

关于江苏泛亚微透科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市
申请文件的第二轮审核问询函的回复



关于江苏泛亚微透科技股份有限公司 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的 第二轮审核问询函的回复

天健函〔2020〕769号

上海证券交易所：

根据贵所于2020年6月19日出具的《关于江苏泛亚微透科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（上证科审（审核）（2020）362号）（以下简称“审核问询函”）的要求，天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”或“我们”）作为江苏泛亚微透科技股份有限公司（以下简称“江苏泛亚公司”或“公司”）的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下。

一、根据问询回复，发行人主要向整车厂销售吸隔声产品、密封件、挡水膜；向车灯厂销售 ePTFE 微透产品、密封件（车灯用）、气体管理产品、CMD，整车厂通常也会指定车灯厂采购发行人相关产品。2019 年，发行人向上汽大众汽车有限公司销售的主要产品类型包含 ePTFE 微透产品。

请发行人披露：公司向整车厂和车灯厂销售产品以及销售模式的差异情况。

请发行人说明：（1）2019 年，公司向上汽大众汽车有限公司销售 ePTFE 微透产品的具体情况及用途，与其他整车厂销售产品类型存在差异的原因；（2）与车灯厂商客户合作的终端汽车厂商情况，发行人产品最终应用于终端汽车厂商及终端产品类型情况；（3）由整车厂指定车灯厂采购发行人产品的具体情况及金额。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查并发表意见。（问询问题 2.2 条）

回复：

1. 公司向整车厂和车灯厂销售产品以及销售模式的差异情况

公司主要从事膨体聚四氟乙烯膜（ePTFE）等微观多孔材料及其改性衍生产品、密封件、挡水膜的研发、生产及销售，主要产品包括：ePTFE 微透产品、密封件、挡水膜、吸隔声产品、气体管理产品、机械设备以及 CMD 7 个大类，公司向整车厂和车灯厂商销售主要产品大类以及销售模式情况如下：

客户类型	销售主要产品大类	销售模式
整车厂	吸隔声产品、密封件、挡水膜	公司与整车厂系直接合作关系，公司向整车厂直接销售产品，主要采用非寄售的合作模式
车灯厂	ePTFE 微透产品、密封件（车灯用）、气体管理产品、CMD	公司与车灯厂系直接合作关系，公司向车灯厂直接销售产品，主要采用寄售的合作模式

注：公司部分整车厂商客户按照合并口径披露的子公司包括车灯厂商，如汽车整车厂上海汽车集团股份有限公司子公司包括汽车车灯厂华域视觉科技（上海）有限公司，汽车整车厂长城汽车股份有限公司子公司包括汽车车灯厂曼德电子电器有限公司保定光电分公司

2. 2019 年，公司向上汽大众汽车有限公司销售 ePTFE 微透产品的具体情况及用途，与其他整车厂销售产品类型存在差异的原因

(1) 2019 年，公司向上汽大众汽车有限公司销售 ePTFE 微透产品的具体情况及用途

2019 年，公司向上汽大众汽车有限公司销售的主要产品大类分别为吸隔声产品、密封件、挡水膜、ePTFE 微透产品，其中 ePTFE 微透产品为泄压阀，销售金额为 28.38 万元，主要用于上汽大众 Tiguan NF PHEV（途观插电混动版）车型电池包上，起到压力平衡、防水、防尘等作用，由于新能源汽车目前处于发展初期，公司泄压阀的销售规模不大，随着未来新能源汽车销售规模的扩大，预计泄压阀未来的销售额将有所增加。

(2) 与其他整车厂销售产品类型存在差异的原因

报告期内，公司销售给主要汽车整车厂的主要产品类型情况如下：

整车厂	销售主要产品类型
上汽大众汽车有限公司	吸隔声产品、密封件、挡水膜、ePTFE 微透产品
上汽通用汽车有限公司	挡水膜、密封件
上海汽车集团股份有限公司	挡水膜、ePTFE 微透产品、密封件、吸隔声产品

公司向整车厂销售的主要产品为吸隔声产品、密封件、挡水膜，同时根据整车厂客户的具体需求，也会销售其他种类产品。公司向上汽大众汽车有限公司销售的 ePTFE 微透产品主要系上汽大众 Tiguan NF PHEV（途观插电混动版）车型泄压阀；公司向上海汽车集团股份有限公司销售的 ePTFE 微透产品主要系向上海汽车集团股份有限公司旗下车灯厂商华域视觉科技（上海）有限公司、武汉通畅汽车电子照明有限公司销售汽车微透产品，最终用于多款车型。

因此公司向上汽大众汽车有限公司销售产品种类与其他整车厂销售产品类型存在差异主要原因系整车厂客户需求存在差异所致。

3. 与车灯厂商客户合作的终端汽车厂商情况，公司产品最终应用于终端汽车厂商及终端产品型号情况

(1) 与车灯厂商客户合作的终端汽车厂商情况

报告期内，公司主要车灯厂商客户包括星宇车灯、燎旺车灯、华域视觉等，与车灯厂商客户合作的主要终端汽车厂商情况如下所示：

车灯厂商	合作的主要终端汽车厂商
星宇车灯	一汽大众、一汽解放（轿车）、上汽大众、广汽丰田、一汽丰田
燎旺车灯	上汽通用五菱、长安汽车、东风小康
华域视觉	上汽通用、上汽大众、上汽集团（荣威、名爵品牌）
曼德光电	长城汽车
法雷奥	东风日产、广汽丰田、一汽丰田、吉利汽车、上汽大众、沃尔沃
三立车灯	北京现代、东风悦达起亚
海拉车灯	北京奔驰、北汽集团

(2) 公司产品最终应用于终端汽车厂商及终端产品型号情况

报告期内，公司向汽车整车厂及汽车零配件厂主要销售吸隔声产品、密封件、

挡水膜，向汽车车灯厂主要销售 ePTFE 微透产品、密封件（车灯用）、气体管理产品、CMD，公司产品最终应用于终端汽车厂商及主要终端产品车型情况如下：

① 吸隔声产品、密封件、挡水膜

产品种类	销售的主要终端汽车厂商 或汽车配件厂商（含车灯厂商）	终端汽车厂商	对应的主要终端产品车型
吸隔声产品	上汽大众汽车有限公司	上汽大众	途昂、柯米克、途岳、途观、辉昂、朗逸、帕萨特
	中国第一汽车股份有限公司	一汽大众	高尔夫、奥迪 A4L、奥迪 Q5L、探歌、捷达、奥迪 A3、一汽-大众 CC、奥迪 Q5、奥迪 Q3、蔚领、速腾
	长春派格汽车塑料技术有限公司	一汽大众	奥迪 A6L、奥迪 Q5、奥迪 Q3、宝马 X2
	江苏中联地毯有限公司	上汽大众	朗逸、途观
	佩尔哲	上汽通用、上汽大众	英朗、途岳、凯迪拉克 XT6、帕萨特、别克昂科旗、别克 GL6、别克凯越
	上海国利汽车真皮饰件有限公司	一汽大众	奥迪 Q5、奥迪 A3
	江苏林泉汽车装饰件有限公司	一汽大众、一汽集团	宝来、奔腾 X40、红旗 H7、捷途 X70
	宁波华峰橡塑件有限公司	一汽大众	奥迪 A6L、奥迪 Q3
密封件	上汽大众汽车有限公司	上汽大众	途观、朗逸、帕萨特、POLO、途昂、辉昂、明锐、科迪亚克
	常州星宇车灯股份有限公司	一汽大众、一汽集团	高尔夫、速腾、红旗 HS5、红旗 HS7 等
	上海汽车集团股份有限公司	上汽大众、上汽集团、上汽通用	朗逸、途昂、凌渡、别克英朗、荣威 RX5、别克威朗
	宁波井上华翔汽车零部件有限公司	一汽丰田、上汽大众、一汽大众、一汽马自达	卡罗拉、威驰、探岳、朗逸、马自达阿特兹等
	大茂伟瑞柯车灯有限公司	长安福特	福克斯、福睿斯
	武汉均胜汽车零部件有限公司	上汽通用	别克英朗
挡水膜	上汽通用汽车有限公司	上汽通用	凯迪拉克 XT6、别克英朗、雪佛兰科鲁泽、雪佛兰探界者、别克君威、别克君越、别克威朗、凯迪拉克 ATS-L、凯迪拉克 XT5、别克昂科旗、雪佛兰沃兰多、别克凯越、凯迪拉克 XT4、雪佛兰科鲁兹、雪佛兰创界、别克昂科拉、雪佛兰创酷、雪佛兰新科沃兹、凯迪拉克 CT5、雪佛兰赛欧 3
	上海汽车集团股份有限公司	上汽集团	荣威 RX5、荣威 RX8、荣威 I5、名爵 6、名爵 ZS、名爵 HS
	中国第一汽车股份有限公司	中国一汽	红旗 H5、红旗 H7
	上汽大众汽车有限公司	上汽大众	帕萨特、朗逸
	CJSC' GENERAL MOTORS	通用汽车	Buick Excelle
	北京汽车集团有限公司越野车分公司	北汽集团	北京 BJ40、北京 BJ80

注 1：长春派格汽车塑料技术有限公司、江苏中联地毯有限公司、佩尔哲、上海国利汽车真皮饰件有限公司、江苏林泉汽车装饰件有限公司、宁波华峰橡塑件有限公司、宁波井上华翔汽车零部件有限公司为汽车零配件厂，公司部分产品通过销售给汽车零配件厂商，最终用于整车厂终端车型

注 2：上汽大众汽车有限公司包括上汽大众汽车有限公司、上汽大众汽车有限公司宁波分公司、上汽大众汽车有限公司南京分公司、上汽大众汽车有限公司长沙分公司、上汽大众汽车有限公司仪征分公司、上海上汽大众汽车销售有限公司；

中国第一汽车股份有限公司包括一汽大众汽车有限公司、成都一汽富维延锋彼欧汽车外饰有限公司、长春一汽富维东阳汽车塑料零部件有限公司佛山分公司、中国第一汽车股份有限公司；

江苏中联地毯有限公司包括江苏中联地毯有限公司、江苏中联地毯（武汉）有限公司、江苏中联地毯（铁岭）有限公司；

佩尔哲包括佩尔哲汽车内饰系统(太仓)有限公司、佩尔哲汽车内饰系统（太仓）有限公司烟台分公司、佩尔哲汽车内饰系统（太仓）有限公司武汉分公司；

上海汽车集团股份有限公司包括延锋百利得(上海)汽车安全系统有限公司、华域视觉科技(上海)有限公司、上海汽车集团股份有限公司乘用车郑州分公司、南京汽车集团有限公司、上海汽车集团股份有限公司、武汉通畅汽车电子照明有限公司、华域视觉科技（重庆）有限公司、上汽大通汽车有限公司无锡分公司；

宁波井上华翔汽车零部件有限公司包括天津井上华翔汽车零部件有限公司、上海井上华翔汽车零部件有限公司、公主岭井上华翔汽车零部件有限公司、宁波井上华翔汽车零部件有限公司、长沙井上华翔汽车零部件有限公司；

大茂伟瑞柯车灯有限公司包括重庆大茂伟瑞柯车灯有限公司、大茂伟瑞柯车灯有限公司；

上汽通用汽车有限公司包括上汽通用汽车有限公司、上汽通用汽车有限公司武汉分公司、上汽通用东岳汽车有限公司、上汽通用(沈阳)北盛汽车有限公司、上汽通用汽车销售有限公司

② ePTFE 微透产品、气体管理产品、CMD

产品种类	主要车灯厂商或整车厂	终端汽车厂商	主要终端产品车型
------	------------	--------	----------

ePTFE 微透产品	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱	五菱宏光、宝骏 730、宝骏 510
	长城汽车股份有限公司	长城汽车	哈弗 H2/H4/H5/H6/H7/H9/F5/F7/M6、欧拉 R1、欧拉 iQ、风骏 5
	常州星宇车灯股份有限公司	一汽丰田、广汽丰田、长安马自达、一汽马自达、上汽大众、上汽斯柯达	卡罗拉、卡罗拉双擎 E+、奕泽 IZOA、威驰、雷凌、YARiS L 致享、YARiS L 致炫、马自达 3 昂克赛拉、马自达 CX-4、马自达 CX-5、POLO、朗逸、桑塔纳、途安、凌渡、明锐
	上海汽车集团股份有限公司	上汽大众、上汽集团	朗逸、荣威系列、名爵系列
	法雷奥市光控股有限公司	一汽丰田、广汽丰田、上汽通用、捷豹路虎、吉利汽车、沃尔沃、神龙汽车	丰田 C-HR (281)、别克英朗、路虎发现运动版、吉利帝豪、博瑞等、沃尔沃 S90、标志 5008
气体管理产品	长城汽车股份有限公司	长城汽车	哈弗 H2/H4/H5/H6/H7/H9/F5/F7/M6 欧拉 R1、欧拉 iQ、风骏 5
	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱	五菱宏光、宝骏 730、宝骏 510
	芜湖安瑞光电有限公司	吉利汽车	领克 01、领克 03
	海纳川海拉（三河）车灯有限公司	北汽集团	北京 BJ40、北京 BJ20
	三立车灯	东风乘用车	东风风神奕炫，东风风神 AX7
CMD	常州星宇车灯股份有限公司	奇瑞汽车	瑞虎 8

注：南宁燎旺车灯股份有限公司包括柳州桂格光电科技有限公司、南宁燎旺车灯股份有限公司、重庆桂诺光电科技有限公司、青岛桂格光电科技有限公司；
长城汽车股份有限公司包括曼德电子电器有限公司保定光电分公司、长城汽车股份有限公司徐水分公司、长城汽车股份有限公司；

上海汽车集团股份有限公司包括华域视觉科技（上海）有限公司、武汉通畅汽车电子照明有限公司；

法雷奥市光控股有限公司包括芜湖法雷奥汽车照明系统有限公司、沈阳法雷奥车灯有限公司、市光法雷奥（佛山）汽车照明系统有限公司、法雷奥市光（中国）车灯有限公司（湖北法雷奥）、常熟法雷奥汽车雨刮系统有限公司、法雷奥市光（中国）车灯有限公司佛山分公司；

芜湖安瑞光电有限公司包括芜湖安瑞光电有限公司、芜湖安瑞光电有限公司西南分公司；

三立车灯包括十堰东风三立车灯有限公司、湖北三立车灯有限公司、重庆秦

川三立车灯有限公司

4. 由整车厂指定车灯厂采购公司产品的具体情况及金额

公司向汽车车灯厂主要销售 ePTFE 微透产品、密封件（车灯用）、气体管理产品、CMD，由于汽车车灯厂通常也系整车厂的供应商，整车厂通常也会指定车灯厂采购公司相关产品，报告期内，整车厂指定车灯厂采购公司产品具体情况如下：

(1) 2019 年

单位：万元

指定采购产品种类	客户名称	指定整车厂	销售金额
汽车微透产品	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱、长安汽车	1,178.24
	长城汽车股份有限公司	长城汽车	256.04
	常州星宇车灯股份有限公司	上汽大众	113.00
	大茂伟瑞柯车灯有限公司	长安福特、长安汽车	101.26
	重庆秦川三立车灯有限公司	长安汽车	10.62
	长春鸿德汽车照明有限公司	一汽大众	0.09
气体管理产品	长城汽车股份有限公司	长城汽车	635.02
	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱	395.80
	芜湖安瑞光电有限公司	吉利汽车	319.18
	海纳川海拉（三河）车灯有限公司	北汽集团	79.60
	十堰东风三立车灯有限公司	东风乘用车	13.12
CMD	常州星宇车灯股份有限公司	奇瑞汽车	263.69
	芜湖安瑞光电有限公司	汉腾汽车	2.28
合计			3,367.94

注：南宁燎旺车灯股份有限公司包括南宁燎旺车灯股份有限公司、柳州桂格光电科技有限公司、重庆桂诺光电科技有限公司、青岛桂格光电科技有限公司；

长城汽车股份有限公司包括长城汽车股份有限公司徐水分公司、曼德电子电器有限公司保定光电分公司；

大茂伟瑞柯车灯有限公司包括大茂伟瑞柯车灯有限公司、重庆大茂伟瑞柯车

灯有限公司；

芜湖安瑞光电有限公司包括芜湖安瑞光电有限公司、芜湖安瑞光电有限公司西南分公司

(2) 2018 年

单位：万元

指定采购 产品种类	客户名称	指定整车厂	销售金额
汽车微透产 品	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱、长安汽车	1,396.78
	长城汽车股份有限公司	长城汽车	189.34
	大茂伟瑞柯车灯有限公司	长安福特、长安汽车	126.48
	重庆秦川三立车灯有限公司	长安汽车	14.15
	常州星宇车灯股份有限公司	上汽大众	18.00
气体管理产 品	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱	411.43
	长城汽车股份有限公司	长城汽车	176.71
	芜湖安瑞光电有限公司	吉利汽车	128.73
	海纳川海拉（三河）车灯有限公司	北汽集团	9.25
	十堰东风三立车灯有限公司	东风乘用车	7.09
合计			2,477.96

注：南宁燎旺车灯股份有限公司包括南宁燎旺车灯股份有限公司、柳州桂格光电科技有限公司、重庆桂诺光电科技有限公司、青岛桂格光电科技有限公司；

长城汽车股份有限公司包括长城汽车股份有限公司徐水分公司、曼德电子电器有限公司保定光电分公司、长城汽车股份有限公司；

大茂伟瑞柯车灯有限公司包括大茂伟瑞柯车灯有限公司、重庆大茂伟瑞柯车灯有限公司

(3) 2017 年

单位：万元

指定采购 产品种类	客户名称	指定整车厂	销售金额
汽车微透产品	南宁燎旺车灯股份有限公司	上汽通用五菱	1,910.32

	长城汽车股份有限公司	长城汽车	206.04
	大茂伟瑞柯车灯有限公司	长安福特	138.09
	重庆瑞润电子有限公司	长安汽车	86.83
合计			2,341.28

注：南宁燎旺车灯股份有限公司包括南宁燎旺车灯股份有限公司、柳州桂格光电科技有限公司、青岛桂格光电科技有限公司；

长城汽车股份有限公司包括长城汽车股份有限公司、长城汽车股份有限公司徐水分公司

5. 核查程序及意见

(1) 核查程序

1) 检查收入确认相关的制度文件，访谈财务人员，了解和评价与收入确认相关的内部控制制度设计，并测试内部控制执行的有效性；

2) 抽样检查客户的订单、出库单、发货单、验收单、对账单和发票等支持性文件，向主要的和随机选取的客户函证收入的发生额和应收账款的余额；

3) 访谈公司销售部门、财务部门的主要人员，检查主要客户的销售合同，了解公司的销售模式，并与同行业上市公司进行比较分析；

4) 访谈上汽大众，了解其向公司的采购情况，访谈销售人员、抽样检查向上汽大众汽车有限公司销售 ePTFE 微透产品的相关单据，了解该产品销售的真实性及用途，对比分析公司向不同整车厂销售产品的类型、金额及占比等情况；

5) 检查公司、整车厂与车灯厂之间说明公司产品应用的项目或车型情况的相关邮件或协议等，网络查询终端汽车厂商、终端产品型号的相关信息；

6) 检查整车厂指定车灯厂采购公司产品的相关邮件或协议等，复核相关数据是否准确。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：

1) 报告期内，公司收入确认真实、准确，符合行业惯例，不存在异常情况，相关内部控制运行有效；

2) 公司向整车厂和车灯厂商销售的主要产品分类核算准确，销售模式分类准确、合理；

3) 公司向上汽大众汽车有限公司销售 ePTFE 微透产品的交易真实、金额准

确、用途符合实际情况、与其他整车厂销售产品类型存在差异的原因合理；

4) 公司产品最终应用于终端汽车厂商及终端产品型号的相关分类核算准确、合理、符合实际情况；

5) 整车厂指定车灯厂采购公司产品的情况真实、合理，相关金额核算准确。

二、根据问询回复，对于各期末发往非寄售客户的发出商品，公司从发出货物到与客户结算的周期一般为 1 个月。对于各期末发往寄售客户的发出商品，从发出到被领用的周期一般为 2 个月。报告期各期末，库龄一年以上的发出商品金额分别为 27.85 万元、61.75 万元和 95.15 万元。

请发行人说明：（1）结合运输时间及客户结算条件等，说明发往非寄售客户的发出商品结算周期为 1 个月的原因；（2）部分发出商品库龄在一年以上的的原因，是否存在产品质量问题及期后销售情况，存货跌价准备是否计提充分。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表意见。（问询问题 3.2 条）

回复：

1. 结合运输时间及客户结算条件等，说明发往非寄售客户的发出商品结算周期为 1 个月的原因

公司发往非寄售客户的发出商品从出库至到达客户指定地点的周期一般为 1-4 天，运输周期较短，导致发往非寄售客户的发出商品结算周期为 1 个月的主要原因是达到客户结算条件平均需要约 1 个月。

对非寄售客户的收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

公司不同结算情形下的结算周期情况主要包括：①非寄售客户中的部分客户是次月对账并确认上月的收货数，导致发出商品结算周期一般为 1 个月；②有时客户下达了紧急订单，公司为满足其临时性需求，会在未确定交易价格的前提下发货，待客户走完内部定价的流程后与公司进行结算，该流程通常耗时较长；公司取得某一项目的定点资格后，会向对方客户提供样品件，在该项目进入正式量产前可能会根据客户的要求调整公司产品的规格，在客户确定这些产品的最终规格型号前，未与公司确定相关产品交易价格，待客户最终确定规格型号、进入正式量产阶段后，客户会统一与公司确定价格并结算，该类客户主要系与公司长期

合作的知名客户，以上情形在汽车零部件行业较为普遍。由于产品价格未确定，导致收入金额不能可靠地计量，故未确认收入，未结转相应发出商品，这部分发出商品从发出到双方确认价格平均周期一般为1个月以上；③除前述2种情形外，公司在将产品运送至双方约定地点，按照合同要求经客户验收后当月取得对账单时确认收入，这部分发出商品的结算周期一般1个月以内。

综上，综合考虑运输时间及不同结算情形下的结算周期，发往非寄售客户的发出商品结算周期平均约为1个月。

2. 部分发出商品库龄在一年以上的原因，是否存在产品质量问题及期后销售情况，存货跌价准备是否计提充分

报告期内，公司部分发出商品库龄一年以上的原因主要包括：一是公司部分发往寄售客户的发出商品对应的新车型暂未进入批量生产阶段，导致一直未被领用或结算；二是公司部分一年以上的发出商品是为客户提供相关车型的售后服务时的备用件，这部分发出商品待客户使用时结转。寄售存货只有在数量、型号、质量经寄售仓验收合格后才会办理入库，该环节保证了存放在寄售仓的存货在进入时即是合格产品，故公司各期末发出商品一般不存在产品质量问题。

公司库龄在一年以上发出商品期后销售情况统计如下：

单位：万元			
项 目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
期后销售金额	4.03	16.27	3.36
库龄一年以上发出商品金额	95.15	61.75	27.85
期后销售比例(%)	4.23	26.34	12.07

注：库龄一年以上发出商品期后销售金额系统统计截至2020年6月22日已结算并开票金额

报告期内，公司根据成本与可变现净值孰低原则计提存货跌价准备。报告期各期末，公司发出商品的账面余额明细及跌价准备计提情况如下：

单位：万元						
项 目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
账面余额	1,230.95	100.00	1,082.67	100.00	820.24	100.00

其中：一年以内	1,135.80	92.27	1,020.92	94.30	792.39	96.60
一年以上	95.15	7.73	61.75	5.70	27.85	3.40
跌价准备	79.82	100.00	77.75	100.00	59.93	100.00
其中：一年以内	62.25	77.99	72.32	93.02	51.16	85.37
一年以上	17.57	22.01	5.43	6.98	8.77	14.63

报告期各期末，公司库龄在一年以上的发出商品期后销售比例分别为12.07%、26.34%、4.23%，期后销售比例较低。库龄在一年以上的发出商品主要系发往寄售客户的发出商品，所有权属于公司，且无质量问题，若从寄售仓中取回可以实现正常的对外销售，由于单个寄售仓此类发出商品货值较低且公司为维护客户关系而未取回，同时，库龄在一年以上的发出商品中有一部分是为客户提供相关车型的售后服务时的备用件，客户在使用这部分售后件时会与公司按照确定的售价结算，因此公司可以按照正常的预计售价扣除相关税费后的金额确定可变现净值，相关存货跌价准备计提充分。

针对存货跌价准备，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 了解与存货跌价准备相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 复核管理层以前年度对存货跌价准备的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；

(3) 评价管理层对存货至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费估计的合理性；

(4) 网络查询行业案例，确定是否存在未确定交易价格就供货的情形；

(5) 抽样检查出库单和客户签收单，确认运输时间是否合理，检查与主要非寄售客户的销售合同、对账系统，了解相关结算内容，判断结算周期是否合理；

(6) 结合存货监盘及访谈主要寄售客户，检查期末存货中是否存在库龄较长、型号陈旧、产量下降、生产成本或售价波动、技术或市场需求变化等情形，评价了管理层是否已合理计提跌价准备；

(7) 测试管理层对存货跌价准备的计算是否准确。

3. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内公司非寄售客户的发出商品结算周期真实、合理；

(2) 报告期末公司部分发出商品库龄在一年以上的原因真实、合理，公司各期末发出商品一般不存在产品质量问题，公司已按照企业会计准则的相关规定对存货进行减值测试并根据测试结果充分计提了存货跌价准备。

三、根据问询回复，保荐机构和申报会计师对于发出商品主要采用函证及其他替代程序，对报告期各期末存货以监盘、替代程序进行核查的存货比例分别为 60.27%、57.67%和 66.31%。

请保荐机构和申报会计师补充说明对发出商品的函证比例、回函比例及差异情况；对于未执行监盘及替代程序的存货金额的具体核查方式及核查过程，并发表明确核查意见。（问询问题 3.3 条）

回复：

1. 我们对报告期各期末发出商品的函证比例、回函比例统计情况如下：

单位：万元			
项 目	2019. 12. 31	2018. 12. 31	2017. 12. 31
期末发出商品余额 a	1,230.95	1,082.67	820.24
发函金额 b	656.12	637.64	495.41
发函比例 $c=b/a$ (%)	53.30	58.90	60.40
回函金额 d	401.85	435.48	274.30
回函占发函金额比例 $e=d/b$ (%)	61.25	68.30	55.37
回函相符金额 f	149.49	91.70	83.31
回函相符比例 $g=f/d$	37.20	21.06	30.37

公司发出商品由发往非寄售客户的发出商品和发往寄售客户的发出商品组成。发往非寄售客户的发出商品系公司已将货物装运发出，在运送途中或者已运达指定地点但非寄售客户尚未验收结算的商品；发往寄售客户的发出商品系公司已将货物装运发出，在运送途中或者已运达寄售客户的仓库但客户尚未领用或结算的商品。

报告期各期末，发出商品回函比例分别为 55.37%、68.30%和 61.25%，其中回函相符比例分别为 30.37%、21.06%和 37.20%。报告期各期末，发出商品回函比例较低的原因主要有两方面：一是公司产品种类多、数量大，客户核对难度较高、工作量较大，回函意愿较低；二是公司的主要客户为知名主机厂和车灯厂，这些客户的行业地位高，对公章管理较严格，不愿意协助盖章确认回函。报告期各期末，发出商品回函存在差异主要有两方面原因：一是货物在途形成的时间性差异；二是客户已经验收领用，但因价格未确定等原因暂未与公司结算而形成的差异。

报告期各期末，发出商品回函比例和回函相符比例较低，我们进行了期后替代性测试，主要包括：①取得期后公司销售人员与客户关于期末发出商品的对账结算的沟通记录截图；②取得并核对期后经供货双方确认后的客户开票通知单及开票明细；③取得并核对期后公司开具增值税专用发票及开票明细；④取得并核对期后客户销售开票结算对应的回款单据。

发出商品期后销售、期后替代性测试具体情况及比例如下表所示：

会计期间	发出商品 余额 a	期后销售金 额 b	期后销售率 $c=b/a$ (%)	单位：万元	
				期后替代测 试金额 d	期后替代测试 比例 $e=d/b$ (%)
2019 年末	1,230.95	1,058.65	86.00	879.82	83.11
2018 年末	1,082.67	964.10	89.05	863.29	89.54
2017 年末	820.24	773.44	94.29	676.67	87.49

注 1：公司发出商品期后销售金额系按产品对应的平均成本金额与该产品期后销售数量计算所得；

注 2：发出商品期后销售金额统计截至 2020 年 6 月 22 日已结算并开票金额

根据上表，公司发出商品期后销售率分别为 94.29%、89.05%和 86.00%，期后替代测试核查比例分别为 87.49%、89.54%和 83.11%，总体保持较高水平。

2. 我们对于未执行监盘及替代程序的存货金额的具体核查方式及核查过程如下：

(1) 原材料、库存商品及在产品的核查方式及核查过程

报告期各期末，公司自有仓库分布情况如下表所示：

会计期间	仓库及车间名称	地点	存放存货类型
2019 年末	原材料库、生产车间和成品库	常州市武进区礼嘉镇前漕路 8 号、常州市武进区礼嘉镇礼坂路 28-8 号	原材料、在产品和库存商品
2018 年末	原材料库、生产车间和成品库	常州市武进区礼嘉镇前漕路 8 号、常州市武进区礼嘉镇礼坂路 28-8 号	原材料、在产品和库存商品
2017 年末	原材料库、生产车间和成品库	常州市武进区礼嘉镇前漕路 8 号、常州市武进区礼嘉镇礼坂路 28-8 号	原材料、在产品和库存商品

针对存放在公司自有仓库或车间（除发出商品、委托加工物资）的原材料、在产品和库存商品，我们主要执行了监盘程序，对于未执行监盘程序的存货金额的具体核查方式及核查过程主要包括：

1) 了解与存货管理相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内控控制的运行有效性；

2) 获取公司报告期末存货的明细分类及清单，对存货余额实施了分析程序，将报告期存货结构变化、备货水平与公司经营情况进行比较，确定是否匹配；

3) 获取公司各报告期内的存货自盘计划、自盘表，对于未执行监盘程序的存货逐一核对公司自盘表，确认存货账实相符情况；

4) 对公司主要供应商执行访谈及函证程序，确认报告期内采购情况，并结合生产领用情况，用以佐证公司原材料余额的真实性；

5) 对公司主要客户执行访谈及函证程序，确认报告期内客户订单及销售情况，并结合期后销售情况，用以佐证公司库存商品及在产品余额的真实性。

通过上述核对公司自盘表等核查程序，针对存放于公司自有仓库或车间的存货核查比例统计如下：

单位：万元			
项 目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
自有仓库或车间的存货监盘金额	2,097.52	1,620.93	1,569.77
自有仓库或车间的存货金额	3,276.75	3,277.00	2,810.03
监盘比例 (%) [注]	64.01	49.46	55.86
自有仓库或车间的存货未监盘金额	1,179.23	1,656.06	1,240.26
通过核对公司自盘表等核查金额	1,179.23	1,656.06	1,240.26
剩余存货核查比例 (%)	100.00	100.00	100.00

注：报告期各期末，公司对自有仓库和车间进行全盘，我们进行监盘。监盘比例统计范围包括我们参与监盘的公司自有仓库或车间的原材料、在产品 and 库存商品；我们以盘点日参与监盘的实际存货数量（其中参与监盘的存货系我们根据取得的盘点日公司仓库存货收发存明细清单抽取，考虑到公司存货种类多、数量大、单位货值低，重点抽取公司报告期末数量金额较大、库龄较长的存货）为基础，通过编制盘点日与资产负债表日存货收发存倒轧表，计算参与监盘存货在资产负债表日对应的金额，从而得出自有仓库或车间的存货监盘金额，再计算相应的监盘比例

（2）发出商品的核查方式及核查过程

针对存放在寄售或非寄售客户的发出商品，由于其不在公司仓库，客户较为分散，盘点难度较大且效果不佳，报告期内我们对位于常州星宇车灯股份有限公司的存货执行监盘程序，对其他发出商品执行以下程序进行核查：函证大额发出商品数量；检查发出商品相关的订单、出库单据、物流单据等原始单据；检查期后客户货物对账单、开票通知单、销售发票及销售回款单据等期后替代性测试。

本次我们对公司报告期各期末的发出商品扩大核查范围（对于各期末发出商品余额大于 1 万元的客户均执行替代测试），补充核查金额分别为 212.14 万元、172.73 万元和 144.97 万元，经补充核查后发出商品核查比例统计如下：

单位：万元			
项 目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
通过函证程序核查金额[注]	149.49	91.70	83.31
通过监盘程序核查金额	30.51	107.28	104.88
通过替代测试核查金额	1,015.79	878.31	622.07
发出商品核查金额合计	1,195.79	1,077.29	810.26
发出商品余额	1,230.95	1,082.67	820.24
发出商品核查比例 (%)	97.14	99.50	98.78

[注]上表中“通过函证程序核查金额”系发出商品回函相符金额

（3）委托加工物资的核查方式及核查过程

针对期末委托加工物资，由于金额占比较小且客户较为分散，我们对委托加

工物资执行以下替代程序进行核查：检查委托加工物资相关的订单、出入库单据；根据工单编号检查委托加工物资期后完工入库单据。本次我们对公司报告期各期末的委托加工物资扩大核查范围，补充核查金额分别为 45.60 万元、23.97 万元和 40.52 万元，经补充核查后委托加工物资核查比例统计如下：

单位：万元

项 目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
委托加工物资核查金额	117.26	65.53	80.04
委托加工物资余额	130.68	70.37	84.45
委托加工物资核查比例 (%)	89.73	93.11	94.78

(4) 综上所述，我们对公司报告期各期末存货以监盘、替代程序进行核查的存货比例及其他核查方式核查的存货比例统计如下：

单位：万元

项 目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
监盘、替代程序核查金额	3,075.48	2,554.68	2,238.77
其他核查方式核查金额[注]	1,179.23	1,656.06	1,240.26
补充核查程序核查金额	263.43	167.51	181.79
存货核查合计金额	4,518.14	4,378.25	3,660.82
存货余额	4,638.38	4,430.04	3,714.72
存货核查比例 (%)	97.41	98.83	98.55

[注]其他核查方式核查金额系前次反馈意见回复未统计在内的通过上述分析性复核程序、核对公司自盘表等核查方式确认的金额

3. 核查结论

经核查，我们认为公司对存货管理制定并执行了完善的内部控制制度，公司报告期各期末存货金额真实、准确。

四、请申报会计师在收入核查程序中，补充说明对报告期后销售退回的核查情况。（问询问题 6.3 条）

回复：

我们查阅了报告期后公司销售收入明细账，检查是否存在退货导致销售收入冲回的情形；取得了报告期后公司发生退货明细表，并对其进行了汇总分析，了解退货的原因及其对收入确认的影响。公司在报告期后发生的退货均系产品瑕疵导致，2020年1-5月发生退货金额为470.80元。

依据公司销售合同中退换货条款要求以及相关内控制度要求，公司向客户的销售如无质量问题原则上不允许退货。如有需退货的情况，需先填写《退货处理单》，并通知客户将货物寄回，由物控部收料并由质保部进行退回产品检验，并经各部门评审后进行最终处理。

报告期后，公司将退货冲减了当年收入，并对成本做出相应调整。期后公司退货金额占主营业务收入的比例很小，不存在期后大量销售退回的情况。

经核查，报告期后公司不存在大额退货的情形。

五、报告期内，公司外销收入占比分别为3.03%、4.06%和3.77%。

请发行人说明外销的主要地区、主要产品及主要客户情况。

请保荐机构、申报会计师说明对报告期各期外销收入的核查方式、核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

1. 请发行人说明外销的主要地区、主要产品及主要客户情况。

(1) 公司外销的主要地区、主要产品情况如下表所示：

单位：元				
主要产品	外销区域	2019年	2018年	2017年
ePTFE 微透产品	中国港澳台	3,094,008.09	2,698,349.63	1,019,321.21
	海外	3,973,615.22	4,086,662.57	3,778,632.01
挡水膜	中国港澳台			
	海外	1,567,831.03	1,460,133.61	610,388.68
密封件	中国港澳台			149,307.60
	海外	573,596.15	186,231.96	
合计		9,209,050.49	8,431,377.77	5,557,649.50

报告期内，外销收入占公司主营业务收入的比重分别为3.03%、4.06%和

3.77%，占比较低。公司外销的主要产品为 ePTFE 微透产品，其收入占外销收入总额的比例分别为 86.33%、80.47%和 76.75%。

(2) 公司外销的主要客户情况如下：

1) 2019 年

单位：元			
客 户	外销收入金额	占外销收入的比重 (%)	占主营业务收入比重 (%)
SELMAG ENTERPRISE CO.,LTD. (中国台湾)	3,037,820.79	32.99	1.24
CJSC' GENERAL MOTORS (乌兹别克)	1,486,753.58	16.14	0.61
ZKW SLOVAKIA S.R.O. BEDZIANSKA CESTA (斯洛伐克)	919,088.18	9.98	0.38
AVTOSANOAT PLAST LLC (乌兹别克)	544,571.81	5.91	0.22
EMERGENGY TECHNOLOGY SOUNDOFF (美国)	302,596.40	3.29	0.12
合 计	6,290,830.76	68.31	2.58

2) 2018 年

单位：元			
客 户	外销收入金额	占外销收入的比重 (%)	占主营业务收入比重 (%)
SELMAG ENTERPRISE CO.,LTD. (中国台湾)	2,429,376.69	28.81	1.17
CJSC' GENERAL MOTORS (乌兹别克)	1,453,779.25	17.24	0.70
ZKW SLOVAKIA S.R.O. BEDZIANSKA CESTA (斯洛伐克)	422,976.83	5.02	0.20
SANG ROONG GROUP CO.Ltd (泰国)	387,053.40	4.59	0.19
EMERGENGY TECHNOLOGY SOUNDOFF (美国)	298,423.85	3.54	0.14
合 计	4,991,610.02	59.20	2.41

3) 2017 年

单位：元			
客 户	外销收入金额	占外销收入的比重 (%)	占主营业务收入比重 (%)
SELMAG ENTERPRISE CO.,LTD. (中国台湾)	757,612.13	13.63	0.41
CJSC' GENERAL MOTORS (乌兹别克)	602,028.56	10.83	0.33
AAC TECHNOLOGIES VIET NAM CO,LTD (越南)	407,080.52	7.32	0.22
EMERGENGY TECHNOLOGY SOUNDOFF (美国)	277,623.14	4.99	0.15

PMP PAL INTERNA T I ONAL S.R.O（捷克）	220,190.44	3.96	0.12
合 计	2,264,534.79	40.75	1.24

报告期内，公司前五大外销客户销售金额占外销收入的比重分别为40.75%、59.20%和68.31%，占主营业务收入比重分别为1.24%、2.41%和2.58%，占比较低，公司外销客户主要系 SELMAG ENTERPRISE CO., LTD.（中国台湾）和 CJSC' GENERAL MOTORS（乌兹别克），其余外销客户销售规模较小，较为分散。

2. 外销收入的核查方式和核查过程

（1）我们对公司管理层进行访谈，了解公司的销售和收款模式，了解客户报价、取得订单、发货运输、确认销售与收款等详细流程。了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）我们取得公司报告期内外销客户的收入明细表，通过公开信息搜集和互联网检索等方式抽样检查公司主要外销客户的基本情况、经营背景和业务规模等并取得外销订单、运货单、海关报关单、外销客户的汇款记录等；

（3）报告期内，我们向销售金额较大的客户进行了函证，2017-2019 年公司外销客户收入函证确认金额占同期外销收入比例分别为 24.46%、46.06%和 49.13%；回函金额占外销客户发函比例分别为 55.72%、62.56%和 67.14%，替代金额占外销客户发函比例分别为 44.28%、37.44%和 32.86%；

（4）对报告期内公司的主要外销客户进行视频访谈核查，2017-2019 年公司外销客户访谈比例占同期公司外销收入比重分别为 13.63%、28.81%和 32.99%；

（5）调取海关出口数据，确认外销客户的销售数据与海关出口数据的一致性。

3. 核查意见

经核查，我们已对公司的外销收入进行了较为充分合理的核查，报告期内公司的外销收入情况真实准确。

六、报告期各期，公司经销收入占比分别为 1.86%、3.71%和 5.40%。

请发行人补充披露：（1）经销模式下报告期各期前五名客户及销售收入、占比，主要销售产品；（2）报告期末经销商客户的库存情况及其合理性。

请保荐机构、申报会计师说明对报告期各期经销收入的核查方式、核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

1. 经销模式下报告期各期前五名客户及销售收入、占比，主要销售产品
报告期内，公司消费电子微透产品处于快速增长阶段，但整体销售规模不大，公司采用买断式经销模式销售消费电子微透产品。报告期内，公司对经销客户的销售收入、占比及经销客户的主要终端客户情况如下表所示：

(1) 2019 年

单位：元

客 户	销售收入	占比	主要终端客户
苏州金世达康电子科技有限公司	6,535,112.92	49.60%	浙江大华技术股份有限公司、东莞金刚塑胶制品有限公司、惠州锋华电子开发有限公司、希姆通信息技术（上海）有限公司、东莞颖利电子有限公司
SELMAG ENTERPRISE CO., LTD.（中国台湾）	3,037,820.79	23.06%	和硕联合科技股份有限公司、深圳市仲远电路板有限公司、富士康精密电子（烟台）有限公司、环鸿电子有限公司、启基科技股份有限公司
昆山千彩鑫电子科技有限公司	2,742,983.97	20.82%	富士康科技（昆山）有限公司、深圳市鼎盛精密工业有限公司、重庆蓝岸通讯技术有限公司、上海移柯通信技术股份有限公司、神讯电脑（昆山）有限公司
士彩材料科技（苏州）有限公司	858,379.97	6.52%	比亚迪股份有限公司、科沃斯机器人股份有限公司、上海羽盛实业有限公司
合 计	13,174,297.65	100.00%	

(2) 2018 年

单位：元

客 户	销售收入	占比	主要终端客户
苏州金世达康电子科技有限公司	2,510,949.60	32.60%	浙江大华技术股份有限公司、东莞金刚塑胶制品有限公司、新至升塑胶模具（深圳）有限公司、希姆通信息技术（上海）有限公司、惠州锋华电子开发有限公司
SELMAG ENTERPRISE CO., LTD.（中国台湾）	2,429,376.69	31.55%	和硕联合科技股份有限公司、富士康精密电子（廊坊）有限公司、深圳市仲远电路板有限公司、环鸿电子有限公司
昆山千彩鑫电子科技有限公司	2,189,793.05	28.44%	深圳市鼎盛精密工业有限公司、重庆蓝岸通讯技术有限公司、富士康科技（昆山）有限公司、东莞泰升音响科技有限公司、亚旭电子科技（江苏）有限公司
士彩材料科技（苏州）有限公司	570,386.95	7.41%	深圳立讯精密工业股份有限公司、比亚迪股份有限公司、科沃斯电器有限公司
合 计	7,700,506.29	100.00%	

(3) 2017 年

单位：元

客 户	销售收入	占比	主要终端客户
士彩材料科技（苏州）有限公司	1,043,250.65	30.61%	深圳立讯精密工业股份有限公司、比亚迪股份有限公司、昆山宣创电子有限公司
苏州金世达康电子科技有限公司	824,907.92	24.20%	新至升塑胶模具（深圳）有限公司、浙江大华技术股份有限公司、东莞金刚塑胶制品有限公司、希姆通信息技术（上海）有限公司
昆山千彩鑫电子科技有限公司	782,535.43	22.96%	深圳市鼎盛精密工业有限公司、富士康科技（昆山）有限公司、亚旭电子科技（江苏）有限公司、通达宏泰科技（苏州）有限公司、重庆蓝岸通讯技术有限公司
SELMAG ENTERPRISE CO., LTD.（中国台湾）	757,612.13	22.23%	深圳市仲远电路板有限公司、烟台富淮精密电子有限公司、启基科技股份有限公司、亚旭电脑股份有限公司、苏州广达科技有限公司
合 计	3,408,306.13	100.00%	

注：主要终端客户系指报告期各期公司经销客户的前五大客户

报告期内，公司消费电子微透产品通过上表所列的 4 家经销商开展销售。报告期内，公司经销收入分别为 340.83 万元、770.05 万元和 1,317.43 万元，占主营业务收入的比重分别为 1.86%、3.71%和 5.40%，占比较低。

报告期内，公司经销商的基本情况如下表所示：

序号	名称	基本情况
1	苏州金世达康电子科技有限公司	成立于 2015 年，注册资本 500 万，法定代表人为顾金飞，股权结构为：顾金飞持股 55%，张迎松持股 45%，顾金飞为实际控制人。自 2015 年开始与公司合作。
2	SELMAG ENTERPRISE CO., LTD.（中国台湾）	成立于 1985 年，注册资本 5500 万新台币，法定代表人粘振富，股权结构为：粘振芳持股 39%，粘振富持股 39%，陈泽丰持股 15%，张有德持股 7%，粘振芳为实际控制人。自 2012 年开始与公司合作。
3	昆山千彩鑫电子科技有限公司	成立于 2016 年，注册资本 200 万，法定代表人刘艳，股权结构为：刘艳持股 70%，甄创业持股 30%，刘艳为实际控制人。自 2017 年开始与公司合作。
4	士彩材料科技（苏州）有限公司	成立于 2017 年，注册资本为 1000 万，法定代表人为方继恒，股权结构为：邵见兴持股 40%，方继恒持股 20%，高红英持股 20%，江竹邻持股 20%，邵见为实际控制人。自 2017 年开始与公司合作。

2. 报告期末经销商客户的库存情况及其合理性

报告期各期末，经销商客户的库存余额较小，主要系公司经销商均为长期合作客户，拥有行业或区域的销售渠道，与其合作有利于拓展公司业务，提升公司知名度。经销商通常按照终端客户的需求量向公司下达订单，经销商向公司发出

的订单一般有对应的终端客户，因此经销商收到货后便会向终端客户发货，导致存货的货周转比较快，期末库存较少。同时，目前公司消费电子微透产品处于快速拓展阶段，向主要经销商客户销售规模较小，期末库存较低。

因此，报告期各期末经销商客户的库存较小具有合理性，公司对经销商的最终销售均能实现，不存在经销商故意囤积期末库存的情形。

3. 核查程序

(1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。对公司主要销售和经营管理人员进行访谈，了解公司主要产品的销售模式、定价策略和结算方式；

(2) 通过公开网站查询主要经销商的基本工商信息，重点核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股权结构等情况，并在走访过程中与主要经销商进行确认；

(3) 获取公司的代理协议，查阅协议中关于产品发货、验收、退换货、双方的权利与义务等条款，向管理层访谈，了解公司收入确认情况是否符合企业会计准则相关规定；

(4) 向全部经销商独立发送函证，函证其销售收入及应收账款余额，报告期内，经销商客户 2017-2019 年应收账款余额和销售收入回函率为 100%；

(5) 对公司报告期内全部经销商进行实地走访或视频访谈，了解经销商的基本情况、与公司业务合作情况、经营模式、销售情况、库存情况、终端客户情况及其与公司是否存在关联关系等信息，并取得其出具的无关联关系承诺函；

(6) 通过函证以及走访确认经销商的收入真实性，通过取得访谈笔录了解各经销商最终销售的大致去向；取得并核查了上述 4 家经销商对外销售及主要客户情况明细表，通过查阅最终客户的网站以及国家企业信用信息公示系统，核查最终客户的业务、经营情况以及股东情况，确认客户存在的真实性，采购公司产品的用途以及是否符合商业逻辑以及与公司不存在关联关系；获取并检查经销商与其客户之间的往来邮件；

(7) 检查经销商客户的销售合同、订单、出库单、发货单、验收单、对账单、销售发票等支持性文件。

4. 核查意见

经核查，我们认为：公司报告期内对经销商的收入真实、合理，最终销售均能够实现，不存在经销商故意囤积期末库存的情形。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

赵丽



中国注册会计师：

徐丹



二〇二〇年七月七日