

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
第二轮审核问询函的回复

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 9 月 17 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第二轮审核问询函》(审核函〔2020〕010478 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”)、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。

问题 1 关于外销

报告期内，发行人外销收入占比分别为 99.37%、98.95%和 97.32%。发行人及保荐人在向本所提交的首轮问询回复中未充分说明主要外销客户的收入规模与其向发行人采购额是否相匹配，未能充分说明对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查情况及核查结论相关依据。

请发行人在招股说明书中披露保荐人、申报会计师对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论，并说明相关具体核查过程及得出核查结论的依据。

请保荐人结合本所《审核关注要点》详细说明对下列事项的核查过程、结论及依据：

(1) 从外销客户是否为上市公司（含子公司）、收入规模、是否同时为其他上市公司披露的客户、成立时间是否较长等角度，分析发行人主要境外客户的资质情况，包括上述各类境外客户的数量、销售收入、占境外销售收入比例（应剔除重复统计情况）；

(2) 所采取的通过走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等方式核查发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的具体情况，保荐人应确保核查比例足以支持核查结论。

回复：

一、请发行人在招股说明书中披露保荐人、申报会计师对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论，并说明相关具体核查过程及得出核查结论的依据。

为核查发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售，保荐机构会同申报会计师对发行人主要境外客户进行了核查。主要核查程序如下：

1、境外客户走访和访谈

报告期内，保荐机构会同发行人律师、申报会计师通过实地走访为主，视频、电话和邮件访谈为辅，对境外客户所从事的实际业务、经营状态、库存情况、合作背景以及双方是否具有关联关系等内容进行核查。实现走访与访谈的客户销售收入金额、比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
实地走访、视频、电话和邮件访谈境外客户收入	27,324.58	67,817.25	82,438.86	80,406.08
其中：实地走访境外客户收入	24,979.75	59,923.52	80,543.85	79,417.40
实地走访、视频、电话和邮件访谈境外客户收入占全部境外收入比例	79.62%	78.77%	85.95%	85.28%

重要客户实地走访核查内容如下：

(1) Swann

2019 年 3 月和 2020 年 1 月，保荐机构与发行人律师、申报会计师分别对 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 公司时任财务总监 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。

保荐机构与发行人律师、申报会计师实地走访了 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：

①Bestbuy（5 家门店，分别为：位于加拿大多伦多市，具体地址为 2-50Ashitonbee 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）、②Fry’ s Electronics（位于美国洛杉矶市，具体地址为 13041 N crossroads Pkwy City of Industry, Ca91746）、③Lowes（位于美国洛杉矶市，具体地址为 17789 Castleton St City of Industry, Ca 91748）、④Home Depot（位于加拿大多伦多市，具体地址为 428 Ellesmere Road Scarborough, On M1R 4E6）、⑤Micro Centre（位于美国洛杉矶市，具体地址为 1100 E Edinger Ave, Tustin, CA 92780）。

保荐机构与发行人律师、申报会计师向销售人员了解了 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。

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) 韩华泰科

2019年3月和8月,保荐机构与发行人律师、申报会计师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,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;

保荐机构与发行人律师、申报会计师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),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型号进行验证,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	
---------	--------------	------------------------------	---

(3) Lorex

2019 年 3 月，保荐机构与发行人律师、申报会计师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，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；

保荐机构与发行人律师、申报会计师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①Bestbuy（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）、②Costco（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）、③Micro Centre（位于美国洛杉矶市，具体地址为 1100 E Edinger Ave, Tustin, CA 92780）。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；

中介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	

(4) Worldwide Marketing

2019 年 3 月，保荐机构与发行人律师、申报会计师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，保荐机构与发行人律师、申报会计师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对应的产品一致。

中介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、独立函证

报告期内，保荐机构均以书面形式独立执行函证程序。报告期内，由于客户的商业习惯和内部规定原因，尤其是 2020 年上半年境外客户存在因疫情原因而居家办公、物流不畅情况，存在部分客户通过邮件形式回函的情况，对于邮件回函，保荐机构通过检查电子邮件的域名是否与被询证客户网址域名一致以及检查发行人提供的电子邮件地址是否与发行人销售人员日常商务沟通的邮箱一致等形式进行了核验，确保回函邮箱为发行人的客户邮箱。

保荐机构独立向发行人的主要境外客户发送了询证函，询证中列示了发行人与

境外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。发函和回函情况如下：

单位：万元

年度	境外销售收入发函金额	境外销售收入回函金额	当期境外销售收入金额	境外销售收入回函金额占当期境外收入比例
2020 年 1-6 月	31,358.06	28,211.43	33,819.03	83.42%
2019 年度	76,460.67	72,804.89	81,471.80	89.36%
2018 年度	89,129.71	86,951.38	94,469.25	92.04%
2017 年度	86,587.10	83,442.19	92,543.17	90.17%

报告期内，销售收入回函比例有所下降，具体原因如下：

(1) 发行人主要客户为海外客户，2019 年度和 2020 年 1-6 月函证程序实施期间，受海外新冠肺炎疫情尚未得到有效控制影响，存在客户居家办公、物流不畅的情况，导致回函比例有所降低；

(2) 发行人客户中除前五大客户销售收入金额较大外，其余客户销售金额相对较小且相对分散，部分小客户配合回函程度不高。

报告期内，未回函的主要客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
New Glab Co.,Ltd	899.00	930.94	未函证	-
Electus Distribution	517.37	已回函	已回函	已回函
Conectis SAS	250.60	443.55	283.66	225.26
Backstreet Surveillance	239.11	已回函	-	-
System Q., Ltd	184.55	320.39	未函证	未函证
Cenova Camera Equipments Security Technologies	177.64	已回函	未函证	-
Lookman Electroplast Inds. Ltd	157.49	284.65	-	-
Wireless Tsukamoto Co., Ltd	123.03	129.09	未函证	-
OOO Rusichi Treyd	106.89	235.65	497.90	200.35
G-TEC Disteibution Limited	已回函	141.61	219.69	0.21
Mr.d.I.Y. Trading Sdh Bhd	未函证	543.83	277.56	166.82

Shopmassive Ltd	-	未函证	144.48	202.61
Circus World Displays Limited	-	-	450.51	2,220.70
Qtech Company Llc	未函证	284.05	未函证	-
Intelligent Security Surveillance Limited	未函证	197.27	已回函	已回函
合计	2,655.67	3,511.02	1,873.81	3,015.95
未回函金额	3,146.63	4,170.65	2,334.23	3,233.12
占未回函总金额的比例	84.40%	84.18%	80.28%	93.28%

注：未函证通常是由于当年度销售金额较小，未纳入执行函证程序范围。

部分客户未回函的原因主要是：（1）部分境外客户认为回复函证并不是法定义务，按照其商业习惯未予回复，但会按照合同、订单约定履行合同义务；（2）部分境外客户的采购规模较小，未予回复。

对于未回函的客户，保荐机构执行的有效替代程序具体如下：

（1）获取未回函客户的收入确认记账凭证，并检查对应的销售合同（订单）、发货单、报关单、提运单、发票凭证等资料；

（2）对发行人销售形成的应收款项进行回款查验，检查银行回单等原始单据；

（3）对未回函的部分客户进行了访谈，确认销售情况的真实性。

3、最终销售核查

在重要客户最终销售情况核查方面，执行的主要核查程序、获得的主要证据资料包括：

（1）取得了重要客户最终销售数据，并与发行人向其销售数据进行比较核实

①Swann

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录像机产品（Swann 销售给下游商超的产品形态为若干台前端摄像机和一台后端录像机组成的安防监控套装产品）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韩华泰科

经韩华泰科电子邮件回复确认，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，发行人向韩华泰科销售产品与韩华泰科向 Sam's Club 销售的产品的型号、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/U S	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/C US	21,836
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-AK 套装	25,502	SDH-B84045BF/C US	19,742
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-NR-ST-CK 套装	2,483	SDH-B84040BFN/ UC	4,038

200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-WD-HW-AK 套装	20,166	SNK-B73041BW/C US	19,455
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-HW-AK 套装	2,595	SNK-B73040BWN /UC	3,182
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-N-HW-AK 套装	18,872	SDH-C85105BF/C US	14,206
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-NR-ST-AK 套装	7,415	SDH-C85100BFN/ 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-99447BFQ/K US	22,143
200 万 3.6 定焦同轴高清摄像机	RS-CA228NUL-36W-HW-BK	12,815	SDC-79446BFQ/K US	12,800
800 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D3108FD-N-HW-EK	7,722	SDR-943071T/KU S	7,711
800 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D3108FD-N-HW-FK	7,248	SDR-943072T/KU S	7,216
200 万 8 路同轴高清硬盘录像机	RS-D1108FD-N-HW-CK	6,404	SDR-743061T/KU S	6,400
500 万 3.6 定焦同轴高清摄像机	RS-CA256NUL-36W-HW-BK	-	SDC-89445BFQ/C US	682
200 万 4 路网络高清套装	RS-H4504FD-N-W-HW-AK 套装	15,216	SNR-73207W1T/K US	14,579
200 万 4 路网络高清套装	RS-H1104FD-N-WD-HW-BK 套装	5,355	SNR-73201W1T/C US	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/KU S	7,139
500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-AK 套装	-	SDH-B84045BF/C US	3,622
500 万 16 路同轴高清套装	散件出货	4,770	SDH-C85127BF/V US	3,286
500 万 16 路同轴高清套装	RS-D2116LD-N-HW-AK 套装	7	SDH-C85105BF/C US	2,956
800 万 8 路同轴高清套装	散件出货	6,860	SDH-B94047BF/V US、 SDH-C94087BF/V US	4,384

500 万 8 路同轴高清套装	RS-D2108FD-N-HW-BK 套装	-	SDH-C84085BF/C US	1,936
200 万 4 路网络高清套装	散件出货	9,748	SNK-B73047BW/ 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，发行人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，通过对比发行人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），韩华泰科自发行人采购产品基本已实现最终销售。发行人向其销售产品数据与其自身销售规模相匹配。

(2)取得了报告期内 Swann 母公司英飞拓及相关负责人出具的关于真实销售、最终销售情况的确认函

报告期内，除取得 Swann 出具的无关联关系承诺函外，保荐机构同时取得了 Swann 母公司英飞拓及相关负责人相关确认文件。

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，于 2020 年 7 月 29 日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。

4、获取海关报关数据并与发行人账面数据核对

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，并与发行人境外销售收入明细账进行核对，发行人账面收入确认无误，账面收入数据与海关报关数据一致。

对于境外客户退回的产品，公司接到客户退货信息后，向海关申请退运，海关审核确认退货信息无误后，将退货信息上传至电子口岸报关系统，公司根据更新后电子口岸报关系统显示的退货信息，下载退运报关单，财务开具红字出口发票，冲减当月出口收入。因此，报告期内产品的退换货不影响公司账面收入与海关报关数据的一致性。

5、获取发行人投保数据并与发行人账面数据核对

保荐机构独立地登录了中国出口信用保险公司信保通系统，取得发行人报告期内的所有投保明细数据和汇总资料，并与发行人境外销售收入明细账进行核对，扣除无需投保收入外，相关内容和金额保持一致。报告期内，发行人投保客户对应的销售收入占直接出口销售收入的比例分别为 92.29%、91.58%、89.64%和 89.30%。未投保收入为预收款形式，无坏账风险。

6、核查销售和收款相关的记账凭证和原始凭证

保荐机构对报告期内主要境外客户的收入真实性进行了核查，核查比例占报告期境外收入合计比率达到 70%以上，包括核查收入记账凭证，以及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、银行付款凭证等资料，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，收入确认准确。

7、核查是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形

2017 年、2018 年、2019 年，发行人各年末最后一个月境外收入占当年营业收入的比重分别为 7.09%、9.23%和 8.50%，占全年收入的比重较小，均在合理范围内，报告期内，发行人不存在期末集中确认收入的情况。

8、核查发行人境外客户期后退货情况

保荐机构检查了发行人境外客户存货进出记录，并在访谈中对境外客户是否存在退换货以及退货金额进行了确认。经核查，报告期内发行人存在少量退货情况，一般是由于品质问题、运输破损等造成无法销售的、需要退换的不良品。报告期内境外客户合计退换货金额为 42.08 万元，占主营业务收入比例极低。

9、执行境外收入截止测试

保荐机构对境外销售收入执行了截止性测试，选取资产负债表日前后多笔收入确认凭证，对销售订单、发票、发货单、装箱单、报关单、提单等与收入确认相关

的支持性文件进行复核，同时独立登陆海关电子口岸系统，取得报告期内的所有报关单明细和汇总资料，与财务帐收入进行对比，发行人不存在跨期入账的情况。

10、核查并获取主要境外客户的基本资料

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报告期内发行人前十大境外客户的基本资料，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，发行人与报告期各期前十大境外客户不存在关联关系。

经核查，保荐机构认为：

发行人报告期内的境外销售收入已实现真实销售、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。

二、请保荐人结合本所《审核关注要点》详细说明对下列事项的核查过程、结论及依据：

1、从外销客户是否为上市公司（含子公司）、收入规模、是否同时为其他上市公司披露的客户、成立时间是否较长等角度，分析发行人主要境外客户的资质情况，包括上述各类境外客户的数量、销售收入、占境外销售收入比例（应剔除重复统计情况）；

2、所采取的通过走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等方式核查发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的具体情况，保荐人应确保核查比例足以支持核查结论。

报告期内，发行人存在部分外销客户为上市公司子公司、以及同时为其他上市公司披露的客户情况，也有部分外销客户收入规模较大、成立时间较长，具体情况如下：

客户名称	所属上市公司	自身收入规模	相关收入数据来源	是否同时为其他上市公司披露的客户	成立时间
Swann	英飞拓 (SZ.002528)	2017 年 7.35 亿元、2018 年 6.61 亿元、2019 年 6.02 亿元、2020 年 1-6 月 3.26 亿元	英飞拓定期报告	否	1987 年
Lorex	大华股份 (SZ.00223)	2017 年 1.4 亿美元	海通证券相关行业	否	1991 年

	6)		研究报告		
韩华泰科	-	2017 年约 5.5 亿美元、2018 年约 5.1 亿美元	访谈客户得知	东莞市宇瞳光学科技股份有限公司（股票代码：300790）（报告期内采购通用定焦系列、变焦系列镜头）、 厦门力鼎光电股份有限公司（股票代码：605118）（报告期内采购中高端镜头）	2008 年
Harbor Freight Tools	-	2017 年约 24 亿美元	深圳市道通科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（注册稿）	神驰机电股份有限公司（股票代码：603109）（报告期内采购小型发电机、通用汽油机）、 浙江越剑智能装备股份有限公司（股票代码：603095）（报告期内采购其他小型机械）、 山东英科医疗用品股份有限公司（股票代码：300677）（报告期内采购一次性 PVC 手套和一次性丁腈手套）、 隆鑫通用动力股份有限公司（股票代码：603766）（报告期内采购发电机组） 上海永冠众诚新材料科技（集团）股份有限公司（股票代码：603681）（报告期内采购膜基胶带）	1977 年
Urmet Spa	-	平均每年约 600 万欧元	访谈客户得知	杭州海康威视数字技术股份有限公司（股票代码：002415）（2008 年第五大客户，采购安防视频监控产品）	1937 年
3R Global Co., Ltd.	-	平均每年约 1,200 万美元	访谈客户得知	-	2001 年
Electus Distribution	-	平均每年约 4,000 万美元	访谈客户得知	-	1981 年
Bascom Cameras B.V.	-	平均每年约 1,000 万美元	访谈客户得知	-	2009 年

Rifatron Co.,Ltd.	-	平均每年约 1,000 万美元	访谈客户得知	-	2012 年
-------------------	---	-----------------	--------	---	--------

注：Swann 于 2014 年被国内上市公司英飞拓收购，Lorex 2018 年 2 月前为 Flir Systems Inc.（美国上市公司，股票代码：FLIR.O）控股子公司，2018 年 2 月被国内上市公司大华股份收购。

数据来源：Swann 各年自身销售数据来自于母公司英飞拓公开披露的定期报告；Lorex 和 Harbor Freight Tools 销售数据来自于公开网络信息；韩华泰科和 Urmet Spa 销售数据来自于访谈记录。

公司向上述客户的销售收入、占境外销售收入比例情况如下表所示：

客户名称		销售收入（万元）			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Swann	公司向其销售金额	14,704.93	31,853.62	36,518.63	22,509.09
	自身销售金额	32,583.99	60,204.18	66,095.08	73,482.11
	公司销售金额占其销售金额比例	45.13%	52.91%	55.25%	30.63%
韩华泰科	公司向其销售金额	1,007.94	9,889.12	15,705.43	24,521.99
	自身销售金额	-	-	337,487.40	371,349.00
	公司销售金额占其销售金额比例	-	-	4.65%	6.60%
Lorex	公司向其销售金额	3,072.62	4,839.47	11,866.70	13,252.66
	自身销售金额	-	-	-	94,525.20
	公司销售金额占其销售金额比例	-	-	-	14.02%
Harbor Freight Tools	公司向其销售金额	1,512.63	2,484.53	3,637.65	6,453.47
	自身销售金额	-	-	-	1,620,432.00
	公司销售金额占其销售金额比例	-	-	-	0.40%
Urmet Spa	公司向其销售金额	663.99	1,369.16	1,494.43	1,205.14
	年均销售金额	-	4,629.70		
	公司年均销售金额占其销售金额比例	-	29.29%		
3R Global Co., Ltd.	公司向其销售金额	940.55	2,153.04	2,621.60	1,502.94
	年均销售金额	-	8,105.28		
	公司年均销售金额占其销售金额比例	-	25.82%		
Electus Distribution	公司向其销售金额	517.37	2,813.80	570.17	987.51
	年均销售金额	-	27,017.60		

	公司年均销售金额 占其销售金额比例	-	5.39%		
Bascom Cameras B.V.	公司向其销售金额	1,317.33	2,191.87	1,656.00	896.33
	年均销售金额	-	6,754.40		
	公司年均销售金额 占其销售金额比例	-	23.41%		
Rifatron Co.,Ltd.	公司向其销售金额	709.12	1,260.70	1,266.69	589.12
	年均销售金额	-	6,754.40		
	公司年均销售金额 占其销售金额比例	-	15.38%		
公司向其销售金额合计		24,446.48	58,855.31	75,337.30	71,918.25
占公司境外收入比例		72.29%	72.24%	79.75%	77.71%

从上述信息可知，发行人共有两家客户属于上市公司子公司，3家客户同时为其他上市公司披露的客户。上述境外客户总体上经营规模较大，成立时间较长，均属于行业内国际或当地知名企业，且与发行人合作时间长，其向发行人采购金额与其业务规模相匹配，境外客户的资质情况良好。

除了走访境外客户、向境外客户函证、访谈境外客户境内办事处等方式外，保荐机构获取了重要境外客户的最终销售数据、不存在利用客户囤货调节收入的不正当利益输送确认函等外部证据，具体核查程序参见本问题“一、请发行人在招股说明书中披露保荐人、申报会计师对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论，并说明相关具体核查过程及得出核查结论的依据”相关内容。

综上，保荐机构认为上述所采取的核查程序可以支持发行人境外销售已实现真实销售、最终销售的结论。

问题 2 关于贸易摩擦影响

首轮问询回复显示：

(1) 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产品相继被美国加征关税。2017-2019 年发行人对美国的销售占比分别为 63.37%、61.10%、43.11%。2019 年、2020 年 1-6 月发行人出口至美国的销售收入分别同比下降 38.14%、25.98%。

(2) 截至首轮问询回复日，出口美国的在手待完成订单金额为 9,565.20 万

元，其中 Swann、Harbor Freight Tools、Dss-Cctv Inc、Lorex 分别占比 95.01%、1.74%、1.48%、0.96%。发行人回复称，2020 年对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化。保荐人称，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。

(3) 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。保荐人意见显示，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。

(4) 2019 年美国客户 Components Specialties 销售额由 293.92 万元增长至 747.35 万元、Observint 销售额由 145.37 万元增长至 651.12 万元，CCTV Core USA 销售额由 448.81 万元增长至 635.39 万元，Nelly's Security Llc 销售额由 35.90 万元增长至 370.60 万元，Backstreet Surveillance 2019 年开始合作，销售额为 353.04 万元，Lava Electronics Inc 销售额由 33.45 万元增长至 260.48 万元。

请发行人：

(1) 结合对美国销售客户 2019 年、2020 年 1-6 月的销售额、毛利率同比变动情况，各期对 Swann 的销售金额占对美国市场的销售收入比例情况、以及除 Swann 外的美国客户在手订单占比仅为 5%等，分析并披露 2020 年发行人对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化的依据是否充分；

(2) 披露加征关税后，上述 Components Specialties 等美国客户销售额仍大幅增长的原因。

请保荐人：

(1) 说明发行人 2020 年对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化的依据是否充分；

(2) 说明在未获取同为股份对美国销售相关数据的情况下，认定同行业公司

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的依据是否充分。

回复：

一、结合对美国销售客户 2019 年、2020 年 1-6 月的销售额、毛利率同比变动情况，各期对 Swann 的销售金额占对美国市场的销售收入比例情况、以及除 Swann 外的美国客户在手订单占比仅为 5%等，分析并披露 2020 年发行人对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化的依据是否充分

2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人销往美国市场的境外收入、毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	与上年同期相比变动比例/变动百分比	2019 年度	与上年相比变动比例/变动百分比
所有出口美国市场境外收入	13,792.29	-29.08%	36,088.39	-38.14%
Swann 美国市场收入占有所有出口美国市场境外收入比例	52.20%	5.57%	36.62%	-1.19%
所有出口美国市场境外收入占全部外销收入比例	40.78%	-5.37%	44.30%	17.45%
出口美国市场毛利率	21.78%	1.07%	24.35%	5.80%

2019 年，发行人出口美国市场收入大幅下降，主要原因为：1、受美国加征关税的持续影响，发行人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，导致出口美国的销量下降；2、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，最终影响了韩华泰科对发行人的全年采购规模；3、受 Lorex 控股方大华股份内部战略调整影响，Lorex 与发行人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，从而导致发行人对其销售金额有所下降。

2020 年上半年出口美国市场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、因受美国新冠疫情影响，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 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，公司销往美国的零售用 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 套装暂免加征关税。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。公司出口美国相关套装产品获得延长有效期，对公司恢复美国市场份额起到了积极作用。2020 年 5-6 月出口美国的套装产品占三大类产品的比例为 61.42%，较 1-4 月份上升 49.34 个百分点。

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），占全部境外收入比例为 37.87%，上年同期出口美国市场的收入金额为 25,120.31 万元，较上年同期下降 24.05%。

报告期各期及 2020 年 1-8 月，出口美国的前五大客户（未经审计）明细情况如下：

2020 年 1-8 月			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占出口美国收入比例
1	Swann	9,879.63	51.78%
2	Lorex	3,688.70	19.33%
3	Harbor Freight Tools	2,251.21	11.80%
4	3R Global Co.,Ltd	419.18	2.20%
5	Backstreet Surveillance	344.78	1.81%
	合计	16,583.50	86.92%
2020 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占出口美国收入比例
1	Swann	7,199.90	52.20%

2	Lorex	3,057.27	22.17%
3	Harbor Freight Tools	1,512.63	10.97%
4	韩华泰科	316.37	2.29%
5	3R Global Co., Ltd	269.46	1.95%
	合计	12,355.63	89.58%
2019 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占出口美国收入比例
1	Swann	13,214.54	36.62%
2	韩华泰科	9,743.00	27.00%
3	Lorex	4,725.90	13.10%
4	Harbor Freight Tools	2,484.53	6.88%
5	3R Global Co., Ltd	929.78	2.58%
	合计	31,097.75	86.17%
2018 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占出口美国收入比例
1	Swann	22,056.56	37.81%
2	韩华泰科	15,695.42	26.91%
3	Lorex	11,077.46	18.99%
4	Harbor Freight Tools	3,637.65	6.24%
5	3R Global Co., Ltd	1,463.47	2.51%
	合计	53,930.56	92.45%
2017 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占出口美国收入比例
1	韩华泰科	24,521.99	41.55%
2	Swann	11,988.13	20.31%
3	Lorex	10,766.95	18.24%
4	Harbor Freight Tools	6,453.47	10.93%
5	Worldwide	3,202.66	5.43%
	合计	56,933.20	96.46%

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，前五大客户占比合计达 91.14%，其中 Swann 占比 65.49%、Lorex 占比 12.10%、Central Purchasing, Llc 占比 5.68%、Great Wall Security Inc. 占比 5.15%、

Backstreet Surveillance 占比 2.71%。

综上所述，根据美国发布的部分商品排除加征关税公告，以及 2020 年 1-8 月对美实现的销售情况和在手订单情况，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。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三/（二）/3/（4）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”对相关内容进行了披露。

二、披露加征关税后，上述 Components Specialties 等美国客户销售额仍大幅增长的原因。

2019 年，上述美国客户销售额变动及合作情况如下：

单位：万元

美国客户名称	客户性质	2019 年度	2018 年度	变动比例	合作开始时间
Components Specialties	工程类客户	747.35	293.92	154.27%	2017 年
Observint Technologies	工程类客户	651.12	145.37	347.91%	2018 年
CCTV Core USA	工程类客户	635.39	448.81	41.57%	2017 年
Nelly'S Security Llc	工程类客户	370.60	35.90	932.28%	2018 年
Backstreet Surveillance	工程类客户	353.04	-	-	2019 年
Lava Electronics Inc	工程类客户	260.48	33.45	678.71%	2018 年

上述美国客户均为工程类客户，以分销模式为主，即客户先将产品销售给分销商，再由分销商销售给下游工程商，客户不直接参与工程项目。由于工程类客户毛利率较高（由于涉及客户商业机密，无法获知上述客户实际盈利情况），产品加征关税后仍能保持一定的盈利空间，加征关税对客户影响较小，且上述客户与发行人合作时间较短，合作初期采购基数相对较小，受客户订单量增加影响，使得 2019 年销售收入增长较快。

上述客户基本情况如下：

美国客户名称	成立时间	经营情况	相关收入数据来源
--------	------	------	----------

Components Specialties	1959 年	客户属于独立全线电器分销商，产品涵盖了声音设备、寻呼系统、对讲机、声音配件、扬声器和测量设备等，视频监控业务只是其业务的一部分，2019 年收入金额为 2,100 万美元	专业数据和分析网站 Dun & Bradstreet Holdings Inc
Observint Technologies	1989 年	客户是视频/音频监视和访问控制解决方案的领先提供商，2019 年收入金额为 1,499 万美元	
CCTV Core USA	1998 年	客户是安全解决方案的提供商，以分销模式对外提供安防类产品，2019 年收入金额为 300 万美元。	
Nelly'S Security Llc	2008 年	客户主要从事视频监控、访问控制、报警和自动化等相关安防产品的销售，根据公开信息显示，客户现有员工 11 名。	
Backstreet Surveillance	2012 年	客户主要从事摄像机、录像机、警报器灯安防产品的销售，2019 年收入金额为 550 万美元。	
Lava Electronics Inc	2003 年	客户主营业务为电视天线和安装工具等产品，2018 年客户新增视频监控产品销售业务，2019 年收入金额为 300 万美元。	

由于美国视频监控市场较为成熟，市场空间较大，参与市场竞争企业众多，发行人与其合作的上述客户不属于行业内排名较为靠前的企业，因此经营规模普遍不高。但从上述客户 2019 年实现的对外销售收入来看，发行人向其销售额与其经营规模相匹配。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三/（二）/3/（4）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”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人说明发行人 2020 年对美国市场的销售收入不会出现重大不利变化的依据是否充分；

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 1-8 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：

根据美国发布的部分商品排除加征关税公告，以及 2020 年 1-8 月对美实现的销售情况，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。

四、请保荐人说明在未获取同为股份对美国销售相关数据的情况下，认定同行业公司 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的依据是否充分

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 2018-2020 年上半年的境外销售收入分别为 5.63 亿元、5.84 亿元、2.71 亿，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。

经核查，保荐机构认为：

基于同为股份的相关公开披露信息，可以合理推测同行业公司 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。

问题 3 关于持续经营能力

首轮问询回复显示：

（1）发行人主要客户 Swann 母公司英飞拓以工程类视频监控产品为主，其视频结构化 NVR 产品已实现量产；Swann 2016 年-2020 年上半年业绩持续亏损，2019 年和 2020 年 1-6 月发行人对 Swann 销售额分别同比下降 12.77%和 23.55%；北美视频监控消费类市场排名第一的厂商 Arlo 2017 至 2020 年 1-6 月的毛利率分别为 24.61%、27.10%、9.68%、7.15%，且 2018-2019 年持续大额亏损，而发行人对 Swann 毛利率由 2018 年的 14.40%大幅增长至 20.56%。

（2）截至 2019 年 12 月 31 日，Lorex 净资产为-2.17 亿元；2019 年，Lorex 部分订单开始向母公司大华股份转移，除 200 万像素无线电池套装产品与发行人保持合作外，非无线电池产品订单大幅向其母公司大华股份转移；2015-2016 年，Lorex 曾向大华股份采购 720P/1080P（即 100 万/200 万分辨率）同轴高清产品；2020 年 1-6 月，发行人向 Lorex 销售金额为 3,072.62 万元，其中无线电池产品为 2,207.39 万元。

（3）消费类市场 Swann 出现阶段性亏损并不是个例，Arlo、Lorex 和 Swann 均显示常年亏损，Wisenet、Q-See 也处于亏损状态。

（4）珠海爱司马特数码科技有限公司成立于 2012 年 5 月，为一家贸易公司，发行人 2019 年开始与其合作，2019 年发行人对其销售额为 336.84 万元。通常情况下，发行人不愿意和贸易公司合作，2019 年，为应对下游重要客户市场需求有所下降的不利影响，发行人积极开拓中小客户，决定与其开展合作。

（5）报告期内，发行人新增客户数量分别为 122 个、149 个和 160 个，新增客户平均销售金额为 7.58 万元、15.75 万元、15.22 万元，而报告期内发行人前五大销售占比分别为 75.17%、73.51%和 61.92%，发行人称在产能和研发资源投入较高的情况下优先保障重要客户。

请发行人：

(1) 披露 Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR（网络硬盘录像机）的原因，是否存在 Swann 订单向英飞拓转移的风险；结合 Swann 持续亏损、最近 2 年发行人对 Swann 销售额持续下降等情形，分析并披露发行人与主要客户 Swann 的合作稳定性及可持续性，相关合作是否发生重大不利变化；

(2) 披露无线电池产品与非无线电池产品技术上的主要差异，Lorex 母公司大华股份是否生产无线电池产品，是否存在 Lorex 无线电池产品向大华股份转移的风险；披露 2020 年 1-6 月，发行人向 Lorex 销售的非无线电池产品的型号、数量及金额，Lorex 不向母公司大华股份采购的原因；结合 Lorex 目前的主要财务经营状况、净资产为负等，分析并披露发行人与主要客户 Lorex 的合作稳定性及可持续性，相关合作是否发生重大不利变化；

(3) 结合消费类监控产品市场众多企业常年亏损，互联网企业和安防龙头企业进军消费类监控产品市场，发行人主要客户 Swann、韩华泰科、Lorex、Harbor Freight Tools、Worldwide Marketing 报告期内销售额均下滑等情形，分析并披露发行人在消费类监控产品市场是否存在收入持续下滑的风险、持续经营能力是否存在重大不确定性；

(4) 披露报告期内贸易商客户销售金额及占比；

(5) 披露报告期内新增客户的开拓方式、销售模式、客户类型、所属国家、主要产品类型，分析并披露新增客户平均销售金额较低的原因；

(6) 就上述事项在招股说明书中进行充分的风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、披露 Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR（网络硬盘录像机）的原因，是否存在 Swann 订单向英飞拓转移的风险；结合 Swann 持续亏损、最近 2 年发行人对 Swann 销售额持续下降等情形，分析并披露发行人与主要客户 Swann 的合作稳定性及可持续性，相关合作是否发生重大不利变化

1、披露 Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR（网络硬盘录像机）的原因，是否存在 Swann 订单向英飞拓转移的风险

(1) 英飞拓与 Swann 的产品定位不同

英飞拓实现量产的视频结构化 NVR 属于工程类视频监控产品,可以根据视频画面中呈现出的人、车、物、颜色、数字及其他属性特征,协助进行社会治安监控的风险评估和事件预警,应用于智慧城市、雪亮工程、智能交通等场景,客户主要集中在政府机关、公共安全、金融、电力、教育、公用事业、大型商业综合体等用户,产品价格较高。Swann 销售的是消费类视频监控产品,功能相对简单,应用于住宅、社区、企业、商铺、车辆等场景,客户主要为居民、小型企业主等,产品价格较低。两者的定位差别较大。

(2) 英飞拓现有的研发资源不支持研制消费类视频监控产品,主要原因如下:

①产品设计成本差异。工程类产品重视产品的稳定性,需要保留较大的安全冗余,研发人员设计时需要选用规格参数较高的硬件配置、较多使用开源软件,因而所设计的产品成本较高;消费类产品重视产品的经济实用性,需要考虑产品的低成本和高性价比,研发人员设计时选用规格参数较低的硬件配置、应用简练的源代码,通过相对低价的软件硬件结合实现所设计规格的产品功能,因而所设计的产品成本较低。

此外,工程类产品由专业人员安装调试,设计者不需要考虑最终用户的易控性;消费类产品由最终用户自行安装,考虑到他们多数不具备与产品相关的专业知识,设计时必须追求简洁、易控,重视消费者体验。

②研发资源侧重点差异。工程类产品的更新换代期较长、更新速度慢,因而对产品研发时限要求不高,研发资源侧重于产品线的完整齐全和单项产品性能稳定性;消费类产品的更新换代期较短、更新速度快,研发资源侧重于产品的创新和快速研发。消费类产品的研发团队通常在主芯片试产时即介入应用开发,在主芯片量产后尽快抢先推出新产品,还需在客户对产品提出修改意见时快速响应。

因此,英飞拓的研发资源如果转向开发消费类视频监控产品,短期内缺少开发设计经验和相关技术积累,且由于消费类产品款型众多,完成开发需要较大的研发投入和较长周期。同时,如果短期内强行将 Swann 的供应链切回英飞拓,因新产品推出速度等方面的劣势,可能使 Swann 失去与部分下游渠道合作机会,出现较大市场风险。

(3) 英飞拓的现有产能不支持向 Swann 供货

英飞拓自成立以来主要服务于工程类安防市场，为开拓消费类安防市场，于2014年变更募集资金用途，使用募投项目变更结余资金和其他资金收购 Swann。自收购 Swann 后，近年来英飞拓自身产品（包含前后端）产量情况如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
生产量（台）	287,772	378,832	287,812	303,848	255,979

注：2019 年年报未披露产品生产量。

从上表看，英飞拓的产能并没有扩张，仅能满足自身工程类安防产品销售。以2016-2018年为例，英飞拓三年前后端产品产量合计为95.44万台，而同期 Swann 向发行人采购前后端产品489.62万台（包含套装拆分后前后端数量），远高于英飞拓产量，英飞拓不具有同时满足工程类和消费类产品的生产能力。同时，消费类产品对单位产品的成本控制有很强要求。在现有产能情况下，如果英飞拓只为 Swann 供货，则无法达到规模经济效益，单位产品成本无法控制。

英飞拓 2020 年半年报披露：“近几年积极实施商业模式和经营范围的转变和拓展，公司从产品供应商向系统集成商和数据运营商拓展”，也从侧面印证了英飞拓并无扩大产能，将 Swann 订单转移至母公司生产的计划。

消费类产品与工程类产品在技术、规格上的差异主要体现在研发过程中，在生产工艺流程方面差异较小，仅体现在：工程类产品涉及的芯片功能复杂，对芯片精密度较高，需要对贴片后的芯片做全面检测合格后（虚焊、连锡等隐患检测）才能进入下一工序；消费类产品贴片后无需检测即可进入下一工序，除此外两类产品的其他工序完全相同，涉及的生产设备基本一致，因此，两类产品的生产是相通的，发行人并未区分两类产品的各自产能。截至2020年6月，发行人的前后端合计年产能为668.80万台，完全可以满足 Swann 的产品采购需求。

（4）Swann 的经营活动具有相对独立性

Swann 的业务和经营团队均国际化：Swann 的主要业务区域为美国、加拿大、英国、澳大利亚等发达国家；Swann 的管理层均为外籍人士，主要包括：①首席执行官（CEO）：Michael Lucas，美国国籍；②现任首席财务官（CFO）：Joy Banducci，美国国籍；③曾任首席财务官：Jason Carrington，澳大利亚国籍；④全球运营及供应链执行董事：Hideaki Yamaguchi（YAMA），日本国籍；⑤首席技术官：Alex Talevski，澳大利亚国籍；⑥负责全球市场营销的副总裁：Jeremy Stewart，澳大利亚国籍；⑦负责质量保障的副总裁：James Cain，澳大利亚国籍。

因此，Swann 的生产经营相对母公司英飞拓具有一定独立性，会优先选择有利于其市场竞争的供应商合作。

综上，Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR（网络硬盘录像机）的原因具有合理性，Swann 向母公司英飞拓转移订单的风险很小。

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。

2、结合 Swann 持续亏损、最近 2 年发行人对 Swann 销售额持续下降等情形，分析并披露发行人与主要客户 Swann 的合作稳定性及可持续性，相关合作是否发生重大不利变化

（1）Swann 持续亏损原因分析

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。

①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。

②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。

③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，以及发行人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。

④2019 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）2019 年 Swann 销售额下降原因分析

2019 年，受美国加征关税持续影响，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，使得市场竞争力减弱，公司出口美国的相关低毛利产品收入受到一定影响，导致 Swann 采购规模出现下降。在销售收入受到不利影响的情况下，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、Lowe's 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。

经 Swann 书面确认及英飞拓半年度报告披露显示：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。

英飞拓 2020 年半年度报告披露显示，Swann 实现销售收入为 32,583.99 万元，净利润为-1,464.96 万元（据了解，由于国内会计准则调整，英飞拓合并报表中披露的 Swann 净利润包含了收购 Swann 时评估增值部分的摊销，实际亏损金额小于 Swann 个别报表金额），分别较上年同期增长 14.37%、18.49%。2020 年上半年，Swann 亏损的主要原因是：受上半年突发新冠肺炎疫情的影响，销售收入和毛利增长未能完全覆盖对应的销售费用和管理费用支出。截止三季度末，Swann 已实现盈利。

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，公司销往美国的零售用 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 套装暂免加征关税。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 1-6 月,发行人向 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,发行人与 Swann 之间的交易并未出现重大不利变化,双方合作具有稳定性和持续性。

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。

二、披露无线电池产品与非无线电池产品技术上的主要差异, Lorex 母公司大华股份是否生产无线电池产品, 是否存在 Lorex 无线电池产品向大华股份转移的风险;披露 2020 年 1-6 月, 发行人向 Lorex 销售的非无线电池产品的型号、数量及金额, Lorex 不向母公司大华股份采购的原因;结合 Lorex 目前的主要财务经营状况、净资产为负等, 分析并披露发行人与主要客户 Lorex 的合作稳定性及可持续性, 相关合作是否发生重大不利变化;

1、披露无线电池产品与非无线电池产品技术上的主要差异, Lorex 母公司大华股份是否生产无线电池产品, 是否存在 Lorex 无线电池产品向大华股份转移的风险

无线电池产品与非无线电池产品技术上的主要差异如下:

项目	无线电池产品	非无线电池产品
音视频信号传输方式	WiFi、射频等无线方式传输	采用网线、电缆等传输
摄像机供电方式	配置可充电锂电池, 拆装方便且续航能力较强, 理想状态下充满一次待机 6 个月	电源适配器从外部取电
图像监控模式	智能感应, 检测到有效活动才会提醒, 录像空间更节省	全天候实时监控
机器电源功耗	功耗低	功耗相对较高
安装难易程度	摄像机完全无线, 可随处方便安装	需要布线和考虑取电问题, 安装比较复杂

目前, Lorex 母公司大华股份有生产无线电池产品, 尚未向 Lorex 供应该类产

品。由于发行人在无线电池产品研发方面投入时间较早、积累的技术水平较为成熟、产品创新能力较强，发行人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，同时 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，短期内 Lorex 无线电池产品向大华股份转移的风险较小。

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。

2、披露 2020 年 1-6 月，发行人向 Lorex 销售的非无线电池产品的型号、数量及金额，Lorex 不向母公司大华股份采购的原因

2020 年 1-6 月，公司向 Lorex 销售的非无线电池产品的型号、数量及金额如下：

单位：万元，台、套

产品大类	产品型号	销售数量	金额
同轴高清摄像机	200 万定焦 2.8mm	6,902	140.35
	800 万定焦 3.6mm	8,000	121.84
同轴高清录像机	200 万 16 路	350	15.74
同轴高清套装	200 万 8 路搭配 8 个摄像头	2,000	160.21
	合计	-	438.14
	占 Lorex 本期销售收入比例		14.26%

2020 年 1-6 月，Lorex 向公司采购的非无线产品金额较小，比例较低，主要系 Lorex 的一个客户一直采购由公司生产的特定型号产品，为保持与下游客户合作的持续性，故继续向公司进行采购，交易具有合理性。

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

3、结合 Lorex 目前的主要财务经营状况、净资产为负等，分析并披露发行人与主要客户 Lorex 的合作稳定性及可持续性，相关合作是否发生重大不利变化

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，并确认了商誉。根据公开披露的数据，截止 2019 年 12 月 31 日 Lorex 总资产金额为 9.77 亿元，净资产金额为-2.17 亿元，仍处于亏损状况。根据 2018 年-2020 年公开披露的定期报告，大华股份并未对处于亏损状况的 Lorex 计提商誉减值准备，说明了大华股份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，

愿意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。

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%。

因此，从目前来看，在无线电池产品方面，发行人与 Lorex 继续保持合作，并未出现重大不利变化，双方合作具有稳定性和持续性。

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、结合消费类监控产品市场众多企业常年亏损，互联网企业和安防龙头企业进军消费类监控产品市场，发行人主要客户 Swann、韩华泰科、Lorex、Harbor Freight Tools、Worldwide Marketing 报告期内销售额均下滑等情形，分析并披露发行人在消费类监控产品市场是否存在收入持续下滑的风险、持续经营能力是否存在重大不确定性；

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。

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：

1、消费类市场容量分析

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。

2、客户的盈利情况、2020 年销售情况分析

（1）重要客户本身是否发生重大不利变化

①Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的原因已在上述问题中做了相关说明，经 Swann 书面确认及英飞拓半年度报告披露显示：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 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，公司销往美国的零售用 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 套装暂免加征关税。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 1-6 月，公司向 Swann 销售金额为 14,704.93 万元。2020 年 1-9 月，公司向 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，发行人与 Swann 之间的交易并未出现重大不利变化，双方合作具有稳定性和持续性。

②Lorex 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，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，2020 年上半年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。

④Harbor Freight Tools 成立于 1977 年，主要从事批发零售工业设备与五金产品，拥有 800 余家自有门店，安防视频监控产品占其销售比重较小，2018 年和 2019 年，该客户的采购量分别较上年同期减少，主要原因是该客户采购的监控产品种类单一、更新换代慢，仍以 200 万分辨率同轴高清套装和摄像机产品为主，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，该客户监控产品的采购量受其自身的销售策略影响而减少。

2020 年 1-6 月，受当地新冠疫情影响，美国实体店销售受到暂时性冲击，而 Harbor Freight Tools 拥有线上销售渠道，疫情促使其线上销售大幅增加，从而抵消了线下销售下滑的影响，销售收入与去年同期基本持平。

⑤报告期内，虽然公司对 Worldwide Marketing 销售额快速下降，但公司积极加深与其他知名消费类客户合作关系，使得公司销售收入仍保持较高水平。

⑥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) 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%。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。

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，新冠疫情和重要客户韩华泰科销售收入大幅下滑不会对公司未来持续经营能力构成重大不利影响。

3、发行人在工程类市场的竞争优势分析

(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，它们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的政府项目，道路、桥梁、学校、超市、大型仓库等所需安防产品的销售安装。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	ООО Торговий Дом Спутник	俄罗斯当地专业安防品牌，以自营品牌 Satvision 运营。其隶属的集团公司成立于 2003 年，主要承接大型政府安防监控项目、向零售门店提供安防监控产品和售后服务。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	Urmet Spa 是一家历史悠久的多元化国际科技公司，1937 年创建于意大利，是意大利首家开展楼宇对讲系统、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	Legrand Ltd 是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。

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。

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，2020 年 1-6 月销售金额为 2,401.67 万元，2020 年 1-8 月销售金额为 4,430.95 万元（未经审计）。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。

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、12,093.57 万元，占主营业务收入的比例分别为 12.62%、18.26%、23.14%、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。

综上所述，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，发行人在消费类监控产品市场收入持续下滑以及未来营业收入持续下滑的风险较小，持续经营能力不存在重大不利变化。

发行人在招股说明书“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、披露报告期内贸易商客户销售金额及占比；

报告期内，贸易商客户销售金额及占比情况统计如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
贸易商	60.29	336.84	-	-
占营业收入比例	0.16%	0.40%	-	-

报告期内，除了珠海爱司马特数码科技有限公司外，公司未与其他贸易商客户合作。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/9、报告期内贸易商客户销售金额及占比”对相关内容进行了披露。

五、披露报告期内新增客户的开拓方式、销售模式、客户类型、所属国家、主要产品类型，分析并披露新增客户平均销售金额较低的原因；

报告期内，公司主要通过参加展会、客户主动接触、客户介绍、网络开发等方式接触新增客户，并获取客户的信息。公司与新增客户合作方式以 ODM 模式为主，

客户类型包括消费类和工程类两种，客户遍及北美洲、欧洲、亚洲等数十个国家和地区，产品类型全部为公司销售的视频监控产品及相关配件、硬盘等。

报告期各期前十大新增客户具体情况如下：

2020 年 1-6 月						
新增客户名称	销售金额 (万元)	开拓方式	销售模式	客户类型	所属国家	主要产品类型
华为技术有限公司	2,401.67	客户主动接触	JDM	工程类	中国	网络高清摄像机、网络高清录像机
Sky Light Imaging.,Ltd	95.38	客户介绍	CKD (全散件组装模式)	消费类	中国	芯片、结构件、PCB 板、线材、电源、电容电阻等原材料
Novatus. Co., Ltd	64.50	客户介绍	ODM	工程类	韩国	网络高清摄像机、网络高清录像机
Aslanov Vasif Eldar	31.99	展会	ODM	工程类	阿塞拜疆	同轴高清摄像机、同轴高清录像机
Elmark Industries Sc	22.18	展会	ODM	工程类	保加利亚	同轴高清摄像机、同轴高清录像机
Avantech Electronics. SI	20.33	网络开发	ODM	工程类	西班牙	同轴高清摄像机
La Menagere S.A.	6.49	展会	ODM	消费类	海地	网络高清摄像机、网络高清录像机
东鼎通讯科技有限公司	6.07	展会	OBM	工程类	中国	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
长沙万禧文化传播有限公司	3.65	客户介绍	OBM	工程类	中国	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
深圳市君恒利建设工程有限公司	3.55	展会	OBM	工程类	中国	网络高清摄像机
前十大新增客户收入合计	2,655.81					
前十大客户占当期新增客户销售收入比例	99.45%					
2019 年度						
新增客户名称	销售金额	开拓方式	销售模式	客户类型	所属国	主要产品类型

	(万元)				家	
Tc Global Co.,Ltd	481.60	展会	ODM	消费类	韩国	同轴高清录像机、网络高清录像机、硬盘
Backstreet Surveillance	353.04	网络开发	ODM	工程类	美国	网络高清摄像机、网络高清录像机、配件
珠海爱司马特数码科技有限公司	336.84	客户主动接触	ODM	工程类	中国	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
Western Security Solutions	87.57	展会	ODM	工程类	印度	同轴高清摄像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
浙江省科学器材进出口有限责任公司	87.06	客户介绍	ODM	工程类	中国	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
Himax Corp	85.78	客户介绍	ODM	工程类	韩国	同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机、配件
Giuliano Store S.R.L	76.75	客户介绍	ODM	工程类	意大利	同轴高清摄像机、配件
南宁奥尔通石化有限公司	61.11	招标	-	工程类	中国	系统集成
深圳市乔兴视讯有限公司	58.96	客户介绍	ODM	工程类	中国	配件、网络高清摄像机
Security Technology Solution	50.21	展会	ODM	工程类	孟加拉	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
前十大新增客户收入合计	1,678.92					
前十大客户占当期新增客户销售收入比例	68.95%					
2018 年度						
新增客户名称	销售金额 (万元)	开拓方式	销售模式	客户类型	所属国家	主要产品类型

Digital Peripheral Solutions Inc.	377.83	客户主动接触	ODM	消费类	美国	同轴高清套装、网络高清套装、同轴高清录像机、硬盘
Components Specialties, Inc	293.92	展会	ODM	工程类	美国	网络高清摄像机、网络高清套装、硬盘
Hdpro Co., Ltd	166.65	展会	ODM	工程类	韩国	网络高清摄像机、配件
Observint Technologies, Inc	145.37	展会	ODM	工程类	美国	同轴高清摄像机、网络高清摄像机
OOO Setevoe Oborudovanie	109.37	客户介绍	ODM	工程类	俄罗斯	网络高清摄像机
Wireless Tsukamoto Co., Ltd.	98.38	客户主动接触	ODM	工程类	日本	同轴高清摄像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
Cubitech S.A.	94.84	展会	ODM	工程类	希腊	同轴高清摄像机、同轴高清录像机
Al-Aswar Trading Group Co.	70.03	展会	ODM	消费类	日本	同轴高清录像机
武汉烽火信息集成技术有限公司	63.61	展会	-	工程类	中国	系统集成
Topnos Inc	62.83	展会	ODM	工程类	美国	同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
前十大新增客户收入合计	1,482.83					
前十大客户占当期新增客户销售收入比例	63.20%					
2017 年度						
新增客户名称	销售金额 (万元)	开拓方式	销售模式	客户类型	所属国家	主要产品类型
Evertrend Corp	216.33	展会	ODM	工程类	韩国	网络高清摄像机、网络高清录像机、同轴高清录像机、配件
海拓安防设备（深圳）有限公司	168.68	客户介绍	ODM	工程类	中国	网络高清摄像机、同轴高清摄像机、配件

Reser	121.89	客户介绍	ODM	工程类	土耳其	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
Vipaks+ Co., Ltd	54.68	展会	ODM	工程类	俄罗斯	网络高清摄像机
Bpl Technovision Pvt Ltd	43.41	展会	ODM	消费类	坦桑利亚	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、同轴高清套装
Sangan Trade Development Co.	32.73	展会	ODM	工程类	伊拉克	网络高清摄像机、网络高清录像机
I.S. Security Solution Sdn Bhd	24.25	展会	ODM	消费类	澳大利亚	同轴高清录像机、配件
Solo Security	21.12	展会	ODM	工程类	白俄罗斯	同轴高清摄像机、同轴高清录像机、网络高清摄像机、网络高清录像机
Capo	16.73	客户介绍	ODM	消费类	阿拉伯	网络高清录像机
Came	14.35	网络开发	ODM	工程类	意大利	同轴高清摄像机、网络高清摄像机
前十大新增客户收入合计	714.17					
前十大客户占当期新增客户销售收入比例	77.22%					

报告期各期，公司新增客户的数量及平均销售金额如下：

单位：个；万元

期间	新增客户数量	新增客户当期销售金额	新增客户平均销售金额	新增客户当期销售金额占主营业务收入比例
2020年1-6月	33	2,670.60	80.93	7.22%
2019年度	160	2,434.98	15.22	2.91%
2018年度	149	2,346.23	15.75	2.46%
2017年度	122	924.81	7.58	0.99%

报告期内，公司新增客户平均销售金额较低，主要原因是：在新客户的开发过程中，公司首先向新客户有偿提供样品，客户收到产品后需要进行可靠性检测，包括性能稳定、产品老化以及其他技术指标的测试，同时与其他制造商进行同类产品的比较，根据客户的检测反馈，公司可能还需要对产品做进一步的设计优化，使得整个检测周期一般在半年以上，时间较长。产品检测通过后，双方开始小批量合作，并根据下游市场的销售情况，逐步扩大采购规模。由于上述新增客户大多数处于小批量采购和样品检测阶段，因此新增客户在与公司合作当期的平均销售金额较低。

发行人2017年新增客户在次年销售金额为3,933.61万元，2018年新增客户在次年销售金额为6,426.68万元，2019年新增客户在次年1-6月销售金额为3,826.36万元，相比建立合作的当年均有较大幅度的增长。

综上所述，公司各年新增客户采购产品有逐步认可公司产品质量稳定性和市场优势的时间过程，合作初期，客户一般会先进行少量样品检测和小批量采购，待双方建立稳定的合作关系后逐步增大采购量。

报告期内，公司客户数量变动情况如下：

单位：个

项目	2020年1-6月 /2020.6.30	2019年度 /2019.12.31	2018年度 /2018.12.31	2017年度 /2017.12.31
期初客户数量	443	383	383	390
本期增加	33	160	149	122
本期减少	209	100	149	129
其中：去年新增客户本期未实现收入数量	104	81	60	77
其他客户数量减少	105	19	89	52
期末客户数量	267	443	383	383

注：由于客户数量统计以实现销售为统计标准，截止 2020 年 6 月末，客户数量减少较多、客户数量较小。

由上表可知，报告期内，各期公司客户的增减变动，包括新增客户、上一年新增客户未继续合作以及老客户未继续合作等情况，均属于正常的商业行为。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/6、报告期内新增客户的基本情况”对相关内容进行了披露。

六、就上述事项在招股说明书中进行充分的风险提示。

发行人已在招股说明书“重大事项提示/四、特别风险提示/（七）重要客户发生重大不利变化引发的持续经营能力风险”对上述事项进行了充分的风险提示。招股说明书具体披露内容如下：

（七）重要客户发生重大不利变化引发的持续经营能力风险

Swann 营业收入持续下滑、业绩持续亏损的原因以及 Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR(网络硬盘录像机)的原因说明参见本招股说明书“第六节 / 四/（一）/5/（1）/①Swann 销售金额波动的原因”。经 Swann 书面确认及母公司英飞拓 2020 年半年度报告披露显示：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，公司向 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，发行人与 Swann 之间的交易并未出现重大不利变化。

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，2020 年上半年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。

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，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%，双方合作并未出现重大不利变化。

但是，未来如果 Swann 采取的相关改善措施不能持续有效执行或失去效果，业绩持续亏损影响其正常的经营活动，Lorex 完全终止与公司业务合作，可能会对公司经营业绩造成重大不利影响，导致可能发生持续经营能力的风险。

七、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、保荐机构对 Swann、韩华泰科、Lorex、Worldwide Marketing、Harbor Freight Tools、珠海爱司马特数码科技有限公司以及其他客户进行了实地访谈，具体访谈内容参见本问询函回复“一、请发行人在招股说明书中披露保荐人、申报会计师对发行人境外销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论，并说明相关具体核查过程及得出核查结论的依据/1、客户走访和访谈”；

2、网络查询英飞拓 2014 年以来的各年度定期报告，了解英飞拓收购 Swann 的背景、收购后的经营战略规划、英飞拓和 Swann 各项业务和财务数据变动等，分析英飞拓不直接给 Swann 供货的原因和合理性；

3、对发行人总经理、产品设计经理进行访谈，了解无线电池产品的技术特点、与 Lorex 开展相关产品研发合作的过程、双方后续合作的前景等；

4、取得英飞拓财务总监关于 2020 年 Swann 的经营状况说明：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 10% 以上，并预计在 2020 年下半年将保持持续增长的态势；

5、取得了发行人报告期内销售客户名单，结合订单或合同、发票、出库单、报关单，以及电子口岸报关信息等，并访谈相关业务负责人，确认各期新增客户收入的真实性；

6、获取重要新增境外客户的资信报告，并网络查询境外客户的工商信息，了解客户的基本情况，判断客户与发行人发生业务的合理性，以及与发行人是否存在关联方关系等。

经核查，保荐机构认为：

Swann 不向母公司英飞拓采购 NVR 的原因具有合理性，Swann 订单向英飞拓转移的风险较低，结合 2020 年 1-9 月销售数据，发行人与 Swann 之间的交易并未出现重大不利变化，双方合作具有稳定性和持续性；短期内 Lorex 无线电池产

品向大华股份转移的风险较小，发行人与 Lorex 继续保持合作，并未出现重大不利变化，双方合作具有稳定性和持续性；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，发行人未来营业收入持续下滑的风险较小，以及持续经营能力不存在重大不利变化；报告期内，发行人新增客户平均销售金额较低的原因具有合理性。

问题 4 关于对 Swann、Worldwide Marketing 销售收入变动的原因

首轮问询回复显示：

（1）2017 年发行人对 Swann 销售额大幅增长原因主要是：与海康威视相比，发行人属于消费类视频监控产品专业 ODM 制造商，产品具有较高的性价比优势。

（2）Worldwide Marketing 2016 年为发行人第一大客户，2017 年开始发行人对其销售额大幅下降的原因：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。

请发行人分析并披露 2017 年开始发行人对 Swann 销售收入大幅增长、对 Worldwide Marketing 销售收入大幅减少的解释自相矛盾的原因，发行人产品与海康威视同类产品价格比较情况。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、请发行人分析并披露 2017 年开始发行人对 Swann 销售收入大幅增长、对 Worldwide Marketing 销售收入大幅减少的解释自相矛盾的原因，发行人产品与海康威视同类产品价格比较情况。

公司自 2016 年第四季度开始与 Swann 恢复合作，2017 年起对 Swann 的销售收入大幅增长。公司具有较强的产品创新能力、产品性价比较高，这是 Swann 长期选择与公司合作的重要原因。除此之外，与海康威视相比，公司不仅产品具有性价比优势，而且与 Swann 不存在竞争关系。在消费类市场，海康威视以萤石品牌与 Swann 产生竞争；在工程类市场以自有品牌与 Swann 母公司英飞拓在国内市场竞争、与英飞拓的加拿大子公司 March 在加拿大的金融机构专业监控市场存

在竞争。发行人作为消费类视频监控产品专业 ODM 制造商，与 Swann 合作可以在产业链专业分工中各自发挥比较优势，形成互利双赢的战略合作关系。

Worldwide Marketing 于 2015 年起获得了进入美国 Costco 超市销售的机会，2015 年和 2016 年，公司作为 Worldwide Marketing 的主要供应商对其销售收入较高。2017 年，Worldwide Marketing 更换产品型号，通过招标方式推出新产品采购订单，公司未能中标。原因有两方面：一方面，公司对其报价维持了以往合作的毛利率水平，没有参与后续多轮的降价投标。公司考虑，Worldwide Marketing 重点关注以低价格采购成熟产品，与公司关注产品创新和性价比的经营理念存在差异，如果不惜低价获取 Worldwide Marketing 的订单将影响其他重要消费类客户在终端市场的盈利水平，不利于公司与其他重要客户建立长期稳定的合作关系，亦对未来的市场开拓带来困难。另一方面，海康威视大力推进其消费类萤石品牌在美国市场的销售，看重 Worldwide Marketing 所合作的 Costco 超市渠道，愿意以低价获得 Worldwide Marketing 订单，期望通过与 Worldwide Marketing 合作，了解美国市场的需求和偏好，未来使萤石品牌产品进入 Costco 超市渠道。海康威视低价承接 Worldwide Marketing 的 2017 年订单，只是其市场营销的策略行为。事实上，海康威视也不愿意长期以低价向 Worldwide Marketing 供货，双方仅合作一年多后，Worldwide 又改由其他厂商为其供货。

因此，2017 年开始发行人对 Swann 销售收入大幅增长、对 Worldwide Marketing 销售收入大幅减少的解释并不自相矛盾。

经查询，海康威视未公开披露 ODM 产品相关信息，公司无法与其进行同类产品的细化对比分析。

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、请保荐人发表明确意见。

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、分别对 Swann、Worldwide Marketing 进行了实地走访，询问并了解发行人与 Swann、Worldwide Marketing 合作背景、交易模式、交易金额变动的原因以及后续合作的前景等；

2、对发行人总经理进行访谈，了解发行人与 Worldwide Marketing 的合作

背景、2017 年交易金额大幅下降的原因、发行人采取的应对措施等；

3、查询海康威视公开披露的资料，海康威视未公开披露 ODM 产品相关信息。

经核查，保荐机构认为：

2017 年开始发行人对 Swann 销售收入大幅增长、对 Worldwide Marketing 销售收入大幅减少的解释并不自相矛盾；海康威视未公开披露 ODM 产品相关信息，发行人无法与其进行同类产品的细化对比分析。

问题 5 关于产品像素

首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人对 Harbor Freight Tools 销售额分别为 6,453.47 万元、3,637.65 万元和 2,484.53 万元，2019 年同比下降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，而同期市场上其他安防品牌商均已批量销售 400 万、500 万甚至 4K 等分辨率更高的产品。

(2) 2019 年发行人对 Swann 销售 200 万像素的前后端产品数量占比分别为 64.2%和 68.51%，而且以同轴高清产品为主。

请发行人：

(1) 结合目前市场主流产品像素，分析并披露对 Harbor Freight Tools 仅销售 200 万像素同轴高清产品而导致销售额下降，但对 Swann 主要销售 200 万像素的同轴高清产品却能持续实现大额销售的合理性；

(2) 区分同轴高清和网络高清，按主要产品像素披露报告期内发行人产品销售数量、销售金额、毛利率，按主要产品分辨率披露报告期内前 5 大客户销售数量及金额，对比发行人主要产品与市场主流产品的技术指标，分析披露发行人主要产品是否存在技术落后、被淘汰的风险。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、结合目前市场主流产品像素，分析并披露对 Harbor Freight Tools 仅销售 200 万像素同轴高清产品而导致销售额下降，但对 Swann 主要销售 200 万像素的同轴高清产品却能持续实现大额销售的合理性；

1、Swann 虽然保持 200 万像素同轴高清产品的较大销售额，但是销售收入占比下降，与 Harbor Freight Tools 的销售收入下降趋势一致。

受视频监控行业高清化和网络化的快速发展趋势影响，低分辨率的同轴高清产品的市场需求量逐年下降，导致公司低分辨率的同轴高清产品销售金额呈下降趋势。

报告期内，Swann200 万像素的同轴高清产品销售额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
200 万像素同轴高清产品	4,111.96	10,661.15	13,038.66	11,951.48
占收入的比例	27.96%	33.47%	35.70%	53.10%
占前端摄像机销售数量的比例	51.90%	60.46%	62.29%	79.27%
占后端硬盘录像机销售数量的比例	58.36%	66.16%	63.77%	76.87%

从上表可以看出，公司向 Swann 销售的 200 万像素的同轴高清产品的销售额占其收入的比例、销售数量占前端摄像机和后端硬盘录像机销售数量的比例整体上均呈下降趋势，与 Harbor Freight Tools 的收入变动趋势基本保持一致，与安防视频监控行业向高清化、网络化发展趋势相符。

2、相比 Harbor Freight Tools，Swann 具有销售优势。

（1）渠道优势。Swann 的销售市场覆盖美国、加拿大、英国、澳大利亚等多个国家，与 Bestbuy、Frys Electronics、Amazon、Lowe's 多家大型商超及线上平台合作。

Harbor Freight Tools 的销售市场主要集中于美国，主要通过自有门店及自有网上商城进行销售，渠道较少。

（2）品牌优势。Swann 成立于 1987 年，是民用安防 DIY（自装）市场的知名品牌；Harbor Freight Tools 成立于 1977 年，主要从事批发零售工业设备与五金产品，安防视频监控产品占其销售收入的比重较小，品牌知名度较低。

（3）产品结构优势。Swann 向公司采购的 200 万像素同轴高清产品款型多，Harbor Freight Tools 向公司采购的监控产品款型单一、更新换代慢，且与 Swann 相比，其要求配备的产品附加功能较为单一，目标消费群体相对较少。以 2019 年度为例，Swann 与 Harbor Freight Tools 向公司采购的 200 万像素的同轴高清产品种类如下：

产品名称	款型数量种类	
	Swann	Harbor Freight Tools
同轴高清摄像机	23	3
同轴高清硬盘录像机	17	1
同轴高清套装	40	3

上述因素使 Harbor Freight Tools 的销售额小于 Swann 的同类产品销售额。

综上, Harbor Freight Tools 仅销售 200 万像素同轴高清产品而导致销售额下降, 但对 Swann 主要销售 200 万像素的同轴高清产品却能持续实现大额销售具有合理性。

公司在招股说明书“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、区分同轴高清和网络高清, 按主要产品像素披露报告期内发行人产品销售数量、销售金额、毛利率, 按主要产品分辨率披露报告期内前 5 大客户销售数量及金额, 对比发行人主要产品与市场主流产品的技术指标, 分析披露发行人主要产品是否存在技术落后、被淘汰的风险。

1、区分同轴高清和网络高清, 按主要产品像素披露报告期内发行人产品销售数量、销售金额、毛利率

报告期各期, 公司主要产品的像素(分辨率)主要为 200 万、500 万和 800 万, 具体情况如下:

单位: 万元

像素	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	数量	销售金额	占主要产品收入比例	毛利率	数量	销售金额	占主要产品收入比例	毛利率
200 万	-	14,874.48	50.63%	21.04%	-	31,156.15	46.54%	24.08%
500 万	-	2,212.33	7.53%	26.20%	-	7,260.67	10.85%	30.19%
800 万	-	10,994.70	37.44%	31.82%	-	21,406.23	31.98%	34.79%
合计	-	28,087.12	95.60%	25.67%	-	59,823.05	89.37%	28.65%
像素	2018 年度				2017 年度			
	数量	销售金额	占主要产品收入比例	毛利率	数量	销售金额	占主要产品收入比例	毛利率
200 万	-	42,538.55	52.05%	20.44%	-	44,586.37	58.04%	22.57%
500 万	-	21,318.93	26.08%	20.51%	-	15,300.98	19.92%	23.63%

800 万	-	10,633.62	13.08%	27.70%	-	5,672.05	7.38%	26.64%
合计	-	74,554.14	91.22%	21.50%	-	65,559.50	85.34%	23.17%

注 1：由于公司前端、后端产品与套装产品数量计量单位不统一，无法简单加计销售数量；

注 2：占主要产品收入比例为占公司前端、后端与套装产品的收入金额的比例。

从上表可以看出，报告期内公司 200 万像素产品收入及占比呈现下降趋势，800 万像素产品收入及占比呈现增长趋势，与安防视频监控行业高清化和网络化的发展趋势相吻合。由于韩华泰科占 500 万像素的产品销售比例较大，500 万像素产品的收入及占比趋势与公司向韩华泰科销售金额变动趋势一致。

由于公司 200 万、500 万、800 万像素产品收入包含了前端摄像机产品、后端硬盘录像机产品及套装产品，相同分辨率下毛利率水平受产品种类、具体产品的配置、规格型号等影响较大，导致相同分辨率下不同年度毛利率水平存在一定的差异。

2017 年度，公司 800 万像素产品毛利率较低，主要原因：一是本年度为推广公司新开发的 800 万像素的网络高清摄像机产品，公司采取了积极的定价策略；二是新产品尚未规模化生产，单位成本相对较高。

2019 年度，公司产品毛利率有所提高，主要原因：一是主要芯片及电容等主要原材料采购价格下降，带动产品单位成本下降；二是本年度工程类市场收入占比进一步提升，由于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产品的毛利率水平；三是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。

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。

2、按主要产品分辨率披露报告期内前五大客户销售数量及金额

（1）Swann

报告期内，公司对 Swann 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额

前端产品	200 万	11.97	919.09	34.19	2,699.08	12.91	1,101.50	2.34	198.45
	800 万	14.01	2,380.82	16.13	3,704.65	4.98	1,202.90	-	-
	其他	0.55	90.06	8.35	1,276.99	5.93	882.82	7.40	693.54
	合计	26.53	3,389.98	58.67	7,680.72	23.82	3,187.22	9.75	891.99
后端产品	200 万	1.39	348.13	7.88	1,968.00	1.20	246.46	1.99	624.54
	800 万	1.63	632.73	3.63	1,653.46	0.20	114.04	0.00	0.55
	其他	-	-	0.31	128.05	0.43	348.90	1.48	304.17
	合计	3.02	980.86	11.82	3,749.50	1.82	709.40	3.48	929.26
套装产品	200 万	4.72	2,851.21	10.10	6,186.84	20.20	16,984.69	16.03	11,130.06
	800 万	2.73	4,738.58	3.39	5,312.64	1.95	3,989.56	0.51	765.54
	其他			1.07	2,169.39	4.21	4,404.16	3.43	1,982.33
	合计	7.45	7,589.79	14.56	13,668.87	26.36	25,378.42	19.97	13,877.93

2017 年至 2018 年，Swann 向公司采购的产品以套装为主，且 200 万分辨率的产品占比较高。

2019 年度，受中美贸易摩擦影响，Swann 自 2018 年 11 月开始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及相关零配件，导致 2019 年产品结构发生较大变化，前端摄像机和后端硬盘录像机销售比例大幅提升。此外，受安防产业网络化、高清化趋势影响，Swann 向公司采购的产品中 800 万分辨率占比逐步提高，与行业趋势相符。

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，公司销往美国的零售用 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 套装暂免加征关税。在上述背景下，Swann 增加了套装的采购比重，产品采购结构较上年同期发生变化。

(2) Lorex

报告期内，公司对 Lorex 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前端	200 万	4.69	1,283.77	12.09	1,703.88	9.57	2,723.13	0.90	82.39
	500 万	-	-	1.23	209.81	-	-	3.23	290.82

产 品	其他	0.80	121.84	0.23	26.42	6.78	773.50	2.76	456.35
	合计	5.49	1,405.62	13.55	1,940.11	16.35	3,496.63	6.88	829.57
后 端 产 品	200 万	0.85	214.02	1.43	530.34	2.85	658.68	5.31	1,306.04
	800 万	-	-	0.17	104.47	-	-	0.05	42.35
	其他	-	-	-	-	0.04	15.43	0.07	54.93
	合计	0.85	214.02	1.60	634.81	2.89	674.11	5.44	1,403.33
套 装 产 品	200 万	0.88	1,025.91	0.83	808.49	2.21	2,721.58	2.69	2,489.53
	500 万	-	-	-	-	0.64	550.73	3.08	2,967.27
	800 万	-	-	0.17	400.16	0.38	827.02	1.01	2,495.21
	其他	-	-	0.02	26.02	1.49	1,511.73	-	-
	合计	0.88	1,025.91	1.02	1,234.67	4.72	5,611.06	6.77	7,952.01

报告期内，Lorex 向公司采购的产品主要为 200 万分辨率的前端摄像机产品和套装产品。

2019 年，除受美国加征关税持续影响外，Lorex 控股方大华股份内部战略调整，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公司取代，其中 Lorex 取得了部分产品的渠道份额；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，相应公司向其销售规模较上年同期大幅增加。

(3) 华为公司

报告期内，公司对华为公司销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类 别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前 端 产 品	200 万	16.68	1,213.34	-	-	-	-	-	-
	500 万	0.11	7.87	-	-	-	-	-	-
	合计	16.79	1,221.22	-	-	-	-	-	-
后 端	200 万	1.29	214.88	-	-	-	-	-	-
	800 万	0.55	146.87	-	-	-	-	-	-

产 品	其他	0.01	2.13	-	-	-	-	-	-
	合计	1.85	363.87	-	-	-	-	-	-

华为公司为 2020 年上半年新开发的战略客户，主要向公司采购 200 万分辨率的网络高清类前端和后端产品。

(4) Harbor Freight Tools

报告期内，公司对 Harbor Freight Tools 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前 端 产 品	200 万	1.76	155.67	1.62	153.71	1.96	193.78	3.44	333.18
	其他	-	-	-	-	-	-	1.81	156.67
	合计	1.76	155.67	1.62	153.71	1.96	193.78	5.25	489.85
套 装 产 品	200 万	1.74	937.97	2.79	1,622.03	4.03	2,443.99	4.74	2,832.04
	其他	-	-	-	-	-	-	2.67	1,273.66
	合计	1.74	937.97	2.79	1,622.03	4.03	2,443.99	7.41	4,105.70

报告期内，Harbor Freight Tools 向公司采购的产品主要为 200 万分辨率的前端摄像机产品和套装产品。

2017 年至 2019 年，受 Harbor Freight Tools 自身销售规模的影响，其向公司采购产品规模呈下降趋势；2020 年 1-6 月，受当地新冠肺炎疫情影响，美国实体店销售受到暂时性冲击，而 Harbor Freight Tools 拥有线上销售渠道，疫情促使其线上销售大幅增加，从而抵消了线下销售下滑的影响，使得本期销售额较上年同期只减少了 28.41 万元，与上年基本持平。

(5) Bascom Cameras B.V.

报告期内，公司对 Bascom Cameras B.V. 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前 端 产 品	200 万	1.53	494.00	1.38	245.24	0.00	0.55	0.00	0.02
	300 万	-	-	1.70	666.11	2.35	721.45	1.34	407.08
	500 万	0.42	183.99	0.79	330.42	0.50	193.97	0.22	78.18
	其他	0.23	92.95	0.00	0.08	0.02	13.78	0.00	0.04
	合计	2.18	770.94	3.86	1,241.86	2.87	929.74	1.57	485.31

后端产品	200 万	0.41	164.59	0.62	246.34	0.04	16.16	0.09	33.94
	800 万	0.24	191.22	0.49	325.47	0.77	400.82	0.41	210.40
	合计	0.65	355.81	1.11	571.81	0.81	416.99	0.50	244.34

报告期内，Bascom Cameras B.V. 向公司采购的产品持续增加，同时高分辨率产品所占比例逐年提高。

(6) 韩华泰科

报告期内，公司对韩华泰科销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前端产品	200 万	1.72	259.11	10.56	1,591.16	6.56	587.67	11.93	1,118.53
	500 万	-	-	6.44	500.11	7.14	715.37	-	-
	800 万	-	-	7.49	1,152.67	-	-	-	-
	其他	0.06	3.81	0.10	9.94	0.07	6.80	-	-
	合计	1.78	262.92	24.59	3,253.88	13.77	1,309.83	11.93	1,118.53
后端产品	200 万	0.01	1.63	2.82	803.39	0.58	177.84	1.51	431.01
	800 万	-	-	1.56	577.41	-	-	-	-
	其他	0.01	7.36	1.38	701.60	-	-	-	-
	合计	0.02	8.99	5.76	2,082.40	0.58	177.84	1.51	431.01
套装产品	200 万	0.04	17.74	0.35	215.55	4.05	3,423.32	13.63	13,120.81
	500 万	-	-	-	-	8.38	10,634.14	5.85	9,311.68
	800 万	-	-	0.03	74.40	0.02	53.51	0.08	285.84
	其他	0.21	193.83	0.35	387.61	-	-	-	-
	合计	0.24	211.57	0.73	677.57	12.45	14,110.97	19.57	22,718.33

注：上述数据未包含韩华泰科采购的产品组件进行整机模拟还原的产品数量及金额。

2017 年至 2018 年度，韩华泰科主要采购 200 万和 500 万分辨率的套装产品为主；2019 年受中美贸易战影响，韩华泰科改变采购模式，前端产品和后端产品的采购量增加；2020 年 1-6 月，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，相应向公司采购的产品数量大幅下滑。

(7) Electus Distribution

报告期内，公司对 Electus Distribution 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前端产品	200 万	0.09	13.71	0.27	35.81	0.12	29.77	0.34	51.85
	800 万	-	-	0.36	136.58	-	-	-	-
	其他	0.02	9.35	0.33	65.88	0.33	31.97	0.91	116.71
	合计	0.11	23.06	0.97	238.27	0.46	61.74	1.25	168.56
后端产品	200 万	-	-	-	-	0.12	39.37	0.11	59.31
	其他	-	-	-	-	-	-	0.12	26.11
	合计	-	-	-	-	0.12	39.37	0.23	85.42
套装产品	200 万	0.39	295.20	1.12	852.42	0.21	144.64	0.35	285.19
	800 万	0.05	63.87	0.44	834.07	-	-	-	-
	其他	-	-	0.18	270.50	0.25	114.04	0.33	153.55
	合计	0.44	359.07	1.74	1,956.99	0.46	258.68	0.68	438.74

Electus Distribution 以采购套装产品为主，其中 200 万分辨率的产品采购量变动幅度较大，主要原因是：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，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，客户线下实体店出现暂时性停业，导致公司对其销售收入出现下降。

(8) 3R Global Co., Ltd.

报告期内，公司对 3R Global Co., Ltd. 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
	400 万	0.01	3.00	-	-	-	-	0.06	20.90
	合计	0.01	3.00	-	-	-	-	0.06	20.90
后端产品	200 万	1.35	419.20	3.40	986.24	3.18	953.19	3.36	1,110.27
	800 万	0.51	360.56	0.96	730.53	0.54	505.98	0.20	190.15
	其他	0.24	104.17	0.70	355.27	1.72	823.42	0.30	164.39

品	合计	2.10	883.93	5.06	2,072.05	5.44	2,282.60	3.86	1,464.81
---	----	------	--------	------	----------	------	----------	------	----------

3R Global Co., Ltd. 以采购后端产品为主，其中 800 万分辨率的后端产品销售量逐年增加。

(9) Worldwide Marketing

报告期内，公司对 Worldwide Marketing 销售主要产品情况如下：

单位：万台、万套、万元

类别	分辨率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
前端产品	400 万	-	-	-	-	-	-	0.17	41.94
	800 万	-	-	0.10	31.02	0.20	59.91	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	-	-	0.10	31.02	0.20	59.91	0.17	41.94
后端产品	200 万	-	-	-	-	0.73	225.75	5.07	1,358.23
	800 万	-	-	-	-	0.01	8.73	0.02	16.73
	其他	-	-	-	-	-	-	1.07	362.09
	合计	-	-	-	-	0.74	234.47	6.17	1,737.05
套装产品	200 万	-	-	-	-	0.04	81.10	-	-
	500 万	-	-	-	-	-	-	-	-
	800 万	-	-	0.09	237.50	0.04	180.75	0.01	20.70
	其他	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	-	-	0.09	237.50	0.08	261.85	0.01	20.70

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公司采购。

发行人已在招股说明书 / 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。

3、对比发行人主要产品与市场主流产品的技术指标，分析披露发行人主要产品是否存在技术落后、被淘汰的风险。

公司的核心技术系由自身技术研发团队根据行业发展方向及市场和客户的实际需求自主研发而成，公司在各项产品上均拥有独立自主的核心技术，形成了以图像处理技术、数字音视频编解码技术、存储技术、网络传输技术、智能分析技术、集中管理平台技术为核心的技术平台，构建了较为完整的视频监控技术体系；公司通过不断加强技术研发和技术人才队伍的建设，能够根据市场和客户的

需要保持对核心技术的迭代更新，以保障技术水平的先进性。

公司选取了市场主流消费类品牌在亚马逊美国官网 (<https://www.amazon.com>)销售的产品,并对其相关技术指标进行了汇总分析,具体情况如下:

品牌	技术指标			
	分辨率范围	有无同轴、网络、无线产品在售	有无支持手机监控功能产品	有无支持人脸识别、人/车检测等 AI 智能功能
Night Owl	200 万~800 万	有	支持	无
Nest	200 万	仅无线产品	支持	无
Swann	200 万~800 万	有	支持	无
Arlo	200 万~800 万	仅无线产品	支持	无
Lorex	200 万~800 万	有	支持	无
Ezviz (海康威视的消费类品牌)	200 万~800 万	有	支持	无

公司产品与主流品牌在售产品的技术指标基本一致,主流品牌所具备的技术指标和功能,公司的技术和产品均能达到。

公司的高清产品线较为完善,能提供 100 万至 800 万像素的各级别高清产品,且产品销售布局合理,其中 500 万、800 万的高清网络产品已成功推向了市场。公司紧跟安防视频监控行业新技术和新产品发展方向,在不断提高视频监控设备性能和质量的同时,开发与互联网、手机等平台 and 显示终端更为紧密结合的监控技术。公司已成功研发了支持深度学习的 AI 高清网络摄像机和网络硬盘录像机、H. 265 压缩格式的高性能的 1080PWIFI 无线网络高清套装以及基于 YOLOV3 深度学习算法的边缘智慧录像机解决方案,以求满足客户差异化、定制化的需求。

报告期内,公司 200 万分辨率的同轴高清摄像机产品占全部摄像机产品销量的比例分别为 60.04%、46.77%、49.50%和 40.18%,200 万分辨率的同轴高清硬盘录像机产品销量占全部硬盘录像机产品的比例分别为 57.10%、51.40%、53.36%和 51.05%,公司 200 万分辨率的同轴高清类产品销量下降趋势明显,与安防监控视频行业高清化、网络化趋势相符。

综上,公司主要产品不存在技术落后、被淘汰的风险。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术/七/(三)/5、公司产品与市场主

流产品对比”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、获取 Harbor Freight Tools 与 Swann 200 万像素的同轴高清产品的销售记录，对比分析销售规模的变动情况及原因，并与行业情况相比较；

2、获取市场主流安防产品的主要技术指标，并与发行人产品进行对比；

经核查，保荐机构认为：

对于 200 万像素的同轴高清产品，Harbor Freight Tools 与 Swann 销售规模的变动趋势基本一致，与行业情况相吻合，Swann 实现大额销售具有合理性；发行人主要产品不存在技术落后、被淘汰的风险。

问题 6 关于加征关税前后对美国客户的销售毛利率

首轮问询回复显示：

（1）后端录像机于 2019 年 9 月 1 日起加征 15%关税后，2019 年 9-12 月 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清录像机毛利率较 2019 年 1-8 月分别增长 6.06%、11.41%和 13.40%，而 2019 年 9-12 月 200 万和 800 万像素的网络高清录像机毛利率较 2019 年 1-8 月分别下降 1.70%和 2.82%。

（2）发行人解释称 2019 年 9-12 月 200 万像素、800 万像素同轴高清录像机产品价格和毛利率均上升的主要原因是 Swann、韩华泰科采购的规模较大，毛利率水平相对不高，在上述客户采购比例分别由 81.44%降至 20.72%、80.37%降至 42.38%的情况下，整体价格和毛利率水平相应上升。

请发行人：

（1）分析并披露加征关税前后，同轴高清录像机毛利率上升、而网络高清录像机毛利率下降的原因；

（2）量化分析并披露加征关税后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、分析并披露加征关税前后，同轴高清录像机毛利率上升、而网络高清录像机毛利率下降的原因

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毛利率变动情况如下：

产品类别	分辨率 (像素)	2019 年 9-12 月		2019 年 1-8 月
		毛利率	毛利率变动百分点	毛利率
同轴高清录像机	200 万	39.87%	16.89%	22.98%
	400 万	46.74%	16.76%	29.98%
	800 万	39.31%	12.19%	27.12%
网络高清录像机	200 万	41.30%	-4.01%	45.31%
	800 万	44.89%	7.17%	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：

产品类别	分辨率 (像素)	2019 年 9-12 月		2019 年 1-8 月
		毛利率	毛利率变动百分点	毛利率
同轴高清录像机	200 万	29.83%	14.68%	15.15%
	400 万	34.05%	11.20%	22.85%
	800 万	28.24%	10.05%	18.19%
网络高清录像机	200 万	29.20%	-1.38%	30.58%
	800 万	42.33%	12.62%	29.71%

由上图可知，加征关税后，同轴高清录像机毛利率呈上涨趋势，网络高清录像机 800 万像素产品呈上涨趋势，而 200 万像素产品呈下降趋势，主要原因是产品销售客户结构不同。采购规模较大的消费类品牌商客户毛利率相对不高，如在当期销售占比较高，会引起相应产品大类毛利率的下降。各期销售客户具体结构、同轴高清录像机和网络高清录像机毛利率变动分析参见本题回复“（二）量化分析并披露加征关税后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大的原因”。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三/（二）/3/（2）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”对相关内容进行了披露。

二、量化分析并披露加征关税后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大的原因

加征关税后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大的原因主要是客户销售结构的不同，由于不同种类、不同像素后端录像机各期客户结构差异较大，因此波动趋势差异较大。下文中按销售排名列示了加征关税前后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机的主要客户，具体分析如下：

1、200 万像素

同轴高清录像机		客户名称	期间销售占比	毛利率
2019 年 1-8 月	200 万	Swann	77.08%	21.64%
		其他	22.92%	27.50%
		合计	100.00%	22.98%
2019 年 9-12 月	200 万	Lorex	40.23%	44.75%
		Swann	21.70%	22.59%
		3R Global Co., Ltd.	21.24%	42.25%
		其他	16.83%	47.48%
		合计	100.00%	39.87%
网络高清录像机		客户名称	期间销售占比	毛利率
2019 年 1-8 月	200 万	韩华泰科	70.65%	41.40%
		Lorex	27.12%	56.56%
		其他	2.23%	32.42%
		合计	100.00%	45.31%
2019 年 9-12 月	200 万	Lorex	37.95%	56.38%
		韩华泰科	57.28%	31.07%
		其他	4.77%	44.26%
		合计	100.00%	41.30%

加征关税后，200 万像素同轴高清录像机毛利率上升了 16.89%，200 万像素网络高清录像机毛利率下降了 4.01%。

2019 年 1-8 月份，200 万像素同轴高清录像机销售中 Swann 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，由于 Swann 采购的规模下降，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，200 万像素同轴高清录像机毛利率水平相应上升。

加征关税前后，200 万像素网络高清录像机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。

因此，200 万像素同轴高清录像机和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大主要原因是客户销售结构不同和主要客户毛利率的波动。

2、400 万像素

同轴高清录像机		客户名称	期间销售占比	毛利率
2019 年 1-8 月	400 万	韩华泰科	75.01%	27.28%
		Swann	9.60%	18.95%
		其他	15.39%	50.03%
		合计	100.00%	29.98%
2019 年 9-12 月	400 万	Tc Global Co., Ltd	100.00%	46.74%
		合计	100.00%	46.74%

2019 年出口美国的后端录像机产品未销售 400 万像素网络高清录像机。400 万像素同轴高清录像机加征关税后，毛利率上升了 16.76%。400 万像素网络高清录像机 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。

3、800 万像素

同轴高清录像机		客户名称	期间销售占比	毛利率
2019 年 1-8 月	800 万	韩华泰科	42.22%	13.36%
		Swann	37.25%	32.38%
		3R Global Co., Ltd.	12.40%	52.04%
		其他	8.14%	36.38%
		合计	100.00%	27.12%
2019 年 9-12 月	800 万	Swann	52.23%	29.00%
		3R Global Co., Ltd.	28.07%	54.77%
		其他	19.71%	44.62%
		合计	100.00%	39.31%
网络高清录像机		客户名称	期间销售占比	毛利率
2019 年	800 万	Swann	50.85%	34.86%

1-8 月		Great Wall Security Inc.	17.59%	43.48%
		3R Global Co., Ltd.	7.65%	42.88%
		Tc Global Co., Ltd	7.63%	50.36%
		其他	16.28%	32.04%
		合计	100.00%	37.72%
2019 年 9-12 月	800 万	Great Wall Security Inc.	33.96%	43.26%
		3R Global Co., Ltd.	30.15%	46.68%
		Backstreet Surveillance, Inc.	11.12%	50.87%
		其他	24.77%	42.28%
		合计	100.00%	44.89%

加征关税后，800 万像素同轴高清录像机毛利率上涨了 12.19%，800 万像素网络高清录像机毛利率上涨了 7.17%。

800 万像素同轴高清录像机 2019 年 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%，2019 年 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。

800 万像素网络高清录像机 2019 年 1-8 月第一大客户为 Swann，销售占比为 50.85%，2019 年 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。

因此，800 万像素同轴高清录像机和网络高清录像机毛利率波动趋势差异较大主要原因是客户销售结构不同。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三/（二）/3/（2）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”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、查阅公司加征关税前后对美销售后端硬盘录像机数据，比较销量、收入、毛利等数据，分析毛利率波动的具体原因；

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后端硬盘录像机销售的影响。

经核查,保荐机构认为:

1、加征关税后,同轴高清录像机毛利率上升、而网络高清录像机毛利率下降的原因主要是产品销售客户结构不同。采购规模较大的消费类品牌商客户毛利率相对不高,如在当期销售占比较高,会引起相应产品大类毛利率的下降。

2、加征关税后 200 万、400 万和 800 万像素的同轴高清和网络高清录像机毛利率波动趋势差异是客户销售结构存在差异导致。

问题 7 关于行业竞争情况

首轮问询回复显示:

(1) 消费类视频监控产品和工程类产品存在较大差异,英飞拓主要以工程类产品为主,其产品设计、研发资源都不能支持其研发生产消费类产品;相比大华股份,发行人属于消费类产品专业 ODM 制造商,拥有较高的性价比优势。

(2) 发行人解释称其在工程类市场有如下竞争优势:具有较好的工程类客户资源、较高的性价比和快速响应优势、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。

(3) 同行业上市公司同为股份经营模式(以 ODM 为主)、产品结构与发行人相似,但其以工程类市场销售为主,销售规模与发行人相近,均是以境外销售为主。

请发行人:

(1) 分析并披露消费类和工程类视频监控产品在原材料、生产工艺、核心技术、产品设计等方面是否存在较大差异,两类市场的转换门槛是否较低,同行业公司是否存在同时开展工程类、消费类业务的趋势,发行人是否面临工程类视频监控厂商的竞争;

(2) 结合发行人与同为股份的收入规模、销售人员数量、销售费用率的差异等,分析并披露发行人是否具有较好的工程类客户资源的竞争优势;结合发行人与同为股份工程类业务报告期内毛利率差异,分析并披露发行人是否具备

较高的性价比竞争优势；结合发行人与同为股份报告期内研发费用率差异，分析并披露发行人是否具备研发优势；

（3）分析并披露报告期内发行人工程类市场销售额增长的原因。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、分析并披露消费类和工程类视频监控产品在原材料、生产工艺、核心技术、产品设计等方面是否存在较大差异，两类市场的转换门槛是否较低，同行业公司是否存在同时开展工程类、消费类业务的趋势，发行人是否面临工程类视频监控厂商的竞争

1、消费类视频监控产品与工程类视频监控产品的主要差异。

工程类产品和消费类产品由于应用场景不同，导致产品在原材料、核心技术、生产工艺、产品设计等方面存在一定的差异，具体情况如下：

项目	类别	工程类	消费类
原材料	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
核心技术	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
产品设计	-	功能造型复杂，功能齐全	功能造型简单，美观易用
生产工艺	-	生产工艺较复杂，检验及测试程序覆盖全面	生产工艺较简单

从上表可以看出，相比消费类产品，工程类产品的应用场景更多样、产品配置功能更全面、技术储备要求较高。

2、消费类市场向工程类市场的转换门槛较高，主要原因如下：

（1）产品线。由于不同企业产品之间的兼容性效果以及工程项目整体调试因素，工程商更倾向于集中于同一家企业采购；企业产品线不完整，将直接影响产品销售。产品线的完整需要企业较长时间的技术积累和较大的研发投入。

（2）龙头企业的竞争压力。海康威视和大华股份作为行业龙头企业，侧重于工程类市场，具有较高比例的市场份额，对同行企业造成较大的竞争压力。同行

企业只能在部分细分市场形成差异化竞争优势，如深圳市锐明技术股份有限公司（深交所证券代码 002970）专注于车载监控领域。

3、工程类市场向消费类市场的转换也有一定的门槛，主要原因如下：

（1）市场容量小。消费类市场主要在美国、加拿大、英国、澳大利亚等发达国家，这些市场人工费用高，最终消费者接受 DIY 方式；国内市场处于成长初期。消费类市场容量小且又多为当地品牌占领（例如，美国的线下主要销售渠道至今没有中国品牌进入），限制了工程类市场企业转向消费类市场。

（2）产品创新设计。消费类市场产品设计重视经济实用，追求产品的低成本和高性价比；同时，产品更新快，要求快速推出新产品抢占市场先机。因此，对于一般工程类企业，很难在短期内形成产品竞争优势。

3、除龙头企业外，国内同行其他企业同时开展工程类、消费类业务的趋势不明显。

行业龙头企业海康威视除工程类市场占据较高市场份额外，也以萤石品牌开展消费类市场业务，不过在其收入结构中占比较低（据海康威视各期定期报告，其智能家居业务（包括萤石品牌业务）收入占比不超过 5%）；大华股份除工程类市场业务之外，也以乐橙、Lorex 等品牌分别在国内、国际市场销售。同为股份主要以工程类市场为主的同时，少量经营消费类市场。

国内行业内其他企业，同时开展工程类、消费类业务的趋势不明显，原因如下：工程类企业着力在工程类细分市场取得比较优势，以应对龙头企业的竞争压力，无意涉足市场容量较小的消费类市场。其他消费类企业，主要在国内市场销售和为国外市场 ODM 服务，限于自身的技术积累和研发实力不足，难以在工程类市场形成竞争力，也不会同时大规模开展工程类市场业务。

消费类安防企业由消费类市场向工程类市场转换时，尽管面临工程类市场对产品线、产品稳定性及兼容性的高门槛以及龙头企业的竞争压力等不利因素，但对于规模较大、具有多年视频监控技术积累的 ODM 消费类安防企业，一旦研发能力和技术积累能够满足工程类产品需求时，自身的快速响应优势和性价比优势将得到充分发挥，有效提升产品市场竞争力。

4、公司面对工程类视频监控厂商竞争的分析

（1）面对工程类视频监控厂商的竞争，公司定位于 ODM 市场。工程类市场需

求容量大、碎片化。行业龙头企业海康威视、大华股份具有较高的市场份额比例，其他市场品牌商更多采用 ODM 方式，ODM 细分市场具有刚性需求。

(2)公司以消费类市场为主，也逐步开拓工程类市场，至今仍以消费类为主。公司在工程类市场的业务，经过 8 年努力，销售额从小到大、不断增长，收入占比逐步提升；目前已经形成了完整齐全的产品线，具备了一定的竞争能力。

(3)公司通过与行业龙头企业开展差异化竞争，在产品性能、规格品类、性价比等方面具有较好的市场口碑，积累了优质的大客户资源，具有稳定的营销渠道。此外，公司通过延续在消费类产品上具有的较高性价比以及产品更新迭代上的快速响应优势，有效提升了公司工程类市场竞争力。其中，公司于 2020 年 3 月通过华为公司的供应商评审，成为其 JDM（联合开发）供应商，显著提高了公司在国内工程类客户的竞争力。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术/二/（四）/5、消费类和工程类市场竞争情况”对相关内容进行了披露。

二、结合发行人与同为股份的收入规模、销售人员数量、销售费用率的差异等，分析并披露发行人是否具有较好的工程类客户资源的竞争优势；结合发行人与同为股份工程类业务报告期内毛利率差异，分析并披露发行人是否具备较高的性价比竞争优势；结合发行人与同为股份报告期内研发费用率差异，分析并披露发行人是否具备研发优势；

1、结合发行人与同为股份的收入规模、销售人员数量、销售费用率的差异等，分析并披露发行人是否具有较好的工程类客户资源的竞争优势

报告期内，公司销售收入规模、人员数量及销售费用率与同为股份对比如下：

单位：万元、人

客户	项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
同为股份	收入规模	28,733.34	63,604.40	60,980.05	52,221.20
	销售人员数量	-	124	105	99
	销售费用率	5.52%	7.01%	6.09%	6.29%
公司	收入规模	37,024.18	83,788.14	95,710.42	93,337.05
	其中：工程类	12,093.57	19,367.90	17,437.40	11,749.34
	销售人员数量	61	63	59	60
	销售费用率	2.53%	2.93%	2.63%	2.91%

从上表可以看出，公司工程类市场销售收入规模、销售人员数量及销售费用率均低于同为股份。报告期内公司以消费类市场为主，总体销售规模高于同为股份，但由于公司进入工程类时间相对较短，工程类市场收入规模相对较小；而同为股份以工程类市场为主，其销售规模远大于公司的工程类销售收入规模。公司消费类客户相对集中，所需的销售人员较少；同为股份客户较为分散且需对工程类产品各种应用场景进行技术支持和售后服务，工程类业务需要配备更多的销售人员和销售费用投入，导致其销售人员数量及销售费用率高于公司。

尽管如此，公司在工程类市场仍然具备一定的竞争能力，主要体现在以下方面：

（1）技术优势

公司自成立以来一直致力于视频监控相关的图像处理技术、音视频编解码技术、存储技术、智能分析技术等技术的研发和应用，在网络高清产品领域积累了大量技术经验，成功开发了视频编码效率高、传输效果佳、拥有自主知识产权的图像延时控制算法。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。公司拥有计算机软件著作权和作品著作权共 17 项、发明专利 15 件、实用新型专利 2 件。

（2）完整的产品线

公司按照“消费类市场为主、工程类市场为辅”的市场战略，在综合实力允许和研发资源使用效率优化的前提下，持续八年，逐步开发工程类所需的各类产品。目前公司产品线完整，能提供 100 万至 800 万像素的各级别高清产品，可以满足工程类客户对于高清产品的需求。此外，对于工程类产品，公司延续了在消费类产品上具有的较高性价比和产品更新换代快速响应优势，可以在成本控制的前提下满足客户的定制化需求。

（3）行业影响力

公司作为欧美安防视频监控市场的主要供应商之一，根据 a&s《安全自动化》公布的“2019 年全球安防 50 强”，公司排名全球第 22 位。随着公司研发能力的持续提升，产品的市场影响力不断扩大，对公司开拓工程类客户有着积极的作用。2020 年 3 月，公司通过华为公司的供应商评审，成为其 JDM（联合开发）供应商，显著提高了公司在国内工程类客户的影响力。

（4）客户基础

ODM 客户需要具有一定的品牌知名度和市场营销能力，随着一些知名品牌商跨行业或跨细分市场进入到安防视频监控领域，ODM 市场需求较大且稳定。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，公司未来在工程类市场的发展潜力较大。

综上，公司具有较好的工程类客户资源的竞争优势。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术/二/（四）/5、消费类和工程类市场竞争情况”对相关内容进行了披露。

2、结合发行人与同为股份工程类业务报告期内毛利率差异，分析并披露发行人是否具备较高的性价比竞争优势；

因同为股份未单独披露工程类业务毛利率情况，报告期内，公司工程类毛利率与同为股份整体产品毛利率对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
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%

注：报告期内，同为股份未公开披露其前后端视频监控产品销售均价，未能与公司的销售均价进行对比分析。

虽然同为股份未披露工程类业务毛利率数据，但其工程类业务占总体收入比例很高，可以合理推测公司与同为股份毛利率差异不大。

同为股份以工程类业务为主，在工程类市场深耕多年，其收入规模高于公司的工程类业务收入规模，比公司有更长时间的产品、技术、客户资源积累。相对工程类总体市场规模，公司与同为股份的收入规模和市场占比均较小，具有较大的市场开拓潜力。近年来，两家公司的收入规模均保持了持续增长的趋势，说明公司与同为股份均具有较强的市场开拓能力和竞争力。作为参与工程类市场竞争的中国企业，与其他国家、地区的制造商相比，性价比优势为主要竞争优势之一。

公司开拓工程类市场时，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，可以在成本控制的前提下满足客户的定制化需求，有效提升了公司工程类产品市场竞争力，公司产品具有较高的性价比竞争优势。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术/二/（四）/5、消费类和工程类市

市场竞争情况”对相关内容进行了披露。

3、结合发行人与同为股份报告期内研发费用率差异，分析并披露发行人是否具备研发优势；

报告期内，公司与同为股份的研发费用率对比情况如下表所示：

公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
同为股份	18.45	16.68	14.45	15.36
公司	6.56	5.42	4.64	4.16

由于工程类产品线更长、产品种类规格更多，需要配备更多研发人员和研发投入，同为股份的研发费用率高于公司。随着公司工程类业务比重的提高，为保持技术优势和产品创新，公司加大了人才的引进力度，研发人员人数从 2017 年年初的 151 人增长到 2020 年 6 月末的 240 人。报告期内研发费用支出分别为 3,882.58 万元、4,437.96 万元、4,545.36 万元和 2,427.37 万元，占营业收入的比例分别为 4.16%、4.64%、5.42%和 6.56%，研发费用率逐步提高。公司自成立以来专注于安防视频监控产品软硬件的研发、生产与销售，具有较强的产品创新能力和快速研发能力，具体原因如下：

（1）研发体系

公司坚持以市场为导向的研发创新机制，根据客户及市场需求开展研究创新工作，构建了健全的研发组织架构，采用资源线和产品线的矩阵式组织架构运作。资源线主要提供底层技术支持服务；产品线主要负责相关产品研发、测试等工作，分为数字硬盘录像机（DVR）、网络硬盘录像机（NVR）、摄像机等产品线。通过矩阵式的产品线和资源线的研发组织架构，使得公司产品研发组织灵活，资源调配合理，有效的缩短产品开发周期，提高产品的开发效率。此外，公司通过多部门协作的技术研发机制，与市场营销部门频繁的信息沟通，将先进技术及时转化为满足市场需求的新产品。

（2）研发团队

公司建立了研发人员的考核、奖励制度，为研发人员的成长营造了良好的空间。公司积极引进研发人才，逐步缩小与同为股份在研发人员数量上的不足，逐步建立了符合公司实际情况的研发团队。截至 2020 年 6 月末，公司研发人员 240 人，占总人数的比例为 15.28%。

（3）研发成果

经过多年的投入和积累，公司已经发展成为国内同时具备硬件设计能力、软件开发能力以及集中管理平台研发能力的少数几家公司之一，公司拥有计算机软件著作权和作品著作权共 17 项、发明专利 15 件、实用新型专利 2 件，技术储备为公司的技术创新奠定了良好的基础。公司在各项产品上均拥有独立自主的核心技术，形成了以图像处理技术、数字音视频编解码技术、存储技术、网络传输技术、智能分析技术、集中管理平台技术为核心的技术平台，构建了较为完整的视频监控技术体系；公司通过增加研发投入，使产品技术更新持续与行业龙头企业同步。

综上，虽然公司研发费用率较同为股份仍有一定的差距，但是公司建立了面向工程类市场的研发体系和研发人员队伍，储备了相应的研发成果，公司通过积极引进研发人员、提高薪酬水平、不断加大研发投入等，研发人员数量和研发费用率均呈现不断提高的趋势，在市场竞争中具备完整的技术研发竞争力和较强的研发优势。

公司在招股说明书“第六节 业务与技术/二/（四）/5、消费类和工程类市场竞争情况”对相关内容进行了披露。

三、分析并披露报告期内发行人工程类市场销售额增长的原因。

1、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。

2、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	客户	销售主要产品	2020 年	2019 年度	2018 年度	2017 年
---	----	--------	--------	---------	---------	--------

号			1-6 月			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 Torgoviy Dom Spytnik	摄像机、硬盘录像机	127.17	1,497.48	394.80	634.31
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、硬盘录像机	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。

四、请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

1、了解消费类与工程类产品在原材料、生产工艺、核心技术、产品设计等方面的差异情况；了解消费类和工程类市场是否具有较高的转换门槛；了解同行业公司产品应用市场情况；

2、访谈主要管理人员，了解发行人与同为股份相比，是否具有进入工程类市场所需的资源，是否具有较高的研发优势；了解发行人工程类产品是否具有较高的性价比。

经核查，保荐机构认为：

消费类和工程类视频监控产品在原材料、生产工艺、核心技术、产品设计等方面存在一定的差异，工程类市场的门槛相对较高，同行业公司存在同时开展工程类、消费类业务的趋势；发行人具有较好的工程类客户资源所需的竞争优势；发行人产品具有性价比竞争优势；发行人研发优势明显；发行人工程类市场销售额增长具有合理性。

问题 8 关于越南组装加工厂

首轮问询回复显示，自 2020 年 1 月起，发行人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。

请发行人披露通过第三方天彩影像有限公司所属越南组装加工厂供货的具体情况、生产及销售模式、结算模式、对发行人销售收入及毛利率的影响等。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、通过第三方天彩影像有限公司所属越南组装加工厂供货的具体情况、生产及销售模式、结算模式

天彩影像有限公司（以下简称“天彩影像”）为一家香港公司，其在越南拥有组装加工厂。公司与天彩影像有限公司所属越南组装加工厂合作模式为 CKD

模式（Complete Knocked Down 的缩写），即全散件组装模式。具体流程如下：

- 1、Swann 向安联锐视香港子公司下达采购订单；
- 2、安联锐视及香港子公司将 Swann 订单成品所需全套物料销售给天彩影像。物料直接运送至天彩影像的越南工厂，天彩影像全额支付采购物料的款项；
- 3、越南工厂按照安联锐视的产品设计方案、生产程序、验货标准完成组装，公司严格控制越南工厂的生产过程，公司自主研发的系统软件烧录需要向公司生产服务器通信获取认证才能正确激活。天彩影像将完成的成品销售给香港子公司。成品货物直接在越南由当地报关出口，发货至 Swann 指定地点；
- 4、完成 Swann 订单后，香港子公司向天彩影像全额支付成品货物价款，天彩影像的加工服务费包含在成品货物价款中。

二、对发行人销售收入及毛利率的影响等

2020 年 1-6 月，公司向天彩影像采购的产品金额为 90.14 万元，金额较小，未对报告期销售收入及毛利率产生重大影响，主要原因是：公司 2020 年 1 月份开始通过天彩越南工厂供货，受国内和国际新冠肺炎疫情的影响，2020 年 2-3 月份销售量较小，而且当时疫情管制措施严格，公司从多种因素考虑未从越南工厂出货。2020 年 4 月 22 日，美国贸易代表办公室公布了加征关税排除清单，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，且关税豁免追溯至关税加征之日（即自关税加征之日起至公布排除期间已被美国海关加征的关税可申请退回），客户关税成本大幅下降，因此继续从国内出货。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三/（二）/3/（6）通过第三方天彩影像有限公司所属越南组装加工厂供货的具体情况、生产及销售模式、结算模式、对发行人销售收入及毛利率的影响等”对相关内容进行了披露。

三、请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

- 1、访谈发行人总经理，了解发行人与天彩影像合作的模式、生产及销售模式、结算模式；
- 2、查看发行人与天彩影像签署的协议、订单、结算凭证；
- 3、了解美国加征关税政策变化情况。

经核查，保荐机构认为：

公司与天彩影像有限公司所属越南组装加工厂合作模式为全散件组装模式，天彩影像向发行人采购原材料，全额支付采购物料的款项，生产完成后，发行人向天彩采购成品，全额支付支付成品货物价款，天彩影像的加工服务费包含在成品货物价款中。2020 年 1-6 月，发行人向天彩影像采购的产品金额为 90.14 万元，金额较小，未对报告期销售收入及毛利率产生重大影响。

问题 9 关于客户华为

首轮问询回复显示，发行人已于 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。

请发行人披露向华为公司销售的主要产品型号、数量、金额及毛利率，目前对华为在手订单情况，发行人与华为签订的销售合同是否构成重大合同，如是，请披露主要内容。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、向华为公司销售的主要产品型号、数量、金额

2020 年 1-6 月，公司向华为公司销售的主要产品型号、数量、金额如下：

分辨率（像素）		数量（万件）	金额（万元）
网络高清摄像机	200 万	16.68	1,213.34
	500 万	0.11	7.87
	合计	16.79	1,221.22
网络高清硬盘录像机	200 万	1.29	214.88
	500 万	0.01	2.13
	800 万	0.55	146.87
	合计	1.85	363.87
合计		18.63	1,585.09

公司向华为公司销售的产品均为网络高清产品，除产品销售外，2020 年 1-6 月份公司对其还存在技术服务费收入 816.57 万元。公司与华为公司确立了 JDM（联合开发模式）合作的合作模式，即公司与其共同设计制造新产品，以达到成本优化、品质提升、降低量产风险的效果，有利于进一步提高品牌商客户对公司的黏性。在 JDM 模式下，公司的研发投入包括人力、样品、认证、模具等，公司

完成其定制化产品的研发，华为公司拥有开发完成的所有资料的版权，并向公司支付技术服务费用，公司相应降低相关产品的销售价格。公司将收到的技术服务费用确认为技术服务费收入。

公司向华为公司销售的 500 万像素网络高清摄像机、网络高清硬盘录像机主要是样品销售，华为公司用以内部测试，不对外销售，产品的定价参考成本价定价。

二、目前对华为在手订单情况

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，2020 年 1-6 月销售金额为 2,401.67 万元，2020 年 1-8 月销售金额为 4,430.95 万元(未经审计)。截至 2020 年 9 月底，在手产品订单为 328.46 万元，预计将结算的技术服务费收入为 259.93 万元。华为公司下发订单周期较短、频率频繁，因此截至某一时点的订单金额相对不大，2020 年全年预计销售金额为 8,000 万元。

三、发行人与华为签订的销售合同是否构成重大合同

华为公司向发行人的采购以订单形式下达，约定具体采购数量、价格等。双方以合同形式签署的是质量环保协议、产品及服务安全协议、电子信息交互协议、诚信廉洁协议等，未涉及具体销售条款，不构成重大合同。

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/四/（一）/10、与华为公司合作的相关情况”对相关内容进行了披露。

四、请保荐人发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了如下核查程序：

- 1、查看发行人向华为公司的销售明细，了解销售金额、数量等；
- 2、取得发行人出具的华为公司在手订单情况；
- 3、查看发行人与华为公司签署的订单；
- 4、访谈发行人总经理，了解发行人与华为公司协议签署情况。
- 5、访谈华为公司工作人员，了解与发行人合作的形式、内容等。

经核查，保荐机构认为：

发行人已披露向华为公司销售的主要产品型号、数量、金额以及目前对华为在手订单情况。华为公司向发行人的采购以订单形式下达，约定具体采购数量、

价格等。双方以合同形式签署的是质量环保协议、产品及服务安全协议、电子信息交互协议、诚信廉洁协议等，未涉及具体销售条款，不构成重大合同。

问题 10 关于收入确认时点

招股说明书显示，发行人国外销售根据出口货物报关单的出口日期确认收入，与同行业可比公司同为股份相同。首轮问询回复显示，发行人出口销售收入确认时点以报关单数据上传至电子口岸系统的日期为准，与新产业、美瑞新材、钢研高纳、力鼎光电相同。

请发行人披露报关单的出口日期与报关单数据上传至电子口岸系统的日期的差异情况，发行人披露的外销收入确认时点与实际操作中收入确认时点是否存在差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人披露报关单的出口日期与报关单数据上传至电子口岸系统的日期的差异情况，发行人披露的外销收入确认时点与实际操作中收入确认时点是否存在差异。

报告期内，公司出口销售业务流程如下：

公司根据签订的订单发货，销售部制作装箱单，关务部将报关委托书、出口货物合同、装箱单等文本送交海关办理报关手续。同时业务部门安排车辆将货物运送到货代公司仓储地点，并安排装船。

公司向海关申请货物报关后，公司即可以通过中国国际贸易单一窗口（中国电子口岸数据中心负责运行维护）查询报关信息（此时，报关单出口日期显示为空白）；待货物完成出口结关后，海关将审核通过的报关信息共享至中国电子口岸系统，公司可以登陆中国电子口岸信息系统或者中国国际贸易单一窗口查询和下载报关单（此时，报关单显示具体出口日期）。通常货物从报关到结关需要一定的时间，短则一天，长则十几天，与装船时间、是否需要拼柜等有关。

日常经营中公司每周登录中国电子口岸系统查询和下载报关单（显示出口日期），每月结账日前公司每天登陆电子口岸系统查询报关信息，根据查询到的报告单出口日期确认收入确认时点，并开具出口发票。

公司出口销售收入确认时点为报关单出口日期，而报告单出口日期来源于产品完成出口结关后电子口岸系统更新后的出口时点，因此电子口岸系统显示的出口日期与报关单列示的出口日期不存在差异。

综上，公司披露的报关单出口日期与报关单数据上传至电子口岸系统的日期不存在差异，公司披露的外销收入确认时点与实际操作中收入确认时点均为报关单出口日期，不存在差异。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

针对上述事项，保荐机构履行了以下核查程序：

1、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，随机抽查纸质报关单（显示出口日期），并核查报关单出口日期与中国电子口岸报关系统显示的报关日期是否存在差异；

2、保荐机构获取了报告期内的报关台账，并与发行人收入明细账进行核对，核查报关单出口日期所在月份与收入确认时点是否一致，是否与披露的收入确认时点一致。

经核查，保荐机构认为：

发行人报关单的出口日期与报关单数据上传至电子口岸系统的日期不存在差异；发行人披露的外销收入确认时点与实际操作中收入确认时点一致，不存在差异。

问题 11 关于数据前后差异

（1）发行人 2020 年 3 月 5 日向中国证监会报送的反馈意见回复显示，客户 Harbor 网络高清产品销售收入为 0；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示 Harbor 报告期内网络高清前端数量分别为 20 台、4 台和 32 台，网络高清后端产品分别为 5 台、1 台和 2 台。

（2）发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示，发行人会向大部分品牌商提供订单金额或数量 1%左右的免费备件；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复将前述表述改为向 Swann 提供销售金额 1%的折扣。

（3）发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示，2019 年 9-12 月出口至美国的网络高清类后端产品毛利率比 2019 年 1-8 月提升 3.78 个百分点；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示，出口至美国的 200

万和 800 万像素的网络高清类后端产品 2019 年 9-12 月毛利率比 1-8 月分别下降 1.7 个百分点和 2.82 个百分点。

(4) 发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示, 2018 年 200 万 8 路配 4 个摄像机套装产品价格为 606.60 元, 与单品价格差异为 205.71 元; 2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示, 2018 年 200 万 8 路配 4 个摄像机套装产品价格为 606.60 元, 与单品价格差异为 89.63 元。

(5) 发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示, 保荐人核查程序多处提及“未发现异常差异”, 2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复将前述表述修改为“收入确认准确”。

(6) 发行人 2020 年 8 月 16 日向本所报送的审核问询回复显示, 2019 年新增的消费类客户的数量和销售金额分别为 77 家和 4,260.56 万元; 招股说明书显示 2019 年新增客户数量 160 家, 新增客户当期销售金额 2,434.98 万元; 两组数据显示新增消费类客户销售额大于新增全部客户的销售额。

请发行人和保荐人说明申报材料数据多次前后不一致的原因, 请保荐人勤勉尽责、切实履行保荐人职责, 督促发行人提高信息披露质量, 确保申报材料的真实、准确、完整。

回复:

一、发行人 2020 年 3 月 5 日向中国证监会报送的反馈意见回复显示, 客户 Harbor 网络高清产品销售收入为 0; 2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示 Harbor 报告期内网络高清前端数量分别为 20 台、4 台和 32 台, 网络高清后端产品分别为 5 台、1 台和 2 台。

报告期内, Harbor Freight Tools 向公司采购的安防产品种类较为单一, 均为同轴高清系列产品。为推广网络高清类产品, 报告期内公司向其免费提供少量的网络高清系列产品样机。由于为免费提供的样机, 其销售金额为零, 导致存在有销售数量而无对应收入的情况, 公司在样机完成报关手续后结转对应的成本, 相关会计处理为:

借: 主营业务成本

贷: 库存商品

对于公司开发的产品，公司通常采取免费或有偿提供样机的方式供客户检测、使用等，公司样机销售情况如下：

单位：万台、万套、万元

种类	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	数量	销售金额	占当年销售数量的比例	数量	销售金额	占当年销售数量的比例
前端产品	0.46	37.85	0.57%	0.43	34.34	0.27%
后端产品	0.08	22.58	0.46%	0.05	14.38	0.10%
套装产品	0.00	0.88	0.02%	0.01	6.46	0.05%
合计	-	61.31	1.05%	-	55.18	0.42%
种类	2018 年度			2017 年度		
	数量	销售金额	占当年销售数量的比例	数量	销售金额	占当年销售数量的比例
前端产品	0.78	45.75	0.75%	0.25	3.50	0.41%
后端产品	0.06	1.73	0.18%	0.05	0.44	0.11%
套装产品	0.02	0.13	0.04%	0.03	-	0.05%
合计	-	47.60	0.97%	-	3.94	0.57%

二、发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示，发行人会向大部分品牌商提供订单金额或数量 1%左右的免费备件；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复将前述表述改为向 Swann 提供销售金额 1%的折扣。

报告期内，公司前十大客户销售售后政策如下：

序号	客户名称	销售售后政策（备件/折扣）
1	Swann	销售金额 1%的折扣
2	韩华泰科	销售数量 1%免费备件
3	Lorex	销售数量 1%免费备件
4	Harbor Freight Tools	-
5	3R Global Co.,Ltd.	销售数量 2%免费备件
6	Electus Distribution	销售数量 1%免费备件
7	Urmet Spa	-
8	Bascom cameras B.V.	销售数量 1%免费备件
9	Observint Technologies Inc.	销售数量 1%免费备件
10	Rifatron Co.,Ltd	销售数量 1%免费备件
11	Great Wall Security Inc.	-
12	Circus World Displays Limited	销售数量 1%免费备件

13	Kumi Electronic Components	销售数量 2%免费备件
14	Pinetron Co.,Ltd	销售数量 2%免费备件
15	OOO Torgovyy Dom Spytnik	销售数量 1%免费备件
16	Newglab Co.,Ltd	销售数量 1%免费备件
17	华为技术有限公司	-
18	Worldwide Marketing	-

从上表可以看出，公司向大部分品牌商提供订单金额或数量 1%左右的免费备件的说法是准确的；对于 Swann，根据双方协商，公司向其提供销售金额的 1% 的折扣。

公司 2020 年 7 月 31 日报送的审核问询函回复中，由于理解存在偏差，在说明 Swann 最终销售情况时，仅说明了公司向大部分品牌商提供的售后服务，未对其售后政策进行明确说明；公司经自查发现后，于 2020 年 8 月 28 日报送的审核问询函回复对此进行了更正。

三、发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示，2019 年 9-12 月出口至美国的网络高清类后端产品毛利率比 2019 年 1-8 月提升 3.78 个百分点；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示，出口至美国的 200 万和 800 万像素的网络高清类后端产品 2019 年 9-12 月毛利率比 1-8 月分别下降 1.7 个百分点和 2.82 个百分点。

经复核，公司 2020 年 7 月 31 日报送的审核问询函中披露的 2019 年 9-12 月出口至美国的网络高清类后端产品毛利率比 2019 年 1-8 月提升 3.78 个百分点是准确的；2020 年 8 月 28 日报送的审核问询中披露的出口至美国的 200 万和 800 万像素的网络高清类后端产品 2019 年 9-12 月毛利率比 1-8 月变动数据披露存在错误。由于公司 2020 年 9 月 8 日在深交所创业板发行上市审核信息网站披露的回复意见中相关数据与 2020 年 8 月 28 日报送的审核问询中数据一致，因此公司 2020 年 9 月 8 日在深交所创业板发行上市审核信息网站披露的回复意见中列示的出口至美国的 200 万和 800 万像素的网络高清类后端产品 2019 年 9-12 月毛利率比 1-8 月变动数据披露亦存在错误。公司对加征关税前后，出口至美国的后端的网络高清录像机的相关数据进行了重新统计，具体情况如下：

更正前：

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
网络高清录像机	200 万	479.60	24.24%	0.45%	-1.70	477.46	25.94%
	800 万	958.60	25.26%	4.91%	-2.82	913.75	28.08%

更正后：

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
网络高清录像机	200 万	302.75	41.30%	0.00%	-4.01	302.76	45.31%
	800 万	808.28	44.89%	17.57%	7.17	687.46	37.72%
	合计	476.55	43.40%	-8.59%	3.78%	521.36	39.62%

网络高清录像机加征关税前后价格和毛利率变动分析参见本问询函回复问题 6。

四、发行人 2020 年 7 月 31 日向本所报送的审核问询回复显示，2018 年 200 万 8 路配 4 个摄像机套装产品价格为 606.60 元，与单品价格差异为 205.71 元；2020 年 8 月 28 日向本所报送的审核问询回复显示，2018 年 200 万 8 路配 4 个摄像机套装产品价格为 606.60 元，与单品价格差异为 89.63 元。

公司前后两次反馈回复存在差异的原因是单品价格统计口径不同所致，具体说明如下：

对于 200 万 8 路配 4 个摄像机套装产品（存货编码：D110810081），公司 2020 年 7 月 31 日报送的问询函回复中根据套装产品的规格型号筛选出了规格型号相似的前后端产品，并选取了其中一种前端产品（存货编码：CA286023000）与后端产品（存货编码：D1108182000），并与套装产品的价格进行了对比。

由于公司产品具有定制化属性，相同规格产品的配置、功能、外型、所选物料种类等不尽相同，销售价格存在一定的差异，上述抽样选取方式在全面反映套

装产品与单品的价格差异上具有局限性,为了更全面地反映套装产品与单品的价格差异,公司在8月28日报送的审核问询回复中调整了统计口径,公司对与套装产品相对应的所有相似单品销售情况进行了汇总分析,并选取其年度平均销售价格作为单品价格并与套装价格进行对比,从而导致前后两次报送的数据存在一定的差异。对于2018年套装价格对比分析中统计口径不准确的情形,公司一并进行了调整。

五、发行人2020年7月31日向本所报送的审核问询回复显示,保荐人核查程序多处提及“未发现异常差异”,2020年8月28日向本所报送的审核问询回复将前述表述修改为“收入确认准确”。

“未发现异常差异”为发表财务核查程序结论的一种措辞方式,使用荣大二郎神软件查询:科创板和创业板的发行上市审核信息公告中,使用“未发现异常差异”、“未发现重大异常差异”字样的公告分别为102条、37条。根据沟通反馈情况,并出于发表更为明确、积极的核查意见,保荐人将相应措辞修改为“收入确认准确”,核查结论并无实质性变化,核查意见更加明确。

六、发行人2020年8月16日向本所报送的审核问询回复显示,2019年新增的消费类客户的数量和销售金额分别为77家和4,260.56万元;招股说明书显示2019年新增客户数量160家,新增客户当期销售金额2,434.98万元;两组数据显示新增消费类客户销售额大于新增全部客户的销售额。

公司报送的审核问询函回复中披露的说法“2019年新增的消费类客户的数量和销售金额分别为77家和4,260.56万元”,其实际意思为2019年消费类客户中销售规模较2018年增加的数量及金额情况,包含两部分:1、销售收入增长的存量客户的收入增加额和客户数量;2、当年新增客户的当期收入金额和客户数量。由于该说法存在表达不清楚的情况,公司在最终披露的审核问询回复中予以删除,与招股说明书披露的数据不存在矛盾。

七、请保荐人说明申报材料数据多次前后不一致的原因

经保荐人核查,上述差异的主要原因在于前后两次问询函回复统计口径、表述方式存在差异所致;除发行人出口至美国的后端摄像机产品的价格、毛利率变动情况数据存在数据披露错误外,其他不一致情形不存在实质性的差错。

保荐人将持续督促发行人提高信息披露质量,确保申报材料的真实、准确、

完整。

（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



(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



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