

关于广东凯得智能科技股份有限公司 股票公开转让并挂牌的第二轮审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2024 年 8 月 26 日下发的《关于广东凯得智能科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，光大证券股份有限公司（以下简称“光大证券”或“主办券商”）作为广东凯得智能科技股份有限公司（以下简称“凯得智能”、“挂牌公司”或“公司”）申请股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的主办券商，已会同拟挂牌公司及其他中介机构对反馈意见提出的问题进行了认真核查和落实，现将问询函的落实情况逐条报告如下：

说明：

1、如无特别说明，本问询函回复中所使用的简称与公开转让说明书中的简称具有相同含义。

2、本回复报告中的字体代表以下含义：

字体	含义
黑体加粗	问询函所列问题
宋体	对问询函所列问题的回复
楷体加粗	对公开转让说明书等申请文件的修改、补充

3、本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

目录

1.关于销售情况	3
2.关于公司实际控制人认定准确性	17
其他事项说明	21

1. 关于销售情况

根据申报文件及前次问询回复，（1）报告期内，公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率。（2）公司 2023 年第一大客户、第二大客户分别为 Infinium Co., Limited、Yeego Innovation Electronic Commerce Co., Limited，销售产品为冷藏柜。（3）报告期内，公司存在境内线上销售和刷单情形。

请公司：（1）结合同行业可比公司的销售情况，说明境外毛利率水平是否符合行业特点。（2）结合公司向上述客户的销售链条，说明产品的终端销售情况，销售是否真实。（3）量化说明境内线上平台所涉销量与财务口径销量是否存在差异，如是，请进一步分析原因及合理性；刷单情形的规范情况，期后是否存在刷单情形。（4）公司以旧换新业务的具体开展情况，包括但不限于参与方、各方权利和义务、所涉金额及占比等，是否存在利益输送情形，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请主办券商、会计师说明核查程序，并发表明确意见。

【回复】

一、结合同行业可比公司的销售情况，说明境外毛利率水平是否符合行业特点

（一）公司说明

报告期内，公司境外销售的主要产品类型制冷产品，主要业务模式为 ODM 模式。可比公司中 TCL 智家、富信科技的产品类型和业务模式与公司相似，境外毛利率也较为接近。可比公司中比依股份和鸿智科技业务模式与公司相似且都以外销为主，但由于产品类型不同，境外毛利率存在一定差异。因此，公司境外毛利率水平符合行业特点。

报告期各期，公司境外销售毛利率与同行业可比公司对比情况如下：

可比情况	公司简称	2023 年度	2022 年度
以制冷产品和 ODM 业务模式为主	TCL 智家（002668.SZ）	28.04%	24.04%
	富信科技（688662.SH）	29.08%	26.67%
	平均值	28.56%	25.36%
	公司	30.16%	25.38%

以外销 ODM 业务模式为主	比依股份（603215.SH）	21.20%	19.59%
	鸿智科技（870726.BJ）	20.73%	18.06%
	平均值	20.97%	18.83%
	公司	30.16%	25.38%

注 1：上述数据来源于各公司公开披露的定期报告、招股说明书等；

注 2：TCL 智家（原奥马电器）主营业务为冰箱冷柜 ODM 代工，2023 年 12 月同一控制下收购了 TCL 家用电器（合肥）有限公司，合并洗衣机等业务导致产品结构发生变化；为增强可比性，2023 年境外销售毛利率以合并前的 2023 年半年报数据替代。

报告期内，公司境外销售毛利率分别为 25.38%和 30.16%，与 TCL 智家和富信科技相近，高于比依股份、鸿智科技主要系产品类别的差异导致。

公司名称	销售情况	主营业务收入结构
TCL 智家 (002668.SZ)	TCL 智家旗下拥有合肥家电和奥马冰箱两大核心生产运营主体，其中奥马冰箱专注于冰箱冷柜产品的研发、生产制造与销售，以出口 ODM 业务为主。 2023 年 1-6 月营业收入为 52.00 亿元，其中境外销售收入为 42.74 亿元，占比 82.19%。	2023 年 1-6 月，冰箱冷柜收入占总收入的比例为 99.10%。
富信科技 (688662.SH)	富信科技主营业务为半导体热电器件及以其为核心的热电系统、热电整机应用产品的研发、设计、制造与销售业务，境外销售主要为热电整机应用类产品（啤酒机、恒温酒柜、恒温床垫、电子冰箱等），以 ODM 模式销售为主。 2023 年主营业务收入为 3.97 亿元，其中境外销售收入为 1.64 亿元，占比 41.31%。	2023 年度，热电整机应用占比 44.44%；半导体热电系统占比 25.03%；半导体热电器件占比 22.94%。
比依股份 (603215.SH)	比依股份主营业务为智能小家电产品的研发、设计、制造和销售，以外销为主，销售模式主要为小家电产品 ODM/OEM。 2023 年主营业务收入为 15.45 亿元，其中境外收入 14.33 亿元，占比 92.77%。	2023 年度，空气炸锅占比 76.49%；空气烤箱占比 12.63%；油炸锅占比 8.44%。
鸿智科技 (870726.BJ)	鸿智科技主营业务为电饭煲、慢炖锅、压力锅及烘烤产品等小家电产品的研发、生产和销售，境外销售模式主要为 ODM。 2023 年主营业务收入为 4.18 亿元，其中境外销售收入 3.84 亿元，占比 91.88%。	2023 年度，电饭煲收入占比为 78.56%，慢炖锅收入占比为 17.05%，压力锅占比 2.76%。
公司	公司主要从事冷藏柜和冰箱的研发、生产和销售，主要产品包括葡萄酒冷藏柜、饮料柜、专用冰箱、嵌入式冰箱等，境外销售模式主要为 ODM。 2023 年主营业务收入为 4.34 亿元，其中境外销售收入 3.68 亿元，占比 84.73%。	2023 年度，冷藏柜收入占比为 88.59%，冰箱收入占比为 11.09%。

注：上述数据来源于各公司公开披露的定期报告、招股说明书等。

1、公司境外毛利率水平与富信科技和 TCL 智家相近，符合行业特点

TCL 智家系原奥马电器更名而来，2023 年 12 月同一控制下收购了 TCL 家用电器（合肥）有限公司且并入全年财务数据，合并洗衣机等业务导致产品结构发生变化。奥马电器主要生产基地与公司均位于中山市南头镇，主营业务为冰箱冷柜出口 ODM 业务，主要产品类型及业务模式与公司相近，境外销售毛利率与公司相近。

富信科技主营业务为半导体热电器件及以其为核心的热电系统、热电整机应用产品的研发、设计、制造与销售业务，境外销售主要为热电整机应用类产品（啤酒机、恒温酒柜、恒温床垫、电子冰箱等），以 ODM 模式销售为主，境外销售的主要产品类型及业务模式与公司相近，境外销售毛利率也与公司相近。

2、产品类别差异导致公司境外毛利率高于比依股份和鸿智科技

从产品类别看，公司以及 TCL 智家为专业生产制冷设备为主的企业，富信科技除了生产制冷产品外还向上游有所延伸，而比依股份和鸿智科技则为生产空气炸锅、电饭煲等小厨房家电的企业。小厨房家电相对而言结构简单，生产工艺不复杂，市场竞争对手较多，故毛利率一般而言较生产制冷设备的企业低。

综上，报告期内，公司境外销售的主要产品类型和 ODM 业务模式与 TCL 智家、富信科技较为相似，境外毛利率也较为接近；产品类别差异导致公司境外毛利率高于比依股份和鸿智科技。公司境外毛利率水平符合行业特点。

（二）主办券商及会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

主办券商、会计师实施了以下核查程序：

（1）对报告期各期的境外收入和成本执行分析性程序，分析销售收入、毛利率、销售数量、单价等波动情况及其原因；

（2）查阅同行业可比公司公开披露的境外销售情况，比较分析公司境外销售毛利率是否符合行业特点。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

公司境外销售的主要产品类型和 ODM 业务模式与 TCL 智家、富信科技较为相似，境外毛利率也较为接近，产品类别差异导致公司境外毛利率高于比依股份和鸿智科技，符合行业特点。

二、结合公司向上述客户的销售链条，说明产品的终端销售情况，销售是否真实

（一）公司说明

1、Infiniium Co., Limited 的终端销售情况

（1）Infiniium Co., Limited 的基本情况及销售链条

Infiniium 是一家注册地在香港的专业制冷设备采购商，主要为美国知名厨电品牌商 Zephyr Ventilation, LLC（以下简称为“Zephyr”）提供家用制冷设备采购服务，其销售链条为采购公司产品后直接销售给 Zephyr。Infiniium 利用自身对北美家用制冷设备需求的理解和中国供应商的筛选能力，选择包括拟挂牌公司在内的多个供应商生产家用制冷设备并销售给 Zephyr。Infiniium 根据其对美国市场和消费者的了解对拟采购的产品进行初步设计，并将初步产品方案提交给拟挂牌公司进行进一步产品开发，在产品定型并完成生产后，Infiniium 对产品进行抽检确认后由公司安排发货至终端客户指定的港口。

（2）销售真实性情况

公司对 Infiniium 的销售模式为 ODM 模式。公司对 Infiniium 的销售为买断式销售，根据公司与 Infiniium 的合同约定，订单产品越过船舷并从吊钩卸下之时，所有权及一切风险均转移至 Infiniium，且报告期内对 Infiniium 销售未发生退货。Infiniium 采购公司产品后最终出售给 Zephyr 的合作模式得到终端客户 Zephyr 的认可，并且 Zephyr 在国内采购的其他家用制冷设备也采用同样的合作模式。公司销售给 Infiniium 的产品是按客户的要求使用 Zephyr 的品牌标识并直接发往终端客户 Zephyr 指定的港口，Infiniium 向公司采购的产品已全部销售给终端品牌商 Zephyr。

Zephyr 为美国知名的高端厨具品牌商，具有超过 25 年的历史。其通过线下门店和线上平台向客户销售抽油烟机、红酒柜、饮料柜等厨房电器。Zephyr 在 2008 年被上市公司 Nortek, Inc. 收购，并最终于 2021 年被麦迪逊工业集团

（Madison Industries）收购。麦迪逊工业集团是世界上最大的私营企业集团之一，旗下拥有 Accu-Glass、Addison、Nortek Air Solutions 等上百家公司。

公司向 Infiniium 的销售期后回款情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023/12/31	2022/12/31
对 Infiniium 应收账款余额	754.94	660.56
期后回款情况（截至 2024 年 7 月 31 日）	754.94	660.56
回款比例	100.00%	100.00%

因此，自 2019 年公司与 Infiniium 建立合作以来，双方合作关系稳定、销售回款正常，销售情况真实。

2、Yeego Innovation Electronic Commerce Co., Limited 的终端销售情况

（1）Yeego Innovation Electronic Commerce Co., Limited（以下简称“Yeego”）的基本情况及销售链条

Yeego 是一家注册地在香港，专业从事葡萄酒储藏柜和饮料柜销售的跨境电商。Yeego 运营 Yeego 和 Ca'Lefort 两个品牌，其销售链条为采购公司产品后通过亚马逊、沃尔玛、Homedepot 等线上平台在美国市场销售。

（2）销售真实性情况

公司对 Yeego 的销售模式为 ODM 模式，为买断式销售。Yeego 所处的跨境电商行业近年来蓬勃发展，已成为我国进行全球贸易的重要形式之一。Yeego 的负责人具备多年的跨境电商经验，Yeego 凭借其自身市场销售能力、产品运营能力取得高速发展。在美国亚马逊网站查询葡萄酒冷藏柜（Wine Cellars）品类的“Amazon Best Sellers”，Yeego 及旗下品牌 Ca'Lefort 共有 5 款产品进入前 50，分别排名第 11、20、28、37 和 50 名。

公司向 Yeego 的销售期后回款情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023/12/31	2022/12/31
对 Yeego 应收账款余额	3,426.34	583.39
期后回款情况（截至 2024 年 7 月 31 日）	3,426.34	583.39
回款比例	100.00%	100.00%

因此，公司对 Yeego 的销售收入真实发生，各期应收账款能够及时收回，销售真实。

（二）主办券商及会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

（1）针对 Infiniium 的终端销售情况及销售真实性的核查程序

1）对 Infiniium 进行访谈，询问了解其股东和经营情况、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、公司的终端客户情况、其对终端客户的发货方式等信息，确认了公司销售给 Infiniium 的产品并非发往 Infiniium 自有仓库，而是按 Infiniium 的要求发往 Zephyr 指定的港口，Infiniium 对公司产品的收发周期很短，不存在境外囤货的情况；

2）对 Infiniium 的终端客户 Zephyr 进行访谈，了解其与 Infiniium 的合作情况、产品销售和库存情况、和拟挂牌公司是否存在关联关系，进一步验证产品最终销售相关情况。Zephyr 确认其所有家用制冷产品全部都由 Infiniium 采购后向其供应，其通过 Infiniium 向拟挂牌公司采购葡萄酒储藏柜产品真实，Zephyr 与拟挂牌公司不存在关联关系；

3）对 Infiniium 执行函证程序，函证的具体内容包括报告期内各期交易额、应收账款/合同负债期末余额、合同情况等；

4）获取公司报告各期对 Infiniium 期末应收账款及期后回款情况表，核实公司对 Infiniium 的应收账款的回款情况；

5）检查公司为 Infiniium 生产产品的品牌标识及外包装，并通过查阅终端客户 Zephyr 的官网及其他公开信息，核实终端产品品牌为 Zephyr 拥有；

6）查阅公司实际控制人、董事、监事、高管出具的调查表，核查公司报告期内的关联方名单，取得并核查公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行账户及流水等，未发现 Infiniium 及其主要人员与公司主要关联方之间存在资金往来。

（2）针对 Yeego 的终端销售情况及销售真实性的核查程序

1）对 Yeego 进行访谈，询问了解其股东和经营情况、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、公司的终端客户情况等信息；

2）对 Yeego 执行函证程序，函证的具体内容包括报告期内各期交易额、应收账款/合同负债期末余额、合同情况等；

3) 获取公司报告各期对 Yeego 期末应收账款及期后回款情况表, 核实公司对 Yeego 的应收账款的回款情况;

4) 浏览并查阅 Yeego 的官方网站和其在亚马逊、Walmart、Homedepot 等主要电商平台开设的店铺, 检查店铺的开设主体、主要销售产品、店铺和产品评价情况;

5) 在美国亚马逊网站查询红酒柜 (Wine Cellars) 品类的 “Amazon Best Sellers”, 验证其销售情况。Yeego 及旗下品牌 Ca'Lefort 共有 5 款产品进入前 50, 分别排名第 11、20、28、37 和 50 名;

6) 查询 Yeego 所处跨境电商行业的发展情况, 检查 Yeego 的发展是否符合其行业特征;

7) 获取 Yeego 提供的销售记录, 通过邮件追踪号在快递服务商官方网站 (Fedex、UPS 等) 查询销售物流信息, 对 Yeego 的销售情况进行了核实。由于美国的各大邮寄平台的邮件追踪号查询时效为 4 个月, 主办券商及会计师对报告期内的 2023 年 10 月、11 月、12 月每月抽取了 200 笔记录 and 期后的 2024 年 1 月、2024 年 2 月每月抽取了 400 笔记录进行查询, 未见异常;

8) 主办券商亲自见证 Yeego 员工登录其主要电商平台 (亚马逊、沃尔玛、Homedepot 和 lowe's 平台) 后台, 获取其交易数据截图, 核实 Yeego 销售规模和期后经营情况;

2023 年, 获取的截图的后台交易金额达到 Yeego 披露的其销售金额 1000 万美元的 67.76%, 差异主要是由于电商平台系统能提供的查询时间段不同, 部分平台数据不能覆盖 2023 年全年。同时, 除上述电商平台外, Yeego 还运营官方网站、EBAY、SHOPIFY、Wayfair、houzz、Overstock 等平台店铺, 这部分店铺销售未纳入统计;

2024 年 1-4 月, 获取的销售截图显示 Yeego 主要电商平台销售规模已经达到 2023 年全年销售规模的 65.71%, 增长迅速。

2、核查意见

经核查, 主办券商、会计师认为:

(1) Infinium 的终端客户为知名品牌商, 挂牌公司产品直接发往终端客户, Infinium 不存在囤货情况。公司与 Infinium 的合作模式得到终端客户 Zephyr 的

认可，Zephyr 在中国大陆采购的其他家用制冷产品也采用同样的合作模式，且期后回款情况良好，公司对 Infinium 的产品销售真实；

（2）Yeego 所处跨境电商行业发展迅速，Yeego 自身的终端销售情况良好且处于持续增长状态，销售规模与向挂牌公司的采购金额相符，其终端销售未见异常，且期后回款情况良好，公司对 Yeego 的产品销售真实。

三、量化说明境内线上平台所涉销量与财务口径销量是否存在差异，如是，请进一步分析原因及合理性；刷单情形的规范情况，期后是否存在刷单情形

（一）公司说明

1、量化说明境内线上平台所涉销量与财务口径销量是否存在差异，如是，请进一步分析原因及合理性

公司境内线上平台销售的财务口径销量分平台情况如下：

单位：台/件

电商平台	2023 年度	2022 年度
京东平台	6,550.00	6,396.00
抖音电商	956.00	280.00
天猫平台	286.00	1,914.00
其他电商平台	78.00	501.00
合计	7,870.00	9,091.00

京东平台、抖音电商平台、天猫平台为公司境内线上销售的三个主要平台，其合计销售数量占公司境内线上销售数量的 90%以上。上述三个线上平台所涉销量与财务口径销量不存在较大差异，差异主要系平台销量展示规则所致，具有合理性。

（1）京东平台匹配性分析

截至 2024 年 8 月 28 日，公司京东平台正常经营的店铺为凯得京东自营旗舰店和凯得官方旗舰店两家店铺。京东平台移动 APP 客户端可显示产品销售数量，该销量为链接上架以来销售数量，京东平台商品展示页销量情况如下：

单位：台/件

产品名称简称	展示销售数量	最小销售数量	最大销售数量
迷你小冰箱	10000+	10,000.00	20,000.00
食品留样柜	5000+	5,000.00	10,000.00
恒温红酒柜（含 JC-142E/HC、JC-120E/HC 等）	2000+	2,000.00	5,000.00

冰吧饮料柜	2000+	2,000.00	5,000.00
恒温红酒柜（JC-190E/HC）	2000+	2,000.00	5,000.00
双温红酒柜（JC-190A2E/HC）	200+	200.00	500.00
雪茄柜	100+	100.00	200.00
其他产品	405	405.00	405.00
商品展示页销量合计	-	21,705.00	46,105.00

注 1：最大销售数量为根据平台显示规则该展示销售数量的最大值，比如“10000+”在平台下一个显示数量为“20000+”，10000+即代表销量为“10000 和 20000 之间”

注 2：其他产品为多个展示销量在 100 以下的产品汇总

公司京东平台的凯得京东自营旗舰店和凯得官方旗舰店两家店铺根据财务口径销量计算的平台销售数量情况如下：

项目	数量（台）
报告期前销售数量（A）	7,442.00 ^{注 1}
2022 年财务口径销量（B1）	6,376.00 ^{注 2}
2022 年刷单数量（C1）	6,697.00
2023 年财务口径销量（B2）	6,550.00
2023 年刷单数量（C2）	774.00
2024 年财务口径销量（B3） ^{注 3}	2,322.00
2024 年刷单数量（C3）	-
计算的平台销售数量（D=A+B+C）	30,161.00

注 1：报告期前销售数量为店铺 2020 年和 2021 年度的总销量。

注 2：2022 年财务口径披露销量不包含京东平台凯得酒柜冰吧旗舰店的 20 台销量，因为该店铺在 2023 年已经关闭，平台商品展示页销量不包含该店铺。

注 3：2024 年电商平台销量为截至 2024 年 8 月 28 日的电商销量，且不包括已发货但未签收和尚未发货的订单。

由上表可见，根据公司财务口径销量计算的平台销售数量为 30,161.00 台，介于京东平台的商品展示页销售数量的最小销售数量和可能最大销售数量之间，具有合理性。

（2）抖音电商平台匹配分析

截至 2024 年 8 月 28 日，公司抖音电商平台店铺首页展现的总销量为 3,759 台。该销售数量为店铺开立以来的总销量，包括为公司冰箱冷藏柜产品销售数量和促销产品销售数量之和。促销产品主要是指公司为提升店铺人气出售的相关周边产品，如启瓶器、电池等。该类产品价值较低，与公司主营产品差异较大，公司财务口径披露数据未包括促销产品的销量。

抖音电商平台店铺首页展现的总销量与公司财务口径披露数据匹配情况如下：

单位：台

项目	2024 年	2023 年	2022 年	合计
冰箱冷藏柜财务口径披露销量（A）	768.00	956.00	280.00	2,004.00
促销产品销量（B）	785.00	500.00	422.00	1,707.00
冰箱冷藏柜刷单数量（C）	-	-	69.00	69.00
计算的平台销售数量（D=A+B+C）	1,553.00	1,456.00	771.00	3,780.00
平台商品展示页销售数量（E）	/	/	/	3,759.00
差异（F=E-D）	/	/	/	-21

注：2024 年销量为截至 2024 年 8 月 28 日的产品销量，且不包括已发货但未签收和尚未发货的订单。

公司抖音电商平台的商品展示页销售数量和根据公司财务口径披露数据计算的平台销售数量差异为 21 台，主要原因为平台商品展示页销售数量有一定滞后性，但总体差异较小，具有合理性。

（3）天猫平台匹配分析

截至 2024 年 8 月 30 日，公司天猫平台正常经营的店铺为凯得品味爱旗舰店。店铺的产品展示页面可显示该产品已售数量，该已售数量为近 365 天的销售数量。

天猫平台商品展示页销量情况如下：

单位：台/件

产品名称简称	展示销售数量	最小销售数量	最大销售数量
190L 红酒柜恒温酒柜	200+	200.00	500.00
70L 家用控温控湿电子雪茄柜	100+	100.00	200.00
风冷压缩机红酒柜	95	95.00	95.00
潮流冰吧冷藏柜	62	62.00	62.00
其他产品	86	86.00	86.00
商品展示页销量合计	-	543.00	943.00

注 1：最大销售数量为根据平台显示规则该展示销售数量的最大值，比如“200+”在平台下一个显示数量为“500+”，200+即代表销量为“200 和 500 之间”

注 2：其他产品为多个展示销量在 50 以下的产品汇总

公司天猫平台的凯得品味爱旗舰店根据财务口径销量计算的 2023 年 9 月 1 日-2024 年 8 月 31 日平台销售数量情况如下：

单位：台/件

项目	2024 年 1-8 月	2023 年 9-12 月	合计
财务口径销量（A）	292.00	106.00	398.00
刷单数量（B）	-	159.00	159.00
计算的平台销售数量（D=A+B）	292.00	265.00	557.00

在考虑刷单数量后，计算的平台销售数量为 557 台，介于平台商品展示页销售数量的最小销售数量和可能最大销售数量之间，具有合理性。

2、刷单情形的规范情况，期后是否存在刷单情形。

公司自 2023 年开始即大幅减少刷单行为，仅因为新产品上架存在零星刷单情况。2023 年 12 月后，公司已及时纠正和完全停止刷单行为，并进行了规范整改，具体整改措施如下：

（1）完善了经营管理责任制度，专门制定了禁止刷单的相关规定，有效杜绝了刷单情况的发生。公司实际控制人已出具《承诺函》，如因报告期内的刷单行为给公司造成损失，实际控制人自愿承担上述的全部损失。

（2）完善资金管理制度，全面禁止个人银行卡代收代付行为，杜绝为刷单行为提供资金往来。并且，公司实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、财务人员出具书面承诺：“本人承诺今后不将个人名下的银行账户提供给公司使用，严格按照公司的资金管理制度申请使用公司资金或收取公司款项，严格按照公司的资金管理制度申请费用报销。如违反上述承诺，本人将承担因此造成的一切个别和连带法律责任。”

（3）组织销售人员学习《反不正当竞争法》和《电子商务法》相关知识，增强合规经营意识。

经过上述规范整改措施，公司期后不存在刷单情形。

（二）主办券商及会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

主办券商、会计师实施了以下核查程序：

（1）访谈公司内销负责人，了解公司境内线上销售的业务流程、收入确认依据、不同业务平台的销量展示规则等；

（2）获取公司电商平台的对账单、结算单、刷单明细表等，复核公司境内线上平台销量计算的准确性；

（3）查看主要电商平台的展示页面销售数据，与公司财务口径披露数据进行匹配分析，核实公司境内线上平台销售数量的真实性；

（4）访谈公司财务总监、业务部门负责人，获取公司销售管理制度，了解公司针对刷单的整改规范情况；

(5) 获取公司期后境内线上销售平台的销售订单清单，与存货 ERP 数据的出库单进行核对，检查线上销售平台的销售订单是否已做出库，是否存在重大异常；

(6) 在公司期后境内线上销售平台的销售订单清单中抽查随机订单客户，检查其电商平台订单、出库单、物流单、收入确认凭证、电商钱包资金流水记录，是否存在重大异常；

(7) 获得期后公司与电商部门员工的往来明细账，核查其从公司借款情况，是否存在重大异常；

(8) 登录公司店铺的电商平台后台系统，检查公司期后是否存在因虚假交易、异常订单被平台进行处罚的记录。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司境内线上平台所涉销量与财务口径销量基本一致，差异主要是由于统计口径差异所致，具有合理性；

(2) 公司已经制定禁止刷单的相关内控制度，对刷单行为进行了规范；

(3) 公司期后境内线上销售平台订单不存在异常，未因虚假交易、异常订单被平台进行处罚，不存在刷单情形。

四、公司以旧换新业务的具体开展情况，包括但不限于参与方、各方权利和义务、所涉金额及占比等，是否存在利益输送情形，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定。

(一) 公司以旧换新业务的具体开展情况

报告期内，公司未开展以旧换新业务。

近几年，为推动家电以旧换新，支持促进家电消费，京东等电商平台主导开展了家电以旧换新活动。2024 年，公司部分境内线上销售产品参与了京东平台的以旧换新活动，具体开展情况如下：

主要参与方	主要权利和义务
京东	策划组织开展以旧换新促销活动，制定活动规则，签约第三方旧机回收商，提供订单和结算等相关服务支持
消费者	消费者选购支持“家电以旧换新”的商品，进入活动页面上传旧机信息（支持回收的商品品类包括但不限于家电、手机通讯、电脑数码等，以商品页面展示的新旧机品类为准），在线评估系统根据消费者对旧机情况的描述生成初步评估价格。消费者确认旧机估价抵扣金额后完成新机购买订单，享受购买新机以旧换新专项补贴立减优惠折扣（旧机估价

	抵扣金额+以旧换新补贴金额）。 电商平台系统自动生成关联的旧机回收订单，消费者后续配合完成旧机实物回收，旧机最终成交价格是第三方回收商当面对旧机进行质检后给出的报价，如与初步评估价格有差额，则由回收商与消费者当面就差额部分进行结算，多退少补。如消费者不认可旧机最终成交价格，则视为取消旧机回收订单，新机订单需要消费者支付补足（旧机估价抵扣金额+以旧换新补贴金额）合计已抵扣的新机款后方可继续交易。消费者拒绝支付补足的，新机订单直接取消，交易终止。
京东平台签约的第三方旧机回收商	京东平台签约的第三方回收商负责上门回收旧机，质检后给出旧机报价，当面与消费者就最终成交价格与初步评估的旧机估价之间差额部分进行结算，多退少补，确认旧机回收订单完成后，将旧机估价抵扣金额支付给新机销售商家。
公司	商家自行决策参与以旧换新的产品型号和优惠活动期间，仅提供新机购买优惠权益支持，在电商平台的商家后台设置商家以旧换新补贴金额；在消费者选购下单后，正常完成新机订单的交付流程，以旧换新订单的发票金额为消费者最终实际支付金额+下单立减的旧机抵扣金额。

由上表可见，京东平台主导家电以旧换新活动，旧机回收与新机销售实质为两项独立的业务。

公司作为新机销售商家，仅提供新机购买优惠其中的以旧换新补贴金额，作为销售折扣处理，冲减当期营业收入。

旧机（包括但不限于旧家电、手机通讯、电脑数码等）由京东平台签约的合格第三方回收商进行回收，旧机最终成交价格与初步评估的旧机估价之间的差额部分由第三方回收商与消费者当面进行结算，多退少补。

新机订单与旧机订单为关联订单，旧机回收订单完成后，第三方回收商将旧机估价抵扣金额支付给新机销售商家。若旧机最终未完成回收，新机订单需要消费者支付补足（旧机估价抵扣金额+以旧换新补贴金额）合计已抵扣的新机款后方可继续交易。消费者拒绝支付补足的，新机订单直接取消，交易终止。

（二）公司以旧换新业务相关会计处理

京东平台主导的以旧换新交易，旧机回收与新机销售实质为两项独立的业务，可视作商家按扣除以旧换新补贴后的价格销售给消费者；消费者同时将旧机销售给第三方回收商，中间形成的旧机估价抵扣金额由第三方回收商代替消费者直接支付给了商家。相关会计处理如下：

借：银行存款-消费者（新机原价-以旧换新补贴金额-旧机估价抵扣金额）

 银行存款-第三方回收商（旧机估价抵扣金额）

贷：主营业务收入（新机原价-以旧换新补贴金额）

 应交税费-应交增值税

公司在新机销售和旧机回收订单完成后，按新机销售原价扣除以旧换新补贴后的金额确认收入，符合《企业会计准则》规定。

（三）报告期内，公司未开展以旧换新业务；2024 年参与以旧换新活动涉及金额及占比均较小，不存在利益输送情形

公司参与电商平台以旧换新活动所涉金额及占比具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商家以旧换新补贴	0.02	0.01%	-	-	-	-
境内线上销售收入	331.77	100.00%	-	-	-	-

注：2024 年 1-6 月数据业经会计师事务所审阅；

报告期内，公司未开展以旧换新业务。2024 年 1-6 月，公司参与电商平台的家电以旧换新活动所涉及的商家补贴金额为 0.02 万元，占公司境内线上销售收入比例为 0.01%，涉及金额及占比均较小，不存在利益输送情形。

（四）主办券商及会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

主办券商、会计师实施了以下核查程序：

（1）了解公司以旧换新业务的具体开展情况，获取电商平台家电以旧换新服务说明、家电品类商品以旧换新协议，审阅销售服务流程和参与方的权利和义务等情况；

（2）获取并核查公司参与以旧换新销售订单明细、商家补贴金额及占比等情况。

2、核查意见

经核查，主办券商、会计师认为：

报告期内，公司未开展以旧换新业务。2024 年，公司部分境内线上销售产品参与了京东平台主导的以旧换新活动，优惠形式为商家补贴，作为销售折扣冲减当期营业收入，符合《企业会计准则》规定。2024 年 1-6 月相关商家补贴涉及金额及占比均较小，不存在利益输送情形。

2. 关于公司实际控制人认定准确性

根据申报文件及前次问询回复，曹瀚出具了《放弃谋求实际控制人承诺函》。

请公司：在公开转让说明书“相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”中补充披露上述承诺，并结合上述承诺的有效期、后续安排等，说明承诺的有效性和可执行性。

请主办券商及律师补充核查上述事项，并对承诺有效性和可执行性、公司实际控制人认定准确性发表明确意见。

【回复】

一、请公司：在公开转让说明书“相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”中补充披露上述承诺，并结合上述承诺的有效期、后续安排等，说明承诺的有效性和可执行性

（一）公司补充披露

公司已在《公开转让说明书》“第六节附表”之“三、相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”补充披露上述承诺。

（二）公司补充说明

1、承诺的有效性

公司股东曹瀚已出具《放弃谋求实际控制人的承诺函》，主要内容如下：

“本人自成为广东凯得智能科技股份有限公司的股东以来，认可吴伟雯作为凯得智能实际控制人的地位，未对吴伟雯在凯得智能经营发展中的实际控制地位提出任何形式的异议，不主动谋求获得凯得智能的实际控制权。截至目前，本人未与凯得智能其他股东达成一致行动或一致行动协议。

本人承诺，在凯得智能在全国中小企业股份转让系统挂牌期间及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起至上市后第三个会计年度末期间（简称“承诺期”），本人及本人实际控制的主体不会进一步增持凯得智能股份，但因本人为履行稳定公司股价预案、上市公司配股、以资本公积金转增股本以及本人为公开承诺而必须采取的合理增持凯得智能股份的行为不受本承诺函的限制。本承诺函在承诺期内持续有效且不可撤销。

本人及本人实际控制的主体应询作为投资者参与凯得智能的公开发行并上市、上市公司公开发行、上市公司定向发行、上市公司向特定对象发行可转换为股票的公司债券、向原股东配售股份（配股）而获得配售的股票/债券不受本承诺函的限制，但获得配售的股票/可转换为股票的公司债券数量以不取得凯得智能的控制权为前提。

承诺期内，本人及本人实际控制的主体不与凯得智能的任何其他股东通过委托、征集投票权、签署协议或作出安排等方式达成在凯得智能股东大会上采取一致行动的合意，从而共同扩大在凯得智能股东大会上的表决权；不通过任何形式单独或共同谋求对凯得智能的实际控制。由本人提名的董事、监事不会以协议等方式取得凯得智能其他董事、监事额外授予的表决权，不会对董事会、监事会的表决形成重大影响。”

根据《中华人民共和国民法典》的规定：民事主体从事民事活动，应当遵循诚信原则，秉持诚实，恪守承诺；民事法律行为可以基于双方或者多方的意思表示一致成立，也可以基于单方的意思表示成立；依法成立的合同，对当事人具有法律约束力；无相对人的意思表示，表示完成时生效；以公告方式作出的意思表示，公告发布时生效。

截至本回复出具之日，曹瀚所作出的《放弃谋求实际控制人的承诺函》已经曹瀚有效签署并通过全国中小企业股份转让系统等公开渠道公开作出，该承诺具有有效性。

2、承诺的可执行性

为确保公司在新三板挂牌以及后续北交所上市后长期的经营稳定，曹瀚出具的该承诺有效期涵盖了公司在新三板挂牌期间及北交所上市后的三个完整会计年度。承诺有效期内，除因承诺约定的特殊情形外，曹瀚不会以任何形式增持公司股份。即使因约定的特殊情形增持股份，亦以不主动谋求对公司的实际控制为前提。同时，曹瀚亦不会与凯得智能的任何其他股东通过委托、征集投票权、签署协议或作出安排等方式达成在凯得智能股东大会上采取一致行动的合意，从而共同扩大在凯得智能股东大会上的表决权。

承诺期届满后，曹瀚亦会根据公司届时经营状况、股权结构等因素，综合考虑延长该承诺的有效期或采取其他措施，进一步确保公司经营以及控制权的稳定。

同时，为确保该承诺得以有效执行，曹瀚出具了《关于未能履行承诺约束措施的承诺函》，承诺如因曹瀚未能履行承诺的，其本人违反承诺所得收益将归属于公司，因此给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿。

综上所述，曹瀚出具的《放弃谋求实际控制人的承诺函》具有有效性和可执行性。

二、请主办券商及律师补充核查上述事项，并对承诺有效性和可执行性、公司实际控制人认定准确性发表明确意见

（一）补充核查上述事项，并对承诺有效性和可执行性发表明确意见

1、核查程序

主办券商、律师实施了以下核查程序：

（1）查阅曹瀚出具的《放弃谋求实际控制人的承诺函》《关于未能履行承诺约束措施的承诺函》《确认函》；

（2）访谈吴伟雯、曹瀚，了解其对公司实际控制人认定的意见。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

曹瀚出具的《放弃谋求实际控制人的承诺函》具有有效性和可执行性。

（二）对公司实际控制人认定准确性发表明确意见

1、核查程序

主办券商、律师实施了以下核查程序：

（1）查阅公司的三会文件等经营资料，了解吴伟雯、曹瀚参与公司经营活动的情况；

（2）取得吴伟雯、曹瀚的调查表并查阅公司的工商资料、国家企业信用信息公示系统公开信息，访谈吴伟雯、曹瀚，了解其任职情况及股权比例；

(3) 查阅《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》等规章制度；

(4) 查阅珠海信涵全套工商档案资料以及《公司章程》，查阅珠海深瀚《合伙协议》；

(5) 查阅曹瀚出具的《放弃谋求实际控制人的承诺函》《关于未能履行承诺约束措施的承诺函》。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为认定吴伟雯为公司实际控制人具有以下依据：

(1) 吴伟雯直接持有公司 33.60%的股份，同时通过珠海信涵、珠海深瀚控制公司 29.76%的表决权，总计控制公司 63.36%的表决权，能够对公司股东大会的决议产生重大影响；

(2) 公司董事会共有五名成员，其中有 2 名独立董事，吴伟雯担任董事长，公司五名董事中除曹瀚外，其余董事均由吴伟雯提名并产生，吴伟雯能够对董事会决策产生重大影响；

(3) 吴伟雯在公司担任法定代表人、董事长、总经理，全面负责公司日常经营并有权提请聘任或者解聘副总经理等其他公司高级管理人员，能够对公司经营产生重大影响；

(4) 公司股东曹瀚已出具《放弃谋求实际控制人承诺函》，认可吴伟雯实际控制人地位，承诺不谋求获得公司实际控制权。

综上所述，公司认定实际控制人为吴伟雯具有准确性。

其他事项说明

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。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

【回复】

一、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

（一）公司补充说明

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，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。

（二）公司补充披露

公司本次财务报告审计截止日为2023年12月31日，至本次公开转让说明

书签署日已超过 7 个月，主办券商已根据相关规定的要求补充核查并更新推荐报告，公司已在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“十、重要事项”之“（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”补充披露如下：

“1、财务报告审计截止日后 6 个月主要财务信息

公司财务报告审计截止日后 6 个月的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日
资产总计	38,884.04
股东权益合计	23,337.44
归属于申请挂牌公司的股东权益合计	23,337.44
每股净资产（元）	3.73
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	3.73
资产负债率	39.98%
项目	2024 年 1-6 月
营业收入	24,407.01
净利润	3,524.25
归属于申请挂牌公司股东的净利润	3,524.25
扣除非经常性损益后的净利润	3,527.51
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	3,527.51
经营活动产生的现金流量净额	3,550.98
研发投入金额	1,150.87
研发投入占营业收入比例	4.72%

注：2024 年 1-6 月数据业经会计师事务所审阅

纳入非经常性损益的主要项目和金额如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持	137.13

续影响的政府补助除外	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	-135.33
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-0.60
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-
非经常性损益总额	1.21
减：所得税影响数	4.47
非经常性损益净额	-3.26
减：归属于少数股东的非经常性损益净额	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	-3.26

注：2024 年 1-6 月数据业经会计师事务所审阅

2、订单获取情况

根据行业及客户惯例，公司客户下达需求订单时，一般只考虑未来 1-2 个月的需求量，即某一时点在手订单金额对应是未来 1-2 个月的销售额。截至 2024 年 6 月末，公司在手订单金额 7,450.78 万元，在手订单量充足，使得公司业绩的可持续性得到了保证。此外，公司与下游客户保持着良好的关系和沟通机制，不断加深合作深度，扩大合作领域，保证客户和收入的稳定性。

3、主要产品（或服务）的销售规模

2024 年 1-6 月，公司营业收入为 24,407.01 万元，公司主要客户相对稳定。

4、主要原材料（或服务）的采购规模

2024 年 1-6 月，公司主要原材料采购金额为 13,906.66 万元。公司的采购规模随公司的销售规模而变化，主要供应商相对稳定，公司材料采购具有持续性、稳定性。

5、关联交易

（1）关联采购/销售

2024 年 1-6 月，关联采购金额为 292.23 万元，不存在关联销售。

（2）关联担保

2024 年 1-6 月，公司无新增关联担保情况。

6、重要资产变动情况

报告期后 6 个月内，公司重要资产不存在重大变动情况。

7、董事、监事、高级管理人员变化情况

报告期后 6 个月内，公司董事、监事、高级管理人员未发生变化。

8、对外担保情况

报告期后 6 个月内，公司未发生对外担保情况。

9、债权融资情况

报告期后 6 个月内，公司短期借款减少 1,426.89 万元。

10、对外投资情况

报告期后 6 个月内，公司未发生对外投资情况。

11、重要研发项目进展

截止 2024 年 6 月末，公司研发项目进展情况如下：

项目名称	研发模式	进展情况
低温深冷医疗冷藏箱的研发	自主研发	进行中
酒柜及其它制冷设备性能提升研究	自主研发	已结项
高档不锈钢冰箱的研发	自主研发	进行中
多功能制冰冰吧的研发	自主研发	进行中
降噪技术的研发	自主研发	进行中
温湿度智能精准控制的研究	自主研发	进行中

2024 年 1-6 月，公司研发投入 1,150.87 万元，“酒柜及其它制冷设备性能提升研究”项目完成结项，其他研发项目正常进行中，未发生研发项目暂停、终止情形。

综上所述，财务报告审计截止日后 6 个月内，公司经营状况、主营业务、经营模式、税收政策、行业市场环境、主要客户及供应商构成未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员未发生变动，主要原材料的采购、主要产品的销售情况未出现重大变化，重大合同条款或实际执行情况未发生重大变化，公司未涉及重大诉讼或仲裁事项，亦未发生重大安全事故以及其他可能影响投资者判断的重大事项。公司审计截止日后经营状况未出现重大不利变化，公司符合

挂牌条件。”

二、为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

截至本问询函回复出具日，公司已在广东证监局进行辅导备案，但尚未将上市板块变更为北交所，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第1号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关要求。

（本页无正文，为广东凯得智能科技股份有限公司《关于广东凯得智能科技股份有限公司股票公开转让并挂牌的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：


吴伟雯



广东凯得智能科技股份有限公司

2024年9月12日

（本页无正文，为光大证券股份有限公司《关于广东凯得智能科技股份有限公司股票公开转让并挂牌的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人： 邓 骁
邓 骁

项目小组成员签字：

王 淼
王 淼

金晓刚
金晓刚

任笑林
任笑林

左 洋
左 洋

石 楠
石 楠

