

珠海安联锐视科技股份有限公司
ZHUHAI RAYSHARP TECHNOLOGY CO., LTD.
(珠海市国家高新区科技六路 100 号)



关于珠海安联锐视科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



(中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 1168 号 B 座 2101、2104A 室)

深圳证券交易所:

贵所于 2020 年 7 月 21 日出具的《关于珠海安联锐视科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010115 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。珠海安联锐视科技股份有限公司（以下简称“安联锐视”、“发行人”或“公司”）与民生证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“民生证券”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”、“律师”）、中天运会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

本回复除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成，相关释义均与发行人招股说明书保持一致。

目录

问题 1 关于客户 Swann	4
问题 2 关于客户韩华泰科	20
问题 3 关于客户 Lorex	28
问题 4 关于客户 Worldwide Marketing	34
问题 5 关于前五大客户	39
问题 6 关于对美国的销售	67
问题 7 关于同为客户和供应商的情况	79
问题 8 关于套装产品销售	83
问题 9 关于毛利率	97
问题 10. 关于工程类产品收入	106
问题 11. 关于现金分红	109
问题 12 关于出口收入与海关报关数据差异	112
问题 13 关于申报材料部分数据的准确性	114

问题 1 关于客户 Swann

2016 年-2019 年, 发行人向 Swann 销售金额分别为 4, 741. 67 万元、22, 509. 09 万元、36, 518. 63 万元、31, 853. 62 万元, 主要产品毛利率分别为 15. 37%、13. 96%、16. 73%和 24. 57%。英飞拓 2016-2019 年年报显示, Swann 营业收入分别为 84, 852 万元、73, 482 万元、66, 095 万元、60, 204 万元, 净利润分别为-291 万元、-3, 372 万元、-4, 206 万元、-3, 331 万元。请发行人:

(1) 分析并披露在 Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的情况下, 发行人 2016-2018 年对 Swann 销售金额大幅增长, 2019 年在对其他主要客户销售金额大幅下滑的情形下发行人对 Swann 保持大额销售且毛利率大幅增长的合理性;

(2) 披露报告期内发行人对 Swann 的相关销售是否实现最终销售。

请保荐人、申报会计师就上述事项进行核查并发表明确意见, 请保荐人在《保荐工作报告》中说明对发行人实际控制人及主要近亲属人员与英飞拓及其子公司的主要股东、董监高是否存在大额资金往来、是否存在约定销售额或相关利益安排等事项的核查过程、方法、结论。

回复:

一、分析并披露在 Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的情况下, 发行人 2016-2018 年对 Swann 销售金额大幅增长, 2019 年在对其他主要客户销售金额大幅下滑的情形下发行人对 Swann 保持大额销售且毛利率大幅增长的合理性;

(一) 分析并披露在 Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的情况下, 发行人 2016-2018 年对 Swann 销售金额大幅增长的合理性

1、公司逐步成为 Swann 主要供应商, 带动 2016-2018 年销售金额大幅增长。

(1) Swann 供应商结构变化过程

公司自 2007 年 11 月起与 Swann 合作, 2014-2015 年短暂中断, 2016 年第四季度恢复合作。Swann 的供应商变化过程如下:

①2014 年以前, Swann 的供应商包括公司 (供应后端录像机)、珠海安士佳电子有限公司 (供应前端摄像机)、深圳粤成科技有限公司 (供应前端摄像机)。公司作为 Swann 后端产品的供应商之一, 2007 年-2014 年向 Swann 销售金额如下

表：

单位：万元

2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
298.31	1,501.33	1,417.43	1,657.42	13,427.21	15,780.34	1,152.52	5.60

②2013 年安防监控行业产品分辨率开始由 CIF 升级为模拟标清 D1 标准（41 万像素）。在产品更新换代期间，海康威视和深圳市百川安防科技有限公司（以下简称“百川科技”）率先使用了 Texas Instruments（全球领先的半导体跨国公司）开发的一款高性价比的 D1（模拟电视显示格式的最高标准）芯片，并成功推出了 D1 系列录像机；公司当时使用的是华为海思芯片，尚未实现后端产品的升级换代。因此，2014 年，公司退出了 Swann 的供应商名单。

③2014 年-2015 年，Swann 的供应商为海康威视和百川科技。

英飞拓于 2014 年收购 Swann 后，继续维持 Swann 的供应商不变。

④2015 年以前，公司主要以后端产品销售为主，主要原因是：前端摄像机负责采集图像传给后端录像机，后端录像机则需要处理前端传送的图像数据，并支持远端和本地监控回放、储存等功能。后端产品技术要求更高，相应的产品附加值和进入门槛也就更高。因此，公司成立时制定的发展战略是：集中资金优先发展后端产品，快速与行业内消费类品牌商建立合作关系，利用后端产品积累的技术经验，将其业务逐步延伸至前端产品。

⑤2015 年-2016 年，全行业模拟监控产品由同轴标清向同轴高清转换，公司为抓住产品升级换代的时机，大量投入研发，并于 2016 年推出具有市场竞争力的同轴高清后端产品。该产品相比于同轴模拟标清的优势在于，相同安装布线施工方式下，同轴标清的图像清晰度只有 CIF 和 D1 标准（41 万像素）清晰度，清晰度较差，而同轴高清图像清晰度则可达到 720P（100 万像素）和 1080P（200 万像素），清晰度大幅提高。2016 年公司同轴高清产品获得了 Swann 认可并于当年第四季度开始出货。2016 年，Swann 的供应商变成了海康威视、百川科技和公司（主要供应后端产品）。

⑥2017 年-2018 年，由于百川科技规模相对较小，研发投入不足以应对 Swann 日益增长的产品功能定制需求，百川科技退出了 Swann 的供应商名单，Swann 的供应商变成了海康威视和公司。与海康威视相比，公司属于消费类视频监控产品专业 ODM 制造商，具备快速研发和差异化定制的能力，产品具有较高的性价比优

势，与品牌商不存在品牌竞争关系。因此，从 2017 年开始，Swann 对公司的采购比例提高，公司同时供应前后端产品。2018 年以来，公司已成为 Swann 第一大供应商，采购占比在 60%以上，其他供应商为海康威视。虽然 Swann 的销售收入出现了一定程度下滑，但仍然保持了较大的销售规模，由于公司逐步成为其第一大供应商，采购占比提高，使得公司对其销售收入大幅提升。

综上所述，报告期内，伴随着公司成为 Swann 主要供应商，公司对其销售收入大幅增长，具有合理性。

（2）作为北美市场重要的消费类安防产品品牌商，Swann 具备大批量采购和消化产品的能力。

Swann 成立于 1987 年，是民用安防 DIY（自装）市场的知名品牌。2014 年 Swann 被英飞拓收购后，被定位为英飞拓集团智慧家庭业务的主要部分。Swann 的主营业务为民用安防设备的研发、生产、销售和运营服务。Swann 为住宅和小型企业市场提供以视频安全为中心的智能家居和安防生态系统服务，其在加利福尼亚州的圣菲斯普林斯和澳大利亚的墨尔本经营有自己的仓库、生产中心和售后中心。Swann 的注册地在澳大利亚，主要业务开展地在美国、澳洲、英国等地。同时，Swann 通过与 Bestbuy、Frys Electronics、Amazon、Lowes 多家大型商超及线上平台的合作，进一步提升产品的市场占有率。

报告期内，Swann 营业收入分别为 73,482 万元、66,095 万元、60,204 万元、**32,583.99 万元**，远高于公司向其销售金额 22,509.09 万元、36,518.63 万元、31,853.62 万元、**14,704.93 万元**。其中，2018 年公司向 Swann 销售金额同比增加、Swann 对外销售金额同比下降，主要是因为 Swann 向公司采购比例较高。

Swann 作为 A 股上市公司英飞拓的全资子公司，其财务数据在英飞拓公开信息中做了部分披露。根据 a&s《安全自动化》公布的“全球安防 50 强”榜单，英飞拓 2019 年排名第 13。英飞拓的实际控制人为深圳市国资委。

在向 Swann 查询有关安联锐视产品最终销售数据时，Swann 认为除主动披露外，其财务和业务数据属于商业秘密且应遵守上市公司的信息披露管理制度。在公司多次沟通后，Swann 的 CFO 通过电子邮件回复提供了销售数量的相关业务数据：2017 年-**2020 年 1-6 月**其对外销售的安联锐视后端产品数量（包括单独销售的后端和套装中的后端）分别为 19.27 万台、28.04 万台、26.96 万台和 **12.33**

万台。而本审核问询函问题 8 中，2017 年-2020 年 1-6 月 Swann 套装产品分拆后的后端产品采购数量分别为 23.44 万台、28.18 万台、26.39 万台和 10.47 万台，Swann 向发行人采购的后端产品总数约为 88.48 万台，实现销售数量约为 86.60 万台，实现销售比例为 97.88%，备货库存比例较低，基本实现最终销售。

同时，Swann 向发行人提供其 2018 年、2019 年、2020 年 1-8 月份所有的下游客户渠道情况，以及各个渠道的销售数量情况，其下游客户主要分布于北美、澳大利亚和英国，销售规模较大，远高于向发行人采购数量。

综上所述，Swann 属于行业内知名品牌商，业务规模较大，相应对上游产品需求量较大，具备大批量采购和销售公司产品的能力。

(3) 专业消费类产品 ODM 制造商更能满足消费类品牌商的产品需求

消费类视频监控产品面向终端消费者，需要满足和迎合消费者的对于产品新颖性、创新性、美观性的需求，产品研发、产品更新周期的要求更短，市场反应速度要求更快，对制造商的快速研发能力、推出新产品速度有着很高的要求。与消费类产品制造商相区别，工程类产品需要满足不同使用场景的使用要求，侧重于产品线的完善、产品性能的丰富、产品使用的稳定可靠，产品更新换代周期较长。因为不同于消费类产品 DIY 安装模式，工程类产品需要专业人员安装、调试，产品更新频繁将增加安装人员熟悉新产品的工作量，且新产品的稳定性问题会增加其对最终用户的售后服务成本。

随着新技术、新标准的不断发展，消费类视频监控产品技术升级换代周期越来越短，视频监控技术已经历全模拟监控、数字监控、网络监控发展阶段，并正在快速向新一代智能高清监控的发展方向演进，产品技术每隔 1 年左右时间就进行升级换代（产品技术的升级换代方向包括分辨率的提升、后端存储设备接入路数的增加、视频压缩格式的更新、有线变无线），“推陈出新”和“以快打慢”不仅是各品牌商除价格战之外的市场竞争策略，也成为各渠道商（超市、卖场）为吸引最终消费者对品牌商的要求。因此，消费类品牌商要求 ODM 制造商具备快速研发和差异化定制的能力，能抢先向市场推出具有差异化特征的新产品，并根据市场需求的变化做出快速调整；同时，相关产品还需要具有良好的消费者体验，简捷、方便、易用。

英飞拓主要以工程类产品为主。2014 年，英飞拓公司收购 Swann 后，英飞

拓原有的产品设计、研发资源都不能支持其研发生产消费类产品；并且消费类产品对单位产品的成本控制有很强的要求。因此，英飞拓没有直接给 Swann 供货，而是选择由其他供应商继续向 Swann 供货。

（4）公司前期积累了完整和全面的视频监控技术和丰富的产品开发经验，2015 年公司搬迁新厂区后，企业形象、产能规模（主要是前端产品）、研发实力得到了大幅提升，公司进入快速发展期。

公司成立以来始终专注于视频监控产品（特别是消费类视频监控产品）的研发、生产和销售，经历了视频监控行业多次技术升级迭代，积累了完整和全面的视频监控技术和丰富的产品开发经验。公司经过多年的发展，不论在研发实力、产品创新、专业制造、产品品质以及产品性价比方面均具有一定竞争优势。2015 年，公司由原租赁厂房（建筑面积约 0.6 万平方米）搬入目前的现代化新建厂区（厂房建筑面积 5 万平方米），企业形象得到较大的提升。在保持后端产品优势的前提下，前端产品的研发生产能力得到了较大提升，可以更好地满足客户的多样化需求。

2015 年开始公司产能相关的设备投入变化如下表所示：

年份	生产线	对应设备
2015 年以前	PCBA 加工：3 条 SMT 线+1 条 DIP 线	印刷机*3、贴片机*3、回流炉*3、波峰焊*1
	摄像机整机：1 条组测线	流水线*1、电脑*5、螺丝机*15
	录像机整机：2 条组测线	流水线*2、电脑*8、螺丝机*24
	整机包装：1 条包装线	流水线*1、电脑*2、打印机*2
2015 年-2017 年	PCBA 加工：6 条 SMT 线+2 条 DIP 线	印刷机*6、贴片机*6、回流炉*6、波峰焊*2、自动光学检测仪*4
	摄像机整机：4 条组测线	流水线*4、电脑*20、螺丝机*60、洁净室*1
	录像机整机：2 条组测线	流水线*2、电脑*16、螺丝机*24
	整机包装：2 条包装线	流水线*2、电脑*4、打印机*4、打包机*2

公司综合实力的进一步提升增加了客户的认可度和信任度，Swann 逐步将其套装订单转移至公司生产，由于 Swann 销售规模较大，相应对其销售规模快速提升。

2020 年 3 月，公司通过华为技术有限公司（以下简称“华为公司”）的供应商评审，成为其 JDM（联合开发）供应商，也一定程度反映了公司的竞争优势。

2、Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的原因分析

（1）营业收入下滑原因分析

在视频监控消费类市场，价格竞争是品牌商扩大市场份额的常用方法。同时，视频监控产品作为智能家居产品的重要接入口之一，被众多企业看好，导致行业内竞争较为激烈。Swann 未采取较为激进的销售策略，视频监控产品销售毛利率保持在 23%-25% 之间，营业收入相应出现下降。

同时，2019 年 9 月开始，出口美国的后端录像机亦被加征关税，低分辨率同轴高清产品的终端价格上调，失去了性价比优势，对应的市场需求萎缩，Swann 对相关产品的销售额下降，营业收入因而下降。

（2）业绩持续亏损原因分析

①Swann 各年业绩亏损原因分析

Swann 自发行人采购的产品具有较高的盈利空间，其持续亏损主要是智能家居产品及相关平台研发投入所致。

一方面，中介机构在实地走访 Swann 销售渠道时，将在售型号与安联锐视出库型号进行了匹配，并获取了终端销售价格（获取了 8 个产品型号的价格，经核对，同款或类似款式的产品，在终端销售价格一般高于或者等于网络销售平台价格），经对比终端销售价格和出厂价格，溢价率（终端销售价格/出厂价）较高，大部分在 200% 以上，即安联锐视产品销售给品牌商后，品牌商销售给商场、超市，然后商场、超市销售给最终用户的整个交易链条中，品牌商和商场、超市拥有较高的盈利空间。

另一方面，中介机构查询了 Swann 产品在美国、英国、亚太地区、墨西哥的网络销售平台以及 Swann 官网（面向全球销售）的线上销售情况（获取了约 300 个价格），经对比网络平台销售价格和出厂价格，溢价率（网络平台销售价格/出厂价）较高，大部分在 300% 左右，具有较高的盈利空间。

根据英飞拓公开披露的各年度年报、年报问询函回复等信息，以及公司通过合作关系了解到，2015-2018 年，Swann 把智能家居业务作为重点发展方向，将产品线由消费类视频监控产品扩展至智能家居套装产品 SwannOne，包括报警器和家电控制、温度控制、能源管理智能盒等。但是，智能家居套装产品未能达到销售预期，形成了较大的产品库存，处理积压库存形成了损失，影响了当期利润。同时，对于智能家居套装产品和云服务平台的投入较多，形成了大额研发、市场

推广费用支出，也对盈利水平造成了负面影响。

2019 年 Swann 亏损 3,331 万元，主要是美国对其进口产品加征约 500 万美元关税（不包含由公司承担的部分），导致采购成本大幅增长。2019 年，尽管 Swann 调整了产品结构，大力推广中高端产品，但下游用户需要一个适应和消化的过程，中高端产品增幅有限，无法完全消化加征关税所带来的不利影响。

②未来盈利状况分析

经 Swann 书面确认**及英飞拓 2020 年半年度报告显示**：Swann 通过物联网平台（IoT）、手机 App 的项目开发、新产品计划的执行以及销售渠道的维护和开发等经营改善举措，2020 年上半年，Swann 在全球市场的营业收入增长 **14.37%**，并预计在 2020 年下半年将保持持续增长的态势。同时，自 2020 年 1 月起，公司开始通过第三方天彩影像有限公司所属越南组装加工厂向 Swann 的美国市场供货，以合理规避加征关税。此外，公司已筹备在泰国成立生产型子公司，目前已通过泰国 BOI（投资促进委员会）的投资申请，预计 2020 年第四季度完成泰国子公司的注册。泰国子公司的设计产能为录像机 12.99 万台，摄像机 58.63 万台，将优先安排北美客户的订单在泰国生产。公司通过建立境外生产基地，将有效降低贸易摩擦、加征关税等对 Swann 和公司双方经营业绩的影响。

③Swann 出现阶段性亏损，并不是个例

北美消费类监控产品的主要品牌有 Arlo、Nest（Google 旗下品牌）、Ring（亚马逊旗下品牌）、Swann、Lorex、Wisenet、Nightowl、Q-See、Tp-link、D-link、Defender、Amcrest、Ezviz（海康旗下品牌）等。其中，美国纽约证券交易所上市的无线智能安防企业 Arlo，在北美视频监控消费类市场销售额排名第一，也存在亏损情况。

视频监控消费类市场与传统的工程类市场相比，市场形成期短、规模较小，需求增长稳定。根据中国安防网数据，我国民用安防市场约占安防市场总产值的 6%，世界平均水平约为 10%。移动互联网的普及和大数据、人工智能等新技术的开发应用，产生了智慧家庭等诸多应用场景，使视频监控消费类市场可以与智能家居市场相融合，从而拓展出巨大的市场空间。根据中商产业研究院的数据预测，预计 2020 年后智能安防将创造一个千亿级市场。部分互联网企业进入视频监控消费类市场，以获取智能家居市场的接入端口，扩大消费群体。如亚马逊、Google、

Netgear（世界知名路由器企业）分别设立或收购 Ring、Nest、Arlo 等无线智能安防企业，以工程类产品为主的安防龙头企业海康威视、大华股份也分别以萤石、乐橙品牌进入消费类市场，2018 年 2 月，大华股份收购了处于亏损状况的消费类安防品牌商 Lorex。众多企业涌入现阶段容量较小的视频监控消费类市场，使市场竞争更为激烈，导致各品牌商的利润水平普遍不高甚至出现亏损。但是，基于对视频监控消费类市场未来前景的乐观预期以及智能家居市场的巨大潜力，各品牌商容忍业务投入期亏损，愿意牺牲短期利益以维护和扩大品牌影响力，换取未来更大的市场份额。根据公开披露的数据，大华股份旗下的 Lorex 截止 2019 年 12 月 31 日的总资产金额为 9.77 亿元，净资产金额为-2.17 亿元，仍在持续投入。海康威视旗下的萤石品牌消费类业务，在经历了多年亏损后才于 2017 年实现盈利。

（二）2019 年在对其他主要客户销售金额大幅下滑的情形下发行人对 Swann 保持大额销售且毛利率大幅增长的合理性

与 2018 年相比，公司 2019 年主要客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度				2018 年度	
	销售金额	毛利率	金额变动比例	毛利率变动百分点	销售金额	毛利率
Swann	31,853.62	20.56%	-12.77%	6.16	36,518.63	14.40%
韩华泰科	9,889.12	22.11%	-37.03%	4.74	15,705.43	17.37%
Lorex	4,839.47	24.35%	-59.22%	1.97	11,866.70	22.38%
Harbor Freight Tools	2,484.53	21.82%	-31.70%	-0.32	3,637.65	22.14%
合计	49,066.74	-			67,728.41	-

从上表可知，除 Harbor Freight Tools 毛利率略有下降外，Swann 与其他主要客户销售收入和毛利率变动趋势保持一致。

1、毛利率变动合理性分析

2019 年，除 Harbor Freight Tools 毛利率略有下降外，Swann 与其他主要客户毛利率均呈上升趋势，主要原因包括以下几个方面：

（1）主要客户调整产品销售结构，实现产品升级

受美国加征关税的持续影响，公司前后端产品均纳入征税商品清单，北美客户采购成本进一步增加，原有低毛利、高性价比的产品终端价格上调，失去了性

价比优势，市场需求萎缩，导致公司出口美国的相关低毛利产品收入下滑，除 Lorex 和 Harbor Freight Tools 外，其他上述客户积极调整产品销售结构，实现产品升级，带动了毛利率快速提升。

2019 年，套装产品模拟拆分后，公司向 Swann 销售的前后端产品结构变动情况如下：

产品名称	分辨率（像素）	产品结构占比	
		2019 年	2018 年
前端产品	200 万	64.20%	73.23%
	400 万	13.52%	16.10%
	800 万	22.28%	10.67%
	合计	100.00%	100.00%
后端产品	200 万	68.15%	75.93%
	400 万	5.23%	16.45%
	800 万	26.62%	7.62%
	合计	100.00%	100.00%

从上表看，公司向 Swann 销售产品的分辨率明显提高，带动了销售毛利率上升。

（2）主要原材料采购价格下降，带动产品单位成本下降

报告期内，原材料价格波动对公司主营业务成本的变化起主导作用。公司原材料主要包括集成电路（以主要芯片为主）、结构件、电源、PCB 板、线材、电容等，其中 2019 年主要芯片和电容等原材料采购价格下降幅度较大，直接影响了公司产品单位成本，进而影响到公司产品毛利率。

2019 年，主要芯片和电容采购价格变动如下：

单位：元/个

项目	明细	2019 年		2018 年
		采购价格	变动比例	采购价格
集成电路	主要芯片	15.51	-12.52%	17.73
电容	-	0.0195	-68.40%	0.0617

注：主要芯片包括主控芯片、图像处理芯片、图像传感器芯片及 DDR 存储芯片等。

从上表看，原材料主要芯片和电容采购价格下降，相应消耗的单位成本下降，由于主要芯片和电容在产品单位成本中的占比合计较高，从而对产品单位成本影响较大。

(3) 2019 年美元对人民币汇率呈现上升趋势，对公司毛利率产生了正面影响

公司产品以海外销售为主，且主要以美元计价。当美元对人民币的汇率波动时，公司海外销售产品的收入折算成人民币的价格也会随之波动，会在一定程度上影响公司的毛利率水平。2019 年美元对人民币汇率呈现上升趋势，按照每月初美元对人民币汇率加权平均计算，2019 年度美元对人民币汇率较 2018 年度上升幅度为 4.27%，对公司毛利率产生了正面影响。

Lorex2019 年毛利率提升幅度不大，主要是由于客户对高分辨率、高规格产品的采购比例有所下降所致；Harbor Freight Tools2019 年毛利率略有下降，主要是由于客户仍以 200 万低分辨率同轴高清产品采购为主，受产品更新换代影响，产品毛利率水平出现下降。

2、2019 年销售收入变动合理性分析

受美国加征关税的持续影响，公司前后端产品均纳入征税商品清单，原有低毛利、高性价比的产品终端价格上调，失去了性价比优势，导致出口美国的产品销量下降。

Swann 和其他主要客户均有产品在美国市场销售，因此受到了冲击，销售收入下滑。其中 Swann 积极调整销售策略，大力推广高端产品，实现自身产品升级；同时 Swann 积极开发除美国以外的市场，使得对非美国市场的销售收入同比增长 28.88%。因此，尽管 Swann 采购规模出现下降，但下降幅度相对较小，保持了相对较高的销售金额。同时，消费类品牌商主要通过外部的商超渠道销售，商超渠道进入一般采用年度招投标方式，新进入或者失去重要商超渠道将大幅改变现有消费类品牌商之间的市场份额结构。Swann 长期通过 Bestbuy、Frys Electronics、Amazon、Lowes 大型商超渠道销售，这些渠道分布数量多、销售能力强，使其销售规模可以维持较高的水平。2020 年 1-6 月，公司向 Swann 销售金额为 14,704.93 万元。

韩华泰科为规避美国加征关税带来的持续不利影响，对采购方式做出了重大调整，将采购产品变为采购组件发往越南工厂组装后再出口美国市场。由于韩华泰科在越南工厂的生产线准备期较长，以及双方业务衔接具有一定的磨合期，影响了正式投产运营的时间和效率，影响了韩华泰科对公司的全年采购规模。

公司客户 Lorex 的控股方大华股份内部战略调整，Lorex 与公司继续在 200 万像素无线电池套装产品上保持稳定合作，非无线电池产品订单大幅向其母公司大华股份转移，从而导致公司对其销售金额有所下降。

2019 年，Harbor Freight Tools 销售收入较上年同期下降，主要原因是该客户采购的监控产品种类单一、更新换代慢，目前仅销售 200 万像素同轴高清套装和摄像机产品，与其他采购 200 万像素的客户相比，该客户要求配备的功能单一，只具有视频监控基础功能，无红外感应报警、小白光报警、红蓝灯报警、低照全彩等附加功能。因此，该客户监控产品的销售收入受其自身的销售策略影响而下降。

综上所述，除 Harbor Freight Tools 毛利率略有下降外，Swann 与其他主要客户销售收入和毛利率变动趋势保持一致，各主要客户销售收入和毛利率具体变动比例差异与自身销售策略、市场竞争力等因素有关，变动差异具有商业合理性。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/①Swann 销售金额波动的原因”对相关内容进行了披露。

二、披露报告期内发行人对 Swann 的相关销售是否实现最终销售

1、经 Swann 电子邮件回复确认，2017 年-2020 年 1-6 月 Swann 向发行人采购的后端产品总数约为 88.48 万台，实现销售数量约为 86.60 万台，实现销售比例为 97.88%，备货库存比例较低，基本实现最终销售。同时，Swann 向发行人提供其 2018 年、2019 年、2020 年 1-8 月份所有的下游客户渠道情况，以及各个渠道的销售数量情况，其下游客户主要分布于北美、澳大利亚和英国，销售规模较大，远高于向发行人采购数量。

2、根据公司与 Swann 签订的销售合同，公司向 Swann 销售属于买断式销售，除非产品质量问题，否则不予退货。在实际操作中，由于公司产品以海外销售为主，产品运输时间较长（由于航线原因，美西地区一般 16 天左右到港，美东地区一般 30-33 天到港），为避免产品到达客户以后出现质量问题产生更高的退换货运输成本，一方面，品牌商会派出代表对出库产品进行检验，以确保所发出产品符合质量要求，另一方面，公司每年向 Swann 提供销售金额 1%的折扣。报告期内，Swann 不存在退货的情况。

3、2019年3月和2020年1月，保荐机构分别对Swann进行了现场实地访谈和发送电子邮件核查程序。现场实地访谈时，被访谈人为Swann公司财务总监，访谈地点在美国洛杉矶经营总部。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。保荐机构同时实地走访了Swann产品仓库，以及位于北美市场的下游销售渠道，向销售人员了解Swann产品的出货情况以及Swann主要销售渠道的分布情况，验证了客户销售安联锐视制造产品以及客户销售渠道的真实性。

4、Swann主要采取以销定采的采购策略，库存规模合理，同时结合Swann对外销售发行人产品销量与发行人向其销售的数量对比，确认不存在期末为发行人刻意压货、囤货等情况。

5、英飞拓2018年年报问询函回复公告公开披露了对Swann审计情况：“立信会计师根据重要性水平抽取样本执行了细节测试，检查了相应的原始单据如发票、发货单等；对收入执行了截止性测试，确认不存在跨期确认收入情况；收入确认合理”。

6、Swann母公司英飞拓董事长刘肇怀（原实际控制人）接受微信电话访谈，其确认Swann与发行人之间的交易不存在相关利益安排，中介机构对相关语音访谈进行了录音，刘肇怀对访谈记录进行了签字确认。

英飞拓出具了《确认函》：英飞拓与安联锐视及其控股股东、实际控制人之间不存在任何利益输送的协议，即在Swann根据市场及其经营情况向安联锐视正常发出订单前，不存在提前约定Swann向安联锐视采购安防视频监控产品的采购额（指：为协助安联锐视完成固定销售目标而不顾市场实际需求大量积压存货）或相关利益安排。

综上所述，报告期内公司对Swann的产品销售基本实现最终销售。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/①Swann销售金额波动的原因”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人、申报会计师就上述事项进行核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、客户访谈

2019年3月和2020年1月，保荐机构分别对Swann进行了现场实地访谈和发送电子邮件核查程序。现场实地访谈的被访谈人为Swann 时任财务总监 **Jason Carrington**，访谈地点在美国洛杉矶 Swann 经营总部。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。

保荐机构实地走访了 Swann 产品仓库，同时实地走访了位于北美市场的下游销售渠道，具体包括：

(1) Bestbuy (5 家门店，分别为：位于加拿大多伦多市，具体地址为 2-50 Ashitonbee Rd Toronto On M1L 4R5 和 480 Progress Ave Toronto On M1P 5J1；位于美国洛杉矶市，具体地址为 6000 Sepulveda Blvd Culver City, CA90230、12118 Lakewood Blvd Downey ,CA 90242 和 17545 Gale Ave City of Industry, CA91748)、(2) Fry' s Electronics (位于美国洛杉矶市，具体地址为 13041 N crossroads Pkwy City of Industry, Ca91746)、(3) Lowes (位于美国洛杉矶市，具体地址为 17789 Castleton St City of Industry, Ca 91748)、(4) Home Depot (位于加拿大多伦多市，具体地址为 428 Ellesmere Road Scarborough, On M1R 4E6)、(5) Micro Centre (位于美国洛杉矶市，具体地址为 1100 E Edinger Ave, Tustin, CA 92780)。

保荐机构向销售人员了解了 Swann 产品的销售情况以及其销售网络的分布情况，对 Swann 的在售产品型号与发行人出库产品型号进行核对。发行人出库型号系产品出库时 ERP 系统根据产品制造单自动生成的内部型号，为了保证产品出货后的可追溯性，发行人会在下达生产计划时生成的产品制造单中备注客户产品型号。因此，客户销售的商超型号与发行人出库型号存在不一致的情况，但与发行人 ERP 系统生成的产品制造单中备注的客户产品型号保持一致。保荐机构随机选取的产品型号与发行人出库型号对比如下：

品牌	商超型号	发行人出库型号	图片
Swann	SWDVK-855804-CA	DVR:RS-D3108BJ-ND-SW 摄像机: RS-CA248TCC-36W-PIR-SW	
Swann	SWDVK-445804V-CA	DVR:RS-D1104AG-ND-TF-SW 摄像机: RS-CA228NKS-36W-PIR-SW	
Swann	SWDVK-445802V-CA	DVR:RS-D1104AG-ND-TF-SW 摄像机: RS-CA228NKS-36W-PIR-SW	
Swann	SWDVK-849804-US	DVR:RS-D3108BJ-ND-SW; 摄像机: RS-CA255NUC-36W-PIR-SW	
Swann	SWNVK-1685816-US	NVR:RS-N5816BK-P-SW; 摄像机: RS-CH242H3CC-36PW-M-PIR-SW	
Swann	SWNVK-1685808-US	NVR:RS-N5816BK-P-SW; 摄像机: RS-CH242H3CC-36PW-M-PIR-SW	
Swann	SWDVK-845804	DVR:RS-D1108AG-ND-T-SW; 摄像机: RS-CA228NKS-36W-PIR-SW	

Swann	SWDVK-849808	DVR:RS-D3108BJ-ND-SW; 摄像机: RS-CA255NUC-36W-PIR-SW	
-------	--------------	--	---

2、Swann 已通过邮件方式向发行人提供了对外销售安联锐视产品的数量，保荐机构通过双向核对的方式，确认了发行人向 Swann 销售数量与 Swann 对外销售发行人产品的数量差异 **2.12%**，系客户少量备货所致。

3、保荐机构独立向 Swann 发询证函，询证函列示了发行人与客户在报告期内的产品销售金额和各期末的往来款项余额，Swann 回函金额相符。

4、保荐机构取得客户与公司经办人员的业务往来邮件，核实发行人与 Swann 业务合作的真实性。

5、保荐机构查阅并取得了报告期各期发行人对 Swann 销售收入明细表，结合客户订单和访谈情况，分析收入变动分析及其合理性。

6、保荐机构独立登录中国电子口岸报关系统，取得发行人报告期内对客户 Swann 销售的所有报关单明细和汇总资料，同时进一步取得了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，收入确认准确。

7、保荐机构对报告期内发行人向客户 Swann 销售收入的真实性进行了核查，重点抽取了对客户的销售收入记账凭证，检查收入确认相关的销售合同、销售订单、发货单、报关单、提运单、发票、银行收款凭证等资料，核对了其金额、出库日期、发票日期、发票号、报关单号、出口日期、回款日期、回款金额等信息，收入确认真实、准确；取得 Swann 对外销售安联锐视产品的情况，与其采购安联锐视产品情况相匹配。

8、核查发行人期后退货情况

保荐机构检查了发行人存货进出记录，并在访谈中对客户是否存在退换货以及退货金额进行了确认。经核查，报告期内 Swann 不存在退货情况。

9、核查并获取主要客户的基本资料

保荐机构通过走访、互联网查询、查阅中信保的境外客户资信报告等方式核查了 Swann 的基本资料，了解客户基本情况、市场地位、主营业务、股权结构等基本信息，取得了由发行人境外客户提供的商业注册资料等和无关联关系声明，发行人与客户不存在关联关系。

10、保荐机构获取并查询了 Swann 母公司英飞拓 2014 年以来的各年度报告和其他公开资料，了解 Swann 的业务构成、亏损原因、改善业绩的具体措施等。

11、取得了母公司英飞拓及其董事长出具的相关确认文件

Swann 母公司英飞拓董事长刘肇怀（原实际控制人）接受微信电话访谈，其确认 Swann 与发行人之间的交易不存在相关利益安排，中介机构对相关语音访谈进行了录音，刘肇怀对访谈记录进行了签字确认。

英飞拓出具了《确认函》：英飞拓与安联锐视及其控股股东、实际控制人之间不存在任何利益输送的协议，即在 Swann 根据市场及其经营情况向安联锐视正常发出订单前，不存在提前约定 Swann 向安联锐视采购安防视频监控产品的采购额（指：为协助安联锐视完成固定销售目标而不顾市场实际需求大量积压存货）或相关利益安排。

经核查，保荐机构认为：

1、Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损具有合理的商业背景，剔除加征关税因素影响，其盈利状况在 2019 年已经明显向好；作为北美市场重要的消费类安防产品品牌商，Swann 具备大批量采购和消化产品的能力，2016 年-2018 年公司向其持续大额销售与其业务规模相匹配，具备合理性；2019 年 Swann 与其他主要客户销售收入和毛利率变动趋势方面保持一致，各主要客户销售收入和毛利率变动比例差异与自身销售策略、产品结构、议价能力等因素有关，变动差异具有商业合理性。

2、报告期内，发行人对 Swann 的产品销售基本实现最终销售。

四、请保荐人在《保荐工作报告》中说明对发行人实际控制人及主要近亲属人员与英飞拓及其子公司的主要股东、董监高是否存在大额资金往来、是否存在约定销售额或相关利益安排等事项的核查过程、方法、结论。

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、保荐机构对报告期内实际控制人及主要近亲属（包括配偶、子女）银行流水进行了核查，确认与英飞拓及其子公司 Swann 的主要股东、董监高之间不存在资金往来的情况；

2、保荐机构访谈了发行人实际控制人、英飞拓原实际控制人（现担任英飞拓法定代表人、董事长）、Swann 高管等相关人员，相关方确认不存在大额资金

往来，不存在约定销售额或相关利益安排等事项；

3、保荐机构取得了发行人实际控制人及主要近亲属、英飞拓及其子公司 Swann 分别出具的无关联关系和任何利益输送承诺函，确认文件真实、有效。

经核查，保荐机构认为：

发行人实际控制人及主要近亲属人员与英飞拓及其子公司的主要股东、董监高不存在大额资金往来、不存在约定销售额或相关利益安排等事项。

保荐机构已在《保荐工作报告》中说明对发行人实际控制人及主要近亲属人员与英飞拓及其子公司的主要股东、董监高是否存在大额资金往来、是否存在约定销售额或相关利益安排等事项的核查过程、方法、结论，并发表了明确核查意见，认为发行人实际控制人及主要近亲属人员与英飞拓及其子公司的主要股东、董监高不存在大额资金往来、不存在约定销售额或相关利益安排等事项。

问题 2 关于客户韩华泰科

2016-2019 年发行人向韩华泰科销售收入分别为 6,451.72 万元、24,267.87 万元、15,598.63 万元、6,013.85 万元，主要产品毛利率分别为 25.13%、22.15%、17.42%、24.24%。请发行人：（1）披露 2017 年发行人对韩华泰科销售额大幅增长的原因及合理性，与韩华泰科最近 3 年的主要财务数据是否匹配，发行人占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上的原因及合理性；（2）披露韩华泰科在越南设立工厂以后，发行人与其合作模式是否发生改变，未来发行人对其销售金额是否会持续下滑；（3）披露报告期内发行人对韩华泰科的相关销售是否实现最终销售。请保荐人、申报会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、披露 2017 年发行人对韩华泰科销售额大幅增长的原因及合理性，与韩华泰科最近 3 年的主要财务数据是否匹配，发行人占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上的原因及合理性；

（一）披露 2017 年发行人对韩华泰科销售额大幅增长的原因及合理性，与韩华泰科最近 3 年的主要财务数据是否匹配

1、韩华泰科供应商变化情况及销售渠道情况

韩华泰科的前身为天津三星泰科光电子有限公司（以下简称“三星泰科”），系韩国三星集团安防业务的核心企业，三星安防品牌在全球安防市场享有较高的

知名度。公司自 2014 年起与三星泰科建立合作，向其提供模拟标清录像机。2016 年，三星集团将安防业务整体转让给韩华集团，三星泰科更名为韩华泰科。

韩华泰科的消费类产品业务采用天津工厂自产加外部 ODM 产品补充的方式，其供应商变化过程如下：

2015 年，套装产品以天津工厂自产为主，部分款型同轴高清套装由深圳市三辰科技有限公司（以下简称“三辰科技”）供应前端、公司供应后端作为补充。2016 年，韩华泰科改为天津工厂自产与公司供应前后端相结合方式，公司替代三辰科技同时供应前后端产品。2017 年，天津工厂逐渐停产套装产品，消费类套装产品逐步转由公司生产。2018 年-2019 年，韩华泰科对主要销售渠道 Sam's Club（山姆会员店）销售的消费类套装产品全部由公司生产。

韩华泰科消费类产品主要销往美国，在美国的主要销售渠道是沃尔玛超市集团旗下的 Sam's Club，通过年度招标方式保持合作。除 Sam's Club 外，韩华泰科在韩国通过 Costco 超市销售，在欧洲、中东和澳大利亚通过当地销售渠道销售，销售规模不大。

2、2017 年发行人对韩华泰科销售额大幅增长的原因及合理性

（1）2015 年后，双方合作深入，交易金额逐步加大。随着公司推出多款高性价比消费类产品，在性价比、产品更新速度等方面优于韩华天津工厂自产产品。为了保持消费类产品在市场的竞争力，韩华泰科天津工厂自 2017 年起逐渐停止生产消费类套装产品，由公司为其生产。2017 年开始，为降低运营成本，韩华集团做出战略调整，准备关闭韩华泰科天津工厂，逐步将相关产业转移至越南加工厂。2019 年，韩华泰科天津工厂彻底关闭。

同时，根据收购约定，韩华泰科可以使用“Samsung”商标至 2017 年 12 月 31 日。为充分发挥三星品牌优势，在商标许可使用期获得较大收益，韩华集团加大了对消费类监控业务的投入，包括在终端市场的营销投入和产品规划投入。

（2）韩华泰科隶属于韩华集团。韩华集团是韩国的第八大企业集团，2019 年营业收入 443 亿美元，列 2019 年世界 500 强企业第 261 位。韩华泰科的消费类视频监控业务在集团内处于非常弱势地位，安联锐视在其供应商体系中也属于交易金额较小的。由于韩华集团内部具有较为严格的数据管控措施，公司向韩华泰科获取其主要财务数据和安联锐视相关产品的最终销售数据非常困难。经过多

次沟通协商后,韩华泰科提供了 2016 年至 2019 年向其主要销售渠道 Sam' s Club 销售的产品数量,公司向韩华泰科销售产品与韩华泰科向 Sam' s Club 销售的产品型号、数量对比情况如下表所示:

2016 年相关情况:

2016 年度				
产品类别	对应公司产品型号	公司对韩华泰科销量	韩华泰科销售型号	通过 Sam's Club 销售数量
200 万 8 路同轴高清套装	RS-D1108FD-N-ST-DK 套装 4 个 RS-CA282NC-36W-ST	48,578	SDH-B74041N/UC	43,013
200 万 8 路同轴高清套装	RS-D1108FD-N-ST-EK 套装 8 个 RS-CA282NC-36W-ST	4,640	SDH-B74081N/UC	4,409
100 万 4 路同轴高清录像机	RS-D9804FD-E	11,753	SDH-B3040N/US	20,200
合计		64,971		67,622

报告期内相关情况 (2017 年-2019 年):

2017 年度				
产品类别	对应公司产品型号	公司对韩华泰科销量	韩华泰科销售型号	通过 Sam's Club 销售数量
200 万 8 路同轴高清套装	RS-D1108FD-N-ST-EK 套装 8 个 RS-CA282NC-36W-ST	44,803	SDH-B74081N/UC	38,242
200 万 8 路同轴高清套装	RS-D1108FD-N-ST-DK 套装 4 个 RS-CA282NC-36W-ST	31,666	SDH-B74041N/UC	31,418
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-HW-AK 套装 4 个 RS-CH281SC-W-36W-HW	35,125	SNK-B73040BWN/UC	29,886
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-NR-ST-AK 套装 10 个 RS-CA292NC-S-36W-ST	34,075	SDH-C85100BFN/UC	27,139
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-NR-ST-CK 套装 4 个 RS-CA292NC-S-36W-HW	23,567	SDH-B84040BFN/UC	18,184
200 万 16 路同轴高清套装	RS-D1116FD-NRHW-CK 套装 8 个 RS-CA282NC-36W-ST	8,020	SDH-ST581N/UC	7,800
合计		177,256		152,669
2018 年度				
产品类别	对应公司产品型号	公司对韩华泰科销量	韩华泰科销售型号	通过 Sam's Club 销售数量
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-BK 套装	24,503	SDH-C84085BF/CUS	21,836
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-AK 套装	25,502	SDH-B84045BF/CUS	19,742
500 万 8 路同轴高	RS-D2108FD-NR-ST-CK 套装	2,483	SDH-B84040B	4,038

清套装			FN/UC	
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-WD-HW-AK 套装	20,166	SNK-B73041B W/CUS	19,455
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-HW-AK 套装	2,595	SNK-B73040B WN/UC	3,182
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-N-HW-AK 套装	18,872	SDH-C85105B F/CUS	14,206
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-NR-ST-AK 套装	7,415	SDH-C85100B FN/UC	7,974
200 万 8 路同轴高清套装	RS-D1108FD-N-ST-EK 套装	3,838	SDH-B74081N /UC	7,384
		105,374	合计	97,817
2019 年度				
产品类别	对应公司产品型号	公司对韩华泰科销量	韩华泰科销售型号	通过 Sam's Club 销售数量
800 万 3.6 定焦同轴高清摄像机	RS-CA248NUL-36B-HW-AK	22,216	SDC-99447BF Q/KUS	22,143
200 万 3.6 定焦同轴高清摄像机	RS-CA228NUL-36W-HW-BK	12,815	SDC-79446BF Q/KUS	12,800
800 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D3108FD-N-HW-EK	7,722	SDR-943071T/KUS	7,711
800 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D3108FD-N-HW-FK	7,248	SDR-943072T/KUS	7,216
200 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D1108FD-N-HW-CK	6,404	SDR-743061T/KUS	6,400
500 万 3.6 定焦同轴高清摄像机	RS-CA256NUL-36W-HW-BK	-	SDC-89445BF Q/CUS	682
200 万 4 路网络高清套装	RS-H4504FD-N-W-HW-AK 套装	15,216	SNR-73207W1 T/KUS	14,579
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-WD-HW-BK 套装	5,355	SNR-73201W1 T/CUS	7,837
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-NW-HW-BK 套装 RS-D2116LD-N-HW-CK 套装	7,206	SDR-853072T/KUS	7,139
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-AK 套装	-	SDH-B84045B F/CUS	3,622
500 万 16 路同轴高清套装	散件出货	4,770	SDH-C85127B F/VUS	3,286
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-N-HW-AK 套装	7	SDH-C85105B F/CUS	2,956
800 万 8 路同轴高清套装	散件出货	6,860	SDH-B94047B F/VUS、	4,384

			SDH-C94087B F/VUS	
500 万 8 路同轴高 清套装	RS-D2108FD-N-HW-BK 套装	-	SDH-C84085B F/CUS	1,936
200 万 4 路网络高 清套装	散件出货	9,748	SNK-B73047B W/VUS	1,376
合计		105,567		104,067
报告期内合计		388,197		354,553

注：2019 年，由于公司下半年开始以散件形式发往韩华泰科越南加工厂，ERP 系统中无对应的产品整机型号；为增强与韩华泰科对外销售数据的可比性，公司根据单台整机 BOM 单（物料构成清单），模拟测算散件组装后的整机数量。

报告期内（2017-2019 年）各年度，公司向韩华泰科销售数量与韩华泰科通过 Sam' s Club 存在一定差异，主要原因为：（1）除主渠道 Sam' s Club 外，韩华泰科还通过其他中小渠道销售；（2）从韩华泰科采购公司产品到最终实现销售需要一定的时间周期（海运时间 16-33 天左右，销售时间 60 天左右）。

报告期内，通过对比公司向韩华泰科销售数量总和（388,197 套/个）与韩华泰科通过 Sam' s Club 销售数量总和（354,553 套/个），韩华泰科自公司采购产品基本已实现最终销售。公司向其销售产品数据与其自身销售规模相匹配。

通过对比 2016 年、2017 年公司向韩华泰科销售的产品数量，2017 年公司对韩华泰科销售额大幅增长具有合理性。

（二）发行人占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上的原因及合理性

报告期内，发行人占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上，具体原因及合理性分析如下：

1、从公司客户 Swann、韩华泰科、Lorex、Worldwide Marketing 的供应商结构变化情况来看，均为一家主供应商占同类采购金额 50%以上，并出于供应安全和议价地位考虑配备 1-2 家次要供应商。公司作为韩华泰科消费类产品的主供应商，占其采购金额 80%以上具有合理性。

2、由于韩华泰科主要通过沃尔玛旗下 Sam' s Club 销售产品，所销售产品型号在一定产品周期内相对集中，主要由一家供应商供货效率更高，更具有经济性。

综上所述，报告期内，公司占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上系正常的商业行为，具有合理性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/②韩华

泰科销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

二、披露韩华泰科在越南设立工厂以后，发行人与其合作模式是否发生改变，未来发行人对其销售金额是否会持续下滑；

韩华泰科在越南设立工厂后，公司发往韩华泰科的产品由原来的整机变成待组装的产品部件，具体部件包括：PCBA 半成品、前壳组件、后壳组件、贴纸，螺丝，硅胶圈，散热风扇，电源供应器、包材等，其中 PCBA 半成品、前壳组件、后壳组件均由公司加工完成，涉及到的产品技术方案设计、原材料采购以及 SMT 贴片、回流焊接、插件、波峰焊接、IPQC（制程控制）、PCUA 测试重要工序仍由公司完成，越南工厂只是进行简单的组装、成品测试和包装工序。因此，双方的业务合作仍以 ODM 模式进行。

2018 年起，韩华泰科使用自有新品牌“Wisenet”销售视频监控产品，在品牌切换期间，由于韩华泰科对新品牌宣传推广投入不够，2018 年其产品销售额在终端市场的销售额下滑，导致公司对其销售额相应下降。2019 年，韩华泰科为规避美国加征关税带来的持续不利影响，对采购方式做出了重大调整，将采购产品变为采购组件发往越南工厂组装后再出口美国市场。由于韩华泰科在越南工厂的生产线准备期较长，以及双方业务衔接具有一定的磨合期，影响了正式投产运营的时间和效率，进一步影响了韩华泰科对公司的全年采购规模。

2020 年，受当地运营成本较高、产业链配套不完善等多重因素影响，韩华泰科的越南工厂未达到预期效益。同时，韩华泰科在年度投招标中未能与美国市场主要渠道商 Sam’ s Club 达成 2020 年度合作协议，其 Sam’ s Club 的销售渠道被 Swann 和 Lorex 等同行企业取代，使其 2020 年上半年在美国的市场份额大幅下滑，公司向其销售金额为 1,007.94 万元，对韩华泰科的销售发生了重大不利变化。未来若韩华泰科重新开拓较大的市场渠道，公司对其销售额也会相应回升。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/②韩华泰科销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

三、披露报告期内发行人对韩华泰科的相关销售是否实现最终销售。

1、经韩华泰科电子邮件回复确认，**2017 年-2019 年**韩华泰科向公司采购的产品总数为 388,197 套/个，实现销售数量为 354,553 套/个，基本实现最终销售。

2、2019 年以前，按合同约定，公司将产品发往韩华泰科经营所在地天津，经客户签收（验收）合格，并于每月下旬与客户进行对账确认，双方对账无误后，开票并确认收入。2019 年以后，因集团内部业务调整需要，韩华集团将民用安防业务由韩华泰科转移到 Hanwha 和 Hanwha Vietnam，因此公司产品发往地由境内改为境外，收入确认以产品报关单日期作为收入确认时点。上述销售属于买断式销售，除非质量问题，否则不予退货。2019 年，韩华泰科退货金额为 39.37 万元，占同期收入比例为 0.4%，主要是个别批次摄像机产品检测时出现视频黑点质量问题所致。公司对韩华泰科收入确认政策与同行业上市公司保持一致，符合行业惯例。

3、2019 年 3 月和 8 月，保荐机构分别在深圳、韩国京畿道对韩华泰科进行了实地走访，被访谈人分别为采购中心次长和业务经理，访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。保荐机构实地走访了韩华泰科位于北美市场的下游销售渠道，向销售人员了解韩华泰科产品的出货情况，以及主要销售渠道的分布情况。对韩华泰科的在售产品进行了型号验证，与发行人出库产品型号一致。

4、韩华泰科主要采取以销定采的采购策略，通常保留 2 个月的安全库存，库存规模合理。

综上，报告期内，公司对韩华泰科的产品销售基本实现最终销售。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/②韩华泰科销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人、申报会计师进行核查并发表明确意见。

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、客户访谈

2019 年 3 月和 8 月，保荐机构分两次对韩华泰科进行了现场访谈核查，被访谈人为韩华泰科采购中心次长和业务经理，访谈地点分别在**国内办事处**深圳和**韩国总部**京畿道。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，

主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等；

保荐机构实地走访了韩华泰科位于北美市场的主要销售渠道 Sam's Club（位于美国洛杉矶市，具体地址为 5871 Firestone Blvd South Gate, CA 90280），保荐机构向销售人员了解了韩华泰科产品的销售情况以及 Sam's Club 的分布情况，对韩华泰科的在售产品进行了型号验证，与发行人出库产品型号对应的产品一致；

保荐机构随机选取的产品型号与发行人出库型号对比如下：

品牌	商超型号	发行人出库型号	图片
Wisenet	SDH-C85105BF	RS-D2116LD-N-HW-AK 套装	
Wisenet	SDH-C84085BF	RS-D2108FD-N-HW-BK 套装	
Wisenet	SNK-B73041BW	RS-H1104FD-N-WD-HW-AK 套装	

2、获取客户对外销售数据

经韩华泰科电子邮件回复确认，**2017 年-2019 年**韩华泰科向公司采购的产品总数为 388,197 套/个，实现销售数量为 354,553 套/个，基本实现最终销售；

3、保荐机构独立向韩华泰科发送询证函，询证函中列示了发行人与客户在报告期内的产品销售金额和各期末的往来款项余额，韩华泰科回函金额相符；

4、保荐机构取得客户与公司经办人员的业务往来邮件，核实发行人与韩华泰科业务合作的商业合理真实性；

5、查阅并取得了报告期各期发行人对韩华泰科销售收入明细表，结合客户

订单和访谈情况，分析收入变动分析及其合理性；

6、保荐机构独立登录中国电子口岸报关系统，取得发行人报告期内对客户韩华泰科销售的所有报关单明细和汇总资料，同时进一步取得了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，确认收入金额准确；

7、保荐机构对报告期内发行人向客户韩华泰科销售收入的真实性进行了核查，重点抽取了对客户的销售收入记账凭证，检查收入确认相关的销售合同、销售订单、发货单、报关单、提运单、发票、银行收款凭证等资料，核对了其金额、出库日期、发票日期、发票号、报关单号、出口日期、回款日期、回款金额等信息，收入确认真实、准确；

8、核查发行人期后退货情况

保荐机构检查了发行人存货进出记录，并在访谈中对客户是否存在退换货以及退货金额进行了确认。经核查，报告期内韩华泰科存在少量退货情况，一般是由品质问题、运输破损等造成无法销售的，占主营业务收入比例极低；

9、核查并获取主要客户的基本资料

保荐机构通过走访、互联网查询、查阅中信保的境外客户资信报告等方式核查了韩华泰科的基本资料，了解客户基本情况、市场地位、主营业务、股权结构等基本信息，取得了由发行人境外客户提供的商业注册资料等和无关联关系声明，发行人与客户不存在关联关系。

经核查，保荐机构认为：

1、2017 年，发行人向韩华泰科销售额大幅增长，以及公司占韩华泰科同类产品采购金额 80%以上具有合理的商业背景，相关业务数据的变动真实；

2、发行人与韩华越南工厂的合作模式未发生变化，仍采用 ODM 模式，受韩华泰科自身因素影响，发行人与韩华泰科的业务规模未来会出现下降；

3、报告期内，发行人对韩华泰科销售的产品基本实现最终销售。

问题 3 关于客户 Lorex

Lorex 为发行人第三大客户，报告期内发行人向其销售金额分别为 13,252.66 万元、11,866.70 万元、4,839.47 万元。公开资料显示，大华股份于 2018 年 2 月支付 5,241 万元取得 Lorex 100%股权，并确认商誉 3,607 万元。请发行人：

(1) 结合 Lorex 报告期内主要财务数据，披露发行人向其销售金额与其业务规模是否匹配；

(2) 披露发行人向 Lorex 销售金额在 2016 年前持续下降，2017 年又迅速增长的原因及合理性；

(3) 披露在竞争对手大华股份 2018 年 2 月收购 Lorex 的情形下，2018 年发行人向 Lorex 销售金额仍达 1.1 亿元的合理性；

(4) 披露报告期内发行人对 Lorex 的相关销售是否实现最终销售。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合 Lorex 报告期内主要财务数据，披露发行人向其销售金额与其业务规模是否匹配；

(一) Lorex 报告期内主要财务数据情况

由于 Lorex 属于 A 股上市公司大华股份的子公司，其经营数据未在大华股份公开资料中披露。经公司多次与 Lorex 沟通后，Lorex 认为其财务数据属于商业秘密且应遵守上市公司的信息披露管理制度，拒绝对外提供。

(二) 发行人向其销售金额与其业务规模是否匹配

Lorex 成立于 2000 年 1 月，原为美国红外热成像制造商 Flir Systems Inc. 旗下重要安防子品牌，提供各类安防产品，包括家用安防摄像头、DVR 等。2018 年，Flir Systems Inc. 将其出售给大华股份。经过近二十年的发展，Lorex 拥有非常成熟的管理团队、用户资源以及产品线，已成为北美市场重要的安防视频监控设备品牌商。根据公开信息查询得知，2017 年 Lorex 总收入为 1.4 亿美元。从公开财务数据和行业地位可知，客户具备大批量采购和消化公司产品的能力。

综上所述，Lorex 属于行业内知名品牌商，业务规模较大，相应对上游产品需求量较大。报告期内，公司向 Lorex 销售额保持在 Lorex 自身业务规模范围内。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/③Lorex 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

二、披露发行人向 Lorex 销售金额在 2016 年前持续下降，2017 年又迅速增长的原因及合理性；

(一) 发行人向 Lorex 销售金额在 2016 年前持续下降的原因

2014 年 Lorex 向公司主要采购为当时安防市场主流的模拟标清硬盘录像机。2015 年市场主流产品已经由“标清”向“同轴高清”转变，由于当时大华股份在同轴高清方面起步早，所以在标清产品切换同轴高清产品时，Lorex 转向采购大华股份生产的 720P/1080P（即 100 万/200 万分辨率）同轴高清产品。同年，Lorex 只向公司采购 24 路、32 路等多路数标清模拟产品，且采购量逐渐减少。

（二）发行人向 Lorex 销售金额在 2017 年迅速增长的原因

随着行业产品网络化、高清化进程不断加快，公司顺应市场潮流，也推出了具备市场竞争力的同轴高清产品和网络高清产品，产品市场竞争力提升；同时借助新投入使用的厂区和新建车间，极大地提升了前端产品生产能力，并具备了向客户提供同轴高清和网络高清套装产品的能力。此外，相比大华股份，公司属于消费类产品专业 ODM 制造商，具备快速研发和差异化定制的能力，面向不同档次、不同需求的行业客户可提供涵盖高中低端的全规格产品，拥有较高的性价比优势。Lorex 从 2016 年下半年开始向发行人加大采购规模，其中同轴高清产品占比 59%（扣除硬盘和配件后计算的采购比例，下同），网络高清产品占比 41%，2017 年采购金额大幅提升。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/③Lorex 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

三、披露在竞争对手大华股份 2018 年 2 月收购 Lorex 的情形下，2018 年发行人向 Lorex 销售金额仍达 1.1 亿元的合理性；

Lorex 被大华股份收购后，鉴于双方行业竞争关系，大华股份会将 Lorex 订单转移至母公司，但短期内立即停止合作的可能性较小，主要原因分析如下：

2018 年，Lorex 订单主要包括两部分，一部分是双方持续合作的在售成熟产品订单，销售 58 个型号。每一款产品开发均需要经历技术方案设计、BOM 单确定、工艺调整、模具设计、可靠性测试等多个阶段，历时较长；并且，公司向 Lorex 提供的上述产品，有效提升了其市场竞争力。因此，如果强行立即转移成熟产品订单面临着短期内库存短缺、无货可卖的风险，而且需要承担更换供应商带来的产品稳定性、可靠性等方面的风险，不利于提升产品的市场竞争力。另一部分是 200 万像素无线电池套装产品订单，系公司与 Lorex 合作开发的新产品，开发时间早于大华股份收购 Lorex，公司生产的无线电池产品在无线传输距离、

功耗等方面表现较好，获得了客户的认可，在无线电池产品上 Lorex 选择与公司继续合作。2020 年 1-6 月，公司向其销售的无线电池产品收入金额为 2,207.39 万元，较 2019 年全年该类产品增长 59.87%。

2019 年，Lorex 部分订单开始向大华股份转移，除 200 万像素无线电池套装产品保持持续合作外，非无线电池产品订单大幅向其母公司大华股份转移，从而导致公司对其销售金额快速下降。

Lorex 作为大华股份的境外子公司，采购决策具有一定独立性，出于对公司产品的认可和长期良好的合作关系，预计将与公司保持一定规模的合作。2020 年 1-6 月，公司向 Lorex 销售金额为 3,072.62 万元，销售的产品结构明细如下：

单位：万元

产品大类	产品名称	销售金额	销售占比
前端摄像机	同轴高清模拟摄像机	262.19	8.53%
	网络高清摄像机	1,143.42	37.21%
后端录像机	同轴高清硬盘录像机	15.74	0.51%
	网络硬盘录像机	198.27	6.45%
套装	同轴高清套装	160.21	5.21%
	网络高清套装	865.70	28.17%
硬盘		246.92	8.04%
配件		180.16	5.86%
合计		3,072.61	100.00%

上表中，无线电池产品包括网络高清摄像机、网络硬盘录像机和网络高清套装，合计金额为 2,207.39 万元，占比为 71.84%。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/③Lorex 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

四、披露报告期内发行人对 Lorex 的相关销售是否实现最终销售。

1、Lorex 通过供应链 IT 系统控制实际进料指令，有发货需求时便给供应商发出订单，库存政策固定不变，保持着 3 个月的安全库存，不存在期末时为发行人刻意压货、囤货等情况。

2、根据公司与 Lorex 签订的销售合同，公司向 Lorex 销售属于买断式销售，除非产品质量问题，否则不予退货。在实际操作中，由于公司产品以海外销售为主，产品运输时间较长（由于航线问题，美西地区一般 16 天左右到港，美东地

区一般 30-33 天到港)，为避免产品到达客户以后出现质量问题产生更高的退换货运输成本，一方面，品牌商会派出代表对出库产品进行检验，以确保所发出产品符合质量要求，另一方面，公司会向其提供订单金额 1% 的免费备件（彩盒、HDMI 线、电源等配件和整机）。报告期内，Lorex 不存在退货的情况。

3、2019 年 3 月，保荐机构前往加拿大多伦多对 Lorex 进行了实地访谈，被访谈人为财务总监，访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。同时保荐机构实地走访了客户产品仓库，并走访了 Lorex 位于北美市场的下游销售渠道，向销售人员了解 Lorex 产品的出货情况以及主要销售渠道的分布情况。

4、由于 Lorex 属于 A 股上市公司大华股份的子公司，其经营数据未在大华股份公开资料中披露。经公司多次与 Lorex 沟通后，Lorex 认为其财务数据属于商业秘密且应遵守上市公司的信息披露管理制度，拒绝提供对外销售发行人产品的数据。导致保荐机构无法获取 Lorex 最终销售的安联锐视产品财务数据。通过网络查询可知，Lorex2017 年实现的收入金额为 1.4 亿美元，完全高于公司对其销售收入，具备大批量采购和消化公司产品的能力。

综上，报告期内，公司对 Lorex 的产品销售基本实现最终销售。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/③Lorex 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

五、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、客户访谈

2019 年 3 月，保荐机构前往加拿大多伦多对 Lorex 进行了实地访谈，被访谈人为财务总监。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等；

保荐机构实地走访了客户产品仓库，同时实地走访了位于北美市场的主要销售渠道，包括（1）Bestbuy（3家门店，分别为：位于美国洛杉矶市，具体地址为 6000 Sepulveda Blvd Culver City, CA90230、12118 Lakewood Blvd Downey, CA 90242 和 17545 Gale Ave City of Industry, CA91748）、（2）Costco（位于加拿大多伦多市，具体地址为 50 Thermos Rd Toronto On M1L 0E6、1411 Warden Ave, Toronto, On M1R 2S3）、（3）Micro Centre（位于美国洛杉矶市，具体地址为 1100 E Edinger Ave, Tustin, CA 92780）。保荐机构向销售人员了解了 Lorex 产品的销售情况以及其销售网络的分布情况，对 Lorex 的在售产品进行了型号验证，与发行人出库产品型号**对应的产品**一致；

保荐机构随机选取的产品型号与发行人出库型号对比如下：

品牌	商超型号	发行人出库型号	图片
Lorex	LHWF16233F 6CH/2CAM HD SECURITY SYTEM	NVR:RS-H2104AN-N-LR 摄像机： RS-CH226SX-RF-28W-LR	

由于 Lorex 属于大华股份子公司，Lorex 认为其财务数据属于商业秘密且应遵守上市公司的信息披露管理制度，经公司多次与 Lorex 沟通后，Lorex 仍拒绝提供对外销售发行人产品的数据。导致保荐机构无法获取 Lorex 最终销售的安联锐视产品财务数据；

2、保荐机构独立向 Lorex 发送询证函，询证函中列示了发行人与客户在报告期内的产品销售金额和各期末的往来款项余额，Lorex 回函金额相符；

3、保荐机构取得客户与公司经办人员的业务往来邮件，核实发行人与 Lorex 业务合作的商业合理真实性；

4、保荐机构查阅并取得了报告期各期发行人对 Lorex 销售收入明细表，结合客户订单和访谈情况，分析收入变动分析及其合理性；

5、保荐机构独立登录中国电子口岸报关系统，取得发行人报告期内对客户 Lorex 销售的所有报关单明细和汇总资料，同时进一步取得了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，收入确认准确；

6、保荐机构对报告期内发行人向客户 Lorex 销售收入的真实性进行了核查，重点抽取了对客户的销售收入记账凭证，检查收入确认相关的销售合同、销售订

单、发货单、报关单、提运单、发票、银行收款凭证等资料,核对了其金额、出库日期、发票日期、发票号、报关单号、出口日期、回款日期、回款金额等信息,收入确认真实、准确;

7、核查发行人期后退货情况

保荐机构检查了发行人存货进出记录,并在访谈中对客户是否存在退换货以及退货金额进行了确认。经核查,报告期内 Lorex 不存在退货情况;

8、核查并获取主要客户的基本资料

保荐机构通过走访、互联网查询、查阅中信保的境外客户资信报告等方式核查了 Lorex 的基本资料,了解客户基本情况、市场地位、主营业务、股权结构等基本信息,取得了由发行人境外客户提供的商业注册资料等和无关联关系声明,发行人与客户不存在关联关系。

经核查,保荐机构认为:

- 1、报告期内,发行人向 Lorex 销售额与其业务规模相匹配;
- 2、发行人向 Lorex 销售金额在 2016 年前持续下降,2017 年又迅速增长系正常的商业行为,具有合理性;
- 3、2018 年,大华股份收购 Lorex 后,公司仍向其大额销售具有合理性;
- 4、报告期内,发行人对 Lorex 的产品销售基本实现最终销售。

问题 4 关于客户 Worldwide Marketing

Worldwide Marketing 为发行人 2016 年第一大客户,销售额为 18,436.75 万元,报告期内发行人向其销售额为 3,429.73 万元、809.93 万元、268.52 万元,2019 年开始发行人不再与其合作。请发行人:

(1) 披露 2016-2018 年发行人向 Worldwide Marketing 销售额逐年下降,2019 年开始不再合作的原因及合理性;

(2) 结合 Worldwide Marketing 的业务规模、报告期内主要财务数据,分析并披露 2017 年发行人向其销售 18,436.75 万元的合理性;

(3) 披露报告期内发行人对 Worldwide Marketing 的相关销售是否实现最终销售。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、披露 2016-2018 年发行人向 Worldwide Marketing 销售额逐年下降，2019 年开始不再合作的原因及合理性；

报告期内，公司对 Worldwide Marketing 销售额逐年下降，2019 年不再合作的原因及合理性分析如下：

1、2015 年起，Worldwide Marketing 经商业招投标进入 Costco 的销售渠道。2015 年-2016 年，Worldwide Marketing 向公司采购后端产品，向其他厂商（深圳拓普视频科技有限公司、深圳罡扇广联电子科技有限公司、深圳市华铭阳科技有限公司）采购前端产品，组合为套装出售。由于 Costco 超市销量巨大，Worldwide Marketing 连续两年成为安联锐视的第一大客户。

2、2017 年初，Worldwide Marketing 更换产品型号，通过招标方式推出新产品采购订单。由于其报价过低，安联锐视放弃了大部分订单的竞标，只是保留了少量款型产品订单。客户对新产品报价较低的主要原因是近几年销售规模提高较快，具备与供应商的议价优势。根据竞标情况，由于海康威视的产品报价较低，Worldwide Marketing 选择海康威视作为其主要供应商。由于 Worldwide Marketing 坚持走低价路线，对上游供应商采购控制成本较为严格，海康威视无法满足其长期的低价需求，2019 年起，杭州雄迈信息技术公司取代海康威视，成为 Worldwide Marketing 主要的后端产品供应商。Worldwide Marketing 前端产品供应商未发生变化。

3、2017 年之后，Worldwide Marketing 将主要订单转向其他供应商，保留了少量款型产品订单向安联锐视采购。由于该客户与公司存在以下分歧：（1）其在下游市场坚持走低价路线与公司追随市场和技术发展方向的分歧，（2）其倾向现有成熟产品大规模生产与公司重视新产品研发的差异，（3）只向公司采购后端而不是同时采购前后端产品；致使公司与 Worldwide Marketing 交易规模逐年下降。Worldwide Marketing 作为行业内知名品牌商，一直保持较高的经营规模。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/④Worldwide Marketing 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

二、结合 Worldwide Marketing 的业务规模、报告期内主要财务数据，分析并披露 2016 年发行人向其销售 18,436.75 万元的合理性；

Worldwide Marketing 成立于 2003 年 12 月，主要经营安防视频监控产品、

电脑配件、家庭娱乐产品、网络产品等。该公司有较强渠道优势，主要客户包括 Costco、Home Depot、Wal-Mart、Micro Centre 多家大型连锁超市或电器连锁超市，属于北美市场重要的安防品牌商。Worldwide Marketing 虽然是行业规模较大的企业，但由于其为非公众公司，其财务数据不能通过公开渠道查询。经客户访谈书面确认，2016 年-2018 年对外销售的安联锐视产品收入金额分别为 17,264.26 万元、3,248.67 万元和 462.83 万元

2015 年起，Worldwide Marketing 经商业招投标进入 Costco 的销售渠道，Costco 作为世界第二大零售商，运营 700 多家会员制仓储超市，年销售金额超过 1,000 亿美元。Costco 采用精选商品经营模式，即每类产品的品牌数量一般不超过 3 个。凭借新增下游渠道 Costco 的销售网络，自 2015 年起，Worldwide Marketing 的销售量随即大幅增长，2015 年-2016 年，Worldwide Marketing 连续两年成为公司第一大客户。

经 Worldwide Marketing 现场访谈书面确认，2016 年，其对外销售的安联锐视产品销售额约为 17,264.26 万元，除小部分备用库存外均已实现销售，因此，2016 年公司向其大额销售具有合理性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/(一)/5/(1)/④Worldwide Marketing 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

三、披露报告期内发行人对 Worldwide Marketing 的相关销售是否实现最终销售。

1、Worldwide Marketing 采取以销定采的采购策略，并保留一定的安全库存。经客户访谈书面确认，2016 年-2018 年对外销售的安联锐视产品收入金额合计为 20,975.76 万元，公司同期向其销售金额 22,676.41 万元，客户采购的公司产品大部分实现销售。

2、根据公司与 Worldwide Marketing 签订的销售合同，公司向 Worldwide Marketing 销售属于买断式销售，除非产品质量问题，否则不予退货。在实际操作中，由于公司产品以海外销售为主，产品运输时间较长（由于航线问题，美西地区一般 16 天左右到港，美东地区一般 30-33 天到港），为避免产品到达客户以后出现质量问题产生更高的退换货运输成本，Worldwide Marketing 会派出代表对出库产品进行检验，以确保所发出产品符合质量要求。报告期内，Worldwide

Marketing 不存在退货的情况。公司对 Worldwide Marketing 收入确认政策与同行业上市公司保持一致，符合行业惯例。

3、2019 年 3 月，保荐机构前往客户位于东莞的境内唯一分支机构（根据中国出口信用保险公司提供的该客户信用资料，该分支机构管理和运营该客户的大部分经营业务）进行了实地访谈，被访谈人为财务总监。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。同时，并走访了客户位于北美市场的下游销售渠道，向销售人员了解 Worldwide Marketing 产品的出货情况以及主要销售渠道的分布情况。

综上，报告期内 Worldwide Marketing 采购的公司产品基本实现最终销售。发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/5/（1）/④Worldwide Marketing 销售金额波动较大的原因”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、客户访谈

2019 年 3 月，保荐机构前往客户所在国内办事处进行了实地访谈，被访谈人为财务经理，访谈地为东莞。在走访过程中，保荐机构对客户实施了较为详细的访谈程序，主要访谈内容包括客户的主营业务情况、与发行人的合作历史、与发行人交易的具体内容、规模及其用途、下游销售渠道和主要客户、最终产品销售情况、产品库存情况、与发行人的结算方式、账期、是否可退货、发行人产品质量和是否存在纠纷和诉讼情况、是否存在大额退换货、是否存在关联关系等。

同时，保荐机构实地走访了客户位于北美市场的主要销售渠道，在位于美国洛杉矶 1100 E Edinger Ave, Tustin, CA 92780 的 Micro Centre 对 Worldwide Marketing 的在售产品进行了型号验证，与发行人出库产品型号一致。

保荐机构随机选取的产品型号与发行人出库型号对比如下：

品牌	商超型号	发行人出库型号	图片
----	------	---------	----

Night Owl	WM-8HD10L-47	D1008MK-N-OWL 套装	
Night Owl	HDA10P-10BU-841-PIR	RS-D1108MP-N-OWL-AK 套装	
Night Owl	CL-HDA30-161	RS-D1116ER-N-A-OWL-AK 套装	

2、客户函证

保荐机构独立向 Worldwide Marketing 发送了询证函，询证函中列示了发行人与客户在报告期内的产品销售金额和各期末的往来款项余额，Worldwide Marketing 回函金额相符。

3、保荐机构取得客户与公司经办人员的业务往来邮件，核实发行人与 Worldwide Marketing 业务合作的商业合理真实性。

4、查阅并取得了报告期各期发行人对 Worldwide Marketing 销售收入明细表，结合客户订单和访谈情况，分析收入变动分析及其合理性。

5、保荐机构独立登录中国电子口岸报关系统，取得发行人报告期内对客户 Worldwide Marketing 销售的所有报关单明细和汇总资料，同时进一步取得了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，收入确认准确。

6、保荐机构对报告期内发行人向客户 Worldwide Marketing 销售收入的真实性进行了核查，重点抽取了对客户的销售收入记账凭证，检查收入确认相关的销售合同、销售订单、发货单、报关单、提运单、发票、银行收款凭证等资料，核对了其金额、出库日期、发票日期、发票号、报关单号、出口日期、回款日期、回款金额等信息，收入确认真实、准确。取得 Worldwide Marketing 对外销售安联锐视产品的情况，与其采购安联锐视产品情况相匹配。

7、核查发行人期后退货情况

保荐机构检查了发行人存货进出记录，并在访谈中对客户是否存在退换货以

及退货金额进行了确认。经核查，报告期内 Worldwide Marketing 不存在退货情况。

8、核查并获取主要客户的基本资料

保荐机构通过走访、互联网查询、查阅中信保的境外客户资信报告等方式核查了 Worldwide Marketing 的基本资料，了解客户基本情况、市场地位、主营业务、股权结构等基本信息，取得了由发行人境外客户提供的商业注册资料等和无关联关系声明，发行人与客户不存在关联关系。

经核查，保荐机构认为：

1、2016-2018 年发行人向 Worldwide Marketing 销售额逐年下降，2019 年开始不再合作系正常的商业行为，具有合理性；

2、2016 年，发行人向 Worldwide Marketing 销售额与其业务规模相匹配；

3、报告期内，发行人对 Worldwide Marketing 销售的产品基本实现最终销售。

问题 5 关于前五大客户

报告期内发行人向前五大客户销售占比分别为 75.17%、73.51%、61.92%。发行人 2019 年主营业务收入较上年同比减少 11,757.11 万元，同比下降 12.31%。2019 年发行人对 2018 年前五大客户的合计销售收入较上年减少 18,469.47 万元，同比下降 26.25%，下降金额及幅度高于主营业务收入总体下降金额及幅度。客户 Torgovyy Dom Spyttnik 信用账期为 180 天，2019 年发行人对其销售额为 1,497.48 万元，期末对其应收账款余额为 1,035.35 万元。请发行人：

(1) 披露 2019 年销售金额同比增长的 Electus Distribution 等主要客户名称、所属国家或地区、合作背景、销售金额、销售产品类型、同比变动幅度、2019 年增长原因；

(2) 披露 Torgovyy Dom Spyttnik 信用账期长于其他客户的原因、Torgovyy Dom Spyttnik 期后回款情况、是否存在其他信用账期超过 90 天的客户、是否存在放宽信用账期刺激销售的情形；

(3) 披露在主要客户 Swann 持续亏损、Lorex 被竞争对手大华股份收购、韩华泰科受品牌切换和美国加征关税影响采购量大幅下降的情形下，发行人持续经营能力是否出现重大不利变化。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，请保荐人在《保荐工作报告》中说明对上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系的核查过程、方法、结论。

回复：

一、披露 2019 年销售金额同比增长的 Electus Distribution 等主要客户名称、所属国家或地区、合作背景、销售金额、销售产品类型、同比变动幅度、2019 年增长原因；

2019 年，销售金额同比增长的前二十大客户明细情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
1	Electus Distribution	2,813.80	570.18	393.49%
2	Bascom Cameras B.V.	2,191.87	1,656.00	32.36%
3	OOO Torgoviy Dom Spytnik	1,497.48	394.80	279.30%
4	Kumi Electronic Components	992.44	728.83	36.17%
5	New Glab Co.,Ltd	930.94	166.65	458.62%
6	Components Specialties, Inc	747.35	293.92	154.27%
7	Observint Technologies Inc	651.12	145.37	347.91%
8	CCTV Core USA	635.39	448.81	41.57%
9	MR D.I.Y. Trading SDN BHD	543.83	277.56	95.93%
10	Hitron Systems Inc	533.80	181.13	194.71%
11	Tc Global Co.,Ltd	481.60	-	-
12	Nelly'S Security Llc	370.60	35.90	932.31%
13	Backstreet Surveillance	353.04	-	-
14	珠海爱司马特数码科技有限公司	336.84	-	-
15	Cenova Camera Equipments Security Technologies	332.32	-	-
16	System Q Ltd	320.39	61.13	424.11%
17	Lookman Electroplast Inds.Ltd	284.65	-	-
18	Lava Electronics Inc	260.48	33.45	678.71%
19	Ivision	246.62	20.49	1,103.61%
20	Hisham Mohammed Abdelsalam Yehia	202.52	-	-
	合计	14,727.08	5,014.22	193.71%

上述客户收入增长额占 2019 年全部增长 客户增长总额的比例	68.36%		
------------------------------------	--------	--	--

（一）Electus Distribution

Electus Distribution 为澳大利亚知名的连锁超市，拥有 100 多家门店，安防监控产品为其众多销售商品种类的一种。公司通过香港环球资源展会与该客户接洽，并于 2008 年开始合作。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	238.27	61.74	285.92%
后端录像机	-	39.37	-100.00%
套装产品	1,956.99	258.68	656.53%
其他（硬盘、配件）	618.54	210.38	194.01%
合计	2,813.80	570.18	393.49%

公司对该客户 2019 年销售增长的主要原因系：Electus Distribution 收购了澳大利亚一个具有一定知名度的安防品牌 Concord，2019 年使用原品牌和新品牌共同对外销售，产品市场份额扩大，相应从公司采购的产品金额增加。

（二）Bascom Cameras B.V.

Bascom Cameras B.V. 为荷兰知名专业安防品牌商，以自营品牌 Bascom 运营，于 2012 年开始和公司合作，主要业务有德国和荷兰政府项目，道路桥梁安装，学校、超市、大型仓库物资存储的安防安装。主要市场分布在荷兰、德国、法国、意大利、西班牙、波兰、卢森堡等国家。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	1,242.28	929.74	33.62%
后端录像机	571.81	416.99	37.13%
其他（硬盘、配件）	377.78	309.27	22.15%
合计	2,191.87	1,656.00	32.36%

Bascom Cameras B.V. 共有发行人和 AV Tech Corporation（一家台湾公司）两个供应商。2019 年，由于公司产品更新速度较快，竞争力更强，客户对公司采购额增加。

（三）000 Torgovyy Dom Spyttnik

000 Torgoviy Dom Spytnik 为俄罗斯当地专业安防品牌商，以自营品牌 Satvision 运营。其所属集团公司成立于 2003 年，主要从事大型的政府项目安防监控项目和零售门店的安防监控和售后服务。主要市场在萨马拉市，以及莫斯科、新西伯利亚、布祖卢克市等俄罗斯 13 个城市。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	388.51	43.85	786.00%
后端录像机	1,101.48	349.14	215.48%
其他（硬盘、配件）	7.49	1.81	313.81%
合计	1,497.48	394.80	279.30%

2016 年，公司通过北京展会与其接触并开始合作。随着双方合作的加深，2019 年开始，公司取代同为股份成为其在中国最大的供应商，相应销售收入快速增长。

（四）Kumi Electronic Components

Kumi Electronic Components 为韩国企业，主要面向韩国、日本进行电子元器件销售、电子产品生产组装、安防产品组装销售等，公司 2015 年与其开始合作。2019 年，由于其来自日本的订单需求增加，相应客户对公司采购规模增加。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	328.01	183.21	79.03%
后端录像机	658.46	535.06	23.06%
配件	5.96	10.56	-43.56%
合计	992.44	728.83	36.17%

（五）New Glab Co., Ltd

New Glab Co., Ltd 前身为 Hdpro Co., Ltd，为韩国知名的监控设备制造商，并在韩国证券交易所上市（股票代码：214870），2019 年 4 月被并购后更名为 New Glab Co., Ltd。该客户主要为客户提供安防产品，客户包括韩国第二大电信运营商 KT Corporation。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	822.74	165.61	396.79%
后端录像机	45.64	-	-
其他（硬盘、配件）	62.56	1.04	5,915.38%
合计	930.94	166.65	458.62%

2018 年，经其他客户介绍，公司与该客户开展项目合作，为客户提供软、硬件定制化的安防产品。因为 2018 年属于合作开发的第一年，前期在研发上投入的时间较多，产品开始实现销售的时间为 2018 年下半年，而 2019 年为合作的第二年，前期开发的产品已经成熟推向市场，因此，2019 年销售收入相应增加。

（六）Components Specialties, Inc

Components Specialties, Inc 成立于 1959 年，经营地在美国，自营品牌为 Speco Technologies，双方于 2017 年开始合作，客户通过网上和线下平台销售。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	59.61	22.83	161.10%
套装	554.04	221.11	150.57%
其他（硬盘、配件）	133.70	49.97	167.56%
合计	747.35	293.92	154.27%

2018 年，双方属于合作初期，主要以小批量订购为主，并在其渠道进行推广。2019 年，随着公司产品在其销售渠道逐渐被下游客户认可，客户开始增加采购规模，以网络高清套装产品采购为主，公司对其销售额增加。

（七）Observint Technologies Inc

Observint Technologies Inc. 成立于 1989 年，经营地在美国，自营品牌为 Alibi 和 Hdvision。双方于 2018 年开始合作，该客户通过网上和线下平台销售。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	69.03	-	-

后端录像机	49.75	-	-
套装产品	443.56	126.23	251.39%
其他（硬盘、配件）	88.77	19.14	363.79%
合计	651.12	145.37	347.91%

2018 年属于双方合作的第一年，以小批量采购为主。2019 年，随着公司产品在其渠道逐渐被下游客户认可，客户开始增加采购规模，公司相应对其销售额增加。

（八）CCTV Core USA

CCTV Core USA 成立于 1998 年，经营地在美国佛罗里达州，自营品牌为 Cortex，主要是线下平台销售，在迈阿密、菲尼克斯、坦帕、克利尔沃特均设有办事处，主要市场在美国和临近的南美国家。公司与其 2017 年开始合作，2018 年正式采购公司产品。随着双方合作关系的加深，客户对公司产品更加认可，2019 年客户增加了采购规模。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	446.77	327.76	36.31%
后端录像机	153.98	108.30	42.18%
套装	0.15	-	-
配件	34.49	12.75	170.51%
合计	635.39	448.81	41.57%

（九）MR D. I. Y. Trading SDN BHD

MR D. I. Y. Trading SDN BHD 成立于 2005 年，经营家居用品店，现已在东南亚多个国家（马来西亚、泰国、菲律宾等）有连锁店，其中马来西亚有 600 多家连锁店，为马来西亚最大的家居用品零售商。公司与 2014 年开始合作，公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	252.60	130.91	92.96%
后端录像机	199.71	103.39	93.16%
其他（配件、硬盘）	91.53	43.26	111.58%

合计	543.83	277.56	95.93%
----	--------	--------	--------

2019 年客户的连锁店数量扩增，订单量相应增长。

(十) Hitron Systems Inc

Hitron Systems Inc 成立于 1986 年，是一家韩国领先安全设备制造公司，自营品牌为 Hitron，销售区域主要分布在韩国、美国、欧洲和日本等地区。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	1.26	1.71	-26.32%
后端录像机	-	32.32	-100.00%
配件	532.54	147.10	262.03%
合计	533.80	181.13	194.71%

双方于 2014 年开始合作，客户主要从公司采购 NVR 配件（PCBA 半成品），搭配自有的线材、电源、外壳等，组装成品后对外销售。2019 年，客户承接了美国地区一个较大的新项目，对配件的需求大幅增加，相应对公司采购额增加。

(十一) Tc Global Co., Ltd

Tc Global Co., Ltd 成立于 2019 年，经营地在韩国，主要从事出口美国的安防产品贸易业务。其负责人在成立 Tc Global Co., Ltd 前，与公司客户 3R Global Co. Ltd 有业务往来，对公司的产品较为熟悉，认可公司产品的质量和价格。因此，在 Tc Global Co., Ltd 成立以后即与公司展开了合作。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
后端录像机	297.59	-	-
其他（硬盘、配件）	184.01	-	-
合计	481.60	-	-

(十二) Nelly' S Security Llc

Nelly' S Security Llc 成立于 2008 年，经营地在美国，主营安防类产品，自营品牌为 Nelly，通过网上和线下平台销售。公司与其 2018 年开始合作。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	267.84	14.28	1,775.63%
后端录像机	84.90	0.19	44,584.21%
套装	-	18.73	-100.00%
其他（配件、硬盘）	17.86	2.70	561.48%
合计	370.60	35.90	932.28%

2018 年属于双方合作的第一年，以小批量采购为主。2019 年，随着公司产品在其渠道逐渐被下游客户认可，客户开始增加采购规模，公司相应对其销售额增加。

（十三）Backstreet Surveillance, Inc

Backstreet Surveillance, Inc 成立于 2012 年，经营地在美国犹他州盐湖城，主营安防类产品，自营品牌为 Backstreet Surveillance，属于工程安装商，有自营商店，公司与其 2019 年 6 月开始合作。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	258.87	-	-
后端录像机	77.26	-	-
配件	16.91	-	-
合计	353.04	-	-

（十四）珠海爱司马特数码科技有限公司

珠海爱司马特数码科技有限公司（以下简称“爱司马特”）成立于 2012 年 5 月 8 日，总部设立在珠海横琴，是一家贸易公司。销售的产品包括数字硬盘录像机、摄像机、无线数字监控系统、门禁系统等。以前年度主要从深圳、广州等地采购视频监控产品。通常情况下，公司不愿意和贸易公司合作，主要原因是贸易公司以赚取下游品牌商与上游制造厂商价差为目的，公司无法掌握贸易公司对其下游客户的价格情况，为保护自身客户市场利益，防止多渠道流通发生价格冲突，公司尽量避免与贸易商合作。2019 年，为应对下游重要客户市场需求有所下降的不利影响，公司积极开拓中小客户，考虑到爱司马特的下游客户位于墨西哥，与公司现有客户不存在市场冲突，决定与其开展合作。

公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	193.48	-	-
后端录像机	143.36	-	-
合计	336.84	-	-

（十五）Cenova Camera Equipments Security Technologies

Cenova Camera Equipments Security Technologies 经营地在土耳其，安防自营品牌为 Dayzip。公司与其在 2018 年北京安防展接触并开始合作，于 2019 年实现产品销售。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	153.75	-	-
后端录像机	176.17	-	-
其他（配件、硬盘）	2.40	-	-
合计	332.32	-	-

（十六）System Q Ltd

System Q Ltd 成立于 1994 年，经营地在英国，自营品牌是 Zip，通过网上和线下平台销售，主要市场分布在英国、澳大利亚等地。公司与其 2015 年开始合作。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	216.72	58.04	273.40%
后端录像机	77.41	0.18	42,905.56%
其他（配件、硬盘）	26.25	2.91	802.06%
合计	320.39	61.13	424.11%

2019 年以前，该客户基本上只购买公司摄像机产品，2019 年开始，客户增加了采购种类，包括后端录像机、配件、硬盘等，公司相应对其销售额增加。

（十七）Lookman Electroplast Inds.Ltd

Lookman Electroplast Inds.Ltd 经营地在印度钦奈，以工程类安防产品销

售为主，自营品牌为 Secura。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	74.73	-	-
后端录像机	205.25	-	-
配件	4.67	-	-
合计	284.65	-	-

公司与其 2008 年开始合作。2016 年，由于该客户遭受严重水灾，销售大幅下滑，双方一度停止合作。2019 年开始，该客户经营逐步复苏，并承接了银行 ATM 机安装视频监控设备项目，对公司进行了相应采购。

（十八）Lava Electronics Inc

Lava Electronics Inc 成立于 2003 年，位于美国加州，自营品牌为 Lava，通过线下销售，主营业务为电视天线和安装工具等产品，提供上门安装和售后服务。2018 年客户新增视频监控产品销售业务，于 2018 年年中开始与公司建立合作关系。2019 年，随着客户下游市场的逐步打开，相应向公司采购规模快速提升。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	148.69	8.16	1,722.18%
后端录像机	108.99	7.59	1,335.97%
套装	-	17.20	-100.00%
其他（配件、硬盘）	2.80	0.49	471.43%
合计	260.48	33.45	678.71%

（十九）Ivision

Ivision 成立于 2011 年，是韩国安防器材批发零售商，主要在韩国本土销售自营品牌的安防器材。公司与其 2018 年下半年开始合作。2018 年合作初期主要以样品订单为主，出货量较少，2019 年全面合作之后，出货量出现大幅增长。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
----	---------	---------	--------

前端摄像机	151.81	20.49	640.90%
后端录像机	94.81	-	-
合计	246.62	20.49	1,103.61%

（二十）Hisham Mohammed Abdelsalam Yehia

Hisham Mohammed Abdelsalam Yehia 经营地在埃及，自营品牌为 Hst，主要销售安防系统、火警警报系统等产品。2018 年公司开始与客户接触，2019 年双方正式建立合作关系，开始业务交易。公司对其销售情况如下：

单位：万元

类型	2019 年度	2018 年度	同比变动幅度
前端摄像机	131.74	-	-
后端录像机	70.11	-	-
配件	0.67	-	-
合计	202.52	-	-

公司已在招股说明书“/ 第六节 业务与技术 / 四 / （一）/5、报告期主要客户及销售情况”对相关内容进行了披露。

二、披露 Torgovyy Dom Spytnik 信用账期长于其他客户的原因、Torgovyy Dom Spytnik 期后回款情况、是否存在其他信用账期超过 90 天的客户、是否存在放宽信用账期刺激销售的情形；

（一）Torgovyy Dom Spytnik 信用账期长于其他客户的原因、Torgovyy Dom Spytnik 期后回款情况

报告期内，Torgovyy Dom Spytnik 信用账期均为 T/T120 天（注：T/T 是指电汇付款，客户信用期起算日为船公司开具提单中的开船日）。信用账期长于其他客户的原因系：Torgovyy Dom Spytnik 为俄罗斯知名的安防设备品牌商，为公司工程类客户，其下游政府机构等客户回款周期长。公司综合考虑开拓俄罗斯市场、客户的品牌渠道优势以及其自身资金周转等因素后协商确定信用账期为 T/T120 天。

截至 2020 年 9 月底，Torgovyy Dom Spytnik 期后已全部回款。报告期内，为避免境外客户的回款风险，公司对包括 Torgovyy Dom Spytnik 在内的绝大部分外销客户信用赊销形成的应收账款购买了出口信用保险，如果公司采取的收款措施不力或上述客户经营状况发生不利变化，扣除保险赔付金额后，公司应收账

款仍存在发生坏账损失的风险。

（二）其他信用账期超过 90 天的客户

报告期内，除 Torgovyy Dom Spytnik 外，公司信用账期超过 90 天的客户明细如下：

序号	客户名称	信用账期（天数）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	Components Specialties, Inc	T/T120	T/T120	T/T120	-
2	Detech Security Corporation D.B.A. Savvytech Security	T/T120	T/T120	-	-
3	Circus World Displays Limited	T/T120	T/T120	T/T120	T/T120
4	Artes Bllgisayar Dis Ticaret Ltd.STI	T/T120	T/T120	T/T120	T/T120
5	OOO Rusichi Treyd	T/T120	T/T120	T/T120	T/T120
6	OOO Sovremennie Tehnologii Bezopasnosti	T/T120	T/T120	T/T90	T/T90
7	Lookman Electroplast Inds. Ltd	T/T120	T/T120	T/T90	-
8	Big Cart Corporation	T/T120	T/T120	-	-

报告期内，公司对上述客户合计销售金额占比分别为 2.78%、1.57%、1.70% 和 1.67%，占比较小。

（三）是否存在放宽信用账期刺激销售的情形

报告期内，涉及信用账期调整的客户明细情况如下：

序号	客户名称	信用账期（天数）			
		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	Great Wall Security Inc.	T/T90	T/T90	T/T90	T/T30
2	OOO Sovremennie Tehnologii Bezopasnosti	T/T120	T/T120	T/T90	T/T90
3	Lookman Electroplast Inds. Ltd	T/T120	T/T120	T/T90	-
4	Urmet Spa	T/T90 天	T/T60 天	T/T60 天	T/T60 天

报告期内，公司对少部分客户的信用政策进行调整，主要是根据客户的资信状况、合作历史，并在公司正常信用政策的范围内作出的调整，调整后的结算政策并未超出公司正常的信用政策范围，具有合理的商业背景。报告期内，公司对上述客户合计销售金额占比分别为 2.10%、2.73%、3.21%和 2.43%，占比较小，且在信用期调整后，不存在对应客户销售额大幅增加的情况，因此公司不存在

放宽信用账期刺激销售的情形。

公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十五/（一）/2/（3）应收账款”对相关内容进行了披露。

三、披露在主要客户 Swann 持续亏损、Lorex 被竞争对手大华股份收购、韩华泰科受品牌切换和美国加征关税影响采购量大幅下降的情形下，发行人持续经营能力是否出现重大不利变化。

在主要消费类客户存在持续亏损、被竞争对手收购、受品牌切换和美国加征关税影响等情形下，发行人利用其快速研发能力、差异化创新产品、可靠的产品质量、成本控制能力等竞争优势巩固并开拓消费类市场，着力开拓工程类市场，并积极开发国内市场战略客户，推行“多品种、差异化、小批量”营销策略，增加产品款型，增强企业抵御风险能力和持续经营能力。2019 年公司在售的产品型号为 2,733 个，比上年同期增加 415 个。

对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 4 问，结合消费类市场容量、客户的盈利情况、2020 年销售情况、发行人在工程类市场的竞争优势等，对发行人持续经营能力论证如下表所示：

（一）发行人所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响是否存在重大不利变化风险：

发行人所处行业不属于国家政策限制行业。

美国加征关税对公司业绩产生了一定影响，发行人积极采取相关举措应对不利变化，具体分析参见问题 6 “关于对美国的销售 一、（三）美国加征关税是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响”的相关说明，未对公司的持续经营能力造成重大不利影响。发行人在招股说明书“第四节 风险因素”提示了“海外市场环境发生变化的风险”。

经核查，发行人不存在该情况。

（二）发行人所处行业是否出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况：

结合消费类市场容量说明如下：

根据 IHS 统计数据，视频监控消费类市场中，套装产品（包括同轴高清套装和网络高清套装）的市场规模，2017 年为 5.64 亿美元，2018 年为 6.33 亿美元，

2019 年 7.05 亿美元，预计 2024 年将达到 9.38 亿美元。其中，同轴高清套装预计 2018-2024 年保持 4.3%的年增长率，网络高清套装预计 2018-2024 年保持 11.4%的年增长率。

就视频监控市场的总体规模来讲，根据 IHS 数据统计，全球视频监控行业近年来呈现稳定发展趋势。2017 年全球视频监控市场规模（主要为工程类市场，也包括消费类套装产品和 Arlo、Nest、Ring 等不带后端的无线智能摄像机）约为 167.43 亿美元（根据 2018 年数据及 2018 年增长率测算），2018 年全球市场规模为 182 亿美元。根据 IHS 预测，2020 年全球视频监控市场约 197 亿美元，年均复合增长率预期为 6%左右。

经核查，发行人所处行业发展良好、稳定增长，不存在周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况。

（三）发行人所处行业准入门槛低、竞争激烈，相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面等是否不具有明显优势：

公司在细分市场具有较强的市场竞争力，是目前国内能满足上述研发、设计、生产品质要求的少数几家企业之一。公司与客户形成了互利双赢的战略合作关系，在产业链专业分工中各自发挥比较优势。

2020 年 3 月，公司通过华为技术有限公司（以下简称“华为公司”）的供应商评审，成为其 JDM(联合开发)供应商，也一定程度反映了公司的竞争优势。

经核查，发行人不存在该情况。

（四）发行人所处行业上下游供求关系是否发生重大变化，导致原材料采购价格或产品售价出现重大不利变化：

经核查发行人所处行业上下游供求关系未发生重大变化，原材料采购及产品售价亦未发生重大不利变化。

（五）发行人是否因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势：

结合发行人在工程类市场的竞争优势说明如下：

1、工程类市场空间大，可开拓市场潜力大

安防视频监控行业经过半个多世纪的发展和演变，逐渐发展成为一个市场规模庞大、稳定发展的成熟行业。根据 IHS 数据统计，全球视频监控行业近年来呈

现稳定发展趋势。2016 年，全球视频监控市场总收入约 154 亿美元，2017 年市场规模约 167.43 亿美元（根据 2018 年数据及 2018 年增长率测算），2018 年市场规模为 182 亿美元。根据预测，2020 年全球视频监控市场规模约 197 亿美元，年均复合增长率预期为 6%左右。其中，工程类市场占据安防视频监控行业主要份额，消费类市场份额较小。根据中国安防网数据，我国民用安防市场约占安防市场总产值的 6%，世界平均水平约为 10%。

2、公司具有较好的工程类客户资源

公司工程类客户分布在欧洲、北美洲、亚洲、大洋洲等地，公司的工程类客户在各自国家或地区均具有一定知名度和市场份额，随着与公司合作关系的深入，对公司工程类产品的采购规模预计将稳定增长，公司工程类产品的增长空间具有较好的客户资源基础。公司主要工程类客户的基本情况如下表所述：

序号	客户	简介
1	Bascom Cameras B.V.	Bascom Cameras B.V.为荷兰知名专业安防品牌商，以自营品牌 Bascom 运营，于 2012 年开始和公司合作，主要业务有德国和荷兰政府项目，道路桥梁安装，学校、超市、大型仓库物资存储的安防安装。主要市场分布在荷兰、德国、法国、意大利、西班牙、波兰、卢森堡等国家。
2	OOO Torgoviy Dom Spynnik	俄罗斯当地专业安防品牌，以自营品牌 Satvision 运营。其所属集团公司成立于 2003 年，主要从事大型的政府项目安防监控项目和零售门店的安防监控和售后服务。主要市场在萨马拉市，以及莫斯科、新西伯利亚、布祖卢克市等俄罗斯 13 个城市。
3	Urmet Spa	一家历史悠久的多元化国际科技公司，1937 年创建于意大利，为意大利首家开展楼宇对讲系统的，也是全球第一款公共电话和 IC 卡电话管理系统的研发生产者。该公司 1996 年开始进入视频监控系统领域，以自营品牌 Urmet 运营。销售网络覆盖全欧洲、澳大利亚、印度、土耳其、哥伦比亚、委内瑞拉、墨西哥、以色列、巴拿马等国家。
4	AAT Holding S.A.	波兰知名专业安防品牌，成立于 1995 年，以自营品牌 NOVUS 运营。该公司为波兰上市公司，股票简称：AHL，主要销售区域为波兰各地以及中欧和东欧，是波兰最大的电子安防系统的制造商和供应商。
5	Conectis Sas	Conectis Sas 是蓝格赛（Rexel）集团下属公司，Rexel 是全球最大的低压电器经销商，于 1967 年创立于法国，在全球 27 个国家中拥有销售网点 1,900 个，雇员 25,000 名。Conectis 成立于 1992 年，是专门从事计算机网络系统和智能家居建筑方案，以 Gigamedia 自营品牌运营安防产品，销往西欧和澳大利亚等国家。
6	Legrand Ltd	该公司为全球知名的建筑和电气公司，成立于 1865 年，总部设在法国的利摩日，在全球超过 90 个国家设有分公司，位列 2020

		福布斯全球企业 2000 强榜第 943 位。2012 年开始跟公司合作，以 Legrand 和 Bticino 两个品牌销售安防产品，主要市场为法国，意大利，西班牙，德国，巴西等国家。
7	LG Innotek Co., Ltd.	LG 是生产平板电视、音频和视频产品、移动电话、空调和洗衣机的全球龙头企业之一，世界 500 强排名第 178 位。该公司先后以 LG 和 LG Innotek 品牌运营安防产品。2015 年开始跟公司合作，其安防产品属于其商用解决方案，主要销售市场为韩国、东南亚各国。
8	Monacor International	该公司成立于 1965 年，总部在德国不莱梅，在全球 40 多个国家和地区设有分公司和销售点，主要产品包括 PA 塑料、照明产品、和安防产品等。2008 年开始跟公司合作，以自营品牌 Monacor 运营，主要销售市场为德国、荷兰、法国、意大利、比利时、卢森堡、瑞士、丹麦、瑞典、芬兰等欧洲国家。
9	华为技术有限公司	该公司成立于 1987 年，全球领先的信息与通信技术（ICT）解决方案供应商，业务遍及 170 多个国家和地区。

报告期内，公司工程类市场收入金额分别为 11,749.34 万元、17,437.40 万元、19,367.90 万元和 **12,093.57 万元**，占主营业务收入的比例分别为 12.62%、18.26%、23.14%和 **32.69%**，呈现明显的上升趋势。

3、竞争优势

公司工程类产品的规格数量略低于同为股份等行业竞争对手，但在同规格产品的成本控制和响应客户的定制化需求方面，公司延续了在消费类产品上具有的较高的性价比和快速响应优势，有效提升了公司工程类产品市场竞争力，产品市场份额逐年增加。

经核查，公司工程类市场收入的收入金额和占比均持续增长，对盈利水平和财务指标均产生了正向作用，不存在因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化，且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势的情况。

（六）发行人重要客户本身是否发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响：

结合客户的盈利情况、2020 年销售情况说明如下：

1、重要客户本身是否发生重大不利变化

（1）Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的原因分析见“问题 1 关于客户 Swann”的相关说明，经 Swann 书面确认**及英飞拓 2020 年半年度报告显示：**Swann 通过物联网平台（IoT）、手机 App 的项目开发、新产品计划的执行以及销

售渠道的维护和开发等经营改善举措，2020 年上半年，Swann 在全球市场的营业收入增长 **14.37%**，并预计在 2020 年下半年将保持持续增长的态势。2020 年 1-6 月，公司向 Swann 销售金额为 14,704.93 万元。**2020 年 1-9 月，发行人向 Swann 销售金额为 28,216.21 万元（未经审计），截至 2020 年 9 月末，Swann 的在手订单金额为 8,178.55 万元。**

（2）Lorex 被大华股份收购后，非无线电池产品订单大幅向其母公司大华股份转移，200 万像素无线电池套装产品仍然与公司保持合作。Lorex 作为大华股份的境外子公司，对采购决策权具有一定的独立性，出于对公司产品的认可和长期良好的合作关系，预计将与公司保持一定规模的合作。2020 年 1-6 月，公司向其销售的无线电池产品收入金额为 2,207.39 万元，较 2019 年全年该类产品增长 59.87%。

（3）韩华泰科由于越南工厂未达预期以及未与美国市场主要渠道商 Sam's Club 达成 2020 年度合作协议，公司向其销售金额为 1,007.94 万元，对韩华泰科的销售发生了重大不利变化。韩华泰科目前在韩国、欧洲、中东地区、澳大利亚等国家和地区有中小规模的销售渠道，未来若韩华泰科重新开拓较大的市场渠道，公司对其销售额也会相应回升。

（4）其他重要客户

公司积极维护其他消费类重要客户，并继续积极开拓工程类市场，其他重要客户未出现不利变化情况。

2、2020 年新增国内战略客户华为公司

公司自 2020 年 5 月起，新增客户华为公司，相应产品在境内销售。与华为公司的合作过程如下：

华为公司自 2019 年 10 月开始与公司接触，至 2020 年 3 月初完成供应商评审。华为公司在对公司的研发能力、产品工艺、生产能力等进行考察评估后与公司洽谈合作，并将公司列为候选供应商。此后，公司按照华为公司的体系评审要求全面改进现有生产经营体系，并投入大量资金购置设备和软件、投入大量人力资源提升业务流程，以及优化改造车间以满足其对生产能力、生产工艺和信息化的较高要求。华为公司在对公司的工艺制程、质量、信息安全、产品安全、交付、环保、社会责任等 7 个管理体系、近千个审核项初检、复检后，公司于 3 月初通

过了供应商评审，公司作为 JDM（联合开发）制造商正式进入华为公司的合格供应商体系。

2020 年 3 月 20 日，华为公司在线上召开 15 万业内人士参加的“智能安防分销业务战略暨新品发布会”，发布华为好望 D 系列软件定义摄像机（SDC）、智能 NVR800 网络视频录像机等两款产品，决定全面进入智能安防的分销市场，提出了“2021 年华为要实现在智能赛道上超越所有的友商，并且在 2025 年要打造分销行业的 NO.1”的目标。

公司已于 2020 年 5 月开始向华为公司供货，主要向其销售网络高清摄像机和网络高清录像机，上半年销售金额为 2,401.67 万元。公司与华为公司合作可以改变偏重于国外市场的业务结构，建立国内外市场共同发展的市场格局，极大地提升了公司经营抗风险能力。

3、公司 2020 年业绩情况、销售情况

经中天运会计师事务所审计，公司 2020 年 1-6 月营业收入为 37,024.18 万元，同比下降 13.77%；净利润为 3,431.17 万元，同比下降 18.45%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润为 3,273.69 万元，同比下降 17.43%。

公司上半年业绩受新冠疫情的影响，收入较上年同期有所下降。考虑到国内疫情得到有效控制，国外开始逐步复产复工，公司结合当前市场、行业的发展动态、公司的实际经营状况及业务拓展计划，基于谨慎性原则进行经营业绩预测。经预测，2020 年全年，公司营业收入预计为 8 亿元至 8.8 亿元，较去年同期变动-4.52%至 5.03%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润预计为 7,200 万元-8,000 万元之间，较上年同期变动-17.92%至-8.80%。上述 2020 年全年业绩情况系公司初步预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

发行人在招股说明书“第四节 风险因素”提示了“客户集中的风险”。

（七）发行人是否由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩：

公司的主要产品后端硬盘录像机、前端摄像机等视频监控产品综合应用了音视频编解码算法、视频智能分析算法、图像优化处理、网络控制与传输、信息存

储调用技术、嵌入式软件等技术，公司在各项产品上均拥有独立自主的核心技术，构建了较为完整的视频监控技术体系。

经核查，发行人的工艺、产品、技术、研发情况均具有行业竞争力，重要资产、主要生产线的使用情况正常且不存在重大减值风险，主要业务运营正常，发行人不存在该情况。

（八）发行人是否多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象：

经核查发行人的最近三年及一期的审计报告，发行人业务数据和财务指标良好，发行人不存在该情况。

（九）对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术是否存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响：

经核查，发行人的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术不存在重大纠纷或诉讼，发行人不存在该情况。

（十）其他明显影响或丧失持续经营能力的情形：

经核查，发行人不存在该情况。

综上所述，经对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第4问，结合消费类市场容量、客户的盈利情况、2020年销售情况、发行人在工程类市场的竞争优势等进行分析，发行人持续经营能力不存在重大不利变化。

公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十六/（三）/3、在主要客户 Swann 持续亏损、Lorex 被竞争对手大华股份收购、韩华泰科受品牌切换和美国加征关税影响采购量大幅下降的情形下，发行人持续经营能力不存在重大不利变化”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、保荐机构对2019年销售金额同比增长的主要客户进行访谈，了解其与发行人合作的相关信息；具体访谈客户名单情况如下：

序号	客户名称
1	Electus Distribution
2	Bascom Cameras B.V.

3	OOO Torgovyy Dom Spytnik
4	Kumi Electronic Components
5	New Glab Co.,Ltd
6	Components Specialties, Inc
7	Observint Technologies Inc
8	CCTV Core USA
9	MR D.I.Y. Trading SDN BHD
10	Tc Global Co.,Ltd
11	Nelly'S Security Llc
12	Backstreet Surveillance
13	珠海爱司马特数码科技有限公司
14	Cenova Camera Equipments Security Technologies
15	System Q Ltd
16	Lava Electronics Inc
17	Ivision
18	Hisham Mohammed Abdelsalam Yehia

基于重要性原则，保荐机构将其前二十大客户纳入访谈核查名单，但部分客户 Hitron Systems Inc、Lookman Electroplast Inds.Lt 因与公司业务往来规模相对较小，且出于企业文化和商业习惯，未接受发行人访谈请求。保荐机构已核实沟通记录。上述访谈客户收入合计占同期前二十增长客户收入比例 78.07%，访谈形式包括现场走访、视频访谈、电话访谈和邮件访谈等多种形式。

针对未能访谈的客户，保荐机构执行了有效替代程序，包括检查中信保的境外客户资信报告，检查销售合同、订单、发货单、报关单，检查海关电子口岸报告数据、收款记录等，确认上述客户收入确认真实、准确。

2、保荐机构与发行人律师、申报会计师共同对报告期内主要客户进行了实地现场走访，所有的走访情况如下表所示：

序号	客户名称	访谈时间	地址	访谈人	被访谈人	被访谈人职务	访谈内容	销售收入占比			
								2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	Swann	2019.3.14	Swann 位于美国洛杉矶市的运营总部（12636 Clark Street, Santa Fe Springs CA 90670）	房凯（民生证券）、冯泽伟（发行人律师）、尤帅（申报会计师）	Jason Carrington	CFO	参见本问询函回复问题 1 “关于客户 Swann” 的相关回复	39.75%	38.02%	38.16%	24.12%
	深圳英飞拓智能技术有限公司	2019.7.14	深圳市龙华区观湖街道鹭湖社区观宝路 12 号	孟维朋（民生证券）、张涵（申报会计师）、李博然（发行人律师）	范宝战	在英飞拓任监事、在深圳英飞拓智能技术有限公司任监事及采购主管	对其销售模式、价格走势、结算周期、退换货情况、无关联关系等进行了确认				
2	韩华泰科	2019.3.29	深圳南山区科技园南区南新南五道金证大厦	徐国忠（民生证券）、尤帅（申报会计师）、李博然（发行人律师）	朴天一	采购中心次长	参见本问询函回复问题 2 “关于客户韩华泰科” 的相关回复	2.72%	11.80%	16.41%	26.27%
	Hanwha Techwin Co.,Ltd.	2019.8.28	韩国京畿道（6,pangyo-ro 319beon-gil , Bundang-gu,seongnam-si,gyeonggi-do,13488,Korea）	孟维朋（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、陈凯（发行人律师）	Younggeun song	采购经理					

3	Lorex	2019.3.11	Lorex 位于加拿大多伦多市的总部(250 Royal Crest Court, Markham, ON, L3R3S1.)	房凯(民生证券)、冯泽伟(发行人律师)、尤帅(申报会计师)	Eric Miller 与 Ilan Gershon	副总裁(主管财务和运营)与产品管理总监	参见本问询函回复问题 3 “关于客户 Lorex”的相关回复	8.31%	5.78%	12.40%	14.20%
4	Worldwide Marketing	2019.3.29	东莞市长安镇台商会馆 16 楼	徐国忠(民生证券)、尤帅(申报会计师)、李博然(发行人律师)	李华萍	财务经理	参见本问询函回复问题 4 “关于客户 Worldwide Marketing”的相关回复	-	0.36%	0.85%	3.67%
5	Harbor Freight Tools	2019.3.15	美国洛杉矶市(26541 Agoura rd, Calabasas, California, USA)	房凯(民生证券)、冯泽伟(发行人律师)、尤帅(申报会计师)	Aamir Ghaffar	海外业务采购经理	确认其通过自有连锁超市及线上渠道进行销售(走访终端超市随机查验所售型号与发行人型号一致);确认结算周期、退换货情况、库存政策、无关联关系	4.09%	2.97%	3.80%	6.91%
6	3R Global CO.,LTD	2019.3.20	韩国首尔市(Rm,1408&1409,286,Beotkkat-ro,Geumcheon-gu,Seoul)	孟维朋(民生证券)、李祥伟(申报会计师)、李博然(发行人律师)	Justin Yeo	海外销售经理	确认了 2016 年-2018 年客户对外最终销售安联锐视产品的数量、各年末安联锐视产品库存情况、退换货情况、结算周期及方式、无关联关系	2.54%	2.57%	2.74%	1.61%
7	Bascom cameras B.V.	2019.2.26	荷兰新维根市(Zoomstede 25, 3431 HK Nieuwegein)	刘金(民生证券)、李祥伟(申报会计师)、陈凯(发行人律师)	Sebastiaan Dekker	实际控制人	实地查看仓库中安联锐视产品的库存数量、获取了 2016 年-2018 年销售汇总表、确认无关联关系	3.56%	2.62%	1.73%	0.96%

8	Urmet Spa	2019.2.27	意大利都灵市（Via Bologna,1881C 10154 Torino Italy）	刘金（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、陈凯（发行人律师）	Pietro Dentis	产品经理	确认了 2016 年-2018 年客户对外最终销售安联锐视产品的数量、实地查看仓库中安联锐视产品的库存情况、取得无关联关系确认函、并对其销售模式、下游客户、库存消化周期、结算周期、退换货情况进行了确认	1.79%	1.63%	1.56%	1.29%
9	Rifatron Co.,Ltd	2019.3.20	韩国首尔市（98, Huam-ro, Jung-gu, SEOUL Seoul 04637,South Korea）	孟维朋（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、李博然（发行人律师）	Ji Hyo Jang	销售经理	对其各年末安联锐视产品库存数量、销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	1.92%	1.50%	1.32%	0.63%
10	Great Wall Security Inc	2019.3.12	美国洛杉矶市（11230 Santa Anita Ave.South El Monte, CA91733）	房凯（民生证券）、冯泽伟（发行人律师）、尤帅（申报会计师）	Henry Li	CEO	确认了 2017 年-2018 年客户对外最终销售安联锐视产品的数量、2018 年末安联锐视产品库存数量，并对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	0.01%	1.08%	0.96%	0.63%
11	Kumi Electronic Components	2019.3.19	韩国鬼尾市（Rm.307,7-dong,302-7,3 gongdan 1-ro,Gumi-si,Gyeongsangbuk-do）	孙振、孟维朋（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、李博然（发行人律师）	Ick-Seok Kim	总经理	确认了 2016 年-2018 年客户对外最终销售安联锐视产品的数量、年末安联锐视产品库存数量，并对其销售模式、下游客户、结	1.11%	1.18%	0.76%	1.10%

							算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认				
12	Y3K (Europe) Limited	2019.2.25	英国伦敦市 (NN18 8AG)	刘金 (民生证券)、 李祥伟 (申报会计 师)、陈凯 (发行人 律师)	Roy Woodman	运营负责 人	确认了 2016 年-2018 年客 户对外最终销售安联锐视 产品的数量、各年末安联 锐视产品库存金额, 并对 其销售模式、下游客户、 结算周期、退换货情况、 无关联关系进行了确认	0. 17%	0.37%	0.51%	0.34%
13	Top Italia SRL	2019.2.28	意大利米斯泰尔比安科 (Via Comunita Europea, 4195045 Misterbianco)	刘金 (民生证券)、 李祥伟 (申报会计 师)、陈凯 (发行人 律师)	Alessia Neri	经理助理	获取了 2017 年-2018 年客 户对外最终销售安联锐视 产品的数据, 实地查看了 仓库中安联锐视产品库存 情况, 并对其销售模式、 库存消化周期、下游客户、 结算周期、退换货情况、 无关联关系进行了确认	0. 71%	0.88%	0.59%	0.73%
14	AAT Holding sp. z o.o.	2019.3.4	波兰华沙市 (431 Pulawska St. 02-801 Warsaw, Poland)	刘金 (民生证券)、 李祥伟 (申报会计 师)、陈凯 (发行人 律师)	Magda Stanek	生产部门 经理	确认了 2017 年-2018 年客 户对外最终销售安联锐视 产品的数量、2017 年末、 2018 年末的安联锐视产 品库存数量, 并对其销售 模式、下游客户、结算周 期、退换货情况、无关联 关系进行了确认	0. 64%	0.50%	0.75%	0.68%

15	Bolide Technology Group, Inc.	2019.3.13	美国洛杉矶市(468 S.San Dimas Ave.San Dimas,CA.91773)	房凯（民生证券）、冯泽伟（发行人律师）、尤帅（申报会计师）	David Liu	实际控制人	对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	-	0.00%	0.44%	0.23%
16	LG Innotek Co., Ltd.	2019.3.21	韩国光州市（26, Hanamsandan 5beon-ro,Gwangsan-gu,Gwangju,62229,Korea）	孟维朋（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、李博然（发行人律师）	Dae KyunPark	采购经理	确认了 2017 年-2018 年客户对外最终销售安联锐视产品的数量、2018 年末的安联锐视产品库存数量，并对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	-	0.18%	0.70%	0.47%
17	Kguard Information Co.,Ltd	2019.3.14	台湾市新北市中和区建二路 113 号	徐国忠（民生证券）、汤士永（发行人律师）	翁美英	制造处副理	确认了客户对外最终销售安联锐视产品的情况（当年采购均实现当年销售），并对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	0.22%	0.33%	0.51%	0.63%
18	Pinetron Co.,Ltd.	2019.3.19	韩国首尔市（Rm.1203,212 Gasan digital 1-ro,Geumcheon-gu,Seoul Korea）	孙振、孟维朋（民生证券）、李祥伟（申报会计师）、李博然（发行人律师）	Choi, Byung-bong	CEO	对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	-	-	-	0.63%
19	海拓安防设备（深圳）有限公司	2019.7.25	深圳市南山区西丽街道牛成村牛成路 221 号	巩俊良（民生证券）、张涵（申报会计师）、李博然（发行人律师）	林大默	总经理	对其销售模式、下游客户、结算周期、退换货情况、无关联关系进行了确认	0.54%	0.55%	0.38%	0.18%

20	华为技术有限公司	2020. 9. 16	东莞市松山湖高新区阿里山路	房凯（民生证券）、 吴萌（申报会计师）	Zhu haoliang	研发人员	对其销售模式、下游客户、 结算周期、退换货情况、 无关联关系进行了确认	6. 49%	-	-	-
21	珠海爱司马 特数码科技 有限公司	2020. 9. 15	珠海市香洲区香工路 29 号金地动力港 A2 区 25 栋 101	白昱（民生证券）、 吴萌（申报会计师）、 栾容儿（发行人律师）	童八生	海外销售 总监	对其销售模式、下游客户、 结算周期、退换货情况、 无关联关系进行了确认	0. 16%	0. 40%	-	-
销售收入占比合计								74. 73%	72. 73%	84.57%	85.28%

3、保荐机构对上述前二十客户均进行了发函，函证信息包括发行人向其销售金额与往来款余额，具体函证客户明细如下：

序号	客户名称	2019 年度	是否回函	回函是否相符
1	Electus Distribution	2,813.80	是	是
2	Bascom Cameras B.V.	2,191.87	是	是
3	OOO Torgovyy Dom Spytnik	1,497.48	是	是
4	Kumi Electronic Components	992.44	是	是
5	New Glab Co.,Ltd	930.94	否	-
6	Components Specialties, Inc	747.35	是	是
7	Observint Technologies Inc	651.12	是	是
8	CCTV Core USA	635.39	是	是
9	MR D.I.Y. Trading SDN BHD	543.83	否	-
10	Hitron Systems Inc	533.80	是	是
11	Tc Global Co.,Ltd	481.60	是	是
12	Nelly'S Security Llc	370.60	是	是
13	Backstreet Surveillance	353.04	是	是
14	珠海爱司马特数码科技有限公司	336.84	是	是
15	Cenova Camera Equipments Security Technologies	332.32	是	是
16	System Q Ltd	320.39	否	-
17	Lookman Electroplast Inds.Ltd	284.65	否	-
18	Lava Electronics Inc	260.48	是	是
19	Ivision	246.62	是	是
20	Hisham Mohammed Abdelsalam Yehia	202.52	是	是
	合计	14,727.08		
	上述客户已发函金额占前二十大增长客户比例	100.00%		
	上述客户已回函金额占前二十大增长客户比例	85.88%		

上述已发函的客户大部分已回函，回函比例达 85.88%，且回函金额相符；对于部分客户未回函的原因是：客户与发行人业务规模相对不大，客户配合回函意愿较低。发行人已通过电子邮件进行了多次催收，保荐机构已核实电子催收记录。针对未回函客户，保荐机构执行了有效替代程序，包括检查销售合同、订单、发货单、报关单，检查海关电子口岸报告数据等，确认上述客户收入确认真实、

准确；

4、保荐机构查阅发行人与上述客户的销售合同、订单、报关单、发货单等；检查海关电子口岸数据、收款记录等，确认上述客户收入确认真实、准确；

5、保荐机构网络查询了解中美贸易摩擦进展，和美国对视频监控产品加征关税情况；

6、保荐机构对发行人高管、核心技术人员进行访谈，了解发行人与华为公司合作的相关信息；

7、保荐机构访谈业务及财务相关人员，查阅客户收款相关的制度文件，了解报告期内客户的信用政策制定情况、应收账款逾期原因等；

8、保荐机构查阅发行人应收账款期后回款情况及相关银行水单，并匹配至现金流量表相关科目，核查期后回款的真实性。

经核查，保荐机构认为：

1、发行人披露的 2019 年销售同比增长的前二十客户名称、所属国家或地区、合作背景、销售金额、销售产品类型、同比变动幅度真实、准确，2019 年销售变动原因与实际情况相符，具有合理性；

2、发行人披露的 Torgovyy Dom Spytnik 期后回款情况、其他信用账期超过 90 天的情况真实、准确，信用账期长于其他客户的原因具有合理性。发行人不存在放宽信用期刺激销售的情形；

3、发行人持续经营能力不存在重大不利变化。

五、请保荐人在《保荐工作报告》中说明对上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系的核查过程、方法、结论。

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、对发行人上述重要客户进行访谈，访谈客户收入占比 78.07%，了解其基本信息，取得其出具的《关于与珠海安联锐视科技股份有限公司及其关联方等不存在关联关系、利益输送的承诺函》；

2、互联网公开检索上述所有客户信息、查阅中信保的境外客户资信报告，核查上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系；

3、互联网公开检索发行人及其控股股东、实际控制人、董监高的信息，了

解其股权结构、对外投资情况等，并对其进行访谈，核查其与上述客户是否存在关联关系；

4、查阅发行人及其控股股东、实际控制人、董监高的银行流水，核查其与上述客户是否存在资金往来。

经核查，保荐机构认为：

上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在关联关系。

保荐机构已在《保荐工作报告》中说明对上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间是否存在关联关系的核查过程、方法、结论，并发表了明确核查意见，认为上述客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在关联关系。

问题 6 关于对美国的销售

报告期内发行人对美国的销售占比分别为 63.37%、61.10%、43.11%。2018 年 9 月和 2019 年 8 月，发行人前端摄像机和后端硬盘录像机相继被美国加征关税。2019 年 10 月，美国商务部宣布，将 28 家中国实体加入“实体管制清单”，禁止这些实体购买美国产品，28 家实体当中包括海康威视、大华科技、科大讯飞、旷视科技、商汤科技、依图科技、厦门美亚柏科等人工智能、人脸识别及安防监控厂商。请发行人：

（1）披露发行人被美国加征关税的具体产品、加征税率、加征关税起始时间、涉及收入金额及占比，并分析相关产品被加征关税后的销售收入同比变动情况、价格变动情况、毛利率变动情况，分析美国加征关税是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响；

（2）结合报告期后对美国客户的在手订单情况、疫情影响等分析并披露发行人 2020 年对美国市场的销售收入是否会持续下滑，同行业公司 2019 年在美国市场的销售变动情况与发行人是否存在较大差异；

（3）分析并披露发行人未来是否存在被美国列入“实体管制清单”的风险，若存在，请披露是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，并进行重大风险提示。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、披露发行人被美国加征关税的具体产品、加征税率、加征关税起始时间、涉及收入金额及占比，并分析相关产品被加征关税后的销售收入同比变动情况、价格变动情况、毛利率变动情况，分析美国加征关税是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响；

（一）发行人被美国加征关税的具体产品、加征税率、加征关税起始时间、涉及收入金额及占比

公司产品加征税率和加征时间如下：

产品	所属加征清单	加征时间及加征税率
前端摄像机	2,000 亿美元	2018 年 9 月 25 日起加征 10%； 2019 年 5 月 10 日起上调至 25%； 原定 2019 年 10 月 15 日上调至 30%，未执行，维持 25%
硬盘录像机	3,000 亿美元	2019 年 9 月 1 日，15%； 2020 年 2 月 14 日，7.5%

由上表得知，前端摄像机自 2018 年 9 月 25 日起被加征关税，硬盘录像机自 2019 年 9 月 1 日起被加征关税。根据与主要客户的沟通，对套装产品清关时，客户可选择不同编码，部分客户按前端摄像机编码清关，部分客户按硬盘录像机编码清关。出于谨慎性原则，公司将套装产品全部划为按“前端摄像机”编码报关，套装产品自 2018 年 9 月 25 日起被加征关税，由此测算被美国加征关税的产品涉及收入金额及占比如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年
被加征关税商品自加征之日开始至当年年末收入	14,836.39	22,707.80
占当年主营业务收入的比例	15.54%	27.13%

（二）相关产品被加征关税后的销售收入同比变动情况、价格变动情况、毛利率变动情况

1、收入变动情况

自 2018 年开始加征关税到 2019 年末，公司前后端产品均纳入征税商品清单。按报关出口运送至美国的销售订单统计，公司出口至美国收入金额 2018 年和 2019 年变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年	2019 年较 2018 年	2018 年
----	--------	----------------	--------

		减少的金额	
出口美国订单金额	36,088.39	22,247.34	58,335.73
其中低毛利产品销售金额	11,833.94	20,647.99	32,481.93

从上表可知,公司出口至美国的收入金额2019年较2018年减少了22,247.34万元,减少的主要是低毛利产品(分辨率500万像素及以下的同轴高清类产品)收入,主要原因是:(1)加征关税使原有低毛利、高性价比的产品终端价格上调,削弱了其性价比优势,导致销售额下降,公司相关低毛利产品的美国出口受到一定影响;(2)主要客户之一韩华泰科为规避美国加征关税带来的持续不利影响,对采购方式做出了重大调整,将采购产品变为采购组件发往越南工厂组装后再出口美国市场。由于韩华泰科在越南工厂的生产线准备期较长,以及双方业务衔接具有一定的磨合期,影响了正式投产运营的时间和效率,影响了韩华泰科对公司的全年采购规模;(3)公司客户Lorex受控股方大华股份内部战略调整影响,Lorex与公司继续在无线电池产品上保持稳定合作,非无线电池产品订单向其母公司大华股份转移,从而导致公司对其销售金额有所下降。

按产品类别区分,公司出口至美国的销售收入同比变动情况如下:

单位:万元

类别		2019年度		2018年度
		收入	变动比例	收入
前端摄像机	同轴高清摄像机	6,852.21	67.45%	4,092.14
	网络高清摄像机	6,166.61	27.70%	4,828.93
	前端合计	13,018.82	45.93%	8,921.07
后端录像机	同轴高清硬盘录像机	5,761.47	183.93%	2,029.21
	网络高清硬盘录像机	2,966.32	63.17%	1,817.90
	后端合计	8,727.79	126.87%	3,847.12
套装	同轴高清套装	3,683.26	-86.91%	28,128.03
	网络高清套装	1,557.20	-83.24%	9,293.36
	套装合计	5,240.47	-86.00%	37,421.39
其他		9,101.31	11.73%	8,146.16
合计		36,088.39	-38.14%	58,335.73

由上表可知,加征关税后,公司出口至美国的收入结构发生较大变化,主要是美国政府2019年9月开始对前端摄像机加征关税,由于在对套装产品清关时,部分客户按前端摄像机编码清关,部分客户按硬盘录像机编码清关。部分客户根

据自身对加征关税政策的理解，为防止多缴关税风险，调整发往美国的产品采购结构，由采购套装逐渐调整为单独采购前端摄像机和后端硬盘录像机，2019 年套装的销售大幅下降，前端摄像机和后端录像机销售上涨幅度较大。

2、相关产品被加征关税后价格变动情况、毛利率变动情况

相关产品被美国加征关税对公司产品价格、毛利率的具体影响为：

①2019 年 9 月之前，美国仅对公司前端摄像机产品加征关税，由于总体加征税负较小，基本都由客户承担；2019 年 9 月开始，美国开始对公司后端录像机产品加征关税，由于总体税负增加，公司开始与部分客户分担加征关税，经协商已定价产品的降价幅度平均在 10%以内。2020 年 1 月，公司开始通过越南加工厂供货，向美国市场供货降价约定不再有效，且降价约定对新产品不具有约束力。

②北美客户采购成本进一步增加，原有低毛利、高性价比的产品终端价格上调，失去了性价比优势，市场需求萎缩。很多产品型号自加征关税后销售大幅下滑，甚至不再销售，加征关税对产品结构变动产生影响，进而使得产品价格、毛利率发生变动。

（1）前端摄像机产品

前端摄像机 2018 年 9 月 25 日起加征关税，加征关税后公司出口至美国的前端摄像机产品的价格变动情况、毛利率变动情况如下：

单位：元/台

产品类别	分辨率 (像素)	2018 年 10-12 月				2018 年 1-9 月	
		销售价格	毛利率	价格变动	毛利率变动百分点	销售价格	毛利率
同轴高清摄像机	200 万	93.38	18.40%	5.97%	10.30	88.12	8.10%
	400 万	111.32	18.07%	2.85%	-6.74	108.24	24.81%
	500 万	107.77	18.95%	-20.58%	5.81	135.70	13.14%
	800 万	175.95	18.32%	-9.80%	-8.60	195.06	26.92%
网络高清摄像机	200 万	227.59	23.80%	-23.43%	-6.44	297.22	30.24%
	500 万	205.13	22.72%	-32.84%	-10.66	305.45	33.38%
	800 万	302.90	20.99%	-26.54%	-8.99	412.36	29.98%

从上表可知，公司不同像素的摄像机产品价格和毛利率各有涨跌变动，除加征关税影响外，相关变动的原因分析如下：

2018 年 10 月-12 月，200 万像素同轴高清摄像机价格和毛利率上升，主要

原因是：1 月-9 月，该系列产品销售额为 573.66 万元，韩华泰科采购占比为 64.28%，为了支持韩华泰科品牌切换期间的产品销售，公司给予的产品优惠力度较大，相应拉低了毛利率水平，10 月-12 月，该系列产品销售额为 1,281.90 万元，客户数量增加多，韩华泰科采购占比为 7.12%，相应产品的毛利率快速回升。

2018 年 10-12 月，400 万像素同轴高清摄像机价格上升，毛利率下降，主要原因是：全年该系列产品主要销售给 Lorex，本期销售的产品型号未发生变化，但该产品所使用的感光器件等材料发生变化，成本和单价均有所上升，由于销售规模较大，单价上升幅度相对较小，从而毛利率有所下降。

2018 年 1 月-9 月，500 万和 800 万像素同轴高清摄像机产品销售金额分别为 44.35 万元和 54.29 万元，大幅小于 10 月-12 月销售额 1,041.45 万元、356.73 万元，价格和毛利率对比不具有代表性。

2018 年 10 月-12 月，200 万像素网络高清摄像机价格和毛利率下降，主要原因是：1 月-9 月，该产品销售额为 1,974.32 万元，Lorex 采购占比为 92.21%，Lorex 采购的该产品细分型号与其他客户不同，全部为本年新推出的无线电池产品，产品价格和毛利率相对较高；10 月-12 月，该产品销售额为 895.96 万元，Lorex 采购占比为 79.68%，在采购占比下降的情况下，产品的平均价格和毛利率出现下降。

2018 年 10 月-12 月，500 万和 800 万像素网络高清摄像机价格和毛利率下降，主要原因是：1 月-9 月，该系列产品客户数量较为分散，单个客户采购规模不大，10 月-12 月 Swann 大幅增加了对其采购比例，由于 Swann 毛利率水平相对较低，从而拉低了产品的平均毛利率水平。

（2）后端硬盘录像机产品

后端录像机 2019 年 9 月 1 日起加征 15%关税。加征关税后，公司出口至美国的后端录像机产品的价格、毛利率变动情况如下：

单位：元/台

产品类别	分辨率 (像素)	2019 年 9-12 月				2019 年 1-8 月	
		销售价格	毛利率	价格变动	毛利率变动 百分点	销售价格	毛利率
同轴高清 录像机	200 万	372.60	39.87%	30.21%	16.89%	286.15	22.98%
	400 万	402.76	46.74%	-24.71%	16.76%	534.93	29.98%
	800 万	465.11	39.31%	3.77%	12.19%	448.21	27.12%

网络高清录像机	200 万	302.75	41.30%	-0.0033%	-4.01%	302.76	45.31%
	800 万	808.28	44.89%	17.57%	7.17%	687.46	37.72%

因为硬盘是后端硬盘录像机的组成部分，客户在美国海关通关时不单独申报，作为后端硬盘录像机整体申报，因此将此部分硬盘分配至后端硬盘录像机，模拟测算加征关税后，公司出口至美国的后端录像机产品的毛利率变动情况如下：

单位：元/台

产品类别	分辨率 (像素)	2019 年 9-12 月				2019 年 1-8 月	
		销售价格	毛利率	价格变动	毛利率变动百分点	销售价格	毛利率
同轴高清录像机	200 万	522.69	29.83%	4.19%	14.68%	501.69	15.15%
	400 万	729.09	34.05%	-0.10%	11.20%	729.85	22.85%
	800 万	669.53	28.24%	-3.23%	10.05%	691.86	18.19%
网络高清录像机	200 万	478.07	29.20%	0.03%	-1.38%	477.93	30.58%
	800 万	873.59	42.33%	-5.71%	12.62%	926.47	29.71%

由上表可知，后端硬盘录像机产品的价格和毛利率变动未因加征关税受到较大不利影响。

2019 年 9-12 月，200 万像素同轴高清录像机产品价格和毛利率均上升。价格上升主要原因：1-8 月份，该系列产品主要以视频输入通道 4 路、8 路产品为主，9-12 月份，该系列产品 16 路、32 路产品销售超过了 50%，由于 16 路、32 路产品单价相对 4 路、8 路产品较高，因此 9-12 月销售价格上升。毛利率上升的原因：1-8 月份，该系列产品主要以 Swann 采购为主，占比为 77.08%；2019 年 9 月开始，出口美国的后端录像机亦被加征关税，低分辨率同轴高清产品的终端价格上调，失去了性价比优势，下游市场需求萎缩，相应 Swann 采购的规模大幅下降，相比 1-8 月，Swann 销售占比降至 21.70%。由于 Swann 采购的规模较大，毛利率水平相对不高，在采购比例大幅下降的情况下，毛利率水平相应上升。

2019 年 9 月-12 月，400 万像素同轴高清录像机价格下降，毛利率上升。价格下降主要原因是：该产品 1-8 月的销售以视频输入通道 8 路、16 路产品为主，9-12 月的销售中视频输入通道 4 路产品销售占比近 50%，由于 4 路产品价格相对 8 路、16 路产品较低，因此 9-12 月销售价格下降。毛利率上升主要原因是：该产品 1-8 月的销售前两大客户为韩华泰科、Swann，销售占比合计为 84.61%，

9-12 月全部销售给 Tc Global Co.,Ltd, 相对采购额较大的品牌商客户韩华泰科、Swann, 该客户的毛利率较高, 因此 9-12 月毛利率上升。

2019 年 9 月-12 月, 800 万像素同轴高清录像机价格和毛利率均上升, 价格上涨幅度不大。价格上升的主要原因是: 该系列产品 1-8 月、9-12 月销售均以视频输入通道 8 路产品为主, 但 9-12 月销售中 16 路产品销售占比较 1-8 月略有上涨。毛利率上涨的主要原因是: 该系列产品 1-8 月销售排名前两位分别是韩华泰科、Swann, 销售占比分别为 42.22%、37.25%, 9-12 月销售排名前两位为 Swann、3R Global Co.,Ltd., 销售占比分别为 52.23%、28.07%。由于 Swann 和韩华泰科采购的规模较大, 毛利率水平相对不高, 3R Global Co.,Ltd. 毛利率相对较高, 9-12 月销售结构的变化导致毛利率水平相应上升。

2019 年 9 月-12 月, 200 万像素网络高清录像机价格和毛利率变动较小, 基本保持稳定。本系列产品 1-8 月和 9-12 月销售的产品均以 4 路产品为主, 价格较稳定。毛利率下降原因: 1-8 月和 9-12 月, 此系列产品韩华泰科销售占比均较高, 由于 1-8 月此系列产品销售细分品类较集中, 9-12 月细分品类增加, 不同细分品类产品毛利率存在差异, 相比 1-8 月, 韩华泰科毛利率 41.40%下降至 31.07%, 导致 9-12 月此系列产品毛利率下降。

2019 年 9 月-12 月, 800 万像素网络高清录像机价格上升, 毛利率上升。价格上升主要原因是: 相比 1 月-8 月, 本期销售的产品 32 路、64 路产品销售占比上升, 32 路、64 路产品单价高导致 9-12 月此系列产品价格上涨幅度较大。毛利率上升原因: 2019 年 1-8 月, 此系列产品第一大客户为 Swann, 销售占比为 50.85%, 此系列产品 9-12 月销售排名前两位为 Great Wall Security Inc.、3R Global Co.,Ltd., 销售占比分别为 33.96%、30.15%。Great Wall Security Inc.、3R Global Co.,Ltd. 毛利率相对 Swann 较高, 9-12 月销售结构的变化导致毛利率水平相应上升。

(3) 套装产品

由于在对套装产品清关时, 客户选择编码不同, 导致无法准确区分套装产品开始加征关税的时间。另外, 部分客户出于本身对加征关税政策的理解, 为防止多缴关税风险, 调整发往美国的产品采购结构, 由采购套装逐渐调整为单独采购前端摄像机和后端硬盘录像机, 2019 年套装的销售已大幅下降。因此对套装加

征关税前后，公司出口至美国的套装产品的价格、毛利率变动情况分析，不再以具体月份进行对比，具体情况如下：

单位：元/套

产品类别	分辨率 (像素)	2019 年				2018 年	
		销售价格	毛利率	价格变动	毛利率变动百分点	销售价格	毛利率
同轴高清 套装	200 万	663.42	20.87%	-13.00%	3.86	762.55	17.01%
	800 万	1,490.66	25.44%	-7.48%	1.92	1,611.19	23.52%
网络高清 套装	200 万	1,315.03	32.06%	4.72%	11.56	1,255.78	20.50%
	800 万	2,245.99	28.19%	-23.26%	3.64	2,926.80	24.55%

从上表可知，公司不同像素的套装产品价格和毛利率各有涨跌变动，并未完全受加征关税的影响。

2019 年度，同轴高清套装产品价格下降和毛利率上升，主要原因是：1）受原材料主要芯片和电容市场采购价格下降影响，同轴高清套装产品的平均单位成本和单价均有所下降；2）主要套装客户 Swann、韩华泰科、Lorex 等大幅减少了该系列产品的采购规模，由于上述客户毛利率水平相对不高，在采购规模下降的情况下，产品的平均价格下降和毛利率上升。此外，800 万像素同轴高清套装产品搭配的前端平均数量减少，亦是其价格下降的原因之一。

2019 年度，200 万像素网络高清套装产品价格和毛利率上升，主要原因是：因加征关税的影响，Swann 和韩华泰科等客户调整产品采购结构，由采购套装逐渐调整为单独采购前端摄像机和后端硬盘录像机及相关零配件，导致 Swann 和韩华泰科合计采购金额由 5,045.32 万元降至 4.04 万元，采购占比由 84.53%降至 0.66%。由于上述客户采购的产品毛利率相对不高，在采购规模大幅下降的情况下，产品的平均单价和毛利率上升。

2019 年度，800 万像素网络高清套装产品价格下降，毛利率上升，主要原因是：一方面，因加征关税的影响，Swann 和 Lorex 等客户调整产品采购结构，由采购套装逐渐调整为单独采购前端摄像机和后端硬盘录像机及相关零配件，导致 Swann 和 Lorex 合计采购金额由 2,034.56 万元降至 568.60 万元，采购比例由 82.14%降至 59.85%。由于上述客户采购的产品毛利率相对不高，在采购规模大幅下降的情况下，产品的毛利率上升；另一方面，本年销售的套装产品中搭配的前端平均数量减少，相应产品平均价格下降。

（三）美国加征关税是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响

1、公司制定并实施了合理有效的应对措施

自中美贸易摩擦出现以来，公司积极采取措施应对，目前应对措施和具体安排如下：

首先，为分散营运风险和中美贸易摩擦风险，公司已开始在海外布局产能，在泰国投资建厂以合理规避对中国产品加征的关税，公司泰国子公司生产线建设完成后，公司将根据中美贸易协商的进展合理安排出口美国市场的产品生产以规避加征的关税。在泰国工厂建成前公司将和越南组装加工厂合作，将原材料发往越南组装，最终通过安联锐视香港子公司对外销售，以合理规避加征关税；

再次，公司继续加大研发投入力度，不断提高产品的核心竞争力，丰富产品的品类，加大对美国客户新产品的开拓力度，将美国加征的关税纳入新产品和新市场的价格谈判体系当中，建立新的定价体系，增加高毛利产品的销售；

最后，公司继续加大对国内外客户的开发力度，积极开发美国以外区域国际客户，扩大全球覆盖范围，分散中美贸易摩擦的风险。

2、美国加征关税不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响

自 2018 年开始加征关税到报告期末，公司高毛利率、高分辨率的网络高清产品的销售未受到负面影响，公司业绩未受到重大负面影响。

由于我国是视频监控产品的主要制造国，美国市场对中国视频监控产品供应商存在一定依赖，美国客户难以将关税成本完全向供应商转嫁。

公司针对中美贸易摩擦的影响制定了合理有效的应对措施，2020 年 1 月，中美签署第一阶段经贸协议，美国将履行分阶段取消对中国产品加征关税的相关承诺，实现加征关税由升到降的转变。

综上所述，美国加征关税未对公司的经营业绩造成了一定影响，但未对公司的持续经营能力造成重大不利影响，公司亦实施了合理有效的应对措施。

二、结合报告期后对美国客户的在手订单情况、疫情影响等分析并披露发行人 2020 年对美国市场的销售收入是否会持续下滑，同行业公司 2019 年在美国市场的销售变动情况与发行人是否存在较大差异；

（一）2020 年对美国市场的销售收入是否会继续下滑

按报关出口运送至美国的销售订单统计，公司 2020 年 1-6 月份出口至美国收入金额为 **13,792.29** 万元，较上年同期下降了 **29.08%**。出口美国的前十大客户明细情况如下：

序号	客户名称	销售金额（万元）
1	Swann	7,199.90
2	Lorex	3,057.27
3	Harbor Freight Tools	1,512.63
4	韩华泰科	316.37
5	3R Global Co., Ltd	269.46
6	CCTV Core USA	229.41
7	Backstreet Surveillance	183.61
8	Dss-CCTV Inc	168.18
9	Nelly'S Security Llc	151.33
10	Components Specialties,Inc	135.27
	合计	13,223.43
	上述客户占出口美国收入比例	95.88%

2020 年上半年出口美国收入下降的主要原因为：1、受国内新冠肺炎疫情影响，公司开工时间较晚，且公司员工复工到岗、上游原材料供应链及物流运输恢复正常均经历了一定缓冲期，直到 3 月份随着国内疫情逐渐好转，公司生产经营也逐渐恢复正常；2、因美国新冠肺炎疫情影响，部分国外客户订单出现延迟交付和减少的情况，导致外销收入出现下降；3、受当地运营成本较高、产业链配套不完善等多重因素影响，韩华泰科新建的越南工厂未达到预期效益。同时，韩华泰科在年度投招标中未能与美国市场主要渠道商 Sam' s Club 达成 2020 年度合作协议，其 Sam' s Club 的销售渠道被 Swann 和 Lorex 等同行企业取代，使其 2020 年上半年在美国的市场份额大幅下滑，减少金额为 3,979.08 万元。

2020 年 1-8 月，发行人出口美国市场境外收入金额为 19,079.70 万元（未经审计），截至 2020 年 9 月 30 日，发行人出口美国市场的在手订单金额为 10,602.46 万元（未经审计）。下半年西方圣诞节、感恩节等节假日促销活动较多且促销力度为全年最大，公司产品作为消费类电子产品的一种，在节日促销期内销售金额较大。一般而言公司下半年收入普遍高于上半年。

当地时间 2020 年 4 月 22 日，美国贸易代表办公室公布了第 26 批 2,000 亿美元加征关税商品清单项下的产品排除及修订公告，排除加征有效期为当地时间 2018 年 9 月 24 日至 2020 年 8 月 7 日。根据第 26 批排除产品清单，8525803010 编码下新增两项具体排除产品，为零售用 4/8/16 路配塑料壳摄像机 DVR 套装和零售用 4/8 路配塑料壳 NVR 套装，对应公司多种产品。当地时间 2020 年 8 月 6 日，美国贸易代表办公室公布了 2,000 亿美元加征关税延长排除有效期商品清单，部分商品排除有效期延长至 2020 年 12 月 31 日。根据排除清单，8525803010 编码下零售用 4/8/16 路配塑料壳摄像机 DVR 套装排除有效期延长至 2020 年 12 月 31 日。在此背景下，公司相关产品在排除期限内享受免加征关税的优惠。

2020 年上半年，公司向 Swann 分月销售的出口美国收入情况如下：

月份	销售金额（万元）	占比
1	888.96	12.35%
2	2.70	0.04%
3	817.63	11.36%
4	1,867.50	25.94%
5	2,697.13	37.46%
6	925.98	12.86%
合计	7,199.90	100.00%

综上所述，2020 年对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化。

（二）同行业公司 2019 年在美国市场的销售变动情况

经查阅同行业公司同为股份的公开披露信息，其客户已遍布六大洲中的主要区域，主要集中于亚洲、欧洲、北美洲等地区。同为股份披露了境外销售总金额，未分区域、国别细分披露各国市场的销售情况。其 2018-2019 年的境外销售收入分别为 5.63 亿元、5.84 亿元，总体保持稳定。

同为股份 2019 年年度报告披露：“积极应对中美贸易冲突。与主要客户建立了应对关税变化的成本分担机制，稳定客户采购、库存和销售预期；积极推进与全球品牌企业的沟通，推进合作进程”、“优化成熟网络高清摄像机、网络高清录像机市场客户产品结构、市场推广等工作，努力提升中高端网络类产品的销售占比”、“提升网络类产品占比，拉动整体销售额、毛利的提升”。根据其公开披露信息，同为股份针对中美贸易摩擦采取了积极有效的应对措施，未将中

美贸易摩擦作为重大不利因素及其影响在定期报告或者其他公开信息中进行披露和提示，因此可以合理推测其与公司 2019 年美国市场销售结构变动和与客户就贸易摩擦协商结果存在一致性。

基于上述信息可以合理推断同行业公司 2019 年在美国市场的销售变动情况与发行人不存在较大差异。

三、分析并披露发行人未来是否存在被美国列入“实体管制清单”的风险，若存在，请披露是否会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，并进行重大风险提示

实体管制清单是指美国商务部工业安全局（BIS）基于美国《出口管制条例》（EAR），对外国特定企业或其他实体进行限制的名单列表。进入清单的基本依据是美国认为公司涉嫌参与违反美国国家安全或美国外交政策利益的活动，或构成正在参与或可能参与的重大风险。具体而言，列示了 5 种行为：（1）支持参加恐怖行动的人；（2）提升了国务卿指定的支持国际恐怖主义的国家的恐怖主义的军事能力；（3）以违反美国国家安全或外交政策利益的方式转让，开发，维修，修理或生产常规武器；（4）阻止由商务部工业安全局或国务院国防贸易管制局进行的最终用途检查：阻止进入并拒绝提供有关的信息或提供有关交易各方或待检查项目的虚假或误导性信息；（5）有违反《出口管制条例》的风险且最终用户审查委员会认为有必要采取事先许可审查的行为。

美国以人权和新疆问题为借口，将中国新疆维吾尔自治区公安厅及其 18 家下属机构、新疆生产建设兵团公安局和海康威视等 8 家人工智能、人脸识别及安防监控厂商列入管制清单。被列入“实体清单”受到的主要限制包括：从美国或其他国家进口美国原产的商品、技术或软件受到限制；进口其他国家商品，如果美国管制物项的价值占比超过 25%，受到限制；产品利用美国原产技术或软件直接生产，或利用美国原产技术或软件建设的工厂生产，受到限制。被列入“实体清单”并不会限制相关企业继续向美国出口。公司产品主要销往国外，国内销售占比较小，最终用户不包括国内政府机关和公安部门，且公司销售以 ODM 模式为主，以自营品牌销售比例较小，不存在因上述原因被列入“实体管制清单”的风险。综上所述，公司被美国列入“实体管制清单”的风险较小。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术 / 三 / （二） / 3、国际贸易

摩擦对出口产品的影响”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

- 1、查阅公司报告期内对美销售数据，比较 2018 年至今发行人对美国销售的销量、收入、毛利等数据，分析中美贸易战对发行人的实际影响；
- 2、网络查询了解中美贸易摩擦进展，和美国对视频监控产品加征关税情况；
- 3、对发行人总经理进行访谈，了解美国加征关税对发行人的影响以及发行人的应对措施；
- 4、了解发行人与美国客户的价格协商情况，取得发行人对美销售产品的价格和毛利率数据；
- 5、查阅发行人 2020 年 1-6 月对美销售情况及目前的在手订单情况；
- 6、查阅同行业上市公司披露文件有关美国市场销售情况说明；
- 7、查阅美国“实体管制清单”相关资料。

经核查，保荐机构认为：

- 1、美国加征关税未对发行人的持续经营能力造成重大不利影响；
- 2、根据 2020 年上半年对美销售情况和目前在手订单，发行人 2020 年对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化；虽然保荐机构无法获取同为股份对美国销售的相关数据，但保荐机构已获取的公开披露信息亦是相对充分的，基于上述信息可以合理推断同行业公司 2019 年在美国市场的销售变动情况与发行人不存在较大差异；
- 3、发行人未来被美国列入“实体管制清单”的风险较小。

问题 7 关于同为客户和供应商的情况

申报材料显示，Swann、Lorex、韩华泰科同时为发行人客户、供应商。报告期内发行人向上述 3 家客户销售额合计分别为 60,283.74 万元、64,090.76 万元、46,582.21 万元，发行人向上述供应商采购金额合计为 9,522.83 万元、8,513.74 万元、6,407.37 万元。2019 年发行人直接向西部数据采购硬盘金额合计 1,135.74 万元。请发行人：

一、披露发行人向 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘，与此后向上述客户销售产品中所包含的硬盘是否存在差异、是否需要发行人进一步加工；

二、披露发行人从 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘是否销售给其他客户，从其他供应商采购的硬盘是否销售给 Swann、Lorex、韩华泰科；

三、披露同型号硬盘直接向西部数据采购和通过 Lorex、韩华泰科采购的价格差异，发行人主要通过客户采购而不直接向西部数据等终端供应商采购的原因；

四、披露中美贸易摩擦对发行人向 Lorex、韩华泰科采购希捷、西部数据硬盘的影响。

请保荐人核查并发表明确意见。

回复：

一、披露发行人向 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘，与此后向上述客户销售产品中所包含的硬盘是否存在差异、是否需要发行人进一步加工；

硬盘是后端硬盘录像机的组成部分，用作数据存储，是标准化非定制产品。在后端录像机中属于独立运作部件，用数据线连接后即可使用，公司自 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘与向上述客户销售的硬盘系同一产品，并无差异。发行人需要将硬盘安装固定在录像机上，并经过产品整体质量、性能的检测程序，除此之外不需要进一步加工。

二、披露发行人从 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘是否销售给其他客户，从其他供应商采购的硬盘是否销售给 Swann、Lorex、韩华泰科；

报告期内，公司将从 Swann、韩华泰科采购的硬盘单独存放，并单独管理，专用于上述客户，不存在销售给其他客户的情况。公司从 Lorex 采购的硬盘存在零星销售给其他客户的情况，主要原因：2016 年，Lorex 存在订单取消导致公司向 Lorex 采购的硬盘闲置，与 Lorex 协商后，公司于报告期内对上述闲置硬盘进行了处理，除此之外，不存在报告期内采购的硬盘销售给其他客户的情况。

对于 Swann、lorex，报告期内公司从其他供应商采购硬盘零星销售给 Swann、Lorex 的硬盘数量总计分别为 3 台、11 台。

对于韩华泰科，在 2019 年之前，公司向韩华泰科销售的产品不包括硬盘，韩华泰科自有硬盘存放于公司提供场所，生产时进行领用并组装。2019 年，韩华泰科改变了硬盘的相关业务模式，不再采用自有硬盘模式，指定公司向西部数据采购硬盘，并将其当时的全部库存硬盘 11,942 个以市场价格销售给公司，指

定组装到韩华泰科的后端产品中。

三、披露同型号硬盘直接向西部数据采购和通过 Lorex、韩华泰科采购的价格差异，发行人主要通过客户采购而不直接向西部数据等终端供应商采购的原因；

（一）披露同型号硬盘直接向西部数据采购和通过 Lorex、韩华泰科采购的价格差异

西部数据是 2019 年新增的硬盘供应商，2019 年发行人向其采购的硬盘与通过 Lorex、韩华泰科采购的西数硬盘价格对比情况如下：

单价：元 / 台

规格型号	韩华泰科	Lorex	西部数据
1T 内存	244.92	243.44	237.00
2T 内存	315.17	330.26	307.60
4T 内存	-	525.10	516.32

总体来说，对于同型号硬盘，发行人直接向西部数据采购的平均单价略低于通过 Lorex、韩华泰科采购的硬盘的平均单价，主要原因包括：1、西部数据为终端硬盘供应商，公司直接向其采购节省了中间环节，导致价格较低；公司从韩华泰科、Loerx 采购的硬盘价格包含了上述客户的报关费、仓储费用等，导致价格略高；2、公司向西部数据采购的规模较大，有一定的议价能力。

此外，公司向 Lorex 采购的 2TB 硬盘采购单价与西部数据采购单价差异较大，主要是由于各月采购单价波动所致。2019 年 1 月，公司向其采购的硬盘单价较高，拉高了平均采购单价，若剔除 1 月份采购数据，其余月份的采购单价为 316.65 元，与西部数据采购单价不存在重大差异。

公司向客户销售硬盘的定价通常以市场价格加上必要的组装、检测费用确定，即在公司向 Lorex、韩华泰科采购的价格基础上加上组装、检测费用，采购价格变动不会影响公司硬盘整体的毛利率水平。

（二）发行人主要通过客户采购而不直接向西部数据等终端供应商采购的原因

Swann、Lorex、韩华泰科是安防行业知名的品牌商，出于品牌经营策略和存储稳定性考虑，对硬盘品牌有所指定。Swann 指定东芝、希捷品牌，Lorex 指定西部数据、希捷品牌，韩华泰科指定西部数据品牌。由于不同品牌硬盘对产品整

体的研发设计、使用运转影响很小，公司接受了客户对硬盘品牌的指定。且上述客户具有其指定品牌硬盘的境外采购渠道优势，公司考虑质量风险、售后服务等因素，决定向其或其关联方采购硬盘。

此外，由于硬盘终端供应商均为国际知名品牌，建立了成熟的代理商销售体系，一般需通过终端供应商的代理商采购，除特殊情况外，发行人直接从终端供应商采购的可能性较低。

四、披露中美贸易摩擦对发行人向 Lorex、韩华泰科采购希捷、西部数据硬盘的影响。

报告期内，公司采购的硬盘品牌主要为东芝硬盘、希捷硬盘及西部数据硬盘，其中东芝硬盘生产地在日本。硬盘属于标准化产品，市场供应稳定，替代性较强。

根据美国《出口管制条例》，美国商务部可通过将某些实体或个人列入“实体清单”的方式，对该实体或个人发出“出口禁令”，要求任何人在向实体清单上的实体或个人出口被管制货物前，均需预先从美国商务部获得《出口许可》，截至本反馈回复之日，公司未被列入实体清单，此外，中国尚未对进口硬盘等产品加征关税，公司向 Lorex、韩华泰科采购希捷、西部数据未受到影响，若未来中美贸易摩擦进一步激化，可能会导致公司采购希捷、西部数据硬盘受限。由于硬盘作为后端产品的独立运作部件，在极端条件下，终端客户也可以自主购买硬盘进行组装，中美贸易摩擦对公司采购硬盘的影响较小。

发行人已在“招股说明书 / 第六节 业务与技术 / 四 / （四）客户和供应商重叠情况”对相关内容进行了披露。

五、请保荐人核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈公司业务人员，了解发行人向 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘与销售的硬盘是否存在差异，是否需要进一步加工；了解发行人关于硬盘的管理模式，是否存在从上述客户采购的硬盘销售给其他客户以及是否存在从其他供应商采购的硬盘销售给上述客户的情况。

2、获取硬盘的采购明细表，对比分析同类型的硬盘不同客户的采购单价是否存在明显差异，了解从客户采购硬盘的商业逻辑。

3、对客户及供应商重叠情形的主要公司进行了实地走访，了解上述交易模

式的商业实质、结算方式等，获取其出具的无关联关系声明；查阅中信保的境外客户资信报告，核查其股权关系、关键管理人员等信息。

4、了解中美贸易摩擦对发行人采购硬盘的影响。

经核查，保荐机构认为：

1、发行人向 Swann、Lorex、韩华泰科采购的硬盘与销售的硬盘不存在差异，不需要进一步加工。

2、发行人从 Swann、韩华泰科采购的硬盘不存在销售给其他客户的情况；从 Lorex 采购的硬盘存在零星销售给其他客户的情况。报告期内，发行人存在从其他供应商采购的硬盘销售给 Swann、Lorex、韩华泰科的情形。

3、发行人从客户采购的硬盘与从终端硬盘生产商采购的硬盘平均单价不存在重大差异。

4、中美贸易摩擦对发行人采购西部数据等硬盘不存在重大不利影响。

问题 8 关于套装产品销售

2016-2019 年发行人套装产品销售金额为 8,198.48 万元、51,135.64 万元、50,406.98 万元、21,804.76 万元，占主营业务收入比 15.08%、54.91%、52.80% 和 26.05%。发行人解释 2017 年套装产品销售大幅上升的主要原因是：套装产品系消费类安防产品的主要销售方式、套装较单品销售更具有价格优势、同一品牌下组装的套装产品具有更好的兼容性；2019 年套装产品销售大幅下降主要原因是：未对前端和后端产品进行拆分并单独报关，存在被美国海关按照套装金额加征关税的可能性，北美主要客户为防止多缴关税风险，自 2018 年 11 月开始由采购套装逐渐调整为单独采购前端摄像机和后端硬盘录像机及相关零配件。请发行人：

(1) 将报告各期前十大客户的套装产品分拆还原成前后端产品、硬盘，分析并披露相关客户各年上述三类产品销售数量、销售金额波动的原因；

(2) 量化分析并披露发行人套装产品较单品销售更具有价格优势的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、将报告各期前十大客户的套装产品分拆还原成前后端产品、硬盘，分析并披露相关客户各年上述三类产品销售数量、销售金额波动的原因；

（一）前十大客户的套装产品情况及前端、后端与硬盘的配比情况

报告期内，公司前十大客户主要分为工程类客户和消费类客户，其中工程类客户主要有 Bascom Cameras B.V.、Urmet Spa 等，向公司采购的产品以前端产品或后端产品等单品为主，套装较少；消费类客户主要有 Swann、韩华泰科、Lorex、Electus Distribution 及 Harbor Freight Tools，消费类客户向公司采购的产品主要有前端产品、后端产品及套装产品，公司套装产品包含 4 路、8 路、16 路等规格，其中 4 路套装为 1 台后端产品配备 2-4 台前端产品，8 路套装为 1 台后端产品配备 4-8 台前端产品，16 路套装为 1 台后端产品配备 8-16 台前端产品。

报告期内，公司主要消费类客户采购的前端产品与后端产品的配比关系如下：

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Swann	6.21	5.06	5.90	4.76
韩华泰科	9.37	4.80	7.24	6.36
Lorex	5.68	8.29	6.06	3.89
Electus Distribution	4.25	5.12	3.95	3.72
Harbor Freight Tools	5.01	4.58	4.49	4.71

从上表可以，公司消费类客户采购的前端产品与后端产品的配比关系主要集中在 3.7 至 8.3 之间，与公司套装中前端与后端的配比关系相吻合。消费类客户在单独采购前端产品和后端产品时，保持一定的配比关系，主要是其最终销售时将采购的前、后端产品根据市场需求进行搭配，最终仍以套装的形式销售给终端客户。

消费类客户采购硬盘的数量与后端产品的数量密切相关，硬盘与后端产品的配比关系如下：

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Swann	0.95	0.94	0.93	0.99
韩华泰科	0.50	0.62	0.00	0.00
Lorex	0.51	0.71	0.82	0.80
Electus Distribution	1.00	1.04	1.20	1.12
Harbor Freight Tools	1.00	1.00	1.00	1.00

注 1：Swann 存在少部分后端产品未搭配硬盘的情况，硬盘数量总体与后端产品数量匹配；

注 2：韩华泰科 2017 年至 2018 年度以自有硬盘为主，硬盘与后端不存在配比关系；2019 年和 2020 年 1-6 月硬盘与后端产品的配比较低，主要是韩华越南采购的组件中未包含硬盘，导致对组件模拟还原产品后的配比较低；

注 3：Lorex 硬盘采购量较后端较少，主要原因是 Lorex 采购中部分为无线 WiFi 高清产品，该产品配备 SD 卡实现储存功能，不需要配备硬盘；

注 4：Electus Distribution 硬盘采购量高于后端产品，主要原因在于报告期内客户基于经营需要，除后端产品所需配备的硬盘外，单独向公司采购硬盘所致。

报告期内，主要消费类客户后端产品采购数量扣除无需配硬盘的无线 WiFi 后端产品、不从公司采购硬盘的客户后端产品销量等，公司主要消费类客户采购的硬盘数量与后端产品的配比基本保持稳定。

（二）套装产品分拆还原成前后端产品、硬盘的分析

公司客户下达套装订单时，明确了套装产品的价格以及前后端数量的配比关系，未列示前端产品和后端产品单独的采购价格，公司在将套装产品还原成前后端产品时，前后端产品各自对应的销售金额缺少明确的拆分依据，拆分过程主观性较强，拆分后的数据可分析性较弱，故销售金额无法进行实质性的还原分析。

报告期内，公司将前十大客户的套装产品分拆还原后三类产品销售数量的情况如下：

a、Swann

单位：台、块

产品大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年 度	2017 年度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度较 2017 年度变 动
前 端 产 品	模拟高清	-	-	-	18,354	-	-100.00%
	同轴高清	485,650	1,124,604	1,409,694	1,075,714	-20.22%	31.05%
	网络高清	164,615	210,898	254,964	21,899	-17.28%	1,064.27%
	合计	650,265	1,335,502	1,664,658	1,115,967	-19.77%	49.17%
后 端 产 品	同轴高清	84,012	230,687	244,327	229,273	-5.58%	6.57%
	网络高清	20,678	33,168	37,508	5,144	-11.57%	629.16%
	合计	104,690	263,855	281,835	234,417	-6.38%	20.23%
硬 盘	-	99,727	247,334	262,153	230,927	-5.65%	13.52%

注：虽然硬盘是后端录像机的重要组成部分，但客户在下订单时单独对硬盘报价，因此公司账面单独对其核算，下同。

报告期内，公司销售给 Swann 的前端产品、后端产品及硬盘的数量呈先增后减的趋势，具体分析如下：

2017 年和 2018 年，随着 Swann 将套装产品的订单转移至公司生产，相应公司对其产品销售额快速增加。其中前端产品的增幅高于后端产品，主要原因是：客户在按照前后端标准搭配进行采购外，还会根据下游客户的个性化需求，增加前后端产品的搭配比例，导致前端产品的采购数量较多。

2018 年，Swann 销售收入增幅高于前后端产品的销量增幅，主要原因是网络高清产品增加所致。网络高清产品价格明显高于同轴高清产品，收入的增长幅度高于同轴产品，在网络高清产品销量增加的情况下，从而带动了总体收入的快速增长。

2019 年，受中美贸易战加征关税影响，Swann 向公司采购的前端产品、后端产品均有所降低，公司前端产品、后端产品分别自 2018 年 9 月、2019 年 9 月被列入加征关税商品清单，导致 2019 年度前端产品的销量的下降幅度高于后端产品的变动幅度。公司销售给 Swann 的硬盘数量变动情况与后端产品的变动趋势相符。

2020 年 1-6 月，受国外新冠肺炎疫情影响，Swann 的线下销售渠道受到一定影响，订单出现延迟发货和减少的情况，导致公司向其销售收入出现下降。

b、韩华泰科

单位：台、块

产品大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度较 2018 年度变动	2018 年度较 2017 年度变动
前端产品	模拟高清	-	-	-	24	-	-100.00%
	同轴高清	26,982	334,865	835,959	1,191,176	-59.94%	-29.82%
	网络高清	20,219	78,378	107,111	148,740	-26.83%	-27.99%
	合计	47,201	413,243	943,070	1,339,940	-56.18%	-29.62%
后端产品	同轴高清	3,999	55,483	103,850	174,790	-46.57%	-40.59%
	网络高清	1,037	30,696	26,416	35,965	16.20%	-26.55%
	合计	5,036	86,179	130,266	210,755	-33.84%	-38.19%
硬盘	-	2,521	53,075	211	-	25,054.03%	-

注：2019 年数据包括对韩华泰科采购组件进行整机还原的模拟数量。

报告期内，韩华泰科向公司采购的前端产品、后端产品的数量呈下降趋势，具体分析如下：

2018 年，韩华泰科开始使用自己的商标“Wisenet”销售产品（按 2016 年

收购天津三星泰科公司时的约定，可以使用“Samsung”商标至2017年12月31日），由于新商标从推出到市场认可需要一个过程，韩华泰科的销售受到一定的影响，进而影响了公司对其销售数量，导致2018年前端产品和后端产品的数量均出现下降。

2019年，在中美贸易摩擦持续的背景下，韩华泰科为规避美国加征关税带来的持续不利影响，对采购方式做出了重大调整，将采购产品变为采购组件发往越南工厂组装后再出口美国市场。由于韩华泰科在越南工厂的生产线准备期较长，以及双方业务衔接具有一定的磨合期，影响了正式投产运营的时间和效率，因此韩华泰科大幅减少了对公司的采购规模，导致公司对其销售数量较去年同期下降幅度较大。

2019年之前，公司销售给韩华泰科的产品收入中未包含硬盘，硬盘由韩华自己采购。鉴于韩华泰科系公司重要客户，公司提供场所存放韩华泰科自有硬盘，由韩华泰科驻场人员负责保管，公司代为组装、检测，由于硬盘组装、检测的费用很小，为方便核算，公司向韩华泰科销售的产品价格中包含了这部分费用。2019年开始，韩华泰科参照与其他大客户的合作形式向公司采购硬盘，导致硬盘采购数量大幅增加。

2020年，受当地运营成本较高、产业链配套不完善等多重因素影响，韩华泰科的越南工厂未达到预期效益。同时，韩华泰科在年度招投标中未能与美国市场主要渠道商Sam's Club达成2020年度合作协议，其Sam's Club的销售渠道被Swann和Lorex等同行企业取代，使其2020年上半年在美国的市场份额大幅下滑，相应向公司采购的产品数量大幅下滑。

c、Lorex

单位：台、块

产品 大类	细分种类	2020年 1-6月	2019年 度	2018年 度	2017年度	2019年度 较2018年 度变动	2018年度 较2017年 度变动
前端 产品	同轴高清	30,902	143,202	303,898	388,766	-52.88%	-21.83%
	网络高清	67,063	75,899	156,898	86,635	-51.63%	81.10%
	合计	97,965	219,101	460,796	475,401	-52.45%	-3.07%
后端 产品	同轴高清	2,350	14,200	27,593	58,345	-48.54%	-52.71%
	网络高清	14,890	11,907	48,508	63,758	-75.45%	-23.92%

	合计	17,240	26,107	76,101	122,103	-65.69%	-37.67%
硬盘	-	8,850	18,591	62,209	97,121	-70.12%	-35.95%

2018 年，公司对 Lorex 的后端产品销量下降，主要原因在于本年度 Lorex 被大华股份收购，开始逐步减少与公司的交易规模所致；前端产品销量基本保持稳定，主要原因在于该年度客户增加了合作开发的 200 万像素无线电池套装产品（不需要外部供电和网线，安装方便）采购规模，抵消了因大华股份收购事项带来的同轴高清产品销量下降的影响，导致前端产品的销量基本稳定。

2019 年，除受美国加征关税持续影响外，Lorex 控股股东大华股份内部战略调整，安防产品相关订单向其母公司大华股份转移，从而导致公司对其销售数量快速下降。

2020 年 1-6 月，一方面，韩华泰科在年度投招标中未能与美国市场主要渠道商 Sam's Club 达成 2020 年度合作协议，其 Sam's Club 的销售渠道被同行业企业取代，其中 Lorex 取得了部分产品销售份额；另一方面，公司持续改进无线电池产品的技术方案，使得产品信号传输距离更远，功耗更低，图像效果更优，产品市场竞争力提升，为此 Lorex 增加了无线电池产品的采购规模，相应公司向其销售量较上年同期大幅增加。

d、Electus Distribution

单位：台、块

产品大类	细分类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度较 2018 年度变动	2018 年度较 2017 年度变动
前端产品	模拟高清	-	-	-	9,622	-	-100.00%
	同轴高清	11,111	63,239	19,899	19,639	217.80%	1.32%
	网络高清	7,779	25,953	3,252	4,765	698.06%	-31.75%
	合计	18,890	89,192	23,151	34,026	285.26%	-31.96%
后端产品	模拟高清	-	-	-	2,100	-	-
	同轴高清	2,626	12,555	5,359	5,847	134.28%	-8.35%
	网络高清	1,818	4,861	509	1,212	855.01%	-58.00%
	合计	4,444	17,416	5,868	9,159	196.80%	-35.93%
硬盘	-	4,444	18,109	7,058	10,249	156.57%	-31.13%

2017 年至 2019 年度，Electus Distribution 向公司的产品数量呈先减后增的趋势，具体分析如下：

Electus Distribution 是澳大利亚著名的连锁超市，由于在安防行业知名度不高，2017 年开始，客户转变经营策略，逐步开始在当地采购 Swann 品牌产品，从而导致 2018 年产品采购数量下降。

2019 年，Electus Distribution 收购了澳大利亚一个具有一定知名度的安防产品品牌 Concord，产品市场份额扩大，相应向公司采购的产品数量增加。

2020 年 1-6 月，受当地新冠肺炎疫情影响，Electus Distribution 自有实体店经营受到影响，导致公司对其销售数量出现下降。

e、Harbor Freight Tools

单位：台、块

产品大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度 较 2017 年 度变动
前端 产品	模拟标清	-	-	-	124,900	-	-100.00%
	同轴高清	86,990	127,859	180,744	224,054	-29.26%	-19.33%
	网络高清	29	32	4	20	700.00%	-80.00%
	合计	87,019	127,891	180,748	348,974	-29.24%	-48.21%
后端 产品	模拟高清	-	-	-	26,700	-	-100.00%
	同轴高清	17,343	27,906	40,294	47,411	-30.74%	-15.01%
	网络高清	11	2	1	5	100.00%	-80.00%
	合计	17,354	27,908	40,295	74,116	-30.74%	-45.63%
硬盘	-	17,354	27,907	40,292	74,113	-30.74%	-45.63%

注：网络高清系列产品均为样机。

2017 年至 2019 年度，Harbor Freight Tools 采购量呈持续下降趋势，具体如下：

2018 年，伴随着行业高清化的发展趋势，客户减少了模拟标清高清产品的数量，导致采购量下降幅度较大。

2019 年，受中美贸易摩擦影响以及客户自身销售策略影响（销售低端安防产品为主），导致该年度采购量下降幅度较大。

2020 年 1-6 月，虽然受到当地新冠肺炎疫情影响，实体店销售受到一定影响，Harbor Freight Tools 充分利用其较强线上销售渠道优势，采购的安防产品数量有所增加。

f、Bascom Cameras B.V.

单位：台、块

产品 大类	细分类	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度较 2018 年度变 动	2018 年度较 2017 年度变 动
前端 产品	同轴高清	-	8	4	-	100.00%	-
	网络高清	21,809	38,635	28,679	15,659	34.72%	83.15%
	合计	21,809	38,643	28,683	15,659	34.72%	83.17%
后端 产品	同轴高清	20	251	363	926	-30.85%	-60.80%
	网络高清	6,464	10,852	7,724	4,053	40.50%	90.57%
	合计	6,484	11,103	8,087	4,979	37.29%	62.42%
硬盘	-	6,484	11,078	8,080	4,975	37.10%	62.41%

Bascom Cameras B.V. 为荷兰安防产品运营商，近年来积极采取营销策略开拓安防市场，提供上门安装等售后服务，市场份额不断提高，相应向发行人采购的产品持续增加。

g、3R Global Co., Ltd.

单位：台、块

产品 大类	细分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度较 2017 年度变 动
前端 产品	同轴高清	-	-	-	4	-	-100.00%
	网络高清	72	24	-	606	-	-100.00%
	合计	72	24	-	610	-	-100.00%
后端 产品	同轴高清	19,854	46,994	49,359	36,631	-4.79%	34.75%
	网络高清	1,224	3,582	5,058	2,017	-29.18%	150.77%
	合计	21,078	50,576	54,417	38,648	-7.06%	40.80%
硬盘	-	-	-	6,825	-	-	-

3R Global Co. Ltd 是韩国工程类安防产品制造商，以后端产品采购为主。受客户需求变动影响，2018 年公司销售量增幅较大，2019 年基本保持稳定。由于其部分客户位于美国，受新冠肺炎疫情影响，其发往美国的产品数量下降，相应从公司的采购量有所降低。

h、000 Torgoviy Dom Spyttnik

单位：台、块

产品 大类	细分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年 度较 2017 年
----------	-----	-----------------	---------	---------	-------------	----------------------------	------------------------

							度变动
前端产品	标清模拟	-	-	-	1	-	-100.00%
	同轴高清	204	1,726	404	-	327.23%	-
	网络高清	1,724	16,981	1,237	8,235	1,272.76%	-84.98%
	合计	1,928	18,707	1,641	8,236	1,039.98%	-80.08%
后端产品	同轴高清	2,130	28,300	13,149	13,408	115.23%	-1.93%
	网络高清	150	6,050	-	1	-	-
	合计	2,280	34,350	13,149	13,409	161.24%	-1.94%
硬盘	-	-	-	-	-	-	-

注：000 Torgovyy Dom Spytnik 销售数量中包含了其关联方 000 KOMPANIYA SPUTNIK。

000 Torgovyy Dom Spytnik 为俄罗斯工程类安防产品品牌商，2018 年，受终端市场需求影响，降低了对网络高清产品的采购；2019 年，随着双方合作的深入以及市场需求增长的原因，客户加大了对公司产品的采购量。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，客户对公司的采购量下降。

i、Urmet Spa

单位：台、块

产品大类	细种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年 度较 2017 年 度变动
前端产品	模拟高清	-	-	-	11	-	-
	同轴高清	670	1,408	2,224	2,026	-36.69%	9.77%
	网络高清	12,437	23,929	22,551	6,087	6.11%	270.48%
	合计	13,107	25,337	24,775	8,124	2.27%	204.96%
后端产品	同轴高清	1,801	4,756	7,903	13,250	-39.82%	-40.35%
	网络高清	2,766	4,521	4,246	2,133	6.48%	99.06%
	合计	4,567	9,277	12,149	15,383	-23.64%	-21.02%
硬盘	-	4,560	9,093	11,983	13,815	-24.12%	-13.26%

Urmet Spa 是一家创建于意大利的多元化国际科技公司，安防监控产品为其众多业务的其中一种，主要面向工程类市场。2017 年，Urmet Spa 以采购后端产品为主。2018 年开始，客户根据自身产品经营策略，加大了前端网络高清产品的采购规模，降低了同轴高清产品的采购数量。2020 年 1-6 月，受新冠肺炎疫情影响，其向公司的采购量较去年同期有所降低。

g、Rifatron Co., Ltd.

单位：台、块

产品 大类	细分类	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度较 2018 年度变 动	2018 年 度较 2017 年 度变动
前端 产品	同轴高清	1,332	1,366	14	10	96,57.14%	40.00%
	网络高清	474	1,236	4	4	30,800.00%	0.00%
	合计	1,806	2,602	18	14	14,355.56%	28.57%
后端 产品	同轴高清	23,489	41,108	44,881	20,497	-8.41%	118.96%
	网络高清	126	1	19	26	-94.74%	-26.92%
	合计	23,615	41,109	44,900	20,523	-8.44%	118.78%
硬盘	-	-	100	-	-	-	-

Rifatron Co., Ltd. 韩国工程类客户国，报告期内，Rifatron Co., Ltd. 以采购后端产品为主，2018 年受终端需求增长影响，向公司采购的后端产品大幅增加；2019 年公司向其的销售量较 2018 年变动不大，基本保持稳定。2020 年 1-6 月，得益于韩国新冠肺炎疫情得到有效控制及公司开发的网络高清产品得到客户认可，其向公司的采购量有所增加。

k、Great Wall Security Inc

单位：台、块

产品 大类	细分类	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度 较 2017 年 度变动
前端 产品	模拟高清	-	-	-	1	-	-100.00%
	同轴高清	200	1,602	2	-	80,000.00%	-
	网络高清	2	8,113	6,150	7,168	31.92%	-14.20%
	合计	202	9,715	6,152	7,169	57.92%	-14.19%
后端 产品	同轴高清	-	2,530	1,583	1,206	59.82%	31.26%
	网络高清	-	6,017	4,741	1,848	26.91%	156.55%
	合计	-	8,547	6,324	3,054	35.15%	107.07%
硬盘	-	-	-	3,505	875	-	300.57%

Great Wall Security Inc 经营地在美国，以工程类安防产品销售，公司与其自 2009 年 9 月开始合作，凭借公司快速研发能力和批量交货能力，双方的合作不断加深，报告期内 Great Wall Security Inc 采购数量整体呈上涨趋势。2020

年1-6月，受新冠肺炎疫情影响，导致采购量下降幅度较大。

1、Worldwide Marketing

单位：台、块

产品 大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年 度较 2017 年 度变动
前端 产品	同轴高清	-	2	-	-	-	-
	网络高清	-	7,020	8,535	2,375	-17.75%	259.37%
	合计	-	7,022	8,535	2,375	-17.73%	259.37%
后端 产品	同轴高清	-	1	7,144	61,462	-99.99%	-88.38%
	网络高清	-	907	1,065	284	-14.84%	275.00%
	合计	-	908	8,209	61,746	-88.94%	-86.71%
硬盘	-	-	902.00	8,371	59,945	-89.22%	-86.04%

报告期内，公司对其销售量逐年下降，主要原因：2017年之后，Worldwide Marketing 将主要订单转向其他供应商，保留了少量款型产品订单向安联锐视采购。由于该客户与公司存在以下分歧：①其在下游市场坚持走低价路线与公司追随市场和技术发展方向的分歧；②其倾向现有成熟产品大规模生产与公司重视新产品研发的差异；③只向公司采购后端而不是同时采购前后端产品，致使公司与 Worldwide Marketing 交易规模逐年下降。

m、Circus World Displays Limited

单位：台、块

产品 大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年 度	2018 年度	2017 年度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年 度较 2017 年 度变动
前端 产品	同轴高清	-	585	14,850	95,059	-96.06%	-84.38%
	网络高清	-	-	42	17	-100.00%	147.06%
	合计	-	585	14,892	95,076	-96.07%	-84.34%
后端 产品	同轴高清	-	-	2,720	15,423	-100.00%	-82.36%
	网络高清	-	1	1,324	8,274	-99.92%	-84.00%
	合计	-	1	4,044	23,697	-99.98%	-82.93%
硬盘	-	-	-	4,032	23,654	-100.00%	-82.95%

Circus World Displays Limited 是加拿大消费类品牌商，报告期内，Circus

World Displays Limited 向公司采购产品的数量持续下降，主要原因在于公司与客户未就产品定价达成一致，客户减少了对公司的采购量。

n、Kumi Electronic Components

单位：台、块

产品 大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度较 2017 年度变 动
前端 产品	同轴高清	-	-	7,115	4	-100.00%	177,775.00%
	网络高清	4,313	14,720	5,401	9,363	172.54%	-42.32%
	合计	4,313	14,720	1,2516	9,367	17.61%	33.62%
后端 产品	同轴高清	4,918	8,570	8,627	12,406	-0.66%	-30.46%
	网络高清	1,400	3,502	2,072	2,680	69.02%	-22.69%
	合计	6,318	12,072	10,699	15,086	12.83%	-29.08%
硬盘	-	-	-	-	-	-	-

Kumi Electronic Components 为韩国安防品牌商，自 2015 年开始合作，受自身终端客户需求的影响，其对公司的采购量存在波动，其中 2018 年，Kumi Electronic Components 向公司采购了数量较多的同轴高清摄像机，导致前端产品的数量增幅较大。2020 年 1-6 月，其向公司采购的产品数量较去年同期基本保持稳定。

n、华为技术有限公司

单位：台、块

产品 大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度较 2017 年度变 动
前端 产品	同轴高清	-	-	-	-	-	-
	网络高清	167,850	-	-	-	-	-
	合计	167,850	-	-	-	-	-
后端 产品	同轴高清	-	-	-	-	-	-
	网络高清	18,492	-	-	-	-	-
	合计	18,492	-	-	-	-	-
硬盘	-	-	-	-	-	-	-

华为技术有限公司为 2020 年新开发的战略客户，主要向公司采购网络高清产品。

n、Newglab Co., Ltd

单位：台、块

产品大类	细分种类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年 度	2017 年 度	2019 年度 较 2018 年 度变动	2018 年度较 2017 年度变 动
前端 产品	同轴高清	—	—	—	—	—	—
	网络高清	15,749	29,395	5,500	—	434.45%	—
	合计	15,749	29,395	5,500	—	434.45%	—
后端 产品	同轴高清	160	467	—	—	—	—
	网络高清	546	409	—	—	—	—
	合计	706	876	—	—	—	—
硬盘	—	—	350	—	—	—	—

Newglab Co.,Ltd 为韩国安防品牌商，自 2018 年开始合作，受终端消费需求影响，2019 年加大了对公司网络高清产品的采购量。

二、量化分析并披露发行人套装产品较单品销售更具有价格优势的原因。

公司套装产品搭配好前端、后端产品，并配备了电源、HDMI 线、硬盘，用户不需要专业的产品知识，即可简单、便捷地安装使用；消费者单独购买前端产品或后端产品，购买后自行组合用于个人家庭场景，最终的使用形态也是前端产品和后端产品搭配使用，即消费类市场的最终用户习惯于购买套装产品。

套装产品较单独购买前端和后端产品在价格上具有优势，主要原因：①套装产品包含了一台后端产品和若干台前端产品，公司客户采购套装时采购规模通常比较大，公司根据采购规模给予一定的价格折扣；②公司客户倾向于采购套装产品，不同品牌之间前端和后端产品会增加客户的验货、管理成本，并且可能出现兼容性不稳定等问题，采购套装产品降低了客户的成本。

由于公司产品具有定制化属性，不同客户对相同规格产品的配置、功能、外型、所选物料种类等要求不同，公司不存在与套装产品规格型号、配置完全相同的前后端产品销售给不同客户的情况。为尽可能客观比较套装产品与同类型单品销售的价格信息，选取了报告期内销量较大的套装产品作为比较对象，对其包含的前后端产品选取规格型号或配置相似度较高的产品进行对比分析：

单位：元 / 台；元 / 套

期间	产品规格	套装产品 均价	同类型单品均价			价格差异
			前端产品	后端产品	均价合计	
2020 年	200 万 8 路配 4 个 摄像机套装	543.76	356.60	273.34	629.94	-86.18

1-6月	800万8路配6个摄像机套装	2,421.19	2,149.56	397.39	2,546.95	-125.76
	800万8路配8个摄像机套装	2,703.09	2,129.52	729.92	2,859.44	-156.35
2019年度	200万8路配4个摄像机套装	575.68	353.36	257.89	611.25	-35.57
	400万8路配6个摄像机套装	1,122.03	803.42	419.30	1,222.72	-100.69
	800万4路配4个摄像头套装	1,811.94	1,521.00	418.14	1,939.14	-127.20
	800万8路配8个摄像头套装	3,118.85	2,597.20	778.40	3,375.60	-256.75
期间	产品规格	套装产品均价	同类型单品均价			价格差异
			前端产品	后端产品	均价合计	
2018年度	200万8路配4个摄像机套装	606.60	355.56	340.67	696.23	-89.63
	500万8路配4个摄像机套装	797.23	402.60	501.00	903.60	-106.37
	500万8路配8个摄像机套装	1,213.63	788.80	552.49	1,341.29	-127.66
	500万8路配8个摄像机套装	1,387.19	1080.88	501.00	1,510.75	-194.69
期间	产品规格	套装产品均价	同类型单品均价			价格差异
			前端产品	后端产品	均价合计	
2017年度	200万16路配12个摄像头套装	1,365.69	893.16	629.76	1,522.92	-157.23
	400万8路配4个摄像头套装	949.18	488.04	596.03	1,084.07	-134.89
	200万8路配8个摄像机套装	871.32	595.47	385.91	981.38	-110.06
	200万8路配4个摄像机套装	700.50	404.74	385.91	790.65	-90.15

注1：前端产品的平均单价为套装产品中前端产品的数量*同类型均价

注2：表中的产品规格是根据前端摄像机的分辨率及套装产品配备的摄像机个数命名，由于相同分辨率下其他性能、规格不尽相同，故存在产品名称相同但规格型号不一致导致单价不同的情形。

综上，购买套装产品较单独购买前端和后端产品在价格上具有优势。

发行人已在招股说明书 / 第八节 财务会计信息与管理层分析 / 十四 / (二) / 主营业务收入按产品类别划分” 对相关内容进行了披露。

三、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、获取报告期内前十大客户套装拆分后三大类产品的数量，分析其变动原因，是否与实际情况相符；

2、访谈发行人业务人员，了解套装比单品采购更具有价格优势的原因；

3、获取发行人销售金额较大的套装产品，并与规格型号类型的单品采购均价进行对比分析。

经核查，保荐机构认为：

报告期内，发行人前十大客户套装产品拆分后的产品销售数量的变动具有合理性；发行人套装产品较单品销售更具有价格优势。

问题 9 关于毛利率

申报材料显示：（1）报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 20.41%、19.69% 和 26.21%。反馈意见回复称，2019 年主要芯片和电容等原材料采购价格下降幅度较大，导致产品单位成本下降较多，从而导致 2019 年毛利率增长较多。（2）报告期内，发行人配件销售金额分别为 792.73 万元、1,319.90 万元和 4,803.06 万元，毛利率分别为 28.56%、35.44%、31.68%。请发行人：

（1）分析并披露报告期内发行人采购的主要芯片和电容的价格与公开市场价格、可比公司采购价格是否存在较大差异，量化分析并披露主要芯片和电容等原材料采购价格下降对毛利率的影响；

（2）分析并披露发行人 2019 年营业收入同比下降 13%的情形下，毛利率提升 6.52 个百分点的原因及合理性，毛利率大幅提升的相关因素是否可持续，2020 年毛利率是否存在大幅下滑风险；

（3）结合可比公司情况，分析并披露配件毛利率高于视频监控产品毛利率的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、分析并披露报告期内发行人采购的主要芯片和电容的价格与公开市场价格、可比公司采购价格是否存在较大差异，量化分析并披露主要芯片和电容等原材料采购价格下降对毛利率的影响；

（一）报告期内发行人采购的主要芯片和电容的价格与公开市场价格、可

比公司采购价格是否存在较大差异；

1、主要芯片

公司产品所使用的主要芯片包括主控芯片、图像传感器芯片、图像处理芯片及存储芯片。因主要芯片的具体型号、技术规格较多，公司无法获得上述原材料往期准确的市场价格，行业内亦无公开报价。同为股份 2019 年业绩预报披露：公司持续优化产品方案，产品销售结构发生变化、材料成本下降及汇率的变动导致毛利率提升，改善了经营业绩。除此之外，未披露主要芯片采购价格的相关信息。汉邦高科亦未披露主要芯片采购价格的相关信息。

公司通常与多家供应商进行市场比价，并协商确定主要芯片采购价格，价格具有公允性。其中主控芯片主要向华为海思采购，图像传感器芯片向思达电子（香港）有限公司、鼎芯科技（亚太）有限公司等采购，图像处理芯片向华为海思、骏龙电子科技有限公司等采购。上述公司为芯片直接生产商或国际知名芯片企业的一级代理商，其对外销售价格代表着公开市场公允价格水平。

根据中信证券《电子行业半导体系列专题：疫情升级对存储芯片行业影响五问五答》，存储芯片近年来呈现出价格波动的趋势：2016 年-2017 年价格增长，受以前年度产能扩张和去库存影响，2018 年-2019 年存储芯片价格持续下跌。报告期内，公司存储芯片采购单价与科创板上市公司博汇科技（688004）采购单价波动趋势一致，采购单价和变动比例的差异主要在于存储芯片的功能和规格存在一定差异，具体如下：

单位：元

类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	采购单价	变动比例	采购单价	变动比例	采购单价	变动比例	采购单价	变动比例
安联锐视存储芯片	9.11	-20.62%	10.25	-44.20%	18.37	-2.65%	18.87	-
博汇科技芯片 5	-	-	14.69	-37.68%	23.57	-2.08%	24.07	-
博汇科技芯片 6	-	-	35.43	-38.68%	57.78	-	-	-

数据来源：博汇科技招股说明书，芯片 5 和芯片 6 为存储芯片。博汇科技主营业务涵盖视听业务运维平台、媒体内容安全和信息化视听数据管理三个主要领域。

根据博汇科技招股说明书，受 2019 年存储芯片行业降价影响，芯片 5 和芯片 6 在 2019 年的采购价格较 2018 年大幅下降。

根据财信证券《电子行业点评：中报预告反映结构性回暖，关注下游持续性表现》，2020 年上半年存储芯片价格先涨后降，具体如下：“2019 年底开始，

下游客户积极备货导致存储芯片价格迎来 30%左右的反弹，DRAM 和 NAND Flash 淡季不淡，进入二季度以来，受下滑需求减少影响，存储芯片价格出现明显回撤，较年初下滑 11.73%，较 4 月初的价格高点下滑 28.58%，四月至今呈现持续下滑趋势”。2020 年上半年，受公司存储芯片采购集中于第二季度及规格型号不同影响，本期采购价格较去年同期有所下降。

2、电容

因电容的具体型号、技术规格较多，公司无法获得上述原材料往期准确的市场价格，行业内亦无公开报价。可比公司同为股份、汉邦高科未披露电容的采购价格信息。公司通常与多家供应商进行市场比价，并协商确定电容采购价格，具有公允性。报告期内，公司电容采购平均单价为 0.0251 元、0.0617 元、0.0195 元和 **0.0229 元**，与科创板上市公司威胜信息（688100）、南京商络电子股份有限公司（以下简称“商络电子”，创业板在审企业）电容采购单价波动趋势一致，变动比例的差异主要在于相关电容的功能和规格存在一定差异，具体如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
安联锐视电容	14.50%	-68.40%	145.82%	-
威胜信息电容	-	-47.50%	160.00%	-
商络电子电容	-	-52.13%	135.25%	-

数据来源：威胜信息招股说明书、商络电子招股说明书，威胜信息主营业务为物联网“连接与通信”相关产品与解决方案，主要产品包括通信网关、通信模块等；商络电子主营业务为向网络通信、消费电子、汽车电子、工业控制等应用领域的电子产品制造商提供电子元器件产品。

根据威胜信息和商络电子的招股说明书等公开披露文件，电容市场受到上游供应商产能切换、市场需求变化、新增产能变化以及国际贸易局势紧张、区域经济下行等多种因素的复合影响，电容价格呈现出 2017 年下半年起至 2018 年三季度持续上涨，2018 年四季度开始起持续下滑，直到 2019 年底基本回归至本轮价格上涨启动时价位的走势，**2020 年 1-6 月，电容市场价格基本保持稳定**，与发行人电容采购价格的走势一致。

综上，公司根据市场询价、议价等方式确定主要芯片、电容的采购价格，具有公允性。相关价格与市场价格、上市公司采购价格等波动趋势一致，不存在较大差异。

（二）量化分析并披露主要芯片和电容等原材料采购价格下降对毛利率的

影响；

2019 年和 2020 年 1-6 月，公司主要芯片和电容采购价格变动如下：

单位：元/件

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年
	采购价格	变动比例	采购价格	变动比例	采购价格
主要芯片	16.57	-3.61%	15.51	-12.52%	17.73
电容	0.0229	14.50%	0.0195	-68.40%	0.0617

主要芯片和电容等原材料采购价格变动幅度远高于其他原材料，大幅下降对主营业务毛利率影响较大，假定主要芯片和电容以外其他原材料价格不变的情况下，量化分析如下：

项目		对 2019 年毛利率影响
主要芯片	占主营业务成本的比例	28.44%
	价格变动-12.52%，主营业务成本变动幅度	-3.56%
	价格变动-12.52%，主营业务毛利率变动幅度	2.63%
电容	占主营业务成本的比例	4.71%
	价格变动-68.40%，主营业务成本变动幅度	-3.22%
	价格变动-68.40%，主营业务毛利率变动幅度	2.38%
主营业务毛利率变动幅度合计		5.01%

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（二）/3、主要原材料及能源价格变动趋势”对相关内容进行了披露。

二、分析并披露发行人 2019 年营业收入同比下降 13%的情形下，毛利率提升 6.52 个百分点的原因及合理性，毛利率大幅提升的相关因素是否可持续，2020 年毛利率是否存在大幅下滑风险；

（一）主营业务毛利率增加的原因及合理性

2019 年，公司主营业务毛利率提升幅度较大，主要原因如下：

1、受美国加征关税的持续影响，低毛利产品销售额下降，同时公司加快产品结构优化，逐步提升技术附加值更高产品的销售规模，带动毛利率水平上升。

在美国加征关税的持续影响下，公司前后端产品均纳入征税商品清单，北美客户采购成本进一步增加，原有低毛利、高性价比的产品终端价格上调，失去了性价比优势，市场需求萎缩，销售份额下降明显，分辨率 500 万像素以下的同轴高清类前、后端产品（包含套装中的前后端产品）相比 2018 年销售分别减少

123.04 万、17.49 万台，分别较 2018 年下降 42.54%、26.09%。

在低毛利产品市场需求减弱的情况下，公司顺应行业发展趋势，加快产品结构升级，充分利用自己多样化的客户群体及技术研发优势，不断扩大技术附加值更高产品的市场份额，来满足下游客户升级需求。同时，公司积极开发美国市场以外的中小客户，增加产品款型，推行“多品种、差异化、小批量”营销策略，有利于提升产品销售价格，2019 年，公司在售的产品型号为 2,733 个，比上年同期增加 415 个。

通常情况下，高分辨率的产品技术水平高，相应产品的毛利率较高。2019 年，公司高分辨率产品主要为 800 万像素产品和 500 万像素网络高清产品，公司高毛利、技术附加值更高的产品结构变动如下：

单位：万元

高毛利产品		2019 年度		2018 年度
产品类型	分辨率	销售金额	增幅比例	销售金额
网络高清摄像机	500 万	3,942.32	132.14%	1,698.28
	800 万	3,790.65	119.32%	1,728.38
同轴高清硬盘录像机	800 万	3,009.68	1,504.73%	187.55
网络高清硬盘录像机	800 万	4,087.51	50.96%	2,707.74
同轴高清套装	800 万	3,466.00	62.02%	2,139.21
网络高清套装	800 万	4,107.83	21.33%	3,385.60
合计		22,403.99	89.11%	11,846.76
占主营业务收入比例		26.76%		12.41%
高毛利产品		2019 年度		2018 年度
产品类型	分辨率	毛利率	增减百分点	毛利率
网络高清摄像机	500 万	35.80%	4.24%	31.56%
	800 万	38.27%	10.51%	27.76%
同轴高清硬盘录像机	800 万	35.97%	7.15%	28.82%
网络高清硬盘录像机	800 万	40.97%	6.63%	34.34%
同轴高清套装	800 万	29.72%	6.26%	23.46%
网络高清套装	800 万	32.78%	6.92%	25.86%
平均毛利率		35.73%	7.22%	28.51%
收入占比对主营业务毛利率的贡献		7.81%	5.29%	2.53%

从上表看，2019 年，公司高毛利产品收入占比呈现快速上升的趋势。同时

受部分原材料采购价格下降、美元对人民币汇率上升等因素影响，产品的毛利率水平进一步提升。

因此，公司产品销售结构的变化，带动了整体毛利率的提升。

2、主要原材料采购价格下降，带动产品单位成本下降

报告期内，原材料价格波动对公司主营业务成本的变化起主导作用。公司原材料主要包括集成电路（以主要芯片为主）、结构件、电源、PCB 板、线材、电容等，其中 2019 年主要芯片和电容等原材料采购价格下降幅度较大，直接影响了公司产品单位成本，进而影响到公司产品毛利率。主要原材料采购价格变动对毛利率的影响详见上文“（二）量化分析并披露主要芯片和电容等原材料采购价格的下降对毛利率的影响”。

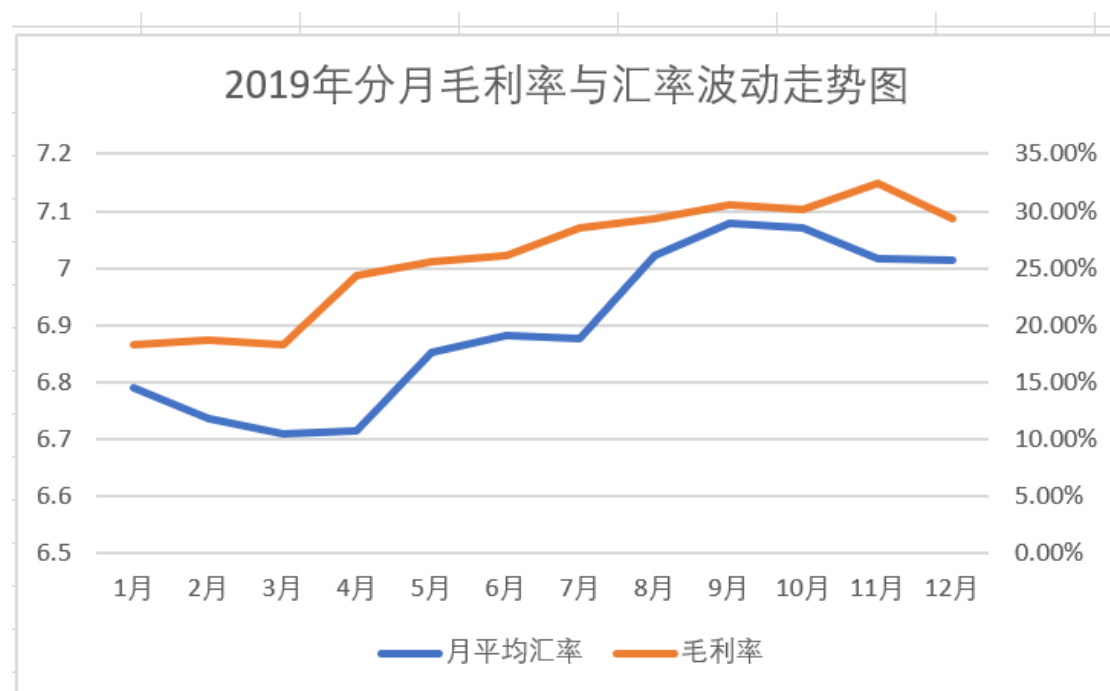
3、公司对工程类市场客户的销售收入稳定增长

2017 年至 2019 年，工程类产品销售规模持续扩大，销售占比分别为 12.62%、18.26%和 23.14%。工程类市场毛利率明显高于消费类市场，其销售占比提高也提升了整体毛利率；

4、2019 年美元对人民币汇率呈上升趋势，对公司毛利率产生了正面影响

公司产品以海外销售为主，且主要以美元计价。当美元对人民币的汇率波动时，公司海外销售产品的收入折算成人民币的价格也会随之波动，会在一定程度上影响公司的毛利率水平。2019 年美元对人民币汇率呈现上升趋势，按照每月初美元对人民币汇率加权平均计算，2019 年度美元对人民币汇率较 2018 年度上升幅度为 4.27%，对公司毛利率产生了正面影响。

2019 年，公司各月主要产品综合毛利率变动与美元对人民币汇率走势对比如下：



从上图可知，美元对人民币汇率变动对主要产品综合毛利率变动起到了正向的影响作用。

5、毛利率变动的趋势及原因与同行业可比公司一致

同行业上市同为股份经营模式（以 ODM 为主）、产品结构与公司相似，销售规模与公司相近，均是以境外销售为主，具有较高的可比性。同为股份的公开披露信息显示：“2019 年度产品综合毛利率为 33.24%，较去年同期增长 7.69 个百分点，主要是由于公司持续优化产品方案，产品销售结构发生变化、材料成本下降及汇率的变动所致。”因此，与同行业可比公司相比，公司毛利率变动趋势与同行业可比公司一致，变动原因与同行业可比公司基本一致，具有合理性。

综上，2019 年公司主营业务毛利率增加具有合理性。

（二）毛利率大幅提升的相关因素是否可持续，2020 年毛利率是否存在大幅下滑风险

1、公司主营业务毛利率增加的主要原因系公司销售产品结构的变化、主要原材料价格的下降、工程类收入稳定增长以及汇率波动。上述因素未来的变动情况如下所述：

（1）主要原材料价格波动、汇率波动主要受宏观经济环境、政治环境及行业周期的影响，为不可控因素，持续单方向变动的可能性较小。2020 年上半年美元对人民币汇率总体呈现上升趋势；相关原材料价格相对稳定，未出现大幅、快

速上升情况。

(2) 公司销售产品结构的变化与消费类安防市场的变动趋势一致，模拟标清类产品目前基本已被市场淘汰，低毛利产品（分辨率 500 万像素及以下的同轴高清类产品）的市场份额也在逐渐下降，销售产品结构变化的幅度将逐渐变小，现有高毛利产品的毛利率也将随着更新款产品推出呈现下降趋势。

(3) 由于工程类市场的市场规模远大于消费类市场，在消费类市场竞争激烈的情况下，积极开拓工程类市场、扩大工程类产品销售额是公司未来的一个重要经营方向，预计工程类收入将保持增长，但增长速度长期来看将趋于平稳。

综上所述，未来毛利率持续大幅提升的可能性较小。而且公司产品属于消费类电子产品，通常技术落后的旧产品类别单价和毛利率会逐步下降，并被淘汰，新产品在推出初期单价和毛利率较高，并逐年回落，产品单价和毛利率通过更新换代来进行周期性循环，出现毛利率大幅上升或下降的可能性较小。

2、2020 年毛利率是否存在大幅下滑风险分析如下：

(1) 公司产品结构向高清化、网络化发展的趋势未发生变化，开拓工程类产品市场，提高工程类产品份额也是公司持续推进的市场战略。

(2) 2020 年上半年美元对人民币汇率总体呈现上升趋势；相关原材料价格相对稳定，未出现大幅、快速上升情况。

(3) 2020 年 1-6 月公司主营业务毛利率为 26.09%，较去年同期有所增长。

综上所述，2020 年毛利率不存在大幅下滑的风险。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十四/（四）/2、主营业务毛利率分析”对相关内容进行了披露。

三、结合可比公司情况，分析并披露配件毛利率高于视频监控产品毛利率的原因；

可比公司同为股份、汉邦高科未披露配件毛利率的相关信息。报告期内，公司主要配件毛利率如下：

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
PCBA	38.05%	31.58%	29.88%	31.92%
镜头模组	32.35%	34.20%	-	-
包材	30.11%	36.80%	37.41%	37.41%

PCBA 为公司经 SMT 贴片、DIP 插件等生产工艺后生产的主板半成品等，镜头

模组为公司组装后的镜头及其他组件，均为视频监控产品的核心组件。PCBA 和镜头模组的销售，除 2019 年因合理避税考虑将销售给韩华泰科的产品由成品形式改为将配件发往越南工厂组装后外主要用于售后维修使用，是视频监控产品研发生产环节中较为复杂、附加值较高的环节，单独出售时毛利率高于产品整体出售的毛利率。

包材主要是喷印精美的彩盒等，彩盒的平均售价为 2-3 元/个，单独对外销售时客户对售价不敏感，毛利率较高。因而上述配件毛利率高于视频监控产品毛利率。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十四/（四）/2、主营业务毛利率分析”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、获取发行人客户收入成本明细表，对比分析报告期内发行人毛利率波动情况；

2、访谈发行人相关财务及业务人员，对具体产品构成、定价原则、成本归集方式、主要客户毛利率波动原因进行了解，核实报告期各期产品收入、成本及毛利率计算的合理性，主要客户毛利率波动的原因及业务背景；

3、访谈发行人实际控制人、总经理、其他业务主管人员以及主要客户高管，查阅主要芯片和电容价格的公开信息，对比分析发行人采购价格与可比公司、公开市场价格是否存在较大差异，并量化分析主要芯片和电容价格变动对毛利率的影响；

4、获取发行人配件收入成本明细表，分析配件毛利率高于视频监控产品的合理性。

经核查，保荐机构认为：

1、发行人根据市场询价、议价等方式确定主要芯片、电容的采购价格，具有公允性。相关价格与市场价格、上市公司采购价格等波动趋势一致，不存在较大差异。主要芯片和电容等原材料价格下降对毛利率影响较大；

2、发行人 2019 年主营业务毛利率增加的原因具有合理性，影响毛利率的原材料价格波动、汇率波动因素为不可控因素，其他相关因素具有一定的可持续性，

2020 年毛利率不存在大幅下滑的风险；

3、配件毛利率高于视频监控产品毛利率具有合理性。

问题 10. 关于工程类产品收入

报告期内，发行人工程类产品收入金额分别为 11,749.34 万元、17,437.40 万元、19,367.90 万元，占主营业务收入的比例分别为 12.62%、18.26%、23.14%，工程类产品毛利率为 32.83%、29.27%、36.28%，高于消费类产品。

请发行人：结合报告期内工程类产品主要客户、销售产品类型、金额、以及工程类客户和消费类客户在产品、服务内容等方面的差异等，分析并披露报告期内工程类产品销售占比逐年增长的原因、工程类产品毛利率高于消费类产品的原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、报告期内工程类产品销售占比逐年增长的原因

（一）安防视频监控行业工程类市场规模大

安防视频监控行业经过半个多世纪的发展和演变，在全球范围内得到了迅速发展，逐渐发展成为一个市场规模庞大、稳定发展的成熟行业。

根据 IHS 数据统计，全球视频监控行业近年来呈现稳定发展趋势。2016 年，全球视频监控市场总收入约 154 亿美元，2018 年全球市场规模为 182 亿美元，2017 年市场规模约为 167.43 亿美元（根据 2018 年数据及 2018 年增长率测算）。根据预测，2020 年全球视频监控市场约 197 亿美元，年均复合增长率预期为 6% 左右。根据中国安防网数据，我国民用安防市场约占安防市场总产值的 6%，世界平均水平约为 10%。工程类市场占据安防视频监控行业主要份额。

（二）公司对主要工程类客户销售增加

报告期内公司产品满足了工程类客户对高清网络产品的需求，增加了客户粘性，对主要工程类客户销售逐年增加，情况如下：

单位：万元

序号	客户	销售主要产品	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年 度
1	Bascom Cameras B.V.	摄像机、硬盘录像机	1,317.33	2,191.87	1,656.00	896.33
2	OOO Torgovyy Dom	摄像机、硬盘	127.17	1,497.48	394.80	634.31

	Spytnik	录像机				
3	Urmet Spa	摄像机、硬盘录像机、套装	663. 99	1,369.16	1,494.43	531.04
4	Rifatron Co.,Ltd	硬盘录像机	709. 12	1,260.70	1,266.69	589.12
5	Great Wall Security Inc	摄像机、硬盘录像机、套装	5. 32	908.87	921.44	457.83
6	Components Specialties,Inc	摄像机、套装	135. 27	747.35	293.92	-
7	Observint Technologies,Inc	摄像机、套装	89. 93	651.12	145.37	-
8	CCTV Core USA	摄像机、硬盘录像机	233. 19	635.39	448.81	1.17
9	Hitron Systems Inc	摄像机、主板半成品	-	533.80	181.13	37.42
10	海拓安防设备(深圳)有限公司	摄像机	201. 42	456.73	365.05	-
11	AAT Holding S.A.	摄像机、硬盘录像机、套装	238. 58	418.59	717.14	424.26
12	LG Innotek Co., Ltd.	摄像机、硬盘录像机	-	154.32	673.28	350.02
13	Top Italia Srl	摄像机、硬盘录像机	260. 98	-	561.41	685.04
14	OOO Rusichi Treyd	摄像机、硬盘录像机、套装	106. 89	235.65	497.90	200.35
15	Y3K (Europe) Limited	摄像机、硬盘录像机、套装	61. 77	-	487.37	315.06
16	华为技术有限公司	摄像机、录像机	2,401. 67	-	-	-
合计	-	-	6,552. 63	11,061.03	10,104.74	5,121.95
占比	-	-	54. 18%	57.11%	57.95%	43.59%

综上，全球安防视频监控行业工程类市场规模大，公司不断加大研发投入，满足了工程类客户对产品系列化和稳定性程度高的需求。公司积极开拓工程类市场，报告期内对主要客户的销售收入增幅较大，销售占比逐年增长。

公司工程类产品的规格数量略低于同为股份等行业竞争对手，但在同规格产品的成本控制和响应客户的定制化需求方面，公司延续了在消费类产品上具有的较高性价比和快速响应优势，有效提升了公司工程类产品市场竞争力，产品市场份额逐年增加。

公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十四/（二）/2、主营业务收入构成及变动分析”对相关内容进行了披露。

二、工程类产品毛利率高于消费类产品的原因

安防视频监控市场按照目标市场可分为工程类市场和消费类市场，消费类市场的毛利率通常低于工程类市场，主要有以下四个方面原因：

1、消费类市场最终用户为居民家庭，价格敏感度较高，终端提价空间低，且消费类产品主要通过商超、电商等渠道进行销售，价格透明，可以广泛比价，降价促销是常用手段，因而品牌商和渠道商都重视控制采购成本，压缩了上游设备制造商的毛利空间；

2、在工程类市场上，产品主要通过工程代理商自有渠道实现最终销售，节约了较高的商超渠道成本，同时通过提供系统集成服务的方式销售产品，售价可比性不强，且产品多用于政府机关、公共安全、金融、电力、教育、道路桥梁、大型商业综合体等，客户对价格的敏感度相对不高，对下游客户的议价能力较强；

3、消费类市场品牌商以大量批发的形式购买，对应获得较高的价格优惠，制造商的毛利率相应降低。工程类客户单次购买量相对不高，难以享有销售价格优惠，制造商的毛利率因而较高；

4、相比消费类产品各项性能相对均衡的特点，工程类产品应用场景更为多样化，在产品性能的诸多方面存在个性化需求，包括安装方式、图像分辨率、宽动态功能、良好低照度效果、智能分析要求、红外夜视距离、镜头选择、外壳选择等，相应产品的技术附加值更高，毛利率亦相对更高，对比如下：

差异	工程类	消费类
安装方式	一般需要专业人士安装	可由终端消费者 DIY 安装
宽动态功能	根据终端客户不同的应用场景，可支持	一般不支持
良好低照度效果	根据终端客户不同的应用场景，可支持	一般不支持
智能分析要求	根据终端客户不同的应用场景，可支持	一般不支持
红外夜视距离	一般要求达到 30-40 米	一般要求达到 15-20 米
镜头选择	一般为 2.8-12mm 变焦	一般为 3.6mm 定焦
外壳选择	一般为金属大机壳	更加注重价格，一般为塑料外壳

5、同行业上市同为股份也以境外销售为主，以工程类市场销售为主，消费市场销售占比不大。报告期内，公司工程类市场的毛利率与同为股份整体毛利率

相近，均高于公司消费类市场毛利率。具体情况如下表所示：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司消费类市场毛利率	21.70%	23.17%	17.55%	18.62%
公司工程类市场毛利率	35.13%	36.28%	29.27%	32.83%
同为股份整体毛利率	39.30%	33.74%	25.55%	29.46%

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十四/（二）/4、可比公司毛利率对比”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、走访 Bascom Cameras B.V. 等工程类客户，了解发行人与其合作的相关信息；

2、查阅发行人对 Bascom Cameras B.V. 等工程类客户的销售合同、订单、报关单、发货单、银行回单等，核查销售真实性；

3、获取发行人客户收入成本明细表，对比分析报告期内发行人毛利率波动情况。

经核查，保荐机构认为：

报告期内发行人工程类产品销售占比逐年增长的原因、工程类产品毛利率高于消费类产品毛利率具有合理性。

问题 11. 关于现金分红

发行人于 2019 年 6 月 25 日申报 IPO 材料，2019 年 8 月 28 日，发行人审议通过 2019 年中期利润分配方案，决议派发现金股利 1,806 万元（含税）。2020 年 3 月 24 日发行人召开股东大会，审议通过 2019 年度利润分配方案，决议派发现金股利 2,064 万元（含税）。

请发行人对照中国证监会《首发业务若干问题解答》问题 51 的要求披露发行人 2019 年中期和 2019 年度现金分红的必要性、恰当性。

请保荐人在《保荐工作报告》中说明对发行人在审核期间进行现金分红的必要性、合理性、合规性，报告期内实际控制人历次分红资金的使用情况等事项的核查过程、方法、结论。

回复：

一、现金分红的必要性

按照公司现行的《公司章程》，公司以现金或股票形式向股东分配公司利润；同时参考上市后适用的《公司章程（草案）》，在（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告的情况下，公司原则上每年进行至少一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分配，单一年度以现金方式分配的利润一般不应少于当年实现可分配利润的 20%。

根据公司 2019 年实际经营情况，公司于 2019 年 8 月及 2020 年 3 月股东大会决议分别派发现金股利 1,806 万元、2,064 万元，符合《公司章程（草案）》关于有关利润分配的规定。上述分红系公司充分重视对投资者的合理投资回报，同时兼顾全体股东的整体利益及公司的长远利益和可持续发展，具有必要性。上述现金分红均已实际派发完毕。

二、现金分红的恰当性

公司 2019 年中期现金分红，其权益分派基准日未分配利润为 21,138.98 万元；2019 年度现金分红，其权益分派基准日未分配利润为 23,393.19 万元。且 2019 年 1-6 月、2019 年归属于公司股东的净利润（扣非前）分别为 4,207.56 万元、9,186.42 万元，经营活动产生的现金流量净额分别为 9,535.12 万元、16,685.28 万元，均高于相应现金分红金额，因此 2019 年中期和 2019 年度的现金分红金额处于合理水平。

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2019 年 6 月 30 日 /2019 年 1-6 月
营业收入	83,788.14	42,935.35
营业利润	10,141.82	4,531.53
利润总额	10,463.60	4,730.93
净利润	9,186.42	4,207.56
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8,772.30	3,964.83
经营活动产生的现金流量净额	16,685.28	9,535.12
流动比率（倍）	2.31	1.92
速动比率（倍）	1.70	1.47

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2019 年 6 月 30 日 /2019 年 1-6 月
资产负债率（母公司）	33.78%	42.05%

从上表可以看出，公司 2019 年 1-6 月及 2019 年的财务状况良好、各项财务指标正常、生产经营正常，上述利润分配事项未对公司目前财务状况、生产经营造成重大影响。

公司上述现金分红的利润分配方案严格按照现行《公司章程》和上市后适用的《公司章程（草案）》制定，且分配方案均获得公司董事会、股东大会审议通过，并在新三板指定信息披露媒体进行公告，现金分红的利润分配方案合法合规。

综上，发行人 2019 年中期和 2019 年度现金分红具有必要性、恰当性。

公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十九/（一）报告期实际股利分配情况”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人在《保荐工作报告》中说明对发行人在审核期间进行现金分红的必要性、合理性、合规性，报告期内实际控制人历次分红资金的使用情况等事项的核查过程、方法、结论

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、查阅发行人报告期内股东大会、董事会、监事会等会议资料、对外公告、股东分红汇总表等，了解发行人历次分红情况；

2、对实际控制人进行访谈，了解分红资金的使用情况，获取其确认声明；

3、查阅实际控制人的银行对账单，逐笔核对资金的取得、使用情况，并核查与分红资金使用相关的合同等；

4、走访发行人主要客户、供应商，了解发行人与其是否存在通过其他公司账户或个人账户结算款项的情况，资金往来是否均与真实购销业务相匹配，是否存在关联关系，并获取确认资料；

经核查，保荐机构认为：

发行人在审核期间进行现金分红具有必要性、合理性、合规性，报告期内实际控制人历次分红资金的使用与客户、供应商不存在资金往来，不存在为发行人代垫费用等情形。

保荐机构已在《保荐工作报告》中说明对发行人在审核期间进行现金分红的必要性、合理性、合规性，报告期内实际控制人历次分红资金的使用情况等事项

的核查过程、方法、结论，并发表了明确核查意见，认为发行人在审核期间进行现金分红具有必要性、合理性、合规性，报告期内实际控制人历次分红资金的使用与客户、供应商不存在资金往来，不存在为发行人代垫费用等情形。

问题 12 关于出口收入与海关报关数据差异

申报材料显示，发行人前次申报期内（2015-2017 年）境外销售收入与海关查询数据差异金额较大，本次申报材料显示报告期内出口销售收入与海关报关数据无差异。

请发行人结合报告期内发行人海关出口数据、出口退税金额，分析并披露发行人境外销售收入与上述数据的匹配情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合报告期内发行人海关出口数据、出口退税金额，分析并披露发行人境外销售收入与上述数据的匹配情况

发行人前次申报期内（2015-2018 年 6 月），公司国外销售收入与海关查询数据存在差异的主要原因是由于部分商品出口到监管仓库等情况，不列入海关进出口贸易统计范围所致。

本次申报报告期内，公司向海关申报的报关数据与账面出口销售收入情况如下：

单位：万美元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海关报关数据	4,720.51	11,754.97	11,875.87	10,055.55
出口销售收入	4,720.51	11,754.97	11,875.87	10,055.55
差异	-	-	-	-

注：2020 年 1-6 月，公司存在海外技术服务费收入，由于该收入无需办理出口报关，为保持口径一致，出口销售收入剔除了技术服务费收入。

前次申报材料中的海关查询数据取自公司去海关获取的出口数据，更新比较慢，出口到监管仓库等情形不列入海关进出口贸易统计范围，导致公司外销收入与海关获取数据差异较大。本次申报材料中的海关报关数据取自中国电子口岸信息管理系统（简称“电子口岸系统”），该系统是由海关总署会同发改委、工信部等部门联合开发的信息平台，其出口数据包含了发往监管仓等数据，具有数据全

面、时效快等特点。

公司出口销售收入确认时点一直以报关单出口日期，即报关单数据上传至电子口岸系统的日期为准，因此出口销售收入与海关电子报关数据无差异。经查询其他已上市公司公开信息，深圳市新产业生物医学工程股份有限公司（300832.SZ）、美瑞新材料股份有限公司（300848.SZ）、北京钢研高纳科技股份有限公司（300034.SZ）、厦门力鼎光电股份有限公司（605118.SH）等，其出口销售收入确认时点均与公司相同，以电子口岸系统显示的报关单时间作为收入确认时点。

报告期内，公司外销收入与出口退税匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
外销收入	33,720.46	81,006.21	78,763.82	68,021.18
出口免抵退税金额（申报数据）	4,704.55	12,093.23	14,892.23	9,682.25
出口退税申报时间点差异影响	-347.38	-385.74	-2,104.70	1,860.94
出口免抵退税金额（调整后数据）	4,357.17	11,707.49	12,787.53	11,543.19
调整后出口免抵退税金额占公司外销收入比重	12.92%	14.45%	16.24%	16.97%

注：因香港子公司外销收入不涉及出口免抵退税申报，因此上述外销收入金额已剔除香港子公司外销收入金额。

因公司外销收入以出口报关作为收入确认时点，而出口退税通常在单证齐备后方可获得相应的退税，收入确认时点与出口退税存在一定的时间间隔。考虑出口退税申报的时间差异后，公司将上述差异对出口退税金额产生的影响进行了还原。还原后，报告期内出口免抵退税金额占外销收入比重分别为 16.97%、16.24%、14.45%和 **12.92%**。同期公司适用的主要退税率情况为：2017 年为 17%；2018 年为 17%和 16%；2019 年为 16%和 13%，**2020 年 1-6 月为 13%**，两者基本匹配。整体而言，公司报告期内出口退税情况与境外销售规模相匹配。

发行人已在招股说明书“/第六节 业务与技术/四/（一）/8、外销收入与海关数据、出口退税的数据的匹配情况”对相关内容进行了披露。

二、请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、核查本次申报与前次申报关于海关统计数据差异的原因；

2、保荐机构独立登录中国电子口岸报关系统，取得报告期内的所有报关单明细和汇总资料，同时进一步取得了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，收入确认准确；

3、分析发行人外销收入与海关报关数据、出口退税数据是否匹配；

经核查，保荐机构认为：

发行人前次申报海关报关数据与账面收入差异较大、此次申报海关数据与账面收入保持一致，主要是由于海关报关数据统计口径不同所致；发行人各期申报的海关报关数据与账面销售收入保持一致，境外收入与出口退税情况相匹配。

问题 13 关于申报材料部分数据的准确性

一、发行人招股说明书（2019 年 6 月申报稿）显示的前五大客户销售收入与 2020 年的更新稿存在差异，如 2019 年 6 月稿显示 Swann 2018 年收入为 36,490.88 万元，2020 年更新稿显示 Swann 2018 年收入为 36,518.63 万元，差异 27.75 万元；

二、发行人招股说明书（2019 年 6 月申报稿）显示 2016-2018 年外销收入占比分别为 97.06%、99.37%、98.95%，综合毛利率分别为 22.28%、20.41%、19.69%；发行人在全国中小企业股份转让系统披露的公告显示 2016-2018 年外销占比分别为 85.05%、72.88%、82.29%、综合毛利率分别为 22.07%、20.43%、19.64%、且未发布相关更正公告。

请发行人、保荐人说明上述差异产生的原因，并核查主要财务数据、指标、重要信息等在本次申报材料、前次申报材料以及新三板披露的信息中是否存在其他内容不一致情形。

回复：

一、发行人招股说明书（2019 年 6 月申报稿）显示的前五大客户销售收入与 2020 年的更新稿存在差异，如 2019 年 6 月稿显示 Swann 2018 年收入为 36,490.88 万元，2020 年更新稿显示 Swann2018 年收入为 36,518.63 万元，差异 27.75 万元

公司首次申报（2019 年 6 月申报稿）时，披露 2018 年 Swann 销售收入数据时未将 Swann 的关联方深圳英飞拓智能技术有限公司、英飞拓（香港）有限公司

以及深圳英飞拓股份有限公司向公司采购的少量货款总计 27.75 万元进行数据合并。

2019 年 9 月，公司补充半年报数据时，为更准确反映与客户整体的交易情况，对 2018 年 Swann 及其关联方的销售收入进行了合并列示并以楷体加粗标明，详见公司招股说明书（申报稿）（2019 年半年报更新）。

自 2019 年半年报更正后至招股说明书（申报稿）（2020 年更新稿），Swann 2018 年收入数据未曾更改，不存在差异。

二、发行人招股说明书（2019 年 6 月申报稿）显示 2016-2018 年外销收入占比分别为 97.06%、99.37%、98.95%，综合毛利率分别为 22.28%、20.41%、19.69%；发行人在全国中小企业股份转让系统披露的公告显示 2016-2018 年外销占比分别为 85.05%、72.88%、82.29%、综合毛利率分别为 22.07%、20.43%、19.64%、且未发布相关更正公告。

（一）外销收入占比

公司招股说明书（2019 年 6 月申报稿）主营业务收入按地区分类变化情况如下表所示：

单位：万元

区域		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
直接出口	北美洲	56,674.61	59.36%	49,368.79	53.01%	30,891.31	56.81%
	亚洲	10,333.63	10.82%	8,515.24	9.14%	7,733.48	14.22%
	欧洲	10,837.67	11.35%	8,134.31	8.73%	5,296.55	9.74%
	大洋洲	588.28	0.62%	1,012.08	1.09%	1,418.4	2.61%
	南美洲	286.13	0.30%	926.52	0.99%	918.65	1.69%
	非洲	43.50	0.05%	64.24	0.07%	72.94	0.13%
间接出口	北美洲	15,705.43	16.45%	24,521.99	26.33%	6,451.72	11.86%
出口小计		94,469.25	98.95%	92,543.17	99.37%	52,783.05	97.06%
国内销售		1,002.69	1.05%	587.09	0.63%	1,597.28	2.94%
合计		95,471.94	100.00%	93,130.27	100.00%	54,380.33	100.00%

公司客户韩华泰科注册地在天津，由于其采购公司的安防产品全部出口，故公司招股说明书中将对韩华泰科的收入作为间接出口进行列示。若剔除韩华泰科间接出口数据，公司 2016 年至 2018 年销售出口收入占营业收入的比例分别

85.05%、72.88%、82.29%。

公司在全国中小企业股份转让系统披露的收入按区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售	16,708.12	17.46%	25,109.08	26.90%	8,048.99	14.78%
国外销售	78,763.82	82.29%	68,021.18	72.88%	46,331.34	85.05%
合计	95,471.94	99.75%	93,130.27	99.78%	54,380.33	99.82%

从上表可以看出，公司在全国中小企业股份转让系统披露的外销收入占收入的比例分别为 85.05%、72.88%、82.29%，与公司招股说明书剔除韩华泰科间接出口后的外销收入占比一致。

综上，公司招股书说明书披露的外销收入占比与全国中小企业股份转让系统披露的数据不一致的主要原因在于统计口径不同所致。

（二）综合毛利率

公司招股说明书（2019 年 6 月申报稿）披露的 2016 年至 2018 年综合毛利率分别为 22.28%、20.41%、19.69%；而同期在全国中小企业股份转让系统披露的综合毛利率分别为 22.07%、20.43%、19.64%，数据存在差异的原因在于披露口径不一致，具体如下：

公司在招股说明书中披露的综合毛利率均为主营业务毛利率，未包含其他业务收支的影响；公司在全国中小企业股份转让系统披露的综合毛利率为包含了其他业务收支后的综合毛利率，从而导致披露的数据存在不一致的情况。

三、核查主要财务数据、指标、重要信息等在本次申报材料、前次申报材料以及新三板披露的信息中是否存在其他内容不一致情形。

（一）申报材料与全国股份转让系统披露内容不一致

由于披露口径不一致的原因，公司招股说明书披露的 2019 年外销收入占比为 97.32%、综合毛利率为 26.22%；同期在全国中小企业股份转让系统披露的外销收入占比为 96.68%，综合毛利率为 26.21%；

（二）本次申报材料与前次申报材料不一致的情形

1、由于公司统计信息有误，在 2020 年 3 月报送的招股说明书(申报稿)(2019 年年报更新)中将客户 000 Torgovyy Dom Spytnik 的信用期 T/T120 天写成了 T/T180 天，此次申报时进行了更正；

2、在 2019 年 12 月报送的公司和保荐机构关于首次公开发行股票并在创业板上市申请文件反馈意见的回复中，在统计公司客户数量时，统计口径包含了当年度未发生交易的客户。此次申报为准确反映报告期各期与发行人实际发生业务往来的客户数量，对相应数据进行了调整，2017 年至 2018 年的客户数量由 412 家、452 家变更为 383 家、383 家；此外 2017 年月均员工人数由 1,150 人变更为 1,153 人。

四、保荐机构核查意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、查阅发行人历次招股说明书（申报稿）及全国中小企业股份转让系统披露的 2016 年至 2018 年年度报告等公开披露文件，了解前五大客户销售收入、外销收入占比、综合毛利率等方面存在差异的原因；

2、核查本次申报材料、前次申报材料及新三板披露的信息中涉及主要财务数据、财务指标、重要信息披露等方面，核查是否存在其他不一致的情况；

经核查，保荐机构认为：

1、发行人本次申报的招股说明书（申报稿）（2020 年 6 月更新）与前次申报的招股说明书（申报稿）、历次招股说明书（申报稿）与全国中小企业信息系统披露的年度报告中涉及外销收入占比、综合毛利率等差异均为披露口径不一致所致，不存在需要发布相关更正公告的情况。

2、对于其他不一致的情况，均为发行人统计口径、理解错误及统计错误造成，不属于实质性差异或重大差异。除上述不一致的情况外，本次申报材料、前次申报材料及新三板披露的信息中涉及主要财务数据、财务指标、重要信息披露等方面，不存在其他不一致的情况。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于珠海安联锐视科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

珠海安联锐视科技股份有限公司

2020年 11月 12日



(本页无正文,为民生证券股份有限公司《关于珠海安联锐视科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人: 房凯
房凯

孙振
孙振



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读珠海安联锐视科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长：

冯鹤年



民生证券股份有限公司

2020年1月12日



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读珠海安联锐视科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理：


冯鹤年

民生证券股份有限公司



2020年11月12日