

股票简称：久量股份

股票代码：300808

关于广东久量股份有限公司申请向  
不特定对象发行可转换公司债券的审核问  
询函的回复  
(修订稿)

DP久量

保荐机构（主承销商）



二〇二一年三月

# 关于广东久量股份有限公司申请向 不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所 2020 年 12 月 23 日签发的《关于广东久量股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（审核函〔2020〕020367 号）（以下简称“《审核问询函》”）的要求，广东久量股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“上市公司”或“久量股份”）会同东莞证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”、“东莞证券”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”、“中伦律师”）和华兴会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”、“华兴”）本着勤勉尽责和诚实信用的原则，就《审核问询函》的问题逐项进行了落实、核查，并编制了本回复说明。

现将贵所《审核问询函》所列问题的落实情况回复如下：

如无特别说明，本文中所用的术语、名称、简称与广东久量股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券申请文件具有相同含义。

本回复说明中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	<b>黑体（加粗）</b>
对审核问询函所列问题的回复	宋体
涉及对募集说明书的修改、补充	<b>楷体加粗</b>

## 目录

目录.....	2
问题 1.....	3
问题 2.....	47
问题 3.....	82
问题 4.....	86
问题 5.....	103
问题 6.....	115
问题 7.....	120
问题 8.....	129

## 问题 1

发行人本次募投项目为小家电产业化项目（以下简称小家电项目）、智能紫外线消毒设备产业化项目（以下简称消毒设备项目）和品牌新零售网络运营建设项目（以下简称网络运营项目）。小家电项目达产后将达到年产 1,850 万台（件）小家电的生产能力，其中蓝牙耳机 140 万件，移动电源 160 万件，旅行充电器 500 万件，电蚊拍 550 万件，小风扇 170 万件，排插 240 万件，高级台灯 90 万台；消毒设备项目达产后将可达到智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯 7 万台，智能互联紫外线消毒杀菌汞灯 40 万台，便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒 12 万支的年生产能力；网络运营项目拟打造以直播运营中心、物流分发、用户售后中心及相应的配套运营平台为一体的电商运营中心。发行人 2019 年首次公开发行股票的募投项目为肇庆久量 LED 照明生产基地建设项目、肇庆久量自动化仓储及物流基地建设项目、肇庆久量研发中心建设项目等，截至 2020 年 6 月 30 日，募集资金整体使用比例为 72.79%，肇庆久量研发中心建设项目募集资金使用进度比例为 10.06%。

请发行人补充说明或披露：（1）关于小家电项目，公司披露前期的部分小家电产品是通过与外部生产组装企业合作采用 OEM 的模式进行生产制造，本次项目建设公司拟搭建自己的小家电产线，请发行人结合 OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系、行业竞争情况等，说明本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性、是否涉及业务模式的变化、公司是否具备实施该项目的的能力等，并充分披露相关风险；（2）关于网络运营项目，发行人披露拟根据公司产品特性建设 7 个直播间分类运营，但目前发行人主要采用经销商、贸易商、电商销售模式，请发行人结合该项目销售模式和公司现有销售模式的区别和联系、销售产品类型、7 个直播间的分类直播的具体内容、直播间相关人员的主要来源和安排、行业相关风险、项目的准备和进展情况等，说明发行人该项目对公司现有销售模式、经营模式或经营策略的影响、是否存在经营模式转变或者开拓新业务的情况、发行人是否具备实施该项目的的能力等，并充分披露相关风险；（3）关于小家电项目和消毒设备项目，请具体说明本次募投项目相关产品的具体情况，包括但不限于产品升级情况、新拓展产品情况、产线扩张情况、和现有移动家居小电器的产线重合度或通用性情况

等，并进一步说明是否存在可共用设备、重复建设情况、相关建设能否明确区分等；（4）结合发行人的技术储备、客户储备、在手订单、意向性合同、行业地位、现有产能利用率情况、小家电市场及直播市场竞争情况和未来发展趋势等说明本次募投项目投资规模、新增产能、开拓新产品线的合理性和具体的产能消化措施，是否存在产能过剩、经验不足或人才不足等风险，并充分披露相关风险；（5）结合前次募投项目披露的预计资金使用进度情况、截至目前资金实际使用情况等，说明前次募投项目是否存在进展不及预期或迟延的情形，如是，请说明原因及合理性，发行人是否及时履行相关审议决策程序和信息披露义务，并说明推进上述募投项目的具体措施和后续计划。

〔回复〕

一、关于小家电项目，公司披露前期的部分小家电产品是通过与外部生产组装企业合作采用 OEM 的模式进行生产制造，本次项目建设公司拟搭建自己的小家电产线，请发行人结合 OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系、行业竞争情况等，说明本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性、是否涉及业务模式的变化、公司是否具备实施该项目的的能力等，并充分披露相关风险。

（一）本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性

#### 1、OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系

OEM（Original Equipment Manufacturing）模式是委托方利用自己所具备的核心专长设计产品、制定产品规范和标准，甚至指定产品生产的原材料或零部件，代工企业根据委托方的标准和要求生产产品，再冠以委托方的品牌进行销售。公司过往 OEM 模式下产品生产加工环节由外协加工企业完成，公司负责品牌运营和销售。

与自建产线模式相比，OEM 模式的优势是前期不需要大量资金投入进行厂房建造，公司可利用自身的销售渠道进行产品销售，并且集中精力进行自身品牌的研发和设计；OEM 模式的缺点是采购成本相对较高、不利于企业把控产品质量，且公司产品供应易依赖于外部，价格易受到市场供需关系影响，不利于公司生产经营的稳定。

与 OEM 模式相比，本次项目建设公司拟搭建自己的小家电产线的优势是有利于企业降低产品成本、有利于企业把控产品质量、有利于提升企业经营的稳定性；其缺点是企业需要自建厂房和生产线，前期资金投入较大。

OEM 模式与自建产线模式区别主要为生产主体不同，联系主要为产品类型相同、销售渠道相同、产品品牌相同。

报告期内，公司小家电产线自建及 OEM 的规模及占比如下：

小家电	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比
自建产线	364.42	50.35%	605.96	69.08%	534.07	98.60%	777.92	96.38%
OEM	359.35	49.65%	271.21	30.92%	7.60	1.40%	29.20	3.62%
合计	<b>723.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>877.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>541.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>807.12</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司小家电产线自建生产规模分别为 777.92 万件、534.07 万件、605.96 万件和 364.42 万件，有所波动。由于公司小家电品类较多，单个品类的自有产线生产规模相对较小。报告期内部分小家电品类需求旺盛，例如电蚊拍订单增长迅速，短期内公司基于成本、时效性等因素的考虑，小家电产品减少自产、增加 OEM。

## 2、小家电行业竞争情况

我国小家电制造企业经过多年的发展，已从简单的装配转变成由研发、生产、检测等环节组成的比较完整的工业体系，具备了一定的生产规模和技术水平。目前，中国的小家电行业正处于快速成长阶段，市场潜力巨大，一大批国内优秀的小家电品牌正快速发展，逐渐成为中国乃至世界小家电行业中的翘楚。

随着消费者对小家电的需求日益多元化，差异化与细分化的新兴小家电近年来在我国迅速崛起，因此也衍生出了众多小家电新兴品牌。但与传统的小家电市场不同，新兴小家电主要通过线上渠道打开市场，而产品品类的多样化也造就了目前较为分散的市场格局。

目前传统小家电市场已经出现龙头企业，但在新兴小家电市场呈现出百家争鸣的局面。小家电相较于传统家电行业技术壁垒较低，而盈利性较为可观，预计未来将会有更多的品牌进入新兴小家电市场。

### 3、本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性

本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因如下：

#### （1）降低产品生产成本

公司通过在过往 OEM 模式进行生产制造、销售，已经获得良好的市场反馈。随着公司订单需求持续增加，固定资产折旧在生产成本中的占比降低，公司亟需自建产线、自行生产，在满足未来订单增长需求的同时降低产品生产成本。

#### （2）更好的把控产品质量

良好的产品品质是维护企业品牌形象，开拓市场的重要基础，采用 OEM 模式由于委托方不参与到加工方的生产制造过程中，因此无法直接把控产品品质，可能存在采购到的产品质量参差不齐，损害公司品牌形象的风险。本项目通过自建产线，使公司能够实现对产品生产过程的全程把控，从而有效保证公司产品的质量。

#### （3）提升企业经营稳定性

公司前期的部分小家电产品是通过与外部生产组装企业合作，采用 OEM 的模式进行生产制造，通过本次项目建设，公司将搭建自己的小家电产线，实现对小家电产品从设计、生产到销售的全流程供应链掌控。生产供应链管控能力的提升，将极大提高企业的市场响应速度和市场利润空间，同时，也将进一步提升企业的抗风险能力，实现企业长远发展。

综上所述，本次募投项目拟采用自建小家电产线具有合理性。

#### （二）是否涉及业务模式的变化

小家电项目中移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯目前已有同类产品生产和销售，小家电项目中蓝牙耳机为新拓展产品。本次项目建设，公司新增小家电产线以扩大产能，并对现有小家电产品移动电源、充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯进行升级；同时建设自有蓝牙耳机产线，实现产品销售。

#### 1、生产模式

报告期内，发行人生产模式以自建产线为主，自建产线产量占比在 89%以上。

报告期内，公司小家电以自建产线生产为主，小家电产品自建产线产量占比分别为 96.38%、98.60%、69.08%和 50.35%。部分小家电产品，例如电蚊拍订单增长迅速，主要考虑现阶段小家电产品进行 OEM 生产更具有经济性，公司需要采用 OEM 方式进行生产。本次小家电项目建成后，仍以自建产线生产为主，生产模式未发生变化。

## 2、盈利模式

报告期内，公司以自有品牌销售为主，承接少量 ODM 客户订单，发行人自有品牌销售金额占比在 90%以上。本次小家电项目建成达产后可实现年产 1,850 万件（台）小家电的产能，公司 2019 年度整体产能为 7,800 万件。本次小家电项目产线建成后，若出现小家电自有品牌产品市场不及预期、销售严重受阻的情况，出现多余的产能，不排除 OEM/ODM 的可能性，导致本次新建小家电产线进行 OEM/ODM 生产和销售，经测算，最大 OEM/ODM 比例不超过 20%（假设极端情况本次小家电项目自建产线新增产能全部用于 OEM/ODM，则比例为 1,850 万件/（7,800+1,850）万件=19.17%），不存在盈利模式或者经营模式发生重大变化的情形。

综上所述，本次小家电项目系围绕公司主营业务展开，该项目的实施将充分利用公司长期以来积累的照明产品及小家电产品领域的人才资源、生产技术资源和客户资源，其生产模式、经营模式和盈利模式与公司现有业务一致，不涉及业务模式的重大变化。

### （三）公司是否具备实施该项目的能力

本次募投小家电产业化项目的具体产品类型中，移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯属于公司目前已实现同类产品的量产与销售。报告期内，上述类型产品销量情况如下：

序号	产品名称	单位	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	移动电源	万件	6.8073	1.641	0.4424	0.4676
2	充电器	万件	40.8442	68.1278	77.3787	40.6265
3	电蚊拍	万件	575.6189	558.5182	345.0660	337.7673
4	风扇	万件	66.6292	58.9165	33.1046	96.3243
5	排插	万件	9.6212	16.1307	49.6089	38.4615

序号	产品名称	单位	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
6	台灯	万台	326.2993	772.0854	1027.6084	1075.6102

注：台灯既可以分类在家居照明大类中，也可以分类在移动家居小电器大类中。报告期内，台灯产品分类在家居照明大类中，未分类至移动家居小电器大类中。

蓝牙耳机产品是新拓展的产品，蓝牙耳机投资占本项目总投资比例较小。公司的核心技术优势是电子电路设计和产品的装配。移动家居小电器的电子电路设计和产品的装配具有共通性，也具备生产蓝牙耳机的能力。销售渠道与公司现有的销售渠道相同。

公司在供应链运营方面的管理经验，能为本次小家电项目的建设投产和生产运营提供切实的经验和技术支撑。“DP 久量”在消费者心目中已经形成良好的品牌认知，可以为本次的小家电产品提供品质背书，从而为移动家居小电器产品赢得消费者的支持和信赖，打造市场推广基础。本次项目将利用公司原有的供应链管理经验和品牌优势，建设打造小家电生产基地，用于生产小家电产品，以实现公司在小家电领域的深入布局，从而拓展和完善企业产品体系，提升企业的综合竞争实力和整体品牌价值。

公司具备成熟稳定的市场渠道，并积极开拓新营销模式。2007 年以来，公司加快国内外营销网络的搭建和布局，经过多年发展，目前已经形成了较为完善的市场覆盖网络，其中针对国内市场，公司先后完成了对国内华东、华南、华西、华北四大区域内超过 30 个省级行政区的市场布局；针对海外市场，公司已在西亚、南亚、东南亚、非洲等地区完成超过五十家海外经销商的销售网络布局，并与当地主要经销商保持了长期稳定的合作关系。公司主营业务产品包括 LED 移动照明，LED 家居照明以及移动家居小电器，新募投项目产品可以与现有家居产品共用销售网络。同时，公司在传统电商基础上，结合品牌新零售网络运营扩大公司在线上营销网络的布局，为新募投项目产品销售拓展线上销售渠道。公司完备的营销网络体系将为公司的小家电产品提供市场和渠道保证。

综上所述，公司具备实施本项目的能力。

#### （四）充分披露相关风险

##### 1、募集资金投资项目实施风险

募投项目实施风险已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资

金投资项目风险”之“（一）募集资金投资项目实施风险”中进行披露，具体如下：

“公司本次募集资金拟投资于小家电产业化项目、智能紫外线消毒设备产业化项目 2 个项目并偿还银行贷款和补充流动资金。公司本次募投项目是基于目前经济形势、市场环境、行业发展趋势以及公司实际经营情况作出的战略决策，并且进行了详细的可行性论证，以及审慎的经济效益测算。但是在项目实施的过程中，若宏观经济形势、市场环境、产业政策、项目进度、产品市场销售情况等方面发生重大不利变化，将对募投项目的实施进度、投资回报和经济效益等产生不利影响。”

### 2、公司小家电现有 OEM 占比较高的风险

公司部分小家电产品采用 OEM 的模式进行生产制造。报告期内，公司小家电 OEM 的规模分别为 29.20 万件、7.60 万件、271.21 万件和 359.35 万件，占小家电生产规模的比例分别为 3.62%、1.40%、30.92%和 49.65%，呈上升趋势；且 2020 年 1-9 月小家电 OEM 占比达 49.65%，占比较高。随着公司小家电产品订单逐步增长，大规模 OEM 可能会造成采购成本相对较高、不利于企业把控产品质量的风险；且公司产品供应易依赖于外部，价格易受到市场供需关系影响，不利于公司生产经营的稳定。

上述公司小家电现有 OEM 占比较高的风险，公司在《募集说明书》“第三节风险因素”之“三、经营风险”之“（八）公司小家电现有 OEM 占比较高的风险”中进行了补充披露。

### 3、募集资金投资项目自建产线产能利用率不足的风险

本次募集资金投资项目自建生产线可能会面临产能利用率不足导致固定生产成本较高的风险。公司本次募集资金投资项目是依据公司发展战略制定，并进行了详尽的可行性分析。公司业绩快报披露的 2020 年度归属于上市公司股东的净利润为 3,833.93 万元；本次募集资金投资项目建成后第一年至第五年，自建产线预计新增的固定资产、无形资产每年折旧、摊销费用为 2,204.59 万元，占 2020 年度归属于上市公司股东的净利润的比例为 57.50%，对公司经营业绩造成较大的影响。如果公司所处市场环境发生重大不利变化，自建产线产能无法

顺利消化，募集资金投资项目将无法实现预期收益，公司面临因资产折旧摊销费用增加而导致利润下滑的风险。

上述募集资金投资项目自建产线的有关风险，公司在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（五）募集资金投资项目自建产线产能利用率不足的风险”中进行了补充披露。

#### 4、募集资金投资项目拓展新产品和新产品线的有关风险

公司本次募投项目自建产线生产蓝牙耳机、智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒，为新拓展产品的新产品线，上述新产品处于发展初期，虽然公司已经具备了产品相关的技术基础，但在技术、生产、销售等方面仍存在一定的风险。上述拓展新产品和新产品线的风险，公司在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（六）募集资金投资项目拓展新产品和新产品线的有关风险”中进行补充披露，具体如下：

##### “（六）募集资金投资项目拓展新产品和新产品线的有关风险

本次募集资金投资项目拓展的新产品为蓝牙耳机、智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒，新产品涉及到多方面的技术、生产工艺，公司可能存在对未来市场需求出现判断错误，以及无法掌握新的关键技术，从而导致公司的新产品竞争力下降的风险。在具体大规模实施生产过程中，可能存在新产品良率不达预期，使得生产成本较高的风险。此外，新拓展产品还存在市场推广进度或客户接受度不及预期的风险。公司在拓展新产品线的过程中，可能出现新产品线装备调试出现问题、设备操作不当导致出现新产品不良率较高的风险，对公司的生产经营产生不利影响。”

#### 5、募集资金投资项目短期内无法盈利的风险

本次小家电项目、消毒设备项目计划建设期均为 24 个月。根据公司生产能力进行综合规划，小家电项目在建成后第 3 年达到最大设计产能年产 1,850 万台（件）小家电，其中蓝牙耳机 140 万件、移动电源 160 万件、旅行充电器 500 万件、电蚊拍 550 万件、小风扇 170 万件、排插 240 万件、高级台灯 90 万台；消毒设备项目在建成后第 3 年达到最大设计产能，年产智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯 7 万台、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯 40 万台、便携式 UVC-LED 杀菌照

明手电筒 12 万支。

由于本次募投项目均需一定的建设期，在建设过程中涉及场地准备、建设工程、场地装修、设备购置与安装、员工增配与培训、试生产等多个环节，建成后募投项目产能亦存在逐步释放的过程，存在短期内无法盈利的风险，对公司整体的盈利能力可能产生不利影响。

#### 6、公司经营模式发生变化的风险

公司目前销售以自有品牌产品为主，承接少量 ODM 客户订单。报告期内，发行人自有品牌销售和 ODM 销售规模和占比如下：

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比
自有品牌	49,177.61	98.12%	85,022.88	96.66%	81,333.80	93.75%	80,272.93	92.87%
ODM 模式	941.24	1.88%	2,937.36	3.34%	5,423.68	6.25%	6,160.96	7.13%
合计	50,118.85	100.00%	87,960.24	100.00%	86,757.48	100.00%	86,433.90	100.00%

随着公司不断增强自有品牌的研发、推广和销售力度，公司自有品牌产品市场认可度不断提升，ODM 模式销售收入占比逐年下降。若出现公司自有品牌产品市场不及预期、销售严重受阻的情况，导致公司提升 OEM/ODM 占比，可能导致公司的销售由自有品牌产品为主转变为以 OEM/ODM 为主，可能存在公司盈利模式或经营模式发生变化的风险。

上述募集资金投资项目短期内无法盈利的风险、公司经营模式发生变化的风险发行人已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（七）募集资金投资项目短期内无法盈利的风险”、“三、经营风险”之“（九）公司经营模式发生变化的风险”中进行了补充披露。

二、关于网络运营项目，发行人披露拟根据公司产品特性建设 7 个直播间分类运营，但目前发行人主要采用经销商、贸易商、电商销售模式，请发行人结合该项目销售模式和公司现有销售模式的区别和联系、销售产品类型、7 个直播间的分类直播的具体内容、直播间相关人员的主要来源和安排、行业相关风险、项目的准备和进展情况等，说明发行人该项目对公司现有销售模式、经营模式或经营策略的影响、是否存在经营模式转变或者开拓新业务的情况、发行人是否具备实施该项目的能力等，并充分披露相关风险。

经公司 2021 年 2 月 22 日第二届董事会第十八次会议审议并通过了关于调整本次可转换债券发行方案相关的议案，公司拟将本次发行募集资金总额从不超过 50,000 万元（含 50,000 万元）调整为不超过 43,800 万元（含 43,800 万元），并相应调整募集资金具体用途。具体情况如下：

调整前：

“公司拟向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额（含发行费用）预计不超过人民币 50,000.00 万元（含 50,000.00 万元），扣除相关发行费用后拟全部投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	小家电产业化项目	34,512.30	34,512.30
2	智能紫外线消毒设备产业化项目	6,897.46	6,897.46
3	品牌新零售网络运营建设项目	6,034.72	6,034.72
4	偿还银行贷款和补充流动资金	2,555.52	2,555.52
合计		<b>50,000.00</b>	<b>50,000.00</b>

如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）少于拟投入募集资金总额，公司董事会将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将通过自筹方式解决。在本次发行可转债募集资金到位之前，如公司以自有资金先行投入上述项目建设，公司将在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

在最终确定的本次募投项目（以有关主管部门备案文件为准）范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当

调整。”

调整后：

“公司拟向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额（含发行费用）预计不超过人民币 43,800.00 万元（含 43,800.00 万元），扣除相关发行费用后拟全部投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟投入募集资金
1	小家电产业化项目	34,512.30	34,512.30
2	智能紫外线消毒设备产业化项目	6,897.46	6,897.46
3	偿还银行贷款和补充流动资金	2,390.24	2,390.24
合计		<b>43,800.00</b>	<b>43,800.00</b>

如本次发行实际募集资金（扣除发行费用后）少于拟投入募集资金总额，公司董事会将根据募集资金用途的重要性和紧迫性安排募集资金的具体使用，不足部分将通过自筹方式解决。在本次发行可转债募集资金到位之前，如公司以自有资金先行投入上述项目建设，公司将在募集资金到位后按照相关法律、法规规定的程序予以置换。

在最终确定的本次募投项目（以有关主管部门备案文件为准）范围内，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。”

除上述调整事项外，公司本次发行方案的其他条款不变。

网络运营项目已不属于本次可转换债券募投项目。

经核查本次发行方案调整履行的审批程序、了解本次发行方案调整的主要内容，保荐机构认为：

1、本次调整发行方案为减少募集资金、减少募投项目，根据创业板上市公司向不特定对象发行可转换公司债券的相关法规、监管要求以及股东大会的授权，公司对本次发行方案进行了调整，公司拟将本次发行募集资金总额从不超过 50,000 万元（含 50,000 万元）调整为不超过 43,800 万元（含 43,800 万元），并相应调整募集资金具体用途，公司对本次发行方案所进行的调整符合《深圳证

券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关要求，不构成本次发行方案的重大变化；

2、本次发行方案调整已经公司第二届董事会第十八次会议审议通过，相关议案均属于 2020 年第二次临时股东大会给予董事会的授权范围。公司董事会的决议程序和表决内容符合《公司法》等法律法规、规范性文件及公司章程的有关规定，表决结果合法、有效，本次发行方案调整履行了所需的内部决策程序，调整后的发行方案尚待深圳证券交易所审核通过及中国证监会注册同意；

3、除减少募集资金、减少募投项目，本次发行方案的其他事项均未发生变化，公司本次发行仍符合《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》等相关法律法规及规范性文件的规定，不影响公司本次向不特定对象发行可转换公司债券。

**三、关于小家电项目和消毒设备项目，请具体说明本次募投项目相关产品的具体情况，包括但不限于产品升级情况、新拓展产品情况、产线扩张情况和现有移动家居小电器的产线重合度或通用性情况等，并进一步说明是否存在可共用设备、重复建设情况、相关建设能否明确区分等。**

#### **（一）产品升级及新拓展产品情况**

本次募投项目中，小家电项目产品包括蓝牙耳机、移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯；消毒设备项目产品包括智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒。

其中，小家电产品移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯和消毒设备产品中的智能互联紫外线消毒杀菌汞灯为公司现有产品类型。一方面，本次募投项目将对公司现有小家电产品移动电源、充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯及智能互联紫外线消毒杀菌汞灯进行产品升级。另一方面，本次募投项目将新拓展部分产品，小家电产品中的蓝牙耳机和消毒设备产品中的智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒为新拓展产品。

#### **1、产品升级情况**

本次募投小家电项目，将对移动电源、充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯进行产品升级，重点聚焦于产品外观设计、结构改进、功能升级、工作方

式优化、应用领域多元化等，与传统的上述产品相比，进一步实现温度感应、远程控制 and 便携收纳等功能。例如：（1）普通电蚊拍一般采用机械式开关控制电蚊拍，产品升级后，公司电蚊拍产品将采用触摸控制模式，并且实现挥拍灭蚊和自动立式诱杀灭蚊二合一功能；（2）小风扇产品升级后，使用更加便携，并增加温度感应功能，配合智能应用软件，实现风扇自动调节档位，部分风扇产品还将新增加湿、香薰灯功能；（3）排插产品升级后，新增可折叠、收纳隐藏等多种结构，还可现实如 USB 充电功能、APP 远程控制功能等；（4）高级台灯产品升级后，采用了安全性能更高的产品标准，达到光源发光更加均匀的效果，还可实现多键触摸开关、物联控制、根据应用场景色温切换等功能，使产品可满足多种场合使用需求；（5）移动电源产品升级后，容量更高、充电转换率更高，输出电流大，支持双向快充技术，多个充电输入输出接口，具有过充保护、过流保护、过放保护、温度保护、过功率保护、短路保护等功能；（6）充电器产品升级后，内置自动充电识别芯片，可兼容各品牌手机和平板电脑，达到快充不过充的效果；具有过压、过流、过载、短路、过温等保护功能，使得损耗降低、能效提高，更加安全、高效和便携，进一步提升消费者体验。

本次募投消毒设备项目，将对智能互联紫外线消毒杀菌汞灯进行升级，与传统的汞灯杀毒产品相比，进一步实现互联网智能控制和雷达感应控制杀毒，通过雷达感应使用者是否到达现场，自动开启或关闭杀毒等功能，给消费者带来更好的用户体验。

本次募投项目产品升级后与原有品类的区别与联系、主要升级功能、软硬件配置等情况具体如下：

本次募投项目产品类别	原有产品功能	本次募投产品的联系与区别
移动电源	原有移动电源容量低, 充电转换率低、输出电流小、不支持快充, 输出充电口少。	<p>本次募投项目的移动电源预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有移动电源的功能及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的移动电源与原有移动电源的区别如下：</b></p> <p>(1) 新移动电源容量高, 充电转换率高, 输出电流大, 支持双向快充技术, 多个充电输入输出接口;</p> <p>(2) 新移动电源模块带有过充保护、过流保护、复位保护、过放保护、过压保护、温度保护、过功率保护、电池反接保护、短路保护、电磁场保护;</p> <p>(3) 生产工艺采用双面全 STM (贴片) 全自动生产技术, 使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升, 具体情况如下：</b></p> <p>本移动电源输入部分采用了高智能锂电池充电管理 IC, 每个输出接口均添加智能识别协议芯片, 使得充电兼容性更强, 特设充电输入最高 12V 耐压保护。</p>
旅行充电器	原有充电器无快充功能, 无过充保护、集成度低、使用电压范围小、不支持充电协议。	<p>本次募投项目的旅行充电器预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有充电器的功能及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的充电器与原有充电器的区别如下：</b></p> <p>(1) 新充电器采用快充功能, 内置自动充电识别芯片, 兼容各品牌手机和平板电脑, 可为市面上绝大多数数码产品进行快充 (输入采用宽电压、内设高级优质开关电源);</p> <p>(2) 电源管理芯片具备过压、过流、过载、短路、过温等保护、同步整流芯片输出稳定直流电压静态损耗低、提高能效、PD 认证协议 (一种快速充电规范) 芯片智能识别快充协议, 自动匹配快充;</p> <p>(3) 生产工艺采用单面 STM (贴片) 及自动插件技术, 使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升, 具体情况如下：</b></p> <p>(1) 电压/频率: 额定输入电压范围为: AC110-240~50/60Hz; 使得产品适用范围更广泛;</p> <p>(2) 电源管理 IC 具有输入欠压、过压、缺相保护、输出过流、过热等多项保护功能, 使得设备在使用过程中的安全性能大幅提升。</p>
电蚊拍	(1) 原有电蚊拍采用机械式开关来控制电蚊拍的工作; (2) 原有电蚊拍采用铅酸电池; (3) 原有电蚊拍采用阻容降压充电电路; (4) 原有电蚊拍采用挥拍灭蚊单一的工作方式。	<p>本次募投项目的电蚊拍预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有电蚊拍的功能及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的电蚊拍与原有电蚊拍的区别如下：</b></p> <p>(1) 新的电蚊拍采用触摸控制电蚊拍的工作;</p> <p>(2) 采用锂电池;</p> <p>(3) 采用锂电池专用的充电电路;</p> <p>(4) 采用挥拍灭蚊、自动立式诱杀灭蚊二合一的工作方式;</p> <p>(5) 生产工艺采用单面 STM (贴片) 及自动插件技术, 使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升, 具体情况如下：</b></p> <p>(1) 最大电池容量: 4000mAh; 使用时间变长;</p> <p>(2) 电击高压输出: 3600V; 灭蚊能力更强;</p>

本次募投项目产品类别	原有产品功能	本次募投产品的联系与区别
		<p>(3) 多种充电方式；可用 220V、5V、太阳能充电；</p> <p>(4) 控制芯片采用单片机控制（增加电量指示功能），使产品应用更便捷质量更稳定，功耗更低。</p>
小风扇	原有小风扇能实现吹风、挡位调节的基本功能，采用机械开关控制，体积小可随身携带	<p>本次募投项目的小风扇预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有小风扇的功能、电路保护及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的小风扇与原有小风扇的区别如下：</b></p> <p>(1) 新设计电风扇结构多样化，包括台式、手持式、头戴式、新夹式、佩戴式，使应用场合、方式更加多样化；</p> <p>(2) 佩戴式等风扇增加温度感应功能，配合 app 软件一同使用，用户可自行设定不同温度场景下的风扇使用档位，更加智能化；</p> <p>(3) 具有电量指示功能，电子显示面板，4 小时定时功能；</p> <p>(4) 加入加湿、香薰、定时等功能；</p> <p>(5) USB 输出充电功能；</p> <p>(6) 生产工艺采用双面全 STM（贴片）全自动生产技术，使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升，具体情况如下：</b></p> <p>(1) 采用大容量可充电电池；</p> <p>(2) 采用单片机作为控制芯片，使产品的功耗更低</p> <p>(3) 风扇采用特有照明灯设计、9 档风力选择；</p> <p>(4) 电池保护芯片具有电池过充过放保护功能。</p>
排插	原有排插能实现通电、阻燃、防触电的基本功能	<p>本次募投项目的排插预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有排插的功能、安全及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的排插与原有排插的区别如下：</b></p> <p>(1) 升级排插结构设计更多样化，新增可折叠、收纳隐藏等结构；</p> <p>(2) 除现有的 usb 充电功能外，加入 app 控制功能，通过插座端可对家用电器起远程控制作用，可起远程安全监控作用；</p> <p>(3) 高导电磷铜片：高导电磷铜片镀镍处理，超长使用寿命，具有良好的耐磨性和导电性；</p> <p>(4) USB 接口：USB 接口适应 100-250V 电压，可同时为 3 台数码产品充电；</p> <p>(5) 阻燃：优质耐高温阻燃材料，有效阻止燃烧，使得产品在使用异常发生燃烧起火等情况下，提供安全保障。</p> <p>(6) 生产工艺采用单面 STM（贴片）及自动插件技术，使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升，具体情况如下：</b></p> <p>(1) USB 接口：USB 接口适应 100-250V~电压，50/60Hz（电压范围宽，可支持采用 110V 电压国家使用）；</p> <p>(2) USB 兼容性：USB 自动识别各种机型充电电流，同时满足多种数码设备高效充电，兼容性强；</p> <p>(3) PC 材质外壳，有效阻燃，保障用电安全；</p> <p>(4) 通过手机 APP 远程查看家电使用情况，及时开启或关闭电源；</p> <p>(5) 优质锡磷青铜，更安全的一体化铜带工艺，提高生产效率、产品质量更稳定。</p>

本次募投项目产品类别	原有产品功能	本次募投产品的联系与区别
高级台灯	<p>(1) 原有台灯采用企业标准及强制性国标 (Q/JLGD 6、GB7000.1、GB7000.204、GB/T17743)，主要为安全性能方面的要求；</p> <p>(2) 原有台灯多采用 20 颗左右 SMD 0.1W 单色温等光源；</p> <p>(3) 原有台灯一般采用简易触摸开关。</p>	<p>本次募投项目的高级台灯预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有台灯的功能、应用技术、安全及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的台灯与原有台灯的区别如下：</b></p> <p>(1) 高级台灯除小台灯要求的安全性能标准之外，另外采用读写灯标准 (GB/T9473)，此标准主要是读写作业台灯性能要求；</p> <p>(2) 高级台灯采用 40 颗以上 SMD 0.2W 光源 (增加了一倍的光源数量)，以达到照度要求，且显指、色温等指标要求更高；</p> <p>(3) 高级台灯高度一般不低于 30CM，灯头造型也多采用椭圆、圆形等形式，导光镜片会使用扩散板或带有凸镜功能的镜片以使得光源发光更加均匀；</p> <p>(4) 高级台灯一般采用编码开关，多键触摸开关，物联网等控制方式；</p> <p>(5) 高级台灯除小台灯的常规调光功能外会有根据应用场景色温切换等功能。</p> <p>(6) 增加了空气质量检测功能；</p> <p>(7) 将用户房型与净化功能关联，采用用户界面设计化展示及控制，支持手机终端通过下载远程服务器上的升级包进行在线产品升级；</p> <p>(8) 生产工艺采用双面全 STM (贴片) 全自动生产技术，使得生产效率、品质有所提升。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升，具体情况如下：</b></p> <p>高级台灯通过欧盟 IEC/EN 62471 蓝光指数标准认证以及光生物安全标准认证。</p> <p>(1) 行业首次将空气检测技术运用于 LED 移动照明领域；</p> <p>(2) 通过施加一个 PWM (脉冲宽度调制) 信号来控制 LED 亮度；</p> <p>(3) 通过手指在触控板上的任意滑动，改变单片机内部参数，实现无极调光；</p> <p>(4) 嵌入板载天线 WiFi 模块，使智能产品将成为物联网中一个终端，从而实现移动客户端与产品的连接，达成对产品使用环境模式控制。</p>
智能互联紫外线消毒杀菌汞灯	<p>(1) 原有杀菌灯一般采用触摸开关、按键开关控制；</p> <p>(2) 原有杀菌灯采用无线遥控控制；</p> <p>(3) 原有杀菌灯电源板、控制板、驱动板采用 av 插件机及红胶贴片工艺生产。</p>	<p>本次募投项目的智能互联紫外线消毒杀菌汞灯预计上市时间为募投项目建成后第一年。</p> <p><b>联系：对原有杀菌灯的功能、应用技术、安全性及生产工艺均进行了升级。</b></p> <p><b>区别：新的杀菌灯与原有杀菌灯的区别如下：</b></p> <p>(1) 智能杀菌灯采用通过互联网控制；</p> <p>(4) 新增时长模式：可自定义 1-180 分钟杀菌消毒时间及 15 分钟、30 分钟、60 分钟定时杀菌消毒时间；</p> <p>(5) 新增场合模式：可根据房间的面积设置杀菌消毒时间；</p> <p>(3) 新增护航数据：可显示累计传递健康能量，健康护航时长，剩余灯管寿命；</p> <p>(4) 新增安全预警：当紫外线灯打开时，会同步亮起警示灯，当有人靠近时，传感器立即联动关闭紫外线灯、蜂鸣器发出报警声，杀菌灯停止工作；人离开就恢复杀菌状态，从而起到保护人体及动物的作用；</p> <p>(5) 新增双重消毒：通过“紫外线+臭氧”实现双重无死角杀菌模式；</p> <p>(6) 智能杀菌灯主要采用电源板、控制板、双面贴片工艺生产；提高生产效率及质量。</p> <p><b>软硬件配置相比原有产品有所提升，具体情况如下：</b></p> <p>(1) APP 程序应用端提供终端的开关及时间控制按钮，支持自定义工作时长、自定义启动和停止的工作时间；</p>

本次募投项目产品类别	原有产品功能	本次募投产品的联系与区别
		(2) 将用户房型与净化功能关联, 采用用户界面设计化展示及控制, 支持手机终端通过下载远程服务器上的升级包进行在线产品升级。

## 2、新拓展产品情况

本次募投小家电项目中的蓝牙耳机和消毒设备产品中的智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒为新拓展产品，具体情况如下：

### （1）蓝牙耳机

公司本次募投项目拟生产的蓝牙耳机，具有切换歌曲、接打电话等功能。

### （2）智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯

公司本次募投项目拟生产的智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯，能有效控制紫外线光照范围，提高光照区域内的紫外剂量，杀菌速度更快；同时能有效防止紫外光往侧面发散照射到人体而影响健康，使产品的安全性和实用性都得到提升。

### （3）便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒

公司本次募投项目拟生产的便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒，采用电磁感应充电，可实现非接触充电，使产品更加安全耐用，同时减少了手电筒对锂电池的消耗，绿色环保、降低使用成本。此外，该产品电磁感应充电座与智能家居控制系统相连，可以对充电电量进行精确管控，电量充满时充电座自动停止充电，并将手电筒电池状态反馈到 APP 上，让用户实时了解信息，提高用户体验和生活品质。

本次募集的资金将利用公司原有的供应链管理经验和品牌优势，拓展小家电生产基地和消毒设备产线，以实现公司在小家电产品品类的进一步发展以及在消毒设备产品市场的拓展与产品升级换代。

## （二）产线扩张情况

小家电项目新增产线 10 条（以生产拉线（组装线）为瓶颈设备），每条产线达产可实现平均年产 185 万件（台）小家电产品的产能，具体情况如下：

蓝牙耳机生产线 1 条，年产出 140 万件；移动电源生产线 2 条，年产出 160 万件；旅行充电器生产线 1 条，年产出 500 万件；电蚊拍生产线 2 条，年产出 550 万件；小风扇生产线 2 条，年产出 170 万件；排插生产线 1 条，年产出 240 万件；高级台灯生产线 1 条，年产出 90 万件。

消毒设备项目新增产线 4 条（以自动化组装流水线为瓶颈设备），每条产线达产可实现平均年产 14.75 万支（台）消毒设备产品的产能，具体情况如下：

智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯生产线 1 条，年产出 7 万台；智能互联紫外线消毒杀菌汞灯生产线 2 条，年产出 40 万台；便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒生产线 1 条，年产出 12 万支。

小家电产业项目涉及的部分产品如充电器、排插、台灯，近两年及一期销量有所下滑。经核查报告期内发行人小家电产品的销售收入、销售数量、产量情况，上述情形主要是由于公司小家电产品的销售结构发生了变化，随着消费升级的影响，消费者对智能化、功能多样化的产品需求逐渐增多，公司相对低端产品的销售有所下降。报告期内，小家电产品的销售收入分别为 9,813.55 万元、9,468.18 万元、13,071.25 万元和 13,270.23 万元，整体呈上升趋势。报告期内，小家电产品的产销率分别为 133.94%、136.06%、148.19%和 210.50%，呈逐年上升趋势，主要是由于①公司移动家居小电器品类较多，部分品类需求旺盛，需要 OEM，致使产销率水平较高；②2020 年 1-9 月公司受春节长假和新冠疫情影响，停工时间较长，总产量较低；③根据公司生产模式，在按订单排产之外会进行备货生产，公司在 2019 年末提前考虑到 2020 年春节停工因素已备有一定量库存，销售环节未受公司生产停工影响，故产销率水平较高。公司小家电产品订单需求持续增加，公司亟需自建产线、自行生产，以满足未来订单需求的增长。本次小家电项目产品属于相对高端产品，市场需求大。

### （三）现有移动家居小电器的产线重合度或通用性情况

本次小家电项目所涉及的七类产品中，蓝牙耳机公司无自有产线；移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯在本次项目建设中均涉及产品升级，产品在结构、功能上有较大改进，产品升级具体情况详见本回复问题 1 之“三、关于小家电项目和消毒设备项目，请具体说明本次募投项目相关产品的具体情况，包括但不限于产品升级情况、新拓展产品情况、产线扩张情况和现有移动家居小电器的产线重合度或通用性情况等，并进一步说明是否存在可共用设备、重复建设情况、相关建设能否明确区分等”之“（一）产品升级及新拓展产品情况”之“1、产品升级情况”。

本次募投项目的产线与公司现有的产线不存在重合。现有小家电产线主要生产模式为小规模、小批量生产，现有小家电自建产线及 OEM 的生产规模及占比详见本回复问题 1 之“一、关于小家电项目，公司披露前期的部分小家电产品是通过与外部生产组装企业合作采用 OEM 的模式进行生产制造，本次项目建设公司拟搭建自己的小家电产线，请发行人结合 OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系、行业竞争情况等，说明本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性、是否涉及业务模式的变化、公司是否具备实施该项目的能力等，并充分披露相关风险”之“（一）本次募投项目拟采用自建小家电产线的具体原因及合理性”之“1、OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系”，本次募投项目的产线设备自动化程度更高，采用了更加先进的生产设备，主要用于大规模、大批量生产。

公司具有完善的产线管理制度，设备采购全部基于产线规划和产品情况。公司现有产线全部针对特定产品设计，相较之前重合度很低，不存在通用性。

#### **（四）是否存在可共用设备、重复建设情况**

本次小家电项目所涉及的七类产品中，蓝牙耳机公司无自有产线；移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯在本次项目建设中均涉及产品升级，产品在结构、功能上有较大改进，产品工艺相比之前有较大调整。因此，小家电项目无法使用公司现有产线进行产品生产，不存在可共用设备、重复建设情况，相关建设能够明确区分。

本次消毒设备项目所涉及的三类产品中，智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯及便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒为公司新增产品类型，目前无自有产线；智能互联紫外线消毒杀菌汞灯涉及产品升级，现有产线无法满足升级后产品的生产工作需要。因此，消毒设备项目无法使用公司现有产线进行产品生产，不存在可共用设备、重复建设情况，相关建设能够明确区分。

四、结合发行人的技术储备、客户储备、在手订单、意向性合同、行业地位、现有产能利用率情况、小家电市场及直播市场竞争情况和未来发展趋势等说明本次募投项目投资规模、新增产能、开拓新产品线的合理性和具体的产能消化措施，是否存在产能过剩、经验不足或人才不足等风险，并充分披露相关风险。

#### （一）小家电项目及消毒设备项目所涉及公司技术储备情况

公司的主要产品以外观新颖、质量可靠的产品形象在市场中占据竞争优势地位，这和公司自成立以来就非常重视新产品、新技术的开发设计密不可分。在研发队伍建设上，公司整合研发资源，完善研发人才管理体系，充分调动研发人员的积极性。近年来，公司不断引入优秀人才，注重人才培养工作，形成了一批具有 LED 移动照明应用产品技术研发、工艺优化、生产管理专业素质能力的技术人才。在研发方式上，通过核心技术研发，自主设计为主、外包设计为辅的方式加快新品研发进程，有助于新产品快速推向市场。

#### 1、小家电项目

公司目前在该领域掌握的核心技术包括：LED 恒流驱动技术、LED 智能控制技术、光控技术、人体感应技术、触摸无极调光控制技术、震动开关控制技术、电磁感应充电技术、灯杯二次光学技术等。

##### （1）LED 恒流驱动技术

LED 驱动电路应确保 LED 的恒流工作特性，尤其在电源供电电压发生变化时，仍能保持 LED 工作电流的稳定，并实现以下目标：

- ①确保 LED 负载工作电流稳定；
- ②避免 LED 驱动电流超出最大额定值，影响 LED 负载的工作可靠性；
- ③获得要求的流明输出，并保证各 LED 发光亮度和发光色度的一致性。

##### （2）LED 智能控制技术

WiFi 智能 LED 产品控制方案借助智能手机或者其他智能终端，就可以轻松控制家用照明设备及其它家用小电器。WiFi 智能 LED 台灯控制方案对 LED 台灯嵌入式开放是比较重要的一步，这样才能在硬件上实现无线数据转换以及无线

控制。公司主要采用的 EESP-01WiFi 模块，内置 IEEE802. II 协议栈以及 TCP/IP 协议栈，能够实现用户串口到无线网络之间的转换；支持串口透明数据传输模式，可以使传统的串口设备轻松接入无线网络；WiFi 智能 LED 产品控制方案结合无线 WiFi 技术和 APP 应用，使用户操作使用更加安全便捷。

### （3）光控技术

采用光敏电阻和照明控制继电器为基本元件组成的照明光控制电路。这种照明光控制电路的特点是可以根据光线的亮度自动控制照明，与人工操作比较，能够及时开关并具有节能效果。光控照明电路的制作主要是利用半导体光电器件——光敏电阻的特性制作而成的，光敏电阻是一种电阻值随入射光的强弱而改变的电阻器，它利用光线的强弱来控制照明开关的动作，动作点可根据实际光线的强弱调节，运行时无须人员操作，避免了人工操作开关不及时等因素，因而能有效地节约电能。

### （4）人体感应技术

红外智能节电开关是基于红外线技术的自动控制产品，当有人进入感应范围时，专用传感器探测到人体红外光谱的变化，自动接通负载，人不离开感应范围，将持续接通，延时自动关闭负载。

红外智能节电开关由于触发的时候不需要人发出任何声音，而是人走过时身体向外界散发红外热量最终控制灯具的开启，当人离开后，经过一定时间的延时，自动熄灭。同时因为它是感应人体热量控制开关，所以避免了无效电能的损耗，达到节能效果。

### （5）触摸无极调光控制技术

利用单通道触摸芯片来控制 LED 灯光亮度调节，使用该芯片结合软件编程可以实现 LED 灯光的触摸开关控制和亮度调节，具体特点如下：

①灯光亮度可根据需要随意调节，选择范围宽，操作简单方便；

②可在有介质（如玻璃、亚克力、塑料、陶瓷等）隔离保护的情况下实现触摸功能，安全性高。

### (6) 震动开关控制技术

利用震动感应器导电振动弹簧同触发接脚被精确安放在开关本体内、并通过胶粘剂粘接固化定位，在平时不受振动时弹簧和触发接脚间是不导通的，受到振动后，弹簧抖动接触到触发接脚从而通电产生触发信号，再将触发信号传送到电路装置使电路启动，从而实现灯的亮灭及亮度调节。

### (7) 电磁感应充电技术

充电利用电磁感应原理，在充电底座和产品设置线圈，底座的线圈通电会产生电磁场，移动设备内的线圈接收电磁场并转化为电能，收到的电能被用作对装置内的电池充电。基本原理是在发送和接收端都设一个线圈，发送端线圈连接有电源，并产生电磁信号，接收端线圈感应到这个电磁信号，从而传输点留给设备电池充电。

### (8) 灯杯二次光学技术

每个 LED 已经有一个初级光学设计，让最大的光从芯片出来，提供 LED 的出光角。二次光学设计用来改变 LED 的光线输出，二次光学分为：分散聚合两种，分散就把出光散开，聚合就把光线聚合到更小的范围。

上述核心技术对应的专利及非专利技术和应用产品情况如下：

核心技术名称	对应专利及非专利技术	取得时间	正在申请/已获得	应用产品
一种高精度恒流原边控制电路的研发	实用新型专利：一种高精度恒流原边控制电路 ZL201520345858.1	2015.05.26	已获得	DP-QP9W01、DP-QP12W01、DP-QP15W02 球泡灯
LED 智能控制技术的研发	发明专利：一种紫外线人体感应杀菌灯 201710295208.4	/	正在申请	DP-1044 台灯、DP1031 杀菌灯
光控技术的研发	实用新型专利：一种智能光控夜灯 ZL201520247027.0	2015.04.22	已获得	LED-405 小夜灯、LED-407 小夜灯、LED-415 光控系列
人体感应技术的研发	实用新型专利：一种大角度人体感应灯 ZL201720153122.3	2017.02.20	已获得	DP-1401、DP-1401C 人体感应灯
触摸无极调光控制技术研发	实用新型专利：贴片 LED 触摸台灯 ZL201220293797.5	2012.06.20	已获得	LED-656、DP-6009、DP-6014、DP-116 触摸无极调光台灯系列
震动开关控制技术研发	实用新型专利：一种创意触碰感应灯 ZL201720153315.9	2017.02.20	已获得	DP-1402A、DP-1402B 创意触碰灯
电磁感应充电技术研发	发明专利：一种电磁感应充电 LED 应急手电筒 201710295199.9	/	正在申请	DP-1403 电磁感应充电 LED 应急手电筒

核心技术名称	对应专利及非专利技术	取得时间	正在申请/已获得	应用产品
灯杯二次光学技术研发	非专利技术	/	/	所有手电筒、头灯、探照灯系列

## 2、消毒设备项目

本项目主要技术支持包括：基于透镜结构优化的 LED 发光角度改善关键技术、LED 均匀方形光斑成像关键技术、紫外灯人体感应智能防护创新技术、LED 手电筒电磁充电核心技术。在本项目领域，公司已具备了相应的核心技术储备和初步市场应用基础，通过“紫外灯人体感应智能防护创新技术”以及“LED 手电筒电磁充电核心技术”保证项目产品的先进性。公司除了自有核心技术外，进一步与广东省半导体产业技术研究院达成合作，在本项目中，公司从广东省半导体产业技术研究院引进了“基于透镜结构优化的 LED 发光角度改善技术”以及“LED 均匀方形光斑成像技术”两项关键技术，进一步增强了本项目产品的技术竞争力。

### (1) 基于透镜结构优化的 LED 发光角度改善关键技术

由于 LED 集成封装结构中存在多个芯片，各芯片出光角度不同，目前的 LED 透镜多采用传统的公模透镜，LED 照明装置发光角度较大，光源利用率低，若应用在 LED 紫外消毒灯上，容易导致紫外光泄露伤害人体的问题。

本技术优化 LED 透镜设计，透镜结构包括容置腔、全反射面以及出光面，LED 光源发出的正面光线能够通过折射部的折射，然后传播至全反射面，进而能够减小 LED 光源沿正面方向的发光角度；同时，LED 光源发出的侧面光线在经过全发射面的反射后，能够通过出光面的折射，使得光线的传播方向沿正面方向，从而使得整个照明装置的发光角度较小，发光效果更好。该技术在 UVC-LED 产品上应用，能有效控制紫外线光照范围，提高光照区域内的紫外剂量，相比现有技术，杀菌速度更快，同时能有效防止紫外光往侧面发散照射到人体而影响健康，使 UVC-LED 产品的安全性和实用性都提升一个档次，广泛适用于物体表面快速消毒，是疫情下各类公共消毒环境的紫外消毒核心技术，技术产品在随着卫生安全的消费理念发展将有广阔的市场前景。

## (2) LED 均匀方形光斑成像关键技术

目前，在大部分通用照明场合，比如室内照明、马路等通常希望照度面能够均匀，且是方型光斑，这样的处理，使得照明场所，在能量利用率及整体光斑均匀性上会得到很大提升。然而，现在市场普遍是圆形光斑，采用被照面为圆形光斑形状时，在相邻灯具的衔接处，势必会出现暗区和照射盲点，而使被照面的照度不均匀。

本技术采用了将一个单自由曲面透镜与一个双自由曲面准直透镜巧妙地结合在一起形成 LED 透镜的结构，通过采用多次折射光路，其光线可控，聚光效果好，且光源经透镜后在照射面形成照度均匀的方形光斑，光斑边界清晰可见，发散角小，克服了单独采用菲涅耳透镜或平凸透镜等方式无法利用光源高角度等问题，能量利用率更高，因此具有节约光能的效果。

本技术形成的方型光斑在效果和应用上有独特的优势，主要表现在：

①均匀度大于 90%，发散角小于 5°，光斑边界清晰可见，依此组成的光源阵列整体均匀度大于 95%；

②传统菲涅耳透镜及平凸透镜也能实现方型光斑，但其无法在 LED 光源全角度实现光斑均匀性，只能在小角度实现光斑均匀性，因而本技术在能量收集率上有了显著的提高，尤其适用于项目产品紫外线 LED 牙刷消毒器对牙刷区域的精准快速消毒；

③本技术光斑边界清晰可见，其阵列依据单模块光强及光谱调控可在远场进行简单图案设计。

## (3) 紫外灯人体感应智能防护创新技术

紫外线在直接对人体进行照射时会对人体造成伤害，为解决现有人体感应装置检测范围不全面，检测不灵敏的问题，公司开发 360° 全方位高灵敏红外传感器，设置人体体温和运动模型参数，灵敏判断是否有人经过杀菌区域，当人体走入感应区域内时，感应开关立即断开，切断电源，杀菌灯熄灭，防止人体受到紫外线伤害。紫外灯上安装警示灯，当防护装置响应时，警示灯会闪烁警示。当紫外灯临时关停时传感器保持工作，人离开约 30 秒后紫外灯将自动重启杀菌。

通过久量智能家居控制系统的建立，紫外灯的运行情况会实时在 APP 上显示，即使报警器发生故障，如有人进入杀菌区域，APP 会显示报警信息，多重保障使用安全。

#### (4) LED 手电筒电磁充电核心技术

传统电池的充电一般仅采用直接电接触方式，这种充电方式的导电部位直接裸露在外，使用时存在安全隐患，同时会因为重复插拔操作而容易导致机械松动接触不良，进而影响电能传输。为解决以上问题，公司开发出 LED 手电筒电磁充电技术，配备直流输入端口，可用充电器或太阳能电源进行充电，采用电磁感应充电，非接触充电更加安全耐用。充电电池功率根据产品型号定制化生产，可供应 1-10 个 LED 灯电能。电磁感应充电技术极大提高了 LED 手电筒的使用便捷性，用户只需一放便自动开始充电，无需频繁插线或更换电池。同时亦减少了手电筒对锂电池的消耗，绿色环保，降低使用成本。

该项技术应用于本项目产品便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒，能为 LED 照明模块和 LED 紫外杀菌模块同时提供足够的功率。电磁感应充电座与智能家居控制系统相连，做到对充电电量的精确管控，电量充满时充电座自动停止充电，并将手电筒电池状态反馈到 APP 上，让用户实时了解信息，提高用户体验和生活品质。

上述核心技术对应的专利及著作权和应用产品情况如下：

核心技术名称	对应的专利及著作权	取得时间	正在申请/已获得	应用产品
基于透镜结构优化的 LED 发光角度改善技术	实用新型：一种形成均匀方形光斑的 LED 透镜 ZL201721629669.2	2017.11.29	已获得	智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒
LED 均匀方形光斑成像技术	实用新型：一种 LED 透镜与照明装置 ZL201920536573.4	2019.04.18	已获得	智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒
紫外灯人体感应智能防护创新技术	著作权：APP 多功能紫外线人体感应杀菌灯控制电路，粤作登字-2020-J-00000514	2018.04.30	已获得	智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯
LED 手电筒电磁充电核心技术	发明专利：一种电磁感应充电 LED 应急手电筒 201710295199.9	/	正在申请	DP-1403 电磁感应充电 LED 应急手电筒

本次募集资金项目相关产品的主要技术享有知识产权保护，具有排他性。

“LED 智能控制技术”、“紫外灯人体感应智能防护技术”为公司产品应用的创新。LED 智能控制技术应用于高级台灯和消毒设备产品，该技术将用户房型与净化功能关联，采用 UI（用户界面设计）化展示、UI 化感应、UI 化控制等思路，支持 OTA（手机终端通过无线网络下载远程服务器上的升级包）在线升级产品；紫外灯人体感应智能防护技术应用于消毒设备产品，人进入杀毒灯工作场所时，杀毒灯停止工作，人离开杀毒灯即恢复杀毒状态，对人及动物的健康起到较好的保护作用。上述创新技术保证项目产品具有一定的技术先进性，使得公司产品相比同行业竞争对手具有一定的竞争力。经查询市场具有类似智能控制功能的高级台灯、具有类似智能控制功能和感应控制功能的紫外线消毒灯产品，其售价高于本次募投项目的高级台灯、智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯的售价，公司的产品相较于同行业竞争品具有更强的性价比。

## （二）公司客户储备、在手订单及意向性合同情况

### 1、公司客户储备

公司在长期的经营过程中积累了较多优质稳定的客户资源，并且，公司现有客户与本次募投项目小家电产品和消毒设备产品的目标客户重叠度较高，本次募投项目的产品为蓝牙耳机、移动电源、充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯、智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒，上述产品与公司现有的 LED 照明产品、小家电产品、消毒设备产品一样，均为适用于普通大众的日常家电产品，消费群体与公司原有产品消费人群具有一致性，对应的经销商、贸易商渠道重合度较高。因此，公司现有客户资源能够为本次募投项目新增的产能消化提供有利条件和重要保障。

报告期内，公司通过经销模式实现产品国内外目标市场的重点与深度覆盖：①公司海外市场重点覆盖我国“一带一路”战略国家与地区。通过以自主品牌深耕主要目标海外市场，公司已在西亚、南亚、东南亚、非洲等地区完成超过五十家海外经销商的销售网络布局，并与当地主要经销商保持了长期稳定的合作关系。经过十余年的发展，公司产品与品牌在海外市场积淀了良好的市场口碑与影响力；②国内市场方面，公司先后完成了对国内华东、华南、华西、华北四大区域内超过 30 个省级行政区的市场布局，建立了深度覆盖各地区主要城市的经销网络。各经销商通过在其授权经销区域建立全方位销售网络和零售终端，利用其

所在地域的五金、商超等渠道进行产品销售。

为保证境内外经销网络的健康、持续发展,公司制定了切实有效的管理制度,覆盖经销商开发与评审、合同管理、销售价格管理、货物流向管理等多方面内容。公司通过对经销商的合作意愿、资金实力、经营产品及业务结构、销售网络及渠道优势、行业内资源等评估指标进行审核,选择与优质的国内外经销商签订年度经销合同,并依照合同对经销商进行订货、对账、收款、售后服务、价格体系、市场秩序的管理。同时,公司根据各地市场发展情况,对经销商在品牌宣传、市场推广上给予指导与支持,进一步提高公司产品品牌知名度与市场占有率。

报告期内,与公司开展合作的贸易商主要包括以下两种类型:①在海外市场拥有稳定销售渠道或市场资源的大中型出口贸易商。此类贸易商由于资金实力较为雄厚,在其目标地区已建立起成熟的销售体系,为公司产品推广奠定了良好的市场基础;②在中国主要口岸具有境外客户资源的中小型出口贸易商。

## 2、在手订单及意向性合同

公司所处的小家电和消毒设备行业主要采用直销和经销的销售方式。直销方式直接面向终端客户,不存在大批量的供货订单;经销商在与小家电和消毒设备生产企业合作时通常不会一次性大量采购,而是多批次采购。

发行人主要产品的订单周期及生产周期较短,各时点新增订单金额约为一个月的销售额。发行人一般每年与主要客户签署框架性合作协议,确定合作关系和合作产品,按后续客户订单确定交付产品数量和交货时间,通常不存在大额的在手订单。2020年度,募投项目小家电产品每月新增订单整体呈上升趋势。2020年1-12月,公司移动电源、充电器、电蚊拍、风扇、排插、台灯每月新增订单情况如下:

单位:万元

产品名称	移动电源	充电器	电蚊拍	风扇	排插	台灯	合计
1月	23.84	221.83	801.49	208.27	10.82	593.80	<b>1,860.06</b>
2月	38.06	51.61	720.82	364.97	14.60	398.40	<b>1,588.46</b>
3月	5.33	68.47	1,765.42	270.54	9.93	748.24	<b>2,867.92</b>
4月	39.99	21.95	745.36	162.28	15.00	727.65	<b>1,712.24</b>
5月	34.00	38.91	970.07	576.35	22.55	792.36	<b>2,434.25</b>

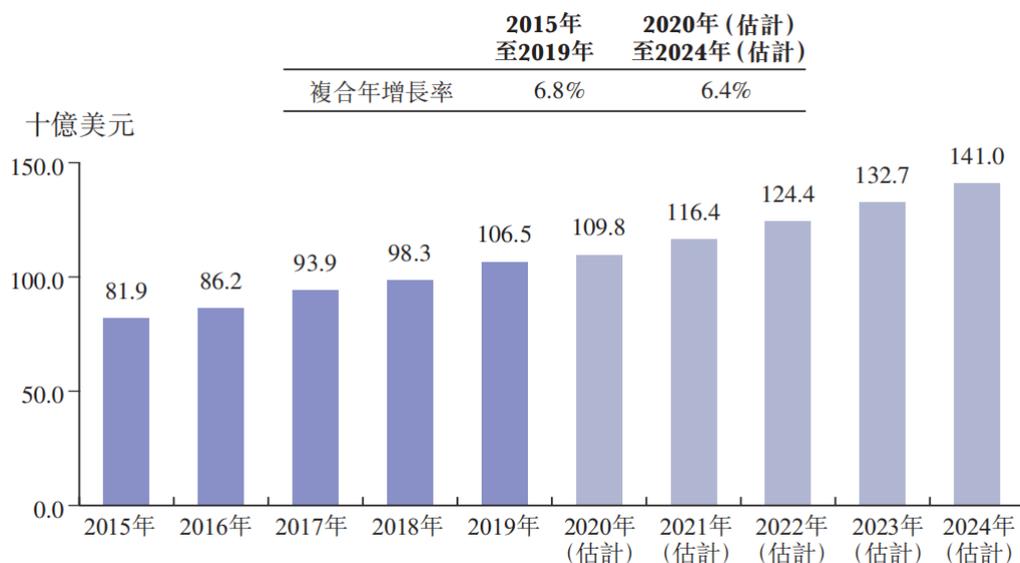
产品名称	移动电源	充电器	电蚊拍	风扇	排插	台灯	合计
6月	28.55	24.04	899.00	344.87	11.35	888.68	<b>2,196.49</b>
7月	17.41	7.32	1,159.89	197.68	13.24	714.93	<b>2,110.46</b>
8月	5.10	51.50	946.35	149.01	16.27	1,289.94	<b>2,458.18</b>
9月	32.24	47.77	1,061.54	180.95	75.70	1,054.23	<b>2,452.43</b>
10月	17.76	134.47	636.80	159.42	10.30	958.57	<b>1,917.32</b>
11月	69.62	93.94	702.36	151.29	3.99	1,074.32	<b>2,095.52</b>
12月	306.11	81.25	997.05	160.12	100.33	1,093.29	<b>2,738.14</b>
合计							<b>26,431.46</b>

小家电产品的订单周期及生产周期均较短，目前公司小家电产品的订单与公司现有的产能及生产经营规模相匹配。目前的订单尚不足以覆盖未来相关产品的新增产能。公司将采取深化与国内外经销商、贸易商的合作关系，加大海内外市场开拓力度，进一步加强营销人员的培养、营销队伍建设，提升小家电产品的研发和设计，加强成本管控，合理规划募投项目新增产能释放过程等措施，以消化本次小家电项目新增产能。

### 3、小家电、消毒设备行业市场空间情况

据弗若斯特沙利文报告（该报告内容来源于 2020 年 6 月 28 日 HKEXnews 披露易（[www1.hkexnews.hk](http://www1.hkexnews.hk)）公告的 2148.HK Vesync 的招股说明书，弗若斯特沙利文为一家独立第三方及独立市场研究专家，该报告为 Vesync 委托弗若斯特沙利文编制的行业报告）显示，全球小家电的零售价值已实现稳定增长，行业规模由 2015 年的 819 亿美元增加至 2019 年的 1,065 亿美元，复合年增长率为 6.8%。预计 2020 年至 2024 年行业规模将由 1,098 亿美元增长至 1,410 亿美元，复合年增长率为 6.4%。具体如下图所示：

## 2015年至2024年（估计）全球小家电的零售价值

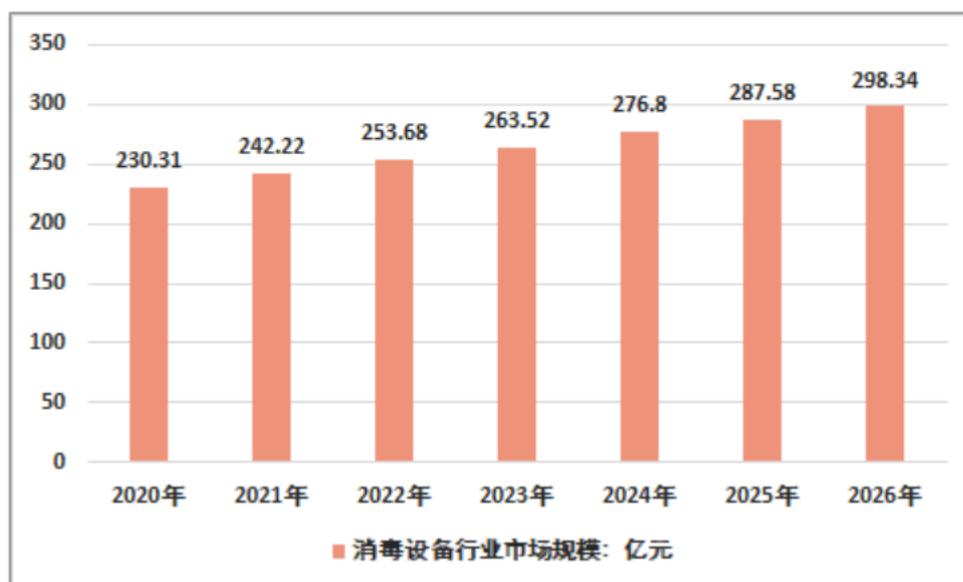


据国家电网数据显示，2019年中国小家电零售额规模达1,289亿元。2019年度，久量股份、小熊电器、金莱特、新宝股份小家电收入分别为1.31亿元、26.88亿元、9.41亿元和89.16亿元，公司与竞争对手的市场占有率均较小。

同时，国外疫情期间，我国作为全球小家电产能的主要集中地，短期内海外难以找到替代的资源，因此海外对我国出口依赖性将进一步提升。国内生产供应链恢复速度较快，率先推动复工复产的厂商将获得更高的订单增量

智研咨询（智研咨询是国内权威的市场调查、行业分析专家，是中国知名的研究报告提供商。智研咨询市场调查研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库）发布的《2020-2026年中国消毒设备行业市场行情动态及投资规模预测报告》显示，2019年中国消毒灭菌设备产业市场规模189.09亿元，同比2018年的174.78亿元增长了8.19%；2020-2026年中国消毒设备行业市场预测情况如下图所示：

2020-2026年中国消毒设备行业市场预测



目前，公司已与 M K ENTERPRISES、HYOBINS GLOBAL VENTURES LTD.、NOMAN & BROTHERS、INSPIRATION LIGHT TRADING L.L.C.、ELAHI TRADERS、广州倬亿贸易有限公司等国内外经销商、贸易商长期合作；上述客户与发行人合作时间均在 5-10 年，且经营范围多为贸易、进口商品、家用电器等，现有销售渠道储备有利于募投产品迅速销向市场。

在小家电、消毒设备市场持续增长的背景下，未来客户需求将继续保持增长。因此，一方面，公司将利用本次募投项目的成本优势和已有客户资源，进一步开拓现有客户市场；另一方面，充分利用小家电、消毒设备庞大的市场需求，持续完善销售体系，强化营销队伍建设，开拓小家电和消毒设备市场中其他潜在客户。

### （三）公司行业地位

公司深耕 LED 照明应用行业十余年，注重产品生产、技术研发及营销推广工作，不断推出新的优质产品，持续扩大自有品牌市场影响力。目前，公司已经形成较强的产品供应能力、稳定的上下游合作关系、完善的营销网络体系。公司还注重海外市场的拓展工作，在中国“一带一路”战略地区树立了良好的中国制造品牌形象，建立了深入当地的品牌营销网络。“DP 久量”已经成为海内外 LED 照明应用行业极具影响力的品牌。

#### （四）公司现有产能利用率情况

##### 1、公司现有产能利用率情况

公司主要产品产能、产量和产能利用率情况如下：

年度	产品分类	产能（万个）	产量（万个）	产能利用率
2020年1-9月	LED 移动照明	3,500.00	2,572.80	73.51%
	LED 家居照明	1,500.00	1,093.68	72.91%
	移动家居小电器	600	364.42	60.74%
	<b>合计</b>	<b>5,600.00</b>	<b>4,030.89</b>	<b>71.98%</b>
2019年度	LED 移动照明	5,000.00	4,977.63	99.55%
	LED 家居照明	2,000.00	1,805.76	90.29%
	移动家居小电器	800	605.96	75.75%
	<b>合计</b>	<b>7,800.00</b>	<b>7,389.35</b>	<b>94.74%</b>
2018年度	LED 移动照明	4,500.00	4,394.62	97.66%
	LED 家居照明	2,400.00	2,272.85	94.70%
	移动家居小电器	600	534.07	89.01%
	<b>合计</b>	<b>7,500.00</b>	<b>7,201.53</b>	<b>96.02%</b>
2017年度	LED 移动照明	4,300.00	3,921.22	91.19%
	LED 家居照明	1,300.00	1,262.40	97.11%
	移动家居小电器	700	777.92	111.13%
	<b>合计</b>	<b>6,300.00</b>	<b>5,961.53</b>	<b>94.63%</b>

注：以上数据不包含外协产能与外协产量。

发行人主要生产设备为注塑机、贴片机和插件机等，2017年、2018年和2019年公司产能利用持续处于高饱和状态，公司逐年增加购置生产设备以缓解产能不足。2020年1-9月，公司产能利用率下降，主要是由于：①公司受新冠疫情影响，停工时间较长，总产量较低；②在订单增长的情况下，短期内公司基于成本、时效性等因素的考虑，小家电产品减少自产、增加OEM。公司2020年前三季度与上年同期营业收入变动情况如下：

单位：万元

期间	2020年度	2019年度	变动金额	变动率
第一季度	15,348.78	19,058.19	-3,709.41	-19.46%
第二季度	15,385.01	23,451.21	-8,066.21	-34.40%
第三季度	19,385.06	22,937.86	-3,552.80	-15.49%

期间	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动率
合计	50,118.85	65,447.26	-15,328.41	-23.42%

公司前三季度营业收入较上年同期下降 23.42%，其中第三季度营业收入较上年同期下降 15.49%，下降幅度呈现逐渐收窄的趋势。根据业绩快报，公司 2020 年度营业收入 70,554.80 万元，较 2019 年度营业收入 87,960.24 万元下降 19.79%。经计算，公司 2020 年第四季度营业收入 20,435.96 万元，较 2019 年第四季度营业收入 22,512.98 万元下降 9.23%，下降幅度呈现持续收窄的趋势。随着疫情影响逐渐消除，公司整体产能利用率将逐步恢复至正常水平。

## 2、公司小家电产线自建及 OEM 情况

报告期内，公司小家电产线自建及 OEM 的规模及占比如下：

小家电	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比	产量（万件）	占比
自建产线	364.42	50.35%	605.96	69.08%	534.07	98.60%	777.92	96.38%
OEM	359.35	49.65%	271.21	30.92%	7.60	1.40%	29.20	3.62%
合计	723.77	100.00%	877.17	100.00%	541.67	100.00%	807.12	100.00%

报告期内，公司小家电产线自建生产规模分别为 777.92 万件、534.07 万件、605.96 万件和 364.42 万件，有所波动。由于公司小家电品类较多，单个品类的自有产线生产规模相对较小。报告期内部分小家电品类需求旺盛，例如电蚊拍订单增长迅速，短期内公司基于成本、时效性等因素的考虑，小家电产品减少自产、增加 OEM。

## 3、最近一年及一期 OEM 模式占比大幅增加的原因及合理性

公司小家电产品种类、型号和规格众多，为满足客户订单的品质、数量、交期及部分产品定制化要求，公司采用多型号产品共线生产模式，无法区分小家电单品产能。本次小家电项目中，移动电源、充电器、电蚊拍、风扇、排插、台灯为公司现有产品，上述产品的新增产能及报告期内产销率情况具体如下：

产品名称	指标	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
移动电源	新增产能（万件）	160（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万件）	1.8000	3.1996	0.8663	0.3042

产品名称	指标	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
	OEM②（万件）	4.6583	1.5000	0.0000	0.0000
	销量③（万件）	6.8073	1.6410	0.4424	0.4676
	产销率=③/①	<b>378.18%</b>	<b>51.29%</b>	<b>51.07%</b>	<b>153.71%</b>
充电器	新增产能（万件）	500（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万件）	30.2500	76.0861	63.8128	48.7219
	OEM②（万件）	4.9838	17.4990	0.0000	4.0000
	销量③（万件）	40.8442	68.1278	77.3787	40.6265
	产销率=③/①	<b>135.02%</b>	<b>89.54%</b>	<b>121.26%</b>	<b>83.38%</b>
电蚊拍	新增产能（万件）	550（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万件）	245.1228	402.8698	389.9865	382.5936
	OEM②（万件）	290.1736	248.8530	0.0000	0.0000
	销量③（万件）	575.6189	558.5182	345.0660	337.7673
	产销率=③/①	<b>234.83%</b>	<b>138.63%</b>	<b>88.48%</b>	<b>88.28%</b>
风扇	新增产能（万件）	170（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万件）	58.9541	94.0104	37.3299	111.5191
	OEM②（万件）	4.5600	0.0000	0.0000	0.0000
	销量③（万件）	66.6292	58.9165	33.1046	96.3243
	产销率=③/①	<b>113.02%</b>	<b>62.67%</b>	<b>88.68%</b>	<b>86.37%</b>
排插	新增产能（万件）	240（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万件）	1.3320	35.0006	32.7875	52.4754
	OEM②（万件）	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
	销量③（万件）	9.6212	16.1307	49.6089	38.4615
	产销率=③/①	<b>722.31%</b>	<b>46.09%</b>	<b>151.30%</b>	<b>73.29%</b>
台灯	新增产能（万台）	90（小家电项目达产后的产能）			
	自建产量①（万台）	335.9642	947.5623	984.0561	1,236.0758
	OEM②（万台）	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
	销量③（万台）	326.2993	772.0854	1,027.6084	1,075.6102
	产销率=③/①	<b>97.12%</b>	<b>81.48%</b>	<b>104.43%</b>	<b>87.02%</b>

2020年1-9月，移动电源、充电器、电蚊拍、风扇、排插、台灯产销率相比2017年、2018年、2019年有较大幅度的提升。2020年1-9月，移动电源、充电器、电蚊拍、风扇、排插产销率均达100%以上，台灯产销率为97.12%，处于较高水平。

公司 2019 年度、2020 年 1-9 月小家电产品 OEM 模式占比大幅增加，主要是由于电蚊拍订单增长迅速。报告期内，电蚊拍销售收入分别为 5,848.96 万元、5,716.81 万元、8,836.66 万元和 9,117.63 万元。2017 年和 2018 年，电蚊拍未进行 OEM 生产；2019 年和 2020 年 1-9 月，电蚊拍 OEM 产量分别为 248.85 万件和 290.17 万件，占小家电 OEM 比例分别为 91.76%和 80.75%。目前公司小家电单个品类的自有产线生产规模相对较小，在订单增长的情况下，短期内公司基于成本、时效性等因素的考虑，小家电产品减少自产、增加 OEM。因此，报告期内发行人小家电产品产能利用率逐年下滑的同时，最近一年及一期 OEM 模式占比大幅增加。公司目前小家电的订单增长短期内可以通过 OEM 解决，但未来随着公司产品升级及大规模生产和销售，公司需要自建小家电产线以扩大产能。

因此，公司决定扩大产能以满足公司经营发展的需要。本次募投项目的产线主要用于大规模、大批量的高端小家电产品生产，长远看来有助于产生规模效应，有助于企业进一步提升产品质量、把握交货时间、抢占市场份额。

本次小家电项目所涉及的七类产品中，蓝牙耳机公司无自有产线；移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯在本次项目建设中均涉及产品升级，产品在结构、功能上有较大改进，产品升级具体情况详见本回复问题 1 之“三、关于小家电项目和消毒设备项目，请具体说明本次募投项目相关产品的具体情况，包括但不限于产品升级情况、新拓展产品情况、产线扩张情况和现有移动家居小电器的产线重合度或通用性情况等，并进一步说明是否存在可共用设备、重复建设情况、相关建设能否明确区分等”之“（一）产品升级及新拓展产品情况”之“1、产品升级情况”。本次募投项目的产线与公司现有的产线不存在重合，现有小家电产线主要生产模式为小规模、小批量生产，本次募投项目的产线设备自动化程度更高，采用了更加先进的生产设备，主要用于大规模、大批量生产。

## （五）小家电市场竞争情况和未来发展趋势

### 1、小家电市场竞争情况

我国小家电制造企业经过多年的发展，已从简单的装配转变成由研发、生产、检测等环节组成的比较完整的工业体系，具备了一定的生产规模和技术水平。目前，中国的小家电行业正处于快速成长阶段，市场潜力巨大，一大批国内优秀的小家电品牌正快速发展，逐渐成为中国乃至世界小家电行业中的翘楚。

随着大家电市场日趋饱和，大企业大品牌稳坐市场龙头，为了抢占市场，大家电价格日趋压低，利润水平也逐渐降低。为了寻找新的利润增长点，我国大家电生产企业纷纷将目光转向正处于高速成长阶段的小家电市场。

一方面，跨国小家电企业纷纷进入中国小家电市场，以美的、海尔为代表的大家电企业也利用自身的品牌优势进军小家电领域；另一方面，中型小家电企业为了突破自身发展规模的瓶颈，也不断延伸扩大相关的产品线，因此，国内小家电行业竞争越来越剧烈。目前，我国小家电市场产品、品牌杂乱众多，随着大品牌和国际品牌的介入，小家电市场将会更趋于专业、规模化、统一化，品牌集中度将会越来越高。

根据中国家用电器协会数据，我国小家电 2019 年出口量约 26 亿台，出口额 324 亿美元，占家电行业总出口额近 46%。我国作为全球小家电生产基地，凭借成本、规模和技术配套的优势承接了全球主要的小家电订单。我国出口大国地位稳固，海外小家电需求具有长期韧性。据弗若斯特沙利文报告（来源自 2020 年 6 月 28 日 HKEXnews 披露易（[www1.hkexnews.hk](http://www1.hkexnews.hk)）公告的 2148.HK Vesync 的招股说明书，弗若斯特沙利文为一家独立第三方及独立市场研究专家，该报告为 Vesync 委托弗若斯特沙利文编制的行业报告），全球小家电的零售价值已实现稳定增长，行业规模由 2015 年的 819 亿美元增加至 2019 年的 1,065 亿美元，复合年增长率为 6.8%。预计 2020 年至 2024 年行业规模将由 1,098 亿美元增长至 1,410 亿美元，复合年增长率为 6.4%。

据国家电网数据显示，2019年中国小家电零售额规模达1,289亿元。2019年度，久量股份、小熊电器、金莱特、新宝股份小家电收入分别为1.31亿元、26.88亿元、9.41亿元和89.16亿元，公司与竞争对手的市场占有率均较小。

同时，国外疫情期间，我国作为全球小家电产能的主要集中地，短期内海外难以找到替代的资源，因此海外对我国出口依赖性将进一步提升。国内生产供应链恢复速度较快，率先推动复工复产的厂商将获得更高的订单增量。

## 2、小家电市场未来发展趋势

随着社会经济的发展以及国民健康意识的增强，人们对小家电的需求在发生转变，正从基本的生活所需转变为对健康、智能和养生的需求，如今小家电也正

式迈入发展的黄金阶段。特别是，当下家电产品智能化是整体产业的发展趋势，而丰富多样的小家电产品，更能满足消费者日益增长的消费需求。

目前来看，受疫情影响，促使消费者和企业更加重视健康和卫生，因此健康属性成为小家电行业主流的发展创新方向。此外，智能化也是小家电行业的主流趋势。

根据国家统计局的数据，截至 2019 年末，我国人均 GDP 为 70,892 元（折合约 10,000 美元）。市场研究机构欧睿国际（欧睿国际（Euromonitor international）1972 年创建于英国，是国际领先的独立战略市场信息提供商，为全球的教育研究机构、政府机构、金融投资机构、跨国企业、咨询机构等的专业人士提供商务信息和战略咨询服务。）数据显示，中国家庭小家电保有量每户 10 种以下，远不及欧美等发达国家每户 30 种的保有量水平，中国小家电市场有较大的增长空间。根据 Statista（Statista 是全球领先的数据统计互联网公司。Statista 帮助用户研究定量数据、统计资料和相关信息）数据统计，2013-2019 年欧美和日本等小家电市场规模年复合增速约 0%-2%，印度作为新兴地区市场潜力较大，年复合增速达到 4% 以上。总体来看，目前我国小家电产品的家庭拥有量还尚处较低水平、海外小家电的需求具有长期韧性，未来小家电市场仍有很大增长空间。而随着入局小家电领域的企业越来越多，以及人们消费能力的提升，小家电市场的潜力也有望得到进一步释放。

## （六）公司具备项目建设所需经验及人才储备

### 1、公司生产经验丰富

本次小家电项目和消毒设备项目中移动电源、旅行充电器、电蚊拍、小风扇、排插、高级台灯、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯均为公司现有产品类型，且公司在过往的生产实践过程中积累了较多产品改进升级的经验，从而为本次募投项目新增上述产品产线，对上述产品进行产品升级提供了宝贵经验。

### 2、公司技术储备充足

公司自成立以来注重技术研发及技术储备工作。公司目前在小家电领域掌握的核心技术包括：LED 恒流驱动技术、LED 智能控制技术、光控技术、人体感应技术、触摸无极调光控制技术、震动开关控制技术、电磁感应充电技术、灯杯

二次光学技术等；在消毒设备领域掌握的核心技术包括：基于透镜结构优化的 LED 发光角度改善关键技术、LED 均匀方形光斑成像关键技术、紫外灯人体感应智能防护创新技术、LED 手电筒电磁充电核心技术。本次小家电项目和消毒设备项目中蓝牙耳机、智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒为新增产品类型。针对上述产品，公司目前已有电磁感应充电技术、LED 手电筒电磁充电核心技术、紫外灯人体感应智能防护创新技术等一列技术储备，能够满足新增产品种类生产工作需求。

### 3、公司人才储备充足

公司已经培养、储备了一支有着丰富的行业运作经验的管理团队，在业务开拓、品牌形象树立、技术团队建设、市场营销、内部风险控制等运营环节层层把关，形成了行之有效、完善充分的内部控制制度，取得了较好的管理效果。目前，公司无论是高层管理团队还是专业技术人员都有着丰富的行业工作经验，且在长期的国内外市场的开拓中培养了一批具有前瞻性、国际化视野的营销和管理骨干。

公司专业性强、知识结构丰富的技术人才及经验丰富的管理人才是本项目成功实施的基础。在上述人力资源基础上，目前公司已制定了与项目建设进度配套的人员招聘及培训计划，并将随着项目开工建设分阶段逐步实施。

#### （七）新增产能的消化措施

##### 1、深化与国内外经销商、贸易商的合作关系

2007 年以来，公司加快国内外营销网络的搭建和布局，经过多年发展，目前已经形成了较为完善的市场覆盖网络，其中针对国内市场，公司先后完成了对国内华东、华南、华西、华北四大区域内超过 30 个省级行政区的市场布局；针对海外市场，公司已在西亚、南亚、东南亚、非洲等地区完成超过五十家海外经销商的销售网络布局，并与当地主要经销商保持了长期稳定的合作关系。公司主营业务产品包括 LED 移动照明，LED 家居照明以及移动家居小电器，本次募投资项目产品可以与现有产品共用销售渠道。公司通过经销商模式主要经营自有品牌产品，采用品牌营销策略，打造优质品牌形象，经过与经销商多年的深入合作，“DP 久量”品牌在国内外经销区域取得了良好的市场口碑和高度的品牌影响力。

公司将进一步深化与现有客户的合作关系，消化本次募投项目新增产能。

## **2、加大海内外市场开拓力度，进一步提高市场占有率**

### **(1) 外销市场开拓**

公司在未来将围绕中国“一带一路”战略，在西亚、南亚、东南亚、非洲等核心市场深入构建外销布局。同时基于优势市场，发展周边地区销售网络，开拓新市场，实现海外战略地区的全面布局，满足公司健康可持续发展需要，构建更加成熟规范的经销商体系。

### **(2) 内销市场渠道拓展**

公司将通过宣传品牌，建设形象店，加强对小家电产品的推销；满足不同消费者的需求，提供区别化产品，加大消费者对产品的需求粘性。在已有国内销售渠道基础上，公司将开拓小家电产品销售渠道、自主对接商超渠道等，实现较全面的渠道掌控。在互联网发展时代，公司也将大力发展线上渠道，增加小家电产品的市场占有率。

公司将利用本次募投项目的成本优势和已有客户资源，进一步开拓现有客户市场；同时，公司将充分利用小家电庞大的市场需求，持续完善销售体系，开拓小家电市场中其他潜在客户。

## **3、进一步加强营销人员的培养、营销队伍建设**

在现有销售团队的基础上，公司通过内部培养和外部招聘的方式扩充销售人员。公司将充分借助市场人脉资源和公司平台资源，在全国范围内引进优秀的销售人才，补充销售骨干队伍。同时，公司进一步完善营销队伍激励约束机制，加强对销售人员的绩效考核力度，加强销售人员的培训、提升其专业能力和素质，培育和打造专业化营销团队，提升客户信息反馈处理能力，为现有产品持续开拓客户，为现有客户持续提供更多优质产品和服务。

## **4、提升小家电产品的研发和设计**

公司已经掌握了本次募投小家电产品相关的核心技术，主要包括：LED 恒流驱动技术、LED 智能控制技术、光控技术、人体感应技术、触摸无极调光控制技术、震动开关控制技术、电磁感应充电技术、灯杯二次光学技术等。随着小

家电行业对产品外观、性能等需求的攀升，未来公司将继续重视小家电产品的研发和设计工作；通过市场调研及时了解消费者新需求与行业新趋势，强调消费者体验，进行人性化的交互设计，外观设计追求简约、时尚、高雅的现代审美潮流，不断提升产品的外观、性能和产品良率，提高募投小家电产品的市场竞争力，促进募投小家电产品的产能消化。

#### **5、加强成本管控，提高产品市场竞争力**

公司将继续强化成本管控，在原材料采购环节强化供应商比价，降低采购成本；在生产环节，持续优化生产工艺和物料耗用，实现持续降本增效。此外，公司将充分利用现有生产基地的区域优势，提高原材料采购效率，优化产品配送模式，降低运输成本，全面提升运营效率，提高产品市场竞争力。

#### **6、合理规划募投项目新增产能释放过程，避免新增产能消化压力过于集中**

本次募投小家电项目效益测算考虑了新增产能释放过程，项目建设期为 2 年，建成投产后分 3 年完全达产，建成后第 1 年生产负荷为 80%，建成后第 2 年生产负荷为 90%，建成后第 3 年及以后各年生产负荷为 100%。由于募投小家电项目新增产能存在逐步释放的过程，产能消化压力并不会在短期内集中体现。随着公司竞争力的不断提升、市场的进一步拓展，新增产能可逐步消化。

发行人通过采取上述措施消化本次募投小家电产品的新增产能。

综上所述，基于小家电、消毒设备行业的广阔市场前景，以及公司现有生产经营的需求，结合公司的技术储备、客户储备、在手订单、意向性合同、行业地位等情况，本次募投项目投资规模、新增产能、开拓新产品线具有合理性。同时，公司充足的人才储备以及公司较强的产品营销能力也为本项目新增产能的顺利消化提供了可靠保障；公司也将继续采取有效措施，实现新增产能的消化。本次募投项目建设不存在产能过剩、经验不足或人才不足等风险。

### **（八）充分披露相关风险**

#### **1、募投项目新增产能无法及时消化的风险**

募投项目新增产能无法及时消化的风险已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（二）募集资金投资项目新增产能无

法及时消化的风险”中进行披露，具体如下：

“随着我国城镇化率和人均可支配收入的提高，以及现代城市人口消费观念的转变，人们对生活品质的重视程度逐渐提高，功能型与享受型小家电产品的需求逐渐上升。本次项目建设完成后，将极大地扩充和完善企业的小家电产品体系，公司生产规模将在现有基础上大幅提升。公司对本次发行募集资金投资项目的可行性研究是在目前客户需求、市场环境和公司品牌实力、品牌营销能力等基础上进行的，若上述因素发生重大不利变化，**公司未能采取适当的市场开拓策略、未能有效维护和拓展销售渠道，公司的新产品市场推广无法达到预期效果**，则公司有可能无法按原计划顺利实施该等募集资金投资项目，或该等项目的新增产能无法有效消化，进而将直接影响本次募集资金投资项目的经济效益和公司的整体经营业绩。

本次小家电项目达产后将达到年产 1,850 万台（件）小家电的生产能力，消毒设备项目达产后将可达到年产 59 万台（支）消毒设备的生产能力。本次募集资金投资项目建成后第一年至第五年，自建产线预计新增的固定资产、无形资产每年折旧、摊销费用为 2,204.59 万元。本次募投项目新增产能增幅较大，如果公司所处市场环境发生重大不利变化，新增产能无法顺利消化，募集资金投资项目将无法实现预期收益，公司面临因资产折旧摊销费用增加而导致利润下滑的风险。”

## 2、行业竞争或竞争对手模仿的风险

公司的竞争对手可能在资金实力、生产技术、客户资源、规模效应、市场形象、销售渠道等方面优于本公司，在日益加剧的竞争环境中，公司经营业绩和财务状况可能受到不利影响。公司本次募集资金项目产品拥有关键技术。公司的主要核心技术通过申请专利方式保护，但由于市场竞争日趋激烈，公司存在技术和产品被竞争对手模仿的风险，进而有可能影响公司的产品销售和收益。

行业竞争或竞争对手模仿的风险已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（八）行业竞争或竞争对手模仿的风险”中进行了补充披露。

### 3、产能过剩的风险

2019年度，公司小家电产能为800万个；本次小家电项目达产后将达到年产1,850万台（件）小家电的生产能力，消毒设备项目达产后将可达到年产59万台（支）消毒设备的生产能力。本次募投项目新增产能增幅较大。

据弗若斯特沙利文报告显示，全球小家电的零售价值已实现稳定增长，预计2020年至2024年行业规模将由1,098亿美元增长至1,410亿美元，复合年增长率为6.4%。智研咨询发布的《2020-2026年中国消毒设备行业市场行情动态及投资规模预测报告》显示，中国消毒设备行业市场预测将由2020年的230.31亿元增长至2026年的298.34亿元。

公司本次募投新增产能系基于市场发展趋势、公司技术储备和客户资源等因素综合考虑决定，但在未来生产经营及募投项目实施过程中，若市场环境、竞争对手策略、相关政策等方面出现重大不利变化，或市场增长情况不及预期，或行业整体产能扩张规模过大导致竞争加剧，则公司可能面临行业产能过剩的风险，导致募投项目新增产能难以消化的风险。

产能过剩的风险已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（九）产能过剩的风险”中进行了补充披露。

**五、结合前次募投项目披露的预计资金使用进度情况、截至目前资金实际使用情况等，说明前次募投项目是否存在进展不及预期或迟延的情形，如是，请说明原因及合理性，发行人是否及时履行相关审议决策程序和信息披露义务，并说明推进上述募投项目的具体措施和后续计划。**

截至2020年11月30日，公司前次募集资金投资项目的资金使用情况如下：

单位：万元

募集资金净额	39,211.68	已累计使用募集资金总额	32,682.87	
变更用途的募集资金总额	0	各年度使用募集资金总额	2020年1-11月	13,629.80
累计变更用途的募集资金总额	0		2019年度	19,053.07
变更用途的募集资金总额比例	0			

投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额			募集资金使用进度	项目达到预定可使用状态日期(或截止日项目完工程度)
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额		
1	肇庆久量 LED 照明生产基地建设项目	肇庆久量 LED 照明生产基地建设项目	27,741.91	27,741.91	27,741.91	27,741.91	27,741.91	27,741.91	100.00%	2021 年 6 月
2	肇庆久量自动化仓储及物流基地建设项目	肇庆久量自动化仓储及物流基地建设项目	3,745.44	3,745.44	3,075.85	3,745.44	3,745.44	3,075.85	82.12%	2021 年 6 月
3	肇庆久量研发中心建设项目	肇庆久量研发中心建设项目	6,554.43	6,554.43	695.21	6,554.43	6,554.43	695.21	10.61%	2021 年 6 月
4	补充流动资金与偿还银行贷款	补充流动资金与偿还银行贷款	1,169.90	1,169.90	1,169.90	1,169.90	1,169.90	1,169.90	100.00%	不适用
合计			39,211.68	39,211.68	32,682.87	39,211.68	39,211.68	32,682.87	83.35%	/

注：以上数据未经审计

截至 2020 年 11 月 30 日，公司前次募集资金投资项目中，肇庆久量 LED 照明生产基地建设项目与补充流动资金与偿还银行贷款项目的资金已经全部使用完毕，肇庆久量自动化仓储及物流基地建设项目与肇庆久量研发中心建设项目的资金将继续按照前次募投规划使用。

前次募投项目正依照前次募投规划时间进行建设，不存在进展不及预期或迟延的情形，不需要履行相关审议决策程序和信息披露义务。肇庆久量研发中心建设项目主要为研发相关的机器设备投入，后期公司将进一步加快研发相关的机器设备的采购。

## 〔中介机构核查过程及意见〕

### 一、中介机构核查过程

保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅了本次募投项目可行性研究报告，了解产品升级情况、新拓展产品情况、产线扩张等情况；

2、对发行人管理层进行访谈，了解 OEM 模式和本次募投项目拟采取的业务模式的优缺点、区别和联系、行业竞争情况、项目合理性及可行性；网络运营项目已不属于本次可转换债券募投项目，保荐机构核查了本次发行方案调整履行的审批程序、了解本次发行方案调整的主要内容；

3、对发行人管理层进行访谈并查阅相关技术资料，了解公司的技术储备情况；

4、获取发行人的销售框架合同、小家电产品 2020 年每月新增订单情况，了解发行人与国内外经销商、贸易商合作的具体情况及客户储备情况；

5、查阅小家电行业、消毒设备行业数据及行业研究报告，了解募投项目产品市场发展趋势；对发行人管理层进行访谈，了解公司拟采取的消化新增产能的有效措施；

6、查询公司募集资金账户使用情况，了解前次募投项目资金使用进度情况、截至目前资金实际使用情况。

## 二、中介机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、本次募投项目拟采用自建小家电产线具有合理性，不涉及业务模式的变化，公司具备实施该项目的能力；

2、本次向不特定对象发行可转换公司债券方案的调整不构成本次发行方案的重大变化；本次发行方案调整已经过公司董事会审议通过，属于股东大会对董事会关于本次发行的授权范围，决策内容及程序合法、合规，本次发行尚待深圳证券交易所审核通过及中国证监会注册同意；本次发行方案的调整不影响公司本次向不特定对象发行可转换公司债券；

3、发行人小家电项目和消毒设备项目与现有移动家居小电器的产线不存在可共用设备、重复建设情况，相关建设能够明确区分；

4、本次募投项目投资规模、新增产能、开拓新产品线具有合理性及可行性，发行人将采取有效应对措施，消化本次募投项目的新增产能；不存在产能过剩、经验不足或人才不足等风险；

5、前次募投项目不存在进展不及预期或迟延的情形。

## 问题 2

发行人本次拟向不特定对象发行可转换公司债券的方式募集 50,000.00 万元。其中，小家电项目拟投资 34,512.30 万元，税后内部收益率为 15.25%，税后投资静态回收期为 7.63 年（含建设期 2 年）；消毒设备项目拟投资 6,897.46 万元，税后内部收益率为 15.45%，税后投资回收期为 7.20 年（含建设期 2 年）；网络运营项目拟投资 6,034.72 万元，打造电商运营中心提高品牌知名度和渠道效率服务，不直接产生经济效益；偿还银行贷款和补充流动资金为 2,555.52 万元。上述项目中，建筑安装工程、设备购置等费用合计 36,987.83 万元，占本次募投资项目拟募集资金总额的比例 73.98%，相较于发行人最近一期末固定资产账面价 30,134.8 万元增长 122.74%；发行人最近一期末在建工程账面价值为 20,233.46 万元，且报告期内固定资产和在建工程规模均呈增长趋势。此外，发行人报告期外销业务收入占主营业务收入的比例逐年增长，分别为 40.70%、39.66%、45.30%和 51.67%，公司产品销售情况及整体盈利情况在较大程度上受海外市场的影响。

请发行人补充说明或披露：（1）说明各募投资项目投资具体构成、工程建设其他费用的具体内容、拟购置设备的主要用途等，说明各募投资项目投资明细金额测算的合理性，是否包含本次发行相关董事会决议日前已经投入的资金，募集资金补充流动资金的比例是否符合相关规定；（2）结合发行人设备购入进度安排、募投资项目新增资产、现有在建工程的建设进度、预计转固时间以及公司的折旧摊销政策等，量化分析相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，并充分披露相关风险；（3）将小家电项目、消毒设备项目和公司现有海内外相关业务的（预计）年均营业收入、（预计）内部收益率、（预计）市场占有率、（预计）增长率、（预计）毛利率等内容进行对比，披露项目效益测算的过程及关键参数的选取依据，是否充分考虑因行业竞争所需销售人员的费用情况，是否和公司现有相关业务存在显著差异，若是，披露存在差异的原因及合理性，再结合上述内容和同行业可比公司相关业务情况，说明相关测算的谨慎性、合理性；（4）说明国际形势、贸易政策及国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况影响，并说明前述第（3）问中，效益测算过程中是否充分考虑海外市场业务的各影响因素，并充分披露相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

〔回复〕

一、说明各募投项目投资具体构成、工程建设其他费用的具体内容、拟购置设备的主要用途等,说明各募投项目投资明细金额测算的合理性,是否包含本次发行相关董事会决议日前已经投入的资金,募集资金补充流动资金的比例是否符合相关规定;

(一)说明各募投项目投资具体构成、工程建设其他费用的具体内容、拟购置设备的主要用途等,说明各募投项目投资明细金额测算的合理性

发行人拟向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额(含发行费用)预计不超过人民币43,800.00万元(含43,800.00万元)。其中,小家电项目拟投资34,512.30万元,消毒设备项目拟投资6,897.46万元,偿还银行贷款和补充流动资金为2,390.24万元。本次各募投项目的具体投资构成如下:

序号	投资类别	投资总金额 (万元)	拟使用募集资金 投资金额(万元)
一	小家电产业化项目		
1	建筑工程费	14,060.31	14,060.31
2	设备购置费	13,109.49	13,109.49
3	安装工程费	625.09	625.09
4	工程建设其他费用	1,336.56	1,336.56
5	预备费	1,456.57	1,456.57
6	铺底流动资金	3,924.29	3,924.29
*	合计	34,512.30	34,512.30
二	智能紫外线消毒设备产业化项目		
1	建筑工程费	2,024.16	2,024.16
2	设备购置费	3,731.00	3,731.00
3	安装工程费	181.00	181.00
4	工程建设其他费用	227.78	227.78
5	预备费	308.20	308.20
6	铺底流动资金	425.32	425.32
*	合计	6,897.46	6,897.46

序号	投资类别	投资总金额 (万元)	拟使用募集资金 投资金额(万元)
三	偿还银行贷款和补充流动资金		
1	偿还银行贷款和补充流动资金	2,390.24	2,390.24

本次募投项目的资本性支出金额合计 31,660.27 万元，非资本性支出合计 12,139.73 万元；本次募投项目的非资本性支出包括进项税抵扣额、生产职工培训费、预备费、铺底流动资金以及偿还银行贷款和补充流动资金，占本次募集资金总额的 27.72%，小于《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》中“用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的 30%”的比例，符合相关规定。

### 1、小家电产业化项目

建设项目总投资包括建设投资、建设期利息和铺底流动资金；本项目总投资 34,512.30 万元，其中：建设投资 30,588.01 万元，铺底流动资金为 3,924.29 万元，无建设期利息。项目总投资构成情况见下表。

序号	总投资构成	投资额(万元)	比例
1	建设投资	30,588.01	88.6%
1.1	其中：进项税抵扣额	2,924.24	
2	铺底流动资金	3,924.29	11.4%
*	合计	<b>34,512.30</b>	<b>100.0%</b>

具体投资明细及测算依据如下：

#### (1) 建筑工程费

本项目拟通过新建厂房、办公区及宿舍区进行建设，建筑面积合计 53,175.17m<sup>2</sup>，其中厂房建筑面积为 46,206.12m<sup>2</sup>（含普通车间、仓储区以及无尘车间），办公区域建筑面积为 3,498.33m<sup>2</sup>，宿舍区建筑面积为 3,470.72m<sup>2</sup>，项目建筑工程费合计为 14,060.31 万元，具体详见下表。

序号	名称	单位	工程量	建设单价(元)	投资额(万元)
1	办公区域	平方米	3,498.33	4,000.00	1,399.33
2	普通车间	平方米	26,452.23	2,500.00	6,613.06
3	仓储区域	平方米	10,376.06	2,000.00	2,075.21
4	无尘车间(百万级)	平方米	9,377.83	3,200.00	3,000.91

序号	名称	单位	工程量	建设单价（元）	投资额（万元）
5	员工宿舍	平方米	3,470.72	2,800.00	971.80
*	小计		<b>53,175.17</b>		<b>14,060.31</b>
	其中：进项税额				1,160.94

(2) 设备购置费

项目设备购置费合计为 13,109.49 万元，增值税进项税税率为 13%，进项税额为 1,508.17 万元，具体详见下表。

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
一	生产设备					
1	杭州吉高-电声测试仪	CRY6151	22	3.75	82.50	专用生产设备
2	中国赛宝-高低温冲击试验箱	CEEC-CJ	5	3.30	16.50	通用生产设备
3	海克斯康-超高精度三坐标测量机	Leitz	1	16.80	16.80	检测设备
4	迈捷高科-回流焊	MJ-H6645-PC-FL	8	1.20	9.60	通用生产设备
5	耐压绝缘测试仪	华仪 SE7452	10	18.40	184.00	专用生产设备
6	泄漏电流仪	华仪 7630	10	3.40	34.00	专用生产设备
7	滚筒跌落试验机	GTD-1	1	2.00	2.00	通用生产设备
8	电源线弯曲试验机	DWS-1 协和机电(无锡)有限公司	1	3.00	3.00	专用生产设备
9	数字万用表	F289 (FLUKE)	30	0.25	7.50	检测设备
10	钳形电流表	F322 (FLUKE)	2	0.40	0.80	检测设备
11	精密直流电源	ADC60-10 (台湾 AFC)	10	1.40	14.00	专用生产设备
12	打 K 成型机	HDE-680 华达尔	4	4.20	16.80	专用生产设备
13	变频电源	31010 (台湾 AFC)	3	2.82	8.46	通用生产设备
14	电磁振动台	东菱 JQ-303	1	19.00	19.00	通用生产设备
15	包装跌落台	HD-A520-II 海达	1	3.00	3.00	通用生产设备
16	电子数显卡尺	Mitutoyo/三丰 552-193-10	20	1.50	30.00	检测设备
17	示波器	DP03054 泰克	3	8.00	24.00	检测设备
18	电参数测量仪	8730C 青岛青智	2	1.96	3.92	检测设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
19	色度仪	PMS-50 昆山市创新科技检测仪器有限公司	1	5.85	5.85	检测设备
20	积分声级机	HS5670B 国营四三八0厂嘉兴分厂	1	1.42	1.42	专用生产设备
21	电池强制内部短路试验机	HD-H208 海达	1	4.00	4.00	专用生产设备
22	波峰焊	XHJ/鑫鸿基	6	40.00	240.00	通用生产设备
23	LCR 数字电桥	是德科技	2	15.00	30.00	通用生产设备
24	噪声分析仪	AWA6228 杭州爱华仪器有限公司	1	1.40	1.40	检测设备
25	红外测温仪	Testo/德图	1	12.40	12.40	检测设备
26	激光打标机	HL-UV-5W 宏镭激光	9	16.50	148.50	通用生产设备
27	晶体管特性图示仪	杭州五强 WQ4830	2	1.10	2.20	通用生产设备
28	水平垂直燃烧测定仪	XIANGLI/祥利	1	2.90	2.90	专用生产设备
29	多功能电脑裁线剥皮机	金普瑞 YG-1500+R	2	15.00	30.00	通用生产设备
30	立式插件机	NASD/纳斯丹 NASD-TP1701	12	58.50	702.00	专用生产设备
31	防尘试验箱	FC-1500	1	10.00	10.00	通用生产设备
32	鸿森发	HSF-206A 鸿森发	1	1.58	1.58	专用生产设备
33	高精精密气动冲床台式精密冲床	天水液压气动冲床	3	40.00	120.00	通用生产设备
34	全自动切管机	宏山激光 HS-TS65	1	160.00	160.00	通用生产设备
35	平面磨床	GUBENSG-73SD	2	160.00	320.00	通用生产设备
36	铣床	DHXK3706 精科大恒	2	180.00	360.00	通用生产设备
37	穿孔机	ZGDC404 苏州中谷	4	93.00	372.00	通用生产设备
38	中走丝线切割机床	ZAC 系列冬庆	1	110.00	110.00	通用生产设备
39	数控车床	沈阳机床 GTC20090	2	220.00	440.00	通用生产设备
40	数控火花机	CNC-EB2010L 台湾健升	3	95.00	285.00	通用生产设备
41	折弯机	NCP600-60 梁发记	2	150.00	300.00	通用生产设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
42	数控多轴攻牙机	杰奥拓普 DNC-1330DT	2	15.00	30.00	通用生产设备
43	雕铣机	SU-540L 大冈	3	60.00	180.00	通用生产设备
44	硬度计	荷兰秩诺 NEMESIS 9800	1	50.00	50.00	检测设备
45	光泽测试仪	彩谱 GYQCS-3000S	1	2.70	2.70	检测设备
46	电解测厚仪	日立高致精密 FT110A	1	27.00	27.00	检测设备
47	PH 值测试仪	PHS-25 雷磁	1	0.08	0.08	检测设备
48	铅笔划痕实验仪	KNE-K102 科耐尔	1	0.40	0.40	检测设备
49	脉冲群发生器	EFT61004TA 普锐马	1	2.60	2.60	专用生产设备
50	注塑机	海达 HDJS 658 T	15	75.00	1,125.00	通用生产设备
51	矢量网络分析仪	安德化 E5071C	5	345.00	1,725.00	检测设备
52	防水测试仪	TOBYMEIN	5	3.68	18.40	检测设备
53	老化架	THREEPENCILS	20	1.35	27.00	检测设备
54	信号分析仪	N9020B-526MXA	5	58.00	290.00	检测设备
55	高性能示波器	DSA91304A	5	58.50	292.50	通用生产设备
56	晶圆搬运机	OLYMPUS 奥林巴斯 AL120	2	125.00	250.00	通用生产设备
57	冷热冲击箱	艾斯匹克 500L	2	125.00	250.00	通用生产设备
58	ROHS 试验机	TP20-GC	2	450.00	900.00	通用生产设备
59	生产拉线(插件线)		6	5.00	30.00	专用生产设备
60	生产拉线(组装线)		10	6.50	65.00	通用生产设备
61	起重机	双梁起重机	1	16.50	16.50	通用生产设备
62	广州致远 PA7000 功率分析仪	PA7000	1	111.00	111.00	检测设备
63	高效率交流电源	日本菊水 PCR12000W	1	175.00	175.00	通用生产设备
64	瑞士恩缇艾-音频分析仪	FLEXUS FX100	1	1.30	1.30	通用生产设备
65	基恩士-3D 显微镜	VHX-6000 系列	2	0.60	1.20	检测设备
66	雅马哈贴片机	YS12	8	4.50	36.00	通用生产设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
67	三星高速贴片机	SM471	4	38.00	152.00	通用生产设备
68	DEK-全自动锡膏印刷机	NeoHorizon 03iX	8	18.50	148.00	通用生产设备
69	功率计	日本	10	15.00	150.00	检测设备
70	日置内阻仪 (电池测试仪)	日置电机株式会社 BT3554	1	1.36	1.36	专用生产设备
*	小计		320		10,193.17	
二	其他设备					
1	壹品科技-自动超声波	HB-Z1522	5	2.18	10.90	检测设备
2	DC-直流电源	REK-PS305D	10	0.50	5.00	检测设备
3	电子负载仪	ITECH-IT8511+	10	0.80	8.00	检测设备
4	蓝牙测试仪	LY-998	20	0.80	16.00	检测设备
5	岛津-X-ray 透视检查装置	SMX-2000	1	21.80	21.80	检测设备
6	给排水		1	120.00	120.00	公辅设备
7	消防设备		1	150.00	150.00	公辅设备
8	环保设备		1	450.00	450.00	公辅设备
9	变配电		2	35.00	70.00	公辅设备
10	格力中央空调	GMV Star	6	0.80	4.80	公辅设备
*	小计		57		856.50	
三	信息化设备					
1	磁盘整列	Dell	1	100.00	100.00	信息化设备
2	光纤交换机	Dell	2	20.00	40.00	信息化设备
3	光纤卡	Dell	16	0.80	12.80	信息化设备
4	网络负载均衡设备	深信服	4	25.00	100.00	信息化设备
5	4G 网络	移动	200	0.80	160.00	信息化设备
6	光纤网络	移动+电信	3	30.00	90.00	信息化设备
7	MCU (视频会议系统)	POLYCOM	1	100.00	100.00	信息化设备
8	前端设备 (视频会议系统)	POLYCOM	24	5.00	120.00	信息化设备
9	DLP 投影单元	巴克、微创、GQY	6	25.00	150.00	信息化设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
10	拼接处理系统	巴克、微创、GQY	1	40.00	40.00	信息化设备
11	数字会议系统	巴克、微创、GQY	1	80.00	80.00	信息化设备
12	会议中控系统	博世、ITC	1	20.00	20.00	信息化设备
*	小计		260		1,012.80	
四	仓储设备					
1	立体货架	智能穿梭版	10	8.50	85.00	仓储设备
2	立体仓库巷道式堆垛机	泰禾	3	128.00	384.00	仓储设备
3	输送设备	光锐	4	0.88	3.52	仓储设备
4	AGV 小车	自动导航版	8	45.00	360.00	仓储设备
5	六自由度机器人	ABB	4	38.00	152.00	仓储设备
6	其他配套零部件		1	15.00	15.00	仓储设备
7	二维码激光打码机	TZ-505V	5	9.50	47.50	仓储设备
*	小计		35		1,047.02	
**	合计		<b>672</b>		<b>13,109.49</b>	

### (3) 安装工程费

根据行业特点，生产及公辅设备安装工程费率取 5.0%，项目安装工程费合计为 625.09 万元。

### (4) 工程建设其他费用

项目工程建设其他费用合计为 1,336.56 万元。

①建设单位管理费按工程费用的 1.0%估算，计 277.95 万元。

②勘察设计费按工程费用的 1.1%估算，计 305.74 万元。

③工程监理费按工程费用的 0.8%估算，计 222.36 万元。

④项目前期工作费 50.00 万元。

⑤工程保险费按照工程费用的 0.8%估算，计 222.36 万元。

⑥生产职工培训费按人均 1,500.00 元/人估算，计 54.45 万元。

⑦办公及生活家具购置费按 2,000.00 元/人计算，计 72.60 万元。

⑧联合式运转费按设备购置费的 1.0%估算，计 131.09 万元。

工程建设其他费用中涉及增值税的费用及其费率见下表：

序号	名称	增值税率	增值税进项税额（万元）
1	前期工作费	6%	2.83
2	勘察设计费	6%	17.31
3	工程监理费	6%	12.59
4	建设单位管理费	6%	15.73
5	办公及家具购置费	13%	8.35
6	联合式转运费	13%	15.08
7	员工培训费	6%	3.08
8	工程保险费	6%	12.59
*	合计		<b>87.56</b>

本项目工程建设其他费用增值税进项税抵扣额为 87.56 万元。

#### （5）预备费

项目预备费包括基本预备费和涨价预备费。

##### ①基本预备费

基本预备费取建设投资中建筑工程费、设备购置费、安装工程费和工程建设其他费用之和的 5.0%，基本预备费计 1,456.57 万元。其中：允许预备费进项税抵扣额为 167.57 万元。

##### ②涨价预备费

涨价预备费参照国家计委《关于加强对基本建设大中型项目概算中“价差预备费”管理有关问题的通知》（计投资[1999]1340 号）精神，投资价格指数按零计算。

#### （6）建设投资

本项目建设投资为 30,588.01 万元，其构成见下表。

序号	项目	投资额（万元）	比例
1	建筑工程费	14,060.31	46.0%
2	设备购置费	13,109.49	42.9%

序号	项目	投资额（万元）	比例
3	安装工程费	625.09	2.0%
4	工程建设其他费用	1,336.56	4.4%
5	预备费	1,456.57	4.8%
6	建设投资合计	30,588.01	100.0%
6.1	其中：进项税抵扣额	2,924.24	

### （7）铺底流动资金

本项目流动资金估算按照分项详细估算法进行估算。项目的流动资金周转情况参照同行业和企业实际运转情况，对项目运营中流动资金周转状况进行预测。项目正常年流动资金估算见下表。

序号	分项	周转天数（天）	周转次数（次/年）	金额（万元）
1	流动资产			34,774.38
1.1	应收账款	90	4	16,023.77
1.2	存货			16,807.70
1.2.1	原辅材料	30	12	4,337.40
1.2.2	燃料动力	45	8	91.22
1.2.3	在产品	30	12	4,779.74
1.2.4	产成品	45	8	7,599.34
1.3	现金	60	6	1,795.29
1.4	预付账款	60	6	147.62
2	流动负债			21,693.43
2.1	应付帐款	120	3	17,592.85
2.2	预收账款	95	4	4,100.57
3	流动资金			13,080.95

本项目正常年流动资金需用额为 13,080.95 万元，其中铺底流动资金为 3,924.29 万元（为全部流动资金的 30%）。

## 2、智能紫外线消毒设备产业化项目

本项目总投资 6,897.46 万元，其中：建设投资 6,472.14 万元，铺底流动资金为 425.32 万元（为全额流动资金 1,417.72 万元的 30%），无建设期利息。项目总投资构成情况见下表。

序号	总投资构成	投资额（万元）	比例
1	建设投资	6,472.14	93.8%
1.1	其中：进项税抵扣额	647.42	
2	铺底流动资金	425.32	6.2%
**	合计	<b>6,897.46</b>	<b>100.0%</b>

### （1）建筑工程费

本项目拟通过新建厂房、办公区进行建设，建筑面积合计 7,061.04m<sup>2</sup>，其中厂房建筑面积为 5,884.20m<sup>2</sup>，办公区域建筑面积为 1,176.84m<sup>2</sup>，项目建筑工程费合计为 2,024.16 万元，具体详见下表。

序号	名称	单位	工程量	建设单价（元）	投资额（万元）
1	办公区域	平方米	1,176.84	4,000.00	470.74
2	生产区域	平方米	3,530.52	2,500.00	882.63
3	无尘车间（百万级）	平方米	1,176.84	3,200.00	376.59
4	测试区域	平方米	1,176.84	2,500.00	294.21
*	小计		<b>7,061.04</b>		<b>2,024.16</b>
	其中：进项税额				167.13

### （2）设备购置费

根据项目生产纲领、生产工艺、生产班制及产品类别，本项目新增生产设备 89 台（套），测试设备 22 台（套），公辅设备 4 台（套），共计新增设备 115 台（套）。设备购置费合计为 3,731.00 万元，增值税进项税税率为 13%，进项税额为 429.23 万元，具体详见下表。

序号	设备名称	型号	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）	设备用途
一	生产设备					
1	烤漆生产线	定制	4	16.50	66.00	生产设备
2	数控切割机	LX-CNC355H	6	18.50	111.00	生产设备
3	金属冲压折弯机	WC67K-100T/3200	4	13.50	54.00	生产设备
4	钻床	3040	6	11.50	69.00	生产设备
5	自动化组装流水线	定制	4	75.00	300.00	生产设备
6	波峰焊机	HH-68	6	12.50	75.00	生产设备
7	回流焊机	G-F8810/8820	6	8.00	48.00	生产设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
8	电子插件线	定制	4	27.00	108.00	生产设备
9	高速注塑机	DKM200HH	3	165.00	495.00	生产设备
10	点胶机	TFT-3A431	6	15.00	90.00	生产设备
11	灌胶机	HT-85412	6	11.80	70.80	生产设备
12	分光机	LED3535	6	20.00	120.00	生产设备
13	五轴自动塑封机	YPM1180	1	415.00	415.00	生产设备
14	全自动 LED 固晶机	GS100BH-PAL	5	23.00	115.00	生产设备
15	LED 上芯机	AD830PLUS	2	41.00	82.00	生产设备
16	LED 刻蚀机	ELEDETM330	3	75.00	225.00	生产设备
17	自动切割机	EAD6340	2	55.00	110.00	生产设备
18	PECVD 系统		2	85.00	170.00	生产设备
19	电子束蒸发镀膜机	VS4	3	88.00	264.00	生产设备
20	全自动金线球焊机	iHawk Aero	6	45.00	270.00	生产设备
21	转塔式一体机	SHF8000	1	40.00	40.00	生产设备
22	SMT 贴片机	KE-2060	3	25.00	75.00	生产设备
*	小计		89		3,372.80	
二	其他设备					
1	洛氏硬度计	HV-1000	2	11.50	23.00	测试设备
2	粗糙度仪	sn-350	2	4.50	9.00	测试设备
3	涂层测厚仪	MP0	2	4.60	9.20	测试设备
4	UVLED 光谱仪	OHSP-350UV	1	6.30	6.30	测试设备
5	光致发光谱仪	Quest U	1	85.00	85.00	测试设备
6	电子镇流器分析仪	HB-6B	3	3.00	9.00	测试设备
7	霍尔效应测试仪	HMS-3000	1	30	30.00	测试设备
8	紫外线照度计	XP-2000	1	0.80	0.80	测试设备
9	智能温度巡检仪	OHR-E720	3	0.10	0.30	测试设备
10	电子天平	FA	2	0.20	0.40	测试设备
11	数字万用表	FLUKE15B	4	0.05	0.20	测试设备
*	小计		22		173.20	
三	公辅设备					
1	安防监控系统		1	55.00	55.00	信息化设备
2	消防系统		1	60.00	60.00	公辅设备

序号	设备名称	型号	数量 (台/套)	单价 (万元)	总价 (万元)	设备用途
3	高低压配电系统		2	35.00	70.00	公辅设备
*	小计		4		185.00	
**	合计		115		3,731.00	

### (3) 安装工程费

根据行业特点，生产及公辅设备安装工程费率取 5.0%，项目安装工程费合计为 181.00 万元。

### (4) 工程建设其他费用

项目工程建设其他费用合计为 227.78 万元。

- ①建设单位管理费按工程费用的 0.5%估算，计 29.68 万元。
- ②勘察设计费按工程费用的 0.8%估算，计 47.49 万元。
- ③工程监理费按工程费用的 0.6%估算，计 35.62 万元。
- ④项目前期工作费 30.00 万元。
- ⑤工程保险费按照工程费用的 0.5%估算，计 29.68 万元。
- ⑥生产职工培训费按人均 1,500.00 元/人估算，计 9.00 万元。
- ⑦办公及生活家具购置费按 1,500.00 元/人计算，计 9.00 万元。
- ⑧联合式运转费按设备购置费的 1.0%估算，计 37.31 万元。

工程建设其他费用中涉及增值税的费用及其费率见下表：

序号	名称	增值税率	增值税进项税额（万元）
1	前期工作费	6%	1.70
2	勘察设计费	6%	2.57
3	工程监理费	6%	1.93
4	建设单位管理费	6%	1.61
5	办公及家具购置费	13%	1.04
6	联合式转运费	13%	4.29
7	员工培训费	6%	0.51
8	工程保险费	6%	1.68

序号	名称	增值税率	增值税进项税额（万元）
*	合计		15.60

本项目工程建设其他费用增值税进项税抵扣额为 15.60 万元。

#### （5）预备费

项目预备费包括基本预备费和涨价预备费。

##### ①基本预备费

基本预备费取建设投资中建筑工程费、设备购置费、安装工程费和工程建设其他费用之和的 5.0%，基本预备费计 308.20 万元。其中：允许预备费进项税抵扣额为 35.46 万元。

##### ②涨价预备费

涨价预备费参照国家计委《关于加强对基本建设大中型项目概算中“价差预备费”管理有关问题的通知》（计投资[1999]1340 号）精神，投资价格指数按零计算。

#### （6）建设投资

本项目建设投资为 6,472.14 万元，其构成见下表。

序号	项目	投资额（万元）	比例
1	建筑工程费	2,024.16	31.3%
2	设备购置费	3,731.00	57.6%
3	安装工程费	181.00	2.8%
4	工程建设其他费用	227.78	3.5%
5	预备费	308.20	4.8%
6	建设投资合计	6,472.14	100.0%
6.1	其中：进项税抵扣额	647.42	

#### （7）流动资金估算

本项目流动资金估算按照分项详细估算法进行估算。项目的流动资金周转情况参照同行业和企业实际运转情况，对项目运营中流动资金周转状况进行预测。项目正常年流动资金估算见下表。

序号	分项	周转天数 (天)	周转次数 (次/年)	金额 (万元)
1	流动资产			3,413.54
1.1	应收账款	90	4	1,781.60
1.2	存货			1,380.91
1.2.1	原辅材料	30	12	459.28
1.2.2	燃料动力	30	12	10.14
1.2.3	在产品	20	18	346.09
1.2.4	产成品	30	12	565.4
1.3	现金	60	6	239.3
1.4	预付账款	45	8	11.74
2	流动负债			1,995.82
2.1	应付帐款	120	3	1,486.50
2.2	预收账款	95	4	509.32
3	流动资金			1,417.72

本项目正常年流动资金需用额为 1,417.72 万元，其中铺底流动资金为 425.32 万元。

### 3、各项目支出数量和单价确定的依据及合理性

公司本次募投项目主要涉及小家电产业化项目和智能紫外线消毒设备产业化项目。

#### (1) 各项目支出数量确定的依据及合理性

小家电项目新增产线 10 条，项目达产后将达到年产 1,850 万台（件）小家电的生产能力，涉及七类产品：电蚊拍、排插、高级台灯、旅行充电器、小风扇、移动电源和蓝牙耳机。小家电项目的设备数量按产线及生产需求进行分配。

消毒设备项目新增产线 4 条，项目达产后将可达到年产 59 万台（支）消毒设备的生产能力，涉及三类产品：智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯、智能互联紫外线消毒杀菌汞灯和便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒。消毒设备项目的设备数量按产线及生产需求进行分配。

综上所述，公司各项目支出数量的确定主要是根据项目产线特点及生产需求进行分配，数量确定合理。

## (2) 各项目支出单价确定的依据及合理性

### ①小家电产业化项目

小家电产业化项目的投资概算主要包括建筑工程费和设备购置费。

#### a. 建筑工程费

小家电产业化项目的建筑工程费主要包括办公区域、普通车间、仓储区域、无尘车间、员工宿舍，其每平米的建设单价系参考广州建筑工程市场价格，与广东省内最近三年其他项目的平均建设单价类似，具有可比性。

#### b. 设备购置费

公司设备购置费用主要是基于项目需求及进行可行性研究时的市场价格水平合理测算。设备采购单价由采购部门根据向设备供应商询价、网络查询及近期公司购买的类似设备价格等方式综合确定。

与同行业类似项目相比：由于同行业类似项目公开披露的关于设备购置的信息较少，其已披露的设备未明确披露设备型号，且存在部分同行业项目披露信息时间较早，其设备价格可能较目前存在较大波动，故公司本次募投项目设备采购单价与同行业不可比。

与公司前期投资产线相比：本次募投项目产品在结构、功能上较公司现有产品有较大改进或提升。本次募投项目产线的生产设备自动化程度更高，且高精密设备采购较多，其技术水平好、精度高，故障率低，有助于提升产品质量。且本次募投项目与前期产线相比新增了部分高端检测设备，有利于增强公司自身检测水平，进一步提升公司产品质量。故公司本次募投项目设备采购单价与公司前期投资产线不可比。

### ②消毒设备项目

消毒设备项目的投资概算主要包括建筑工程费和设备购置费。

#### a. 建筑工程费

消毒设备项目的建筑工程费主要包括办公区域、生产区域、无尘车间、测试区域，其每平米的建设单价系参考广州建筑工程市场价格，与广东省内最近三年其他项目的平均建设单价类似，具有可比性。

#### b. 设备购置

消毒设备项目的设备采购单价定价方式与小家电产业化项目相同。

综上所述，公司各项目支出单价的确定主要是根据向设备供应商询价、网络查询、近期公司购买的类似设备价格及参考市场价格等方式综合确定，本次募投资项目投资金额测算合理。

### （二）是否包含本次发行相关董事会决议日前已经投入的资金

本次募集资金项目投资额不包含本次发行相关董事会决议日前已经投入的资金。

### （三）募集资金补充流动资金的比例是否符合相关规定

根据证监会修订发布《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》的要求，通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的 30%。

本次募投项目的非资本性支出如下：（1）小家电项目的非资本性支出包含进项税抵扣额 2,924.24 万元、生产职工培训费 54.45 万元、预备费 1,456.57 万元、铺底流动资金 3,924.29 万元，合计 8,359.55 万元；（2）消毒设备项目的非资本性支出包含进项税抵扣额 647.42 万元、生产职工培训费 9.00 万元、预备费 308.20 万元、铺底流动资金 425.32 万元，合计 1,389.94 万元；（3）偿还银行贷款和补充流动资金 2,390.24 万元。具体如下所示：

序号	项目名称	总投资额	资本性支出	非资本性支出	非资本性支出占比
1	小家电产业化项目	34,512.30	26,152.75	8,359.55	24.22%
2	智能紫外线消毒设备产业化项目	6,897.46	5,507.52	1,389.94	20.15%
3	偿还银行贷款和补充流动资金	2,390.24	0.00	2,390.24	100.00%
合计		<b>43,800.00</b>	<b>31,660.27</b>	<b>12,139.73</b>	<b>27.72%</b>

本次募投项目的非资本性支出合计为 12,139.73 万元，占本次募集资金总额的 27.72%，小于《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》中“用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的 30%”的比例，符合相关规定。

二、结合发行人设备购入进度安排、募投项目新增资产、现有在建工程的建设进度、预计转固时间以及公司的折旧摊销政策等，量化分析相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，并充分披露相关风险；

(一) 公司各类固定资产、无形资产的折旧摊销政策及期限

报告期内，发行人各类固定资产的折旧政策为：固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产具体的折旧方法如下：

固定资产类别	预计使用寿命(年)	年折旧率	预计残值率
房屋建筑物	30.00	3.17%	5.00%
机器设备	3.00—10.00	31.67%-9.50%	5.00%
电子设备	5.00—10.00	19.60%-9.80%	2.00%
运输设备	3.00—10.00	31.67%-9.50%	5.00%

报告期内，发行人无形资产的摊销政策为：使用寿命有限的无形资产，在估计该使用寿命的年限内按直线法摊销。公司的无形资产主要为土地使用权，在土地使用权证的使用期限内进行摊销，与同行业可比公司一致。

报告期内，公司固定资产、无形资产的折旧摊销政策未发生变化。

(二) 公司折旧政策是否合理、谨慎

公司与同行业上市公司各类固定资产的折旧政策及预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率对比如下：

房屋建筑物				
可比公司	折旧方法	预计使用寿命(年)	年折旧率	预计残值率
金莱特	年限平均法	50.00	1.90%	5.00%
长方集团	年限平均法	10.00—25.00	9.50%-3.80%	5.00%
佛山照明	年限平均法	3.00—30.00	31.67%—3.17%	5.00%
阳光照明	年限平均法	30.00	3.17%	5.00%
万润科技	年限平均法	30.00	3.17%	5.00%
<b>发行人</b>	<b>年限平均法</b>	<b>30.00</b>	<b>3.17%</b>	<b>5.00%</b>
机器设备				
可比公司	折旧方法	预计使用寿命(年)	年折旧率	预计残值率
金莱特	年限平均法	10.00	9.50%	5.00%

长方集团	年限平均法	5.00—10.00	19.00%-9.50%	5.00%
佛山照明	年限平均法	2.00—10.00	47.50%—9.50%	5.00%
阳光照明	年限平均法	10.00	9.50%	5.00%
万润科技	年限平均法	10.00	9.50%	5.00%
<b>发行人</b>	<b>年限平均法</b>	<b>3.00—10.00</b>	<b>31.67%-9.50%</b>	<b>5.00%</b>
<b>电子设备</b>				
<b>可比公司</b>	<b>折旧方法</b>	<b>预计使用寿命（年）</b>	<b>年折旧率</b>	<b>预计残值率</b>
金莱特	年限平均法	3.00	31.67%	5.00%
长方集团	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
佛山照明	年限平均法	2.00—8.00	47.50%-11.88%	5.00%
阳光照明	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
万润科技	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
<b>发行人</b>	<b>年限平均法</b>	<b>5.00—10.00</b>	<b>19.60%-9.80%</b>	<b>2.00%</b>
<b>运输设备</b>				
<b>可比公司</b>	<b>折旧方法</b>	<b>预计使用寿命（年）</b>	<b>年折旧率</b>	<b>预计残值率</b>
金莱特	年限平均法	4.00	23.75%	5.00%
长方集团	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
佛山照明	年限平均法	5.00—10.00	19.00%—9.50%	5.00%
阳光照明	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
万润科技	年限平均法	5.00	19.00%	5.00%
<b>发行人</b>	<b>年限平均法</b>	<b>3.00—10.00</b>	<b>31.67%-9.50%</b>	<b>5.00%</b>

报告期内，发行人各类固定资产折旧政策与同行业上市公司相比：折旧方法一致，各类固定资产的预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率与同行业上市公司相当，发行人的折旧政策符合行业特点，折旧政策合理、谨慎。

### （三）公司本次募投项目折旧摊销对未来业绩的影响

发行人最近一期末在建工程账面价值为 20,233.46 万元，其中属于本次募投项目在建工程余额为 4,553.46 万元，2020 年第四季度处于初始建设阶段。

本次募投项目的固定资产折旧、无形资产摊销均按照直线法计提，与公司的会计政策、会计估计一致。其中，生产设备原值为 16,742.14 万元，折旧年限为 10 年，残值率为 5%；房屋建筑物原值为 16,248.60 万元，折旧年限为 30 年，残值率为 5%；软件等其他资产原值为 497.76 万元，摊销年限为 5 年。

本次募投项目建设期为2年，所有的固定资产将于第一年开始建设，预计于第二年末完成建设并于第三年初转固开始计提折旧，所有软件等其他资产于第三年初开始摊销，结合发行人设备购入进度安排、募投项目新增资产，预计新增的固定资产、软件等其他资产每年折旧、摊销情况如下：

单位：万元

类别		项目	建成后第一至五年	建成后第六至十年	建成后第十一至三十年
固定资产	房屋建筑物	原值	16,248.60	16,248.60	16,248.60
		年折旧	514.54	514.54	514.54
	机器设备	原值	16,742.14	16,742.14	16,742.14
		年折旧	1,590.50	1,590.50	-
软件等其他资产		原值	497.76	497.76	497.76
		年摊销	99.55	-	-
合计		原值	33,488.49	33,488.49	33,488.49
		年折旧、摊销	2,204.59	2,105.04	514.54

本次募投项目建成后第一年至第五年，预计新增的固定资产、软件等其他资产每年折旧、摊销费用为2,204.59万元，将会对公司未来经营业绩和本次募投项目的实现效益产生一定影响。在测算本次募投项目的效益时，已将折旧摊销费用考虑计入总成本费用。募投项目新增资产的折旧摊销将对未来公司经营业绩产生的影响已在《募集说明书》“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（三）固定资产折旧大幅增加风险”中进行披露，具体如下：

公司本次募集资金投资项目是依据公司发展战略制定，并进行了详尽的可行性分析。公司业绩快报披露的2020年度归属于上市公司股东的净利润为3,833.93万元；本次募集资金投资项目建成后第一年至第五年，自建产线预计新增的固定资产、无形资产每年折旧、摊销费用为2,204.59万元，占2020年度归属于上市公司股东的净利润的比例为57.50%，对公司经营业绩造成较大的影响。如果公司所处市场环境发生重大不利变化，募集资金投资项目将无法实现预期收益，公司面临因固定资产折旧、软件摊销增加而导致的利润下滑风险。

#### 〔补充披露情况〕

公司已在募集说明书“第三节风险因素”之“六、募集资金投资项目风险”之“（三）固定资产折旧大幅增加风险”补充披露了上述楷体加粗内容。

三、将小家电项目、消毒设备项目和公司现有海内外相关业务的（预计）年均营业收入、（预计）内部收益率、（预计）市场占有率、（预计）增长率、（预计）毛利率等内容进行对比，披露项目效益测算的过程及关键参数的选取依据，是否充分考虑因行业竞争所需销售人员的费用情况，是否和公司现有相关业务存在显著差异，若是，披露存在差异的原因及合理性，再结合上述内容和同行业可比公司相关业务情况，说明相关测算的谨慎性、合理性。

#### （一）小家电项目

##### 1、项目经济效益情况

2017年、2018年、2019年和2020年1-9月公司主营业务和移动家居小电器业务实现的收入、毛利情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
移动家居小电器	13,270.23	24.89%	13,071.25	23.69%	9,468.18	25.85%	9,813.55	25.70%
主营业务收入	50,115.36	23.17%	87,953.02	23.91%	86,751.01	23.23%	86,415.94	24.09%

注：本回复中引用的2020年1-9月财务报表相关数据均未经审计。

公司移动家居小电器主要包括电蚊拍、电风扇、灭蚊灯等产品。公司以南亚、非洲为主的海外市场对电蚊拍、电风扇等适用于当地气候环境的产品存在较大需求，报告期内公司移动家居小电器在海外市场收入逐年增长。国内市场方面，随着我国城镇化率和人均可支配收入的提高，以及现代城市人口消费观念的转变，小家电行业快速增长。2017年、2018年、2019年和2020年1-9月，公司移动家居小电器业务收入分别为9,813.55万元、9,468.18万元、13,071.25万元、13,270.23万元，2017年到2019年年复合增长率为23.98%，2020年1-9月移动家居小电器收入增长幅度较大。

据国家电网数据显示，2019年中国小家电零售额规模达1,289亿元，同比增速达3.5%。公司2019年小家电收入1.31亿，市场占有率0.10%。公司将通过本次募投项目建设，提升小家电产品的市场占有率。

本次募投小家电项目达产年收入68,756.67万元（不含税），达产年年新

增利润总额8,715.93万元，项目投资财务内部收益率为15.25%（所得税后），财务净现值大于零，投资回收期为7.63年（所得税后，含建设期2年）。

(1) 收入与税费估算

本项目主要生产各类小家电产品，产品销售价格主要依据目前市场实际销价平均水平和这些价格的变化趋势确定。本项目预计于第3年产生收益并逐步增长至第5年实现达产。本项目正常年营业收入68,756.67万元（不含税），其构成详见下表。

1) 营业收入

序号	产品名称	单位	生产数量（单位/年）	销售单价（元/单位）	总金额（万元）
1	蓝牙耳机	万台	140.00	62.00	8,680.00
2	移动电源	万台	160.00	59.00	9,440.00
3	旅行充电器	万台	500.00	17.21	8,605.00
4	电蚊拍	万台	550.00	22.84	12,559.47
5	小风扇	万台	170.00	43.66	7,422.20
6	排插	万台	240.00	45.00	10,800.00
7	高级台灯	万台	90.00	125.00	11,250.00
	<b>合计</b>				<b>68,756.67</b>

2) 增值税、营业税金及附加

① 增值税

根据《关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财政部、国家税务总局财税[2008]170号）及财政部、国家税务总局关于印发《营业税改征增值税试点方案》的通知（财税[2011]110号），机器、机械、运输工具以及其他与生产经营相关的设备、工具、器具等纳入增值税的抵扣范围内，固定资产按照设备购置价格（不含税价）13%的税率进行增值税抵扣；项目建设投资中涉及交通运输业、邮政业和部分现代服务业服务以及软件投资的进项税按照实际发生的科目和该科目增值税率计算。

项目产品销项税率为13%。

本项目执行国家和地方现行税法的有关规定。原辅材料和动力的进项税，自

来水的进项税率为 9%，其它进项税率均为 13%。

本项目设备购置进项税抵扣额约为 1,508.17 万元，工程建设其他费用进项税抵扣额为 87.56 万元，预备费用进项税抵扣额为 167.57 万元，合计进项税抵扣额 2,924.24 万元。

项目正常年应缴纳增值税额为 2,742.79 万元。

## ②营业税金及附加

本项目城市维护建设税按照应缴纳增值税的 7% 计取，在正常生产年份计 192.00 万元；教育费附加按照应缴纳增值税的 5% 计取，计 137.14 万元。

项目正常年营业税金及附加为 329.14 万元。

## (2) 总成本费用

### 1) 总成本费用估算

项目正常年外购原辅材料费 46,060.91 万元，燃料动力费 645.84 万元。各类外购原辅材料的价格，根据国内当前市场近期实际价格和这些价格的变化趋势确定。

固定资产折旧按照国家有关规定采用分类直线折旧方法计算，本项目建筑工程费折旧年限取 30 年，残值率取 5%；机器设备原值折旧年限为 10 年，残值率 5%。

该项目新增定员为 363.00 人，其中管理人员年人均工资按 12 万元，估算技术人员年人均工资按 15 万元估算，生产人员年人均工资按 6 万元计算。福利费按工资总额的 14% 估算。正常年工资总额及福利费总额为 2,804.40 万元。具体情况如下：

人员分类	人员数量(人)	人员薪酬(万元)	福利费(万元)	小计(万元)
管理人员	35	420	58.8	<b>478.80</b>
技术人员	8	120	16.8	<b>136.80</b>
生产人员	320	1,920.00	268.8	<b>2,188.80</b>
合计	<b>363</b>	<b>2,460.00</b>	<b>344.40</b>	<b>2,804.40</b>

大修理费按固定资产原值的 2% 估算，正常生产年为 544.78 万元。

该项目正常年其它制造费用按直接材料和人工的 3%估算；其他管理费用按职工工资总额的 2%估算；其他销售费用按年营业收入的 5%估算。以上三项计入其他费用。

本次募投项目产品可利用公司现有的营销渠道。此外，随着本次小家电募投项目建成达产后，规模效应将逐渐显现，销售费用率指标也会有所下降。同时考虑到未来行业的竞争强度，出于谨慎性原则，本次小家电项目的销售费用率为 5.00%。具体的销售费用率对比如下表：

关键指标	本次募投项目	公司主营业务历史情况			
	小家电项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用率	5.00%	5.98%	4.40%	4.49%	6.52%

公司的销售模式主要通过线下渠道进行销售。公司在国内外市场实行以经销商为主、贸易商为辅的销售模式，并以电商平台销售作为补充。其中，公司产品通过国内经销商销售覆盖国内市场，通过出口贸易商与境外经销商销售覆盖境外市场。同行业可比上市公司的销售模式如下：

**小熊电器：**主要通过线上经销、电商平台入仓和线上直销方式在天猫商城、京东商城、唯品会、苏宁易购等主流电商平台和拼多多、平安好医生、云集、贝店、盒马等新兴电商平台进行销售。

**金莱特小家电业务：**主要通过线下渠道进行销售。①海外销售：具体表现为“自有品牌”和“ODM”相结合的方式。②国内销售：以“金莱特”、“安备”为自有品牌发展“省代理”的国内销售模式。

**新宝股份：**主要通过线下渠道进行销售。①海外销售：主要以OEM/ODM模式展开。②国内销售：公司以直销模式和经销模式，通过打造品牌矩阵的方式更好地满足消费者的个性化需求。

本募投项目销售费用率与同行业可比上市公司相比如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
小熊电器	12.17%	14.73%	14.00%	15.00%
金莱特	1.94%	2.66%	3.09%	2.56%
新宝股份	5.68%	5.15%	3.94%	3.98%

公司名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
小熊电器、金莱特、新宝股份的平均值	6.60%	7.51%	7.01%	7.18%
金莱特、新宝股份的平均值	3.81%	3.91%	3.52%	3.27%
久量股份				5.00%

与同行业相比，久量股份小家电项目的销售模式、销售费用率与金莱特、新宝股份差异不大。久量股份小家电项目的销售费用率低于小熊电器，主要是由于小熊电器销售模式以电商为主，销售费用率较高。公司小家电募投项目销售费用率按照公司实际经营情况和募投项目预计经营情况进行测算，相关测算合理。

财务费用为长期借款及流动资金借款利息，按预计发生额计息。

## 2) 总成本费用分析

该项目正常生产年总成本费用为 59,711.61 万元，其中：可变成本 46,706.75 万元，固定成本 13,004.86 万元。正常年经营成本 58,023.25 万元。

### (3) 所得税

根据第十届全国人民代表大会第五次会议于 2007 年 3 月 16 日通过的《中华人民共和国企业所得税法》，项目所得税税率以 25% 计算。

项目正常年所得税额为 2,178.98 万元。

### (4) 利润与利润分配

项目正常年份利润总额为 8,715.93 万元，缴纳所得税款为 2,178.98 万元，净利润为 6,536.94 万元。项目所得税后利润提取 10% 的法定盈余公积金，其余部分为企业可分配利润。

本项目总投资的税后内部收益率为 15.25%，税后投资静态回收期为 7.63 年（含建设期 2 年），税后项目投资财务净现值 6,056.99 万元，项目经济效益良好。

### (5) 同行业可比公司业务情况

本募投项目主要产品为小家电产品，项目效益测算中预计的毛利率为 23.65%，与同行业可比上市公司的同类产品毛利率比较如下：

公司名称	产品类型	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
小熊电器	小家电	36.50%	34.26%	32.51%	33.16%
金莱特	小家电	13.62%	16.08%	7.26%	-
新宝股份	小家电	25.92%	23.35%	20.31%	19.14%
平均值		25.35%	24.56%	20.03%	26.15%
久量股份	小家电	28.70%	23.69%	25.85%	25.70%
久量股份	本次募投小家电项目				23.65%

注：由于上述同行业可比公司2020年三季报信息披露较为简略，无法从同行业可比公司三季报中获取其小家电产品毛利率情况，故本表格数据统计至2020年1-6月。

小家电行业内不同公司的产品类型、技术、工艺环节等都存在一定差异。整体来看，虽然自建生产线形成规模效应有助于降低生产成本，提升毛利率水平，但考虑到未来市场竞争日趋激烈，出于谨慎性原则，公司本次募投项目的预计毛利率低于公司现有小家电产品的毛利率水平；同行业可比公司2017年-2019年度平均毛利率为23.58%，公司本次募投项目的预计毛利率23.65%与同行业可比上市公司的相关产品的平均毛利率水平相近。公司本次募投小家电项目毛利率合理。

报告期内，与同行业公司所投资的小家电项目的财务指标对比具体情况如下：

公司名称	募投项目	财务指标	
		净利率	内部收益率
新宝股份	创意小家电建设项目	12.24%	19.02%
小熊电器	创意小家电生产建设（大良五沙）项目	12.00%	19.92%
	智能小家电制造基地项目	12.00%	18.99%
	创意小家电生产建设（均安）项目	12.00%	21.10%
平均值		12.06%	19.76%
久量股份	本次募投小家电项目	9.51%	15.25%

综上所述，本次募投项目毛利率水平略低于公司小家电业务历年毛利率平均水平，净利率、内部收益率等财务指标也低于报告期内同行业上市公司所投资的小家电项目，效益测算考虑了募投项目的特性及经营模式，充分考虑了因行业竞争所需销售人员的费用情况，和公司现有相关业务不存在显著差异，结合行业特性并根据募投项目的实际情况综合估算，效益测算具备谨慎性、合理

性。

## （二）消毒设备项目

### 1、项目经济效益情况

公司于2020年开始生产和销售消毒设备，2020年1-9月份，消毒设备业务实现的收入为15.95万元、毛利率为28.58%。公司目前在消毒设备领域的市场占有率很低，随着消费者生活水平的提高，以及疫情影响下人们对消毒设备需求的不断提升，消毒设备领域将拥有更广阔的前景。公司通过在消毒设备领域的布局，实现公司在消毒设备市场的长足发展，提高市场占有率和竞争力。

本次募投消毒设备项目达产年收入8,540.00万元（不含税），达产年年新增利润总额1,591.98万元，项目投资财务内部收益率为15.45%（所得税后），财务净现值大于零，投资回收期为7.20年（所得税后，含建设期2年）。

#### （1）收入与税费估算

##### 1) 营业收入

本项目主要生产各类消毒设备产品，产品销售价格主要依据目前市场实际销价平均水平和这些价格的变化趋势确定。本项目预计于第3年产生收益并逐步增长至第5年实现达产。本项目正常年营业收入8,540.00万元（不含税），其构成详见下表。

序号	产品名称	单位	生产数量 (单位/年)	销售单价 (元/单位)	总金额 (万元)
1	智能互联 UVC-LED 消毒杀菌灯	万台	7.00	300.00	2,100.00
2	智能互联紫外线消毒杀菌汞灯	万台	40.00	110.00	4,400.00
3	便携式 UVC-LED 杀菌照明手电筒	万支	12.00	170.00	2,040.00
	合计		—	—	8,540.00

##### 2) 增值税、营业税金及附加

###### ①增值税

根据《关于全国实施增值税转型改革若干问题的通知》（财政部、国家税务总局财税[2008]170号）及财政部、国家税务总局关于印发《营业税改征增值税试点方案》的通知（财税[2011]110号），机器、机械、运输工具以及其他与生

产经营相关的设备、工具、器具等纳入增值税的抵扣范围内，固定资产按照设备购置价格（不含税价）13%的税率进行增值税抵扣；项目投资中涉及交通运输业、邮政业和部分现代服务业服务以及软件投资的进项税按照实际发生的科目和该科目增值税率计算。

项目产品销项税率为 13%。

本项目执行国家和地方现行税法的有关规定。原辅材料和动力的进项税，自来水的进项税率为 9%，其它进项税率均为 13%。

本项目设备购置进项税抵扣额约为 429.23 万元，工程建设其他费用进项税抵扣额为 15.60 万元，预备费用进项税抵扣额为 35.46 万元，合计进项税抵扣额 647.42 万元。

项目正常年应缴纳增值税额为 441.66 万元。

## ②营业税金及附加

本项目城市维护建设税按照应缴纳增值税的 7%计取，在正常生产年份计 30.92 万元；教育费附加按照应缴纳增值税的 5%计取，计 22.08 万元。

项目正常年营业税金及附加为 53.00 万元。

## （2）总成本费用

### 1) 总成本费用估算

项目正常年外购原辅材料费 4,877.38 万元，燃料动力费 107.65 万元。各类外购原辅材料的价格，根据国内当前市场近期实际价格和这些价格的变化趋势确定。

固定资产折旧按照国家有关规定采用分类直线折旧方法计算，本项目建筑工程费折旧年限取 30 年，残值率取 5%；机器设备原值折旧年限为 10 年，残值率 5%。

该项目新增定员为 60.00 人，其中管理人员年人均工资按 9 万元，估算技术人员年人均工资按 8 万元估算，生产人员年人均工资按 6 万元计算。福利费按工资总额的 14%估算。正常年工资总额及福利费总额为 458.28 万元。具体情况如下：

人员分类	人员数量（人）	人员薪酬（万元）	福利费（万元）	小计（万元）
管理人员	6	54	7.56	<b>61.56</b>
技术人员	12	96	13.44	<b>109.44</b>
生产人员	42	252	35.28	<b>287.28</b>
合计	<b>60</b>	<b>402</b>	<b>56.28</b>	<b>458.28</b>

大修理费按固定资产原值的 1%估算，正常生产年为 57.52 万元。

该项目正常年其它制造费用按直接材料和人工的 2%估算；其他管理费用按职工工资总额的 3%估算；其他销售费用按年营业收入的 4%估算。以上三项计入其他费用。

本次募投项目产品可利用公司现有的营销渠道。此外，随着本次消毒设备募投项目建成达产后，规模效应将逐渐显现，销售费用率指标也会有所下降。同时考虑到未来行业的竞争强度，出于谨慎性原则，本次消毒设备项目的销售费用率为 4.00%。具体的销售费用率对比如下表：

关键指标	本次募投项目	公司主营业务历史情况			
	消毒设备项目	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用率	4.00%	5.98%	4.40%	4.49%	6.52%

公司消毒设备项目的销售费用率略低于公司历史水平，主要是因为受新冠肺炎疫情疫情影响，消费者的卫生健康意识大幅提高，并培养了对卫生健康相关产品的消费习惯，使得消毒设备的预计宣传推广费用较公司其他产品略低。

经核查公司报告期内的销售收入、销售费用及相关合同协议，具体情况如下：

报告期内，公司2017年度和2020年1-9月销售费用率较高。2017年度公司销售费用率较高，主要是公司为搭建线上渠道、加大电商平台渠道投入所致。2020年1-9月，公司销售费用率较高，主要是因为疫情影响下公司营业收入同比下降 23.42%；同时为促进销售，公司聘请薇娅等网红进行直播带货、加大电商平台引流力度等，致使销售费用较2019年1-9月上升5.26%。因此2017年度、2020年1-9月销售费用率处于较高水平。本次消毒设备募投项目销售费用率为4%，略低于公司2018年度、2019年度的销售费用率。

公司销售费用中广告和市场推广费主要包括明星代言的广告费、经销商门

店广告牌、宣传海报、报刊杂志及市场推广费等。公司针对不同产品的营销策略不同，其对应的广告和市场推广费用不同。报告期内，公司聘请谢娜代言公司产品。根据公司与天津市武清区娜小妞文化传媒工作室签署的为期两年的《服务协议》，其为DP久量品牌旗下产品提供肖像图片用于公司的平面广告，主要包括四大类：居家照明、户外照明、居家小电器及插排类。谢娜代言的广告产品中无消毒设备品类。

受新冠肺炎疫情影响，消费者的卫生健康意识大幅提高，并培养了对卫生健康相关产品的消费习惯，公司预计消毒设备项目市场推广费较公司其他产品略低。

综上，公司消毒设备项目的销售费用率略低于公司历史水平，主要是消毒设备的预计宣传推广费用较公司其他产品略低，符合公司实际情况，具有合理性。

本募投项目销售费用率与同行业可比上市公司相比如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
雪莱特	10.00%	13.61%	12.17%	7.28%
久量股份	4.00%			

与同行业相比，久量股份消毒设备项目的销售费用率比雪莱特低，主要是由于雪莱特紫外线杀菌灯主要以国内直销为主，在直销模式下产品销售不存在中间商，故销售费用率较高。

财务费用为长期借款及流动资金借款利息，按预计发生额计息。

## 2) 总成本费用分析

该项目正常生产年总成本费用为 6,895.02 万元，其中：可变成本 4,985.03 万元，固定成本 1,909.99 万元。正常年经营成本 6,478.34 万元。

## (3) 所得税

根据第十届全国人民代表大会第五次会议于 2007 年 3 月 16 日通过的《中华人民共和国企业所得税法》，项目所得税税率以 25% 计算。

项目正常年所得税额为 397.99 万元。

#### (4) 利润与利润分配

项目正常年份利润总额为 1,591.98 万元，缴纳所得税款为 397.99 万元，净利润为 1,193.98 万元。项目所得税后利润提取 10%的法定盈余公积金，其余部分为企业可分配利润。

经测算，项目投资财务内部收益率所得税后为 15.45%，税后项目投资财务净现值 1,179.18 万元，项目所得税后投资回收期为 7.20 年（含建设期 2 年），能较快收回投资，项目经济效益良好。

#### (5) 同行业可比公司相关业务情况

本募投项目主要产品为消毒设备产品，项目效益测算中预计的毛利率为 30.48%，与同行业可比上市公司的同类产品毛利率比较如下：

公司名称	产品类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
雪莱特	紫外线杀菌灯系列	48.43%	34.25%	33.42%	35.98%
久量股份	本次募投消毒设备项目	30.48%			

由于消毒设备行业内不同公司的产品类型、技术、工艺环节等都存在一定差异。整体来看，公司本次募投项目的预计毛利率略高于公司现有主营产品的毛利率水平，但低于同行业可比上市公司的相关产品的毛利率。

报告期内，与同行业公司所投资的消毒紫外线设备项目的财务指标对比具体情况如下：

公司名称	募投项目	财务指标	
		净利率	内部收益率
雪莱特	高强度长寿命紫外线灯及配套电子镇流器技术改造项目	18.60%	23.44%
久量股份	本次募投消毒设备项目	13.98%	15.45%

综上所述，本次募投项目毛利率水平与公司现有消毒设备业务毛利率接近，净利率、内部收益率等财务指标低于报告期内同行业上市公司所投资的消毒设备项目，效益测算考虑了募投项目的特性及经营模式，充分考虑了因行业竞争所需销售人员的费用情况，和公司现有相关业务不存在显著差异，结合行业特性并根据募投项目的实际情况综合估算，效益测算具备谨慎性、合理性。

#### 〔补充披露情况〕

公司已在募集说明书“第七节 本次募集资金运用”补充披露了上述楷体加粗内容。

#### 四、说明国际形势、贸易政策及国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况影响，并说明前述第（3）问中，效益测算过程中是否充分考虑海外市场业务的各影响因素，并充分披露相关风险。

##### （一）说明国际形势、贸易政策及国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况影响

##### 1、国际形势、贸易政策对公司产品销售情况及整体盈利情况的影响

报告期内，公司外销主营业务收入分地区构成情况如下：

单位：万元

地区	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	19,474.33	38.86%	31,236.66	35.52%	28,902.70	33.32%	30,861.31	35.71%
非洲	6,028.18	12.03%	8,136.36	9.25%	5,110.86	5.89%	3,850.95	4.46%
北美洲	-	-	156.64	0.18%	254.89	0.29%	-	-
南美洲	53.26	0.11%	213.23	0.24%	34.67	0.04%	313.04	0.36%
其他	341.15	0.68%	97.25	0.11%	100.10	0.12%	149.06	0.17%
<b>总计</b>	<b>25,896.92</b>	<b>51.67%</b>	<b>39,840.13</b>	<b>45.30%</b>	<b>34,403.22</b>	<b>39.66%</b>	<b>35,174.36</b>	<b>40.70%</b>

报告期内，公司产品主要出口国集中在亚洲、非洲，来源于北美市场等其他地区整体销售收入占公司主营业务收入比例较低。近年来中美贸易战等国际贸易形势变化对公司经营业绩的影响有限，对公司未来持续盈利能力影响较小。

报告期内，主要出口国对于公司产品的贸易政策没有重大变化。公司产品主要出口国巴基斯坦、阿联酋对公司出口的产品不存在特殊的市场准入及相关认证要求。公司已在尼日利亚、印度申请取得产品认证证书。

报告期内，公司未出现违反主要出口国家或地区安全、产品质量等相关法律法规的情形，被相关主管部门处罚的风险较小。公司与产品进口国家和地区未有发生贸易摩擦的情况。

综上所述，国际形势、贸易政策对公司产品销售情况及整体盈利情况的影响较小。

## 2、国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况的影响

2020年初，全国多地相继爆发了新型冠状病毒肺炎疫情，并随后在全球大部分国家和地区不断蔓延。新冠肺炎疫情给国内外经济带来了重创，公司及下游客户受新冠疫情影响复工时间延迟，物流运输受到一定程度制约，影响了部分产品的交付及冲击了终端市场的销售，从而导致公司营业收入较上年同期下降。报告期内，发行人海外市场主要集中在印度、尼日利亚、巴基斯坦、阿联酋等国家，上述国家的新冠疫情情况如下：

主要销售国家	疫情情况
印度	累计确诊人数 1,075.02 万人，现有确诊人数 17.12 万人，现有确诊呈现逐渐下滑趋势。
尼日利亚	累计确诊人数为 13.06 万人，现有确诊人数 2.53 万人，现有确诊呈波动上升趋势。
巴基斯坦	累计确诊 54.48 万人，现有确诊 3.32 万人，现有确诊呈下降趋势。
阿联酋	累计确诊 30.36 万人，现有确诊 2.58 万人，现有确诊呈波动上升趋势。

数据来源：百度新型冠状病毒肺炎疫情实时大数据报告，数据统计时间截至 2021 年 1 月 31 日。百度疫情大数据报告中，国外数据来自权威机构的公开报道、世界卫生组织(WHO)的公开数据、各国官方通报。

随着新冠肺炎疫情在全球范围内的不断扩散，发行人境外销售情况受到一定程度的影响。公司 2020 年 1-9 月外销实现销售收入为 25,896.92 万元，较 2019 年 1-9 月下滑 7.72%。

除疫情控制进展的不确定性对下游市场环境的影响外，国外销售环境未发生其他重大不利变化。由于公司产品在海外当地市场属于相对需求刚性的产品，市场需求较大，短期受疫情影响会出现交易的暂时延缓。未来随着新冠疫苗大规模注射等措施逐步推广，预期疫情会逐渐得到有效控制，新冠肺炎疫情对公司产品销售情况及整体盈利情况不会造成重大不利影响。

### (二) 说明前述第(3)问中，效益测算过程中是否充分考虑海外市场业务的各影响因素，并充分披露相关风险

国际形势和贸易政策对公司产品销售情况及整体盈利情况影响较小，国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况存在一定影响。在效益测算过程中，发行人综合考虑到了海外市场业务的各影响因素，出于谨慎性原则，目前毛利、净利情况均低于公司过往业务情况以及同行业上市公司。同时有关募投项目海外市场业务的影响已在《募集说明书》“第三节 风险因素”之“一、市场风

险”之“（一）新冠肺炎疫情等不可抗力因素影响的风险”和“三、经营风险”之“（一）海外业务拓展的风险”中进行披露，具体如下：

“2020年初新冠肺炎疫情发生后，延迟复工、交通管制等疫情防控措施相继出台并严格执行，公司生产经营受到影响。同时，随着海外疫情的持续，公司海外销售受到了冲击。公司在认真贯彻落实疫情防控各项措施和工作的同时，抓住国家支持民营企业复工复产、减费增效等支持政策的窗口期，加快推进公司业务发展。但若未来全球疫情进一步加剧至失控，公司境内外销售不能正常开展，则可能对公司销售带来冲击，进而对公司经营业绩造成一定程度的不利影响。”

“报告期内，公司外销业务收入占主营业务收入的比例分别为40.70%、39.66%、45.30%和51.67%。公司产品销售情况及整体盈利情况在较大程度上受海外市场的影响。由于海外市场面临出口国政策、当地市场需求、外汇市场和新冠疫情等方面的不确定性，同时公司的同行业竞争对手也在不断加大对海外市场的投入，公司海外业务拓展面临的挑战不断加大。若未来公司主要外销市场出现政治或经济形势波动、贸易及外汇政策变化等情形，以及未来海外市场竞争情况加剧，有可能给公司的海外业务拓展带来一定的不确定性，进而影响公司整体的盈利情况。”

## 〔中介机构核查过程及意见〕

### 一、中介机构核查过程

保荐机构及发行人会计师执行了以下核查程序：

1、查阅了本次募投项目可行性研究报告，了解建设内容、投资构成、投资测算明细和项目预计建设进度等情况；

2、查阅发行人财务资料，了解现有在建工程的建设进度、预计转固时间以及公司的折旧摊销政策等，测算折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响；

3、复核了本次募投项目的效益测算过程，获取同行业上市公司和报告期内同行业上市公司同类募投项目的财务指标，了解本次募投项目效益测算过程的合理性；

4、查阅公司定期报告等信息，获取发行人的收入明细表，分析收入的变动

情况及原因；并对发行人管理层进行访谈，了解国际形势、贸易政策及国外新冠疫情形势对公司产品销售情况及整体盈利情况的影响。

## 二、中介机构核查意见

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：

1、本次募投项目的投资明细金额测算合理，不包含本次发行相关董事会决议日前已经投入的资金，募集资金补充流动资金的比例符合相关规定；

2、本次募投项目效益测算过程中，充分考虑了新增资产折旧摊销的费用情况，相关测算谨慎、合理；

3、本次募投项目效益测算过程符合发行人业务的实际情况，充分考虑了因行业竞争所需销售人员的费用情况，和公司现有相关业务不存在显著差异，相关测算谨慎、合理；

4、国际形势、贸易政策对公司产品销售情况及整体盈利情况影响较小；新冠肺炎疫情目前对发行人境外销售有一定的影响，未来随着新冠疫苗大规模注射等措施逐步推广，预期疫情会逐渐得到有效控制，新冠肺炎疫情对公司产品销售情况及整体盈利情况不会造成重大不利影响。

本次募投项目效益测算过程中充分考虑了海外市场业务的各影响因素，相关测算谨慎、合理。

### 问题 3

发行人本次各募投项目的实施主体均为广东久量股份有限公司，项目建设地均位于广东省广州市空港经济区钟落潭镇 105 国道东侧方向 AB1006071 地块。此外，本次募投项目之网络运营项目主要目的是打造以直播运营中心、物流分发、用户售后中心及相应的配套运营平台为一体的电商运营中心。

请发行人补充说明或披露：（1）募集说明书显示发行人持有白云区新广从路东侧 AB1006071 地块，请说明该地块和本次募投项目用地是否为同一地块，如是，请说明发行人相关信息披露是否准确，如否，请披露本次募投项目是否属于新增募投用地，是否已取得相关土地，是否符合相关土地政策和城市规划；（2）披露网络运营项目是否符合国家产业政策，是否存在经营视频节目的情形，相关业务是否需要办理《信息网络传播视听节目许可证》或履行相关备案程序，并说明项目实施主体是否拥有开展本次募投项目所必需的相关资质，相关资质是否在有效期内。

请保荐人和发行人律师核查并发表明确意见。

〔回复〕

一、募集说明书显示发行人持有白云区新广从路东侧 AB1006071 地块，请说明该地块和本次募投项目用地是否为同一地块，如是，请说明发行人相关信息披露是否准确，如否，请披露本次募投项目是否属于新增募投用地，是否已取得相关土地，是否符合相关土地政策和城市规划；

发行人持有的白云区新广从路东侧 AB1006071 地块，与本次募投项目用地为同一地块。该地块证载信息如下：

权利人	坐落	权利类型	权属证号	权利性质	用途	面积 (平方米)	使用期限(年)
发行人	白云区新广从路东侧 AB1006071 地块	国有建设用地使用权	粤(2018)广州市不动产权第 04217704 号	出让	工业用地	34,359	50

“广从公路”，是指连接广州城区到从化区的 G105 国道公路，俗称“新广从路”，以区别于沙太路的“旧广从路”，路段南起白云区东平北路口接白云大道，北至从化区太平场、街口街道，全长约 26 公里。

发行人于 2012 年 7 月 11 日取得坐落于“白云区新广从路东侧 AB1006071 地块”的土地使用权证，本次募投项目计划在该宗土地实施，发行人相关人员办理本次募投项目的备案时，根据广州市白云区行政区划实际情况填写了项目实施地址为“广州市空港经济区钟落潭镇 105 国道东侧方向 AB1006071 地块”，与“白云区新广从路东侧 AB1006071 地块”为同一宗土地使用权，两处地址系表述不同。

综上所述，白云区新广从路东侧 AB1006071 地块与本次募投项目用地为同一地块，存在不一致的原因为土地使用权证载土地坐落与实际所属管辖位置名称不一致，发行人相关人员办理本次募投项目的备案时根据广州市白云区行政区划实际情况进行填写导致的，两处地址系表述不同，发行人相关信息披露准确。

**二、披露网络运营项目是否符合国家产业政策，是否存在经营视频节目的情形，相关业务是否需要办理《信息网络传播视听节目许可证》或履行相关备案程序，并说明项目实施主体是否拥有开展本次募投项目所必需的相关资质，相关资质是否在有效期内。**

经公司 2021 年 2 月 22 日第二届董事会第十八次会议审议并通过了关于调整本次可转换债券发行方案相关的议案，公司拟将本次发行募集资金总额从不超过 50,000 万元（含 50,000 万元）调整为不超过 43,800 万元（含 43,800 万元），并相应调整募集资金具体用途。网络运营项目已不属于本次可转换债券募投项目。

截至本审核问询函回复出具之日，发行人开展业务，除了拥有营业执照等一般证照之外，还拥有如下经营资质：

序号	证书名称	颁发部门	首次取得/登记时间	最近一次换证时间	有效期限
1	全国工业产品生产许可证	国家质量监督检验检疫总局	2016.09.20	-	至 2021.09.19
2	对外贸易经营者备案登记表	广州对外贸易经营者备案登记机关	2012.03.05	2016.04.13	长期
3	报关单位注册登记证书	广州海关	2010.07.23	2016.02.23	长期
4	消毒产品生产企业卫生许可证	广东省卫生健康委员会	2020.03.24	-	2024.03.23

公司本次募投项目除了智能紫外线消毒设备产业化项目需要消毒产品生产

企业卫生许可证外，不需要其他额外资质，因此，公司拥有开展本次募投项目所必需的相关资质，相关资质在有效期内。

### 〔补充披露情况〕

发行人已在《募集说明书》“第七节 本次募集资金运用”中进行补充披露，具体如下：

项目建设地位于广东省广州市空港经济区钟落潭镇 105 国道东侧方向 AB1006071 地块（与白云区新广从路东侧 AB1006071 地块为同一地块）。

发行人已在《募集说明书》“第七节 本次募集资金运用”之“一、本次募集资金运用基本情况”之“（二）募集资金投资项目的备案及环评审批情况”中进行补充披露，具体如下：

公司本次募投项目除了智能紫外线消毒设备产业化项目需要消毒产品生产企业卫生许可证外，不需要其他额外资质。公司拥有开展本次募投项目所必需的相关资质，相关资质在有效期内。

### 〔中介机构核查过程及意见〕

#### 一、中介机构核查过程

保荐机构及发行人律师履行了如下核查程序：

1. 查阅发行人拥有的白云区新广从路东侧 AB1006071 地块的土地使用权证书、本次募投项目备案表；

2. 登陆广州市人民政府网站（<http://www.gz.gov.cn/>）、广州市白云区人民政府网站（<http://www.by.gov.cn/>）、广州空港经济区管理委员会网站（<http://kgw.gz.gov.cn/>）、百度百科（<https://baike.baidu.com/>）查阅广州市白云区、广州市空港经济区的行政区划；

3. 登陆百度百科（<https://baike.baidu.com/>）、百度地图查询广州市空港经济区钟落潭镇 105 国道的位置；

4. 访谈发行人的董事长、董事会秘书、研发主管和生产主管以及办理本次募投项目备案的人员；

5. 取得发行人出具的《关于本次募投地址情况的说明》。

## 二、中介机构核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人持有白云区新广从路东侧 AB1006071 地块和本次募投项目用地是为同一地块，相关信息披露准确。

2、网络运营项目已不属于本次可转换债券募投项目。项目实施主体发行人拥有开展本次募投项目所必需的相关资质，相关资质在有效期内。

#### 问题 4

报告期各期，发行人实现营业收入分别为 86,433.9 万元、86,757.48 万元、87,960.24 万元、50,118.85 万元，最近一期营业收入同比下滑 23.42%；实现归属于母公司所有者的净利润（以下简称“净利润”）分别为 6,378.83 万元、8,903.78 万元、7,913.61 万元、2,853.72 万元，最近一期净利润同比下滑 53.52%；经营活动现金流量净额分别为 15,237.78 万元、9,047.47 万元、2,665.22 万元、403.72 万元，整体下降趋势明显，募集说明书显示最近一期经营活动现金流量净额下滑系新冠疫情影响所致。

请发行人补充说明和披露：（1）结合公司所处行业发展情况、主要产品毛利率波动情况、成本费用变化情况、同行业可比公司业绩以及新冠疫情对公司经营的具体影响等补充说明最近一期净利润同比大幅下滑的原因，公司应对导致净利润下滑因素的具体措施及效果，相关影响因素是否已消除，是否会对公司未来持续盈利和募投项目实施造成不利影响，并充分披露相关风险；（2）报告期内经营活动现金流量净额持续下滑且下滑幅度远超营业收入和净利润下滑幅度的具体原因，对照《创业板上市公司证券发行上市审核问答》第 21 条，论证公司是否具有合理的资产负债结构和正常的现金流量，是否有足够的现金流来支付公司债券的本息，并充分披露相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

〔回复〕

一、结合公司所处行业发展情况、主要产品毛利率波动情况、成本费用变化情况、同行业可比公司业绩以及新冠疫情对公司经营的具体影响等补充说明最近一期净利润同比大幅下滑的原因，公司应对导致净利润下滑因素的具体措施及效果，相关影响因素是否已消除，是否会对公司未来持续盈利和募投项目实施造成不利影响，并充分披露相关风险。

#### （一）公司所处行业发展情况

LED 照明行业的利润水平与企业生产规模、产品工艺水平、经营管理质量、市场知名度和品牌影响力等因素有着直接关系。随着行业内竞争日趋激烈，头部厂家陆续加强研发布局、深耕品牌战略、并通过布局产业链上下游及增加产品覆

盖度等方式来提升竞争力。有较强自主研发能力、知名度和营销能力的厂商将会持续抢占市场份额，并加剧整个行业的整合。行业整合形成的规模化经营则会带来成本的下降，行业利润水平随之提高，并维持在一个相对均衡的水平。

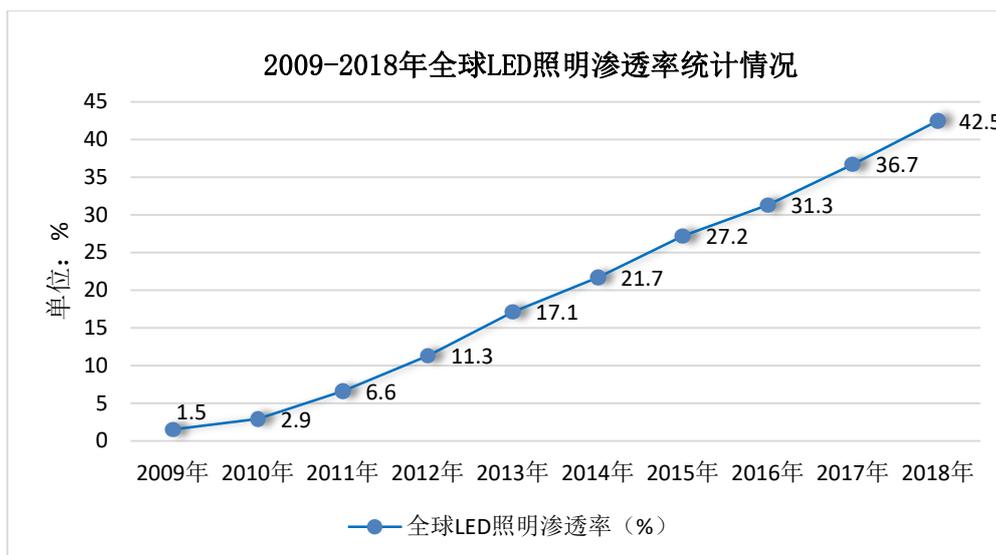
预计未来一段时间，借助物联网崛起所带动 LED 照明将走向小型连网的高值化数字照明。智能系统可以通过各种传感器收集用户、环境和其他信息，并进行数据分析，再进行设备调节。随着技术发展、产品成熟、厂商积极推动、智慧照明相关概念普及，融合个人化、以人为本的智慧照明市场将会成为未来产业发展的重点。

根据高工产业研究院（GGII）LED 研究所、中商产业研究院整理的数据，2015 年-2019 年全球 LED 照明产业市场规模不断扩大，增速有所降低。深圳市高工产研咨询有限公司（高工产业研究院（GGII））是以新兴产业为研究方向的专业咨询机构。中商产业研究院是中国领先的细分市场研究机构。全球 LED 照明产业市场规模具体情况如下：



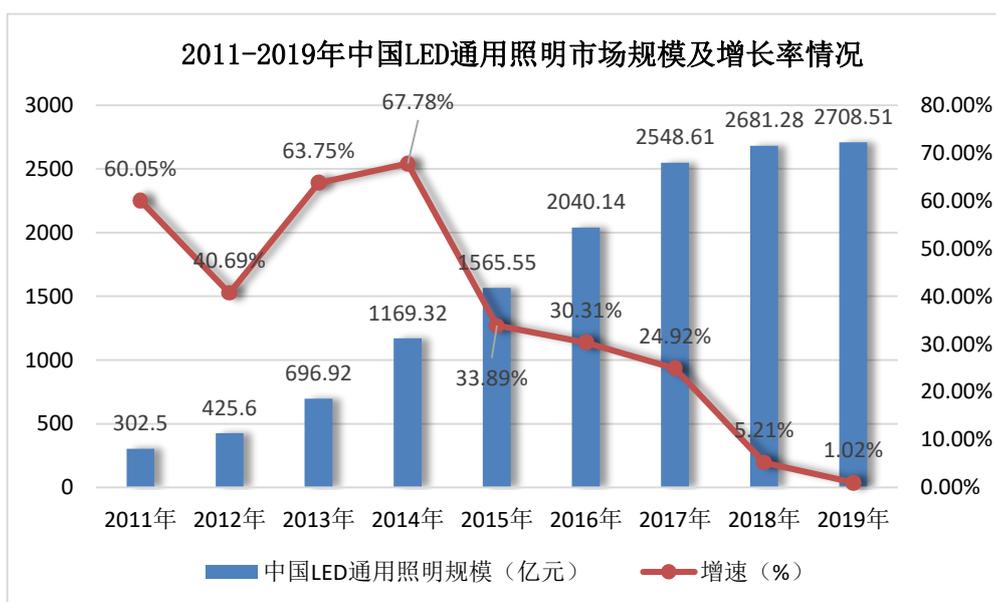
数据来源：高工产业研究院（GGII）LED 研究所、中商产业研究院整理

根据前瞻产业研究院整理的数据，2009 年-2018 年全球 LED 照明渗透率逐步提升，从 2009 年的 1.50% 增加至 2018 年的 42.50%。前瞻产业研究院是“大数据+研究+规划+设计+招商+资本”一体化的产业咨询服务机构。全球 LED 照明渗透率具体情况如下：



数据来源：前瞻产业研究院整理

根据 WIND 数据整理，2011 年-2019 年中国 LED 通用照明市场规模不断扩大，增速有所降低，具体情况如下：



数据来源：WIND 数据整理

总体来说，公司所处 LED 照明应用行业市场规模不断扩大，增速有所降低，但随着下游 LED 产品应用场合更加多样化、智能化和个性化，LED 行业技术也将持续发展，行业发展情况不会对公司未来持续盈利产生重大不利影响。

## (二) 主要产品毛利率波动情况

最近一期公司主要产品主营业务毛利率与上年同期相比变动情况如下表所

示：

单位：万元

产品	2020年1-9月			2019年1-9月		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
LED 移动照明	26,034.29	20,006.44	23.15%	38,896.58	29,700.52	23.64%
LED 家居照明	10,810.84	8,528.02	21.12%	16,832.17	12,892.87	23.40%
移动家居小电器	13,270.23	9,966.97	24.89%	9,715.00	7,243.67	25.44%
总计	<b>50,115.36</b>	<b>38,501.43</b>	<b>23.17%</b>	<b>65,443.75</b>	<b>49,837.06</b>	<b>23.85%</b>

### 1、LED 移动照明

公司 LED 移动照明主要包括应急灯、手电筒、头灯、探照灯和露营灯。公司 LED 移动照明产品占公司主营业务收入比重较大，其毛利率变动趋势与主营业务毛利率变动趋势一致。最近一期公司 LED 移动照明产品毛利率相比上年同期较为平稳。

### 2、LED 家居照明

公司 LED 家居照明包括台灯、球泡灯等产品。2020 年 1-9 月，公司家居照明毛利率较上年度有所下降，主要受台灯毛利率下降所致，由于公司 LED 家居照明中台灯销售占比较大，从而导致 2020 年 1-9 月 LED 家居照明整体毛利率出现下滑。

### 3、移动家居小电器

公司移动家居小电器产品线不断丰富，通过国内外完善的经销渠道和电商平台进行销售。其中，电蚊拍系公司移动家居小电器中的主要产品，2020 年 1-9 月和 2019 年 1-9 月电蚊拍销售收入占当期移动家居小电器销售收入分别为 68.71%和 70.56%。2020 年 1-9 月，公司毛利率较低的电蚊拍销售占比较高，拉低了电蚊拍的平均销售毛利率，导致移动家居小电器的毛利率总体较 2019 年 1-9 月略有降低。

整体来说，最近一期公司主要产品毛利率波动幅度较小，主要产品盈利能力基本保持稳定。

### （三）成本费用情况

#### 1、主营业务成本

公司主营业务成本的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年1-9月	
	金额	比例	金额	比例
直接材料	29,338.02	76.20%	38,896.94	78.05%
直接人工	2,882.09	7.49%	3,146.97	6.31%
制造费用	3,091.71	8.03%	3,772.67	7.57%
外协加工	3,189.61	8.28%	4,020.49	8.07%
合计	<b>38,501.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>49,837.06</b>	<b>100.00%</b>

公司直接材料占主营业务成本的比例分别为 78.05%和 76.20%，最近一期占比有所降低，主要源于与人员薪酬相关的直接人工、外协加工的成本增长。主营业务成本与主营业务收入变动趋势基本一致。

#### 2、期间费用

公司最近一期期间费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年1-9月	变动额	变动率
销售费用	2,995.53	2,845.92	149.61	5.26%
管理费用	2,101.17	1,936.86	164.31	8.48%
研发费用	1,703.34	2,105.45	-402.12	-19.10%
财务费用	1,112.30	179.00	933.30	521.40%

##### （1）销售费用

公司销售费用主要包括电商费用、出口及运输费用、广告和市场推广费、销售人员职工薪酬等，2020年1-9月公司销售费用相比上年同期增加主要系电商费用增加较多。2020年1-9月公司电商模式销售收入较上年同期增长 39.61%，电商费用较上年同期增长 43.81%，电商费用基本与电商模式销售收入保持合理变动。

## （2）管理费用

公司管理费用主要包括管理人员职工薪酬、折旧与摊销、租金及物业费等，2020年1-9月公司管理费用增多主要系中介服务费增加较多。

## （3）研发费用

公司研发费用包括直接材料、职工薪酬、折旧费用、设计费用和其他。2019年1-9月和2020年1-9月，公司研发费用基本保持稳定，研发费用占当期营业收入比率分别为3.22%和3.40%。

## （4）财务费用

公司财务费用主要为利息支出与汇兑损益。2020年1-9月公司财务费用较上年同期有所增加，主要受汇兑损益影响。公司外销收入金额较大，且基本采用美元进行交易，公司2020年1-9月汇兑损益为512.19万元，2019年1-9月汇兑损益为-542.79万元，2020年1-9月汇兑损益较上年同期增加1,054.98万元，对公司的经营业绩造成了一定的影响。

## （四）新冠疫情对公司经营的具体影响

2020年初，全国多地相继爆发了新型冠状病毒肺炎疫情，并随后在全球大部分国家和地区不断蔓延。新冠肺炎疫情给国内外经济带来了重创，公司及下游客户受新冠疫情影响复工时间延迟，物流运输受到一定程度制约，影响了部分产品的交付及冲击了终端市场的销售，从而导致公司营业收入较上年同期下降23.42%。报告期内，发行人销售市场主要集中在中国、印度、尼日利亚、巴基斯坦、阿联酋等国家，上述国家的新冠疫情情况如下：

主要销售国家	疫情情况
中国	累计确诊 10.10 万人，现有确诊 0.25 万人，现有确诊呈波动下降趋势。
印度	累计确诊人数 1,075.02 万人，现有确诊人数 17.12 万人，现有确诊呈现逐渐下滑趋势。
尼日利亚	累计确诊人数为 13.06 万人，现有确诊人数 2.53 万人，现有确诊呈波动上升趋势。
巴基斯坦	累计确诊 54.48 万人，现有确诊 3.32 万人，现有确诊呈下降趋势。
阿联酋	累计确诊 30.36 万人，现有确诊 2.58 万人，现有确诊呈波动上升趋势。

数据来源：百度新型冠状病毒肺炎疫情实时大数据报告，数据统计时间截至 2021 年 1 月 31 日。百度疫情大数据报告中，数据来自国家卫健委、各省市自治区卫健委、各省市自治区政府、港澳台官方渠道公开数据；国外数据来自权威机构的公开报道、世界卫生组织（WHO）的

公开数据、各国官方通报。

随着新冠肺炎疫情在全球范围内的不断扩散，发行人销售情况受到一定程度的影响。公司 2020 年 1-9 月实现销售收入为 50,118.85 万元，较 2019 年 1-9 月下降 23.42%。

除疫情控制进展的不确定性对下游市场环境的影响外，市场销售环境未发生其他重大不利变化。由于公司产品属于相对需求刚性的产品，市场需求较大，短期受疫情影响会出现交易的暂时延缓。

经核查世界卫生组织官方网站相关信息，具体情况如下：根据世界卫生组织官方网站 2021 年 1 月 12 日披露，截至 2020 年 12 月，全球已经有超过 200 种候选 COVID-19 疫苗正在研发中。其中，至少有 52 种候选疫苗正在进行人体试验。根据世界卫生组织官方网站 2021 年 1 月 22 日披露，新冠肺炎疫苗实施计划（COVAX）有望到 2021 年底提供至少 20 亿剂疫苗，包括向参加全球疫苗免疫联盟 COVAX 预先市场承诺的 92 个低收入经济体提供至少 13 亿剂。未来随着新冠疫苗大规模注射等措施逐步推广，预期疫情会逐渐得到有效控制，不同国家和地区对疫情有足够的抵御措施，新冠肺炎疫情对公司产品销售情况的不利影响会逐渐减轻。

#### （五）最近一期公司净利润变动情况

公司 2020 年 1-9 月和 2019 年 1-9 月净利润变动情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动额	变动率
营业收入	50,118.85	65,447.26	-15,328.41	-23.42%
营业成本	38,501.43	49,837.06	-11,335.63	-22.75%
毛利	11,617.42	15,610.20	-3,992.78	-25.58%
税金及期间费用	8,298.67	7,586.50	712.17	9.39%
其中：财务费用-汇兑损益	512.19	-542.79	1,054.98	194.36%
营业利润	3,204.50	7,537.28	-4,332.78	-57.48%
利润总额	3,457.17	7,771.98	-4,314.81	-55.52%
所得税	602.51	1,632.18	-1,029.66	-63.09%
净利润	2,854.66	6,139.80	-3,285.14	-53.51%

2020 年 1-9 月较上年同期净利润下降主要是受新冠疫情影响营业收入下滑

和受汇率波动影响汇兑损益增加较多导致，具体情况如下：

### 1、营业收入下滑

2020 年新冠肺炎疫情在全球范围内蔓延，给国内外经济带来了重创。公司及下游客户受新冠疫情影响复工时间延迟，物流运输受到一定程度制约，影响了部分产品的交付及冲击了终端市场的销售，从而导致公司营业收入较上年同期下降 23.42%。

### 2、汇兑损益增加

公司外销收入金额较大，且基本采用美元进行交易，2020 年 1-9 月和 2019 年 1-9 月人民币汇率波动较大，导致 2020 年 1-9 月汇兑损益为 512.19 万元，2019 年 1-9 月汇兑损益为-542.79 万元，汇兑损益 2020 年 1-9 月较上年同期增加 1,054.98 万元，对公司的经营业绩造成了一定的影响。

根据业绩快报，公司 2020 年度归属于上市公司股东的净利润为 3,833.93 万元，较 2019 年度归属于上市公司股东的净利润 7,913.61 万元下降 51.55%。2020 年度，公司较 2019 年度净利润下滑主要是受新冠肺炎疫情影响营业收入下滑和受汇率波动汇兑损益增加导致。

### （六）最近一期公司净利润与同行业比较

公司与可比公司最近一期净利润同比变动比较情况如下表所示：

单位：万元

可比公司	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月	变动额	变动率
金莱特	1,974.84	3,746.09	-1,771.25	-47.28%
长方集团	-2,401.80	4,847.11	-7,248.91	-149.55%
阳光照明	44,328.39	53,551.52	-9,223.13	-17.22%
佛山照明	23,683.13	23,265.08	418.05	1.80%
万润科技	8,091.59	14,770.58	-6,678.99	-45.22%
久量股份	2,854.66	6,139.80	-3,285.14	-53.51%

由上表可见，最近一期同行业可比公司除佛山照明净利润同比上涨外，金莱特、长方集团、阳光照明和万润科技的净利润总体呈现下滑趋势。公司与同行业可比公司相比，净利润趋势不存在异常。公司受疫情影响营业收入下滑，受汇率波动影响汇兑损益增加对经营业绩造成一定的影响，从而导致最近一期净利润同

比下降。

(七) 公司应对导致净利润下滑因素的具体措施及效果，导致净利润下滑的相关影响因素是否已消除，是否会对公司未来持续盈利和募投项目实施造成不利影响，并充分披露相关风险

**1、为降低新冠肺炎疫情对公司生产经营的影响，公司积极采取的应对措施如下：**

(1) 加大对海外市场的支持力度，做好客户服务

国外疫情难以研判情况下公司需与海外经销商、出口贸易商保持有效沟通与交流，尽量做好海外市场的服务，保证客户有需求时能够及时供货。未来公司将持续加强对市场需求变化的跟踪研究，满足客户对于新产品、新工艺、新配方等的要求，依托强大的产品研发团队进一步丰富产品品类，提高客户满意度，增强客户黏性。

(2) 优化生产工艺，提升产品质量

公司将持续优化生产工艺以提高生产效率，不断提高生产管理水平以增强成本费用控制能力，继续完善产品生产、质量检验流程以提高产品质量，增强公司产品的市场竞争力。

(3) 加强营销网络体系，抢占市场份额

今年以来，为缓解新冠疫情的冲击，重建生产生活秩序，国家明确提出支持线上经济的发展，鼓励新兴营销模式的发展。

公司通过对线上线下营销网络的同步发展，充分整合数据、流量、服务、仓储、物流等要素，从而实现了购物行为的高效闭环。公司完备的营销网络体系将为公司的小家电及其他产品提供市场和渠道保证。

**2、新冠肺炎疫情对公司业绩影响有所减轻**

随着国内新冠疫情防控形势逐渐好转，公司产能逐步恢复，生产经营逐渐恢复正常。公司前三季度营业收入较上年同期下降 23.42%，其中第三季度营业收入较上年同期下降 15.49%，下降幅度呈现逐渐收窄的趋势。公司 2020 年前三季度与上年同期营业收入变动情况如下：

单位：万元

期间	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动率
第一季度	15,348.78	19,058.19	-3,709.41	-19.46%
第二季度	15,385.01	23,451.21	-8,066.21	-34.40%
第三季度	19,385.06	22,937.86	-3,552.80	-15.49%
合计	<b>50,118.85</b>	<b>65,447.26</b>	<b>-15,328.41</b>	<b>-23.42%</b>

根据业绩快报，公司 2020 年度营业收入 70,554.80 万元，较 2019 年度营业收入 87,960.24 万元下降 19.79%。经计算，公司 2020 年第四季度营业收入 20,435.96 万元，较 2019 年第四季度营业收入 22,512.98 万元下降 9.23%，下降幅度呈现持续收窄的趋势。

公司移动家居小电器业务 2020 年前三季度主营业务收入与上年同期相比变动情况如下：

单位：万元

期间	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动率
第一季度	4,858.01	2,692.09	2,165.92	80.46%
第二季度	4,165.86	3,950.71	215.15	5.45%
第三季度	4,246.35	3,072.20	1,174.15	38.22%
合计	<b>13,270.23</b>	<b>9,715.00</b>	<b>3,555.23</b>	<b>36.60%</b>

2020 年第一季度，公司移动家居小电器业务收入较上年同期增长 80.46%；2020 年第二季度，受新冠肺炎疫情影响，公司移动家居小电器业务收入较上年同期增长 5.45%，增速放缓；2020 年第三季度，公司移动家居小电器业务收入较上年同期增长 38.22%，增速呈大幅回升趋势。同时，2020 年第三季度公司移动家居小电器业务收入较 2020 年第二季度增长。在新冠肺炎疫情大环境下，公司移动家居小电器业务销售及恢复情况良好。

未来随着公司本次募投项目的实施，公司利用原有的供应链管理经验和品牌优势，实现在小家电和智能紫外线消毒品类的发展。另外，基于目前小家电行业线上渠道销售占比较高以及公司产品的营销发展趋势，公司拟打造新零售网络，以此整合企业的线下渠道和线上电商资源。本次募投项目将进一步提高公司产品产能，扩大销售规模，不断优化财务结构，提升整体盈利能力和持续发展水平。

综上所述，新冠肺炎疫情对公司净利润的不利影响因素已有所减轻，未来随

着新冠疫苗大规模注射等措施逐步推广，预期疫情会逐渐得到有效控制，新冠肺炎疫情对公司未来持续盈利和募投项目实施不会造成重大不利影响。

### 3、汇率波动风险对本次募投项目及未来持续盈利能力有一定影响

公司营业收入中外销收入占比较高，且基本采用美元进行交易。2020年1-9月财务费用中汇兑损益金额为512.19万元，2019年1-9月财务费用中汇兑损益金额为-542.79万元，汇率波动对公司净利润存在一定的影响。目前来看，我国外汇市场运行稳健，市场预期保持稳定，跨境资金流动总体均衡。如果汇率行情发生较大变动的情形下，会对公司未来持续盈利和募投项目实施造成一定影响。

### 4、相关风险披露是否充分

上述关于新冠肺炎疫情等不可抗力因素影响的风险、汇率波动的风险已在募集说明书“第三节 风险因素”中进行充分披露。

关于公司2020年度净利润预计下降50%以上，以及净利润下降的风险在募集说明书“第三节 风险因素”之“五、财务风险”中补充披露如下：

#### （一）2020年度净利润预计下降50%以上的风险

根据公司2020年业绩快报，公司营业收入为70,554.80万元，较上年同期下降19.79%；公司归属于上市公司股东的净利润为3,833.93万元，较上年同期下降51.55%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为3,136.16万元，较上年同期下降59.13%；基本每股收益为0.24元/股。上述业绩快报的相关财务数据未经会计师事务所审计。

2020年度，公司较2019年度净利润下滑主要是受新冠肺炎疫情影响营业收入下滑和受汇率波动汇兑损益增加导致。目前，新冠肺炎疫情对公司的业绩及经营影响尚未消除，但已有所减轻。

#### （二）净利润下降的风险

报告期各期，公司净利润分别为6,378.83万元、8,903.78万元、7,913.61万元和2,854.66万元。2020年1-9月，公司较去年同期净利润下滑主要是受新冠肺炎疫情影响营业收入下滑和受汇率波动汇兑损益增加导致。目前，新冠肺炎疫情对公司的业绩及经营影响有所减轻。但若未来疫情、汇率发生较大不利变

化，公司未来可能发生净利润下降的风险。

综上所述，公司最近一期净利润下滑主要受疫情影响营业收入下滑和受汇率波动汇兑损益增加导致。针对业绩下滑，公司已制定了切实可行的应对措施。新冠肺炎疫情对发行人的业绩及经营影响有所减轻。如未来疫情、汇率变动不出现重大不利变化，疫情、汇率变动对本次募投项目及公司未来持续盈利能力不会造成重大不利影响。

**二、报告期内经营活动现金流量净额持续下滑且下滑幅度远超营业收入和净利润下滑幅度的具体原因，对照《创业板上市公司证券发行上市审核问答》第 21 条，论证公司是否具有合理的资产负债结构和正常的现金流量，是否有足够的现金流来支付公司债券的本息，并充分披露相关风险。**

（一）报告期内经营活动现金流量净额持续下滑且下滑幅度远超营业收入和净利润下滑幅度的具体原因。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间关系如下：

单位：万元

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	2,854.66	7,913.61	8,903.78	6,378.83
加：资产减值准备	534.90	472.93	208.06	431.49
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,706.55	3,118.88	2,513.47	2,141.39
无形资产摊销	219.67	293.06	293.92	277.27
长期待摊费用摊销	327.43	436.57	219.59	219.59
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失				
固定资产报废损失	9.47	2.07	18.78	1.94
公允价值变动损失				
财务费用	725.96	1,007.97	747.62	928.82
投资损失	-263.96	66.46	50.95	-7.01
递延所得税资产减少/（增加）	56.58	-141.22	-55.97	-318.79
递延所得税负债增加/（减少）				
存货的减少/（增加）	3,204.44	-5,481.78	1,399.87	-897.72
经营性应收项目的减少/（增加）	-6,675.64	-4,763.85	456.22	1,358.35
经营性应付项目的增加/（减少）	-3,296.34	-259.50	-5,708.82	4,723.64

项 目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他				
经营活动产生的现金流量净额	403.72	2,665.22	9,047.47	15,237.78

2017 年度和 2018 年度，公司经营活动现金流量净额总体较好，与净利润较为匹配或高于净利润。

2019 年度和 2020 年 1-9 月，公司经营活动现金流量净额下降且低于净利润的主要原因为存货的变动、经营性应收项目的变动、经营性应付项目的变动等的影响，各年度变动原因如下：

2019 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较净利润低主要为存货增加 5,481.78 万元，经营性应收项目增加 4,763.85 万元。存货增加主要为肇庆久量厂区 2019 年 3 月开始投产和 2020 年春节假期较往年提前，导致两地厂区生产和备货需求增加；经营性应收项目增加主要为外销客户销售较上期增长，且第三、四季度增长较快，导致账期内应收账款余额增加。

2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额较上期下降主要为经营性应收项目增加 6,675.64 万元，经营性应付项目减少 3,296.34 万元。经营性应收项目增加主要为受新冠疫情影响导致销售回款较慢，应收账款余额增加；经营性应付项目减少主要为原材料采购额较往年下降，以及 2020 年公司资金较为充沛相应支付供应商货款较多，导致应付账款余额减少。

根据业绩快报，公司 2020 年度全年经营活动产生的现金流量净额为 10,686.98 万元。

(二) 对照《创业板上市公司证券发行上市审核问答》第 21 条，论证公司是否具有合理的资产负债结构和正常的现金流量，是否有足够的现金流来支付公司债券的本息，并充分披露相关风险。

### 1、本次发行完成后，累计债券余额不超过最近一期末净资产的 50%

截至本审核问询函回复出具之日，公司累计债券余额为 0.00 元，公司及其子公司不存在已获准未发行的公司债及企业债，不存在待提交或在审核其他公司债和企业债等情况。本次向不特定对象发行可转换公司债券拟募集资金总额不超过人民币 43,800.00 万元（含 43,800.00 万元），本次发行完成后，假设可转换公

司债券不考虑计入所有者权益部分的金额，且本次可转换公司债券转股期限内投资者均不选择转股，预计公司合并范围内累计债券余额为 43,800.00 万元，占 2020 年 9 月 30 日净资产的 40.99%，未超过 50%。

公司承诺将综合考虑资金需求、净资产情况、资本结构、偿债能力、市场情况等因素，确保本次发行不会导致公司累计债券余额超过最近一期末净资产额的 50%。具体而言，若本次可转债未出现终止注册的情况，公司计划在本次可转债发行前，不发行任何其他计入累计债券余额的公司债及企业债，并且不向相关监管机构提交公司债/企业债的注册/备案申请文件。随着公司日常经营留存收益的增长以及本次可转债发行后逐步转股，公司净资产将较 2020 年 9 月末净资产有所增长，将进一步降低累计债券余额占净资产的比例。

## 2、本次发行后公司资产负债结构合理

截至 2020 年 9 月 30 日，公司资产负债率为 22.22%。本次可转换公司债券发行完成后、转股前，在不考虑可转换公司债券同时兼顾权益及债务属性的情况下，公司的总资产和负债将同时增加 43,800.00 万元，公司资产负债率将由 22.22% 增长至 41.02%。

截至 2020 年 9 月 30 日，本次可转换公司债券发行完成后、转股前公司与同行业可比公司资产负债率对比情况如下所示：

可比公司	资产负债率（2020 年 9 月 30 日）
金莱特	50.13%
长方集团	61.89%
阳光照明	38.60%
佛山照明	24.58%
万润科技	48.97%
<b>平均</b>	<b>44.83%</b>
发行人（合并报表）	41.02%

本次可转换公司债券发行完成后、转股前公司资产负债率介于同行业可比公司之间，处于合理水平。因此，本次发行不会导致公司资产负债率过高，不会形成不合理的资产负债结构。

### 3、公司有足够的现金流支付公司债券本息

#### (1) 公司最近三年盈利情况

根据华兴出具的《审计报告》（华兴所（2020）审字 GD—025 号），以扣除非经常性损益前后孰低者计，2017-2019 年度，公司归属于上市公司股东的净利润分别为 6,031.03 万元、8,569.16 万元及 7,674.35 万元，最近三年平均可分配利润为 6,929.66 万元。本次可转换债券拟募集资金 43,800.00 万元，存续期间各年的票面利率按照市场上主流的同期限可转换公司债券案例进行假设，分别为 0.40%、0.60%、1.00%、1.50%、1.80%和 2.00%，且债券持有人在债券存续期间内均不转股，则存续期间公司每年需支付可转换债券的利息分别为 175.20 万元、262.80 万元、438.00 万元、657.00 万元、788.40 万元和 876.00 万元，存续期内预计每年需支付的利息远低于最近三年平均可分配利润 6,929.66 万元，公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息，公司符合《证券法》第十五条第（二）项和《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》第十三条第（二）项的规定。

#### (2) 公司近三年经营活动产生的现金流量净额情况

2017-2019 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 15,237.78 万元、9,047.47 万元和 2,665.22 万元，平均每年经营活动产生的现金流量净额为 8,983.49 万元。2020 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 403.72 万元。公司 2020 年第四季度回款情况良好，根据业绩快报，2020 年度全年经营活动产生的现金流量净额为 10,686.98 万元。公司预计 2020 年度经营活动产生的现金流量净额不低于前三年平均水平，公司经营活动产生的现金流量净额良好，预计有足够的现金流来支付公司债券本息。

综上所述，公司本次发行后累计债券余额占最近一期末净资产比例为 40.99%，未超过最近一期末净资产的 50%；本次发行不会导致公司资产负债率过高，不会形成不合理的资产负债结构；公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息，且经营活动产生的现金流量净额良好，预计有足够的现金流来支付公司债券本息。

#### 4、相关风险披露是否充分

上述经营现金流波动的风险已在募集说明书“第三节 风险因素”中进行充分披露。

##### 〔补充披露情况〕

公司已在募集说明书“第三节 风险因素”补充披露了上述楷体加粗内容。

##### 〔中介机构核查过程及意见〕

#### 一、中介机构核查过程

保荐机构和发行人会计师对上述事项进行了核查，主要核查程序如下：

1、查阅公司定期报告等信息，获取发行人的销售明细表，分析主营业务毛利率、净利润的变动情况及原因，并通过巨潮资讯网等渠道查询同行业公开信息进行比较分析；

2、对公司高管进行访谈，了解公司最近一期毛利率、成本费用、净利润等指标变动原因，了解新冠疫情对公司复工及正常经营的影响情况。了解导致业绩下滑的影响因素是否消除，是否对本次募投项目及未来持续盈利能力造成重大不利影响，针对业绩下滑采取的应对措施；

3、取得并复核公司报告期内现金流量表，是否符合《企业会计准则第31号——现金流量表》规定的编制方法和要求；

4、核查公司报告期内主要项目和交易事项列报是否准确、完整，采用重新计算、核对等方法确认现金流量表的真实性、准确性及合规性；

5、重点分析应收票据、应收账款、存货、应付票据及应付账款等主要科目变动的合理性，分析公司报告期内经营性活动现金流量与净利润的匹配情况；

6、获取公司财务报表，重新测算本次发行完成后累计债券余额占净资产比例、资产负债率变动比例，查阅公司同行业可比公司资产负债率情况；

7、查阅公司债券利息计算过程，并与公司最近三年平均可分配利润比较分析。

## 二、中介机构核查意见

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：

1、公司最近一期净利润下滑主要受疫情影响营业收入下滑和受汇率波动汇兑损益增加导致。针对业绩下滑，公司已制定了切实可行的应对措施。新冠肺炎疫情对发行人的业绩及经营影响有所减轻。如未来疫情、汇率变动不出现重大不利变化，疫情、汇率变动对本次募投项目及公司未来持续盈利能力不会造成重大不利影响；

2、2017 年度和 2018 年度，公司经营活动现金流量净额总体较好，与净利润较为匹配或高于净利润。2019 年度和 2020 年 1-9 月，公司经营活动现金流量净额下降且低于净利润的主要原因为存货的变动、经营性应收项目的变动、经营性应付项目的变动等的影响，披露的内容符合公司业务实际情况；

3、公司本次发行后累计债券余额占最近一期末净资产比例为 40.99%，未超过最近一期末净资产的 50%；本次发行不会导致公司资产负债率过高，不会形成不合理的资产负债结构；公司最近三年平均可分配利润足以支付公司债券一年的利息，且经营活动产生的现金流量净额良好，预计有足够的现金流来支付公司债券本息。

## 问题 5

发行人最近一期末交易性金融资产为 6,413.28 万元，其他流动资产为 7,368.65 万元；长期股权投资为 1,633.33 万元，主要是对广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称广州长晟）的投资。

请发行人补充说明：（1）说明最近一期末交易性金融资产的具体情况，包括但不限于购买理财产品的机构名称、产品名称、产品类型、具体金额、购买日期、产品期限、相关利率或收益率等；（2）结合广州长晟的出资情况、投资范围或业务范围、穿透说明已投资或拟投资企业的具体情况、已使用或尚未使用资金的具体安排等，说明相关投资是否属于财务性投资；（3）自本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，并结合公司主营业务，说明公司最近一期末是否存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形，并将财务性投资总额与本次募集资金、净资产规模对比说明本次募集资金的必要性和合理性。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

〔回复〕

一、说明最近一期末交易性金融资产的具体情况，包括但不限于购买理财产品的机构名称、产品名称、产品类型、具体金额、购买日期、产品期限、相关利率或收益率等

公司最近一期末交易性金融资产 6,413.28 万元系公司购买的理财产品本金及收益（其中理财产品本金为 6,384.64 万元，理财产品收益为 28.63 万元），最近一期末其他流动资产 7,368.65 万元中理财产品本金及收益的金额为 5,501.92 万元（其中理财产品本金为 5,500.00 万元，理财产品收益为 1.92 万元）。截至 2020 年 9 月 30 日，公司购买的理财产品本金账面余额为 11,884.64 万元，产品明细如下：

序号	机构名称	产品名称	产品类型	金额（万元）	购买日期	产品期限	利率/收益率	资金来源
1	中国银行	（机构专属）中银理财-乐享	非保本浮动收益型	984.64	2020-07-31	随时可赎回	1.9315%-2.4414%	自有资金

序号	机构名称	产品名称	产品类型	金额(万元)	购买日期	产品期限	利率/收益率	资金来源
		天天						
2	兴业银行	结构性存款	保本浮动收益型	1,200.00	2020-08-05	90天	1.50% 或 2.30% 或 2.379%	募集资金
3	兴业银行	结构性存款	保本浮动收益型	1,000.00	2020-09-27	89天	1.50% 或 2.30% 或 2.379%	募集资金
4	广发证券	国债逆回购	7天期国债逆回购	4,000.00	2020-09-26	14天	3.48% 或 3.50%	自有资金
5	广发证券	收益宝	保本型浮动收益凭证	1,500.00	2020-09-01	133天	0.10%或 5.70%	募集资金
6	广发证券	收益宝	保本型浮动收益凭证	1,500.00	2020-07-16	91天	0.10%或 5.00%	募集资金
7	广发证券	收益宝	保本型浮动收益凭证	200.00	2020-09-30	183天	0.10%或 6.00%	募集资金
8	中国银行	单位定期存款	保本固定收益	1,500.00	2020-09-30	9天	1.89%	自有资金

(1) 2020年7月31日公司以自有资金购买的中国银行（机构专属）中银理财-乐享天天为非保本浮动收益型理财产品，随时可赎回，银行内部风险评级为中低级。截至2020年9月30日，公司持有该理财产品余额为984.64万元，理财产品到期日为2020年10月28日。根据中国银行公布的（机构专属）中银理财-乐享天天（AMHQLXTTTS01）2020年7月31日至2020年10月28日的7日年化收益率为1.9315%-2.4414%，属于安全性较高、流动性较强、风险较低的理财产品，不属于高风险理财产品。

(2) 2020年8月5日公司购买的1,200.00万元兴业银行结构性存款为保本浮动收益型理财产品，理财协议约定本存款产品分为固定收益和浮动收益两部分，固定收益的年化收益率为1.5%，浮动收益与挂钩标的上海黄金交易所之上海金基准价的波动情况挂钩，浮动收益的年化收益率为0%或0.80%或0.879%。因此，该理财产品的年化收益率为1.50%或2.30%或2.379%，是保本浮动收益型理财产品，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(3) 2020年9月27日公司购买的1,000.00万元兴业银行结构性存款为保本浮动收益型理财产品，理财协议约定本存款产品分为固定收益和浮动收益两部分，固定收益的年化收益率为1.5%，浮动收益与挂钩标的上海黄金交易所之上海金基准价的波动情况挂钩，浮动收益的年化收益率为0%或0.80%或0.879%。

因此，该理财产品的年化收益率为 1.50% 或 2.30%或 2.379%，是保本浮动收益型理财产品，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(4) 2020 年 9 月 26 日公司购买 4,000.00 万元广发证券 7 天期国债逆回购，该笔理财的年化收益率为 3.5%或 3.48%，是安全性较高、流动性较强、风险较低的理财产品，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(5) 2020 年 9 月 1 日公司购买的广发证券 1,500.00 万收益宝为保本型浮动收益凭证，广发证券内部风险评级为较低风险级别。理财协议约定本产品分为固定收益和浮动收益两部分，固定收益的年化收益率为 0.1%，浮动收益与上交所中证 500 指数的波动情况挂钩，浮动收益的年化收益率为 0%或 5.60%。因此，该理财产品的年化收益率为 0.10%或 5.70%，是保本型浮动收益凭证，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(6) 2020 年 7 月 16 日公司购买的广发证券 1,500.00 万元收益宝为保本型浮动收益凭证，广发证券内部风险评级为较低风险级别，理财协议约定本产品分为固定收益和浮动收益两部分，固定收益的年化收益率为 0.1%，浮动收益与上交所中证 500 指数的波动情况挂钩，浮动收益的年化收益率为 0%或 4.90%。因此，该理财产品的年化收益率为 0.10%或 5.00%，是保本型浮动收益凭证，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(7) 2020 年 9 月 30 日公司购买的广发证券 200.00 万元收益宝为保本型浮动收益凭证，广发证券内部风险评级为较低风险级别，理财协议约定本产品分为固定收益和浮动收益两部分，固定收益的年化收益率为 0.1%，浮动收益与上海能源交易中心原油 2105 价格波动情况挂钩，浮动收益的年化收益率为 0%或 5.9%。因此，该理财产品年化收益率为 0.10%或 6.00%，是保本型浮动收益凭证，属于低风险理财产品，不属于高风险理财产品。

(8) 2020 年 9 月 30 日公司购买的中国银行单位定期存款 1,500.00 万元为保本固定收益的 7 天通知存款，到期年化收益率为 1.89%，属于安全性较高、流动性较强、风险较低的理财产品，不属于高风险理财产品。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司交易性金融资产和其他流动资产（理财产品）余额系公司利用结余资金购买理财产品。除以自有资金购买的中国银行（机构专

属)中银理财-乐享天天(可随时赎回)产品余额 984.64 万元为非保本浮动收益型理财产品,其余理财产品均为保本型理财产品,相关理财产品的风险较低。

公司出于现金管理的目的购买理财产品,相关理财投资属于安全性较高、流动性较强、风险较低的理财产品,不属于高风险理财产品,相关理财投资不属于财务性投资。

## 二、结合广州长晟的出资情况、投资范围或业务范围、穿透说明已投资或拟投资企业的具体情况、已使用或尚未使用资金的具体安排等,说明相关投资是否属于财务性投资

### (一) 广州长晟的出资情况

2020 年 5 月,公司与广州万宝长晟资产管理有限公司(以下简称“万宝长晟”)、广州万宝长睿投资有限公司(以下简称“万宝长睿”)、刘超侃签署《广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业(有限合伙)之合伙协议》(以下简称“《合伙协议》”),共同投资设立广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业(有限合伙)。《合伙协议》约定的应缴出资额明细和截至 2020 年 9 月 30 日实际出资额明细如下:

序号	合伙人名称	出资方式	总认购金额(万元)	认购比例	合伙人类型	截至 2020.9.30 出资额(万元)
1	万宝长晟	货币	50.00	1.00%	普通合伙人	50.00
2	久量股份	货币	2,450.00	49.00%	有限合伙人	1,633.33
3	万宝长睿	货币	2,400.00	48.00%	有限合伙人	1,600.00
4	刘超侃	货币	100.00	2.00%	有限合伙人	100.00
合计			<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>	\	<b>3,383.33</b>

《合伙协议》约定第二轮实缴出资,待项目总投资额大于 2,000.00 万(含)时,再实缴出资认缴金额总额的剩余款项 1,616.67 万元(即久量股份补足剩余未实缴出资额 816.67 万元整,万宝长睿补足剩余未实缴出资额 800.00 万元整)。

### (二) 广州长晟的投资范围或业务范围

广州长晟为合伙型产业基金,万宝长晟担任合伙企业的管理人(即基金管理人),负责合伙企业的投资管理运营,合伙企业法定存续期为 8 年。

合伙企业的经营范围为项目投资(不含许可经营项目,法律法规禁止经营的

项目不得经营)；创业投资；风险投资。根据合伙协议约定的投资范围：“广州长晟拟投资于 LED 照明及移动家居小电器相关产业，包括但不限于 LED 及家居电器产业链上下游及新技术应用等具有高成长性领域的股权项目，为上市公司实现经营战略目标与业务发展规划，进行产业整合与布局提供助力”。

### (三) 广州长晟已投资或拟投资企业的具体情况

2020 年 9 月 7 日，广州长晟投资决策委员会第二次会议审议同意投资科通工业技术(深圳)有限公司(以下简称“科通工业”)，投资金额为 1,000.00 万元，持股比例为 0.3647%。

科通工业于 2005 年 5 月 24 日成立，注册资本 582.767995 万元人民币，注册地址为深圳市南山区，隶属于港股上市公司科通芯城集团(00400.HK)。科通芯城集团是高端半导体元器件的龙头分销商，与超过全球 50%的百大半导体元器件供应商和国内领先的芯片企业紧密合作，通过半导体元器件分销业务与 AIoT 数据中台，有效地进行半导体元器件的推广及营销，为半导体行业下游客户提供完善且专业化的技术应用方案。科通芯城集团主要供应商为英特尔(Intel)、赛灵思(Xilinx)、微软、意法半导体(STMicroelectronics)、微芯(Microchip)、美光(Micron)、思佳讯(Skyworks)等欧美高端半导体公司及瑞芯微等国内头部半导体公司，主要客户为海康威视、中兴通讯、小天才、歌尔声学、大疆等大量优质 AIoT 客户。

广州长晟已投资企业和公司主营业务的关联性具体如下：

公司主要从事 LED 照明产品的设计、研发、生产和销售。LED 是“Light Emitting Diode”的缩写，中文译为“发光二极管”，是一种新型半导体发光元件，其发光原理是基于半导体材料特殊的光电效应产生。根据半导体材料的不同，可以制作发出不同波长的光，从而显示不同的颜色。公司目前主要产品为 LED 照明及移动家居小电器。

广州长晟目前仅投资科通工业，科通工业及其母公司科通芯城是高端半导体元器件的分销商。科通工业及其母公司科通芯城分销产品主要为半导体元器件，拥有 400 家国际知名品牌供应商、50 万种产品型号，科通工业及其母公司科通芯城提供的元器件品类包括：单片机、处理器、DSP、存储器、FPGA、CPLD、SOC

芯片、数模信号转换、滤波器、放大器、无线及射频、电源管理、电路保护、传感器、转换器、继电器、连接器、二极管、三极管、无源器件等。

公司目前采购的部分半导体元器件与科通工业及其母公司科通芯城分销的产品相关性如下表所示：

电子元器件	公司目前采购的部分半导体元器件	科通工业及其母公司科通芯城分销的相关产品	公司应用产品
二极管	双向触发二极管 DB3 DO-35(编带包装)	TVS 二极管	电蚊拍系列
二极管	快恢复二极管 FR107 DO-41 (编带包装、宽度大于 52mm)	RF 二极管	大风扇系列
二极管	快恢复二极管 SR340/SB340 DO-201A/D O27	RF 二极管	大风扇系列
三极管	三极管 D965 (编带包装)	晶闸管	应急灯系列
三极管	三极管 C945 (编带包装)	晶闸管	应急灯系列
IC	贴片 IC HC8T161/HCT686/SOP8 (34 种以上)	单片机	台灯系列、小风扇系列
IC	贴片 IC KP107AL SOP-7 (9 种以上)	LED 驱动	球泡灯系列
IC	贴片驱动 IC SN3355 SOP-5 (8 种以上)	电源管理芯片	小风扇系列、台灯系列
电感	高频变压器 DP7313-EE13-V0/EE10 立式 5+5P/PC40/Np: Ns: Na=124:8:22/Lp=3.2mH±7% 立式 EE13/凯松(10 种以上)	滤波器	台灯系列、大风扇系列
电解电容器	电解电容 4.7 μF 50V±20% 体积 4*8mm 脚距 2.5mm (编带包装) (34 种以上)	铝电容器	台灯系列、应急灯系列、露营灯系列等
聚酯电容	CBB21 电容 155 400V 脚距 20mm 体积 7*20mm(21 种以上)	薄膜电容器	电蚊拍系列、手电筒系列
发光二极管	LED 灯 HL298 COB 灯珠 42mm*8mm/VF: 3.0-3.4V/IF: 350mA/100-120lm/色温 6500-7500K (52 种以上)	LED	头灯系列、应急灯系列、探照灯
电阻器	碳膜电阻 200K Ω 1/2W±5%	无源器件	全系列产品
保险丝	玻璃管保险丝 超小型熔断体 331/F500mAL250V (5 种以上)	无源器件	全系列产品

从上表可以看出，科通工业是本公司产业链上游企业，公司投资该企业的目的如下：

- (1) 及时掌握上游相关产品技术的先进性，促进公司的产品升级

科通工业及其母公司科通芯城经营国际领先的单片机及其他半导体元器件，提供完善且专业化的技术应用方案。公司产品品类众多，不同的产品对电子元器件的需求有差异，通过股权投资与科通工业建立密切联系，将有利于在单片机、电源管理芯片等电子元器件的应用得到技术支持，可以使公司在产品创新过程中，定制化采购相应电子元器件，助力公司产品升级，提升公司产品的竞争力。

#### (2) 拓宽公司半导体元器件的采购渠道

科通工业及其母公司科通芯城经营国际领先的单片机及其他半导体元器件，是公司产业链上游企业。公司通过股权投资与科通工业建立密切联系，将有利于提升半导体元器件（如电源管理芯片）供应的稳定性和优先性，有利于提升公司采购半导体元器件的议价能力，有利于获得高质量的货源。

广州长晟投资科通工业，属于围绕公司产业链上游以获取技术、渠道为目的的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

#### (四) 已使用或尚未使用资金的具体安排

广州长晟认缴出资额 5,000.00 万元，截至本审核问询函回复出具之日，广州长晟实际收到出资额 3,383.33 万元，目前资金已使用 1,000 万元。资金使用明细如下：

投资项目	主要业务	投资金额 (万元)
科通工业技术（深圳）有限公司	半导体元器件分销、应用方案设计和营销推广、数据业务与实验室研发业务	1,000.00

扣除投资于科通工业的投资款后剩余实缴出资额 2,383.33 万元，剩余认缴出资额 1,616.67 万元，合计 4,000 万元。待广州长晟寻找符合其产业投资定位的标的公司时再予以投资。未来投资将严格按照《广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》约定的投资范围“本合伙企业拟投资于 LED 照明及移动家居小电器相关产业，包括但不限于 LED 及家居电器产业链上下游及新技术应用等具有高成长性领域的股权项目，为上市公司实现经营战略目标与业务发展规划，进行产业整合与布局提供助力”进行投资。

广州长晟已出具书面承诺：“广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业（有限合伙）于 2020 年 5 月成立，认缴出资额 5,000.00 万元，已投资 1,000.00 万元，剩余资金 4,000.00 万元。本合伙企业承诺：剩余 4,000.00 万元及后续增资部分（如

有)仅投资于符合广东久量股份有限公司主营业务及战略发展方向的产业链上下游高度相关企业,以获取技术、原料或渠道为目的进行产业投资,不将资金用于或变相用于投资类金融业务、投资产业基金、并购基金、拆借资金、委托贷款、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资、购买收益波动大且风险较高的金融产品、非金融企业投资金融业务等财务性投资”。

久量股份已出具书面承诺:“广东久量股份有限公司(以下简称“公司”)参与设立广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业(有限合伙)(以下简称“广州长晟”),广州长晟于2020年5月成立,认缴出资5,000.00万元,已投资1,000.00万元,剩余资金4,000.00万元。本公司承诺:剩余4,000.00万元及后续增资部分(如有)仅投资于符合公司主营业务及战略发展方向的产业链上下游高度相关企业,以获取技术、原料或渠道为目的进行产业投资,不将资金用于或变相用于投资类金融业务、投资产业基金、并购基金、拆借资金、委托贷款、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资、购买收益波动大且风险较高的金融产品、非金融企业投资金融业务等财务性投资”。

## **(五) 相关投资是否属于财务性投资的说明**

### **1、公司投资广州长晟的背景和目的**

公司主要从事LED照明产品的设计、研发、生产和销售,广州长晟拟投资于LED照明及移动家居小电器相关产业,包括但不限于LED及家居电器产业链上下游及新技术应用等具有高成长性领域的股权项目,为上市公司实现经营战略目标与业务发展规划,进行产业整合与布局提供助力。

公司投资设立广州长晟的目的是为了进一步拓展产业链,借助专业投资机构的优势资源,拓宽公司在相关产业的投资及降低投资风险,帮助公司获取新的投资机会和新的利润增长点,同时,运用产业投资基金平台,整合公司产业资源,促进公司的业务升级与战略布局。

根据久量股份及广州长晟承诺,未来仅投资于符合公司主营业务及战略发展方向的产业链上下游高度相关企业,以获取技术、原料或渠道为目的进行产业投资。

## 2、投资期限

上述投资为长期投资，广州长晟营业期限为 8 年，自 2020 年 5 月 29 日至 2028 年 5 月 28 日。

## 3、投资形成过程

2020 年 5 月，公司与万宝长晟、万宝长睿和刘超侃签署了《广州长晟久量高端制造产业投资合伙企业（有限合伙）之合伙协议》，约定投资设立广州长晟，万宝长晟担任管理人。广州长晟注册资本为 5,000.00 万元人民币，其中公司以自有资金认缴 2,450.00 万元，占总出资额的 49.00%；万宝长睿以现金认缴 2,400.00 万元，占总出资额的 48.00%；刘超侃以现金认缴 100.00 万元，占总出资额的 2.00%；万宝长晟以现金认缴 50.00 万元，占总出资额的 1.00%。

综上所述，公司投资广州长晟系围绕公司主要产品的上下游进行的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，公司对广州长晟的投资不属于财务性投资。

**三、自本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，并结合公司主营业务，说明公司最近一期末是否存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形，并将财务性投资总额与本次募集资金、净资产规模对比说明本次募集资金的必要性和合理性**

（一）本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况

### 1、财务性投资及类金融业务的认定依据

#### （1）财务性投资的认定依据

根据中国证监会于 2016 年 3 月发布的《关于上市公司监管指引第 2 号有关财务性投资认定的问答》，财务性投资除监管指引中已明确的持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等情形外，对于上市公司投资于产业基金以及其他类似基金或产品的，如同时属于以下情形的，应认定为财务性投资：（1）上市公司为有限合伙人或其投资身份类似于有限合伙人，不具有该基金（产品）的实际管理权或控制权；（2）上市公司以获取该基金（产品）或其

投资项目的投资收益为主要目的。

根据中国证监会于 2020 年 6 月发布的《再融资业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）：（1）财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等。（2）围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。（3）金额较大指的是，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%（不包括对类金融业务的投资金额）。期限较长指的是，投资期限或预计投资期限超过一年，以及虽未超过一年但长期滚存。

## （2）类金融业务的认定依据

根据《再融资业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）中的相关解释：除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、商业保理和小贷业务等。

## 2、本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况

本次发行相关事项已经 2020 年 7 月 6 日召开的公司第二届董事会第十二次会议审议通过。经逐项对照上述规定，自本次发行董事会决议日前六个月起至本审核问询函回复出具之日，公司不存在已实施或拟实施财务性投资的情况，具体如下：

### （1）类金融业务

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资类金融业务的情况。

### （2）设立或投资产业基金、并购基金

截至 2020 年 9 月 30 日，公司长期股权投资账面价值 1,633.33 万元，该投资的具体情况详见本问题回复之“二、结合广州长晟的出资情况、投资范围或业务

范围、穿透说明已投资或拟投资企业的具体情况、已使用或尚未使用资金的具体安排等，说明相关投资是否属于财务性投资”的相关内容。该投资为围绕公司主要产品的上下游进行的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

除以上投资外，本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在其他已实施或拟实施的产业基金及并购基金投资情况。

(3) 拆借资金

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在对外资金拆借情形。

(4) 委托贷款

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在委托贷款情形。

(5) 以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资情形。

(6) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形。

(7) 非金融企业投资金融业务

本次发行董事会决议日前六个月起至今，公司不存在投资金融业务的情形。

(8) 申请人拟实施的其他财务性投资的具体情况

截至本审核问询函回复出具之日，公司不存在拟实施财务性投资的相关安排。

**(二) 最近一期末是否存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）情形**

截至 2020 年 9 月 30 日，公司使用闲置自有资金、募集资金购买理财产品的余额为 11,884.64 万元，理财产品明细详见本问题回复之“一、说明最近一期末交易性金融资产的具体情况，包括但不限于购买理财产品的机构名称、产品名称、

产品类型、具体金额、购买日期、产品期限、相关利率或收益率等”的相关内容。

公司持有的理财产品是在不影响公司正常经营情况下,为提高资金管理效率而购买安全性高、流动性好的理财产品,相关理财产品期限较短,不属于收益波动大且风险较高的金融资产。公司购买前述理财产品有利于公司做好资金管理,不属于财务性投资。

除此之外,截至2020年9月30日,公司不存在其他交易性金融资产和可供出售金融资产,不存在借予他人款项,也不存在委托理财等财务性投资情况。

综上,截至2020年9月30日,公司不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资(包括类金融业务)情形,本次发行董事会决议日前六个月至今亦不存在新投入和拟投入的财务性投资。

## 〔中介机构核查过程及意见〕

### 一、中介机构核查过程

保荐机构和发行人会计师对上述事项进行了核查,主要核查程序如下:

- 1、查阅发行人历年审计报告及最近一期财务报告;
- 2、查阅发行人所购买的理财相关协议资料、购买和赎回的银行回单等凭证资料;
- 3、获取并查阅相关投资的投资决策文件、协议、银行回单;
- 4、查询相关被投资单位的工商资料;
- 5、访谈发行人主要管理人员,了解目前财务性投资(包括类金融业务)计划等情况。

### 二、中介机构核查意见

经核查,保荐机构和发行人会计师认为:

- 1、发行人对广州长晟的投资不属于财务性投资。
- 2、自本次发行董事会决议日前六个月至今,发行人不存在已实施或拟实施的财务性投资(包括类金融业务)。截至2020年9月30日,发行人不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资情形。

## 问题 6

报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 19,499.13 万元、20,848.70 万元、24,576.34 万元和 31,720.97 万元，呈逐年增加态势。发行人披露的《关于对深圳证券交易所 2019 年年报问询函的回复公告》显示，截止 2020 年 6 月 4 日，发行人按欠款方归集的应收账款前六大欠款方中有五名出现超期未回款的情况，涉及金额合计 5,725.44 万元，公司解释主要受疫情影响所致。

请发行人补充说明截止回函日应收账款逾期的金额、占比、逾期时间、逾期原因、公司采取的催收政策及效果，公司对逾期应收账款坏账准备的计提政策、是否符合会计准则的相关规定，以及公司应收账款坏账准备计提的充分性。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

〔回复〕

一、请发行人补充说明截止回函日应收账款逾期的金额、占比、逾期时间、逾期原因、公司采取的催收政策及效果

（一）截止 2020 年 12 月 31 日应收账款逾期的金额、占比、逾期时间、逾期原因

1、截止 2020 年 12 月 31 日，公司 2020 年 9 月 30 日应收账款逾期金额、占比、逾期时间如下：

单位：万元

应收账款余额	已回款金额	未回款金额	其中逾期金额	逾期金额占比	逾期时间
33,478.80	21,269.53	12,209.27	545.60	1.63%	3 个月以内
			460.63	1.38%	3-6 个月
			329.07	0.98%	6-12 个月
			784.93	2.34%	1 年以上
合计			<b>2,120.23</b>	<b>6.33%</b>	/

截止 2020 年 12 月 31 日，发行人逾期应收账款占比较小，且逾期时间主要在 1 年以内。

## 2、截止 2020 年 12 月 31 日，公司 2020 年 9 月 30 日应收账款逾期原因如下：

(1) 部分客户属于出口贸易商，主要收入来自于国外市场，受国外疫情及部分国家外汇管制影响，客户短期资金周转能力有所下降；

(2) 部分客户经营不善，采购公司货物未能快速实现销售，导致回款较慢；

(3) 部分客户暂停与公司合作，并开展清账工作，尚未支付公司货款。

### (二) 公司采取的催收政策及效果

公司建立了健全的客户分析、资信评估、应收账款监控及货款逾期追讨等一系列催收体系，具体如下：

(1) 营销中心定期根据客户的工商资料、历史合作及回款情况、客户所在国家的局势及疫情动态等对客户回款进行跟踪；

(2) 财务部每月末编制账龄分析表，并就超过信用期的应收账款通知营销中心，营销中心根据客户逾期金额及时间并结合客户的信用情况采取相应催收措施，对逾期时间较长或逾期金额较大的客户采取暂缓发货等方式督促回款；

(3) 如客户发生回款失信行为，公司酌情将采取取消赊销、停止供货、追讨货款及诉诸法律等措施减少相关回款风险。

2020 年下半年以来，虽然新冠疫情在中国得到有效控制，但全球其他地区疫情仍在不断扩散，确诊人数不断增加。公司为防止回款风险，进一步严格要求公司营销中心、财务部等职能部门加强应收账款的管控力度，增加客户沟通频率，与客户保持紧密联系，加快了货款的回收进度，截止 2020 年 12 月 31 日，公司 2020 年 9 月 30 日应收账款逾期金额得到了有效控制，总体占比较小。

## 二、公司对逾期应收账款坏账准备的计提政策、是否符合会计准则的相关规定，以及公司应收账款坏账准备计提的充分性

### (一) 公司对逾期应收账款坏账准备的计提政策、是否符合会计准则的相关规定

2017 年和 2018 年公司应收账款坏账准备按账龄分析法进行计提。2019 年和 2020 年 1-9 月，公司执行新金融工具准则，应收账款坏账准备在确定信用风险组合的基础上计算预期信用损失，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及

对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

截止 2020 年 12 月 31 日公司期末逾期应收账款金额总体不大，占期末应收账款余额的比例较低，公司客户资信状况良好，偿债能力较强，报告期内公司未发生应收账款核销的情形，应收账款发生坏账损失的风险较低。公司期末已按照公司制定的相关会计政策计提坏账准备，公司对应收账款坏账准备的计提政策符合企业会计准则的相关规定。

## (二) 公司应收账款坏账准备计提的充分性

### 1、同行业上市公司坏账准备按组合计提政策对比

账龄	发行人	金莱特	长方集团	佛山照明	阳光照明	万润科技
1 年以内	4.40%	3.00%	3.00%	3.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	24.75%	10.00%	20.00%	10.00%	25.00%	10.00%
2-3 年	70.00%	30.00%	50.00%	30.00%	60.00%	30.00%
3-4 年	100.00%	50.00%	100.00%	50.00%	80.00%	50.00%
4-5 年	100.00%	80.00%	100.00%	80.00%	100.00%	80.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，公司账龄在 1 年以内、1-2 年的坏账准备计提比例处于同行业上市公司中上水平，2 年以上账龄期间，公司坏账准备计提比例普遍高于或等于同行业上市公司。

### 2、同行业上市公司按组合计提坏账准备实际计提比例对比

坏账准备实际计提比例	发行人	金莱特	长方集团	佛山照明	阳光照明	万润科技
2020 年 1-9 月	5.25%	4.76%	9.41%	4.91%	8.28%	8.01%
2019 年度	5.26%	3.89%	8.48%	4.82%	7.54%	8.33%
2018 年度	5.09%	3.12%	9.32%	3.81%	6.01%	6.53%
2017 年度	5.43%	3.00%	6.51%	4.96%	6.62%	6.10%

注 1: 同行业上市公司 2020 年 1-9 月坏账准备计提比例未披露，数据取自各公司披露的 2020 年半年度报告。

由上表可知，发行人应收账款坏账准备实际计提比例介于同行业上市公司之间，同行业上市公司中长方集团、阳光照明、万润科技 1 年以上账龄应收账款较多，导致坏账准备总体计提比例较高。

### 3、报告期各期末应收账款账龄情况及对应的坏账准备

单位：万元

账龄	2020年9月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内	32,492.69	1,430.60	25,605.22	1,260.91	21,755.02	1,087.75	18,969.38	948.47
1至2年	807.96	199.93	316.21	90.26	167.69	16.77	1,617.82	161.78
2至3年	169.50	118.65	20.27	14.19	43.59	13.08	31.70	9.51
3年以上	8.65	8.65	-	-	-	-	-	-
合计	<b>33,478.80</b>	<b>1,757.83</b>	<b>25,941.70</b>	<b>1,365.36</b>	<b>21,966.30</b>	<b>1,117.60</b>	<b>20,618.89</b>	<b>1,119.76</b>

综上所述，同一账龄期间内，发行人坏账准备计提比例处于同行业上市公司较高水平，报告期内90%以上的应收账款账龄在1年以内，公司历年销售回款情况良好；此外，发行人报告期内未发生坏账核销，公司依据企业会计准则和公司具体的会计政策充分计提了应收账款坏账准备。

#### 〔中介机构核查过程及意见〕

##### 一、中介机构核查过程

保荐机构及发行人会计师执行了如下核查程序：

- 1、获取并核对公司提供的销售明细表、应收账款明细表，分析报告期内主要客户的收入和应收账款变动情况；
- 2、查询客户所在地的疫情发展情况、经济政策及当地货币汇率变动情况；
- 3、与公司销售人员等了解部分客户超信用期末回款的具体原因；
- 4、获取并复核公司应收账款坏账准备计算过程，分析应收账款坏账准备计提政策的合理性；
- 5、查看同行业可比上市公司应收账款坏账准备计提政策及财务报告。

##### 二、中介机构核查意见

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：

- 1、发行人截止2020年12月31日应收账款逾期金额总体较小，相关情况符

合公司业务实际；

2、公司对应收账款坏账准备的计提政策符合企业会计准则的相关规定，应收账款坏账准备计提充分。

## 问题 7

报告期各期，发行人海外收入占比分别为 40.70%、39.66%、45.30%、51.67%。募集说明书显示，发行人前五大经销商大多在海外，且报告期内存在变化，其中 2020 年前三季度前五大经销商与 2019 年度前五大经销商仅重合两个。此外，有媒体报道显示，发行人向部分经销商的销售金额与该经销商其他数据平台显示的销售规模不匹配。

请发行人补充说明报告期内前五大经销商变化的原因及合理性，结合公司主要经销商的股权结构、注册时间、注册资本、注册地、经营范围、财务状况、人员规模、合作年限等，补充说明主要经销商规模和资金实力与其向公司采购金额的匹配性；前述媒体报道质疑事项是否存在，如是，请说明销售金额不一致的原因。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师说明针对发行人海外业务真实性、准确性采取的核查措施、核查范围及意见。

〔回复〕

### 一、报告期内前五大经销商变化的原因及合理性

报告期内，公司的前五大客户销售金额及占比如下表所示：

单位：万元

年度	序号	客户名称	客户类型	销售金额	占主营业务收入比例
2020年 1-9月	1	M K ENTERPRISES	境外经销商	8,041.05	16.05%
	2	HYOBINS GLOBAL VENTURES LTD.	境外经销商	2,481.37	4.95%
	3	CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	境外经销商	2,316.24	4.62%
	4	NOMAN & BROTHERS	境外经销商	1,750.66	3.49%
	5	ELAHI TRADERS	境外经销商	1,484.85	2.96%
合计				16,074.18	32.07%
2019年度	1	M K ENTERPRISES	境外经销商	7,308.04	8.31%
	2	INSPIRATION LIGHT TRADING L. L. C.	境外经销商	6,022.77	6.85%
	3	JSR ASIA IMPORTS PRIVATE LIMITED	境外经销商	5,766.09	6.56%
	4	HYOBINS GLOBAL VENTURES LTD.	境外经销商	5,040.10	5.73%

年度	序号	客户名称	客户类型	销售金额	占主营业务收入比例
	5	SRI NAMO ENTERPRISES	境外经销商	2,946.75	3.35%
合计				<b>27,083.75</b>	<b>30.79%</b>
2018年度	1	M K ENTERPRISES	境外经销商	4,698.00	5.42%
	2	INSPIRATION LIGHT TRADING L. L. C.	境外经销商	4,334.97	5.00%
	3	广州倬亿贸易有限公司	出口贸易商	3,923.42	4.52%
	4	NOMAN & BROTHERS	境外经销商	3,350.74	3.86%
	5	HYOBINS GLOBAL VENTURES LTD.	境外经销商	3,292.29	3.80%
合计				<b>19,599.43</b>	<b>22.59%</b>
2017年度	1	JSR ASIA IMPORTS PRIVATE LIMITED	境外经销商	5,401.15	6.25%
	2	广州倬亿贸易有限公司	出口贸易商	5,001.63	5.79%
	3	NOMAN & BROTHERS	境外经销商	4,880.42	5.65%
	4	GOLD STAR ENTERPRISE	境外经销商	4,872.73	5.64%
	5	INSPIRATION LIGHT TRADING L. L. C.	境外经销商	4,815.47	5.57%
合计				<b>24,971.39</b>	<b>28.89%</b>

报告期各期，公司前五大客户共计 10 家，其中境外经销商共涉及 9 家公司，出口贸易商 1 家公司，整体重合度较高，其中不同年份前五大经销商排名略有不同，主要系不同经销商根据自身销售需求向久量股份采购品类、数量各年度存在差异所致。

2020 年 1-9 月，公司前五大境外经销商与 2019 年度重合两家，剩余三家在报告期内与公司交易情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	2,316.24			
NOMAN & BROTHERS	1,750.66	2,467.90	3,350.74	4,880.42
ELAHI TRADERS	1,484.85	2,667.18	3,278.08	1,727.65

2020 年 1-9 月，公司第三大境外经销商 CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED 系本期新增境外经销商，主要向公司采购电蚊拍。CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED 成立于 2011 年 8 月 5 日，编号

为 1656034，经营范围主要是贸易。公司与 CASA（HK）INTERNATIONAL COMPANY LIMITED 于 2019 年在广交会开始接洽，并于 2020 年 2 月开始交易，其下游市场为印度、东南亚、韩国等，主要在印度。

NOMAN & BROTHERS 系公司 2020 年 1-9 月第四大客户，同时，其为 2017 年度公司第三大客户，2018 年度第四大客户，2019 年度第七大客户。

ELAHI TRADERS 系公司 2020 年 1-9 月第五大客户，同时，其为 2017 年度公司第十大客户，2018 年度第六大客户，2019 年度第六大客户。

报告期内公司前五大经销商变化符合公司业务实际情况。

## **二、结合公司主要经销商的股权结构、注册时间、注册资本、注册地、经营范围、财务状况、人员规模、合作年限等，补充说明主要经销商规模和资金实力与其向公司采购金额的匹配性**

报告期各期，公司前五大客户共计 10 家，其中境外经销商共涉及 9 家公司，出口贸易商 1 家公司，为广州倬亿贸易有限公司。公司前五大客户主要情况详见以下客户主要工商信息及财务状况表：

公司名称	股权结构	注册时间	注册资本	注册地	经营范围	销售收入	人员规模	开始合作时间
HYOBINS GLOBAL VENTURES LTD.	OBINNA HYGINUS UGWU-90% NNEKA EDITH UGWU-10%	2007 年	100 万奈拉	尼日利亚	Torch Light, Brushes, Batteries, Rechargeable Lamps Etc.	500-1,000 万美元	10-50 人	2011 年
JSR ASIA IMPORTS PRIVATE LIMITED	SHALABH JALAN-20.59% FLEETING VANIJYA PVT LTD-19.61% SILPHA FINVEST PVT LTD-19.61% KUSUM JALAN-9.80% SHALABH JALAN HUF-9.80% SAJJAN KUMAR JALAN HUF-9.80% JAYA JALAN-8.33% AJAY MURARKA-2.45%	2014 年	2,000 万印度卢比 (实缴 1,020 万印度卢比)	印度	Imports of Chinese goods & gift items	1,000-3,000 万美元	10-50 人	2014 年
M K ENTERPRISES	MANZOOR AHMED KUTBULLAH KHAN-100%	2014 年	不适用	印度	Trading	大于 1,000 万美元	10-50 人	2014 年
CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED	陈树干-100%	2011 年	1 万港币	中国香港	贸易	800-1200 万美元	大于 50 人	2020 年
NOMAN & BROTHERS	NOMAN RASHEED-100%	2000 年	1,500 万巴基斯坦卢比	巴基斯坦	Import & trading of cosmetics, toiletries & personal care products	500-1,000 万美元	10-50 人	2011 年
ELAHI TRADERS	SHAHID MAHER ELAHI-100%	2012 年	1,000 万巴基斯坦卢比	巴基斯坦	Engaged in import & trading of lighting products including LED, SMD, COB and Flood lights, Down lights	500-1,000 万美元	10-50 人	2012 年

公司名称	股权结构	注册时间	注册资本	注册地	经营范围	销售收入	人员规模	开始合作时间
INSPIRATION LIGHT TRADING L. L. C.	ALI JUMA JALAL JASSIM AL BLOOSHI-51% XIAOWU ZHOU- 25% MD JAKIBUL ISLAM MD YOUSUF KHAN- 24%	2015 年	30 万迪拉姆	阿联酋	Watches & clocks & spare parts & household electrical appliances trading	1,000-3,000 万美元	1-10 人	2015 年
SRI NAMO ENTERPRISES	LEELA DEVI-100%	1961 年	不适用	印度	Trading	500-1,000 万美元	1-10 人	2017 年
GOLD STAR ENTERPRISE	KAMAL HUZAIFA YUSUF-100%	2008 年	不适用	印度	Trading	500-1,000 万美元	1-10 人	2010 年
广州倬亿贸易有限公司	广东倬亿投资有限公司-100%	2000 年	3,000 万元人民币	中国	商品批发贸易(许可审批类商品除外); 货物进出口(专营专控商品除外); 技术进出口	大于 1000 万美元	大于 50 人	2012 年

注：印度个人独资企业 GOLD STAR ENTERPRISE、M K ENTERPRISES、SRI NAMO ENTERPRISES 无注册资本要求。

公司与经销商不存在关联关系。公司主要经销商注册时间较早，均在五年以上。公司主要经销商注册地集中在印度、巴基斯坦、尼日利亚及阿联酋，且其经营范围多为贸易、进口商品、家用电器、手电筒等，与公司经营产品品类类似。公司主要经销商财务状况较好，经营稳定，人员规模与其自身业务相适应。除 CASA (HK) INTERNATIONAL COMPANY LIMITED 为公司 2020 年新增境外经销商外，其他经销商与公司合作年限均较长，多集中在 5-10 年。经销商具备充分的人力、物力、资金等资源用于维护和开拓销售渠道，公司利用经销商在当地的营销能力以及网络渠道，能够迅速打开公司在当地的产品销售市场，并且有利于提高公司产品销售市场占有率以及渗透率。公司主要经销商规模和资金实力与其向公司采购金额相匹配。

### **三、前述媒体报道质疑事项是否存在，如是，请说明销售金额不一致的原因**

经查询，有媒体对公司的海外经销商提出了如下质疑：（1）公司 2018 年对第六大客户 ELAHI TRADERS 的销售额为 3,278.08 万元，而根据 Dun & Bradstreet 显示，ELAHI TRADERS 2019 年营业收入为 225 万美元；（2）公司 2018 年对第九大客户 GOLD STAR ENTERPRISE 的销售额为 2,164.44 万元，而根据 Dun & Bradstreet 显示，GOLD STAR ENTERPRISE 2019 年营业收入为 140 万美元；（3）公司 2017 年对第一大客户 JSR ASIA IMPORTS 的销售额为 5,401.15 万元，而根据 Dun & Bradstreet 显示，JSR ASIA IMPORTS 2019 年营业收入为 363 万美元；（4）公司 2018 年对第二大客户 INSPIRATION LIGHT TRADING 的销售额为 4,334.97 万元，该公司的工商信息无从查询，且实地考察其店铺规模与其超过 4,000 万元的相关收入相比或许有些不匹配。

上述媒体质疑中提到海外经销商的 ELAHI TRADERS、GOLD STAR ENTERPRISE、JSR ASIA IMPORTS、INSPIRATION LIGHT TRADING 均为非公众公司，通常不对外公布相关财务信息，外界较难获取到其真实的财务数据。

公司外销客户主要为印度、巴基斯坦、阿联酋和尼日利亚市场的经销商，合作时间较长，经销商在海外主要为批发，在当地有较为完善的经销网络及仓库，门店仅为商品展示的窗口。公司在海外布局经销商会对经销商的经营规模、资金

实力进行考评，同时业务员定期或不定期前往当地市场对营销网络进行考察，评估经销商实力，各经销商的业务规模均符合公司经销商要求。

针对上述质疑，保荐机构和发行人会计师通过函证、访谈、核对海关数据、结售汇数据、抽凭、查阅工商资料、查阅中国出口信用保险公司信息等途径进行核查。经核查，关于“发行人向部分经销商的销售金额与该经销商其他数据平台显示的销售规模不匹配”的媒体报道质疑不存在。具体核查情况如下：

### （一）经销商主要工商信息及财务状况

保荐机构和发行人会计师通过访谈、查询客户的工商注册资料、通过中国出口信用保险公司获取客户的注册登记信息，核查境外客户股权结构、注册时间、注册资本、注册地、经营范围、财务状况、人员规模、合作年限等信息，具体内容详见上文客户主要工商信息及财务状况表。客户采购规模与其业务规模相匹配。

### （二）发行人收入与海关数据对比

保荐机构和发行人会计师通过查阅海关中国电子口岸官方网站、海关报关单等方式查询发行人出口数据，与发行人出口金额进行对比。公司出口收入与海关出口数据对比情况如下：

单位：万美元

数据来源	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
发行人出口收入	3,739.33	5,785.77	5,237.33	5,220.33
海关数据	3,739.25	5,785.77	5,237.33	5,223.08
差异	-0.08			2.75

公司外销数据与海关数据匹配。

### （三）发行人外销收汇、结汇数据对比

保荐机构和发行人会计师通过查询发行人外汇账户的收汇、结汇数据，与公司出口收入进行对比，情况如下：

年份	项目	金额（万美元）
2020年1-9月	收汇	2,990.71
	结汇	3,004.65

年份	项目	金额（万美元）
	出口收入	3,739.33
2019 年度	收汇	4,716.35
	结汇	4,744.18
	出口收入	5,785.77
2018 年度	收汇	5,076.59
	结汇	5,165.04
	出口收入	5,237.33
2017 年度	收汇	5,888.20
	结汇	5,733.52
	出口收入	5,220.33

2017 年度、2018 年度，公司收汇、结汇数据与出口收入基本持平或者大于出口收入，公司外销回款情况良好。

2019 年度，公司外销客户销售较上期增长，且第三、四季度增长较快，导致出口收入增加，账期内应收账款余额增加，当年收汇、结汇金额小于出口收入金额。

2020 年 1-9 月，公司出口收入与收汇、结汇金额存在差异，主要受国外疫情及部分国家外汇管制影响，客户短期资金周转能力有所下降。

总体来看，公司外销收入与收汇、结汇情况较为匹配。发行人海外业务真实、准确，符合发行人所处的行业特征和实际经营情况。

### 〔中介机构核查过程及意见〕

#### 一、中介机构核查过程

保荐机构和发行人会计师对上述事项进行了核查，核查范围及主要核查程序如下：

- 1、函证发行人报告期内主要客户的销售收入；
- 2、通过访谈发行人客户，了解其销售区域、下游销售以及向发行人的采购规模，访谈客户与发行人之间是否存在关联关系；
- 3、通过海关中国电子口岸官方网站、海关报关单等查询发行人出口数据，

与发行人外销金额进行对比，核查销售真实性；

4、查询发行人外汇账户的收汇、结汇数据，与发行人出口收入进行对比，核查销售真实性；

5、抽查向主要客户销售相关的原始单据或凭证，包括销售合同（订单）、出库单、装箱单、报关单、提单、记账凭证等，核查客户及收入的真实性；获取发行人应收账款明细账，核查报告期各期客户的应收余额和期后回款情况，核查公司收入和回款情况是否匹配；

6、核查主要客户的工商注册资料，了解其注册地址、注册资本、经营范围、主要股东等基本情况，判断客户采购规模是否与其业务规模匹配，是否与发行人及其实际控制人、关键管理人员及其关系密切的家庭成员等存在关联关系；

7、通过中国出口信用保险公司获取报告期外销主要客户的注册登记信息，核查境外客户注册地址、注册资本、经营范围、主要股东等基本情况，判断客户采购规模是否与其业务规模匹配。

## **二、中介机构核查意见**

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：

- 1、报告期内公司前五大经销商变化符合公司业务实际情况；
- 2、公司主要经销商规模和资金实力与其向公司采购金额相匹配；
- 3、关于“发行人向部分经销商的销售金额与该经销商其他数据平台显示的销售规模不匹配”的媒体报道质疑不存在；
- 4、发行人海外业务真实、准确，符合发行人所处的行业特征和实际经营情况。

## 问题 8

募集说明书显示，发行人报告期内曾因产品质量问题受到行政处罚。因涉嫌部分产品抽检不合格发行人于 2020 年 4 月 13 日被广州市白云区市场监督管理局立案调查，目前案件正在调查中。

请发行人结合产品质量相关的内部控制制度制定及实际执行情况、报告期内因质量问题召回产品、被处罚或被诉讼等情况，说明相关内部控制制度是否健全有效，是否符合《注册办法》第九条的相关规定。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

〔回复〕

（一）报告期内因质量问题召回产品、被处罚或被诉讼等情况

### 1、报告期内因质量问题召回产品情况

（1）报告期内因质量问题召回产品的情形

2017 年 8 月至 10 月，发行人自行召回“2014 年 4 月 25 日至 2017 年 7 月 27 日”期间生产的部分小夜灯合计 38 万个。发行人对上述小夜灯召回作销售退换货处理，冲减销售收入。

发行人相关产品召回以后，向省级质检部门提交了《缺陷消费品召回总结报告》，并停止生产销售相关产品。

2017 年，发行人实际未生产前述召回型号的小夜灯，对外报送召回公告时将 2017 年列入召回产品期间的原因为：发行人自 2017 年 7 月 18 日接到广东省质量技术监督局办公室下发的《广东省质监局办公室关于约谈小夜灯生产企业的通知》后，即参加了 2017 年 7 月 24 日主管部门组织的约谈会，会后公司开展自查工作，上述自查的时间为 2017 年 7 月 27 日，自查的产品覆盖了 2017 年 7 月 27 日以前公司生产的所有小夜灯产品，故对外报送召回公告时以 2017 年 7 月 27 日作为召回产品期间的截止日期。

（2）报告期内的产品召回的背景及原因

报告期内，发行人产品召回的背景及原因为：2015 年 8 月，宜家家居在美

国和加拿大销售的一款小夜灯产品因灯罩存在脱落风险，导致其内置的电子零件可能外露存在触电风险，宜家家居宣布召回 44 万只小夜灯产品，其中无发行人小夜灯产品。事件发生后，国内质量技术监督部门加强了对小夜灯产品的触电风险的监管，2016 年上海等地方质量技术监督部门对商超中销售的带有卡通形态的小夜灯产品进行了执法检查。2017 年 7 月，广东省质量技术监督局办公室下发《广东省质监局办公室关于约谈小夜灯生产企业的通知》（粤质监办[2017]99 号），根据省局消费品购检情况，决定约谈包括发行人在内的广州、汕头、惠州、东莞、中山、揭阳、深圳等市 20 家小夜灯生产企业。

在上述背景下，发行人经自查，因部分批次小夜灯产品外观喷涂使用卡通图案，用户使用过程中可能因外观存在卡通图案而被儿童当做玩具的情况，并引发儿童关注和摆弄，以致产品实际使用中超出设定的使用功能和应用场景的情况，并引发潜在风险，故发行人决定召回。

### （3）报告期内的产品召回对发行人具体影响

本次召回产品的销售金额为 2.91 万元，占发行人当期营业收入的比重较小；截至本审核问询函回复出具之日，发行人未收到因本次召回的产品缺陷导致的索赔、投诉、损害报告或被质量监督主管部门作出的行政处罚通知。

根据广州市白云区市场监督管理局于 2019 年 6 月 20 日出具的《关于对广东久量股份有限公司的小夜灯产品召回情况的答复》，具体回复如下：“自 2017 年 8 月至本说明出具之日，本单位未接受到任何第三方有关久量股份召回小夜灯产品而导致的产品质量纠纷、争议或投诉；根据久量股份向我局提交的本次召回的相关材料，经电话请示广东省市场监督管理局，未发现久量股份本次销售并召回小夜灯产品的行为存在不符合召回程序、召回规定的情况，未发现构成产品质量方面的违法行为；本单位没有因上述召回产品对久量股份进行行政处罚。”

## 2、报告期内因质量问题被处罚的情况

2017 年 1 月 3 日，烟台市芝罘区市场监督管理局针对烟台市家家悦超市有限公司销售的发行人 LED 台灯不符合 GB 7000.1-2007 和 GB 7000.204-2008b 标准事项作出《行政处罚决定书》（烟芝市监公处字〔2016〕1030 号），处罚结果为“没收违法所得 135 元，罚款 891 元”。

根据《产品质量法》第四十九条的规定，“生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品的，责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品（包括已售出和未售出的产品，下同）货值金额等值以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，吊销营业执照；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”截至本审核问询函回复出具之日，发行人未收到第三方因前述相关产品遭受的人身或财产损害而向发行人主张赔偿责任的通知，亦未收到被主管部门要求承担其他赔偿责任或责令停止生产、销售或吊销营业执照的通知。发行人前述相关处罚涉及的违法所得金额较小，处罚措施轻微，不构成《产品质量法》第四十九条所规定的情节严重并被处以相应处罚的情形，对发行人生产经营影响较小，不属于重大违法违规行为。

上述处罚的主要原因系发行人向经销商临沂豪东照明有限公司销售产品，烟台市家家悦超市有限公司开发区一店向临沂豪东照明有限公司采购的发行人一款 LED 台灯（LED-697），被烟台市芝罘区市场监督管理局抽检不合格所致。发行人烟台抽检的产品型号为 LED-697，抽检不合格的原因主要系受发行人产品合格率影响，抽检产品存在生产瑕疵，发行人同型号产品根据广州质量监督检测研究院于 2016 年 7 月 28 日出具的《检测报告》（电委 2016-07-0132），符合标准要求；根据苏州市质量技术监督综合检验检测中心于 2017 年 2 月 8 日出具的《检验报告》（（17）WPDQ0095），产品合格。

发行人及时缴纳了罚款。为避免类似事件发生，发行人组织了生产部、研发部、营销管理部加强对主要产品国家标准和行业标准的學習，不断完善内部质量管理体系及生产管理制度。

因涉嫌部分产品抽检不合格发行人于 2020 年 4 月 13 日被广州市白云区市场监督管理局立案调查，涉及的不合格产品情况如下：

序号	产品类型	产品型号	数量（个）	销售金额（元）
1	台灯	DP-666S\DP-670B	120	2,220
2	球泡灯	DP-QPG05A	60	240
3	电蚊拍、灭蚊器	LED-803\LED-809\DP-825 LED-815\LED-814 \DP-822	327	5,574
4	小夜灯	DP-430	200	800

序号	产品类型	产品型号	数量（个）	销售金额（元）
合计			707	8,834

发行人前述产品被抽检不合格，主要原因包括：部分供应商未能严格按照相关原材料的生产工艺要求生产，品控部门相关人员未能严格按照来料检验规范对部分材料进行检测，导致部分来料不合格。针对前述情形，发行人进行了系列整改措施，具体包括：（1）对公司同类型产品进行排查，杜绝同类情况的再次发生；（2）及时与供应商沟通并加强对供应商来料的品质要求；（3）对公司相关品控人员加强品控培训，严格按照来料检验规范进行检测，生产过程中加强对生产文件的重视；（4）对相关产品加大检测力度，并送至第三方检测机构进行检测。

2020年11月20日，发行人取得广州市白云区市场监督管理局出具的《证明》，证明发行人因涉嫌部分产品抽检不合格于2020年4月13日被该局进行调查，目前正在调查中，该情形没有造成恶劣的社会影响，不属于严重违法情形，不会涉及重大行政处罚。

除前述情形外，发行人不存在因质量问题而被处罚的情形。

### 3、报告期内因质量问题被诉讼的情况

报告期内发行人不存在因质量问题而产生诉讼纠纷的情形。

**（二）说明相关内部控制制度是否健全有效，是否符合《注册办法》第九条的相关规定。**

发行人制定了针对产品研发设计的专项管理制度。该制度覆盖了新产品研发的前期调查研究、产品立项、设计管理、试产管理、鉴定评估和移交投产管理等步骤。研发部门根据行业技术现状、发展趋势，结合销售部门反馈的产品市场需求、市场占有率等维度进行新产品的可行性分析，经论证可行后提出开发立项申请。新产品的立项申请经审批通过后，由研发部门具体负责产品开发，完成制作工作图样和设计文件。生产部门在新品投产前进行样品制作、试产，由研发部门联合各部门对试制样品的质量进行审查，编制《研发鉴定报告》，报告经审核、批准后方可投入批量生产。发行人产品研发设计的管理制度覆盖产品设计的全部环节，并由专门部门或人员负责执行。

为了严格管控生产环节的产品质量，发行人制定了一整套完善的生产管理与质量控制体系，包括《产品的监视和测量程序》、《制程检验控制程序》、《成品出货检验控制程序》等，对公司产品的整个生产过程进行相应的质量控制。

发行人生产管理各部门根据销售订单安排生产，并对生产流程和质量控制实施动态管理。发行人品质控制部和工程技术部负责关键质量控制和对工艺控制点进行监督检查，同时实施对生产过程中的原材料、半成品、成品的质量监督及品质检验工作。

发行人产品的检验程序如下：

序号	检验产品类型	检验程序
1	原材料检验	<p>当供方送货到货仓后，由仓管人员根据送货单核对其品名、规格、数量、供方等，点收后置于“待检区”知会检验员检验。检验员接到仓管员通知后，检验员根据相应的物料检验规程进行检验，并将检验结果填入《进货检验报告》上，交主管核准。</p> <p>合格：经检验合格的物品，由检验员依《标识和可追溯性管理程序》进行标识后，并通知货仓进行入库作业。</p> <p>不合格：经检验不合格的物品，由检验员依《标识和可追溯性管理程序》进行标识，按《不合格品管理程序》与《纠正和预防措施管理程序》执行。</p> <p>对于暂时无检验手段的材料，可在生产车间的主管跟踪下进行小批量试产进行判别。</p> <p>所有来料必须经检验员检验，若生产急需可进行紧急放行，但事先应由生产部填写《紧急放行物料跟踪报告》经管理者代表审批后，仓管员方可发料。车间主任应进行现场跟踪，发现异常及时处理。</p>
2	首件检验	<p>为防止产品出现批量的不合格，当出现下列情况时应对产品进行首检：1、新产品开拉时；2、已定型的产品停拉三个月后重新开拉时；3、当物料、人员、设备、工艺、生产环境发生变化而直接影响产品质量时。</p> <p>每批产品的首件检验数量为 5 件，检验员将首件产品的检验结果记录在《首件产品检验记录》中，首件检验结果合格，生产管理部进行批量生产；首件检验结果不合格，则由生产部组织品质控制部、工程技术部对存在的问题进行分析改善。</p>
3	半成品检验	<p>检验员根据相应的检验标准对加工完好的半成品进行外观、尺寸项目的检验，检验合格则交下一工序进行加工，对于检验出来的不合格品应放入不合格品暂存区或放入指定的容器中，根据不同的情况交给相关工序的负责人进行返工，返工后的半成品要重新进行检验，只有检验合格的半成品才能流入下一工序。</p>
4	成品检验	<p>公司主要在产品完成后设置检验岗位对成品进行外观、包装全检，在包装后设置检验岗位对包装后的成品进行包装抽检，检查是否满足合同及标准要求。按工程技术部制订的《成品检验标准》进行相应的检验，只有在所有的检验工作完成，产品检验合格，检验报告齐备并获品质控制部负责人审批的情况下，产品才可以出公司。</p> <p>对于检验过程中发现的不合格品按《不合格品管理程序》的要求进行处理。如产品出现安全性问题或批量抽检不合格则按《纠正和预防措施控制程序》的要求进行。</p> <p>物料、半成品和成品的检验和试验状态的标识按《标识和可追溯性管理程序》进行。</p>

根据发行人召回的小夜灯产品设计等资料，发行人同电路结构小夜灯产品已依照标准：“GB7000.1-2015《灯具第 1 部分：一般要求与试验》”以及“GB7000.212-2008《灯具第 2-12 部分：特殊要求电源插座安装的夜灯》”进行试验，其产品设计通过测试，具备防触电保护、安全爬电距离和电气间隙设计，符合标准中对触电风险的防范要求。发行人小夜灯产品在生产环节从半成品到成品组装均进行了严格质检，对产品结构和电路进行测试，保证成品品质稳定。

根据《中华人民共和国国家标准》“灯具第 2-12 部分：特殊要求电源插座安装的夜灯 6.8 条”，电源插座安装的夜灯的外壳不应有可能被孩子视作玩具的造型（或）装饰；是否符合标准的判断方式：目测。因此，相关标准系通过主观判断进行辨别，存在一定的主观不确定性。2014 年，发行人应客户需求开发了部分带有一定卡通造型的小夜灯产品，经市场调研，同期市场上已经大量存在类似具有卡通造型的小夜灯产品流通，公司研发部门基于同期市场同类造型产品的考察和客户提出的需求，依照公司研发制度开发了该类产品。

2017 年 1 月 3 日，烟台市芝罘区市场监督管理局针对烟台市家家悦超市有限公司销售的发行人 LED 台灯不符合 GB 7000.1-2007 和 GB 7000.204-2008b 标准事项作出《行政处罚决定书》（烟芝市监公处字（2016）1030 号），处罚结果为“没收违法所得 135 元，罚款 891 元”。

上述处罚主要系发行人产品被烟台市芝罘区市场监督管理局抽检不合格所致。发行人烟台抽检的产品型号为 LED-697，抽检不合格的原因主要系受发行人产品合格率影响，抽检产品存在生产瑕疵，发行人同型号产品根据广州质量监督检测研究院于 2016 年 7 月 28 日出具的《检测报告》（电委 2016-07-0132），符合标准要求；根据苏州市质量技术监督综合检验检测中心于 2017 年 2 月 8 日出具的《检验报告》（（17）WPDQ0095），产品合格。

因涉嫌部分产品抽检不合格发行人于 2020 年 4 月 13 日被广州市白云区市场监督管理局立案调查，目前正在调查中，根据 2020 年 11 月 20 日，广州市白云区市场监督管理局出具的《证明》，证明该情形没有造成恶劣的社会影响，不属于严重违法情形，不会涉及重大行政处罚。

本次立案调查涉及产品数量及金额较小，未造成重大不利影响，且发行人已

经进行整改。

综上所述，发行人在产品质量相关内部控制制度健全有效，符合《注册办法》第九条的相关规定。

## 〔中介机构核查过程及意见〕

### 一、中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师和发行人会计师对上述事项进行了核查，主要核查程序如下：

- 1、查阅发行人关于召回产品的具体情况说明及相关资料，包括发生原因、召回产品品类、数量、召回实施时间、整改措施等具体信息；
- 2、查阅发行人在国家市场监督管理总局缺陷产品管理中心发布的产品召回公告；查阅发行人相关质量监督主管部门出具的守法证明、广州市白云区市场监督管理局出具的《关于对广东久量股份有限公司的小夜灯产品召回情况的答复》；
- 3、登陆百度百科（<https://www.baidu.com/>）、国家企业信用信息公示系统（[www.gsxt.gov.cn](http://www.gsxt.gov.cn)）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、广东法院网（<http://www.gdcourts.gov.cn/>）、广州法院诉讼服务网（[ssfw.gzcourt.gov.cn:8080/](http://ssfw.gzcourt.gov.cn:8080/)）、广州审判网（<http://www.gzcourt.gov.cn/>）等网站查询发行人报告期是否存在产品质量相关的诉讼；
- 4、登陆广东省质量技术监督局网站（<http://amr.gd.gov.cn/>）、广州市白云区市场和监督管理局网站（[www.by.gov.cn/](http://www.by.gov.cn/)）查询发行人报告期是否存在因产品质量方面的内控缺陷而被主管部门作出行政处罚的记录；
- 5、查阅发行人 2020 年涉嫌部分抽检不合格的产品抽检资料；查阅发行人关于 2020 年涉嫌部分抽检不合格的产品情况及整改说明；查阅广州市白云区市场监督管理局出具的《证明》；
- 6、查阅发行人产品质量认证证书、主要产品质量认证标准说明；查阅发行人的产品质量管理制度；查阅发行人报告期内的《审计报告》、2019 年年度报告、《广东久量股份有限公司内部控制鉴证报告》（华兴所（2020）审字 GD—

173号)；

7、访谈发行人的研发人员、生产人员、产品质量管理人员、财务相关人员，并取得发行人出具的《关于内部控制制度的建立及执行情况的说明》。

## 二、中介机构核查意见

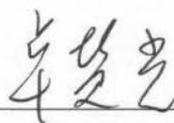
经核查，保荐机构、发行人律师和发行人会计师认为：

发行人存在涉嫌部分产品抽检不合格的情形，发行人对此进行了整改，且对发行人的生产经营影响较小，发行人不存在因此受到重大行政处罚的情形，前述情形不会对发行人本次发行构成法律障碍。

发行人内部控制制度健全有效，符合《注册办法》第九条的相关规定。

(本页无正文，为《关于广东久量股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》之发行人签章页)

法定代表人签名：



卓楚光

广东久量股份有限公司

2021年 3月 3日

(本页无正文，为《东莞证券股份有限公司关于广东久量股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人签名：

付永华

付永华

赵德友

赵德友



## 保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于广东久量股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函的回复》的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：

  
陈照星