

深圳市艾比森光电股份有限公司
申请向特定对象发行股票之
审核问询函的回复
大华核字[2021]0011184 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

深圳市艾比森光电股份有限公司
申请向特定对象发行股票之
审核问询函的回复

	目 录	页 次
一、	深圳市艾比森光电股份有限公司申请向特定对象发行股票之审核问询函的回复	1-37

深圳市艾比森光电股份有限公司
申请向特定对象发行股票之审核问询函的回复

大华核字[2021]0011184 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2021 年 9 月 3 日出具的《关于深圳市艾比森光电股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2021〕020234 号）（以下简称“问询函”）的要求，本所作为深圳市艾比森光电股份有限公司（以下简称“艾比森”或“公司”）申报注册会计师，对问询函中涉及的会计与审计问题进行了逐项核查与落实。

现就问询函中涉及问题的核查和落实情况逐条说明如下，以下回复中若出现各分项数值之和与总数尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成；以下回复中出现的 2021 年财务数据未经审计。

问题 1

最近三年一期,发行人净利润分别为 23,520.80 万元、10,365.30 万元、-7,170.50 万元和-3,816.21 万元;主要产品 LED 显示器毛利率分别为 38.49%、32.54%、26.74%和 21.69%,净利润和毛利率水平呈逐年下降趋势。发行人披露业绩下滑的原因包括疫情、客户结构变动、渠道建设和品牌营销投入加大等。

请发行人补充说明:(1)最近一期营业收入同比增长情况下,净利润和扣非归母净利润却大幅下滑的原因及合理性;(2)结合疫情、客户结构变动、渠道建设和品牌营销投入加大等因素的具体情况,说明发行人应对净利润、主要产品毛利率下滑的具体措施及效果,相关影响因素是否已消除,是否存在净利润继续下滑的风险,是否会对公司未来生产经营造成重大不利影响。

请发行人补充披露(2)项涉及的相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、最近一期营业收入同比增长情况下,净利润和扣非归母净利润却大幅下滑的原因及合理性

公司 2021 年 1-6 月利润表主要科目及相关财务指标与上年同期对比情况如下:

单位:万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动额	变动率
营业收入	84,372.18	74,242.05	10,130.13	13.64%
营业成本	65,975.88	50,927.64	15,048.24	29.55%
毛利	18,396.30	23,314.41	-4,918.09	-21.09%
毛利率	21.80%	31.40%	-	-9.60%
税金及附加	393.82	281.31	112.51	40.00%
销售费用	15,369.75	10,653.16	4,716.59	44.27%
销售费用率	18.22%	14.35%	-	3.87%
管理费用	5,695.45	5,476.89	218.56	3.99%
研发费用	4,542.31	3,800.31	742.00	19.52%

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	变动额	变动率
财务费用	92.10	-777.64	869.74	111.84%
其他收益	1,449.38	1,230.60	218.78	17.78%
投资净收益	408.45	119.04	289.41	243.12%
公允价值变动净收益	-122.89	-	-122.89	-
减值损失	304.41	-2,465.86	2,770.27	112.34%
资产处置收益	32.18	-5.49	37.67	686.16%
营业利润	-5,625.62	2,758.67	-8,384.29	-303.93%
营业外收入	11.61	198.56	-186.95	-94.15%
营业外支出	4.24	80.19	-75.95	-94.71%
利润总额	-5,618.25	2,877.04	-8,495.29	-295.28%
所得税费用	-1,777.45	-327.84	-1,449.61	-442.17%
净利润	-3,840.80	3,204.87	-7,045.67	-219.84%
少数股东损益	-24.60	-45.25	20.65	45.64%
归母净利润	-3,816.21	3,250.12	-7,066.33	-217.42%

注：毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

销售费用率=销售费用/营业收入

2021年1-6月公司营业利润同比减少8,384.29万元，同比下降303.93%；归母净利润同比减少7,066.33万元，同比下降217.42%。公司业绩下滑主要系营业利润下滑所致。由上表可知，营业利润下滑主要受以下因素影响：（1）受境外疫情影响，公司主动调整销售结构，重资源投入中国市场拓展，提升中国市场占有率，毛利率较低的境内业务的收入占比增加致使整体毛利率有所下降，2021年上半年毛利率为21.80%，较上年同期下降9.60%；（2）公司在品牌营销、渠道建设、产品力提升和组织建设等重点领域持续保持投入，期间费用尤其是销售费用增加较多；（3）2020年1-6月，受人民币贬值影响，产生较多汇兑收益，2021年1-6月则不存在该因素。具体分析如下：

（一）疫情及客户结构变动导致毛利率下降

2021年1-6月及2020年1-6月，公司境内市场和境外市场销售收入及毛利率情况如下所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月			2020年1-6月		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
境内市场	49,395.24	58.54%	15.59%	17,907.10	24.12%	18.02%
境外市场	34,976.94	41.46%	30.58%	56,334.95	75.88%	35.66%
其中：亚洲（除中国以外）	9,476.99	11.23%	22.12%	17,442.99	23.49%	32.09%
欧洲	12,039.65	14.27%	28.73%	16,468.70	22.18%	30.59%
北美洲	7,686.09	9.11%	45.52%	9,972.30	13.43%	52.84%
南美洲	3,371.00	4.00%	22.91%	7,984.90	10.76%	32.39%
非洲	1,228.14	1.46%	32.43%	3,273.83	4.41%	32.12%
大洋洲	1,175.07	1.39%	40.19%	1,192.23	1.61%	45.71%
合计	84,372.18	100.00%	21.80%	74,242.05	100.00%	31.40%

2020年疫情爆发之前，公司主要专注于LED显示海外市场，海外市场销售收入占比较高，2018年度和2019年度海外销售收入占比均超过70%。2020年3月份海外疫情爆发之后，海外市场传统的广告、舞台/租赁业务采购急剧下降。公司迅速调整销售策略，回归和聚焦中国市场，把公司在欧美、日本的高标准、高品质的产品和服务带回中国市场，把中国的经销渠道建到全国337个地级市。在大力拓展国内市场的过程中，公司主动下调毛利率以提升市场份额，突破重点行业，强化细分行业竞争力和产出。2021年上半年，国外疫情反复，而国内经济则快速恢复、稳中向好。因此，公司继续深挖国内市场潜力，实现国内主营业务的快速增长。

受以上策略调整因素影响，公司境内外客户结构出现较大变动，2021年1-6月，海外市场收入占比41.46%，相比去年同期下降34.42个百分点，国内市场销售占比为58.54%，相比去年同期上升34.42个百分点。由于境外市场销售毛利率高于境内市场，随着境外销售收入占比下降和境内销售收入占比上升，整体毛利率出现较大幅度下滑，是造成最近一期净利润大幅下滑的主要原因。

报告期各期，公司LED显示屏收入占比均超过93%，最近一期公司LED显示屏毛利率及同比增减与同行业可比上市公司的对比情况如下：

公司简称	2021年1-6月	2020年1-6月	同比增减
利亚德	28.65%	29.45%	-0.80%
洲明科技	22.48%	29.14%	-6.67%
雷曼光电	28.59%	33.86%	-5.27%
奥拓电子	26.81%	47.16%	-20.35%
ST 联建	22.54%	28.91%	-6.37%
平均值	25.81%	33.70%	-7.89%
艾比森	21.69%	31.94%	-10.25%

数据来源：同行业可比公司 LED 显示毛利率来源于各可比公司定期报告。

如上表所示，2021 年 1-6 月，受海外疫情反复、国内市场竞争加剧和原材料涨价等因素影响，同行业可比上市公司 LED 显示屏业务毛利率均呈现不同程度下滑，公司毛利率变动趋势与同行业可比上市公司保持一致。

（二）销售人员职工薪酬增长导致销售费用增加较多

公司 2021 年 1-6 月销售费用与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	变动额
职工薪酬	10,307.84	6,100.42	4,207.42
市场推广费	1,798.11	1,632.14	165.96
差旅及业务招待费	911.98	687.90	224.08
销售代理费	258.27	386.72	-128.46
安装施工及售后服务费	493.46	472.69	20.77
运输费及商业保险费	517.02	325.93	191.09
其他	1,083.07	1,047.35	35.72
销售费用合计	15,369.75	10,653.16	4,716.59
销售费用占收入比重	18.22%	14.35%	3.87%

由上表可见，公司 2021 年 1-6 月销售费用为 15,369.75 万元，较上年同期增加 4,716.59 万元，销售费用占收入比重相比上年同期增加 3.87 个百分点。公司销售费用增加主要系职工薪酬增长幅度较大所致，2021 年上半年公司共计实现签单约 13.43 亿元，同比增长 96.59%，支付给销售人员的激励奖金增加，以及 2020 年上半年疫情期间公司不发放部分月份的绩效薪酬和国家减免五险一金所致。

(三) 汇兑损益波动导致财务费用同比增加较多

公司 2021 年 1-6 月财务费用与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动额
利息支出	24.61	30.02	-5.41
减：利息收入	175.36	195.99	-20.63
汇兑损益	172.43	-701.44	873.87
银行手续费	70.41	89.77	-19.36
合计	92.10	-777.64	869.74

2020 年 1-6 月，人民币相对美元整体呈贬值趋势，公司产生的汇兑收益金额较大。2020 年年末至 2021 年上半年，美元兑人民币汇率则呈波动下降趋势，公司产生一定程度的美元汇兑损失。2020 年 1 月 1 日以来，美元兑人民币汇率走势如下：



数据来源：万得数据库。

综上所述，公司最近一期业绩下滑主要系疫情影响下主动调整销售策略，聚焦国内市场，由于国内市场销售毛利率较低，随着国内销售收入占比的大幅提升，综合毛利率下降较多。此外，销售费用的增长和汇兑损益导致的财务费用变动也对净利润产生一定影响。因此，公司最近一期业绩下滑符合行业及外部经营环境

变化趋势及自身实际情况，具备合理性。

二、结合疫情、客户结构变动、渠道建设和品牌营销投入加大等因素的具体情况，说明发行人应对净利润、主要产品毛利率下滑的具体措施及效果，相关影响因素是否已消除，是否存在净利润继续下滑的风险，是否会对公司未来生产经营造成重大不利影响。

（一）发行人应对净利润、主要产品毛利率下滑的具体措施及效果

针对净利润及主要产品毛利率下滑，公司围绕品牌价值、产品布局、生产采购成本和运营成本等方面采取了应对措施，具体如下：

1、打造品牌价值，深耕渠道，稳步提升销售规模

未来，公司将持续推进全员营销，进行差异化网络推广，精准触达，加快线下活动营销，聚焦核心细分行业，快速制造品牌声势，助力细分市场布局和本地市场开拓。此外，公司将继续深耕渠道，在会议屏领域探索并建立多元化渠道，持续进行渠道赋能，建立完善的渠道管理 IT 系统，提高渠道协同能力。通过提高品牌溢价和构建全球渠道以稳步提升销售规模。

2、优化产品布局，提高盈利水平

公司将不断优化业务和产品布局，持续推进产品升级、技术进步和营销创新，提升盈利水平。未来公司将围绕以下几方面优化产品结构：（1）精准识别客户需求，整合外部资源，高质量引入差异化产品和解决方案，刺激价值型产品需求增长；（2）推出 Micro LED 产品，抢占高端市场；（3）持续推广品牌整机，坚守品质底线，完善产品生命周期成本管理，不断提升产品竞争力，为客户创造价值。

3、强化供应链管理，降低材料成本

公司将利用自身的优势加强与上游供应商合作，获得上游供应商战略性支持。同时，基于产能预测与生产规划，对关键物料进行策略性备货，确保相对低成本的物料采购及供应保障。此外，通过导入新材料、新技术及新设备的应用来提升效率，降低综合成本。最后，公司将根据市场竞争情况及公司战略，适时调整对客户销售价格。

4、推进智能制造，优化生产成本

公司将致力于高效整合内外部供应资源，打造成本优势，做好需求管理，提高销售预测水平，完善库存和交付计划，推进 MES 全流程数字化智能制造，布局物流网络并提升物流效率，以更优生产成本，做更快的响应速度。

5、数字化管理提高运营效率，降低运营成本

公司将持续建设以客户为中心的流程型组织，深化业务流程变革，以业务、流程为基石优化 IT 架构。此外，公司将持续完善运营管理体系，构建运营数据报告体系，提高经营效率，降低整体运营成本。

6、发行人应对措施的效果

公司采取的一系列积极措施取得了一定的正向作用，2021 年第一季度、第二季度和 2021 年 1-6 月，公司相关财务数据、财务指标如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2021 年第二季度	第二季度相比第一季度变动幅度	2021 年第一季度
营业收入	84,372.18	47,719.81	30.20%	36,652.37
其中：国内收入占比	58.84%	63.61%	11.65%	51.96%
国外收入占比	41.16%	36.39%	-11.65%	48.04%
综合毛利率	21.80%	20.90%	-2.08%	22.98%
其中：国内毛利率	15.59%	16.02%	1.12%	14.90%
国外毛利率	30.58%	29.43%	-2.29%	31.72%
销售费用	15,369.75	7,810.16	3.31%	7,559.59
其中职工薪酬	10,307.84	4,845.32	-11.30%	5,462.52
汇兑损益	172.43	124.49	159.68%	47.94
净利润	-3,840.80	-1,314.48	47.97%	-2,526.32

如上表所示，2021 年上半年，公司实现营业收入 8.44 亿元，其中二季度营业收入 47,719.81 万元，相比一季度增长 30.20%。2021 年上半年，公司共计实现签单约 13.43 亿元，同比增长 96.59%。其中，通过深耕国内市场，形成较完整的渠道管理体系，实现国内显示屏签单约 7.20 亿元，同比增长 220.37%。另一方面，

随着海外重点领域战略性投入、网络营销及渠道的拓展,海外市场业务快速恢复,2021年上半年公司海外显示屏实现签单 5.39 亿元,同比增长 31.05%。

2021 年第一季度和第二季度,公司净利润分别为-2,526.32 万元和-1,314.48 万元,二季度在营业收入实现较大幅度增长的情形下,亏损幅度有所缩窄。2021 年二季度公司国内销售毛利率相比一季度有所回升,但是综合毛利率相比一季度下降 2.08 个百分点,主要系二季度国内销售收入占比进一步提高至 63.61%,由于国内销售毛利率低于国外,因此国内收入占比提升导致综合毛利率下降。2021 年二季度,公司销售费用增长率远低于营业收入增长率,其中职工薪酬相比一季度有所下降,销售费用得到较好控制。此外,汇兑损益整体上对公司净利润的影响较小,虽然二季度汇兑损失相比一季度有所增加,但是随着国内收入占比的提升及 2021 年 7 月 1 日以来美元兑人民币汇率进入平稳运行区间,外汇波动对公司盈利水平的影响将逐渐减弱。

虽然公司 2021 年二季度营业收入相比一季度实现较大幅度增长、二季度国内销售毛利率得到回升且销售费用得到有效控制,但截至 2021 年上半年末尚未实现扭亏为盈。未来,若国内外疫情未能保持低位稳定,逐步好转的态势、公司海外业务恢复缓慢或相关改善毛利率及盈利水平的措施未实现预期效益,则公司仍存在综合毛利率下滑和业绩继续下滑的风险,公司已在募集说明书“重大事项提示”和“第五节与本次发行相关的风险因素”中对相关风险进行了披露。

(二) 相关影响因素是否已消除,是否存在净利润继续下滑的风险,是否会对公司未来生产经营造成重大不利影响

1、国内外整体疫情形势趋于平稳,显示屏签单金额实现较大幅度增长

自 2020 年初以来,疫情爆发对 LED 显示行业及公司经营活动造成了一定程度的影响。截至目前,国内整体的疫情形势已趋于平稳,受益于新基建的需求拉动,公司所处 LED 行业景气度回升,市场需求显著复苏。与此同时,随着全球各地疫苗的大力推广接种,境外疫情形势也逐步进入常态化。随着国内外疫情整体趋于平稳,公司国内外显示屏签单实现较大幅度增长,2021 年 1-6 月,国内显示屏签单金额同比增长 220.37%,海外显示屏实现签单金额同比增长 31.05%。

2、销售费用增长空间较小，对净利润影响逐渐减弱

公司已建立较为完善的销售体系和较为完备的人才储备，能够为公司未来进一步扩大业务规模提供有力支持，公司未来将不会大幅增加销售人员数量及销售人员职工薪酬，未来销售费用中职工薪酬增长空间较小。

此外，截至目前，公司已基本建成覆盖全国 337 个地级市的经销商渠道。未来在品牌营销、渠道建设等方面的投入将趋于常态化，对净利润的影响逐渐弱化。

3、汇兑损益影响因素

2021 年 7 月 1 日以来，美元兑人民币汇率已处于相对稳定状态，汇兑损益对公司净利润的影响逐渐减弱。针对汇率波动风险，公司将积极开拓市场，提升销售收入，通过业绩的提升来抵消汇率波动产生的不确定性风险；同时，公司将继续加大国内市场的投入，提高国内市场份额比例，以降低汇率波动对公司业绩造成的不利影响。此外，公司还将根据预期汇率波动的情况，实时调整外销产品的定价，以抵消汇率波动可能带来的损失。公司已建立《金融衍生品交易业务控制制度》，可使用与国际业务收入规模相匹配的资金开展以套期保值为主要目的外汇金融衍生品投资对汇率波动风险进行对冲。

4、LED 显示行业发展趋势向好，在手订单充足

从行业角度看，虽然疫情导致 2020 年 LED 显示屏市场规模首次发生下降，但是 LED 显示行业的中长期发展趋势仍未改变。首先，随着小间距显示屏的应用规模进一步扩大，Mini LED 显示屏、Micro LED 显示屏逐步实现规模应用，LED 显示屏行业将迎来新的增长空间。其次，LED 商业显示一体机发展潜力巨大。伴随 5G 传输及消费升级对高清显示的需求，未来 LED 商业显示将潜力巨大。最后，国家政策支持带动高清显示需求快速扩张，依托 5G 的高速率、低时延、宽连接等特点，LED 显示屏在未来将催生诸多应用场景，4K 及 8K 高清视频将最先落地商用。从应用场景上来看，安防监控、智慧医疗、智能会议、智慧教育等都将随着 5G 技术逐步成熟，进一步带动高清视频显示需求。总体而言，受疫情影响，LED 显示行业短期内存在一定波动，从中长期角度看，LED 显示应用领域广阔、发展前景良好。

2021 年以来，随着疫情得到逐步控制及公司一系列积极措施的实施，公司 LED 显示屏签单金额及在手订单实现大幅增长。截至 2021 年 8 月 31 日，公司显示屏业务在手订单金额为 10.47 亿元，其中国内 5.15 亿元，国外 5.32 亿元，**国内、国外订单从签单到确认收入的平均周期约为 3 个月，公司在手订单充足。**

综上，公司最近一期业绩下滑主要受疫情因素和销售费用增加等因素影响，随着国内外疫情得到有效控制，公司的国内外业务实现快速增长。其次，随着公司一系列改善盈利能力的措施的效果显现，经营效益有望实现改善。最后，LED 显示行业市场前景广阔，公司在手订单充足。此外，本次发行的募集资金到位后，将全部用于补充流动资金，未来盈利能力将进一步增强。公司业绩下滑因素正在逐步消除，不会对公司业绩产生重大不利影响。

三、相关风险披露情况

针对上述事项涉及的相关风险，公司已在募集说明书“重大事项提示”和“第五节与本次发行相关的风险因素”中补充披露如下：

“（一）毛利率下滑风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 38.15%、31.74%、26.37%和 **21.80%**，整体呈下降趋势，**主要系毛利率较低的国内业务的收入占比持续上升。**随着 LED 显示屏行业竞争的加剧，产品更新换代速度加快，未来 LED 显示屏价格将下降。若未来市场竞争加剧或国家政策调整等因素，使得公司产品售价持续下滑及原材料采购价格上升，**又或者公司制定的改善毛利率的相关措施未能实现预期效益**，则公司毛利率存在下降的风险。

（六）业绩**继续**下滑风险

2020 年和 **2021 年 1-6 月**，公司营业收入分别为 164,211.47 万元和 **84,372.18** 万元，同比**分别**下降 24.69%和**增长 13.64%**，公司净利润分别为-7,170.50 万元和-**3,840.80** 万元，同比下降 169.18%和 **219.84%**，最近一年及一期，公司净利润同比出现下滑，主要系受疫情、客户结构变动、渠道建设和品牌营销投入加大等因素影响。若未来疫情不能得到有效控制、外部经营环境发生不利变化、**渠道建设和品牌营销等**相关投入不能实现预期效益，则公司经营业绩将面临**继续**下滑风险。

（八）疫情反复风险

自 2020 年以来，全球疫情爆发给中国和全球经济社会发展带来了深远而严重的影响，公司的国际业务受到较大影响。目前，国内疫情已得到较好控制，但全球疫情扩散形势依然严峻，局部地区疫情出现反复，如果后续疫情发生不利变化及出现相关产业传导等情况，将对公司生产经营带来一定影响。此外，公司客户及目标客户可能受到整体经济形势或疫情的影响，进而对公司业务开拓等造成不利影响。”

四、核查意见

（一）核查程序

我们履行了以下核查程序：

1、向公司管理层了解并分析公司最近一期业绩下滑的具体原因并分析经营业绩下滑的主要因素是否消除，是否持续对公司业绩产生重大不利影响；

2、查询同行业可比上市公司 2020 年半年度报告和 2021 年半年度报告中 LED 显示屏毛利率，分析公司毛利率变动趋势是否符合行业发展趋势；

3、取得并查阅公司最近一期销售费用明细及同比变动情况，分析销售费用上涨的主要原因；

4、查询汇率市场数据，分析公司相关汇兑损益产生的原因及合理性，了解公司针对汇率风险实施的应对措施；

5、向发行人管理层了解改善经营采取的具体措施，结合 2021 年第一季度、第二季度相关财务数据和财务指标变动情况，分析相关措施的效果；

6、获取公司截至 2021 年 8 月 31 日的在手订单金额及变动情况。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司最近一期营业收入同比增长情况下，净利润和扣非归母净利润大幅下滑主要系毛利率较低的国内业务的收入占比大幅上升所致，此外，销售人员薪酬

上升和汇率波动引致的销售费用、财务费用变动也对净利润产生了一定的影响。公司最近一期存在的业绩下滑具备合理性。

2、针对净利润、主要产品毛利率下滑情形，公司围绕品牌价值、产品布局、生产采购成本和运营成本等方面采取了积极的应对措施。公司采取的一系列积极措施取得了一定的正向作用，2021 年上半年营业收入同比增长 13.64%。公司所处 LED 显示行业发展前景良好，在手订单充足。公司业绩下滑因素正在逐步消除，不会持续对业绩产生重大不利影响。

问题 2

最近三年，发行人应收账款账面净值分别为 56,855.60 万元、59,488.59 万元、42,668.87 万元，占当期末资产总额的比例分别为 26.88%、26.56%、20.12%。2021 年 1-6 月，发行人应收账款账面净值为 34,126.51 万元，按单项计提坏账准备的应收账款账面余额为 10,051.37 万元，坏账计提比例为 75.31%，按组合计提坏账准备的应收账款账面余额为 34,633.87 万元，坏账计提比例为 8.63%。

请发行人结合最近一期末应收账款账龄情况、逾期应收账款占比较高的原因及合理性、期后回款情况，主要下游客户财务状况及坏账计提情况，公司历史坏账损失率、预期信用损失率、同行业可比公司坏账计提情况等，说明应收账款坏账计提的充分性，是否可能存在应收账款无法回收的风险，是否会对公司生产经营产生重大不利影响。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、最近一期末应收账款账龄情况、逾期应收账款占比较高的原因及合理性、期后回款情况

（一）最近一期末应收账款账龄情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司应收账款余额账龄情况如下表：

单位：万元

账龄	2021 年 6 月末	
	金额	占比
1 年以内	23,026.73	51.53%
1 至 2 年	13,527.49	30.27%
2 至 3 年	2,941.72	6.58%
3 年以上	5,189.30	11.61%
合计	44,685.24	100.00%

截至 2021 年 6 月 30 日，公司应收账款账面余额为 44,685.24 万元，主要集中在

在1年以内和1至2年，合计金额为36,554.22万元，合计占比81.80%。2年以上账龄的应收账款合计8,131.02万元，合计占比18.20%，占比较低。

（二）逾期应收账款占比较高的原因及合理性

截至2021年6月30日，公司按单项计提坏账准备的应收账款和按组合计提坏账准备的应收账款及坏账准备的具体情况如下：

单位：万元

类别	账龄/客户	账面余额	坏账准备	计提比例
按组合计提预期信用损失的应收账款	未逾期	19,397.88	387.96	2.00%
	逾期半年	8,551.29	427.56	5.00%
	逾期半年~1年	3,470.21	347.02	10.00%
	逾期1年~2年	2,313.15	925.26	40.00%
	逾期2年以上	901.34	901.34	100.00%
	逾期应收账款小计	15,235.99	2,601.18	17.07%
	小计	34,633.87	2,989.15	8.63%
单项计提预期信用损失的应收账款	客户F	2,010.15	2,010.15	100.00%
	客户G	1,079.26	323.78	30.00%
	客户H	898.50	393.54	43.80%
	客户I	872.94	872.94	100.00%
	客户J	741.06	328.25	44.29%
	客户K	396.67	396.67	100.00%
	客户L	367.82	132.54	36.03%
	客户M	309.79	309.79	100.00%
	其他	3,375.19	2,801.93	83.02%
	小计	10,051.37	7,569.59	75.31%
合计	44,685.24	10,558.73	23.63%	

截至2021年6月30日，发行人应收账款余额为44,685.24万元，其中按组合计提预期信用损失的应收账款余额为34,633.87万元，占应收账款余额比例为77.51%，单项计提预期信用损失的应收账款余额为10,051.37万元，占应收账款余额比例为22.49%。按组合计提预期信用损失的应收账款中逾期应收账款余额为15,235.99万元，主要集中在逾期半年和逾期半年至一年的区间内，分别为8,551.29万元和3,470.21万元。

报告期内，应收账款余额按逾期时间（或账龄）列示如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
未逾期	19,397.88	43.41%	25,821.90	48.37%	48,064.96	69.27%
逾期半年	8,551.29	19.14%	9,469.08	17.74%	9,306.93	13.41%
逾期半年~1年	3,470.21	7.77%	3,414.38	6.40%	2,381.27	3.43%
逾期1年~2年	2,313.15	5.18%	1,134.94	2.13%	644.35	0.93%
逾期2年以上	901.34	2.02%	934.35	1.75%	1,581.74	2.28%
逾期应收账款小计	15,235.99	34.10%	14,952.75	28.01%	13,914.29	20.05%
按组合计提预期信用损失的应收账款小计	34,633.87	77.51%	40,774.65	76.38%	61,979.25	89.32%
单项计提预期信用损失的应收账款	10,051.37	22.49%	12,612.30	23.62%	7,413.21	10.68%
合计	44,685.24	100.00%	53,386.95	100.00%	69,392.46	100.00%
项目	2018年12月31日					
	金额			占比		
1年以内(含1年)	52,049.82			80.55%		
1至2年	7,996.37			12.38%		
2至3年	1,891.77			2.93%		
3年以上	1,176.96			1.82%		
按组合计提预期信用损失的应收账款小计	63,114.92			97.68%		
单项计提预期信用损失的应收账款	1,499.17			2.32%		
合计	64,614.09			100.00%		

注：公司2018年以账龄为依据计提组合坏账准备，自2019年起，以逾期天数为依据计提组合坏账准备

单项计提应收账款方面，公司2018年末、2019年末、2020年末和2021年6月末，单项计提的应收账款分别为1,499.17万元、7,413.21万元、12,612.30万元和10,051.37万元，占应收账款余额的比重分别为2.32%、10.68%、23.62%和22.49%，单项计提的应收账款大多为逾期应收账款，单项计提应收账款整体呈上升趋势，

尤其是 2019 年末和 2020 年末单项计提应收账款大幅上升主要系：1、部分海外客户因自身经营不善导致财务状况恶化，基本丧失偿还能力；2、部分海外客户与发行人存在诉讼、产品纠纷等情形，基于谨慎性原则公司对其单项计提坏账准备；3、由于疫情影响，部分客户经营状况较差，资金周转困难。

按组合计提的应收账款方面，公司 2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末，按组合计提的应收账款中逾期应收账款占应收账款余额的比例分别为 20.05%、28.01%和 34.10%，占比逐年上升主要系：1、受疫情影响，下游客户经营受阻，偿还能力和还款意愿减弱，回款速度减慢；2、报告期内境内收入占比逐渐增加，2021 年 1-6 月境内收入占比甚至超过了境外收入占比，由于境内客户整体账期比境外客户短、部分境内客户付款审批周期较长等因素，境内客户应收账款逾期概率较大导致发行人整体的逾期应收账款占比上升。

综上，最近一期末逾期应收账款**包括大部分单项计提的应收账款和按组合计提的应收账款中逾期部分**，二者合计占比较高主要系以前年度单项计提的应收账款迁徙至最近一期末以及因疫情影响和境内外收入结构变化导致下游客户整体回款变慢，逾期应收账款占比较高具有商业合理性。

在疫情影响下，发行人更加重视应收账款管理，最近一期末应收账款余额为 44,685.24 万元，较去年年末减少 8,701.71 万元。其中按组合计提的应收账款余额为 34,633.87 万元，较去年年末减少 6,140.78 万元；单项计提的应收账款余额为 10,051.37 万元，较去年年末减少 2,560.93 万元。报告期内，发行人应收账款周转率分别为 3.41、3.25、2.67 和 1.72，经年化处理后最近一期应收账款周转率为 3.44，较 2020 年有较大提升。公司加强应收账款管理的同时，制定了稳健的坏账准备计提政策，并根据实际情况足额计提了坏账准备。

（三）期后回款情况

公司 2021 年 6 月 30 日应收账款余额为 44,685.24 万元，截至 2021 年 9 月 3 日期后回款金额为 16,079.64 万元，期后回款比例为 35.98%。最近一期末应收账款期后回款比例不高系大部分应收账款尚在信用期内。

二、主要下游客户财务状况及坏账计提情况

2021 年 1-6 月销售收入前五大客户应收账款情况如下表：

单位：万元

客户名称	销售收入	截至 2021 年 6 月 30 日应收账款余额	坏账准备	计提比例	截至 2021 年 9 月 3 日期后回款	回款比例
客户 A	1,650.92	909.41	18.19	2.00%	549.71	60.45%
客户 B	1,506.42	-	-	-	不适用	不适用
客户 C	1,492.11	401.02	8.02	2.00%	401.02	100.00%
客户 D	1,315.94	786.91	32.72	4.16%	621.19	78.94%
客户 E	1,259.28	370.70	7.41	2.00%	370.70	100.00%
合计	7,224.66	2,468.04	66.34	2.69%	1,942.62	78.71%

根据公开资料，客户 A 主要提供娱乐照明、设备出租和销售、定制照明设计和安装服务，通过美国各地的 5 个分支机构为大约 6,800 名客户提供服务。客户 B 主营业务为电器销售。客户 C 成立于 2019 年 12 月 2 日，主营业务为 LED 显示屏的销售，注册资本为 1,010 万元。客户 D 创立于 1987 年，是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，2020 年营业收入为 8,914 亿元，净利润为 646 亿元，经营活动现金流量为 352 亿元。客户 E 主要从事电器及电子产品的销售。其中客户 A、客户 B 和客户 E 为境外客户，客户 C 和客户 D 为境内客户。

截至 2021 年 6 月 30 日，上述海外客户中，客户 B 已付清货款，应收账款余额为零；客户 A 和客户 E 应收账款余额尚在合同约定的账期范围内，且公司已针对客户 A 和客户 E 购买中国出口信用保险公司的保险服务。上述国内客户中，客户 D 是全球领先的 ICT（信息与通信）基础设施和智能终端提供商，客户 C 为公司在湖北地区的经销渠道商，两家主要国内客户应收账款账龄较短且基本在账期范围内，应收账款回收风险较小，其中客户 C 期后回款率为 100%。

除客户 D 外，公司无法取得上述客户的财务数据，上述主要客户均正常经营，与公司合作时间较长且历史上未发生坏账。2021 年 6 月 30 日前五大客户应收账款余额合计 2,468.04 万元，截至 2021 年 9 月 3 日回款合计 1,942.62 万元，整体

期后回款率为 78.71%，公司预计款项回收风险低，按照组合正常计提坏账。2021 年 6 月末，上述客户应收账款账龄较短，因此计提比例较低。

三、公司历史坏账损失率、预期信用损失率、同行业可比公司坏账计提情况

(一) 公司历史坏账损失率、预期信用损失率情况

公司根据预期发生违约风险的情况，分别采用单独确定其信用损失和按风险特征组合确定其信用损失的方法。

公司对具有以下风险特征的应收账款，单独确定其信用损失：

- 1、应收款项进入中国出口信用保险公司索赔阶段时，对未赔付部分单项计提；
- 2、诉讼强制执行时，无财产执行部分单项计提；
- 3、债务人已注销，无法找到债务人部分单项计提；
- 4、重要高危应收账款单项计提。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
逾期天数与预期信用损失率分析法组合	公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的逾期账龄进行信用风险组合分类	按逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表计提
特殊风险组合	合并范围内应收款项	一般不计提坏账，除非有客观证据表明其发生了减值

根据信用风险特征组合确定的计提方法：公司基于谨慎性的原则，采用逾期迁徙率的方法算得历史违约损失率的基础上，依据公司对宏观经济及产业发展状况的判断，适当调整增加违约损失率，并按照调整后违约损失率进行减值准备的计提。

以 2018 年末至 2021 年 6 月末各期期末逾期应收账款为基础，剔除单项计提和坏账核销的应收账款等干扰项，计算一个时间段内未收回而迁徙至下一个时间

段的应收账款的比例（即迁徙率），并以迁徙率为基础计算历史坏账损失率。

剔除单项计提和坏账核销的应收账款后，2018年末至2021年6月末的逾期应收账款具体情况如下：

单位：万元

逾期天数	2021年6月30日	2020年末	2020年6月30日	2019年末	2019年6月30日	2018年末
逾期1年以内	11,884.87	12,725.09	13,732.18	8,610.24	6,215.35	6,666.40
逾期1~2年	2,313.15	1,134.94	682.44	457.03	553.16	391.04
逾期2~3年	403.16	439.81	141.22	-	49.17	73.09
逾期3年以上	27.90	18.24	15.63	454.00	111.61	92.61
合计	14,629.08	14,318.07	14,571.47	9,521.27	6,929.29	7,223.14

平均迁徙率的计算过程如下：

逾期天数	2020年6月30日-2021年6月30日	2019年末-2020年末	2019年6月30日-2020年6月30日	2018年末-2019年末	平均迁徙率
逾期1年以内	16.84%	13.18%	10.98%	6.86%	11.97%
逾期1~2年	59.08%	96.23%	25.53%	0.00%	45.21%
逾期2~3年	19.76%	100.00%	31.79%	100.00%	62.89%
逾期3年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

以迁徙率为基础计算历史损失率情况：

逾期天数	注释	平均迁徙率	历史损失率	损失率注释
逾期1年以内	①	11.97%	3.40%	①*②*③*④
逾期1~2年	②	45.21%	28.43%	②*③*④
逾期2~3年	③	62.89%	62.89%	③*④
逾期3年以上	④	100.00%	100.00%	④

出于谨慎性的考虑，公司参考历史经验、公司实际情况和前瞻性信息，在历史损失率的基础上进行了一定程度的细化和调整后估计出预期信用损失率如下：

逾期天数	历史坏账损失率	预期信用损失率
未逾期	0.00%	2.00%
逾期6个月以内	3.40%	5.00%
逾期6个月~1年	3.40%	10.00%

逾期天数	历史坏账损失率	预期信用损失率
逾期1~2年	28.43%	40.00%
逾期2年以上	100.00%	100.00%

未逾期的应收账款历史损失率为 0.00%，公司将其对应的预期信用损失率调整为 2.00%；逾期 1 年以内的应收账款历史损失率 3.40%，根据实际经营情况，公司将其进一步细化为逾期 6 个月以内和逾期 6 个月~1 年，预期信用损失率分别调整为 5.00%和 10.00%；逾期 1~2 年历史损失率为 28.43%，公司将其对应的预期信用损失率调整为 40%；逾期 2 年以上的历史损失率认定为 100.00%。公司现行的坏账计提比例均高于历史损失率，坏账计提充分。

（二）同行业可比公司坏账计提情况

报告期内，同行业可比公司应收账款坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日			2020年末		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
利亚德	290,225.85	41,133.70	14.17%	273,904.85	40,942.26	14.95%
洲明科技	159,214.24	20,511.88	12.88%	162,402.04	19,358.27	11.92%
奥拓电子	58,248.12	8,573.96	14.72%	55,323.97	9,139.61	16.52%
雷曼光电	29,144.60	7,542.45	25.88%	22,903.18	7,039.79	30.74%
ST 联建	30,886.82	11,003.50	35.63%	42,522.88	22,054.47	51.86%
艾比森	44,685.24	10,558.73	23.63%	53,386.93	10,718.06	20.08%
平均值	---	---	21.15%	---	---	24.34%
项目	2019年末			2018年末		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
利亚德	315,848.17	33,632.27	10.65%	277,183.43	23,634.92	8.53%
洲明科技	171,626.92	17,092.66	9.96%	148,595.20	14,562.71	9.80%
奥拓电子	67,714.10	7,796.92	11.51%	94,098.05	7,117.88	7.56%
雷曼光电	35,489.45	5,860.64	16.51%	26,116.76	5,481.68	20.99%
ST 联建	83,463.81	31,594.59	37.85%	117,017.47	32,220.34	27.53%
艾比森	67,596.84	9,857.51	14.58%	64,614.09	7,758.49	12.01%
平均值	---	---	16.85%	---	---	14.40%

根据上表,2021年6月末,公司坏账计提比例高于同行业可比公司平均水平。2018年末至2020年末,公司坏账计提比例略低于同行业可比公司,主要系ST联建经营异常,应收账款坏账计提比例明显偏高,拉高了同行业可比公司的平均值。剔除ST联建后,2018年末至2020年末同行业可比公司平均计提比例分别为11.78%、12.64%和18.84%,公司坏账计提比例与同行业平均水平接近。因此,报告期内公司坏账计提比例整体与同行业平均水平接近,坏账计提充分。

四、请发行人补充披露相关风险

相关风险已在募集说明书重大事项提示之“(四)应收账款回收风险”和“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“三、业务与经营风险”中披露如下:

“(五) 应收账款回收风险

报告期各期末,公司应收账款账面净值分别为56,855.60万元、59,488.59万元、42,668.87万元和**34,126.51万元**,占当期末资产总额的比例分别为26.88%、26.56%、20.12%和**15.72%**,占当期营业收入的比例分别为28.62%、27.28%、25.98%和**40.45%**。最近一期末发行人应收账款余额为**44,685.24万元**,其中按单项计提坏账准备的应收账款账面余额为**10,051.37万元**,发行人单项计提的应收账款金额较大,主要系2019年和2020年部分海外客户因符合单项计提标准,发行人对其应收账款采用单项计提方式,该部分应收账款迁徙至最近一期末。发行人单项计提的应收账款存在无法收回的风险,发行人已计提坏账准备**7,569.59万元**,坏账计提比例为**75.31%**,坏账准备计提充分。2021年1-6月公司继续调整销售市场策略,大力发展境内市场,公司营业收入同比增加**13.64%**,未来随着公司业务规模的扩大,应收账款可能将相应增加,若**部分**下游客户财务状况出现恶化或因其他原因导致回款滞缓,可能存在**部分**应收账款无法回收的风险,进而对公司未来业绩造成不利影响。”

五、核查意见

(一) 核查程序

我们履行了以下核查程序:

1、查阅了公司最近三年一期的定期报告、审计报告，报告期内各期应收账款明细账、最近一期期末的期后应收账款回款明细表；

2、查阅公司坏账准备计提政策，确定应收账款坏账准备计提政策是否符合企业会计准则规定、是否一贯地执行；

3、获取公司应收账款预期信用损失模型，检查管理层对预期信用损失的假设和计算过程，确定应收账款坏账准备的计提依据是否充分合理；

4、获取单项计提坏账准备所依据的相关资料，检查公司对主要应收账款单项计提的依据是否充分，计提比例是否合理；

5、向公司了解最近一期主要下游客户情况，分析其应收账款余额及坏账计提情况；

6、查阅并分析同行业上市公司应收账款坏账准备的计提情况，与公司进行对比，评估公司坏账准备的计提是否符合行业状况。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

公司最近一期期末应收账款账龄主要集中在 1 年以内和 1-2 年，逾期应收账款占比较高主要系以前年度单项计提的应收账款迁徙至最近一期期末以及因疫情影响和境内外收入结构变化导致下游客户整体回款变慢，逾期应收账款占比较高具有商业合理性，最近一期期末应收账款期后回款比例不高系大部分应收账款尚在信用期内；最近一期前五大客户正常经营，应收账款账龄较短且基本在账期范围内，坏账计提比例较低，且期后回款率高；公司基于谨慎性的原则和实际经营情况，在历史坏账损失率基础上进行调整，调整后的现行预期信用损失率均高于历史坏账损失率；剔除 ST 联建后，公司应收账款坏账计提比例与同行业平均水平接近。应收账款坏账计提充分，应收账款无法回收的风险较低，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

问题 3

发行人 2020 年年末和 2021 年 6 月末存货账面价值分别为 4.70 亿元和 4.72 亿元, 占总资产比例均超过 20%, 同比分别增加 4.98 个百分点和 1.18 个百分点。发行人认为存货增加主要是国内市场产品验收周期较长、受疫情影响战略备货产品较多、为提升市场竞争力而提高现货库存比率等原因。

请发行人结合报告期内存货明细及增长情况、发出商品验收周期增长情况、销售策略调整情况, 主要存货库龄及期后销售情况、与境内外销售收入匹配性, 与同行业可比上市公司相比是否存在显著差异等, 说明公司存货金额占总资产比例逐渐增长的合理性, 是否存在库龄较长、存货积压等情形, 并进一步说明相关存货跌价准备计提是否充分。

请发行人补充披露相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人结合报告期内存货明细及增长情况、发出商品验收周期增长情况、销售策略调整情况, 主要存货库龄及期后销售情况、与境内外销售收入匹配性, 与同行业可比上市公司相比是否存在显著差异等, 说明公司存货金额占总资产比例逐渐增长的合理性。

报告期内, 公司存货占总资产的比例如下:

单位: 万元

项目	2021-6-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
账面余额	50,114.82	6.71%	46,963.35	27.91%	36,715.00	-4.81%	38,568.68
跌价准备	2,873.96	-13.17%	3,309.85	86.72%	1,772.59	13.08%	1,567.50
账面价值 A	47,240.86	8.22%	43,653.50	24.93%	34,942.41	-5.56%	37,001.18
资产总额 B	217,101.99	2.36%	212,097.03	-5.31%	223,989.82	5.89%	211,539.93

项目	2021-6-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
存货占比 C=A/B	21.76%	1.18%	20.58%	4.98%	15.60%	-1.89%	17.49%

由上表可知，报告期内，公司存货账面价值占资产总额的比例分别为 17.49%、15.60%、20.58%和 21.76%，2020 与 2021 年 1-6 月呈逐年上升的趋势。2020 年以来，公司存货余额增长情况、存货增长与销售策略调整、发出商品验收周期增长等因素的匹配性分析和说明如下：

（一）报告期内存货明细及增长情况

报告期各期末，公司不同类别存货金额情况如下：

单位：万元

项目	2021-6-30		2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31
	账面余额	变动比例	账面余额	变动比例	账面余额	变动比例	账面余额
原材料	9,050.50	16.56%	7,764.87	47.39%	5,268.35	8.33%	4,863.43
库存商品	18,237.62	-8.25%	19,878.46	21.18%	16,403.50	-15.73%	19,464.54
发出商品	13,845.84	45.29%	9,529.90	118.62%	4,359.21	38.46%	3,148.32
半成品	3,310.71	-14.18%	3,857.93	-0.76%	3,887.49	-42.66%	6,779.13
在产品	5,670.15	-4.42%	5,932.18	-12.72%	6,796.45	57.57%	4,313.28
账面余额合计	50,114.82	6.71%	46,963.35	27.91%	36,715.00	-4.81%	38,568.68
存货跌价准备	2,873.96	-13.17%	3,309.85	86.72%	1,772.59	13.08%	1,567.50
账面价值合计 A	47,240.86	8.22%	43,653.50	24.93%	34,942.41	-5.56%	37,001.18
资产总额 B	217,101.99	2.36%	212,097.03	-5.31%	223,989.82	5.89%	211,539.93
存货占比 C=A/B	21.76%	1.18%	20.58%	4.98%	15.60%	-1.89%	17.49%

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 38,568.68 万元、36,715.00 万元、46,963.35 和 50,114.82 万元，增长比例分别为-4.81%、27.91%和 6.71%，发出商品账面余额分别为 3,148.32 万元、4,359.21 万元、9,529.90 万元和 13,845.84 万元，增长比例分别为 38.46%、118.62%和 45.29%。

2019 年末，公司存货账面余额较 2018 年末减少 1,853.68 万元，减少比例为 4.81%，其中库存商品余额同比减少 3,061.04 万元，减少比例 15.73%，主要系 2019

年第四季度销售签单大幅上升，库存成品出货加快。

2020年末，公司存货账面余额较2019年末增加10,248.35万元，增加比例为27.91%，主要系发出商品、原材料、库存商品增加所致，分别同比增加118.62%、47.39%和21.18%。其中发出商品、原材料、库存商品增加的原因分别如下：（1）发出商品期末库存增加的原因：本年受国外疫情的影响，公司调整了销售策略，从主推国外市场转向国内市场，国内市场销售占比大幅增长。由于国内的销售产品部分需要安装，验收周期相对较长，导致发出商品期末余额较往年增长幅度较大；（2）原材料期末库存增加的原因：受疫情影响，部分供应商的供给结构发生变化，由供过于求向供不应求转变，为了在激烈的竞争中保持优势，公司提前进行LED灯、IC、PCB板备货，因此战略备货产品较多；（3）库存商品期末库存增加原因：公司2020年由国际市场转战国内市场，积极拓展国内渠道市场，为提供可持续性优质服务，进行商品的备货。原材料的交货周期变长，公司为了提升市场竞争力，缩短订单交货期，故而提高现货的库存比率，期末库存商品库存增加。

2021年6月末，公司存货账面余额较2020年末增加3,151.47万元，增加比例为6.71%，主要系原材料和发出商品增加所致，分别同比增加16.56%和45.29%。其中原材料增加系国内疫情逐步好转，公司预判市场行情变好，增加原材料库存以保证后续生产。此外，全球芯片生产周期拉长，为避免公司无法及时采购到IC，从2021年3月开始，公司采购IC作为战略备货，保证公司足够的安全库存。截至2021年6月30日，IC库存金额为3,300.74万元，相比2020年年末库存963.61万元增长了2,337.13万元。发出商品增加主要系公司国内市场收入占比增加，部分项目需要安装方可验收，发出商品的规模也有所增加。

（二）公司发出商品验收周期增长与境内销售收入增长有关

报告期内，公司销售收入包括境内销售和境外销售，公司根据企业会计准则及不同的销售模式，制定了销售收入确认的具体政策。公司销售收入确认的具体方法、时点及对应的发出商品验收周期情况如下所示：

销售区域	模式	收入确认时点和方法	发出商品验收周期	验收周期关键影响因素
境内	合同约定不需要安装验收	公司负责送货的，在客户收到货物签收后确	货物出库到第三方物流公司将货物运	第三方物流运输周期

销售区域	模式	收入确认时点和方法	发出商品验收周期	验收周期关键影响因素	
		认收入，以客户签收日期为收入确认时点	送到客户处签收		
		客户自提货物的，在提货人签收，货物出运后确认收入，以委托人上门提货日期为收入确认时点	货物出库到客户或委托人上门提货	无	
	合同约定需要安装验收	对于商品销售与安装服务可以明确区分的商品，商品销售参照不需要公司安装的商品确认收入，安装服务参照提供劳务确认收入	1、商品销售：货物出库到第三方物流公司将货物运送到客户处签收 2、安装服务：给客户实际提供安装服务的时间	第三方物流运输周期	
		对于商品销售与安装服务不可以明确区分的商品，公司在将货物发运至客户指定地点并办理完安装验收手续后确认收入	货物出库到实际提供安装服务的时间	第三方物流运输周期+客户安装验收周期	
	境外	FOB、CIF、CFR、FCA	在货物报关出口并取得报关单、出口装船提单时确认收入，以出口日期与提单日期孰晚为收入确认时点	货物出库到正式报关及获取货运提单时间	出口报关周期
		EXW	货物在指定地点（如工厂、仓库等）交付给客户时确认销售收入，交付日期为收入确认时点	货物出库到客户或委托人上门提货	无
DDP、DDU、DAP		在货物交至客户指定地点并经客户签收后确认收入，客户签收日期为收入确认时点	货物出库到第三方物流公司将货物运送到客户处签收	出口报关周期+国际海运运输周期	

公司报告期内，境外销售主要贸易条款模式的营业收入确认比例如下：

单位：万元

贸易条款模式	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)
FOB	17,082.01	48.84	44,349.42	51.41	85,414.32	52.50	97,100.15	61.29
CIF	6,982.91	19.96	16,538.94	19.17	30,348.82	18.65	17,481.12	11.03
DDP	6,322.22	18.08	13,417.61	15.55	20,601.55	12.66	19,797.80	12.50

贸易条款模式	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)	营业收入	占比(%)
其他方式	4,589.80	13.12	11,967.74	13.87	26,325.88	16.18	24,052.99	15.18
合计	34,976.94	100.00	86,273.71	100.00	162,690.57	100.00	158,432.06	100.00

由上表可知，对于公司境内外不同的销售模式，公司销售收入确认时点和方法不同，进而导致发出商品验收周期存在差异：其中境内销售的第三方物流运输周期及境外销售的出口报关周期相对稳定；境内销售中“商品销售与安装服务不可以明确区分的”的销售模式下，发出商品验收周期主要受客户实际安装验收时间的影响，此种模式下的销售收入确认时点比其他三种销售模式下收入确认的时间点更晚，从而导致发出商品验收周期更长。

2020年起，为应对国内外疫情影响，公司积极调整销售策略，从主推国外市场转向国内市场，国内市场销售占比大幅增长，2020年度及2021年1-6月，境内销售收入同比增长金额分别为22,571.62万元和31,488.14万元，增长比例分别为40.77%和175.84%，境内销售收入增加的同时，“商品销售与安装服务不可以明确区分的商品模式”的销售模式也随之增加。而公司境外销售的贸易条款模式主要以FOB、CIF为主。其中，FOB模式每年占外销收入的比例分别为61.29%、52.50%、51.41%和48.84%；CIF模式每年占外销收入的比例分别为11.03%、18.65%、19.17%和19.96%。在FOB和CIF贸易条款模式下，公司产品的验收周期仅与出口报关周期相关。

综上，公司境外销售收入比例的下降，即境内销售收入的增长，使公司发出商品验收周期相对延长，进而导致2020年末及2021年6月末发出商品金额分别增加5,170.69万元、4,315.94万元，增长比例分别为118.62%和45.29%。

报告期内公司发出商品的平均验收周期如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
发出商品平均验收周期(天)	31.89	20.68	9.08	9.48

注：发出商品平均验收周期(天) = 360 / (营业成本 / 发出商品平均期末余额)

其中：发出商品平均期末余额 = (发出商品期末余额 + 发出商品期初余额) / 2

综上，公司发出商品验收周期的长短与公司销售结构有关，报告期内发出商品验收周期增长与公司销售结构调整所导致的境内销售收入占比增加有关，发出商品验收周期及发出商品存货余额的变动原因合理且符合公司的实际经营情况。

（三）公司销售策略调整情况

2021 年上半年，国内疫情逐步好转并得以控制，公司订单增长迅速，海外疫情仍旧严峻，国际业务开展受阻，为适应国际、国内经济形势以及市场环境的变化，确保公司可持续发展，公司持续聚焦国内市场，加大市场营销投入，助力国内市场开拓及签单。海外市场同步维持公司品牌曝光度，保持客户合作信心。针对国内及海外市场，公司分别制定了以下市场销售策略：

国内：主动开展知识产权事件传播、各细分行业营销活动，举办经销产品推介会、省市级营销会等活动，使公司在国内业绩及品牌曝光度迅速增长。

1、20 周年发展回顾：在全球疫情反复，行业竞争异常激烈的环境下，公司总结、展示公司 20 年在行业取得的成果、企业责任，以及员工在各个岗位上不懈奋斗精神，让更多用户深入了解艾比森，同步提升企业员工内部凝聚力，提升合作伙伴及客户合作信心。

2、胜诉美国 Ultravision 知识产权官司：就公司对美出口 LED 显示产品知识产权侵权获得胜诉一案，公司通过各大媒体报道、活动宣讲等渠道还原整个官司事件始末，分享本次海外知识产权保护经验，为更多中国企业走向全球、少走知识产权保护的弯路提供了有力的支持与指导。

3、细分行业拓展活动：公司结合市场深度业务发展需求，加大对能源、军民融合、零售、公共安全、广告等细分行业营销投入，相继开展深圳 ISLE 展、北京军博会、北京 infocomm 展等 20 场行业展会及论坛，并与国内 20 家以上行业媒体、协会签订年度营销合作。

4、省级客户答谢会：公司在全国举办 10 场以上省级品牌营销会，为到场客户展示公司明星展品，分享公司企业文化、优势产品及技术、品质服务等。

5、地市级经销产品推介会：公司积极联合全国经销合作伙伴开展 100 场以上产品推介会，用于支持合作伙伴拓展全国业务。

6、“走进艾比森”：公司积极开展 10 场以上媒体/企业交流活动，邀请各权威媒体、企业、客户代表莅临艾比森惠州智能制造中心参观、交流，加深关注公司发展的各行业合作伙伴品牌认知。

7、省级办事处全面建设：2021 年，公司北京、上海、广州等办事处运营状态良好，公司同步对北京办事处、深圳展厅、惠州展厅进行翻新/扩建，全面提升了公司全国本地化服务和营销能力。

海外：疫情持续爆发情况下，逐步弱化线下营销活动开展频次，加倍强化线上全球品牌传播投入，以保持品牌艾比森声量提升，持续提升客户品牌关注度，提升客户合作信心。

1、春季新品发布会：公司举办全球线上春季新品发布会。会上公司主动发布 MicroLED、icon3.0、极光 A 系列、JD 系列等创新产品，向全球客户分享专业的显示技术及产品体验。

2、虚拟摄影棚解决方案分享：公司举办虚拟影棚线上论坛，首次邀请多领域行业专家通过线上直播方式，共同探讨虚拟影棚在 LED 领域的应用；

3、线上 ISE 展：公司以线上参展的形式邀请全球客户观展，通过 VR 展示、线上产品及解决方案解说、在线互动等多样方式展示公司优势产品、解决方案、品质服务等，使全球客户品牌认可度及合作信心得到进一步提升。

4、全球媒体合作：公司与全球 20 家以上优质行业媒体签订年度传播合作，每月密集进行公司品牌广告推广及新闻报道。

5、全球新闻媒体推广：公司在原有全球新闻通稿投放的基础上提升了每月通稿发布频率及费用投入，持续报道艾比森企业重大新闻、标杆案例、疫情应对举措等信息，每期投稿均覆盖全球 600 家以上媒体。

（四）主要存货库龄及期后销售情况、与境内外销售收入匹配性，与同行业可比上市公司相比是否存在显著差异

1、公司主要存货库龄在一年以内，主要存货与期后销售情况、与境内外销售收入情况相匹配

截至2021年6月30日，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

项目	1年以内		1-2年		2年以上	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	8,541.17	18.23%	423.54	33.03%	85.79	4.35%
库存商品	15,701.94	33.51%	732.77	57.14%	1,802.92	91.48%
发出商品	13,832.45	29.52%	9.84	0.77%	3.54	0.18%
半成品	3,115.81	6.65%	116.23	9.06%	78.68	3.99%
在产品	5,670.15	12.10%	-	-	-	-
账面余额合计	46,861.52	100.00%	1,282.38	100.00%	1,970.93	100.00%
存货跌价准备	1,226.62	-	397.25	-	1,250.09	-
其中：库存商品跌价准备		-		-		-
账面价值合计	45,634.90	-	885.13	-	720.84	-

截至2021年6月30日，公司存货主要集中在1年以内，1年以内的存货余额为46,861.52万元，占比为93.51%，1年以内存货跌价准备为1,226.62万元，计提比例为2.62%；1-2年和2年以上库龄存货余额合计为3,253.31万元，合计占比6.49%，1-2年和2年以上库龄存货跌价准备合计为1,647.34万元，计提比例为50.64%。

报告期内，主要存货的期后销售及结转情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	期末余额	期后销售/结转/领用比例	期末余额	期后销售/结转/领用比例	期末余额	期后销售/结转/领用比例	期末余额	期后销售/结转/领用比例
原材料	9,050.50	72.49%	7,764.87	93.14%	5,268.35	96.54%	4,863.43	99.53%
库存商品	18,237.62	55.35%	19,878.46	80.47%	16,403.50	88.44%	19,464.54	97.49%
发出商品	13,845.84	54.43%	9,529.90	87.89%	4,359.21	99.69%	3,148.32	100.00%

注：主要存货期后销售/结转/领用比例的统计截止日期为2021年8月31日。

由上表可以看出，截至2021年8月31日，公司2018年末、2019年末和2020年末的主要存货被领用、结转或实现销售的比例均大于80%。公司2021年6月

末主要存货被领用、结转或实现销售的比例均大于 50%。

报告期内，公司国内外销售占比及变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境内	49,395.24	58.54%	77,937.76	47.46%	55,366.14	25.39%	40,241.09	20.26%
境外	34,976.94	41.46%	86,273.71	52.54%	162,690.57	74.61%	158,432.06	79.74%
合计	84,372.18	100.00%	164,211.47	100.00%	218,056.71	100.00%	198,673.15	100.00%

如上表所示，报告期内，公司国内销售收入占比持续上升。一方面，国内部分销售产品需要安装，验收周期较长，随着国内销售收入增长，发出商品余额相应上涨；另一方面，随着国内疫情得到较好控制，公司预判国内产品潜在需求较大，增加原材料和产成品备货。因此，报告期内公司存货规模及存货结构与国内外收入变动具有匹配性。

2、公司存货情况与同行业可比上市公司相比不存在显著差异

报告期内，公司与同行业可比上市公司存货周转率情况如下：

公司简称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利亚德	0.87	1.25	1.34	1.25
洲明科技	1.24	2.09	2.24	2.59
雷曼光电	1.11	2.12	3.27	3.56
奥拓电子	1.01	2.24	2.86	4.37
ST 联建	1.68	2.83	6.96	8.00
平均	1.18	2.11	3.33	3.95
艾比森	1.36	2.89	3.95	3.66

注：同行业公司数据来源于各同行业公司披露的定期报告。

公司存货周转良好，报告期内存货周转率除 2018 年，其余期间均略高于同行业可比公司平均水平，与同行业公司不存在重大差异。

综上所述，2020 年以来公司存货规模逐渐增长一方面系疫情影响下，公司调整销售策略，加大国内市场开拓力度，由于部分国内销售产品需要安装，验收周期相对较长，随着国内销售收入占比持续上升，发出商品期末余额随之增长。另

一方面，公司积极对库存进行备货以拓展国内渠道市场、及时满足日益增长的国内市场需求。最后，疫情发生以来，IC等原材料供给紧张，公司对该类材料进行战略备货以保证安全库存。因此，公司存货金额占资产总额比例增加的原因合理且符合外部经营环境变化与公司实际业务情况。

二、是否存在库龄较长、存货积压等情形，并进一步说明相关存货跌价准备计提是否充分

（一）公司不存在库龄较长、存货积压等情形

报告期内，公司存货库龄主要集中在1年以内，有关存货的库龄详见本回复问题3“一、请发行人结合报告期内存货明细及增长情况、发出商品验收周期增长情况、销售策略调整情况，主要存货库龄及期后销售情况、与境内外销售收入匹配性，与同行业可比上市公司相比是否存在显著差异等，说明公司存货金额占总资产比例逐渐增长的合理性”之“（四）主要存货库龄及期后销售情况、与境内外销售收入匹配性，与同行业可比上市公司相比是否存在显著差异”相关回复，公司不存在存货库龄较长或存货积压情形。

（二）相关存货跌价准备计提充分

1、公司存货跌价准备计提方法

期末，公司对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、

具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

2、公司存货跌价计提准备情况

单位：万元

项目	2021年6月30日			2020年12月31日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	9,050.50	297.55	3.29%	7,764.87	200.09	2.58%
库存商品	18,237.62	1,982.02	10.87%	19,878.46	2,171.28	10.92%
发出商品	13,845.84	457.59	3.30%	9,529.90	717.37	7.53%
半成品	3,310.71	136.80	4.13%	3,857.93	221.11	5.73%
在产品	5,670.15	---	---	5,932.18	---	---
合计	50,114.82	2,873.96	5.73%	46,963.35	3,309.85	7.05%
项目	2019年12月31日			2018年12月31日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	5,268.35	42.37	0.80%	4,863.43	258.06	5.31%
库存商品	16,403.50	1,565.99	9.55%	19,464.54	1,187.40	6.10%
发出商品	4,359.21	111.38	2.56%	3,148.32	---	---
半成品	3,887.49	52.85	1.36%	6,779.13	122.04	1.80%
在产品	6,796.45	---	---	4,313.28	---	---
合计	36,715.00	1,772.59	4.83%	38,568.68	1,567.50	4.06%

3、同行业可比上市公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例
利亚德	17,304.79	5.63%	16,892.19	6.15%	26,082.23	5.72%	20,153.21	4.68%
洲明科技	10,121.58	4.84%	10,247.50	6.83%	8,828.63	4.40%	6,176.44	4.18%
雷曼光电	7,370.32	17.02%	7,370.32	20.72%	2,021.02	8.07%	1,433.64	7.81%

项目	2021年6月30日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例	跌价准备	计提比例
奥拓电子	2,448.19	8.48%	2,480.54	10.65%	957.68	3.91%	564.07	2.36%
ST 联建	3,657.47	17.54%	3,768.72	15.97%	5,657.15	16.05%	3,156.74	9.75%
平均值	8,180.47	10.70%	8,151.85	12.06%	8,709.34	7.63%	6,296.82	5.76%
平均值 (剔除 ST 联建)	9,311.22	8.99%	9,247.64	11.09%	9,472.39	5.52%	7,081.84	4.76%
艾比森	2,873.96	5.73%	3,309.85	7.05%	1,772.59	4.83%	1,567.50	4.06%

注：同行业公司数据来源于各同行业公司披露的定期报告。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与利亚德、洲明科技较为接近，各期末跌价准备计提比例处于同行业可比公司计提比例波动范围之内。2018年末和2019年末，剔除ST联建后，公司存货跌价计提比例略低于行业平均值。2020年末，公司存货跌价准备计提比例高于利亚德和洲明科技，受雷曼光电、奥拓电子存货跌价计提比例大幅提升影响，可比公司计提比例平均值大幅上涨，公司计提比例低于行业平均值。

综上所述，由于不同公司业务模式、经营状况等因素存在差异，公司存货跌价计提比例略低于同行业可比上市公司平均值属于合理情况，公司存货跌价准备计提原则和方法符合企业会计准则和公司制定的会计政策。

三、补充披露相关风险

公司已在募集说明书重大事项提示和“第五节 与本次发行相关的风险因素”之“三、业务与经营风险”中补充披露如下：

“（九）存货规模增长、积压及减值风险

报告期各期末，公司的存货账面价值分别为 37,001.18 万元、34,942.41 万元、43,653.50 万元和 47,240.86 万元，占流动资产比例分别为 24.71%、20.95%、29.64%和 33.11%，呈逐渐上升趋势。一方面，存货规模较大，一定程度上占用了公司资金而影响流动性。另一方面，如果原材料、库存商品的行情出现大幅下滑

或者公司产品销售不畅导致存货积压情形，而公司未能及时加强生产计划管理和库存管理，公司将面临存货积压及减值的风险。”

四、核查意见

（一）核查程序

我们履行了以下核查程序：

- 1、了解并评估与存货相关的内部控制的设计与执行；
- 2、对公司 2018 年、2019 年及 2020 年度存货实施监盘或委托当地具有专业胜任能力的会计师进行监盘，检查存货的数量、状况及产品有效期等；
- 3、对公司 2018 年、2019 年及 2020 年度发出商品进行积极式函证；
- 4、获取公司报告期内销售台账，分析公司报告期内国内外销售结构占比及国外不同贸易条款模式的销售占比；获取公司不同销售模式的销售合同，查阅交付验收条款，分析不同销售模式对发出商品验收周期的影响；
- 5、获取存货的期末库龄明细表，结合产品的状况，对库龄较长的存货进行分析性复核。获取存货跌价准备计提计算表，复核存货跌价减值测试的合理性和准确性，检查以前年度计提跌价的存货本期的变化情况等，分析存货跌价准备计提是否充分；
- 6、向公司管理层了解公司备货用途、存货余额大幅增长的原因、是否存在大量商品滞销积压、技术过时的情形；了解报告期内公司销售政策的调整情况，分析销售策略的调整对销售市场结构及存货结构变动的影响；
- 7、对比同行业上市公司存货周转率及存货跌价准备计提情况，分析公司存货周转率及存货跌价准备计提情况是否与同行业公司存在重大差异；
- 8、获取期后存货结转表，了解公司存货期后周转情况。

（二）核查结论

我们认为，报告期内，公司存货金额占总资产比例逐渐增长原因合理、符合外部经营环境变化和公司实际业务情况，公司主要存货库龄在一年以内，不存在库龄较长、存货积压等情形，存货跌价准备计提原则和方法符合企业会计准则和公司制定的会计政策，存货跌价准备金额计提充分。

特别声明

本专项说明仅供艾比森回复向特定对象发行股票审核问询函有关事项之目的使用，不得用作任何其他目的。我们同意将本专项说明作为艾比森回复审核问询函所必备的文件，随其他申报材料一起上报。

大华会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师:



方建新

中国注册会计师:



丁月明

二〇二一年十月八日



营业执照

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”了解更多登记、备案、许可、监管信息

(副本)(7-1)



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(市场主体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;不得从事国家和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



登记机关

2021年02月04日

此件仅用于业务报告专用,复印无效。

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》。



发证机关:

二〇一七年十一月七日

中华人民共和国财政部制



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

此件仅用于业务报告专用，复印无效。



姓名	方建新
Sex	男
出生日期	1971-11-12
Date of birth	1971-11-12
工作单位	大华会计师事务所(特殊普通合伙) 深圳分所
Working unit	大华会计师事务所(特殊普通合伙) 深圳分所
身份证号码	34282371112197
Identity card No.	34282371112197



此件仅用于业务报告专用，复印无效。

年度检验登记
Annual Renewal Registration



证书编号: 440300070168
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: 1998 年 12 月 16 日
Date of Issuance /y /m /d

方建新
440300070168
深圳市注册会计师协会

日/d



姓名: 丁月明
 Full name: 丁月明
 性别: 女
 Sex: 女
 出生日期: 1990-07-25
 Date of birth: 1990-07-25
 工作单位: 大华会计师事务所(普通合伙)深圳分所
 Working unit: 大华会计师事务所(普通合伙)深圳分所
 身份证号: 411421199002250049
 Identity card No.: 411421199002250049



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号:
 No. of Certificate 110101480593

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

发证日期:
 Date of Issuance 2019 年 07 月 15 日



丁月明
 110101480593
 深圳市注册会计师协会

年 月 日
 /y /m /d