

关于广东顶固集创家居股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产并募集
配套资金暨关联交易申报材料
之证监会反馈意见回复中有关财务事
项的说明

大华核字[2020]005433 号



大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

关于广东顶固集创家居股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金暨关联交易申报材料之
证监会反馈意见回复中有关财务事项的说明

目 录	页 次
一、 关于广东顶固集创家居股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易申报材料之证监会反馈意见回复中有关财务事项的说明	1-80

**关于广东顶固集创家居股份有限公司
发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金暨关联交易申报材料之
证监会反馈意见回复中有关财务事项的说明**

大华核字[2020]005433 号

中国证券监督管理委员会：

由广东顶固集创家居股份有限公司转来的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（200178 号，以下简称“反馈意见”）已收悉，我们已对反馈意见所提及的财务事项进行了审慎核查，现将核查情况报告如下：

问题 2

2.申请文件显示，根据《商标授权协议》和《商标授权协议修正案》，飞利浦将 4 项商标授权给标的资产在 24 个国家和地区使用，期限至 2030 年 12 月。请你公司：1) 补充披露商标授权许可费用及支付情况。2) 补充披露本次交易是否需经商标授权许可人的同意以及对商标使用授权许可的影响。3) 结合协议中有关授权许可终止以及违约的相关约定，补充披露商标使用授权终止的风险以及对标的资产的影响。请独立财务顾问、会计师和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露商标授权许可费用及支付情况

根据《商标授权协议》和《商标授权协议修正案》，被许可方应按照年净营业额的约定费率比例计算支付特许权使用费，且协议期限内每年度支付给飞利浦的累计特许权使用费不得低于当年度的保底特许权使用费，被许可方应在每个季

度结束后的 45 天内支付到期的授权费；2017 年无需缴纳保底授权费，2018 年保底授权费为 10 万美元，2019 年保底授权费为 25 万美元。

根据被许可方深圳柯尼斯提供的销售报告、授权费支付凭证等，标的公司 2017 年度未销售相关飞利浦品牌产品，无需缴纳商标授权许可费用；2018 年度、2019 年缴纳商标授权许可费用的情况如下：

年度	授权费用（美元）
2018 年	593,330.36
2019 年	1,003,699.46

注：商标授权许可费用由深圳柯尼斯作为被许可方进行支付。

因此，标的公司已按照《商标授权协议》及《商标授权协议修正案》的约定向许可方支付了相应商标授权许可费用。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“九、标的公司资产许可使用情况”中进行了补充披露。

二、补充披露本次交易是否需经商标授权许可人的同意以及对商标使用授权许可的影响

《商标授权协议》关于变更控制权约定的条款具体如下：

条款	主要内容
控制权变更	控制权变更是指： 1.公司与其他合法实体的任何合并或兼并，或被其他合法组织合并或兼并。在此过程中，公司已发行股份的股东（一个或者多个）没有在合并或兼并之前持有代表在合并或兼并发生后存续的实体的多数投票权的股份或者代表直接或间接全资控制在合并或兼并发生后存续的实体多数投票权的股份，而是在合并或兼并后立即持有上述股份的； 2.将代表公司的绝大多数投票权的具有表决权的证券出售、转让或分配给收购方或集团； 3.出售公司所有或绝大部分资产。
15.4	在以下情况下飞利浦可以通过书面通知被许可方立即终止本协议：.....(5) 与被许可方有关的控制权变更.....
15.5	如果任何预期交易符合控制权变更的条件，被许可方应事先以书面形式通知飞利浦，告知关于此类预期出售、被许可方证券的转移或转让的有关范围、时间和结构的详细信息，以及潜在收购方的身份、业务活动、财务状况以及飞利浦可能会合理要求的其他信息。

16.3	如果本协议到期或根据第 15.4 (vi) 条 (控制权变更) 终止, 被许可方可以在这样的到期或终止 (余货销售期) 后 6 个月内继续销售按本协议的条款生产并由被许可方可在到期时持有库存的产品, 前提是关于此类有存货产品的、应付给飞利浦的所有授权费需首先支付给飞利浦。
------	--

鉴于本次交易将会导致被许可方深圳柯尼斯的实际控制人发生变更, 被许可方深圳柯尼斯已按照上述约定向飞利浦告知本次交易的相关事项, 飞利浦已就本次交易相关事宜出具了《确认函》, 同意本次交易。因此, 本次交易已获取飞利浦的书面同意, 不会对商标使用授权许可产生不利影响。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“九、标的公司资产许可使用情况”中进行了补充披露。

三、结合协议中有关授权许可终止以及违约的相关约定, 补充披露商标使用授权终止的风险以及对标的资产的影响

《商标授权协议》关于授权许可终止以及违约的条款具体如下:

条款	主要内容
15.3	如果有一方严重违反本协议并未能在收到明确此类违规行为性质并要求作出整改的通知后的 30 天内 (或在本协议规定的治理期限内的任何关键绩效指标) 补救此类违约行为, 另一方可随时以发出书面通知的方式来终止本协议。这种终止权不应排除非违约方可合法享有的任何其他补救或补救手段, 并且所有这些补救办法应是累积的。
15.4	在以下情况下飞利浦可以通过书面通知被许可方立即终止本协议: (1) 被许可人停止正常营业; (2) 债权人或其他索赔人占有被许可人的任何资产, 或一名接收人、管理者或类似人员被委任管理被许可方的任何资产; (3) 被许可人将面临任何破产或破产程序; (4) 被许可人为了债权人的利益作出转让; (5) 与被许可方有关的控制权变更; (6) 被许可人以任何方式伤害飞利浦的声誉, 由飞利浦合理裁定。

报告期内, 标的公司使用被许可商标的产品主要为智能锁, 使用被许可商标的智能锁取得的营业收入占标的公司当期营业收入的比例如下:

项目	2019 年	2018 年	2017 年
飞利浦品牌系列产品	18.78%	12.98%	-

如上表所示, 若被许可商标使用授权终止, 将会对标的资产产生一定影响。根据被许可方深圳柯尼斯出具的《声明与承诺函》并经核查, 截至本回复出具之

日,被许可方深圳柯尼斯不存在违反上述授权许可终止以及违约的条款约定可能导致协议终止的情形,同时被许可方深圳柯尼斯承诺将严格按照《商标授权协议》、《商标授权协议修正案》的约定履行义务,降低商标使用授权终止的风险。

上市公司已在重组报告书“第十二节 风险因素”之“二、交易标的的经营相关风险”就商标使用授权终止的风险进行了补充披露,具体如下:

“（十）被授权许可使用商标存在被终止授权的风险

2017年6月和2019年10月,飞利浦与深圳柯尼斯、凯迪仕分别签订了《商标授权协议》及《商标授权协议修正案》,《商标授权协议》及《商标授权协议修正案》约定飞利浦将其注册于“电子锁”9.20子类的“PHILIPS”、“飞利浦”和“飞利浦盾型商标”等商标授权给标的公司在24个国家和地区使用,期限自2017年6月1日至2030年12月31日。报告期内,标的公司使用被许可商标的智能锁产品收入占总营业收入的比例分别为0%、12.98%、18.78%。

根据相关授权协议,如未来被许可方停止正常营业、债权人等占有被许可方的任何资产、被许可方面临破产、被许可方控制权发生变更、被许可方伤害飞利浦声誉等情况时,飞利浦有权要求终止该等商标许可。因此,标的公司被授权许可使用的商标存在被终止授权的风险。”

四、核查意见

经核查,会计师认为:

标的公司已按照《商标授权协议》及《商标授权协议修正案》的约定向飞利浦支付了相应商标授权许可费用;本次交易已获得飞利浦的书面同意文件,不会对商标使用授权许可产生不利影响;若上述商标使用授权终止,将会对标的资产产生一定影响,相关风险已在重组报告书进行了补充披露。

问题 8

8.申请文件显示,1)浙江因特佳智能科技有限公司(以下简称浙江因特佳)为标的资产主要供应商,2018年、2019年1-9月,标的资产分别向其采购产品2127万元和2317万元。2)标的资产第四大客户中山市因特安防科技有限公司

(以下简称中山因特)持有浙江因特佳 100%股权。请你公司补充披露:1)标的资产向浙江因特佳采购的主要产品、采购价格、采购数量情况。2)标的资产向中山因特销售产品的价格、产品类型、销售数量情况。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、凯迪仕向浙江因特佳采购产品,同时向中山因特销售的原因、背景

中山因特实际控制人周秀凯曾为凯迪仕销售代表,因看好智能锁的未来发展,其个人从凯迪仕离职并于 2014 年 3 月成立了中山因特,主要生产销售指纹锁、密码锁、电子猫眼、烟雾报警器等家庭安防产品。

凯迪仕是国内较早专注进行智能锁研发、生产及销售的公司之一。在凯迪仕最初从事智能锁业务阶段,整个智能锁行业尚处于发展初期,凯迪仕的员工也是国内较早一批接触和熟悉这个行业的从业人员。考虑到行业发展初期的实际情况,凯迪仕当时并不禁止员工离职后设立同类型企业,反而是愿意与有能力的离职员工进行合作以及差异化竞争,从而推动行业良性发展壮大。因此会有有经验的从业人员凭借自己努力创立了其他品牌智能锁企业,周秀凯创立的中山因特即为其一。

中山因特在早期受自身资金规模、技术及生产能力所限,一直致力于销售渠道和品牌的建设,产品的生产则交由如凯迪仕等具有研发及生产能力的公司负责,报告期内凯迪仕是中山因特的主要委托生产商。

随着自身业务的不断发展,中山因特希望打造自己的生产制造中心,因此于 2017 年 11 月设立了全资子公司浙江因特佳,但由于生产、技术水平与凯迪仕仍存在较大差距,对于全自动推拉锁等较为高端的智能锁产品,中山因特仍继续从凯迪仕采购。

同时,考虑到中山因特在设立浙江因特佳之前已与凯迪仕保持了多年的良好合作关系,浙江因特佳在具备生产组装能力后便开始为凯迪仕代工部分相对低端的智能锁样件。

二、标的资产向浙江因特佳采购的主要产品、采购价格、采购数量情况

高端智能锁与低端智能锁在供应链方面存在一定的差异，比如采购芯片等各种配件，低端锁一般都会选用配件价格更低的供应商。对于部分低端锁产品，凯迪仕虽然自身具备生产能力，但因低端锁产量相对不大，重新进行开模及供应链开发的规模效应不强，因此凯迪仕选择向浙江因特佳采购了部分低端智能锁产品。

报告期内，凯迪仕向浙江因特佳采购包括 5011、5021、5009 等低端锁产品，其采购价格、采购数量情况如下表所示：

期间	产品名称	单价（元/套、个）	数量（套、个）	采购金额（万元）
2019 年	智能锁	357.88	99,550	3,562.74
	装饰锁及配件	17.32	67,976	117.74
2018 年度	智能锁	404.93	46,354	1,877.03
	装饰锁及配件	56.41	44,272	249.76
2017 年度	-	-	-	-

三、标的资产向中山因特销售产品的价格、产品类型、销售数量情况

报告期内，凯迪仕向中山因特销售产品主要为中高端锁系列，其销售价格、产品类型、销售数量情况如下表所示：

期间	产品类型	单价（元/台）	数量（台）	销售金额（万元）
2019 年	9 系列	697.15	3,187.00	222.18
	配件及其他	-	-	175.89
2018 年度	5 系列	631.73	4,050.00	255.85
	9 系列	718.22	17,213.00	1,236.27
	其他系列	718.59	8,702.00	625.32
	配件及其他	-	-	479.69
2017 年度	5 系列	628.20	4,041.00	253.85
	其他系列	672.75	9,672.00	650.68
	配件及其他	-	-	192.30

2019 年，中山因特对凯迪仕智能锁的采购大幅降低，主要原因为：1）中山因特在设立浙江因特佳以后具有了中低端产品生产能力，减少了相应从凯迪仕的采购；2）2018 年，中山因特向标的公司采购全自动推拉锁，该种智能锁的技术

水平远远高于市场较为常见的执手锁，生产成本相对较高，在国内上市初期溢价程度较高，且主要是行业头部企业在布局生产、销售该类产品，2018年中山因特以 OEM 生产方式推出该类产品，但受自身品牌知名度、综合服务能力等制约，销量未达到自身预期，因此，中山因特调整了策略，减少了此类产品的采购。

四、补充披露

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“（五）凯迪仕的产能、产量及销售情况”及“（六）主要原材料和能源供应情况”中进行了补充披露。

五、核查意见

经核查，会计师认为：凯迪仕与浙江因特佳、中山因特不存在关联关系，凯迪仕向浙江因特佳的采购及向中山因特的销售，均具有合理商业背景，交易内容真实、准确。

问题 9

9.申请文件显示，标的资产报告期采购、销售中存在大量关联交易。请你公司：1）结合同行业可比公司采购、销售情况，补充披露标的资产采购，销售存在大量关联交易的原因及合理性，2）补充披露标的资产报告期向关联方采购、销售占比情况。3）2020 年在手订单中关联交易的占比情况。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合同行业可比公司采购、销售情况，补充披露标的资产采购，销售存在大量关联交易的原因及合理性

（一）标的公司报告期内关联采购、销售情况

报告期内，标的公司关联采购、销售情况具体如下表所示：

单位：万元

	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
标的公司	关联销售	4,286.14	5,514.68	2,538.57

	关联销售/营业收入	6.09%	9.21%	7.69%
	关联采购	4,150.62	186.42	-
	关联采购/营业成本	10.39%	0.56%	-

（二）报告期内同行业可比上市公司关联采购、销售情况

报告期内，标的公司同行业可比上市公司的关联采购、销售情况具体如下表所示：

单位：万元

同行业公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
好太太	关联销售	-	182.55	-
	关联销售/营业收入	-	0.14%	
	关联采购	134.04	212.67	2,206.15
	关联采购/营业成本	0.21%	0.28%	3.30%
顶固集创	无关联交易			
亚太天能	无关联销售及关联采购			

（三）最近两年发生的同行业可比收购项目标的公司关联采购、销售情况

最近两年发生的同行业可比收购项目标的公司关联采购、销售情况具体如下表所示：

单位：万元

可比交易	标的公司产品	报告期	项目	金额/占比
麦格米特收购 怡和卫浴	智能坐便盖、 智能坐便一体 机等智能坐便 器产品	2018 年	关联销售	3,123.55
			关联销售/营业收入	8.05%
			关联采购	5,123.09
			关联采购/营业成本	19.69%
顾家家居收购 泉州玺堡家居	枕头、沙发及 床垫产品	2018 年 1-8 月	关联销售	21,371.28
			关联销售/营业收入	65.30%
			关联采购	7,287.99
			关联采购/营业成本	26.25%
鸿特科技收购 广东远见精密 五金	各类精密冲压 钣金结构件	2017 年	关联销售	38.94
			关联销售/营业收入	0.29%
			关联采购	792.77

可比交易	标的公司产品	报告期	项目	金额/占比
			关联采购/营业成本	7.98%

综上所述，报告期内标的公司可比同行业上市公司关联交易占比低于标的公司现有水平，但在近两年发生的可比交易中，亦存在部分企业关联交易与营业收入占比较高的情形。标的公司关联销售与采购情况主要与标的公司历史经营策略、发展方式和发展阶段有关，随着标的公司本次交易后成为上市公司子公司以及后续不断发展壮大，其运作将更加规范。

（四）标的公司报告期内主要关联销售与采购发生背景及合理性

报告期内标的公司主要关联销售包括其与智能安防的工程代理销售、与科艾达的电商代销，以及向参股公司珠海坚士进行的其指定生产产品所需电路板及软件的销售；标的公司主要关联采购包括为向珠海坚士采购指定产品成品智能锁的采购以及向参股公司博兰智能的关键零部件采购。具体关联销售及采购发生的背景及合理性阐述如下：

1、关联销售——智能安防

报告期内，深圳市凯迪仕智能安防有限公司（以下简称“智能安防”）与标的公司发生关联销售，且金额较大。标的公司向智能安防销售智能门锁产品，报告期内相关交易额发生情况如下表所示：

报告期	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	559.39	3,186.86	2,003.80
占标的公司全部关联销售的比例	13.05%	57.79%	78.93%
占标的公司全部营业收入的比例	0.79%	5.32%	6.07%

智能安防系凯迪仕实际控制人远亲属苏志银持股 50%的企业。智能安防成立于 2016 年 3 月，是凯迪仕最大的工程类业务代理商。除苏志银持股 50%外，智能安防其他股东包括甄伟业（持股 40%）和黄义波（持股 10%）。

标的公司早期专注于 C 端用户市场，随着自身业务的不断发展，标的公司开始有意进入房地产精装集采（即工程类业务）领域，但考虑到工程类渠道具有集中招投标、中标的单一客户较大、需求量大、执行项目分散、交货期要求严格、

具有一定账期等特点，与凯迪仕原有的零售渠道在经营特性上具有较大差异，凯迪仕自身缺乏相应人员及管理层能力，为了降低自身经营风险，标的公司最终选择与智能安防在工程类业务领域进行合作。本次重组期间，考虑到标的公司整体实力日益增强，品牌竞争力不断提高，同时考虑规范运作减少关联交易的要求，标的公司与智能安防进行协商，为进一步减少关联交易，标的公司将智能安防核心人员吸收为自身员工，并成立专门的工程业务部，交由上述员工负责工程业务的拓展，同时，智能安防签署相关承诺：承诺除了履行目前少量尚未履行完毕的工程业务，智能安防未来不再开展新业务；承诺未来与凯迪仕发生的交易金额不超过 200 万元；待剩余业务合同履行完毕，清算完债权债务后，将择机启动注销程序。

2、关联销售——科艾达

报告期内标的公司与科艾达发生关联销售，且金额较大。科艾达系标的公司飞利浦品牌智能锁的电商代理机构。科艾达从标的公司子公司深圳柯尼斯采购飞利浦智能锁产品，通过电商平台进行销售。报告期内相关交易额发生情况如下表所示：

报告期	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	2,525.79	1,973.10	-
占标的公司全部关联销售的比例	58.93%	35.78%	-
占标的公司全部营业收入的比例	3.59%	3.30%	-

科艾达系苏志勇曾经控制的企业。合作初期，因担心新运营团队不能将业务做好，为了更好规避风险，苏志勇选择在过渡期内继续持有科艾达 51% 股权，待后续科艾达业务达到预期后，再将此 51% 的股权全部转让给科艾达新运营团队。2019 年 4 月 24 日，考虑到双方合作发展符合预期，苏志勇从科艾达退出。上述股权变更符合标的公司自身发展与战略的调整，有利于标的公司在培养飞利浦品牌产品线上销售渠道的过程中降低自身风险，经核查，科艾达与标的公司之间已无关联关系，双方之间的交易将继续存在，考虑到凯迪仕对科艾达的收入确认模式为代销模式，该模式下不存在科艾达帮助凯迪仕调节利润的空间。

3、关联销售及采购——珠海坚士

珠海坚士是标的公司与广东坚士制锁有限公司（以下简称“广东坚士”）合资设立的企业，双方持股比例均为50%。报告期内相关交易额发生情况如下表所示：

报告期	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	1,142.08	207.45	-
占标的公司全部关联销售的比例	26.65%	3.76%	-
占标的公司全部营业收入的比例	1.62%	0.35%	-
采购金额（万元）	2,530.89	186.42	-
占标的公司全部关联采购的比例	60.98%	100.00%	-
占标的公司全部营业成本的比例	6.34%	0.56%	-

广东坚士成立于1988年，是一家主要面向出口的大型传统锁具生产企业。广东坚士于2007年8月投资人民币5亿元在珠海建设了新的生产基地，新工厂占地面积达185,000平方米，拥有从原材料到铸造成型、冲压、电镀、表面处理、组装等一条龙的生产线。

广东坚士在锁具及家具用五金制造方面拥有30多年丰富的从产品研发设计、冲压、压铸、表面处理（含电镀）等技术经验，传统锁具制造经验非常丰富，其拥有实现产业规模化生产的场地设施和包括电镀喷漆等需要特殊资质的完善的产业配套。

2018年，标的公司与广东坚士合作设立珠海坚士，共同生产智能锁。该合作可充分发挥广东坚士在传统锁具方面的优势并利用标的公司在电子部件及销售及品牌运营方面的丰富经验。根据双方目前合作模式，标的公司销售产品中适合大批量生产的将由珠海坚士负责生产，而出于智能门锁产品电子部件生产、研发技术以及相关软件配套技术在产品整体技术参数的重要性，本着维护标的公司核心商业机密的原则，标的公司指定子公司东莞凯迪仕向珠海坚士提供产品所需线路板等电子部件，指定凯迪仕软件公司为珠海坚士提供产品所需软件，由珠海坚士完成锁体和机械部件生产后，再将采购的线路板等电子部件、专供软件嵌入、烧录，并在完成成品组装后销售给深圳凯迪仕。

鉴于上述背景，标的公司自2018年开始与珠海坚士发生销售和采购交易，上述交易将持续存在，相关关联交易占营业收入的比例不高，相关交易价格均按照

市场价格确认，定价公允。

4、关联采购——博兰智能

博兰智能是标的公司与深圳市高科智能系统有限公司(以下简称“高科智能”)合资设立的公司，其中标的公司参股比例为28%。该公司主要向标的公司子公司东莞凯迪仕供应锌面板、锌执手以及其他锁配件。报告期内标的公司向博兰智能的采购交易情况如下表所示：

报告期	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额（万元）	1,619.74	-	-
占标的公司全部关联采购的比例	39.02%	-	-
占标的公司全部营业成本的比例	4.05%	-	-

高科智能成立于1999年，专业从事五金器具的研发及加工超过20年，在模具制作、压铸、抛光、电镀及喷漆表面处理、智能系统研发等方面有丰富的经验，在行业内技术水平领先并拥有良好的市场口碑。该公司生产的产品质量稳定，主要供应国内外知名品牌企业。2017年，高科智能将其五金压铸及表面处理业务与相关团队独立运营并设立博兰智能，以确保该业务板块能够更快更好发展。

东莞凯迪仕作为飞利浦品牌智能门锁的生产工厂，其按照飞利浦的品质标准，对供应链稳定性及采购零部件的品控也有着较高要求。鉴于博兰智能的产品质量符合标的公司标准，东莞凯迪仕在成立时便确立了与博兰智能的合作关系。经过近两年的友好合作（2018年标的公司向博兰智能采购金额分别为3,029.74万元，2017年标的公司向博兰智能及高科智能采购金额合计为950.56万元，已作为非关联交易进行披露），标的公司与博兰智能股东于2019年7月达成协议，标的公司成为博兰智能的重要股东。该股权投资将有利于标的公司进一步加强对博兰智能的品质控制和交货管理，从而进一步确保东莞凯迪仕供应链的稳定。标的公司与博兰智能之间发生的关联采购占标的公司总体采购金额的占比较小，采购价格根据市场价格确认，定价公允。

综上，标的公司报告期内的关联销售及关联采购均是标的公司发展过程中基于特定的经营策略和产业布局需求而形成，具有合理的商业背景，相关交易价格按市场价格执行，定价公允。

（五）补充披露

上述内容已在重组报告书“第十一节 同业竞争和关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（三）标的资产采购，销售存在大量关联交易的原因及合理性”中进行了补充披露。

二、补充披露标的资产报告期向关联方采购、销售占比情况

1、关联销售情况

单位：万元

关联方	2019 年度	销售占比	2018 年度	销售占比	2017 年度	销售占比
智能安防	559.39	0.79%	3,186.86	5.32%	2,003.80	6.07%
科艾达	2,525.79	3.59%	1,973.10	3.29%	-	-
珠海坚士	1,142.08	1.62%	207.45	0.35%	-	-
北京君工	51.87	0.07%	154.59	0.26%	-	-
博兰智能	7.10	0.01%	-	-	-	-
视同关联方披露的关联交易						
菲度智能	-0.10	0.00%	-7.32	-0.01%	534.77	1.62%
合计	4,286.14	6.09%	5,514.68	9.21%	2,538.57	7.69%

2、关联采购情况

单位：万元

关联方	2019 年度	采购占比	2018 年度	采购占比	2017 年度	采购占比
珠海坚士	2,530.89	6.34%	186.42	0.54%	-	-
博兰智能	1,619.74	4.05%	-	-	-	-
合计	4,150.62	10.39%	186.42	0.54%	-	-

上述内容已在重组报告书之“第十一节 同业竞争和关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）报告期内标的公司的关联交易”中进行了补充披露。

三、2020 年在手订单中关联交易的占比情况

根据统计，标的公司截至2019年12月31日在手订单金额为6,940.42万元，无关联方订单，在手订单主要来自ODM渠道、工程渠道和出口渠道客户，在手订单

中关联方占比下降主要与智能安防退出工程代理业务有关。科艾达作为电商经销商，与其他电商和经销商一样，并不会与标的公司签订订单。

智能安防已就未来业务安排进行承诺，不再承接新的业务，逐渐减少与标的公司的交易，并择机完成关停注销。科艾达股东已经完成变更手续，不再与标的公司存在关联关系。预计未来标的公司关联销售占比将显著下降，除去标的公司与上述两家发生的关联交易，模拟测算标的公司在2017年、2018年和2019年关联销售交易额分别为534.77万元、354.72万元和1,200.96万元，占当年营业收入的比例分别为1.62%、0.59%和1.71%。标的公司与珠海坚士及博兰智能的交易将继续按照公司实际需求存在，相关交易将根据市场价格进行定价。

上述内容已在重组报告书之“第十一节 同业竞争和关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（三）标的资产采购，销售存在大量关联交易的原因及合理性”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：

标的公司报告期内主要关联交易系标的公司发展过程中基于特定的经营策略和产业布局需求而形成，具有合理的商业背景，相关交易价格按市场价格执行，定价公允；

智能安防已就未来业务安排进行承诺，不再承接新的业务，逐渐减少与标的公司的交易，并择机完成关停注销；科艾达股东已经完成变更手续，不再与标的公司存在关联关系，标的公司与科艾达之间的收入确认系代销模式，因此上述股权变更不存在关联交易非关联化的情形。除去标的公司与上述两家发生的关联交易，模拟测算标的公司在2017年、2018年和2019年关联销售交易额分别为534.77万元、354.72万元和1,200.96万元，占当年营业收入的比例分别为1.62%、0.59%和1.71%，预计未来标的公司关联销售占比将显著下降。

问题 10

10.申请文件显示，标的资产2017年销量为342,071台，2018年销量为618,330台；2019年1-9月销量为594,334台。请你公司：1) 补充披露标的资产报告期外

协生产数量、采购价格、销售价格情况。2) 补充披露报告期标的资产产销量是否包含外协生产部分。3) 结合同行业可比公司销售情况, 补充披露标的资产销量大幅增长的原因及合理性, 请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、补充披露标的资产报告期外协生产数量、采购价格、销售价格情况

报告期内, 凯迪仕外协生产成品锁数量、采购价格及其销售价格情况如下:

年度	外协生产成品锁数量 (台)	平均采购单价 (元/台)	平均销售单价 (元/台)
2019 年度	194,665	313.22	480.03
2018 年度	59,581	390.49	513.68
2017 年度	29,332	536.51	609.36

报告期内, 外协生产的成品锁, 其平均采购单价及平均对外销售单价呈下降趋势, 主要系受产品型号构成不同的影响, 2019 年外协生产的成品锁中包括了价格较低的 DB 系列智能锁。

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“(五) 凯迪仕的产能、产量及销售情况”中进行了补充披露。

二、补充披露报告期标的资产产销量是否包含外协生产部分

报告期内, 凯迪仕智能门锁产量及销量情况如下:

单位: 台

期间	产量	销量	产销率
2019 年度	900,784	848,228	94.17%
2018 年度	709,022	618,330	87.21%
2017 年度	444,671	342,071	76.93%

以上产销量数据中, 包含了外协生产成品锁部分, 外协生产成品锁的采购量及销量情况如下:

单位：台

期间	外协生产的成品锁		
	采购量	销售数量	产销率
2019 年度	194,665	167,447	86.02%
2018 年度	59,581	53,448	89.71%
2017 年度	29,332	26,519	90.41%

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“(五) 凯迪仕的产能、产量及销售情况”中进行了补充披露。

三、结合同行业可比公司销售情况，补充披露标的资产销量大幅增长的原因及合理性

(一) 同行业可比公司销售情况

目前以智能门锁作为主业的上市公司较少，可以通过公开渠道获得智能锁产品相关数据的上市公司仅有广东好太太科技集团股份有限公司（以下简称“好太太”，股票代码：603484）及新三板挂牌公司广东亚太天能科技股份有限公司（以下简称“亚太天能”，股票代码：833559）两家，其中：

好太太旗下科徕尼品牌智能门锁于 2018 年 5 月在线下正式上市，8 月线上上市，2018 年全年好太太智能门锁产量 4.44 万套、销量 3.26 万套；亚太天能主要产品为智能门锁，2018 年实现营业收入 15,653.96 万元，较上年同期增长 20.38%，2019 年实现营业收入 15,921.57 万元，同比增长 1.71%。

凯迪仕销售增长速度高于亚太天能，主要系亚太天能体量较小，销售模式以 ODM 居多，渠道受限。

(二) 凯迪仕智能锁产品销量大幅增长的主要原因

1、智能门锁行业市场需求快速增长

近年来，智能门锁越来越受消费者青睐，尤其是借力于消费升级和家庭物联网的进一步深化、智能门锁相关技术日益成熟完善，智能门锁市场规模将迎来快速增长。根据艾媒咨询出具的《2018-2019 中国智能门锁产业研究与商业投资决

策分析报告》，2017 年我国智能门锁销量达 800 万套，在 2016 年的基础上实现了翻倍，2018 年产销量超过 1,300 万套，增长较快。预计到 2020 年，国内智能门锁市场需求将突破 3,200 万套。

2、凯迪仕系智能门锁行业领先企业之一，具体较强竞争优势

凯迪仕自设立以来一直从事于门锁产品的研发、生产与销售，在门锁的设计、生产工艺等方面具有深厚的沉淀。凯迪仕也是市场上较早布局智能门锁的企业，并凭借其先期在产品的设计、工艺、制造、渠道等方面的沉淀，迅速打开智能门锁市场，并在智能门锁市场建立了先发优势及较高的知名度和影响力，成为目前智能门锁市场领先企业之一。

凯迪仕获得了“中国智能锁知名品牌”、“全国智能门锁最具影响力品牌”、“中国家居业十大首选智能家居品牌”、“全国智能锁行业质量领先品牌”、“中国指纹锁十大品牌”、“智能锁科技创新奖”、“德国 IF 工业设计大奖”、“德国 Red Dot 设计大奖”、“深圳市知名品牌”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“2016 十大最受天猫消费者欢迎智能锁品牌”、“2017 年 双十一天猫、京东第一”“2018 天猫 618 智能门锁品牌榜第一”、“2018 天猫最受消费者喜爱品牌奖”、“全国智能锁行业质量领军企业（2017-2020 连续四年）”等多项殊荣，彰显凯迪仕综合竞争实力。

3、凯迪仕产品系列丰富，驱动销量的增长

凯迪仕品牌智能锁不断推陈出新，推出较多符合消费者需求的产品系列，提升了产品销量。另外，凯迪仕获得了飞利浦品牌授权，2018 年开始增加了飞利浦品牌智能锁产品销售，提升产品销量。

4、凯迪仕市场拓展能力强，经销商及门店数量持续增长，带动销量增长

经过多年的耕耘，凯迪仕已建立了一支经验丰富、市场开拓能力突出的营销队伍，并已建立了与凯迪仕紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。2017 年末及 2018 年末，凯迪仕经销商数量分别为 300 家、484 家。2019 年凯迪仕实施渠道下沉，开拓了较多县、区级经销商，2019 年末经销商数量增至 1,108 家。经销商销售渠道的稳步发展，为凯迪仕销量的增长提供了强有力支持。

综上，报告期内，凯迪仕产品销量增长主要受智能门锁行业市场需求快速增长，以及凯迪仕自身竞争优势明显、产品系列丰富、销售渠道持续拓展等因素驱动，销量增长具有合理性。

（三）补充披露

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“（五）凯迪仕的产能、产量及销售情况”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：报告期内，凯迪仕产品销量增长主要受智能门锁行业市场需求快速增长，以及凯迪仕自身竞争优势明显、产品系列丰富、销售渠道持续拓展等因素驱动，销量增长具有合理性。

问题 11

11.申请文件显示，标的资产前五大客户中部分为标的资产实际控制人、股东或实际控制人远亲持股企业，标的资产对上述客户的销售部分系代销模式。请你公司补充披露：1）代销模式的占比，代销模式的收入确认政策、退货政策、退货率。2）电商销售模式的收入确认政策。主要网店或平台的月均浏览量、订单个数、销货数量、销售金额，以及付款方式、退货率等，请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、代销模式的占比，代销模式的收入确认政策、退货政策、退货率

（一）代销模式的收入、占比，以及收入确认政策情况

凯迪仕对盈科安和科艾达两家公司采用了代销模式确认收入。这两家公司均从事电商渠道销售，由于电商运营机构从电商平台收款需要一定周期，因此凯迪仕会给予盈科安和科艾达 1-2 个月账期，这与其他经销商有所不同（其他经销商均采用预收模式）。鉴于此，标的公司对盈科安及科艾达采用了更为谨慎的代销方式确认收入。报告期内标的公司采用代销模式销售比例如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	主营业务收入金额	比例	主营业务收入金额	比例	主营业务收入金额	比例
代销模式	10,197.31	14.67%	9,628.67	16.21%	5,316.20	16.17%
非代销模式	59,297.99	85.33%	49,780.46	83.79%	27,567.70	83.83%
合计	69,495.30	100.00%	59,409.13	100.00%	32,883.90	100.00%

报告期内，凯迪仕将线上电商销售业务委托给外部专业的运营机构负责。具体合作模式为：

1、凯迪仕根据电商运营机构的供货需求等情况，将货物运至电商运营机构的仓库，发货后，凯迪仕凭借电商运营机构回传的收货确认文件，作为发出商品核算、管理，凯迪仕定期与电商运营机构核对发出商品明细；

2、凯迪仕在收到电商运营机构每月代销清单后，对代销清单中产品型号、数量、金额等信息进行核对确认，确认无误后开票、确认销售收入。由于电商运营机构对外销售回款需要一定的周期，凯迪仕给予其 1-2 个月的信用账期。

因此，凯迪仕将电商渠道收入作为代销模式收入，收入确认原则为，根据电商运营机构实际对外销售的产品（代销清单）确认收入，对已发给电商运营机构但未实现最终销售的，仍在发出商品中反映。

（二）代销模式的销售退货政策及退货情况

凯迪仕根据电商运营机构每月代销清单，对代销清单中产品型号、数量、金额等信息进行核对确认，确认无误后开票、确认销售收入。货物交付电商运营机构时并未实现收入，该环节不存在销后退货的情形。电商运营机构对外销售时，由于电商销售业务的特殊性，及网络评价维护、品牌形象维护、信用管理等，电商运营机构在销售给终端后，存在部分退回情形。基于凯迪仕与电商运营机构是代销模式，因此该部分退货在退货至电商运营机构仓库时，电商运营机构与凯迪仕核对后，形成电商运营机构的销售退回，凯迪仕计入发出商品，冲减收入、成本。

报告期内，代销模式退货率如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退货金额	664.27	493.91	215.13
代销模式收入	10,197.31	9,628.67	5,316.20
退货率	6.12%	4.88%	3.89%

由上表可知，凯迪仕代销模式发生的退换货金额及占比相对较小，符合电商的经营特点。

二、电商销售模式的收入确认政策。主要网店或平台的月均浏览量、订单个数、销货数量、销售金额，以及付款方式、退货率等

凯迪仕的电商代理机构包括盈科安（代理凯迪仕品牌智能锁）及科艾达（代理飞利浦品牌智能锁），凯迪仕与电商运营机构的合作关系为代理销售关系。对于电商模式，凯迪仕收入确认依据为，根据电商运营机构实际对外销售的产品（代销清单）确认收入，未代销完的形成凯迪仕的存货。

凯迪仕的电商运营机构主要的电商平台包括自营的天猫旗舰店、京东旗舰店，以及其他分销商开的淘宝等网店。电商运营机构实现的对外销售情况如下：

项目	2017 年度			2018 年度			2019 年度		
	销售数量 (万套)	销售金额 (万元)	占比/%	销售数量 (万套)	销售金额 (万元)	占比/%	销售数量 (万套)	销售金额 (万元)	占比/%
自营天猫、京东旗舰店等	2.87	6,424.38	63.58	6.30	12,079.69	75.90	8.03	14,090.62	79.65
其他分销网店	2.06	3,679.30	36.42	2.20	3,835.20	24.10	2.36	3,600.53	20.35
合计	4.93	10,103.68	100.00	8.50	15,914.89	100.00	10.39	17,691.15	100.00

注：其他分销网店在接到订单后，再向授权的电商运营机构同步下单。

盈科安及科艾达的天猫、京东自营店的月均浏览量、订单个数、销货数量、销售金额及付款方式、退货率情况如下：

电商平台	项目	2017 年度	2018 年度	2019 年度
天猫旗舰店	月均浏览量	1,036,690.92	3,564,968.67	4,664,218.64
	订单个数	23,934	32,225	57,397
	销货数量	20,588	48,234	60,813

京东旗舰店	销售金额（万元）	4,188.73	8,452.85	10,193.26
	付款方式	在线支付	在线支付	在线支付
	退货率	4.36%	4.53%	6.22%
	月均浏览量	300,626.00	623,071.00	1,149,436.00
	订单个数	8,312	13,709	20,930
	销货数量	8,091	14,777	19,509
	销售金额（万元）	2,235.65	3,626.84	3,897.35
	付款方式	在线支付	在线支付	在线支付
	退货率	3.80%	4.87%	7.71%

2018 年天猫旗舰店的销量远大于订单个数，主要是受科艾达在天猫上做活动的影响。2018 年飞利浦品牌推广初始阶段，为提高网络知名度，柯尼斯通过科艾达进行了一次线下经销商天猫订货活动，活动中单个订单对应销货数量较大。

三、补充披露

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“（四）凯迪仕主要经营模式、盈利模式和结算模式”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：

标的公司对盈科安及科艾达采取代销模式确认收入，主要是基于电商特有的销售模式以及谨慎性原则，代销模式收入占主营业务收入比分别为 16.17%、16.21% 和 14.67%，代销模式电商销售退货率分别为 3.89%、4.88%和 6.12%；

凯迪仕电商运营机构的主要网店或平台的月均浏览量、订单数、销货数量、销售金额、退货率等信息与凯迪仕电商销售收入较为匹配，凯迪仕电商销售收入符合企业会计准则的要求。

问题 12

12.申请文件显示，标的资产前五大客户应收账款占全部应收账款的 73.92%。

请你公司补充披露：1）报告期标的资产向前五大客户的销售数量、销售金额及占比情况。2）前五大客户报告期应收账款占销售额的比例。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、报告期标的资产向前五大客户的销售数量、销售金额及占比情况

报告期内，标的公司向前五大客户的销售数量、销售金额及占比情况具体如下表所示：

期间	序号	客户名称	销售数量 (台)	销售金额 (万元)	占营业收入比
2019 年度	1	盈科安	74,727	7,671.52	10.90%
	2	Gallery Specialty Hardware Ltd	69,656	2,976.56	4.23%
	3	科艾达	27,817	2,525.79	3.59%
	4	深圳市优点科技有限公司	40,591	2,413.40	3.43%
	5	广州市时代供应链管理有限公司	18,324	1,583.91	2.25%
		合计	231,115	17,171.18	24.40%
2018 年度	1	盈科安	66,580	7,655.58	12.78%
	2	深圳市优点科技有限公司	47,033	3,412.12	5.70%
	3	智能安防	59,529	3,186.86	5.32%
	4	中山因特	29,965	2,597.13	4.34%
	5	科艾达	18,313	1,973.10	3.29%
		合计	221,420	18,824.79	31.43%
2017 年度	1	盈科安/深圳市乐旺鑫科技有限公司	49,119	5,316.20	16.11%
	2	智能安防	39,398	2,003.80	6.07%
	3	上海欧锁国际贸易有限公司	19,017	1,356.02	4.11%
	4	中山因特	13,713	1,096.83	3.32%
	5	顶固集创	12,630	1,090.69	3.31%
		合计	133,877	10,863.54	32.93%

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公

司主营业务情况”之“(五)凯迪仕的产能、产量及销售情况”中进行了补充披露。

二、前五大客户报告期应收账款占销售额的比例

报告期内，标的公司前五大客户报告期应收账款占销售额及总营业收入的比例具体如下表所示：

期间	序号	客户名称	应收账款 (万元)	占各自销售 额的比例	占总体营 业收入的 比例
2019 年度	1	盈科安	1,153.13	15.03%	1.64%
	2	Gallery Specialty Hardware Ltd	1,236.62	41.55%	1.76%
	3	科艾达	348.59	13.80%	0.50%
	4	深圳市优点科技有限公司	495.79	20.54%	0.70%
	5	广州市时代供应链管理有限公司	630.37	39.80%	0.90%
	合计		3,864.50	-	5.49%
2018 年度	1	盈科安	713.21	9.32%	1.19%
	2	深圳市优点科技有限公司	94.19	2.76%	0.16%
	3	智能安防	1854.04	58.18%	3.09%
	4	中山因特	626.69	24.13%	1.05%
	5	科艾达	-	-	-
	合计		3,234.16	-	5.49%
2017 年度	1	盈科安/深圳市乐旺鑫科技有限公司	1,149.52	21.62%	3.48%
	2	智能安防	659.57	32.92%	2.00%
	3	上海欧锁国际贸易有限公司	-	-	-
	4	中山因特	-	-	-
	5	顶固集创	-	-	-
	合计		1,723.03	-	5.48%

标的公司销售模式包括经销模式、电商模式、ODM 模式、工程模式和出口模式等，由于经销模式下标的公司采用预收账款的结算模式，一般不存在应收账款，因此主要应收账款均来自于除经销模式外的其他模式。考虑到经销模式占标的公司整体销售收入的比例较高，报告期内经销模式收入占比分别为 57.36%、

56.74%和 50.38%，从而导致出现了前五大客户合计销售收入占总体销售收入比例不高但其应收账款占标的公司全部应收账款比例较高的情形。

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“（五）凯迪仕的产能、产量及销售情况”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：标的公司对应收账款科目的确认符合会计准则要求，标的资产前五大客户应收账款占全部应收账款的比例较高系标的公司不同业务模式下与客户结算模式不同所致。

问题 13

13.请你公司：1) 补充披露智能门锁行业市场竞争情况。2) 标的资产在智能门锁行业的具体排名情况。3) 标的资产在报告期经销商的开拓情况及新开拓的经销商销售情况。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露智能门锁行业市场竞争情况

（一）智能门锁行业生产企业较多，竞争格局分散

在智能门锁行业大爆发的背景下，各企业争相布局。2015 年，我国智能锁品牌仅有几十个，2016 年以来，随着众多创业者、传统锁具企业、互联网、手机、家电、安防领域巨头企业纷纷加入，截至 2018 年底，中国智能锁生产企业数量约 2,000 家。

根据《2019 年中国智能门锁半年报》，2019 年上半年智能门锁企业数量增幅停滞不前，甚至开始有小幅的下降，特别是中、小型企业转型频率加快，产业集中度有进一步集中的趋势。从产、销量 TOP 的数据来看，门槛进一步提升，TOP50 的数据已经接近或超过 10,000 套/月，TOP20 的产、销量数据已经接近 20,000 套/月，TOP5 产、销量的企业均数据已经超过 30,000 套/月的数值，三强数据已经超过 50,000 套/月，而凯迪仕月均销量达 70,685 套/月（2019

年销售数据)。TOP50 的企业数量变化更多,产业集中度越来越向头部企业集中。

(二) 形成六大类型市场参与者的竞争格局

依托自身特有的优势,六大不同类型的参与者纷纷切入智能门锁市场,具体如下:

分类	具体企业	特点	优势
专业智能锁厂商	凯迪仕、德施曼、亚太天能等	专业从事智能锁业务	具有强大的线下、售后服务渠道,生产工艺优秀
互联网企业	云丁、鹿克、果加等	打造“互联网+”产品,提供硬件、技术以及整体解决方案等	具有较强的软件管理平台设计及互联网服务能力
家电制造商	海尔、美的、创维等	智能门锁为智能家居的核心入口位置,为打造全屋智能切入智能门锁行业	线下渠道优势与品牌力强劲
传统锁具厂商	汇泰龙、雅洁、名门等	依托产业链优势和原有技术优势进行产品的转型升级	线下能力与生产能力均较为突出
安防企业	海康威视、大华等	通过搭配其他监控设备形成立体安防体系	以工程渠道切入,配套为房地产开发商提供完整的安防系统;在线下和品牌力方面具有较大优势
通信企业	三星、中兴、华为等	依托智能手机优势,切入智能门锁市场	品牌力卓越

(三) 未来智能门锁市场将回归理性,市场集中度提高

当前较多家企业的涌入,短期内可以分享市场需求爆发所带来的红利,但是从中长期来看,智能门锁市场必将逐步回归理性,而届时产品品质、产品成本、渠道资源、售后服务质量等是决定最终留存并占据主要市场地位的关键,行业也将逐步向此类优质企业集中,综合竞争力弱的品牌将面临淘汰出局。

(四) 补充披露

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“二、标的公司凯迪仕所处行业情况”之“(三) 行业竞争格局及主要企业、行业利润水平”中进行了补充披露。

二、标的资产在智能门锁行业的具体排名情况

凯迪仕在智能门锁市场深耕细作多年，拥有深厚的技术沉淀，并凭借精良的工艺、优质的品质、优良的用户体验等，在业内享有较高的知名度和影响力，系智能门锁行业领先企业之一。根据《2019 年中国智能门锁半年报》，智能门锁前三强企业的产、销量数据超过 50,000 套/月，而凯迪仕月均销量达 70,685 套/月（2019 年销售数据），属于前三强之一。

凯迪仕获得了“中国智能锁知名品牌”、“全国智能门锁最具影响力品牌”、“中国家居业十大首选智能家居品牌”、“全国智能锁行业质量领先品牌”、“中国指纹锁十大品牌”、“智能锁科技创新奖”、“德国 IF 工业设计大奖”、“德国 Red Dot 设计大奖”、“深圳市知名品牌”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“2016 十大最受天猫消费者欢迎智能锁品牌”、“2017 年“双十一”天猫、京东第一”“2018 天猫 618 智能门锁品牌榜第一”、“2018 天猫最受消费者喜爱品牌奖”、“全国智能锁行业质量领军企业（2017-2020 连续四年）”等多项殊荣，彰显凯迪仕综合竞争实力。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“三、标的公司的核心竞争力及行业地位”中进行了补充披露。

三、标的资产在报告期经销商的开拓情况及新开拓的经销商销售情况

报告期内，凯迪仕新增、撤销和期末经销商的数量情况如下表所示：

项目	新增数量（家）	撤销数量（家）	期末数量（家）
2019 年度	824	200	1,108
2018 年度	285	101	484
2017 年度	122	57	300

报告期各期，凯迪仕新增经销商按省份划分情况如下：

序号	新增经销商区域分布	新增经销商家数（家）	当期对新增经销商销售金额（万元）
2019 年			
1	安徽省	33	372.54
2	北京市	1	1.83
3	福建省	45	681.08

4	甘肃省	10	146.51
5	广东省	52	334.19
6	广西壮族自治区	22	338.78
7	贵州省	18	424.81
8	海南省	5	19.20
9	河北省	36	274.36
10	河南省	75	435.18
11	黑龙江省	7	18.75
12	湖北省	35	299.81
13	湖南省	68	446.88
14	吉林省	9	93.71
15	江苏省	41	711.34
16	江西省	38	204.81
17	辽宁省	10	940.32
18	内蒙古自治区	8	34.88
19	宁夏回族自治区	3	20.08
20	山东省	80	1,215.65
21	山西省	25	94.71
22	陕西省	21	425.78
23	上海市	2	201.83
24	四川省	47	239.30
25	天津市	11	110.08
26	西藏自治区	1	8.53
27	新疆维吾尔自治区	11	69.50
28	云南省	23	180.86
29	浙江省	67	808.56
30	重庆市	20	226.17
2019 年合计		824	9,380.02
2018 年度			
1	安徽省	18	316.08
2	北京市	1	214.99
3	福建省	11	611.62

4	甘肃省	8	90.42
5	广东省	28	995.69
6	广西壮族自治区	8	208.86
7	贵州省	14	557.42
8	海南省	3	45.16
9	河北省	16	336.08
10	河南省	16	214.06
11	黑龙江省	2	98.22
12	湖北省	29	463.96
13	湖南省	16	803.11
14	吉林省	1	52.42
15	江苏省	13	833.28
16	江西省	13	190.68
17	辽宁省	3	313.98
18	内蒙古自治区	11	124.89
19	宁夏回族自治区	3	43.93
20	青海省	1	8.43
21	山东省	24	600.45
22	山西省	10	201.11
23	陕西省	8	574.14
24	上海市	1	338.68
25	四川省	9	392.79
26	天津市	1	182.66
27	新疆维吾尔自治区	1	42.41
28	云南省	3	93.74
29	浙江省	11	720.46
30	重庆市	2	231.73
2018 年合计		285	9,901.42
2017 年度			
1	贵州省	4	43.03
2	四川省	7	78.57
3	山东省	12	629.33

4	广东省	12	587.37
5	浙江省	2	444.50
6	湖南省	5	90.23
7	福建省	7	428.48
8	云南省	2	573.54
9	江苏省	7	599.38
10	陕西省	7	199.08
11	河南省	10	161.16
12	河北省	4	37.78
13	新疆维吾尔自治区	1	11.64
14	湖北省	9	59.30
15	辽宁省	1	32.98
16	安徽省	9	202.02
17	天津市	1	112.83
18	山西省	4	24.62
19	海南省	3	100.99
20	内蒙古自治区	3	26.43
21	甘肃省	4	38.88
22	江西省	4	63.35
23	吉林省	1	10.94
24	北京市	1	232.65
25	广西壮族自治区	2	12.29
2017 年合计		122	4,801.40

上述内容已在重组报告书之“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“(四) 凯迪仕主要经营模式、盈利模式和结算模式”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：智能门锁行业市场竞争充分，相关生产企业较多，凯迪仕系智能门锁行业中领先企业之一，具有较强的竞争优势；2017 年、2018 年及 2019 年，凯迪仕新增经销商数量分别为 122 家、285 家、824 家，对新增经销商销售金额合计分别为 4,801.40 万元、9,901.42 万元、9,380.02 万元，以上内容

均在重组报告书中进行了补充披露。

问题 14

14.请你公司补充披露：1) 标的资产主要产品系列以及对应的销售渠道。2) 行业同类功能、同系列产品销售价格情况。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、标的资产主要产品系列以及对应的销售渠道

报告期内，凯迪仕主要产品系列及对应的销售渠道情况如下：

单位：万元

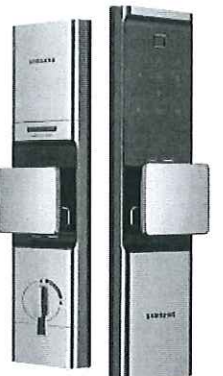
年度	产品系列	电商	工程	经销商	出口	ODM	合计
2019 年度	K 系列	3,486.91	444.80	12,220.62	687.37	0.09	16,839.78
	S 系列	106.76	77.85	6,356.91	205.05	0.21	6,746.78
	DB 系列	-	-	-	2,915.69	-	2,915.69
	TK 系列	3,513.20	-	13.35	-	-	3,526.54
	5 系列	25.89	4,676.46	886.82	0.14	936.73	6,526.04
	9 系列	69.71	-	1,645.03	-0.13	3,933.97	5,648.58
	7000 系列	449.39	5.79	2,379.47	126.59	-	2,961.24
	9000 系列	1,486.38	90.56	7,760.71	398.71	-	9,736.35
	合计	9,138.23	5,295.46	31,262.91	4,333.42	4,870.99	54,901.01
2018 年度	K 系列	5,188.51	299.86	13,804.10	570.49	1.73	19,864.69
	S 系列	3.89	2.75	3,236.29	30.14	-	3,273.07
	DB 系列	-	-	-	340.15	-	340.15
	TK 系列	1,747.76	-	-	-	-	1,747.76
	5 系列	50.09	1,514.45	2,377.79	6.51	1,228.88	5,177.71
	9 系列	165.04	7.96	3,500.29	0.37	4,465.49	8,139.15
	7000 系列	148.75	-	1,580.94	-	-	1,729.69
	9000 系列	1,786.56	-	3,832.76	-	-	5,619.32
	合计	9,090.60	1,825.02	28,332.17	947.66	5,696.10	45,891.55
2017 年度	K 系列	4,580.93	75.84	5,121.71	297.32	0.17	10,075.97
	5 系列	198.14	510.77	3,789.74	3.49	2,163.54	6,665.69

年度	产品系列	电商	工程	经销商	出口	ODM	合计
	9 系列	120.46	16.36	4,640.48	0.24	296.06	5,073.61
	合计	4,899.53	602.97	13,551.94	301.05	2,459.77	21,815.27

二、行业同类功能、同系列产品销售价格情况

以下选取部分同行业公司主要产品在京东或天猫电商平台上销售价格进行比较，具体如下：

公司品牌及产品型号	主要功能	价格	公司及产品型号	主要功能	价格
凯迪仕：K9 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、钥匙、刷卡、APP、蓝牙； 主体材质为锌合金； 推拉开门、全自动锁体解锁	京东价 2,399 元（预售到手价 1,899 元）	凯迪仕：K11 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、钥匙、刷卡、APP； 主体材质为锌合金； 全自动密码锁电子锁 APP 远程实时智控。	京东价 2,999 元（预售到手价 2,099 元） 天猫 3,099 元（券后到手价 2,719 元）
德施曼：Q5 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、钥匙、APP、蓝牙 主体材质为铝合金； 全自动解锁、隐藏式指纹头	京东价 2,199 元；天猫到手价 2,199 元	顶固：T1 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、钥匙、刷卡； 主体材质为锌合金； 推拉开门、全自动锁体解锁	京东价 2,399 元； 天猫价 2,899 元（券后到手 2,699 元）
凯迪仕：8010 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、钥匙； 主体材质为锌合金； 按键滑盖隐藏设计。	京东价 2,298 元，（到手价 1,998 元）	凯迪仕：V5 智能锁 	开锁方式：密码、钥匙、刷卡、APP、蓝牙； 主体材质为锌合金； 按键滑盖隐藏设计。	京东价 2,399 元（到手价 1,799 元）； 天猫价 2,379 元（券后到手价 1,999 元）

德施曼: T11 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、APP、蓝牙 主体材质为铝合金; 家用触屏、电子锁指纹密码锁。	京东价 1,499 元	德施曼: T86 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、刷卡、APP、蓝牙 主体材质为不锈钢; 按键滑盖隐藏设计。	京东价 1,849 元; 天猫价 2,199 元
飞利浦: Alpha 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、刷卡; 主体材质为锌合金; 全自动密码锁推拉式防盗门电子锁	京东价 2,480 元	飞利浦: 9100 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、刷卡; 主体材质为锌合金; 全自动密码锁家用防盗门磁卡电子锁	京东价 3,180 元; 天猫价 3,180 元
三星: SHP-DR717/708 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、APP; 主体材质为锌合金	京东价 3,880 元 (到手价 3580 元)	三星: DP728 智能锁 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙、刷卡、蓝牙; 主体材质为锌合金	京东价 3,080 元 (活动到手价 2780 元); 天猫价 3,680 元
三星: SHP-DH539 	开锁方式: 指纹、密码、钥匙; 主体材质为锌合金	京东价 2,480 元	德施曼: R7 智能锁 	开锁方式: 人脸识别、指纹、密码、钥匙、APP、蓝牙 主体材质为铝合金; 增加 3D 人脸识别, 全自动解锁, 隐藏式指纹头; 支持双重验证开锁方式 (人脸+指纹、人脸+密码)	京东价 3,299 元; 天猫价 3,899 元

凯迪仕：TK 系列 TK2 智能锁 	开锁方式：指纹、密码、卡片、机械钥匙、APP； 主体材质为锌合金	天猫价 1,979 元	凯迪仕：TK 系列 TK1 智能锁 	开锁方式：APP、指纹、密码、磁卡、钥匙； 主要材质为锌合金	天猫价 2,379 元
---	-------------------------------------	-------------	---	-----------------------------------	-------------

目前市场上销售的智能门锁产品，受产品品牌知名度、产品材质、功能、设计及质量等方面影响，其产品销售定价存在一定的差异。凯迪仕的产品售价与行业内公司相比，不存在较大差异，符合市场行情。

三、补充披露

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“十一、标的公司主营业务情况”之“（二）主营业务及主要产品”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：凯迪仕已对主要产品系列的销售渠道进行了补充披露，凯迪仕产品在网上的终端销售价格与行业内公司相比，不存在较大差异，符合市场行情。

问题 15

15.申请文件显示，标的资产最近两年一期的营业收入分别为 32,991.73 万元、59,907.85 万元和 49,716.38 万元，扣非后净利润分别为 3,731.29 万元、9,551.56 万元和 7,047.73 万元。其中，电商模式毛利率分别为 38.78%、53.73%，54.46%。ODM 模式毛利率分别为 30.54%、32.87%、36.76%。请你公司：1) 补充披露标的资产降本增效的具体措施。2) 补充披露报告期电商渠道产品结构调整具体情况。3) 结合行业竞争、可比上市公司毛利率情况，补充披露 ODM 模式毛利率持续提升的合理性。4) 进一步补充披露中介机构对于对标的资产采购、销售、毛利率真实性核查采取的措施，以及核查程序、核查比例等。请独立财务顾问、律师、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露标的资产降本增效的具体措施

标的公司降本增效的主要措施包括如下几方面：

1、优化产品研发设计

标的公司产品研发人员对主要产品设计迭代更新，采用集成度更高的芯片，优化产品设计和物料选型，通过研发优化，在不影响产品实际使用效果的同时降低产品生产成本，开发升级款产品。经核查，标的公司 2019 年和 2018 年对主要产品型号实施降本升级的情况如下表所示：

主要型号	2019 年单位成本（元）	2018 年单位成本（元）	下降比例
K 系列产品 1	408.01	464.58	12.18%
K 系列产品 2	392.06	431.26	9.09%
K 系列产品 3	468.25	540.00	13.29%
S 系列产品 1	346.56	424.61	18.38%
S 系列产品 2	383.69	411.69	6.80%
S 系列产品 3	381.06	396.68	3.94%
9 系列产品 1	480.67	546.82	12.10%
9 系列产品 2	479.40	518.86	7.61%
6 系列产品 1	338.54	365.23	7.31%
6 系列产品 2	347.18	376.36	7.75%

2、优化生产工艺流程

2018 年标的公司通过引入新的、自动化程度更高的设备不断进行技术及工艺流程的优化，提升生产效率，降低生产成本。主要实施的工艺流程优化包括：

五金结构件技改：对压铸取件、压铸模具、精工和抛光流程进行技术改造，增加了自动化设备的使用，减少及调整不合理工序。

锁体部技改：引进节拍流水线，通过工序合理分配，提升了工作效率。

成品组装部技改：对组装工序进行了重新设计，新增 4 条流水线，使得工序设计更加科学合理，工人工作效率及积极性得到有效提高。

3、促进规模效应的实现

随着标的公司销售规模的扩大，以及更多的自动化设备的使用，使得标的公司单位产品固定生产成本实现有效下降。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

二、补充披露报告期电商渠道产品结构调整具体情况

报告期电商渠道产品结构变化情况如下表所示：

单位：万元

产品系列	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	销售收入占比	收入	销售收入占比	收入	销售收入占比
K 系列	3,486.91	33.26%	5,188.51	53.89%	4,580.93	86.17%
S 系列	106.76	1.02%	3.89	0.04%	-	
TK 系列	3,513.20	33.51%	1,747.76	18.15%	-	
5 系列	25.89	0.25%	50.09	0.52%	198.14	3.73%
9 系列	69.71	0.66%	165.04	1.71%	120.46	2.27%
7000 系列	449.39	4.29%	148.75	1.54%	-	
9000 系列	1,486.38	14.18%	1,786.56	18.55%	-	
其他	1,344.83	12.83%	538.07	5.59%	416.66	7.84%
合计	10,483.07	100.00%	9,628.67	100.00%	5,316.20	100.00%

标的公司于 2018 年 5 月开始与浙江天猫技术有限公司（以下简称“浙江天猫”）合作及开发联合定制 TK 系列产品，并搭载浙江天猫研发的 Aligenie 服务，与阿里物联平台实现对接。该产品在 2018 年双十一期间以其较高的曝光度、优越的品质以及可以实现与阿里物联平台互联等优势，成为当年双十一期间天猫平台销量位居前列的产品。该产品销售价格由凯迪仕与浙江天猫共同确定，由于其自带高流量，线上运营费用较低，其毛利率达 56.06%，高于可比的 K 系列产品（2018 年 K 系列毛利率为 36.17%）。

此外，标的公司自 2018 年开始运营飞利浦品牌，先后推出 7000 系列及 9000 系列产品。飞利浦作为国际高端品牌具有一定的品牌溢价，2018 年飞利浦智能

锁产品毛利率为 51.12%，高于凯迪仕品牌产品（46.46%）。

2018 年标的公司在上述电商渠道产品结构的调整对标的公司整体毛利率的提升起到一定的贡献作用。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

三、结合行业竞争、可比上市公司毛利率情况，补充披露 ODM 模式毛利率持续提升的合理性

（一）行业竞争情况

标的公司所处智能锁行业存在六大不同类型参与者，即专业智能锁厂商、互联网企业、家电制造商、传统锁具厂商、安防企业和通信企业。除以凯迪仕为代表的专业智能锁厂商和以汇泰龙等传统锁具厂商外，其他类型企业多不具备生产制造能力，产品多为代工生产。

与同行业其他企业不同，标的公司为客户提供的 ODM 产品也以中高端为主，因此其客户为美的、海尔、中兴等知名品牌公司，客户对产品质量要求严格，一般的小型代工企业并不能提供满足客户要求的稳定产品。标的公司与客户的合作关系是市场竞争双向选择的结果。

（二）可比上市公司毛利率情况

标的公司与可比上市公司及新三板挂牌公司的毛利率对比情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
凯迪仕 ODM 产品	38.17%	32.87%	30.54%
凯迪仕	43.24%	44.44%	40.44%
顶固集创	38.52%	37.75%	37.93%
好太太	49.52%	42.66%	39.96%
亚太天能	43.93%	41.69%	42.61%
可比公司简单平均值	43.98%	40.70%	40.16%

以上相关内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标

的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

（三）ODM 模式毛利率持续提升的合理性

由上可知，标的公司ODM系列产品，因没有品牌溢价，其毛利率水平比标的公司整体毛利率水平以及行业平均毛利率水平要低，但其毛利率变动趋势与行业整体差异不大，具有合理性。

凭借标的公司在中高端智能锁生产制造领域的优势，标的公司与各知名品牌智能锁生产及销售企业保持良好合作关系，为 ODM 客户提供高质量的智能锁产品。但根据标的公司品牌战略，标的公司将重点放在增强自有品牌即凯迪仕品牌的号召力，提高消费者对凯迪仕的品牌认知度。考虑到 ODM 渠道销售过度增长对凯迪仕自有品牌可能带来的影响，标的公司对 ODM 业务并无增长目标，对于毛利率水平不能满足标的公司要求的 ODM 业务，标的公司会选择性放弃，报告期内标的公司 ODM 业务收入占标的公司总体营业收入的比例保持持续下降态势；另一方面，由于 ODM 客户对标的公司研发制造能力和中高端市场定位的认可，客户选择标的公司进行代工的产品中的中高端产品的占比也逐渐提高。ODM 产品毛利率的提升是标的公司市场策略以及市场需求共同作用的结果，具有合理性。

以上相关内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

四、进一步补充披露中介机构对于对标的资产采购、销售、毛利率真实性核查采取的措施，以及核查程序、核查比例等

独立财务顾问、会计师和评估师对标的资产采购、销售、毛利率真实性主要履行了以下核查程序：

（一）销售及毛利核查过程及内容

1、核查过程及内容

（1）对公司主要客户销售收入、应收账款及发出商品实施了函证程序，对回函差异情况及合理性进行了核查，并对发函未回函客户执行替代测试，包括抽

查销售订单、货物出库单、物流单等单据资料。对销售收入函证的具体情况以及回函情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	54,507.13	48,723.87	25,303.98
回函金额（万元）	44,716.05	36,298.07	18,683.71
营业收入（万元）	70,377.79	59,907.85	32,991.73
发函金额占比	77.45%	81.33%	76.70%
回函金额占比	63.54%	60.59%	56.63%

对应收账款函证的具体情况以及回函情况如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	6,326.59	4,275.71	3,140.19
回函金额（万元）	4,773.28	3,722.59	2,439.03
应收账款总额（万元）	7,486.26	4,957.29	3,205.52
发函金额占比	84.51%	86.25%	97.96%
回函金额占比	63.76%	75.09%	76.09%

对发出商品函证的具体情况以及回函情况如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	5,410.37	2,112.62	1,237.53
回函金额（万元）	4,326.37	1,385.01	1,194.86
发出商品总额（万元）	6,470.48	2,769.49	1,370.07
发函金额占比	83.62%	76.28%	90.33%
回函金额占比	66.86%	50.01%	87.21%

（2）对报告期各期主要客户收入凭证进行随机抽样，获取该笔凭证对应的销售订单、货物出库单、物流单等单据资料，核查收入的真实性；

（3）对公司主要客户实施了实地走访，访谈了公司与客户之间业务往来流程、合作状况、各期交易金额以及关联关系情况等内容；

（4）核查标的公司主要客户，关注是否存在关联方，分析其销售真实性、价格公允性；

(5) 访谈公司财务、生产、销售等相关人员，了解各产品销售模式及策略、单价变动、成本变动、毛利率变化的原因；

(6) 对公司毛利率进行分析，与历史和同行业进行对比，结合公司实际经营情况，判断毛利率的合理性。

2、核查结论

经核查，标的公司收入确认符合企业会计准则要求，毛利率合理。

(二) 采购核查过程及内容

1、核查过程及内容

(1) 对公司主要供应商采购金额及应付账款实施了函证程序，对回函存在差异的情况及其合理性进行了核查，并对发函未回函供应商执行替代测试，包括抽查采购订单、货物入库单、物流单等单据资料。对采购金额函证的情况及回函情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	26,342.88	26,652.04	16,399.13
回函金额（万元）	24,419.42	21,419.79	14,230.18
采购总额（万元）	32,270.68	34,592.49	26,808.48
发函金额占比	81.63%	77.05%	61.17%
回函金额占比	75.67%	61.92%	53.08%

对应付账款函证的情况及回函情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
发函金额（万元）	6,392.10	5,016.56	3,442.23
回函金额（万元）	5,188.37	3,775.58	3,032.50
应付账款总额（万元）	7,778.74	6,705.79	4,521.64
发函金额占比	82.17%	74.81%	76.13%
回函金额占比	66.70%	56.30%	67.07%

(2) 对报告期各期主要供应商采购凭证进行随机抽样，获取该笔凭证对应的采购订单、货物入库单、物流单等单据资料，核查采购的真实性；

(3) 对公司主要供应商实施了实地走访，访谈了公司与供应商之间业务往来流程、合作状况、各期交易金额以及关联关系情况等内容；

(4) 核查标的公司主要供应商，关注是否存在关联方，分析其采购真实性、价格公允性；

(5) 对截止 2018 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日的原材料、库存商品、在制品进行了监盘，监盘比例达 84.38%、73.19%；

2、核查结论

经核查，标的公司报告期向供应商采购真实、完整、准确。

(三) 补充披露

以上相关内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“(三) 毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

五、核查意见

经核查，会计师认为：标的资产 2018 年因降本增效及电商渠道产品结构调整导致毛利率的上升；报告期内标的公司 ODM 模式毛利率变动情况符合行业趋势和行业竞争情况，具有合理性；会计师对标的资产采购、销售、毛利率真实性采取了核查措施，标的资产采购、销售真实，毛利率变动合理。

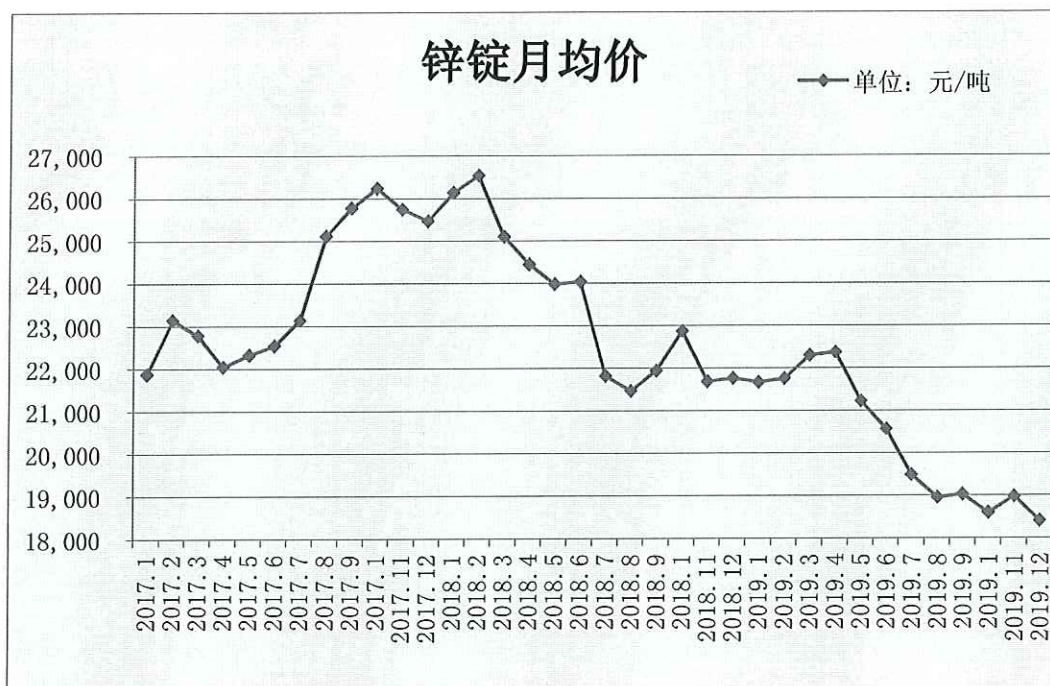
问题 16

16. 申请文件显示，2018 年凯迪仕品牌系列产品毛利率较 2017 年增加 3.58 个百分点。请你公司补充披露：1) 报告期主要原材料锌、铝的采购价格走势。2) 2018 年凯迪仕推出的毛利率相对较高的新产品具体情况。3) 凯迪仕技术及工艺流程的优化的具体情况。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、报告期主要原材料锌、铝的采购价格走势

报告期内，锌锭及铝锭的价格波动情况如下：



数据来源：上海有色金属网，0#锌锭(火炬 X03+I030) 每月均价。



数据来源：上海有色金属网，A00 铝锭价格每月均价

2017 年，主要原材料锌、铝的采购价格出现上涨，为应对原材料价格的上涨，凯迪仕于 2017 年 11 月提升了部分产品的单位售价；2018 年，虽然锌、铝材料价格有所下降，但凯迪仕并未随之下调智能锁产品售价，使得 2018 年产品毛

利空间加大。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

二、2018 年凯迪仕推出的毛利率相对较高的新产品具体情况

2018 年度，对于凯迪仕系列产品，按照新旧产品划分，具体情况如下：

2018 年凯迪仕系列产品	收入金额（万元）	毛利率
2018 年前推出型号（旧产品）	28,569.89	45.65%
2018 年推出的新款（新产品）	9,679.69	48.87%
其中：—K 系列-K9	4,401.97	53.57%
—S 系列-S8	3,152.49	36.45%
—TK 系列-TK2	1,173.22	50.91%
—其他小计	952.00	65.67%

2018 年，根据智能门锁市场情况，凯迪仕当年推出了部分毛利率相对较高的新产品，一定程度上提升了 2018 年凯迪仕系列产品的毛利率。

对于新推出的产品型号，凯迪仕根据不同产品的功能、市场定位、消费者接受程度、生产成本等因素，制定相应的销售价格，各产品销售毛利率也不相同。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

三、凯迪仕技术及工艺流程的优化的具体情况

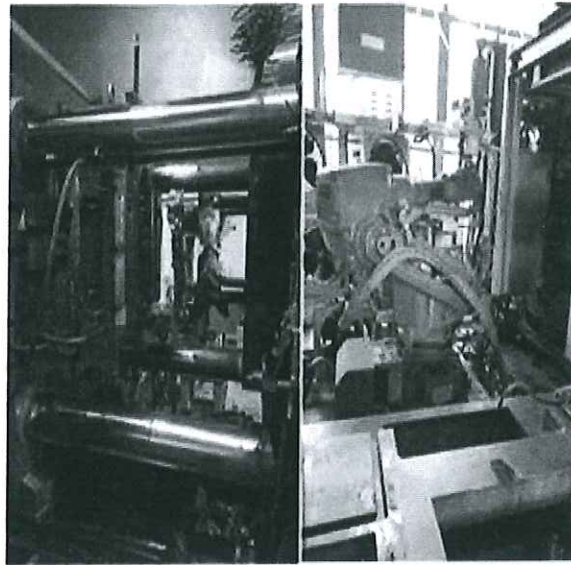
2018 年凯迪仕通过引入新的、自动化程度更高的设备不断进行技术及工艺流程的优化，提升生产效率，降低生产成本，具体如下：

1、五金结构件技改

（1）五金的压铸取件技改：由之前的人工取压铸件，改为机器人自动取压铸件、喷雾，减少了冲床工、压铸机操作工，并提高生产效率。



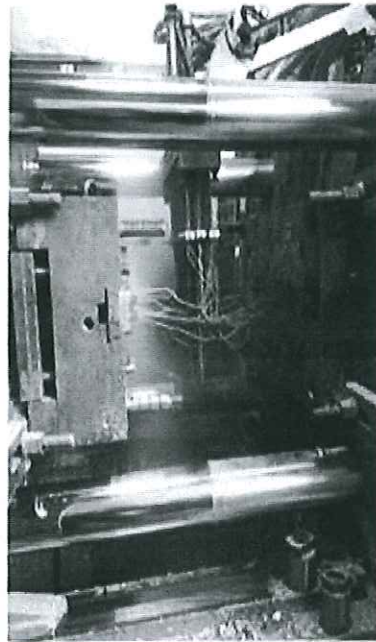
2017年人工取件



2018年机械手取件



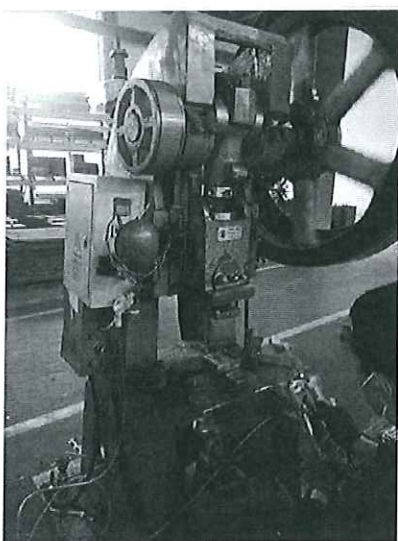
2017年压铸机人工喷雾



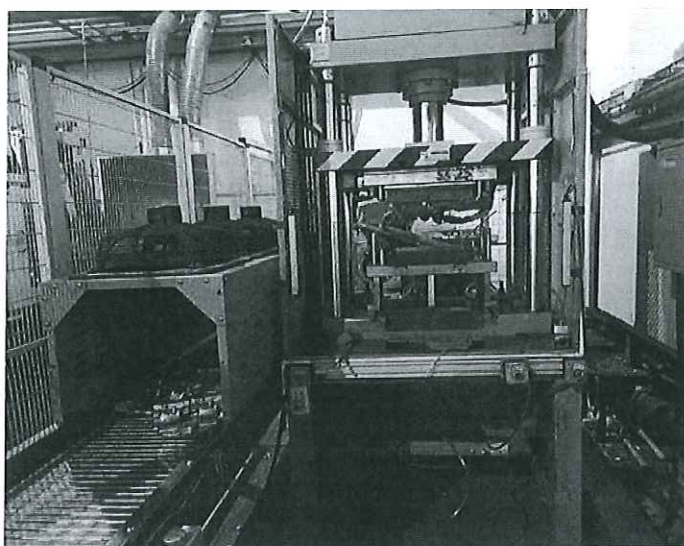
2018年压机自动喷雾

(2) 压铸的模具技改：技改前压铸产品钻孔、装螺丝等多道工序，2018 年技改后合并减少部分工序，提高生产效率。

(3) 精工技改：技改前多次冲孔、单工位去毛刺，2018 年更换先进的 CNC 设备后，一次性冲孔、流水线去毛刺。



2017年单工位冲孔



2018年一次冲孔-流水线去毛刺

2、锁体部技改

2017 年锁体装配工艺流程为，单人独立完成锁体内部所有配件的装配，完成后送检；铆接工艺流程为，多人在一条线上配合铆接一套盖板，每人铆接一种铆钉，铆好后往下传递，每个盖板 8-10 种铆钉。此工艺流程存在人员培训难度大、出错几率大、占地面积大、工作效率较低等缺点。

2018 年技改后，锁体装配工艺流程为，引进节拍流水线，将整套锁体的装配拆分为 11 道工序，不同人相互配合；铆接工艺流程为，引进自动铆接机，将原 6-10 人的工序集中到一台设备上由一人完成。2018 年技改完成后，降低了工人工作难度、减少了人工需求、节约占地面积、提升了工作效率。

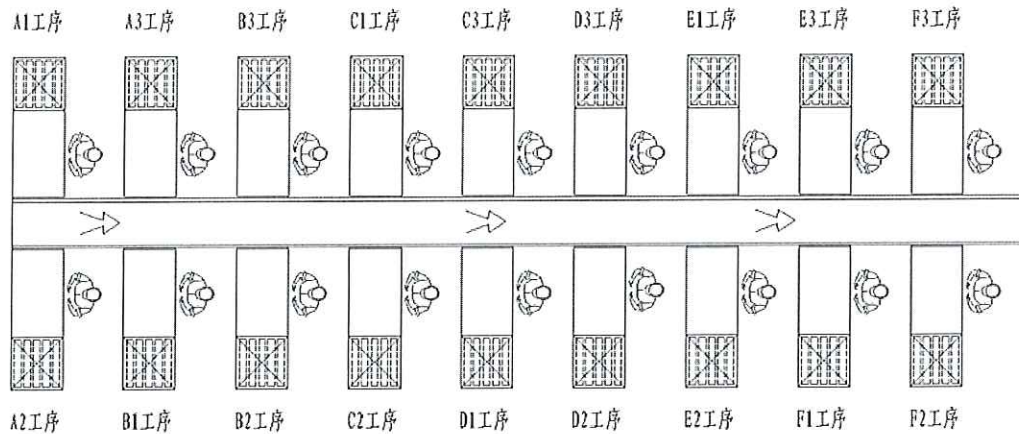
3、成品组装部技改

2017 年产成品组装工艺为，所有产品，小件配料至一车间，待其排单装配，齐套后移交至二车间成品总装，各车间工序以单工位多工序为主，单人装配多工序，工段间衔接以物料车为主，上工段装配后，产品放入泡沫盒，放入物料车，移至下一工序，进行第二工段装配。该工艺主要特点为单人多工序、推车周转，容易存在的问题包括：物料、在制品停滞多，生产周期长，占地面积大；孤岛式生产，生产安排效率低，常出现停工待料情况等。

2018 年技改后，新增 4 条流水线。工艺流程上，改为单人单工序，流水线周

转。

2018年工艺特点：单人单工序，流水线周转



2018年成品组装线技改后，其优点如下：①各车间独立生产，减少了车间与车间之间的推诿，使成品下线周期由原2天提高至1天；②使用流水线代替物料车周围，节约了半成品与泡沫盒、泡沫合与周转车的取放时间；③将各工段串联，减少成品下线周期的同时，可快速暴露产线异常，减少前段返工费用及报废损失；④车间管理独立负责成本产出，三车间互相竞争对比，激发了管理及员工的积极性；⑤多车间同时生产，不会因某一车间某一工段异常，而影响整个工厂成品产出；⑥导入标准化工时，对比各产品小时产能，便于评估工艺可行性及员工熟练度，方便车间管理；⑦工序拆解优化，单工序工作简化，减少了因多道工序导致的错漏件不良。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（三）毛利及毛利率分析”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：2017年主要原材料锌、铝的采购价格上涨，为应对原材料价格的上涨，凯迪仕于2017年11月提升了部分产品的单位售价，使得2018年毛利率有所提升；2018年，对于凯迪仕系列产品，推出了K9、TK2、S8等部分新产品，新品的综合毛利率较高，一定程度提升了2018年凯迪仕系列产品的毛利率；2018年凯迪仕通过引入新的、自动化程度更高的设备不断进行技术及工艺流程的优化，提升生产效率，降低生产成本。

问题 17

17.申请文件显示，本次标的资产评估中，对于商业承兑汇票，评估人员查阅了有关账证，并向企业财务人员了解了应收票据形成的原因和对方信誉情况。请你公司补充披露：1) 应收票据评估与查证的具体过程、内容、查证涉及的金额、占比等。2) 会计师对商业承兑汇票的核查程序。请独立财务顾问、会计师、评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、应收票据评估与查证的具体过程、内容、查证涉及的金额、占比等

于评估基准日，标的资产应收票据（合并口径）账面原值为 172.42 万元，坏账准备为 2.61 万元，账面净值为 169.82 万元，具体情况如下：

序号	种类	形成原因	原值（万元）	净值（万元）	承兑人	承兑人信誉情况
1	银行承兑汇票	直接出票	90.31	90.31	兴业银行股份有限公司中山分行	信誉良好
2	银行承兑汇票	背书转让	30.00	30.00	中国光大银行宁波分行	信誉良好
3	商业承兑汇票	直接出票	52.11	49.51	荣盛房地产发展股份有限公司	信誉良好
合计			172.42	169.82	-	-

应收票据清查时，评估人员对应收票据进行盘点，抽取部分应收票据，核对相应的销售合同、销售发票，核对明细账与总账、报表余额是否相符，核对与评估明细表是否相符，查阅核对票据票面金额、发生时间、业务内容及票面利率等与账务记录的一致性，同时了解部分到期票据的回收情况，以证实应收票据的真实性、完整性，核实结果账、表、单金额相符。

本次对评估基准日的应收票据函证情况如下：

发函金额（万元）	应收票据（合并口径）账面原值（万元）	发函比例	回函金额（万元）	回函比例
172.42	172.42	100.00%	90.31	52.38%

对于未回函部分，评估人员抽查了相关票据对应的销售合同、销售发票、发货单等。

经核查，于评估基准日，标的资产的应收票据金额、回函情况与账面不存在重大差异，具有真实性和完整性。

上述内容已在重组报告书“第六节 交易标的评估情况”之“一、标的资产评估基本情况”之“（四）资产基础法评估说明”中进行了补充披露。

二、会计师对商业承兑汇票的核查程序

会计师对凯迪仕的商业承兑汇票主要履行了以下核查程序：

- 1、查阅报告期内公司商业承兑汇票明细账及商业承兑汇票备查簿，核查了商业承兑汇票的发生额、背书、期末余额等情况；
- 2、抽取部分商业承兑汇票，核对相应的销售合同、销售发票、付款单位名称、票面金额；
- 3、检查商业承兑汇票的会计处理记录；
- 4、与凯迪仕管理层就票据管理制度、票据内控制度进行访谈了解，结合内控测试检查票据制度的有效性；
- 5、对期末商业承兑汇票进行盘点并与账面核对。

经核查，会计师认为：凯迪仕收取的商业承兑汇票均有真实的交易背景；报告期内商业承兑汇票期末余额的变动符合其经营实际情况；凯迪仕的商业承兑汇票不存在追索权纠纷及重大风险因素；商业承兑汇票的账务处理正确，符合《企业会计准则》及其相关规定。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司财务状况分析”之“（一）主要资产负债构成”中进行了补充披露。

三、核查意见

经核查，会计师认为：凯迪仕收取的商业承兑汇票均有真实的交易背景；报告期内商业承兑汇票期末余额的变动符合其经营实际情况；凯迪仕的商业承兑汇票不存在追索权纠纷及重大风险因素；商业承兑汇票的账务处理正确，符合《企业会计准则》及其相关规定。

问题 18

18.申请文件显示，本次评估中，对于应收账款，评估人员查阅了有关账证，并向企业财务人员了解了应收账款形成的原因和对方信誉情况，对金额较大的款项寄发询证函。请你公司补充披露：1) 应收账款评估与查证的具体过程、内容、查证涉及的金额、占比等。2) 寄发询证函的具体情况以及回函情况。3) 会计师对应收账款的核查程序。请独立财务顾问、会计师、评估师核查并发表明确意见。

回复：**一、应收账款评估与查证的具体过程、内容、查证涉及的金额、占比等**

本次评估中，针对应收账款科目，评估人员履行了如下查证过程：

1、核对了账簿记录、抽查了部分原始凭证及项目合同等相关资料，核实交易事项的真实性、账龄、业务内容和金额等；

2、对主要客户进行走访，在走访过程中确认标的公司对各个客户实际执行的信用政策，核查标的公司应收账款账龄的合理性；

3、对金额较大或金额异常的款项进行函证，对关联单位应收款进行相互核对，以证实应收款项的真实性、完整性，核实结果账、表、单金额相符，发函金额 6,947.82 万元，占全部应收账款（合并口径）账面原值的比例为 94.31%；

4、对未回函的款项进行替代程序，具体方式包括取得期后收回的款项的有关凭证或业务发生时的相关凭证，执行替代性程序的应收账款（合并口径）金额为 775.17 万元，占全部未回函金额比例为 100%。

上述内容已在重组报告书“第六节 交易标的评估情况”之“一、标的资产评估基本情况”之“（四）资产基础法评估说明”中进行了补充披露。

二、寄发询证函的具体情况以及回函情况

本次评估中，评估人员对标的公司评估基准日的应收账款实施函证程序的具体情况如下：

项目	2019年1-9月
发函金额（万元）	6,947.82
回函金额（万元）	6,172.65
应收账款总额（合并口径）（万元）	7,366.83
发函金额占比	94.31%
回函金额占比	83.79%
回函及替代程序占比	94.31%

上述内容已在重组报告书“第六节 交易标的评估情况”之“一、标的资产评估基本情况”之“（四）资产基础法评估说明”中进行了补充披露。

三、会计师对应收账款的核查程序

会计师对应收账款主要履行了以下核查程序：

1、查阅标的公司对主要客户的应收账款政策，分析不同模式的客户的应收账款政策的合理性以及必要性；

2、对标的公司主要客户应收账款实施了函证程序，并对发函未回函客户执行替代测试，包括抽查销售订单、货物出库单、物流单等单据资料，具体寄发询证函的具体情况以及回函情况如下：

项目	2019年1-9月	2018年度	2017年度
发函金额（万元）	6,947.82	4,275.71	3,140.19
回函金额（万元）	6,172.65	3,722.59	2,439.03
应收账款总额（合并口径）（万元）	7,366.83	4,957.29	3,205.52
发函金额占比	94.31%	86.25%	97.96%
回函金额占比	83.79%	76.79%	76.09%

3、对主要客户进行走访，在走访过程中了解标的公司对各个客户实际执行的信用政策；

4、应收账款的网银回款核查。针对标的公司主要客户、主要应收账款进行网银回款核查，以核查标的公司客户回款的真实性、回款情况等；

5、应收账款的账龄测试，核查标的公司应收账款账龄的合理性；

6、查阅标的公司各销售模式下收入确认原则，信用期，并与应收账款余额进行对比分析。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司财务状况分析”之“（一）主要资产负债构成”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：本次交易会计师针对标的公司应收账款科目履行了完备的核查工作；标的公司的应收账款真实、准确、完整，确认符合相关会计准则要求

问题 19

19.申请文件显示，2017 年末、2018 年末及 2019 年 9 月 30 日，标的资产存货账面净值分别为 11,880.69 万元、17,470.33 万元及 16,436.81 万元，占标的资产当期末流动资产的比例分别为 53.63%、50.83%及 38.02%，存货价值占流动资产的比例较高。请你公司补充披露：1) 标的资产同行业可比上市公司存货占流动资产比例情况、存货周转率情况。2) 发出商品对应的主要客户情况。3) 智能门锁行业产品更新换代情况及产品发生滞销而导致的存货跌价的风险情况，请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、标的资产同行业可比上市公司存货占流动资产比例情况、存货周转率情况

目前，专业从事智能门锁的上市公司较少，以下选取顶固集创、亚太天能及好太太三家公司进行比较。

1、同行业可比公司存货占流动资产比例情况

公司名称	主要产品	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
顶固集创 (300749)	主要产品包括定制家具、精品五金、智能锁、定制生态门等	19.13%	23.88%	27.85%

亚太天能 (833559)	主要产品为智能锁	30.34%	28.73%	30.87%
好太太 (603848)	主要产品为智能晾衣机、晾衣架、少量智能锁等	8.06%	5.74%	4.71%
凯迪仕	主要产品为智能锁	35.59%	50.83%	53.63%

凯迪仕存货占流动资产的比例高于顶固集创，主要系：1）顶固集创产品主要为定制家具（精品五金及智能锁的量相对较小），定制化产品其需要的产品备货少，存货金额相对少些；2）顶固集创完成 IPO 上市融资，提升了流动资产总额，从而使得存货占流动资产总额比有所下降。

凯迪仕存货占流动资产的比例高于亚太天能，主要系亚太天能销售模式以 ODM 为主，而凯迪仕的经销模式及电商模式销售占比较大，该业务模式下，各类型号产品均需要一定的安全库存量，从而快速响应客户订单需求，使得凯迪仕存货金额相对较大，占流动资产的比例较高。

凯迪仕存货占流动资产的比例高于好太太，主要系：1）好太太主要产品为智能晾衣机、晾衣架，和凯迪仕产品差异较大，对存货的需求也不同；2）好太太流动资产中有较大的货币资金，使得存货占流动资产的比例降低。

2、同行业可比公司存货周转率情况

单位：次

公司名称	主要产品	2019 年	2018 年	2017 年
顶固集创 (300749)	主要产品包括定制家具、精品五金、智能锁、定制生态门等	3.92	4.30	5.30
亚太天能 (833559)	主要产品为智能锁	2.47	2.46	2.39
好太太 (603848)	主要产品为智能晾衣机、晾衣架、少量智能锁等	6.68	11.81	11.95
凯迪仕	主要产品为智能锁	2.36	1.81	1.60

凯迪仕存货周转率略低于亚太天能，主要受销售模式不同的影响，亚太天能以 ODM 销售为主，而凯迪仕的经销模式及电商模式的销售占比较大，该模式下需要更多安全库存，从而一定程度拉低存货周转率。

凯迪仕存货周转率较顶固集创低，主要系：1) 顶固集创更多为定制衣柜等定制化产品，根据订单生产，备货周期短，存货相应较小；2) 顶固集创精品五金外购半成品加工比例较大，后续工序较少，而凯迪仕智能锁主要为自主生产，工序较多，周转速度较慢。

好太太主要产品为智能晾衣机、晾衣架，和凯迪仕产品差异较大，其采购和生产业务均以销售计划和预测销售订单为出发点，存货管理效率较高，且产品销量较好，有效降低了对资金的占用程度。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司财务状况分析”之“(一) 主要资产负债构成”中进行了补充披露。

二、发出商品对应的主要客户情况

截至 2019 年 12 月 31 日，凯迪仕发出商品对应的前五大客户如下：

单位：万元

序号	购货单位	发出商品金额	占发出商品总金额的比例
1	盈科安	2,185.49	50.31%
2	小凯（深圳）互联科技有限公司	716.29	16.49%
3	广州市时代供应链管理有限公司	316.37	7.28%
4	珠海市盈力商贸有限公司	154.44	3.56%
5	科艾达	110.47	2.54%
合计		3,483.05	80.18%

盈科安和科艾达系凯迪仕授权的线上销售平台，形成发出商品的原因为：凯迪仕与电商平台的销售模式为代销模式，即凯迪仕将产品交付给电商运营机构进行销售，并按电商运营机构实际销售的产品（代销清单）定期进行结算，未代销完的形成凯迪仕的发出商品。截至 2019 年 12 月 31 日，该部分发出商品占发出商品总额的比例为 52.85%，是凯迪仕形成发出商品的主要原因。

小凯（深圳）互联科技有限公司原先系凯迪仕控股子公司，于 2019 年 7 月对外转让股权后，原存于小凯互联的存货尚未运回，从而形成发出商品；广州市时代供应链管理有限公司及珠海市盈力商贸有限公司为凯迪仕的工程客户，凯迪仕对工程类客户的收入确认时点为对方安装验收完成，未完成安装验收的形成凯

迪仕的发出商品。

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司财务状况分析”之“（一）主要资产负债构成”中进行了补充披露。

三、智能门锁行业产品更新换代情况及产品发生滞销而导致的存货跌价的风险情况

（一）智能门锁行业产品更新换代情况

智能锁的基本功能模块包括指纹开锁、密码开锁、刷卡开锁、蓝牙开锁等，在保障稳定性及安全性的基础上，凯迪仕不同型号智能锁由不同的基本功能模块组成。鉴于不同消费者对智能锁的偏好不同，凯迪仕会根据市场需求等情况，持续开发新的智能锁产品。但新产品并不是对旧产品的完全升级替代，而是在旧有产品基础上进一步丰富产品的功能，这与一般的消费电子升级替代不同。虽然凯迪仕持续推出新产品，但仍会根据市场需求、客户订单等情况，合理安排各型号智能锁（包括旧产品）的生产及安全库存情况。对于部分销量不佳的产品型号，凯迪仕会通过减少生产、升级改造，甚至淘汰等方式进行管理。凯迪仕一款智能锁产品的生命周期一般会在 3-5 年，经典款产品的生命周期会更长。

（二）凯迪仕产品的产销率较高，滞销风险较小

凯迪仕综合考虑市场需求、销售计划、在手订单、现有库存等情况，制定生产计划。凯迪仕智能锁产品的产销率较高，2018 年及 2019 年，产销率分别为 87.21%、94.17%。较高的产销率保障了存货的周转，降低了产品滞销风险。

（三）凯迪仕存货周转速度较快，存货跌价风险较低

凯迪仕存货周转速度较快，库龄较短。截至 2019 年 12 月 31 日，凯迪仕存货库龄一年以内的存货金额占比 88.05%。凯迪仕的主要原材料具有通用性，各原材料状态良好、数量精准、周转较快，不会因凯迪仕推出新产品而受影响增加跌价风险可能。

凯迪仕针对存货，已经按照存货的成本与可变现净值孰低的原则谨慎计提了存货跌价准备，足以覆盖未来可能发生的存货跌价风险。报告期内，凯迪仕存货

跌价准备情况与同行业公司对比如下：

单位：万元

公司名称	主要产品	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
		存货跌价准备余额	存货跌价准备占存货余额比	存货跌价准备余额	存货跌价准备占存货余额比	存货跌价准备余额	存货跌价准备占存货余额比
顶固集创 (300749)	主要产品包括定制家具、精品五金、智能锁、定制生态门等	487.25	3.27%	484.56	3.19%	438.74	4.48%
亚太天能 (833559)	主要产品为智能锁	-	-	-	-	-	-
好太太 (603848)	主要产品为智能晾衣机、晾衣架、少量智能锁等	610.76	4.81%	228.43	3.18%	208.58	3.49%
凯迪仕	主要产品为智能锁	693.62	4.06%	878.01	4.79%	438.80	3.56%

注：亚太天能的存货跌价准备数据尚未公开。

综上，凯迪仕存货因新产品推出及产品滞销而导致的存货跌价风险较小，凯迪仕已按照存货的成本与可变现净值孰低的原则谨慎计提了存货跌价准备，足以覆盖未来可能发生的存货跌价风险。

（四）补充披露

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司财务状况分析”之“（一）主要资产负债构成”中进行了补充披露。

四、核查意见

经核查，会计师认为：凯迪仕存货余额真实、准确，存货占流动资产的比例及存货周转率数据具有合理性，符合标的公司实际情况；凯迪仕发出商品真实、准确；凯迪仕存货因新产品推出及产品滞销而导致的存货跌价风险较小，凯迪仕已按照存货的成本与可变现净值孰低的原则谨慎计提了存货跌价准备，足以覆盖未来可能发生的存货跌价风险。

问题 20

20.申请文件显示，报告期标的资产工程客户销售收入持续上升，并与中海地产、碧桂园、华夏幸福，时代地产、富力地产等国内知名房地产公司建立了良好的合作关系。请你公司补充披露：标的资产与前述国内知名房地产公司合作的具体时间、合作模式、合作的具体项目情况，请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、标的资产与前述国内知名房地产公司合作的具体时间、合作模式、合作的具体项目情况

（一）标的公司工程模式销售情况概况

标的公司工程模式销售是指标的公司与房地产开发商及专门承接房地产工程的代理商（即工程代理商）建立合作并向其销售智能门锁产品。报告期内，标的公司工程模式销售收入分别为 2,401.96 万元、4,518.86 万元和 9,898.30 万元，销售占比分别为 7.30%、7.61%和 14.24%，工程客户销售金额及销售占比上升。

标的公司 2019 年前十大工程类客户以及标的公司报告期内对其销售情况如下表所示：

单位：万元

工程客户	简介	2019 年销售金额	2018 年销售金额	2017 年销售金额
广州市时代供应链管理有限 公司	广州市时代控股集团有限公司全资子公司	1,583.91	-	-
河南岱青装饰 装修工程有限 公司	工程代理商，主要合作的 房地产公司包括正商集团 等	594.56	-	-
重庆渝特科技 有限公司	工程代理商，主要合作的 房地产公司包括金科集团 等	866.02	6.40	-
深圳市凯迪仕 智能安防有限 公司	工程代理商，智能安防系 凯迪仕实际控制人亲属苏 志银持股 50%企业，智能 安防主要从事工程类客户 的智能门锁业务。 智能安防已承诺除了履行	559.39	3,186.86	2,003.80

工程客户	简介	2019 年销售金额	2018 年销售金额	2017 年销售金额
	目前少量尚未履行完毕的工程业务，未来不再开展新业务，并将择机启动注销			
苏州凯迪仕智能科技有限公司	工程代理商，主要合作的房地产公司包括红星地产、港中旅等	645.41	163.62	-
河北荣盛建筑材料有限公司	房地产开发商，主要合作项目包括济南荣盛华府等	399.84	-	-
深圳市中建联智能安防有限公司	工程代理商，主要合作的房地产公司包括天安骏业等	267.30	-	-
重庆凯迪仕智能科技有限公司	工程代理商，主要合作的房地产公司包括寰宇地产、重庆怡置等	282.73	96.44	-
万通联合（北京）科技有限公司	工程代理商，主要合作的房地产公司包括远洋集团、良瑜等	280.82	89.76	-
南昌万翔智能科技有限公司	工程代理商，主要合作的房地产公司包括晶科地产等	227.16	2.49	-

上述列表中，苏州凯迪仕智能科技有限公司和重庆凯迪仕智能科技有限公司既是标的公司工程代理商，也是标的公司经销商，标的公司已对同一客户按照渠道不同分别设置客户代码，对经销商销售和工程类销售进行单独核算。上表所列对这两家客户的销售金额仅包括对该客户工程类渠道的销售金额。

（二）与前述国内知名房地产公司合作的具体时间、合作模式、合作的具体项目情况

随着标的公司业务的发展，加大了工程客户渠道的开拓力度，工程客户数量持续增长。标的公司与多家全国性和地方性房地产商建立了业务关系，其中包括中海地产、碧桂园、华夏幸福、时代地产、富力地产等国内知名房地产公司。时代地产、富力地产和华夏幸福从原来与智能安防合作改为直接与标的公司合作，中海地产和碧桂园系标的公司 2019 年新拓展的房地产开发商客户。

房地产开发商客户一般与标的公司先签署集中采购合同，然后再根据自身需要发出采购订单，或者直接签署采购合同或采购订单。标的公司收到客户订单后，向客户发货并进行安装，产品安装完毕并经过安装验收后，客户根据合同结算

50%-80%的货款，待整个工程验收完工后，结算除质保金外的剩余合同款项，通常客户会保留 3%-5%左右的合同尾款作为质保金，待工程验收完工后 1-2 年内支付。

标的公司与上述房地产公司客户建立合作关系的时间及相关情况如下表所示：

房地产公司	品牌最初合作日期	合作项目名称	合作情况说明
中海地产	2019 年 05 月	中海尚学府一期、中海青岛森林湖地块、中海寰宇天下二期、中海盛世城 B-D、中海海港城、云麓里全期等	标的公司与中海地产于 2019 年 5 月签订集中采购合同，截至 2020 年 2 月 29 日标的公司在手订单金额约 286 万元
碧桂园	2019 年 01 月	广州增城朱村科技小镇一期、二期、三期	标的公司与碧桂园于 2019 年 1 月签订集中采购合同，截至 2020 年 2 月 29 日标的公司在手订单金额约 700 万元
华夏幸福	2018 年 06 月	华夏幸福永清孔雀城璟园、华夏幸福永清孔雀城畅园、东庄住宅（艺境）项目、牛驼温泉孔雀城项目 6.6 期和 7.3 期等	2018 年通过智能安防建立合作关系，2019 年转为直接与标的公司合作，截至 2020 年 2 月 29 日标的公司在手订单金额约 100 万元
富力地产	2018 年 06 月	温州富力乐清项目、湖南富力城二期、广州棠东 1 号商业、办公楼工程、清远英德项目裕丰花园二期、曹妃甸富力城等	2018 年通过智能安防建立合作关系，2019 年转为直接与标的公司合作，截至 2020 年 2 月 29 日标的公司在手订单金额约 2,600 万元
时代地产	2016 年 11 月	佛山三水南山聚贤项目二期、时代倾城（清远）六期、惠阳雍华庭项目二期、珠海白蕉项目一期、鹤山河城项目一期等	2016 年通过智能安防建立合作关系，2018 年底转为直接与标的公司合作，截至 2020 年 2 月 29 日标的公司在手订单金额约 1,400 万元

标的公司未来将继续保持对工程类客户的重视，加强与房地产开发商以及工程代理商的合作，确保相应收入的稳步增长。

（三）补充披露

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”中进行了补充披露。

二、核查意见

经核查，会计师认为：标的公司根据近年市场情况，加大跟房地产公司的合作力度，符合标的公司自身的利益及发展目标，标的公司工程客户销售收入真实、准确。

问题 21

21.申请文件显示，标的资产 2019 年 1 月增资投前估值为 130,000 万元，投后估值为 135,000 万元。本次交易截至评估基准日 2019 年 9 月 30 日，凯迪仕 100%股权评估价值为 128,000 万元。请你公司结合 2019 年生产经营情况，进一步补充披露本次交易估值低于前次交易的具体原因。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、本次交易估值低于前次交易的具体原因

本次交易估值低于前次交易的主要原因系业绩补偿义务人根据行业发展情况及标的公司战略规划的调整而主动调低了业绩承诺。

根据 2018 年 12 月的增资协议，苏祺云、苏志勇及凯迪仕承诺 2018 年度归属于母公司所有者的净利润不低于人民币 9,500 万元，2019 年和 2020 年应分别在上一年度业绩目标上保持不低于 20%的增长率，按此计算，该次增资中凯迪仕 2019 年及 2020 年的盈利预测分别为 11,400 万元和 13,680 万元。

根据 2019 年 1 月的增资协议，苏祺云及苏志勇承诺 2019 年、2020 年、2021 年凯迪仕合并报表中扣除少数股东权益和非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于 14,000 万元、16,000 万元、18,000 万元。

本次交易中，业绩补偿义务人向上市公司承诺凯迪仕 2020 年度、2021 年度和 2022 年度实现的净利润分别不低于 10,800 万元、12,300 万元和 13,500 万元。

业绩补偿义务人在本次交易中下调业绩承诺的主要原因为：

1、业绩爆发式增长态势无法持续，未来业绩预测回归理性

2017 年、2018 年，凯迪仕主营业务收入分别为 32,883.90 万元、59,409.13 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 3,966.02 万元、9,917.46 万元，2018 年凯迪仕主营业务收入较 2017 年增长 80.66%，归属于母公司股东的净利润较 2017 年增长 150.06%。结合标的公司 2017 年及 2018 年的过往业绩，投资者在 2018 年 12 月及 2019 年 1 月两次增资时，对标的公司未来业绩增长给予了较高的预期，同时给予了标的公司较高的估值。

但是，智能门锁市场过去两年良好的发展前景也吸引了较多的市场竞争者进入，行业竞争逐步加剧。评估机构在以 2019 年 9 月 30 日为评估基准日对标的资产进行评估时，出于谨慎性原则，充分考虑了市场情况、标的公司市场地位等因素，合理预测了标的公司未来业绩，使其具有较高的可实现性。

根据大华会计师事务所出具的大华审字[2020]006974 号《审计报告》，标的公司 2019 年实现营业收入 70,377.79 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 9,520.02 万元，符合本次评估中关于 2019 年营业收入、净利润的预测情况。

2、加大研发及营销投入，注重未来长远发展

2019 年公司与凯迪仕股东商谈收购事宜，并最终确定了对凯迪仕进行整体收购的方案。在此合作背景下，为了双方更为长久的稳定发展，凯迪仕调整了自身整体发展规划，减少了对短期业绩的考虑，而是更加注重“修炼内功”，通过加大研发投入、提高销售推广、合理降价等措施，继续维持行业领先地位并持续提高自身的产品竞争力与品牌影响力，以确保未来进入上市公司后的长期稳定发展。

根据大华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》，凯迪仕 2017 年、2018 年及 2019 年研发费用合计分别为 2,499.81 万元、3,881.03 万元、6,044.46 万元，占当期营业收入的比例分别为 7.58%、6.48%和 8.59%，凯迪仕 2017 年、2018 年及 2019 年销售费用合计分别为 3,960.58 万元、8,727.68 万元、11,325.97 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.00%、14.57%和 16.09%，凯迪仕 2017 年、2018 年及 2019 年研发费用及销售费用均快速增长，且占营业收入的比例逐渐提高。

此外，鉴于 2019 年以来因大额计提商誉减值导致业绩暴雷的上市公司数量较多，上市公司在本次交易谈判过程中高度关注本次交易给上市公司带来的商誉风险，对于标的公司盈利预测的可实现性和估值水平的公允性有着较高的要求，因此除上述业绩补偿义务人主动调低业绩承诺的原因外，本次交易估值也是交易各方谈判、协商的结果。

上述内容已在重组报告书“第六节 交易标的评估情况”之“一、标的资产评估基本情况”之“（七）本次交易估值低于前次交易的情况说明”中进行了补充披露。

二、核查意见

经核查，会计师认为：本次交易估值低于前次交易的主要原因系标的公司更注重长远规划，短期内加大了对研发与营销费用的投入，同时结合行业竞争格局的变化，本次交易合理预测了标的公司未来业绩，调整后，本次交易标的公司的盈利预测可实现性和合理性进一步提高，有利于保护上市公司及中小股东利益，同时，本次交易估值也是交易各方谈判、协商的结果。

问题 25

25.申请文件显示，本次交易承诺标的资产在 2020 年度、2021 年度、2022 年度承诺净利润分别不低于 10,800 万元、12,300 万元、13,500 万元。请你公司：1) 补充披露标的资产 2019 年全年净利润实现情况。2) 补充披露预测期外协生产的产品毛利率。3) 结合行业竞争情况、行业所处的发展阶段、产品价格趋势及标的资产市场拓展能力等，补充披露标的资产预测期净利润的可实现性。4) 结合交易对方的股份锁定期，补充披露未解锁股份无法覆盖业绩补偿的风险以及应对措施，对上市公司和中小股东权益的影响。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、标的资产 2019 年全年净利润实现情况

根据大华会计师事务所出具的大华审字[2020]006974 号《审计报告》，标的公司 2019 年实现营业收入 70,377.79 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所

有者的净利润为 9,520.02 万元，符合本次评估中关于 2019 年营业收入、净利润的预测情况。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“六、标的公司主要财务数据”中进行了补充披露。

二、预测期外协生产的产品毛利率

标的公司根据历史数据对不同销售渠道的销售毛利率进行了预测。标的公司预测期外协生产的预测毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年	2020 年 E	2021 年 E	2022 年 E	2023 年 E	2024 年 E
外协产品收入	6,509.23	11,234.32	15,473.36	19,267.97	22,591.21	25,720.17
外协产品成本	4,127.12	6,986.94	9,874.71	12,575.82	14,772.84	16,839.03
毛利率	36.60%	37.81%	36.18%	34.73%	34.61%	34.53%

上述内容已在重组报告书之“第六节 交易标的评估情况”之“一、标的资产评估基本情况”之“（三）收益法评估说明”中进行了补充披露。

三、标的资产行业竞争情况、行业所处的发展阶段、产品价格趋势及标的资产市场拓展能力等，补充披露标的资产预测期净利润的可实现性

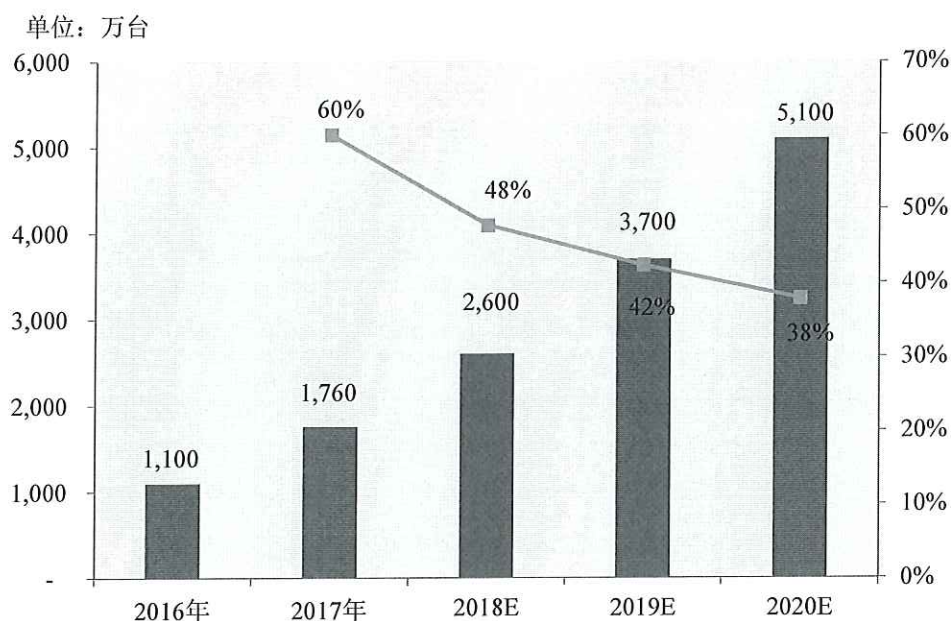
（一）行业所处阶段

标的公司所处智能锁行业处于快速发展阶段。国内市场及海外市场需求均增长迅速，尤其是国内市场目前的渗透率非常低，具有较大增长空间。

1、全球智能门锁行业市场情况

近年来，随着互联网行业的高速发展，以日韩、欧美、中国为代表的部分地区率先引爆全球智能门锁产业发展的大浪潮。根据中国制锁行业信息中心统计数据显示，2016 年全球智能锁市场规模为 1,100 万台，预计到 2020 年全球智能锁市场规模有望达到 5,100 万台，市场空间较大，具体情况如下：

全球智能锁市场规模预测



数据来源：中国制锁行业信息中心

2、中国智能门锁市场情况

中国智能门锁零售市场自 2016 年爆发，并一直处于快速发展阶段。根据全国制锁行业信息中心数据，2018 年国内智能锁产销量突破 1,300 万套，连续两年保持了 80%以上增长幅度，我国智能门锁的市场渗透率不断提升，从 2016 年的 2%提升至 2018 年的 5%。目前我国智能门锁的普及率仍较低，低于欧美国家，日韩国家智能门锁市场渗透率更是达到了 60%。根据艾媒咨询的预测，我国 2020 年市场渗透率将达到 19.8%，未来我国智能门锁的发展空间较大。

（二）行业竞争情况

鉴于目前行业处于快速发展阶段，市场良好的发展前景也吸引了较多的竞争对手进入。2015 年，我国智能锁品牌仅有几十个，2016 年以来，随着众多创业者、传统锁具企业、互联网、手机、家电、安防领域巨头企业纷纷加入，截至 2018 年底，中国智能锁生产企业数量约 2,000 家。

根据《2019 年中国智能门锁半年报》，2019 年上半年智能门锁企业数量增幅停滞不前，甚至开始有小幅的下降，特别是中、小型企业转型频率加快，产业集

中度有进一步集中的趋势。从产、销量 TOP 的数据来看，门槛进一步提升，TOP50 的数据已经接近或超过 10,000 套/月，TOP20 的产、销量数据已经接近 20,000 套/月，TOP5 产、销量的企业均数据已经超过 30,000 套/月的数值，三强数据已经超过 50,000 套/月，而凯迪仕月均销量达 70,685 套/月（2019 年销售数据）。TOP50 的企业数量变化更多，产业集中度越来越向头部企业集中。

依托自身特有的优势，六大不同类型的参与者纷纷切入智能门锁市场，具体如下：

分类	具体企业	特点	优势
专业智能锁厂商	凯迪仕、德施曼、亚太天能等	专业从事智能锁业务	具有强大的线下、售后服务渠道，生产工艺优秀
互联网企业	云丁、鹿克、果加等	打造“互联网+”产品，提供硬件、技术以及整体解决方案等	具有较强的软件管理平台设计及互联网服务能力
家电制造商	海尔、美的、创维等	智能门锁为智能家居的核心入口位置，为打造全屋智能切入智能门锁行业	线下渠道优势与品牌力强劲
传统锁具厂商	汇泰龙、雅洁、名门等	依托产业链优势和原有技术优势进行产品的转型升级	线下能力与生产能力均较为突出
安防企业	海康威视、大华等	通过搭配其他监控设备形成立体安防体系	以工程渠道切入，配套为房地产开发商提供完整的安防系统；在线下和品牌力方面具有较大优势
通信企业	三星、中兴、华为等	依托智能手机优势，切入智能门锁市场	品牌力卓越

当前较多家企业的涌入，短期内可以分享市场需求爆发所带来的红利，但是从中长期来看，智能门锁市场必将逐步回归理性，而届时产品品质、产品成本、渠道资源、售后服务质量等是决定最终留存并占据主要市场地位的关键，行业也将逐步向此类优质企业集中，综合竞争力弱的品牌将面临淘汰出局。

（三）产品价格趋势

报告期及预测期，凯迪仕产品平均价格情况如下：

单位：元

年份	2017 年	2018 年	2019 年 1-9 月	2019 年 E	
平均销售单价	913.48	903.07	781.96	792.04	
年份	2020 年 E	2021 年 E	2022 年 E	2023 年 E	2024 年 E
平均销售单价	726.11	698.75	680.07	675.60	671.43

随着智能锁行业的发展、成熟，市场参与者增加，市场竞争加剧，智能锁产品的整体均价将呈下降趋势。本次评估中，根据凯迪仕产品历史价格情况，并结合智能锁市场竞争情况、凯迪仕产品规划及经营计划情况等，对凯迪仕未来产品平均价格进行预测，预测期的平均销售单价呈下降趋势。预测期价格走势符合市场及凯迪仕实际业务情况。

（四）标的公司市场拓展能力

标的公司多元化的销售渠道使其在市场拓展方面展现出较同行业其他公司更大的优势，目前标的公司主要销售渠道包括经销商、电商、ODM 及工程等，2017 年、2018 年及 2019 年各渠道的销售收入占比情况如下表所示：

销售渠道	2019 年	2018 年	2017 年
经销模式	50.38%	56.74%	57.36%
电商模式	15.08%	16.21%	16.17%
ODM 模式	10.60%	16.61%	18.13%
工程模式	14.24%	7.61%	7.30%
出口	7.46%	1.90%	0.95%
其他	2.24%	0.94%	0.09%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

标的公司在市场拓展方面的核心竞争优势如下：

1、经销模式

凯迪仕的销售网络遍布全国。2017 年及 2018 年末，凯迪仕经销商数量分别为 300 家、484 家。2019 年凯迪仕实施渠道下沉，开拓了较多县、区级经销商，2019 年 9 月末经销商数量增至 1,037 家。截至本回复出具日，凯迪仕的销售网络已基本覆盖国内主要地级城市，并向县级市逐步下沉，逐步形成了布局合理的全国销售网络。经销商体系的不断完善，经销商销售渠道的稳步发展，为凯迪仕经营业绩增长和市场占有率提升提供了强有力的保障，与互联网类竞争对手相比，

凯迪仕的线下销售网络具有较强的竞争优势。

2、电商模式

电商模式下，凯迪仕委托专业电商运营机构通过电商平台线上销售智能门锁产品，主要电商平台包括天猫和京东。智能锁作为智能家居类消费产品，其消费群体普遍具有良好的网络消费习惯，电商平台的销售模式为消费者提供了更为方便快捷的购买方式，满足了不同阶层消费者的消费需求。同时，在新型冠状病毒肺炎疫情肆虐期间，网络销售因避免了人群聚集，减少人员接触，具有明显优势。

自成立以来，凯迪仕曾先后获得了“中国智能锁知名品牌”、“全国智能门锁最具影响力品牌”、“中国家居业十大首选智能家居品牌”、“全国智能锁行业质量领先品牌”、“中国指纹锁十大品牌”、“智能锁科技创新奖”、“德国 IF 工业设计大奖”、“德国 Red Dot 设计大奖”、“深圳市知名品牌”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“2016 十大最受天猫消费者欢迎智能锁品牌”、“2017 年 双十一天猫、京东第一”“2018 天猫 618 智能门锁品牌榜第一”、“2018 天猫最受消费者喜爱品牌奖”、“全国智能锁行业质量领军企业(2017-2020 连续四年)”等多项殊荣，彰显了凯迪仕的综合竞争实力。

3、工程模式

标的公司工程模式销售是指标的公司与房地产开发商及专门承接房地产工程的代理商建立合作并向其销售智能门锁产品。标的公司看好未来精装房集采市场发展，逐渐开始与房地产商建立直接业务关系。报告期内，标的公司与原通过代理商合作的华夏幸福、时代地产、富力地产建立了直接合作关系，并开拓了中海地产和碧桂园等其他国内知名房地产公司客户。

4、新的营销方式

除进一步大力拓展传统渠道客户外，标的公司还与淘宝直播、抖音等直播平台 KOL（即营销学所指关键意见领袖）合作，采用基础费用+提成的合作模式，通过 KOL 直播带货实现了产品销售的提高品牌曝光的双重效果。

5、未来业务拓展计划

标的公司将在原有业务基础上,继续保持其在经销商、电商等传统模式下的领先优势,同时结合直播等新的销售模式,进一步丰富自身销售渠道。此外,本次收购完成后,上市公司与凯迪仕将整合双方的渠道资源,标的公司的业务开拓能力将进一步得到提高。

综上所述,标的公司行业处于快速发展阶段,行业竞争日趋激烈,随着市场集中度的不断提升,标的公司作为行业领先企业,凭借品牌、技术和销售渠道等优势将继续保持较好的发展趋势。标的公司产品平均价格呈下降趋势,产品价格趋势与外部竞争环境相符。标的公司具有较强的市场拓展能力,且在本次重组完成后会得到进一步加强。标的公司的盈利预测已经充分考虑了上述因素,盈利预测具有可实现性。

(五) 补充披露

上述内容已在重组报告书之“第九节 管理层讨论与分析”中进行了补充披露。

四、新型冠状病毒肺炎疫情对凯迪仕预测期利润的影响

(一) 新型冠状病毒肺炎疫情对标的公司生产经营的影响

自武汉市发生新型冠状病毒肺炎疫情以来,我国其他省市也相继发生了新型冠状病毒肺炎疫情。疫情对我国宏观经济、生产及生活等均造成了一定影响,截至本回复出具之日,新型冠状病毒肺炎疫情对标的公司生产经营的影响主要有以下方面:

1、产品销售方面

标的公司拥有遍布国内主要地级城市以及县级市的销售网络,在疫情严重区域湖北省亦有经销商分布,截至2020年3月20日,标的公司在湖北省经销商共60家,占全部经销商比例为5.54%。疫情发生之后,为避免疫情进一步扩散,各地出台相应的应对疫情的管理和隔离政策,各地居民正常生活受到一定程度的影响,重点疫情区域受到的影响则更为严重。上述影响对于实体零售行业产生一定打击,对标的公司各地经销商,尤其是重点疫情区域经销商的日常经营也产生影响。截至本回复出具日,标的公司与各地经销商共同发起万人守护宣言行动,为

各地经销商防疫工作提供全方位支持,随着除疫情严重区域外其他经销商逐步复工,预计影响将逐步减少并消除。

除经销模式受到疫情冲击影响外,标的公司 ODM 模式、工程模式和电商模式下的产品销售受到的影响相对较小。截至本回复出具日,尚不存在重大合同订单被取消的情形,考虑到海外疫情发展态势尚不明确,标的公司不排除未来会对标的公司出口模式销售产生影响,鉴于标的公司 2017 年、2018 年及 2019 年出口销售占主营业务收入的比例分别为 0.95%、1.90%和 7.46%,预计整体影响较小。

电商模式是疫情发展期间标的公司重点支持的销售渠道,标的公司相关资源向电商渠道进行倾斜,进一步加强线上销售的支持力度,目前正在与线上平台探索新的合作模式,并通过与头部网红签署带货协议等方式,弥补线下销售受到的影响。

2、产品生产方面

标的公司的子公司浙江凯迪仕和东莞凯迪仕是标的公司主要生产基地,分别位于浙江省温州市和广东省东莞市,其中温州市为本次疫情重点区域,防疫形势严峻,对浙江凯迪仕复工生产提出了非常高的要求。

经过标的公司各部门和当地政府各级领导的积极努力,浙江凯迪仕于 2020 年 2 月 19 日取得复工批复,各地工人陆续返岗,标的公司生产经营逐渐恢复正常。截至本回复出具日,凯迪仕总部和各子公司均已恢复正常生产经营。目前标的公司生产复工情况能满足订单交付计划要求,且与客户保持良好沟通,标的公司日常订单或重大合同的履行不存在障碍。

标的公司按照总部及各子公司所在地区疫情防控要求,严格实施发热检测、要求员工佩戴口罩等防护措施,目前员工身体状态均正常,未出现确诊、疑似或密切接触者案例。

综上,根据标的公司目前生产及销售情况,标的公司 2020 年一季度经营业绩会受到疫情影响,相关影响为暂时性影响,且标的公司已采取必要解决措施。

未来期间能够恢复正常状态，与本次新型冠状病毒肺炎疫情的相关风险已在重组报告书之“第十二节 风险因素”之“二、交易标的的经营相关风险”中进行了补充披露，披露内容如下：

“考虑到新型冠状病毒肺炎疫情对整个国内宏观环境、商品流通领域的影响，标的公司产品销售和生产方面亦会受到疫情的一定影响。截至本报告书出具日，国内外疫情发展情况尚未明确，其对标的公司主营业务及盈利预测承诺可实现性的影响仍具有不确定性，提醒投资者注意上述风险。”

（二）交易各方对本次交易中盈利预测承诺补偿条款的修改

考虑到国内外新型冠状病毒肺炎疫情风险尚未完全解除，且疫情后续发展具有不确定性，可能对标的公司 2020 年生产销售产生暂时性影响。在不影响本次交易基本方案以及保护中小股东利益的前提下，同时也是为标的公司抗疫生产提供合理支持，本次重组相关方经协商确认，拟对本次重组方案中补偿缓冲期安排进行调整。在盈利预测期每年承诺净利润不发生变化的情况下，将 2020 年盈利预测补偿的利润下限从承诺净利润的 90%调整为 70%。具体调整情况如下：

1、调整前

若标的公司 2020 年度实现的扣除非经常性损益后的净利润大于或等于 2020 年度承诺净利润的 90%，则不触发当期补偿义务，若 2020 年度实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度承诺净利润的 90%，则按《购买资产协议》的约定由补偿义务人进行相应补偿；若 2020 年度、2021 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润大于或等于 2020 年度、2021 年度累计承诺利润的 90%，则不触发当期业绩补偿，若 2020 年度、2021 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度、2021 年度累计承诺利润的 90%，则按《购买资产协议》的约定计算当期补偿金额并由补偿义务人进行相应补偿；若 2020 年度、2021 年度、2022 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度、2021 年度、2022 年度累计承诺利润的 100%，则按《购买资产协议》的约定计算当期补偿金额并由补偿义务人进行相应补偿。已履行的业绩补偿行为不可撤销。

补偿缓冲期的具体安排如下：

考核期间	累计实现业绩占累计承诺业绩的比例		
	小于 90%	大于等于 90%但小于 100%	大于等于 100%
第一年（2020 年）	应当补偿	无需补偿	无需补偿
第二年（2021 年）	应当补偿	无需补偿	无需补偿
第三年（2022 年）	应当补偿		无需补偿

2、调整后

若标的公司 2020 年度实现的扣除非经常性损益后的净利润大于或等于 2020 年度承诺净利润的 70%，则不触发当期补偿义务，若 2020 年度实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度承诺净利润的 70%，则按《购买资产协议》的约定由补偿义务人进行相应补偿；若 2020 年度、2021 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润大于或等于 2020 年度、2021 年度累计承诺利润的 90%，则不触发当期业绩补偿，若 2020 年度、2021 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度、2021 年度累计承诺利润的 90%，则按《购买资产协议》的约定计算当期补偿金额并由补偿义务人进行相应补偿；若 2020 年度、2021 年度、2022 年度累计实现的扣除非经常性损益后的净利润小于 2020 年度、2021 年度、2022 年度累计承诺利润的 100%，则按《购买资产协议》的约定计算当期补偿金额并由补偿义务人进行相应补偿。已履行的业绩补偿行为不可撤销。

补偿缓冲期的具体安排如下：

考核期间	累计实现业绩占累计承诺业绩的比例			
	小于 70%	大于等于 70%但小于 90%	大于等于 90%但小于 100%	大于等于 100%
第一年（2020 年）	应当补偿	无需补偿	无需补偿	无需补偿
第二年（2021 年）	应当补偿		无需补偿	无需补偿
第三年（2022 年）	应当补偿			无需补偿

上述调整并未改变业绩承诺方对补偿期的总体补偿义务，亦不构成对本次方案的重大方案调整。上述调整方案已经上市公司第三届董事会第二十四次会议、第三届监事会第十五次会议以及上市公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过。

上述内容已在重组报告书之“第一节 本次交易概况”之“三、本次交易的具体方案”之“（六）业绩承诺补偿”中进行了补充披露。

五、未解锁股份无法覆盖业绩补偿风险与应对措施及对上市公司和中小股东权益的影响

（一）本次交易业绩承诺补偿方及锁定安排

在本次交易中，上市公司与交易对方经过协商，在充分考虑各方交易诉求、未来业绩承诺责任和补偿风险因素的基础上，约定苏祺云、苏志勇、深圳领凯、蒋念根、李广顺、徐海清作为业绩承诺方，在业绩承诺期内承担全部业绩补偿责任，保障业绩补偿的可实现性。根据交易协议安排，业绩承诺方的锁定期安排如下：

交易对方苏祺云于本次交易中获得的上市公司股份自上市之日起 12 个月内不得转让。自该等股份上市之日起 12 个月后，在满足一定条件时分 3 期解除锁定，具体股份解除锁定安排如下：

期数	解除锁定条件	解锁股份数量
第一期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2020 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年实际净利润达到 2020 年承诺净利润，或 2020 年度对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕； 且苏祺云取得上市公司股份的时间不少于 12 个月	解锁股份数量=苏祺云获得股份总数*30%-当年已补偿的股份（若有）
第二期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2021 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年及 2021 年实际净利润之和达到 2020 年至 2021 年承诺净利润之和，或 2020 年度、2021 年度对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕	解锁股份数量=苏祺云获得股份总数*60%-累计已补偿的股份（若有）
第三期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2022 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年至 2022 年实际净利润之和达到 2020 年至 2022 年承诺净利润之和，或 2020 年度至 2022 年对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕	解锁股份数量=苏祺云获得股份总数*100%-累计已补偿的股份（若有）

蒋念根、徐海清、李广顺于本次交易中获得的上市公司股份自上市之日起 12 个月内不得转让。

深圳领凯若取得上市公司股份时，其用于认购股份的资产持续拥有权益的时

间不足 12 个月，则于本次交易中获得的上市公司股份自上市之日起 36 个月内不得转让。若取得上市公司股份时，其用于认购股份的资产持续拥有权益的时间已满或超过 12 个月，则于本次交易中获得的上市公司股份自上市之日起 12 个月内不得转让，自该等股份上市之日起 12 个月后，在满足一定条件时分 3 期解除锁定，具体股份解除锁定安排如下：

期数	解除锁定条件	解锁股份数量
第一期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2020 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年实际净利润达到 2020 年承诺净利润或 2020 年度对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕； 且深圳领凯取得上市公司股份的时间不少于 12 个月	解锁股份数量=深圳领凯获得股份总数*30%-当年已补偿的股份（若有）
第二期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2021 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年及 2021 年实际净利润之和达到 2020 年至 2021 年承诺净利润之和或 2020 年度、2021 年度对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕	解锁股份数量=深圳领凯获得股份总数*60%-累计已补偿的股份（若有）
第三期	顶固集创在指定媒体披露凯迪仕 2022 年盈利预测实现情况的专项审核报告，凯迪仕 2020 年至 2022 年实际净利润之和达到 2020 年至 2022 年承诺净利润之和或 2020 年度至 2022 年对应的业绩补偿义务（若有）已履行完毕	解锁股份数量=深圳领凯获得股份总数*100%-累计已补偿的股份（若有）

各交易对方于本次交易中取得上市公司股份所派生的股份，如红股、资本公积金转增股份等，亦遵守上述锁定安排。

（二）未解锁股份无法覆盖业绩补偿风险分析

为了量化分析在补偿义务人每年按照《发行股份购买资产协议》中的股份锁定条款最大限度进行股份减持的情形下未解锁股份对补偿金额的覆盖程度，分别假设业绩承诺期内各年实现的净利润为 0 万元，但之前年度的实际净利润均达到了承诺值，该种情况下，未解锁股份对补偿金额的覆盖率如下表所示：

业绩补偿期间	承诺净利润 (万元)	因未完成承诺净利润应补偿金额 (万元)	未完成承诺净利润应补偿股份数 (万股)	履行补偿义务前未解锁股份数量 (万股)	覆盖率
2020 年	10,800	36,371.58	2,662.63	6,073.42	228.10%

业绩补偿期间	承诺净利润 (万元)	因未完成承诺净 利润应补偿金额 (万元)	未完成承诺净 利润应补偿股 份数 (万股)	履行补偿义务 前未解锁股份 数量 (万股)	覆盖率
2021 年	12,300	41,423.19	3,032.44	3,652.53	120.45%
2022 年	13,500	45,464.48	3,328.29	2,087.16	62.71%

注：2020 年因未完成承诺净利润应补偿金额=本次交易价格 123,259.26 万元×（截至当期期末累计承诺净利润 10,800 万元-截至当期期末累计实际实现净利润 0 元）÷承诺期承诺净利润总和 36,600 万元；

2021 年因未完成承诺净利润应补偿金额=本次交易价格 123,259.26 万元×（截至当期期末累计承诺净利润 23,100 万元-截至当期期末累计实际实现净利润 10,800 元）÷承诺期承诺净利润总和 36,600 万元；

2022 年因未完成承诺净利润应补偿金额=本次交易价格 123,259.26 万元×（截至当期期末累计承诺净利润 36,600 万元-截至当期期末累计实际实现净利润 23,100 元）÷承诺期承诺净利润总和 36,600 万元。

未完成承诺净利润应补偿股份数=各年因未完成承诺净利润应补偿金额÷13.66 元/股。

2020 年、2021 年，补偿义务人因标的公司未实现承诺净利润而触发业绩补偿义务时，补偿义务人的未解锁股份可以全部覆盖本次交易的补偿金额，2022 年未解锁股份覆盖率为 62.71%。

上述内容已在重组报告书“第一节 本次交易概况”之“三、本次交易的具体方案”之“（六）业绩承诺补偿”中进行了披露。

（三）补偿风险的保障及应对措施

根据上述测算，极端情形下，补偿义务人的未解锁股份在 2020 年、2021 年对本次交易补偿金额的覆盖率均超过 100%，可以使用股份补偿，无需现金补偿。如补偿义务人按《发行股份购买资产协议》中的股份锁定条款最大限度进行股份减持，未解锁股份在 2022 年度对本次交易补偿金额的覆盖率为 62.71%。根据《发行股份购买资产协议》，各补偿义务人先以其因本次交易取得的上市公司股份进行补偿，不足的部分由相应补偿义务人以现金补偿。上述极端情况下需要现金补偿的最大金额为 16,953.91 万元。

针对补偿风险，相应保障及应对措施说明如下：

1、标的公司经营情况良好，报告期内销售收入和净利润均保持较好增长态势，结合标的公司所处行业处于快速发展阶段，国内及海外市场发展潜力巨大，极端情况出现的可能性比较低；

2、本次交易中，顶固集创拟以发行股份方式支付交易对价的 70%，即 86,281.48 万元；以现金方式支付交易对价的 30%，即 36,977.78 万元，本次交易的补偿义务人合计所获得现金共计 35,555.56 万元。补偿义务人现金补偿的资金来源为本次交易的现金对价部分以及出售已解锁股份所获得的现金，具有现金补偿的履约能力；

3、本次交易中，约定了补偿义务人对补偿责任相互承担连带责任，有利于增强履约保障能力；

4、上述补偿义务人最近五年不存在未按期偿还大额债务、未履行承诺、被中国证监会采取行政监管措施或受到证券交易所纪律处分的情形。因此，本次交易补偿义务人的资信良好，不存在无法履约的不良记录；

5、若交易对方未对上市公司进行补偿，上市公司将根据《发行股份购买资产协议》的违约责任条款向交易对方进行追偿。

除上述补偿风险保障及应对措施外，上市公司还特别重视业绩对赌期满后标的公司发展的可持续性。为了防止业绩对赌期满后标的公司出现管理震荡、业绩变脸等情况，在谈判期间，除商讨交易方案外，上市公司更是与交易对方重点研究、讨论了标的公司股权交割完成后双方如何加快整合步伐、发挥市场协同效应等问题，争取将标的公司尽快纳入上市公司统一管理和控制体系以内，从而更好的保护上市公司股东的长期利益。

上述内容已在重组报告书“第一节 本次交易概况”之“三、本次交易的具体方案”之“（六）业绩承诺补偿”中进行了披露。

（四）对上市公司和中小股东权益的影响

根据《重组管理办法》第三十五条第三款的规定“上市公司向控股股东、实

际控制人或者其控制的关联人之外的特定对象购买资产且未导致控制权发生变更的，不适用本条前二款规定，上市公司与交易对方可以根据市场化原则，自主协商是否采取业绩补偿和每股收益填补措施及相关具体安排。”

根据《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》，交易对方为上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人，应当以其获得的股份和现金进行业绩补偿。如构成重组上市的，应当以拟购买资产的价格进行业绩补偿的计算，且股份补偿不低于本次交易发行股份数量的 90%。业绩补偿应先以股份补偿，不足部分以现金补偿。

本次交易的交易对方不属于上市公司控股股东、实际控制人或者其控制的关联人，本次交易亦不构成重组上市。根据上述规定，上市公司可以与其自主协商是否进行业绩补偿，以及业绩补偿的方式和相关具体安排。本次交易的业绩补偿安排符合《重组管理办法》、《上市公司监管法律法规常见问题与解答修订汇编》的相关规定。

综上所述，标的公司报告期内经营情况良好，股份补偿对价的覆盖比例较高，补偿义务人进行现金补偿的可能性较小；补偿义务人具备一定资金实力，且最近五年内资信状况良好，履约保障性强。本次方案中通过对股份锁定期安排方式，有效保障了业绩补偿的可行性，本次交易的《发行股份购买资产协议》中明确约定了双方的违约责任及争议解决措施。本次交易业绩承诺补偿方案设置具有合理性，业绩承诺安排符合相关法律法规规定，可以保护上市公司和中小股东的利益。

上述内容已在重组报告书“第一节 本次交易概况”之“三、本次交易的具体方案”之“（六）业绩承诺补偿”中进行了披露。

六、核查意见

经核查，会计师认为：

标的公司行业处于快速发展阶段，行业竞争日趋激烈，随着市场集中度的不断提升，标的公司作为行业领先企业，凭借品牌、技术和销售渠道等优势将继续保持较好的发展趋势。标的公司产品价格每年略有下降，产品价格趋势与外部竞争环境相符。标的公司具有较强的市场拓展能力，且在本次重组完成后会得到进

进一步加强。标的公司的盈利预测已经充分考虑了上述因素，盈利预测具有可实现性。

标的公司报告期内经营情况良好，股份补偿对价的覆盖比例较高，补偿义务人进行现金补偿的可能性较小；补偿义务人具备一定资金实力，且最近五年内资信状况良好，履约保障性强。本次方案中通过对股份锁定期安排方式，有效保障了业绩补偿的可行性，本次交易的《发行股份购买资产协议》中明确约定了双方的违约责任及争议解决措施。本次交易业绩承诺补偿方案设置具有合理性，业绩承诺安排符合相关法律法规规定，可以保护上市公司和中小股东的利益。

此外，考虑到 2020 年初至今新型冠状病毒肺炎疫情的发展，标的公司 2020 年一季度经营业绩会受到疫情影响，相关影响为暂时性影响，且标的公司已采取必要解决措施，未来期间能够恢复正常状态，与本次新型冠状病毒肺炎疫情的相關风险已在重组报告书中进行了补充披露。

问题 28

28.请申请人补充披露，本次交易标的资产是否已经根据 2017 年财政部发布修订的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称新收入准则）确认收入。如未适用，请申请人补充披露本次交易完成后，标的资产纳入上市公司合并报表并适用新收入准则对标的资产业绩的影响情况，包括但不限于具体影响的金额及原因等。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、请申请人补充披露，本次交易标的资产是否已经根据 2017 年财政部发布修订的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称新收入准则）确认收入

标的公司尚未执行 2017 年财政部发布修订的《企业会计准则第 14 号—收入》。

二、如未适用，请申请人补充披露本次交易完成后，标的资产纳入上市公司合并报表并适用新收入准则对标的资产业绩的影响情况，包括但不限于具体影响的金额及原因等

凯迪仕销售商品收入确认具体原则为：

经销模式：货物按合同交运至经销商指定物流公司或经销商处后；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。

电子商务模式：凯迪仕委托专业电商运营机构通过电商平台线上销售智能门锁产品，主要电商平台包括天猫、京东等。凯迪仕与电商运营机构的合作关系为代理销售关系，即凯迪仕将产品交付给电商运营机构进行销售，并按电商运营机构实际销售的产品（代销清单）定期进行结算，未代销完的形成凯迪仕存货。

ODM 客户销售模式：凯迪仕根据与 ODM 客户签署的合同要求，自行进行智能锁产品研发、设计与生产，贴客户的品牌并交付产品。ODM 客户一般需预付一定比例货款，凯迪仕安排生产并发货，次月 15 日内与客户对账一致后确认收入的实现。

工程客户模式：工程客户又分为工程代理商和工程地产商。其中工程地产商：货物已交付客户、如需安装的订单已安装完毕并取得客户签字确认的安装回执；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。工程代理商收入确认原则同经销模式。

外贸：一般采用 FOB、CIF 的条款，在产品报关出口后确认销售收入。

标的公司目前的收入确认政策谨慎、稳健，符合标的公司业务实质，与行业内通行的做法不存在重大差异。新收入准则以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准，标的公司目前的收入确认时点与新收入准则关于收入确认时点的规定基本一致，经过初步评估，后续新收入准则的执行不会对标的公司收入确认政策产生实质影响。

三、核查意见

经核查，会计师认为：标的公司目前的收入确认政策谨慎、稳健，符合标的公司业务实质，与行业内通行的做法不存在重大差异；标的公司目前的收入确认时点与新收入准则关于收入确认时点的规定基本一致，后续新收入准则的执行不会对标的公司收入确认政策产生实质影响。

问题 30

30.申请文件显示，本次交易设置了超额业绩奖励条款，在业绩补偿承诺期内，若凯迪仕实际实现净利润数超过当期承诺净利润数时，则按年度进行超额业绩奖励，请你公司根据《关于并购重组业绩奖励有关问题与解答》的规定，补充披露设置业绩奖励以及按年度进行奖励的原因、依据及合理性，相关会计处理及对上市公司可能造成的影响。请独立财务顾问、会计师和律师核查并发表明确意见。

回复：

一、本次交易的超额业绩奖励方案

根据上市公司与本次交易的业绩承诺方签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》及《<发行股份及支付现金购买资产协议>之补充协议》，本次交易的超额业绩奖励方案如下：

在业绩补偿承诺期内，若凯迪仕实际实现净利润数超过当期承诺净利润数时，则按年度进行超额业绩奖励，超额业绩奖励金额=（截至该年度的累计实际实现净利润数-截至该年度的累计承诺净利润数）×40%—已经获授的超额业绩奖励金额。其中超额业绩奖励金额中的50%在凯迪仕当年的《专项审核报告》及《减值测试报告》披露后10个工作日内，由凯迪仕按照上市公司董事会届时确定的奖励方案一次性以现金方式奖励给届时仍于凯迪仕任职的管理层和核心管理人员。超额业绩奖励金额中另外50%则在凯迪仕2022年度《专项审核报告》及《减值测试报告》披露后10个工作日内，由凯迪仕按照上市公司董事会届时确定的奖励方案一次性以现金方式奖励给届时仍于凯迪仕任职的管理层和核心管理人员。管理层和核心管理人员名单及具体奖励方案届时由凯迪仕报上市公司董事会确定，超额业绩奖励相关的纳税义务由实际受益人自行承担。

承诺期内，超额业绩奖励总额不应超过凯迪仕累积实际实现超额业绩部分的40%，且不超过本次交易价格总额的20%，即24,651.85万元。超过部分若已发放，则需由获得业绩奖励的管理层和核心管理人员在当年的《专项审核报告》及《减值测试报告》披露后10个工作日内按凯迪仕代扣代缴个人所得税前的金额无偿全额返还给凯迪仕，苏祺云和苏志勇对上述超过部分业绩奖励的返还承担连带责任。超过部分若尚未发放，则不再发放。

二、设置业绩奖励以及按年度进行奖励的原因、依据及合理性

（一）设置业绩奖励以及按年度进行奖励的原因

智能门锁的核心技术涉及锁体技术、生物识别技术、物联网技术等，其产品生产具有较强的专业性，凯迪仕目前已经拥有了一批优秀的研发团队、管理团队以及各种专业性技术人才，这些优秀人才对凯迪仕的经营发展具有重要影响。随着智能门锁市场竞争加剧，行业内竞争对手对核心技术及管理人才的争夺也将加剧，一旦管理及核心技术人员离开公司，将可能削弱凯迪仕的竞争优势，给凯迪仕的生产经营和发展造成不利影响。

本次交易完成后，上市公司将取得凯迪仕 100%股权。为保证凯迪仕核心技术及管理人才团队的稳定性，充分激发上述人员的经营活力和积极性，更好的完成业绩承诺并创造更大的经济效益，上市公司与业绩承诺方基于市场化原则，通过商业谈判达成超额业绩奖励相关安排。同时，考虑到本次交易业绩承诺和补偿均按年度进行，交易各方经过谈判，在符合中国证监会关于并购重组业绩奖励的相关规定的前提下，同时参考此前市场上已实施完毕的可比交易案例，最终协商确定业绩奖励亦按年度进行支付。

（二）相关依据及合理性

根据中国证监会《关于并购重组业绩奖励有关问题与解答》，业绩奖励安排应基于标的资产实际盈利数大于预测数的超额部分，奖励总额不应超过其超额业绩部分的 100%，且不超过其交易作价的 20%。根据本次交易的相关条款，本次交易的超额业绩奖励仅为超额业绩的部分奖励，并非全额奖励，奖励总额不超过其超额业绩部分的 100%，亦不超过本次交易作价的 20%，符合中国证监会《关于并购重组业绩奖励有关问题与解答》的相关规定。

同时，本次交易业绩奖励的设置条款亦参考了市场上已公开披露的相关交易案例，具体如下：

上市公司	交易内容	相关条款
同有科技 (300302)	北京同有飞骥科技股份有限公司发行股份及支	盈利承诺期内，标的公司每一年度当期实现净利润数超过当期承诺净利润数 110%（不含本数）时，按超过当期承诺净利润数部分的 50%计提当期业绩

	付现金购买资产并募集配套资金	奖励给标的公司的在职管理团队。
立昂技术 (300603)	立昂技术股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易	当标的公司业绩承诺当年实现的净利润超过当年承诺净利润且有匹配的现金流时，按下列公式计算可用于奖励的金额： 可用于奖励的金额=（标的公司当年度经审计的合并报表中扣除非经常性损益、扣除投资收益后归属于母公司所有者的净利润-当年承诺净利润-商誉减值）×50% 上述计算的可用于奖励的金额上限不得超过本次标的资产交易价格总额的 20%。该奖励金额可作为奖金奖励给届时仍在标的公司任职的核心管理团队成员在内的相关主体。

此外，本次交易包含上述业绩奖励安排的方案已经上市公司董事会、股东大会审议通过，且经出席会议 100%的中小股东投票通过，得到了中小股东的支持。

因此，本次交易的业绩奖励安排依据充分，具有合理性。

（三）补充披露

上述内容已在重组报告书“第一节 本次交易概况”之“三、本次交易的具体方案”之“（九）超额业绩奖励”中进行了补充披露。

三、相关会计处理及其对上市公司可能造成的影响

根据中国证监会《2013 年上市公司年报会计监管报告》对企业合并交易中的业绩奖励问题的相关意见，“通常情况下，如果款项的支付以相关人员未来期间的任职为条件，那么相关款项很可能是职工薪酬而不是企业合并的合并成本”；根据《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》第二条规定：“职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。”本次奖励支付对象为届时标的公司核心管理人员，该项支付安排实质上是为了获取员工服务而给予的激励和报酬，故应作为职工薪酬核算。其会计处理如下：

借：管理费用

贷：应付职工薪酬

根据本次交易超额业绩奖励安排，在标的公司实现了超额业绩的情况下，在计提业绩奖励的会计期间内将增加标的公司相应成本费用，进而影响上市公司当

期合并财务报表的净利润。但是，由于业绩奖励金额是在标的公司完成承诺业绩的基础上对超额利润的分配，有利于激励标的公司超额完成承诺业绩，同时，奖励机制有利于激励标的公司核心技术及管理团队的积极性，提升标的公司整体业绩，总体上有利于归属上市公司普通股股东的权益。

四、核查意见

经核查，会计师认为：本次超额业绩奖励安排符合风险收益对等原则，具备商业合理性，同时符合中国证监会《关于并购重组业绩奖励有关问题与解答》的相关规定；与本次交易相关的超额业绩奖励具体核算方式以及相关会计处理方法符合《企业会计准则》的规定；承诺期根据超额利润计提的业绩奖励在一定范围内会影响公司当期损益，但不会对上市公司未来经营造成不利影响。

大华会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师：

吴会
中国注册
吴萃柿

中国注册会计师：

刘泽涵

二〇二〇年五月二十七日

证书编号: 440300480451
 No. of Certificate

批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2008 年 12 月 29 日
 Date of Issuance



姓名: 吴翠梅
 Full name: Wu Cuimei

性别: 女
 Sex: Female

出生日期: 1971-03-11
 Date of birth: 1971-03-11

工作年限: 37
 Working year: 37

身份证号: 440302197103110025
 Identification No.: 440302197103110025



年度检验登记
 Annual Renewal Registration



吴翠梅
 440300480451
 深圳市注册会计师协会



姓名: 刘泽通
 Sex: 男
 出生日期: 1987-03-11
 Date of Birth: 1987-03-11
 工作单位: 深圳泽通会计师事务所
 Working Unit: 深圳泽通会计师事务所
 身份证号: 440304198703110000
 Identity Card No.: 440304198703110000

证书编号: 310000034764
 No. of Certificate: 310000034764

注册单位: 深圳泽通会计师事务所
 Registered Unit: 深圳泽通会计师事务所

有效期至: 2015 年 11 月 04 日
 Validity: 2015 年 11 月 04 日



年度检验登记

Annual Renewal Registration

注册会计师工作单位变更事项登记

Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意转出
 Agree the holder to be transferred from

年
 after



刘泽通
 310000034764
 深圳市注册会计师协会

同意转入
 Agree the holder to be transferred to

2015 年 6 月 10 日
 Stamp of the transferee Institute of CPAs

同意转入
 Agree the holder to be transferred to

2015 年 6 月 10 日
 Stamp of the transferee Institute of CPAs



营业执照

(副本) (7-1)

统一社会信用代码

91110108590676050Q



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多信息、
备案、许可、监
管信息

名称 大华会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 梁春, 杨雄

经营范围

审查企业会计报表, 出具审计报告; 验证企业资本, 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务, 出具有关报告; 基本建设年度财务决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 法律、法规规定的其他业务; 无(企业依法自主选择经营项目, 开展经营活动; 依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动; 不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

成立日期 2012年02月09日

合伙期限 2012年02月09日至 长期

主要经营场所 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101

此件仅用于业务报告专用, 复印无效。



登记机关

2020年04月08日

国家企业信用信息公示系统网址:

<http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

证书序号: 0000093

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制

此件仅用于业务报告专用, 复印无效。

会计师事务所

执业证书

名称: 大华会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 梁春

主任会计师:

经营场所: 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010148

批准执业文号: 京财会许可[2011]0101号

批准执业日期: 2011年11月03日



证书序号: 000398

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证



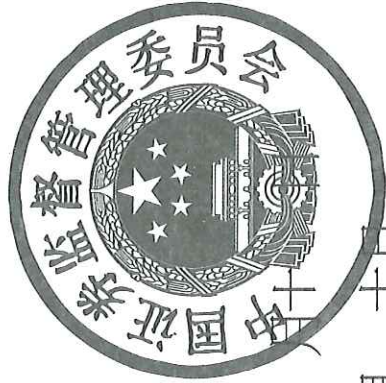
经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准

大华会计师事务所 (特殊普通合伙)

执行证券、期货相关业务。

首席合伙人

此件仅用于业务报告专用, 复印无效。



证书号: 01

发证时间:

证书有效期至: 二〇二〇年九月 十日