指标分析”段落涉及的盈利(收入、毛利率)、偿债、营运、现金流量分析进行补充细化,更加突出变动的业务原因分析和数据分析,量化分析业务变动对财务数据影响

1、收入及毛利率分析

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析(一) 报告期内经营情况概述 2. 经营成果概述”中对营业收入和毛利率进行了补充披露,详见本问询回复“4.关于销售模式及主要经销商”“5.关于营业收入”“7.关于毛利率”中楷体加粗部分。

2、偿债、营运、现金流量分析

(1) 偿债能力分析

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“八、 偿债能力、流动性与持续经营能力分析 (三) 偿债能力与流动性分析 1、波动原因分析”中对公司偿债能力进行了补充披露,内容如下:

“报告期各期末,长期偿债能力方面,公司资产负债率分别为 52.30%、47.25%和 35.74%,整体呈现下降趋势。其中 2022 年末负债合计减少主要是由于应付票据和应付账款减少所致,2021 年经营活动产生的现金流量净额较高,达到了 12,977.19 万元,故公司 2022 年对供应商付款速度有所提升;2023 年 10 月末负债合计减少主要是由于短期借款减少和当期末在手订单减少导致合同负债金额变小所致。

短期偿债能力方面,公司流动比率分别为 1.84、1.92 和 2.22,速动比率分别为 1.44、1.40 和 1.66,公司流动比率、速动比率均处于较高水平,且报告期内呈现上升趋势。主要由于公司持续盈利,持续产生正向的经营活动现金流量净额,故资金储备情况较好,并对负债情况进行了有效控制,整体来看公司短期偿债能力较强。

报告期内,公司利息保障倍数分别为 28.46、133.76 和 176.80,呈现逐步上升的趋势,2022 年起利息保障倍数大幅增加主要系 2021 年公司对主要借款进行了偿还,2022 年开始的利息费用主要系票据贴现产生和租赁负债产生,故利

息费用大幅减少。公司较强的盈利能力对利息保障充分，长期偿债能力较强。

综上所述，报告期内，公司经营状况良好，盈利能力较强，各偿债能力指标均维持在较好水平并保持提升态势。公司稳健的经营态势、持续增长的经营成果及所处行业良好的发展前景均保证了公司较强的偿债能力。”

（2）营运能力分析

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析（三）资产周转能力分析 2、波动原因分析”中对公司营运能力进行了补充披露，内容如下：

“2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-10 月，公司应收账款周转率分别为 57.31、49.99 和 24.08，报告期内，公司主要客户采用预付款及款到发货的付款方式，使得应收账款余额较低，公司整体应收账款周转较快；应收账款周转率有所下降主要是由于公司营业收入有所减少，以及应收账款有所增加的双重影响。具体来说，（1）2021 年度市场对空气净化器的需求仍然受国际突发公共卫生的事件影响，境内外需求持续增长，而 2022 年以来，空气净化器抢购热潮逐步褪去，市场需求恢复常态。受此影响 2022 年度及 2023 年 1-10 月公司空气净化器产品销量较 2021 年高峰时出现下降，使得公司营业收入有所减少；（2）由于公司的主要外销经销商客户系通过阿里国际站下单，并将款项付至阿里国际站，公司对阿里国际站的资金根据订单进行手动关联后，阿里国际站的资金进入公司在阿里国际站开立的第三方平台资金账户，2022 年末和 2023 年 10 月末，公司对阿里国际站的第三方平台账户资金未及时关联，使得应收账款余额有所增加。上述原因综合使得 2022 年及 2023 年 1-10 月应收账款周转率有所下降。

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-10 月，公司存货周转率分别为 4.89、3.46 和 2.36。存货周转率下降主要是由于 2022 年和 2023 年 1-10 月公司营业收入有所减少，营业成本相应下降，而存货相对稳定，故存货周转速度有所下滑。

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-10 月，公司总资产周转率分别为 1.80、1.33 和 1.02，总资产周转率有所下降主要是由于 2022 年和 2023 年 1-10 月公司营业收入有所减少，而资产总额相对稳定，故总资产周转速度有所下降。

总体来看，公司应收账款周转率、存货周转率、总资产周转率与公司经营模式、公司业务发展情况相匹配。”

（3）现金流量分析

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“九、 偿债能力、流动性与持续经营能力分析 （四）现金流量分析 2、 现金流量分析”中对公司现金流进行了补充披露，内容如下：

“（1）经营活动产生的现金流量

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 12,977.19 万元、1,878.95 万元和 2,712.48 万元。公司经营活动产生的现金流量净额持续为正，2021 年度经营活动产生的现金流量净额较高主要系公司收入较高，且应付账款增加较多。2022 年起，经营活动产生的现金流量净额有所下滑主要系公司收入有所下滑，同时基于前期经营积累，公司整体现金储备较好，加快了对应付款项的支付速度，故应付款项下降较多；并且固定费用支出变化较小，故经营活动产生的现金流量净额有所下降。

（2）投资活动产生的现金流量

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-676.76 万元、-2,509.29 万元和-8,146.44 万元。报告期各期均为负且增幅较大，主要系公司子公司在建工程厂房建设、购买理财产品的净支出和大额外汇期权产品交割所致。

（3）筹资活动产生的现金流量

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,661.56 万元、-6,437.33 万元和-766.45 万元。2021 年度公司筹资活动现金净流出较多，主要是由于公司偿还了银行借款所致；2022 年度公司筹资活动现金净流出较多，主要是由于公司进行了现金分红所致；2023 年 1-10 月，公司筹资活动现金净流出相对较少。”

（二）补充说明报告期各期各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异；销售费用率与收入是否匹配；研发人员数量及薪资水平等情况，研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；补充说明公司研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况，研发费用率是否与同行业可比公司存在较大差异，研发费用与加计扣除数是否存在重大差异及合理性

1、补充说明报告期各期各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异；销售费用率与收入是否匹配；

(1) 销售费用

报告期内，公司与同行业可比公司的销售费用率比较情况如下：

可比公司名称	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	34.17%	30.16%	24.73%
莱克电气	5.88%	4.96%	5.62%
奥佳华	21.03%	18.35%	14.78%
鸿智科技	2.93%	1.96%	1.56%
富泰科技	3.42%	4.43%	6.44%
石头科技	21.00%	19.89%	16.08%
行业均值	14.74%	13.29%	11.54%
本公司	18.36%	16.08%	14.27%

数据来源：上市公司公开披露，可比公司 2023 年 1-10 月数据为 2023 年年度数据。

报告期内，公司销售费用率分别为 14.27%、16.08% 和 18.36%，公司销售费用率略高于同行业平均水平，主要原因为同行业可比公司如莱克电气、鸿智科技收入以 ODM 模式为主，富泰科技产品主要面向企业客户，因此上述公司针对消费者的品牌推广及售后费用较少。公司销售费用率与自有品牌业务收入占比较高的石头科技、奥佳华水平相当。公司销售费用率低于自有品牌业务收入占比较高的科沃斯，主要系科沃斯主要以直销模式进行销售，营销投入相较公司更大。

综上，公司销售费用率处于合理区间，与同行业可比上市公司的差异具有商业合理性。

(2) 管理费用

报告期内，公司与同行业可比公司的管理费用率比较情况如下：

可比公司名称	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	3.76%	4.21%	4.01%
莱克电气	2.89%	2.95%	2.51%
奥佳华	7.45%	6.55%	5.87%
鸿智科技	3.63%	3.46%	2.94%
富泰科技	3.90%	6.79%	8.57%

可比公司名称	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
石头科技	2.44%	2.13%	2.04%
行业均值	4.01%	4.35%	4.32%
本公司	7.20%	6.05%	4.07%

数据来源：上市公司公开披露，可比公司 2023 年 1-10 月数据为 2023 年年度数据。

报告期内，公司管理费用率分别为 4.07%、6.05% 和 7.20%，公司管理费用率高于同行业平均水平，主要原因为同行业可比公司如科沃斯、莱克电气、石头科技收入规模较大，使得管理费用占营业收入的比重较低。公司管理费用率高于鸿智科技，主要系鸿智科技子公司较少，相关管理成本较少。公司 2021 年管理费用率低于富泰科技，主要系公司受空气净化器需求激增影响，当年收入增长较快使得公司管理费用占营业收入比例较低。公司 2023 年 1-10 月管理费用率高于富泰科技，主要系富泰科技 2023 年收入规模增长迅速所致。公司与奥佳华管理费用率不存在明显差异。

综上，公司管理费用率处于合理区间，与同行业可比上市公司的差异具有商业合理性。

（3）财务费用

报告期内，公司与同行业可比公司的财务费用率比较情况如下：

可比公司名称	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	-0.17%	-0.72%	0.57%
莱克电气	-3.00%	-3.81%	-0.98%
奥佳华	-0.07%	-1.65%	1.84%
鸿智科技	-0.53%	-1.01%	1.02%
富泰科技	0.34%	0.09%	0.05%
石头科技	-1.60%	-1.60%	-0.89%
行业均值	-0.84%	-1.45%	0.27%
本公司	-2.35%	-2.33%	0.89%

数据来源：上市公司公开披露，可比公司 2023 年 1-10 月数据为 2023 年年度数据。

报告期内，公司财务费用主要为汇兑收益，公司以外销为主，美元汇率变动对公司汇兑损益影响较大，且收入规模较同行业可比公司小，因此，公司财务费用率与同行业可比公司存在一定差异具有合理性。

（4）研发费用

报告期内，公司与同行业可比公司的研发费用率比较情况如下：

可比公司名称	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	5.32%	4.86%	4.20%
莱克电气	5.32%	5.44%	5.48%
奥佳华	4.34%	4.09%	3.65%
鸿智科技	3.47%	3.22%	3.44%
富泰科技	3.59%	4.68%	5.87%
石头科技	7.15%	7.37%	7.55%
行业均值	4.87%	4.94%	5.03%
本公司	4.07%	4.00%	3.94%

数据来源：上市公司公开披露，可比公司 2023 年 1-10 月数据为 2023 年年度数据。

根据上表，公司研发费用率与同行业可比公司不存在较大差异。

（5）销售费用率与收入是否匹配

报告期内，公司销售费用与营业收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
营业收入	30,841.86	41,747.84	45,423.35
销售费用	5,663.50	6,712.86	6,483.45
销售费用占营业收入的比重	18.36%	16.08%	14.27%

报告期内，公司销售费用率逐年上升，主要原因系：1）公司 2022 及 2023 年 1-10 月加大美国地区及净水机业务推广力度，导致市场营销推广投入较大，但相关区域及业务尚处于培育期，收入规模较小；2）公司于 2022 年及 2023 年 1-10 月持续增加销售职能人数带动了职工薪酬 2022 年度、2023 年 1-10 月较上年度分别增加 291.47 万元和 52.19 万元；3）报告期内，公司营业收入有所下降，也使得销售费用占营业收入的比重有所上升。

综上，公司销售费用与收入相匹配。

2、研发人员数量及薪资水平等情况，研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性；

（1）研发人员数量及薪资水平情况

报告期内，公司研发人员数量及平均薪酬情况如下：

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
月均研发人员数量（人）①	34.10	32.25	23.50
研发费用-职工薪酬（万元）②	742.24	812.86	545.93
研发人员平均薪酬（万元/人/月） ③=②/①/12	2.18	2.10	1.94

（2）研发人员薪酬是否与同行业可比公司存在重大差异及合理性

报告期内，公司研发人员平均薪酬与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元/人/月

公司名称	2023 年度 1-10 月	2022 年度	2021 年度
科沃斯	2.78	2.44	2.29
莱克电气	1.61	1.79	1.13
奥佳华	1.25	1.51	1.25
鸿智科技	0.75	0.85	0.81
富泰科技	NA	NA	NA
石头科技	4.46	4.97	3.80
平均值	2.17	2.31	1.86
公司	2.18	2.10	1.94

注：1、由于同行业可比公司均未披露 2023 年 1-10 月数据，此处均列示上述公司 2023 年度的数据；

2、富泰科技未披露各年度研发人员数量，因此无法计算其研发人员平均薪酬。

由上表可见，报告期内公司研发人员薪酬与同行业可比公司平均水平不存在重大差异，具有合理性。

3、补充说明公司研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况，研发费用率是否与同行业可比公司存在较大差异

（1）补充说明公司研发费用投入是否与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，形成的研发成果及对营业收入的贡献情况

报告期内，公司研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备的匹配情况如下：

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
研发费用（万元）	1,255.20	1,670.40	1,789.55
当期在研项目数量（个）	13	13	8

项目		2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
技术创新	当期新增发明专利（项）	15	7	4
	当期新增专利总数（项）	37	39	17
产品储备	当期主要新研发产品	X1D、X8D 等型号空气净化器、除螨仪等其他产品	X3D、X5D 等型号空气净化器、加湿器、净饮机等	Pro、A8、X5、X7、mini 等型号空气净化器

报告期内，公司研发投入整体保持在较高水平，随着研发费用的不断投入，公司也持续开展新的研发项目，专利数量不断增加，各期也均有新产品落地。因此，报告期公司的研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备的情况整体匹配。

报告期内，公司的主营业务收入均来自于公司的研发成果，各期主营业务收入占比分别达到 99.36%、99.61%和 99.78%，研发成果对公司营业收入的贡献较高。

（2）研发费用率是否与同行业可比公司存在较大差异

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司的对比情况详见本问询回复本题回复之“八、（二）1、补充说明报告期各期各项期间费用率与可比公司是否存在明显差异；销售费用率与收入是否匹配”。公司研发费用率与同行业可比公司不存在较大差异。

4、研发费用与加计扣除数是否存在重大差异及合理性

报告期内，公司研发费用与加计扣除的研发费用比较情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
研发费用①	1,255.20	1,670.40	1,789.55
加计扣除的研发费用②	1,168.70	1,517.21	1,259.49
差异金额③=①-②	86.50	153.19	530.06
差异率④=③/①	6.89%	9.17%	29.62%
其中：股份支付	17.39	20.87	392.38
未予备案的委托研发费用	23.67	63.02	74.65
房屋租赁费	21.98	27.48	26.80
物业费	14.81	19.18	19.37

项目	2023 年 1-10 月	2022 年度	2021 年度
其他费用	8.65	22.64	16.86

由上表可知，报告期内公司研发费用与加计扣除的研发费用的差异金额分别为 530.06 万元、153.19 万元和 86.50 万元，差异率分别为 29.62%、9.17%和 6.89%。差异原因主要是根据税法相关规定不允许加计扣除的股份支付、未予备案的委托研发费用、房屋租赁费及物业费等。与 2022 年度及 2023 年 1-10 月相比，2021 年度的差异金额较大，主要是由于当年确认的股份支付金额较大所致。剔除不得加计扣除事项的费用，报告期内公司研发费用与加计扣除的研发费用相匹配，不存在重大差异。

综上所述，报告期各期，公司销售费用、管理费用、财务费用与可比公司存在一定差异，具有合理原因，研发费用率与可比公司不存在较大差异；销售费用率与收入相匹配；研发人员薪酬与同行业可比公司不存在重大差异；公司研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，公司主营业务收入均来自研发成果，研发成果对营业收入的贡献较高，研发费用与加计扣除数之间的差异具有合理原因。

（三）补充披露应收账款逾期情况和应收账款期后回款情况

已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析 （一）流动资产结构及变化分析 5、应收账款”中对公司应收账款逾期情况和应收账款期后回款情况进行了补充披露，内容如下：

“报告期各期应收账款逾期情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 10 月 31 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	1,334.47	93.34%	1,023.63	90.40%	507.07	94.26%
信用期外应收账款	95.19	6.66%	108.67	9.60%	30.90	5.74%
应收账款余额合计	1,429.67	100.00%	1,132.30	100.00%	537.97	100.00%

报告期各期末应收账款中，信用期内应收账款占比分别为 94.26%，90.40%和 93.34%，逾期应收账款占比较低。由于公司主要客户为预付款形式，整体逾期应收账款金额及占比较小。

报告期各期应收账款期后回款情况如下：

项目	2023 年 10 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
应收账款期末余额	1,429.67	1,132.30	537.97
期后收回金额	1,291.25	1,087.32	511.16
应收账款期后收回比例	90.32%	96.03%	95.02%

注：应收账款期后回款金额统计至截至 2024 年 4 月 30 日。

截至 2024 年 4 月 30 日，公司报告期各期应收账款的期后回款比例分别为 95.02%、96.03%和 90.32%。公司应收款项整体回款较好，应收款项在一年内回款的比例较高，未回款部分金额较小。综上，公司应收账款期后收回情况良好，不存在重大回款风险。”

（四）补充说明报告期内增加的固定资产及在建工程的具体情况及其原因，新增在建工程采购的具体内容、金额、主要设备供应商的名称、是否存在通过第三方向间接采购设备的情况、定价依据及公允性、公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排

1、主要固定资产新增情况

报告期各期，公司主要固定资产新增情况如下：

（1）2023 年 1-10 月主要新增固定资产如下：

单位：万元

固定资产新增内容	采购金额	供应商名称	采购用途	是否存在通过第三方向间接采购设备的情况	定价依据及公允性	是否存在关联关系
X3D 塑胶模具	65.31	宏颖盛精密工业（昆山）有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
H5 加湿器塑胶模具	61.06	苏州恒利莱模具有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
X3D 塑胶模具	48.05	苏州市吴中区角直汤诚精密模具厂	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
H5 加湿器塑胶模具	37.61	宏颖盛精密工业（昆山）有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
X3D 塑胶模具	36.90	苏州英新泰精密模具有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否

X3D 塑胶模具	31.86	苏州信和兴模具科技有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
台湾 mini 塑胶模具	29.65	苏州市吴中区角直汤诚精密模具厂	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
合计	310.44					

(2) 2022 年度主要新增固定资产如下:

单位: 万元

固定资产新增内容	采购金额	供应商名称	采购用途	是否存在通过第三方间接采购设备的情况	定价依据及公允性	是否存在关联关系
智能风扇塑胶件模具	78.64	苏州恒利莱模具有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
净水器-塑胶模具	30.09	苏州苏莱达科技有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
X5 前面板	29.47	宏颖盛精密工业(昆山)有限公司(系委托加工)	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
X5D 塑胶件模具	28.27	宏颖盛精密工业(昆山)有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
合计	166.48					

(3) 2021 年度主要新增固定资产如下:

单位: 万元

固定资产新增内容	采购金额	供应商名称	采购用途	是否存在通过第三方间接采购设备的情况	定价依据及公允性	是否存在关联关系
塑料注射成型机	176.28	海天塑机集团有限公司	生产用设备	否	按照市场价格协商定价	否
Pro 塑胶件模具	164.12	东莞市奥特模具有限公司	生产用模具	否	按照市场价格协商定价	否
横走式五轴伺服机械手	63.27	广东拓斯达科技股份有限公司	生产用设备	否	按照市场价格协商定价	否
水电气供应系统	40.37	东莞拓斯达智能环境技术有限公司	生产用设备	否	按照市场价格协商定价	否
蔚来汽车	33.05	蔚来汽车销售服务有限公司	经营用车辆	否	按照市场价格协商定价	否

GL8 商务车	27.02	苏州华正汽车销售服务有限公司	经营用车辆	是	按照市场价格协商定价	否
合计	504.11					

由上表可知，公司主要的固定资产采购均为主营业务相关，其中包括生产相关的模具、生产设备和运输设备。除向第三方汽车销售公司采购汽车外，公司主要的固定资产采购均向生产商及其销售子公司采购，定价依据按照市场价格协商定价，价格公允。

2、报告期内主要新增在建工程采购的具体内容、金额如下：

公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	经营范围	采购 内容	在建工程 2022 年度投入金额 (万元)	在建工程 2023 年 1-10 月投入金额 (万元)	是否 存在关联 关系
安徽两淮建设有限责任公司	2002/4/4	60,000.00	许可项目：建设工程施工；建筑劳务分包；住宅室内装饰装修；特种设备安装改造修理；供暖服务；建筑智能化系统设计；电气安装服务；施工专业作业（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：土石方工程施工；市政设施管理；园林绿化工程施工；建筑材料销售；机械设备销售；机械设备租赁；制冷、空调设备制造；制冷、空调设备销售；消防技术服务；消防器材销售；对外承包工程（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	土建工程	-	3,522.83	否
安徽省城建设计研究总院股份有限公司	1992/11/26	7380.96	建筑工程、岩土工程、市政工程、电力工程、风景园林、环境工程、水利工程设计；工程勘察甲级，工程测量；水资源评价；岩土、水样试验；城乡规划编制；招标代理；工程总承包；机械、钻探配件加工；房屋租赁、建筑业务咨询；电子产品销售；物业管理。（以上依法段经批准的项目经相关部门批准后方可开展经营活动）	测绘设计服务	18.00	113.73	否
中亿丰（苏州）绿色建筑发展有限公司	2017/6/8	20,000.00	绿色建筑、节能技术、环保技术领域内的技术研发、技术咨询、技术推广、技术服务；房屋建筑工程、装修装饰工程、建筑幕墙工程、钢结构工程的设计、施工；预制装配式一体化内外墙体、工业化整体卫浴系统、工业化整体厨房的施工、安装服务；雨水回收处理；新材料、新能源产品的技术研发、技术推广工程勘察、	幕墙工程	-	99.82	否

公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	经营范围	采购 内容	在建工程 2022 年度投入金额 (万元)	在建工程 2023 年 1-10 月投入金额 (万元)	是否 存在 关联 关系
			基坑支护设计、基坑监测、物探测试检测、沉降观测、工程测量、水文地质勘测、工程技术咨询；销售：建材、装饰装潢材料、五金交电、机电设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：文物保护工程施工；建筑用钢筋产品生产（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：园林绿化工程施工；金属结构制造；金属结构销售；门窗制造加工；金属门窗工程施工；门窗销售；文物文化遗址保护服务；非物质文化遗产保护；钢压延加工；紧固件制造；紧固件销售；建筑用钢筋产品销售；食品销售（仅销售预包装食品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
合肥工大建设监理有限责任公司	1995/5/25	600.00	许可项目：建设工程监理；公路工程监理；水利工程建设监理；工程造价咨询业务；单建式人防工程监理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：工程管理服务；招投标代理服务；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	监理 服务	-	33.96	否
浙江谊科建筑设备有限公司	2022/11/18	1,000.00	一般项目:建筑工程机械与设备租赁;机械设备租赁;高性能有色金属及合金材料销售;机械设	铝膜 租赁	-	26.65	否

公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	经营范围	采购 内容	在建工程 2022 年度投入金额 (万元)	在建工程 2023 年 1-10 月投入金额 (万元)	是否 存在 关联 关系
			备销售（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）。				
江阴市城区和恒工程管理咨询服务部	2019/4/15	个体工商户	工程管理咨询服务（不含投资咨询、教育咨询）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	咨询服务	-	12.38	否
其他	/	/	/	/	0.62	25.49	/
合计					18.62	3,834.85	

报告期内，公司在建工程大幅增长主要系公司于 2022 年开始子公司安徽贝昂智能的无耗材空气净化消毒装备研发制造基地项目的新厂房建设，公司在建工程的采购主要为土建工程，其余为幕墙工程、测绘、设计、监理、环评、咨询等服务，公司不存在通过第三方间接采购的情况。报告期内，公司新厂房项目主体的土建工程通过招投标确定供应商，最终确定由安徽两淮建设有限责任公司承建主体土建工程，在建工程采购均按照市场价格进行，定价公允。

安徽贝昂智能新厂房项目投标情况如下：

项目	施工单位	建设面积 (平方米)	单位投标价格 (元/平方米)
合肥贝昂科技无耗材空气净化消毒装备研发制造项目	合肥西翔建筑安装有限责任公司	61,282.31	1,860.43
	冶金工业部华东勘察基础工程总公司	61,282.31	1,879.34
	安徽三三建设工程有限公司	61,282.31	1,901.15
	安徽两淮建设有限责任公司	61,282.31	1,879.50

3、公司及其实际控制人与前述供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排

经核查主要固定资产供应商、在建工程供应商的股东情况、主要人员信息，与公司实际控制人、董监高及其近亲属进行比对，核查了公司及其实际控制人、董监高（独董除外）的资金流水，将交易对方与主要固定资产供应商、在建工程供应商的股东情况、主要人员进行比对，上述主要供应商与公司及实际控制人之间不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

综上所述，报告期内，公司主要新增固定资产和在建工程具有业务合理性；通过第三方间接采购设备的情况较少，且具有商业实质和符合行业惯例；公司与上述供应商的固定资产及在建工程采购价格公允；公司及其实际控制人与上述供应商不存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排。

（五）补充说明主要供应商昆山市张浦镇五意精密五金厂为个体工商户、注册资本较少且未缴足的原因，公司与其开展大额合作是否对公司持续经营产生不利影响

公司与昆山市张浦镇五意精密五金厂（以下简称“五意精密”）的合作始于 2014 年，当时公司有五金件采购需求，联系到五意精密后双方协商一致，便开

始了正式合作，并一直合作至今。

合作初期双方的规模业务规模均较小，随着业务量的增加，五意精密管理层于 2018 年成立了新的经营主体“苏州新五意电子科技有限公司”，目前其经营活动由五意精密和新主体共同展开，根据客户合作主体的不同，由对应主体生产并提供产品。

苏州新五意电子科技有限公司的具体情况如下：

供应商名称	苏州新五意电子科技有限公司
注册资本	500 万元
实缴资本	100 万元
股权结构/实际控制人	邢武（100%）
成立时间	2018 年 1 月 23 日
主营业务	五金制品、模具的生产、加工、销售
与五意精密的关系	均由邢武实际控制

由于成立了新公司，五意精密股东也没有继续缴足注册资本，和公司的合作则因为长期使用五意精密作为合作主体，双方出于习惯在协商一致后也继续延用。报告期内，公司主要从五意精密采购各类五金配件，相关产品市场供应充足，替代供应商较多。为降低合作风险，公司报告期也增加了其他五金配件供应商，因此对五意精密的采购额也明显降低。

综上，主要供应商昆山市张浦镇五意精密五金厂为个体工商户、注册资本较少的原因主要系双方合作较早，彼时业务规模较小所致，具有合理性。由于成立了新的经营主体，五意精密未继续缴足资本。报告期内公司对其采购金额明显降低，双方的合作不会对公司持续经营产生不利影响。

（六）补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况；补充说明报告期内存货分类及结构与同行业可比公司是否存在明显差异，各类存货变化的具体原因，是否有在手订单相匹配；结合公司存货库龄、期后存货结转及销售情况进一步说明是否存在滞销风险、存货跌价准备计提是否充分；

1、补充披露各类存货库龄情况及期后结转情况

公司已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析（一）流动资产结构及变化分析 9、存货 （2）存货项目分析”中对公司存货库龄情况

及期后结转情况进行了补充披露，内容如下：

“报告期各期，存货库龄及期后结转比例如下：

单位：万元

2023 年 10 月 31 日							
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	账面余额	期后结转金额	期后结转率
原材料	2,231.82	614.46	151.35	13.48	3,011.12	1,903.63	63.22%
在产品	109.83	-	-	-	109.83	109.83	100.00%
半成品	317.94	-	-	-	317.94	317.94	100.00%
产成品及库存商品	1,626.12	279.03	34.73	13.62	1,953.50	1,053.25	53.92%
发出商品	436.79	-	-	-	436.79	436.79	100.00%
委托加工物资	122.69	-	-	-	122.69	106.30	86.64%
合计	4,845.19	893.49	186.08	27.11	5,951.87	3,927.74	65.99%
2022 年 12 月 31 日							
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	账面余额	期后结转金额	期后结转率
原材料	3,580.81	367.85	60.55	17.50	4,026.70	3,457.73	85.87%
在产品	83.20	-	-	-	83.20	83.20	100.00%
半成品	620.61	-	-	-	620.61	620.61	100.00%
产成品及库存商品	2,101.72	38.52	14.54	5.97	2,160.76	2,080.27	96.28%
发出商品	266.02	5.70	1.77	-	273.49	273.49	100.00%
委托加工物资	133.05	-	-	-	133.05	133.05	100.00%
合计	6,785.40	412.07	76.85	23.47	7,297.79	6,648.34	91.10%
2021 年 12 月 31 日							
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	账面余额	期后结转金额	期后结转率
原材料	4,079.11	94.94	1.63	16.31	4,191.98	4,063.08	96.93%
在产品	58.91	-	-	-	58.91	58.91	100.00%
半成品	414.74	-	-	-	414.74	414.74	100.00%
产成品及库存商品	1,522.75	23.57	8.21	5.55	1,560.08	1,553.12	99.55%
发出商品	226.55	3.86	-	-	230.42	230.42	100.00%
委托加工物资	71.23	-	-	-	71.23	71.23	100.00%
合计	6,373.29	122.37	9.85	21.86	6,527.36	6,391.50	97.92%

注：期后结转统计截至 2024 年 4 月 30 日。

由上表可知，报告期内，存货整体库龄较短，库龄为 1 年以内存货的占比

较高，2023 年 10 月末库龄 1 年以上的占比有所提升主要系 2023 年 1-10 月收入波动所致。整体来看报告期各期期后存货结转比例较高，存货不存在显著滞销风险。”

2、报告期内存货分类及结构与同行业可比公司对比情况

报告期内存货分类及结构与同行业可比公司对比如下：

项目	2023 年 10 月 31 日						
	苏州贝昂	科沃斯	莱克电气	奥佳华	鸿智科技	富泰科技	石头科技
原材料	50.59%	11.14%	40.46%	13.36%	35.49%	16.38%	7.49%
半成品	5.34%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	10.56%	0.00%
库存商品	32.82%	82.38%	46.68%	65.18%	58.77%	11.36%	92.21%
发出商品	7.34%	4.85%	7.49%	5.21%	3.94%	48.61%	0.00%
委托加工物资	2.06%	0.00%	2.76%	1.88%	0.71%	2.38%	0.30%
在产品	1.85%	1.27%	1.59%	12.69%	0.80%	7.32%	0.00%
低值易耗品	0.00%	0.00%	1.02%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
周转材料	0.00%	0.36%	0.00%	0.00%	0.30%	0.84%	0.00%
在途物资	0.00%	0.00%	0.00%	1.67%	0.00%	0.00%	0.00%
合同履约成本	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.55%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：由于同行业可比公司并未均披露 2023 年 10 月 31 日数据，故采用 2023 年 12 月 31 日数据进行对比分析。

项目	2022 年 12 月 31 日						
	苏州贝昂	科沃斯	莱克电气	奥佳华	鸿智科技	富泰科技	石头科技
原材料	55.18%	15.68%	30.25%	15.44%	30.65%	23.27%	10.55%
半成品	8.50%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	11.99%	0.00%
库存商品	29.61%	77.79%	54.28%	63.10%	53.10%	5.46%	88.86%
发出商品	3.75%	4.83%	8.80%	4.71%	12.43%	45.20%	0.00%
委托加工物资	1.82%	0.00%	3.50%	1.22%	0.59%	1.91%	0.59%
在产品	1.14%	0.89%	2.31%	14.37%	2.98%	8.62%	0.00%
低值易耗品	0.00%	0.00%	0.86%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
周转材料	0.00%	0.80%	0.00%	0.00%	0.26%	0.67%	0.00%
在途物资	0.00%	0.00%	0.00%	1.17%	0.00%	0.00%	0.00%
合同履约成本	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	2.88%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

项目	2021 年 12 月 31 日						
	苏州贝昂	科沃斯	莱克电气	奥佳华	鸿智科技	富泰科技	石头科技
原材料	64.22%	19.93%	25.85%	13.75%	25.62%	29.90%	23.87%
半成品	6.35%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	3.27%	0.00%
库存商品	23.90%	71.94%	55.72%	57.51%	63.35%	23.82%	75.10%
发出商品	3.53%	6.41%	9.44%	4.54%	7.06%	33.40%	0.00%
委托加工物资	1.09%	0.00%	6.77%	2.23%	1.82%	0.10%	1.02%
在产品	0.90%	1.19%	1.65%	17.01%	2.05%	8.69%	0.00%
低值易耗品	0.00%	0.00%	0.57%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
周转材料	0.00%	0.52%	0.00%	0.00%	0.10%	0.81%	0.00%
在途物资	0.00%	0.00%	0.00%	4.96%	0.00%	0.00%	0.00%
合同履约成本	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内存货分类及结构与同行业可比公司对比来看，主要的存货均由原材料、半成品、在产品、库存商品和发出商品构成。同行业公司中富泰科技发出商品占比较高主要系主要客户为设备制造商、工程类企业，其主要产品需要一定的安装验收周期，故发出商品占比较高。除富泰科技外，其余同行业可比公司与公司的存货结构差异主要系公司原材料及半成品等生产过程中的存货占比较高，而同行业可比公司相应的库存商品占比较高。主要系公司主要客户较为集中，存货的订单覆盖比例较高，存货周转较快，故库存商品的比例较同行业可比公司较低。

综上所述，公司存货分类及结构与同行业可比公司的差异具有合理性。

3、各类存货变化的具体原因及与在手订单的匹配情况

报告期各期末，存货原值金额及结构如下：

单位：万元

项目	2023 年 10 月 31 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	3,011.12	50.59%	4,026.70	55.18%	4,191.98	64.22%
半成品	317.94	5.34%	620.61	8.50%	414.74	6.35%
库存商品	1,953.50	32.82%	2,160.76	29.61%	1,560.08	23.90%
发出商品	436.79	7.34%	273.49	3.75%	230.42	3.53%

项目	2023 年 10 月 31 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委托加工物资	122.69	2.06%	133.05	1.82%	71.23	1.09%
在产品	109.83	1.85%	83.20	1.14%	58.91	0.90%
合计	5,951.87	100.00%	7,297.79	100.00%	6,527.36	100.00%

报告期各期末，存货金额有所波动，公司存货账面原值分别为 6,527.36 万元、7,297.79 万元和 5,951.87 万元。公司存货大部分来自于原材料和库存商品，由于公司主要从事空气净化器等产品生产，生产周期较短，故存货以原材料和库存商品为主。2022 年末存货余额较 2021 年末有所上升主要系日本客户订单增加，公司为满足交货需求相应增加了库存商品储备所致；2023 年 10 月末存货减少主要是由于原材料减少，由于公司根据订单的需求进行原材料的采购，通常年末会考虑春节放假因素因而增加对原材料的采购备货，故 2023 年 10 月末原材料备货相对较少，因此原材料余额较 2022 年末减少。报告期各期末，公司存货的变化情况与公司生产经营状况相符，具有合理性。

报告期各期末，存货与在手订单的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 10 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
存货余额	5,951.87	7,297.79	6,527.36
在手订单金额	4,180.75	12,900.18	7,058.19
在手订单覆盖率	70.24%	176.77%	108.13%

注：美元订单按照报告期各期末美元汇率中间价折算。

从在手订单来看，报告期各期末在手订单对存货的覆盖比例较高，存货销路顺畅，不存在显著的滞销风险，2021 及 2022 年末覆盖比例均超过 100%。2023 年 10 月末覆盖比例相对较低，主要系年末受春节假期的影响，境外客户会相应增加订单的下达，故 2023 年 10 月末在手订单对存货的覆盖比例低于 2021 及 2022 年末。

4、结合公司存货库龄、期后存货结转及销售情况进一步说明是否存在滞销风险、存货跌价准备计提是否充分。

从公司存货库龄来看，整体库龄较短，期后销售结转比例较高，各期末存货有较多的订单覆盖，不存在滞销风险，公司存货跌价准备计提充分。

综上，报告期各期末，公司存货库龄总体较短，期后结转情况良好；分类及结构与同行业可比公司的差异具有合理性；报告期各期末，公司存货的变化情况与公司生产经营状况相符，具有合理性；公司在手订单与存货余额相匹配，在手订单对存货的覆盖比例总体较高；存货不存在滞销风险，跌价准备计提充分。

（七）补充说明独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第2号——独立董事》等相关规定；报告期内董事会秘书、财务总监变动的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷

1、补充说明独立董事设置是否符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第2号——独立董事》等相关规定

公司目前共有5名董事，其中独立董事2名，分别为周少华、俞雪华。

公司独立董事的设置符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第2号——独立董事》（以下简称“《独立董事指引》”）的相关规定，具体情况如下：

序号	《独立董事指引》的具体规定	公司独立董事情况
1	第七条独立董事及独立董事候选人应当同时符合以下条件： （一）具备挂牌公司运作相关的基本知识，熟悉相关法律法规、部门规章、规范性文件及全国股转系统业务规则； （二）具有五年以上法律、经济、财务、管理或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验； （三）全国中小企业股份转让系统有限责任公司规定的其他条件。	公司董事会由5名董事组成，其中独立董事2名，分别为周少华、俞雪华，公司独立董事周少华、俞雪华分别具有五年以上财务、法律或其他履职所必需的工作经验及相关业务知识，符合《独立董事指引》第七条的规定。
2	第八条以会计专业人士身份被提名为独立董事候选人的，应具备较丰富的会计专业知识和经验，并至少符合下列条件之一： （一）具有注册会计师职业资格； （二）具有会计、审计或者财务管理专业的高级职称、副教授及以上职称或者博士学位； （三）具有经济管理方面高级职称，且在会计、审计或者财务管理等专业岗位有五年以上全职工作经验。	俞雪华以会计专业人士身份被提名为独立董事候选人，其具有会计专业的副教授职称，符合《独立董事指引》第八条的规定。
3	第九条独立董事及独立董事候选人应当具有独立性，下列人员不得担任独立董事： （一）在挂牌公司或者其控制的企业任职的人员及其直系亲属和主要社会关系； （二）直接或间接持有挂牌公司1%以上股份或者是挂牌公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属； （三）在直接或间接持有挂牌公司5%以上股份的股东单位或者在挂牌公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；	截至本问询回复出具日，公司独立董事周少华、俞雪华不存在《独立董事指引》第九条规定的不具备独立性的情形。

序号	《独立董事指引》的具体规定	公司独立董事情况
	（四）在挂牌公司控股股东、实际控制人及其控制的企业任职的人员； （五）为挂牌公司及其控股股东、实际控制人或者其各自控制的企业提供财务、法律、咨询等服务的人员，包括但不限于提供服务的中介机构的项目组全体人员、各级复核人员、在报告上签字的人员、合伙人及主要负责人； （六）在与挂牌公司及其控股股东、实际控制人或者其各自控制的企业有重大业务往来的单位担任董事、监事或者高级管理人员，或者在有重大业务往来单位的控股股东单位担任董事、监事或者高级管理人员； （七）最近十二个月内曾经具有前六项所列情形之一的人员； （八）全国股转公司认定不具有独立性的其他人员。 前款第（四）项、第（五）项及第（六）项的挂牌公司控股股东、实际控制人控制的企业，不包括根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条规定，与挂牌公司不构成关联关系的企业。	
4	第十条独立董事及独立董事候选人应无下列不良记录： （一）存在《公司法》规定的不得担任董事、监事、高级管理人员的情形； （二）被中国证监会采取证券市场禁入措施，期限尚未届满的； （三）被全国股转公司或者证券交易所采取认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员的纪律处分，期限尚未届满的； （四）最近三十六个月内因证券期货违法犯罪，受到中国证监会行政处罚或者司法机关刑事处罚的； （五）因涉嫌证券期货违法犯罪，被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见的； （六）最近三十六个月内受到全国股转公司或证券交易所公开谴责或三次以上通报批评的； （七）根据国家发改委等部委相关规定，作为失信联合惩戒对象被限制担任董事或独立董事的； （八）在过往任职独立董事期间因连续三次未亲自出席董事会会议或者因连续两次未能出席也不委托其他董事出席董事会会议被董事会提请股东大会予以撤换，未满十二个月的； （九）全国股转公司规定的其他情形。	截至本问询回复出具日，公司独立董事不存在《独立董事指引》第十条规定的不良记录。
5	第十一条在同一挂牌公司连续任职独立董事已满六年的，自该事实发生之日起十二个月内不得被提名为该挂牌公司独立董事候选人。	截至本问询回复出具日，公司独立董事在公司连续任职期限未满六年，符合《独立董事指引》第十一条的规定。
6	第十二条已在五家境内外上市公司或挂牌公司担任独立董事的，不得再被提名为其他挂牌公司独立董事候选人。	公司独立董事在境内担任独立董事的上市公司或挂牌公司未满五家，符

序号	《独立董事指引》的具体规定	公司独立董事情况
		合《独立董事指引》第十二条的规定。

因此，公司独立董事设置符合《独立董事指引》的相关规定。

2、报告期内董事会秘书、财务总监变动的原因，是否存在纠纷或潜在纠纷

公司报告期内董事会秘书、财务总监任职及变动原因如下：

姓名	职务	变动时间	变动类型	变动原因	变动影响
马秀荣	财务总监	2022 年 1 月	辞职	因个人原因离职。	未对公司的正常经营管理造成不利影响。
葛井波	董事会秘书	2024 年 1 月	辞职	因自身职业规划调整而离职。	未对公司的正常经营管理造成不利影响。
肖林华	财务总监	2022 年 1 月	任职	原财务总监、董事会秘书离职后，公司董事会聘任肖林华担任公司财务总监、董事会秘书。	完善公司治理结构，未对公司的正常经营管理造成不利影响。
	董事会秘书	2024 年 1 月			

报告期内公司董事会秘书、财务总监的变动均为高级管理人员正常人员变动，各方经友好协商解除劳动合同，不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，公司独立董事设置符合《独立董事指引》的相关规定；报告期内公司董事会秘书、财务总监的变动均为高级管理人员正常人员变动，各方经友好协商解除劳动合同，不存在纠纷或潜在纠纷。

（八）补充披露董事周少华、高级管理人员王波、刘义刚的职业经历，保持时间连续

公司已在《公开转让说明书》之“第一节 基本情况”之“七、公司董事、监事、高级管理人员”中补充披露如下楷体加粗内容：

姓名	职业（创业）经历
周少华	1994 年 7 月至 1998 年 12 月，担任苏州商品交易所工程师；1999 年 1 月至 2004 年 8 月，分别在新加坡国立大学攻读硕士学位、美国马里兰大学攻读博士学位；2004 年 8 月至 2018 年 4 月，担任西门子医疗研究院科学家；2018 年 4 月至 2021 年 3 月，担任中国科学院计算技术研究所研究员；2021 年 3 月至今，担任中国科学技术大学教授；2023 年 11 月至今，担任苏州贝昂独立董事。
王波	1999 年 8 月至 2002 年 10 月，担任高德（苏州）电子有限公司高级工程师；2002 年 10 月至 2006 年 10 月，担任飞创（苏州）电讯产品有限公司分厂总经理；2006 年 10 月至 2010 年 11 月，担任波尔威技术（苏州）有限公司分厂总经理；2010 年 11 月至 2012 年 10 月，担任菲斯达精密工业部件（苏州）有限公司分厂总经理；2013 年 2 月至 2023

姓名	职业（创业）经历
	年3月，担任贝昂有限运营总监；2023年3月至今，担任苏州贝昂副总经理、生产运营总监。
刘义刚	2003年6月至2003年12月，担任南昌工程学院教师；2003年12月至2006年9月，担任华映视讯（吴江）有限公司研发工程师；2006年9月至2009年6月，在西安科技大学计算机检测与控制专业攻读硕士研究生学历；2009年6月至2010年3月，担任科蒂斯仪器（中国）有限公司研发工程师；2010年3月至2023年3月，历任贝昂有限高级电子工程师、电子研发经理、研发总监；2023年3月至今，担任苏州贝昂副总经理、研发总监，主要负责离子风杀菌除尘技术系列产品的研究与开发。

（九）补充说明继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格、转让双方是否存在关联关系等；结合前述专利的形成过程、转让程序，说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵、转让价格是否公允、是否存在纠纷及潜在纠纷

1、补充说明继受取得专利的具体情况，包括但不限于协议签署时间、过户时间、转让价格、转让双方是否存在关联关系等

截至本问询回复出具日，公司继受取得的专利的具体情况如下：

序号	专利名称	专利号/申请号	协议签署时间	过户时间	转让价格	转让方	受让方	是否存在关联关系
1	除螨仪	CN2023300119 16.7	2023/5/15	2023/7/21	0	苏州诚智信电器科技有限公司	苏州贝昂	否
2	一种高效电离驱动空气净化装置的电极及电路	CN2008101658 90.6	未载明	2013/3/27	0	陈竞坤	苏州贝昂	否
3	多变量空气振动消降噪装置及消降噪方法	CN2010105226 41.5	判决日期为2013年9月17日	2014/12/31	0	苏州辰戈电子科技有限公司	苏州贝昂	否
4	一种穿戴式生物电信号探测仪及其穿戴方法	CN2016103875 78.6	2021/5/27	2021/7/6	0	苏州超酷电子科技有限公司	苏州贝昂	是
5	一种穿戴式生物电信号探测仪	CN2016205322 37.9	2021/5/27	2021/7/9	0	苏州超酷电子科技有限公司	苏州贝昂	是
6	一种穿戴式设备	CN2015207316 19.X	2021/5/27	2021/7/13	0	苏州超酷电子科技有限公司	苏州贝昂	是
7	采集器（生物电信号采	CN2016302301 97.8	2021/5/27	2021/7/2	0	苏州超酷电子科技	苏州贝昂	是

序号	专利名称	专利号/申请号	协议签署时间	过户时间	转让价格	转让方	受让方	是否存在关联关系
	集)					有限公司		
8	新风净化器	CN201530019260.9	2021/6/15	2021/8/13	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
9	一种环境监测用水质采样装置	CN201922310809.5	2021/6/15	2021/8/13	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
10	一种净水设备用的水质检测装置	CN201922312750.3	2021/6/15	2021/8/13	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
11	一种空气质量检测设备用安装支架	CN201922310866.3	2021/6/15	2021/8/10	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
12	一种环境监测用土壤采样装置	CN201922310836.2	2021/6/15	2021/8/10	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
13	一种空气污染物检测装置	CN201922312747.1	2021/6/15	2021/8/10	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
14	一种环境水体原位监测仪水样过滤装置	CN201922312663.8	2021/6/15	2021/8/10	0	西安中科贝昂	苏州贝昂	是
15	一种气体净化装置及系统	CN201210586328.7	2016/7/30	2016/10/19	0	苏州贝昂	安徽贝昂科技	是
16	一种环保组合式沙障	CN201911332178.5	2021/7/29	2021/8/27	0	西安中科贝昂	温州贝远	是
17	一种实验仪器摆放架	CN201922282629.0	2021/7/29	2021/8/27	0	西安中科贝昂	温州贝远	是
18	一种学生用物探实验仪器固定装置	CN201922282594.0	2021/7/29	2021/8/20	0	西安中科贝昂	温州贝远	是
19	一种试管高度适应的实验固定组件	CN201922282628.6	2021/7/29	2021/8/27	0	西安中科贝昂	温州贝远	是
20	石油蒸馏提炼装置	CN201922440026.9	2021/7/29	2021/8/27	0	西安中科贝昂	温州贝远	是
21	一种机械类新型演示教具	CN201922310788.7	2021/7/29	2021/8/12	0	西安中科贝昂	温州贝远	是

2、结合前述专利的形成过程、转让程序，说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵、转让价格是否公允、是否存在纠纷及潜在纠纷

(1) 是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵

根据《中华人民共和国专利法》第六条规定，“执行本单位的任务或者主要是利用本单位的物质技术条件所完成的发明创造为职务发明创造。职务发明创造申请专利的权利属于该单位，申请被批准后，该单位为专利权人。该单位可以依法处置其职务发明创造申请专利的权利和专利权，促进相关发明创造的实施和运用。非职务发明创造，申请专利的权利属于发明人或者设计人；申请被批准后，该发明人或者设计人为专利权人。”

上述继受取得的第 2 项专利，即 CN200810165890.6 号专利，公司受让前该专利发明人/申请人为陈竞坤，该专利不属于陈竞坤原单位职务发明。陈竞坤 2009 年 10 月开始就职于贝昂有限，担任贝昂有限总经理及核心技术人员职务参与公司实际经营管理。经公司说明，陈竞坤入职贝昂有限前一直在美国工作，该专利与其原单位业务不存在关系，不属于执行其原单位工作任务，亦不是利用其原单位的物质技术条件所完成的发明创造。因此，苏州贝昂继受取得的第 2 项专利不属于转让方职务发明。双方已签署转让协议，协议系双方真实意思表示，权利义务对等，符合相关法律法规的规定，并在国家知识产权局完成专利权转让的备案登记，取得了知识产权局的批准通知、获得了相关专利的专利证书，转让手续合法合规，专利权属清晰。此外，经核查国家知识产权局、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、企查查、天眼查等网站公开查询，该专利权不存在权属纠纷或争议。

上述继受取得的第 3 项专利，即 CN201010522641.5 号专利，该专利原申请人为苏州辰戈电子科技有限公司，根据苏州市中级人民法院于 2013 年 9 月 17 日作出《江苏省苏州市中级人民法院民事判决书》（案号：（2013）苏中知民初字第 0102 号），专利号为 CN201010522641.5 的发明专利属于陈竞坤任职苏州贝昂期间的职务发明，专利所有权应为苏州贝昂。因此，基于法院判决，苏州辰戈电子科技有限公司将第 3 项专利转让给苏州贝昂。

公司受让上述第 1 项、第 4 项至第 21 项专利时，专利的原始专利权人均为法人主体，原专利权人为上述专利转让前的合法专利权人，合法拥有处置权，不涉及职务发明的情况，转让前不存在权属瑕疵。根据前述专利的形成过程及后续的转让过程，双方已签署转让协议，协议系双方真实意思表示，权利义务对等，符合相关法律法规的规定，并在国家知识产权局完成专利权转让的备案登记，取得了知识产权局的批准通知、获得了相关专利的专利证书，转让手续合法合规，

专利权属清晰。

综上所述，除 CN201010522641.5 号专利系陈竞坤在苏州贝昂任职期间的职务发明外，其他继受取得的专利均不属于转让人员的职务发明。公司继受取得的专利均不存在权属瑕疵。

(2) 转让价格是否公允、是否存在纠纷及潜在纠纷

西安中科贝昂原为公司的子公司。在西安中科贝昂注销前，西安中科贝昂将其持有的专利无偿转让给公司和温州贝远系公司资产整合的正常商业安排，有利于公司资产独立性、完整性，不存在损害公司及非关联方股东利益的情形。

苏州超酷电子科技有限公司原为公司实际控制人之一章燕控制的企业。为保证公司独立性和资产完整性，将相关专利无偿转让给公司。该无偿受让专利系公司单方受益事项，有利于公司资产独立性、完整性，不存在损害公司及非关联方股东利益的情形。

公司与苏州诚智信电器科技有限公司不存在关联关系。2022 年 12 月，公司委托苏州金伍阳电器科技有限公司设计生产除螨机产品，约定该产品所产生的外观设计知识产权所有权由公司享有；苏州金伍阳电器科技有限公司于 2023 年 5 月委托苏州诚智信电器科技有限公司完成 CM203 除螨仪的结构设计。苏州诚智信电器科技有限公司自愿无偿将专利转让给公司，前述交易基于在先合同约定，交易定价公允。

安徽贝昂科技为苏州贝昂的子公司，苏州贝昂将其持有的专利无偿转让给安徽贝昂科技系公司资产整合的正常商业安排，该无偿受让专利系公司单方受益事项，有利于公司资产独立性、完整性，不存在损害公司及非关联方股东利益的情形。

如前所述，陈竞坤作为公司创始人将 CN200810165890.6 号专利无偿转让给公司用于公司经营，交易定价具备合理性。

根据苏州市中级人民法院（2013）苏中知民初字第 0102 号民事判决书，CN201010522641.5 号专利系法院判决归属于苏州贝昂，具备合理性。

根据中国裁判文书网、企查查等网站进行查询，公司及子公司报告期内不存在涉及专利的纠纷或潜在纠纷。

综上所述，除 CN201010522641.5 号专利系陈竞坤在苏州贝昂任职期间的职

务发明外,其他继受取得的专利均不属于转让人员的职务发明,不存在权属瑕疵。公司继受取得的专利权属及相关权利义务关系清晰,相关专利转让费用公允,涉及的专利无偿转让具备合理性,不存在涉及专利的纠纷或潜在纠纷。

(十) 说明公司股东大会是否按照《股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌事项作出决议,包括但不限于决议的有效期、挂牌前滚存利润的分配方案等

2024年1月27日,公司召开2024年第一次临时股东大会,审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌后采取集合竞价方式进行转让的议案》《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统创新层挂牌的议案》和《关于提请股东大会授权董事会全权办理公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让相关事宜的议案》。根据相关议案内容,公司股东大会就本次挂牌的股票公开转让并挂牌事项作出了决议,包括:申请股票公开转让并挂牌及有关安排、交易方式、股票挂牌的市场层级、授权董事会办理股票公开转让并挂牌具体事宜、决议的有效期、挂牌前滚存利润的分配等事项。

2024年6月22日,公司召开2024年第三次临时股东大会,审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌由创新层调整为基础层的议案》,公司股东大会就本次股票挂牌的市场层级由创新层调整为基础层。

公司本次挂牌申请已依据相关法律法规及《公司章程》规定获得公司股东大会的有效批准,并已授权董事会办理本次挂牌相关事宜。公司股东大会已按照《股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌事项作出决议。

【中介机构回复】

一、请主办券商、会计师核查上述事项①至⑥,并发表明确意见

(一) 核查程序

针对上述事项①至⑥,主办券商及会计师执行了如下核查程序:

- 1、向公司管理层了解公司业务变化情况,并结合上述情况分析公司收入、毛利率、偿债能力、营运能力、现金流量变动的原因;
- 2、查阅公司财务报告等资料,通过公开渠道查询同行业可比公司定期报告,核查公司期间费用率与同行业可比公司的差异情况;分析销售费用率和收入的配

比关系,对比同行业可比公司在研发人员薪酬及研发费用率方面与公司的差异情况;

3、取得公司员工花名册、员工薪资统计表,确认公司研发人员数量及薪资水平;

4、访谈公司管理层,了解公司的研发项目、技术创新及产品创新情况,获取公司研发项目资料,授权专利等资料;

5、取得《审计报告》,核查研发成果对收入的贡献及研发费用率情况;

6、对比公司研发费用和企业所得税加计扣除的差异,分析差异原因及合理性;

7、获取了公司主要客户合同,分析应收账款余额存在的逾期情况;获取了应收账款逾期的情况及期后回款明细,并对回款情况比例进行复核;

8、获取了报告期内主要新增固定资产的明细、金额、主要设备供应商的名称;核查是否存在通过第三方间接采购设备的情况;了解其定价依据;核查公司及其实际控制人与主要固定资产供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排;

9、获取了报告期公司在建工程构成的具体明细,查询供应商的公开信息;核查公司及其实际控制人与在建工程供应商是否存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排;

10、获取在建工程主体土建部分招投标文件,确认其执行了相应的招投标程序;分析价格的公允性;

11、访谈昆山市张浦镇五意精密五金厂管理层,了解其为个体工商户、注册资本较少且未缴足的原因,双方的合作情况等信息;访谈公司管理层,确认双方的合作情况及对公司持续经营能力的影响;

12、获取了报告期存货明细和存货库龄情况及期后存货销售结转情况;查阅了同行业可比公司年度报告等公开文件,获取其存货构成情况;并结合同行业可比公司 and 公司业务差异对存货构成的差异进行对比分析;

13、获取了公司报告期各期在手订单的情况,并结合存货余额分析在手订单对存货的覆盖情况;

14、获取了公司报告期各期存货跌价准备计算表,分析其跌价准备计提的充分性。

（二）核查意见

经核查，主办券商及会计师认为：

1、公司已在《公开转让说明书》相应章节对收入、毛利率、偿债、营运、现金流量分析进行补充细化，突出变动的业务原因分析和数据分析，并量化分析业务变动对财务数据影响；

2、报告期各期，公司销售费用、管理费用、财务费用与可比公司存在一定差异，具有合理原因，研发费用率与可比公司不存在较大差异；销售费用率与收入相匹配；研发人员薪酬与同行业可比公司不存在重大差异；公司研发费用投入与研发项目、技术创新、产品储备相匹配，公司主营业务收入均来自研发成果，研发成果对营业收入的贡献较高，研发费用与加计扣除数之间的差异具有合理原因；

3、报告期内，公司应收账款逾期比例较低，公司应收账款期后收回情况良好，不存在重大回款风险；

4、报告期内，公司主要新增固定资产和在建工程具有业务合理性；通过第三方间接采购设备的情况较少，且具有商业实质和符合行业惯例；公司与上述供应商的固定资产及在建工程采购价格公允；公司及其实际控制人与上述供应商不存在关联关系或异常资金往来或其他利益安排；

5、主要供应商昆山市张浦镇五意精密五金厂为个体工商户、注册资本较少且未缴足具有合理性，双方的合作不会对公司持续经营产生不利影响；

6、报告期各期末，公司存货库龄总体较短，期后结转情况良好；分类及结构与同行业可比公司的差异具有合理性；报告期各期末，公司存货的变化情况与公司生产经营状况相符，具有合理性；公司在手订单与存货余额相匹配，在手订单对存货的覆盖比例总体较高；存货不存在滞销风险，跌价准备计提充分。

二、请主办券商及律师核查上述事项⑦至⑩，并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项⑦至⑩，主办券商及律师执行了如下核查程序：

1、取得并核查公司选举独立董事的董事会、股东大会会议文件、独立董事的聘任文件、独立董事签署的调查表、访谈笔录、承诺函等；

2、取得公安机关出具的公司独立董事无违法犯罪记录证明，并登录中国证

监会、上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所、全国中小企业股份转让系统有限公司、信用中国、中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询系统、证券期货市场失信记录查询平台等网站查询公司独立董事的守法诚信记录情况；

3、查阅公司报告期内关于董事、监事、高级管理人员变动的三会会议文件；访谈公司管理层，了解高级管理人员变动的原因、对公司生产经营的影响、是否存在纠纷等；

4、获取并查阅周少华、王波、刘义刚调查表、访谈笔录，复核其职业经历的时间连续性；

5、查阅了公司就股票公开转让并挂牌事项作出的决议及相关议案；

6、与公司实际控制人进行了访谈，查阅了公司继受取得的专利证书及《专利转让协议》、《专利权人转让协议》、《专利权/申请权转让协议》、相关判决书等文件，在此基础上登录了中国及多国专利审查信息查询系统进行境内专利检索，并取得了公司的确认；

7、登录中国裁判文书网、企查查等网站，确认公司及子公司报告期内是否存在涉及专利的纠纷或潜在纠纷。

（二）核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

1、公司独立董事设置符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理指引第2号——独立董事》等相关规定。报告期内公司董事会秘书、财务总监的变动均为高级管理人员正常人员变动，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、公司已按相关要求补充披露周少华、王波、刘义刚的职业经历，披露信息符合实际情况。

3、除 CN201010522641.5 号专利系陈竞坤在苏州贝昂任职期间的职务发明外，其他继受取得的专利均不属于转让人员的职务发明。公司继受取得的专利均不存在权属瑕疵。公司继受取得的专利权属及相关权利义务关系清晰，相关专利转让费用公允，涉及的专利无偿转让具备合理性，不存在涉及专利的纠纷或潜在纠纷。

4、公司本次挂牌申请已依据相关法律法规及《公司章程》规定获得公司股

东大会的有效批准。公司股东大会已按照《股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌、挂牌前滚存利润的分配方案等事项作出决议。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过 7 个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

【回复】

公司、主办券商、律师、会计师已对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定进行了审慎核查。

经核查，公司、主办券商、律师、会计师认为，公司不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

公司本次财务报告审计截止日为 2023 年 10 月 31 日，至本次公开转让说明书签署日已超过 7 个月，公司期后 6 个月的主要经营情况及重要财务信息已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“十、重要事项（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”中补充披露，并已更新推荐报告。

公司由创新层调整为基础层的相关事项。

【回复】

公司基于对长期经营发展和资本市场规划考虑，审慎调整挂牌方案，由申请公开转让并挂牌同时进入创新层调整为公开转让并在基础层挂牌。公司已于 2024 年 6 月 7 日召开第一届董事会第七次会议，于 2024 年 6 月 22 日召开 2024 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌由创新层调整为基础层的议案》，符合《非上市公众公司监督管理办法》第三十五条公司申请其股票挂牌公开转让的要求。

公司及主办券商已经对《公开转让说明书》《主办券商关于股票公开转让并

挂牌的推荐报告》等相关申报文件中公开转让并挂牌同时进入创新层的相关表述调整为公开转让并在基础层挂牌。律师已针对上述事项出具《补充法律意见书（一）》。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于苏州贝昂智能科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签字盖章页）

苏州贝昂智能科技股份有限公司



法定代表人：

冉宏宇
冉宏宇

2024年 7 月 5 日

（本页无正文，为《关于苏州贝昂智能科技股份有限公司股票公开转让并挂牌
申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人： 郑云洁
郑云洁

项目小组成员： 李昕
李昕

张怡婷
张怡婷

谭建邦
谭建邦

殷笑天
殷笑天

卢增桐
卢增桐

王定杨
王定杨



国投证券股份有限公司

2024年7月5日