

关于广东赛微电子股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件
审核问询函的回复

天职业字[2021]40905号

目 录

问询函的回复	1
--------	---

关于广东赛微电子股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市申请文件审核问询函的回复

天职业字[2021]40905号

上海证券交易所：

贵所于2021年7月23日出具的《关于广东赛微电子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审核问询函》（上证科审审核）（2021）458号）（以下简称《审核问询函》）已收悉。

根据贵所的要求，广东赛微电子股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“赛微微”）与国泰君安证券股份有限公司（以下简称“国泰君安”或“保荐机构”）、上海市锦天城律师事务所（以下简称“锦天城律师”或“发行人律师”）、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”或“天职会计师”）对《审核问询函》中所涉及的问题进行了认真核查并发表意见，在此基础上对发行人首次公开发行股票并在科创板上市申请相关文件进行了补充和修订。现将《审核问询函》的落实和修改情况逐条书面回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本问询函回复报告中的简称或名词释义与《广东赛微电子股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》中的相同。

本问询函回复中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体
对审核问询函所列问题的回复	宋体
对本问询函回复和招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本问询函回复除特别说明外数值保留2位小数，若出现总数与各分项值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

3. 关于经销模式.....	3
4. 关于销售费用.....	23
5. 关于收入.....	33
7. 关于数据匹配性.....	46
8. 关于股份支付.....	55
9. 关于毛利率.....	61
10. 关于信息披露.....	68

3. 关于经销模式

根据申报材料：（1）2018 年至 2020 年，公司收入快速增长，销售模式为 100%经销，其中境外经销收入金额分别为 3,608.94 万元、2,357.55 万元、4,627.86 万元；（2）公司前五大经销客户中的南京领旺和南京创乾受钱进控制，钱进持有发行人 1.22%股份，2018 年至 2020 年上述两公司与发行人交易金额为 1,270.71 万元、3,069.98 万元和 4,316.49 元万元；（3）发行人对上述两公司的销售均价显著低于其他客户；（4）发行人与客户经销合同约定，经销商每月需向发行人提供库存及当月对外销售情况；（5）保荐机构、申报会计师对发行人产品终端销售及控股股东、实际控制人等关键核心人员银行流水做了核查。

请发行人说明：（1）钱进入股发行人的时间、背景、入股价格、公允性、资金来源及支付方式；

（2）发行人对经销商定价的具体模式，对南京领旺和南京创乾持续低价销售的原因及合理性；

（3）报告期各期主要的终端客户（区分内销、外销）及销售额、对应销售实现路径；

（4）经销商选取标准，报告期各期经销商增减变动情况，销售规模、地域等分布情况，主要经销商对发行人采购占其业务总量的比重，是否主要经销发行人产品，对接的主要终端客户情况；

（5）发行人主要经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高是否存在其他利益关系，以及对经销商应收账款期后回款情况。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查发表明确意见，并说明：（1）经销客户（区分内销、外销）终端销售核查的情况，涉及访谈终端客户的，列示主要终端客户名称，访谈的主要问题及答复情况；

（2）分主体汇总列示前期对于控股股东、实际控制人等关键核心人员报告期内银行流水的核查情况，是否与经销商及其相关人员存在资金往来。

【回复】

一、发行人说明

（一）钱进入股发行人的时间、背景、入股价格、公允性、资金来源及支付方式

2015年，基于对公司未来业务发展前景的看好，钱进通过 Affluent Spring 作价 156 万美元取得开曼芯威 2.08% 股权，开曼芯威间接持有发行人 100% 的股权。钱进的入股价格公允，不存在低价入股的情况，具体情况如下：

序号	时间	转让人	受让人	转让股份 (股)	转让单价 (美元/股)
1	2015年10月	Treasure Union	Affluent Spring	101,698	3
		Capital Success		418,302	3
2	2015年10月	Treasure Union	中创科技股份有限公司	1,230,000	2.4
		Capital Success	中电开发股份有限公司	624,000	2.4

注：中创科技股份有限公司和中电开发股份有限公司为上市公司中电（1611.TW）的子公司。

本次钱进入股价格系转让双方在参考同期投资者价格的基础上协商确定的结果，是双方真实意思的表示，以略高于同期投资者价格主要系非常看好公司的发展前景。本次钱进受让股份的资金来源于其个人自有资金，相关款项已通过银行转账方式支付完毕。

（二）发行人对经销商定价的具体模式，对南京领旺和南京创乾持续低价销售的原因及合理性

1、经销商定价的具体模式

公司与经销商之间的交易定价会综合考虑产品规格、采购规模及应用领域、成本、竞争对手价格等因素，并与交易对方按照市场化原则协商确定价格。相关价格均会履行销售主管及公司总经理审批等一系列内部审批程序。

2、与南京领旺和南京创乾销售价格情况

(1) 总体情况对比

报告期内，领旺创乾采购产品以电池安全芯片为主，在产品结构上与其他客户有一定的差异，进而销售均价方面亦呈现出一定的差异。报告期内，领旺创乾采购产品结构与其他客户的产品结构情况具体如下：

单位：万元

客户名称	产品名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
领旺创乾	电池安全芯片	2,751.14	92.89%	4,105.75	95.12%	2,855.21	93.00%	1,057.73	83.24%
	电池计量芯片	0.95	0.03%	3.69	0.09%	7.83	0.26%	4.72	0.37%
	充电管理等其他芯片	209.65	7.08%	207.05	4.80%	206.94	6.74%	208.26	16.39%
	合计	2,961.73	100.00%	4,316.49	100.00%	3,069.98	100.00%	1,270.71	100.00%
其他客户	电池安全芯片	4,977.82	37.06%	4,379.00	31.97%	1,977.06	34.07%	1,109.17	20.33%
	电池计量芯片	5,211.32	38.80%	5,718.23	41.75%	1,837.49	31.66%	2,584.33	47.37%
	充电管理等其他芯片	3,242.51	24.14%	3,598.01	26.27%	1,989.09	34.27%	1,762.03	32.30%
	合计	13,431.65	100.00%	13,695.24	100.00%	5,803.64	100.00%	5,455.54	100.00%

由上可见，领旺创乾采购产品以电池安全芯片为主，电池安全芯片占采购规模比例显著高于其他客户。

(2) 电池安全芯片的销售价格对比

报告期内，公司向领旺创乾销售的主要产品为电池安全芯片。电池安全芯片销售价格与其他客户的对比情况如下：

单位：万元，元/颗

期间	南京领旺和南京创乾		其他客户	
	销售金额	销售均价	销售金额	销售均价
2021年1-6月	2,751.14	0.70	4,977.82	0.94
2020年度	4,105.75	0.66	4,379.00	0.85
2019年度	2,855.21	0.72	1,977.06	1.03

期间	南京领旺和南京创乾		其他客户	
	销售金额	销售均价	销售金额	销售均价
2018 年度	1,057.73	0.80	1,109.17	0.99

报告期内，公司向领旺创乾销售的价格较其他客户相对较低，主要系受采购产品规格、采购规模及产品应用领域等综合影响，有其商业合理性，具体背景原因及合理性分析情况如下：

① 采购产品规格存在较大差异

公司电池安全芯片存在多种规格产品，领旺创乾采购产品系列与其他客户存在明显差异，其对 3 串系列产品的采购占比更高，其销售数量报告期内占比分别为 34.69%、40.77%、32.35% 和 **35.73%**，显著高于其他客户的 17.95%、5.52%、13.84% 和 **11.67%**。在其他条件相同情况下，3 串系列产品价格相较于其他串数（5 串、7 串等）产品较低。报告期内，领旺创乾产品规格的差异一定程度上降低了领旺创乾的销售均价，具体如下：

单位：万颗

项目	产品规格	领旺创乾		其他客户	
		销售数量	占比	销售数量	占比
2021 年 1-6 月	3 串产品	1,403.05	35.73%	616.78	11.67%
	3 串以上产品	2,523.30	64.27%	4,666.41	88.33%
	电池安全芯片合计	3,926.35	100.00%	5,283.18	100.00%
2020 年度	3 串产品	2,006.45	32.35%	713.33	13.84%
	3 串以上产品	4,196.21	67.65%	4,440.20	86.16%
	电池安全芯片合计	6,202.66	100.00%	5,153.53	100.00%
2019 年度	3 串产品	1,608.15	40.77%	106.24	5.52%
	3 串以上产品	2,336.31	59.23%	1,818.36	94.48%
	电池安全芯片合计	3,944.46	100.00%	1,924.60	100.00%
2018 年度	3 串产品	458.73	34.69%	200.45	17.95%
	3 串以上产品	863.76	65.31%	916.03	82.05%
	电池安全芯片合计	1,322.49	100.00%	1,116.48	100.00%

对于相同系列产品，领旺创乾采购的产品价格与其他客户相比不存在异常情况，以下将分别结合 3 串和 3 串以上的具体产品型号进行分析：

3 串系列产品：报告期内，领旺创乾了采购一定规模的 3 串产品，产品为型号 A 为主，采购量占其 3 串产品采购量的比例分别为 39.24%、54.32%、62.96% 和 **47.84%**。以该产品型号为例，报告期内，其采购均价与其他客户采购均价情况如下：

单位：万颗，元/颗

产品型号	项目	领旺创乾		客户 Z	
		销售数量	单价	销售数量	单价
型号 A	2021 年 1-6 月	671.20	0.34	225.60	0.36
	2020 年度	1,263.20	0.26	167.20	0.29
	2019 年度	873.60	0.31	3.20	0.49
	2018 年度	180.00	0.39	-	-

由上可见，3 串的同型号产品，领旺创乾的采购均价低于客户 Z，该等采购均价差异除受产品型号规格影响之外，还同时受采购规模体量、应用领域等因素的综合影响。

3 串以上系列产品：报告期内，领旺创乾采购的 3 串以上产品主要为型号 B，其采购量占其 3 串以上产品采购总量的比例分别为 53.46%、54.65%、54.71% 和 **43.51%**。以该产品型号为例，报告期内，其采购均价与其他客户采购均价情况如下：

单位：万颗，元/颗

产品型号	项目	领旺创乾		客户 Z	
		销售数量	单价	销售数量	单价
型号 B	2021 年 1-6 月	1,098.00	0.83	250.75	0.97
	2020 年度	2,295.75	0.80	478.50	0.93
	2019 年度	1,276.78	1.04	177.00	1.05
	2018 年度	461.75	1.11	6.75	1.27

由上可见，同型号的 3 串以上产品，领旺创乾的采购均价略低于客户 Z，该等采购均价差异除受产品型号规格影响之外，还同时受采购规模体量、应用领域等因素的综合影响。

综上所述，报告期内，公司与领旺创乾的销售价格与其他客户不存在显失公允情况，价格差异主要系产品结构和规模的影响所致。

② 采购的终端客户应用领域存在明显差异

公司电池安全芯片的主要应用领域为工业控制，而电动工具领域作为近年来快速增长的细分领域，亦为公司重点开拓布局领域。综合考虑客户开拓战略、区位优势便利、合作历史，公司主动采取了更为灵活的价格策略以获取更大市场份额，产品均价低于其他领域的产品均价。受益于公司积极的市场策略，报告期内，公司电动工具销售金额持续快速增长，电池安全芯片分别实现销售收入 1,732.40 万元、3,205.23 万元、5,021.53 万元及 **3,649.96 万元**。

报告期内，领旺创乾电池安全芯片以电动工具领域客户为主，2018 年度至 **2021 年 1-6 月**，领旺创乾电池安全芯片中电动工具领域客户的销售占比分别为 98.25%、91.26%、90.06%和 **88.93%**，显著高于其他客户。领旺创乾电池安全芯片终端客户以电动工具领域为主的主要原因系该领域终端客户集中在华东地区，领旺创乾在该领域积累较多的资源和先发优势。领旺创乾电池安全芯片中电动工具领域客户结构使得其销售均价低于其他客户销售均价。

表：2018 年度至 2021 年 1-6 月领旺创乾及其他客户电池安全芯片领域分布情况

单位：万颗

项目	客户细分领域	领旺创乾		其他客户	
		销售数量	占比	销售数量	占比
2021 年 1-6 月	电动工具领域	3,491.60	88.93%	1,899.16	35.95%
	其他领域	434.75	11.07%	3,384.02	64.05%
	电池安全芯片合计	3,926.35	100.00%	5,283.18	100.00%
2020 年度	电动工具领域	5,585.97	90.06%	2,347.76	45.56%
	其他领域	616.69	9.94%	2,805.77	54.44%
	电池安全芯片合计	6,202.66	100.00%	5,153.53	100.00%

项目	客户细分领域	领旺创乾		其他客户	
		销售数量	占比	销售数量	占比
2019 年度	电动工具领域	3,599.76	91.26%	788.90	40.99%
	其他领域	344.70	8.74%	1,135.70	59.01%
	电池安全芯片合计	3,944.46	100.00%	1,924.60	100.00%
2018 年度	电动工具领域	1,299.29	98.25%	677.40	60.67%
	其他领域	23.20	1.75%	439.08	39.33%
	电池安全芯片合计	1,322.49	100.00%	1,116.48	100.00%

以前述型号 B 为例，领旺创乾与其他主要客户在不同应用领域的销售价格对比情况如下：

单位：万颗，元/颗

产品型号	应用领域	项目	领旺创乾		客户 Z	
			销售数量	单价	销售数量	单价
型号 B	电动工具	2021 年 1-6 月	1,002.25	0.80	38.00	0.99
		2020 年度	2,139.50	0.77	77.50	0.99
		2019 年度	1,134.03	1.03	24.50	1.12
		2018 年度	454.75	1.11	-	-
	其他领域	2021 年 1-6 月	95.75	1.13	212.75	0.97
		2020 年度	156.25	1.12	401.00	0.91
		2019 年度	142.75	1.14	152.50	1.04
		2018 年度	7.00	1.47	6.75	1.27

由上可见，在电动工具领域，领旺创乾与客户 Z 等其他客户相比，其采购数量较大且属于公司重点开拓领域，因此其价格也相对更为灵活和优惠；在其他领域，领旺创乾采购数量较小，其价格总体高于其他客户。

③ 采购规模存在较大差异

公司与经销商定价会综合考虑采购规模等因素协商确定。在其他条件相同的情况下，经销商的采购规模越大，公司通常会给予其更为灵活和优惠的价格政策。

由上可见，在电动工具领域，领旺创乾的采购量在报告期内分别为 1,299.29 万颗、3,599.76 万颗、5,585.97 万颗和 **3,491.60 万颗**，显著高于其他客户，因此受采购规模影响，销售均价也相对较低。

综上所述，公司与主要经销商之间的交易定价会综合考虑产品规格、终端客户规模及应用领域、竞争对手价格等因素综合确认。报告期内，公司与领旺创乾的销售价格系按照市场化原则确定，不存在交易价格不公允的情况。

同时，**2021 年 9 月 17 日和 2021 年 10 月 8 日**，发行人召开第一届董事会第七次会议及 2021 年第二次临时股东大会，分别对前述交易进行审议，确认公司与领旺创乾之间的交易符合公司业务发展的需要，交易双方均遵循了自愿、公平、公正的原则，有关交易价格经各方协商一致确定，公允合理，不存在损害公司或其他股东利益的情况。

（三）报告期各期主要的终端客户（区分内销、外销）及销售额、对应销售实现路径

1、公司终端客户销售主要实现路径示意图

（1）内销实现路径



（2）外销实现路径



2、报告期公司内外销终端客户情况

报告期各期，公司内销主要终端客户的销售额情况如下：

单位：万元

期间	终端客户/ODM 工厂	应用领域	销售额
2021 年 1-6 月	客户 A	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	2,152.14
	深圳市晶讯技术股份有限公司	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	504.40
	东莞市博志新能源有限公司	轻型电动车辆	400.74
	东莞市创汇原电源技术有限公司	轻型电动车辆	372.40
	南通五月电子科技有限公司	电动工具	342.70
2020 年度	客户 A	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	709.08
	南京微智新科技有限公司	笔记本电脑	590.46
	万魔声学股份有限公司	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	529.93
	安克创新科技股份有限公司	充电类产品	505.97
	永康市鹏城电子科技有限公司	电动工具	493.05
2019 年度	安克创新科技股份有限公司	充电类产品	556.09
	昆山九通电子有限公司	电动工具	447.09
	东莞市博志新能源有限公司	轻型电动车辆	328.16
	万魔声学股份有限公司	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	265.67
	启东广弘电子有限公司	电动工具	229.27
2018 年度	安克创新科技股份有限公司	充电类产品	460.19
	昆山九通电子有限公司	电动工具	374.05
	东莞市博志新能源有限公司	轻型电动车辆	130.11
	江阴旺达电子有限公司	充电类产品	129.63
	深圳市嘉智电子有限公司	电动工具	119.43

报告期各期，外销主要终端客户的销售额情况如下：

单位：万元

期间	终端客户/ODM 工厂	应用领域	销售额
2021 年 1-6 月	仁宝电脑工业股份有限公司	笔记本电脑	776.75
	客户 B	无人机	243.07
	闻泰科技股份有限公司	手机/平板电脑	235.44

期间	终端客户/ODM 工厂	应用领域	销售额
	联宝（合肥）电子科技有限公司	笔记本电脑	219.72
	歌尔股份有限公司	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	153.95
2020 年度	仁宝电脑工业股份有限公司	笔记本电脑	1,321.07
	歌尔股份有限公司	智能可穿戴设备 (TWS 耳机等)	1,046.99
	闻泰科技股份有限公司	手机/平板电脑	683.22
	客户 B	无人机	466.50
	百富计算机技术（深圳）有限公司	POS 机	297.83
2019 年度	仁宝电脑工业股份有限公司	笔记本电脑	925.75
	百富计算机技术（深圳）有限公司	POS 机	278.45
	北京小米科技有限责任公司	手机	250.98
	客户 B	无人机	236.65
	深圳宝龙达信息技术股份有限公司	笔记本电脑	118.71
2018 年度	闻泰科技股份有限公司	手机/平板电脑	1,461.39
	仁宝电脑工业股份有限公司	笔记本电脑	693.40
	客户 B	无人机	406.04
	百富计算机技术（深圳）有限公司	POS 机	149.45
	深圳微步信息股份有限公司	笔记本电脑	130.71

注 1：销售额=经销商销售至终端客户的数量*各期对应经销商不同产品型号的平均单价。

（四）经销商选取标准，报告期各期经销商增减变动情况，销售规模、地域等分布情况，主要经销商对发行人采购占其业务总量的比重，是否主要经销发行人产品，对接的主要终端客户情况

1、经销商选取标准

报告期内，公司采取全经销商模式，符合集成电路行业惯例，具有商业合理性和必要性，具体原因如下：

一方面，经销商模式下，公司可以充分发挥经销商在拓展客户与维护客户关系、了解客户订货需求、为客户备货及满足终端客户的信用期要求等方面的作用，

提高交易效率，降低交易成本，具体体现为：

(1) 公司产品较多，用途广泛，终端用户相对分散，直接交易成本高。经销商普遍积累了丰富的客户资源，具有较强的产品推广及售后服务能力，尤其是中小电子厂商，经销商更能贴近客户群体，了解市场需求并提供技术支持与服务。公司产品下游客户众多，规模差异较大，通过经销商合作，公司产品能够快速覆盖主要市场，提高推广效率，降低销售成本。

(2) 电子元器件种类繁多，部分大型客户存在一站式采购需求，提高了公司及终端客户运营效率。品牌客户及ODM厂商等大客户采购的电子元器件众多，为了降低采购管理难度和成本，部分大型客户选择向经销商集中采购，可以满足大型客户一站式采购的需求。

同时，通过经销商采购，可以较好服务于公司资金回笼、终端客户的提前备货和信用期需求，既加快了公司资金回笼及运营效率，又缓解了终端客户的备货资金压力。根据与客户的访谈确认，公司与经销商的账期普遍为货到付款，少部分经销商存在30天到45天的账期，而终端客户的账期普遍为30天到90天不等。

另一方面，公司与部分终端大客户未采取直销模式，主要出于以下两方面考虑：第一，综合考虑近年来国际贸易摩擦等因素的影响，与部分客户直接交易将加大公司生产经营风险；第二，采用经销模式有利于降低资金回笼压力，增加自身抗风险能力。**未来随着合作的进一步深入，公司与终端大客户的销售模式将视具体情况确定。**

根据公司现行有效的《经销商管理制度》，公司经销商需具有独立企业法人资格，营业执照经营范围需具有相关经营资质，原则上应具备一般纳税人资格。具有良好的资信能力和商业信誉，必须具有固定的经营场所且认同公司的经营理念、企业文化，愿意完成公司销售任务。对于申请进入公司经销商名录的企业，需由销售部对其进行深度调查，在通过销售部调查后由销售总监审核，并向总经理推荐，经总经理审批同意后，该企业即可与公司签订经销商合作协议成为公司经销商。

2、各期经销商增减变动情况，销售规模、地域分布情况

报告期内，各期经销商增加情况如下：

单位：家、万元

期间	境内地区		境外地区	
	本期增加	新增经销商销售金额	本期增加	新增经销商销售金额
2021年1-6月	3	126.40	-	-
2020年度	8	1,503.10	-	-
2019年度	7	18.80	-	-
2018年度	9	52.51	4	11.46

各期经销商减少情况如下：

单位：家、万元

期间	境内地区		境外地区	
	本期减少	退出经销商销售金额	本期减少	退出经销商销售金额
2021年1-6月	3	-	1	-
2020年度	1	365.60	-	-
2019年度	3	12.94	3	3.35
2018年度	8	61.23	7	574.95

报告期各期，公司经销商销售规模构成情况如下：

单位：万元/%

销售规模	2021年1-6月			2020年度		
	家数	金额	占比	家数	金额	占比
1000万（含）以上	4	10,163.91	62.01	4	10,490.85	58.24
500（含）-1000万	5	3,633.19	22.16	7	4,716.09	26.18
100（含）-500万	8	2,118.83	12.92	8	2,356.13	13.08
100万元以下	19	477.45	2.91	18	448.67	2.49
营业收入合计	36	16,393.38	100.00	37	18,011.74	100.00

续上表：

单位：万元/%

销售规模	2019 年度			2018 年度		
	家数	金额	占比	家数	金额	占比
1000 万（含）以上	2	4,136.47	46.62	2	2,758.86	41.02
500（含）-1000 万	2	1,817.33	20.48	2	1,273.88	18.94
100（含）-500 万	9	2,641.71	29.77	7	2,324.97	34.57
100 万元以下	17	278.10	3.13	18	368.55	5.48
营业收入合计	30	8,873.61	100.00	29	6,726.26	100.00

注：客户按最终控制方合并计算。

报告期各期，公司经销商地域分布 情况如下：

单位：万元

境内/外	区域	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	华南	9,283.98	56.63%	7,941.07	44.09%	3,160.45	35.62%	1,806.69	26.86%
	华东	4,398.82	26.83%	5,354.99	29.73%	3,354.30	37.80%	1,300.31	19.34%
	华北	51.41	0.31%	87.81	0.49%	1.32	0.01%	10.31	0.15%
境内合计		13,734.20	83.78%	13,383.87	74.31%	6,516.07	73.43%	3,117.31	46.35%
境外	香港地区	1,623.22	9.90%	3,194.66	17.74%	1,348.44	15.20%	2,857.53	42.48%
	台湾地区	1,035.95	6.32%	1,432.63	7.95%	1,007.46	11.35%	748.24	11.12%
	韩国	-	-	0.58	0.00%	1.64	0.02%	3.17	0.05%
境外合计		2,659.18	16.22%	4,627.87	25.69%	2,357.54	26.57%	3,608.94	53.65%
营业收入合计		16,393.38	100.00%	18,011.74	100.00%	8,873.61	100.00%	6,726.25	100.00%

注：境内收入按照客户注册地划分具体区域。

报告期内，公司境内收入主要集中于华东地区和华南地区，主要原因系公司下游客户的产业集群所致，华东地区和华南地区为中国电子产品和电动工具等工业产品最主要的生产与集散地。

报告期内，公司境外收入主要集中于香港和台湾地区，主要原因系香港和台

湾地区为传统的亚太电子元器件交易集散地，下游经销商通常在香港和台湾设立境外采购平台，减少多地区采购询价、沟通和物流成本。

3、主要经销商对发行人采购占其业务总量的比重，是否主要经销发行人产品，对接的主要终端客户情况

报告期各期，公司前五大经销商对发行人采购占发行人业务总量的比重均超过 70%，具体如下：

序号	主要经销商名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	南京创乾科技有限公司	18.07%	23.96%	34.60%	18.89%
2	深圳市旭锦科技有限公司	18.34%	20.99%	12.02%	2.62%
3	千腾科技股份有限公司	4.87%	7.13%	10.80%	10.31%
4	艾睿电子亚太有限公司	1.79%	6.16%	4.06%	1.04%
5	深圳市华富强科技有限公司	3.76%	4.70%	3.51%	4.92%
6	深圳市领翌科技有限公司	0.00%	2.71%	9.68%	8.62%
7	深圳博友电子科技有限公司	0.00%	2.03%	4.95%	5.22%
8	优为科技（香港）有限公司	2.31%	3.73%	1.17%	22.12%
9	润欣勤增科技有限公司	2.34%	3.74%	3.50%	7.01%
10	深圳胜达威电子有限公司	19.39%	3.41%	4.23%	2.75%
11	深圳泰科源商贸有限公司	6.20%	0.74%	0.11%	0.00%
12	苏州瑞昌电子科技有限公司	5.61%	3.64%	3.10%	0.01%
	主要经销商业务占比合计	82.68%	82.95%	91.72%	83.53%

根据经销商访谈或确认函，报告期内各期，公司主要经销商的相关情况如下：

序号	主要经销商名称	报告期内与发行人采购规模占其业务规模比重	是否主要经销发行人产品	对接主要终端客户情况
1	南京创乾科技有限公司	50%-90%	是	工业控制：广弘电子、五月科技、九通电子、鹏城电子等
2	深圳市旭锦科技有限公司	30%-40%	否	工业控制：博志新能源、杰特科技等 消费电子：万魔声学、南京微智、晶讯软件等

序号	主要经销商名称	报告期内与发行人采购规模占其业务规模比重	是否主要经销发行人产品	对接主要终端客户情况
3	千腾科技股份有限公司	小于 10%	否	消费电子：仁宝电脑
4	艾睿电子亚太有限公司	小于 1%	否	消费电子：歌尔股份等 通讯及其他：小米
5	深圳市华富强科技有限公司	小于 10%	否	工业控制：宝龙达等 消费电子：搜电科技等
6	深圳市领翌科技有限公司	30%-50%	否	消费电子：安克创新等
7	深圳博友电子科技有限公司	10%-15%	否	工业控制：深圳嘉智等
8	优为科技（香港）有限公司	5%以下	否	消费电子、通讯及其他：闻泰科技等
9	润欣勤增科技有限公司	小于 1%	否	工业控制：客户 B 等 通讯及其他：铂昕科技
10	深圳市胜达威电子有限公司	5%左右	否	消费电子：客户 A 工业控制：百富计算机等 通讯及其他：荣耀
11	深圳泰科源商贸有限公司	1%以下	否	消费电子：奥海科技等 工业领域：觅睿科技等
12	苏州瑞昌电子科技有限公司	5%以下	否	工业控制：赛卡电子等

注：以下客户按最终控制方合并计算：

- (1) 优为科技（香港）有限公司、深圳市凌昱微科技有限公司和雷盟國際（香港）有限公司；
- (2) 深圳市华富强科技有限公司和 ENE 科技公司；
- (3) 南京领旺电子科技有限公司和南京创乾科技有限公司；
- (4) 润欣勤增科技有限公司和上海润欣科技股份有限公司；
- (5) 深圳市旭锦科技有限公司和旭锦股份（香港）有限公司；
- (6) 艾睿电子亚太有限公司、ULTRA SOURCE TECHNOLOGY CORP. 和 Ultra Source Trading Hong Kong Limited；
- (7) 深圳市胜达威电子有限公司和胜达电子科技有限公司；
- (8) 深圳泰科源商贸有限公司和香港泰科源电子科技有限公司。

报告期内，公司主要经销商对发行人采购占其业务总量的比重不尽相同，其中，南京创乾科技有限公司和深圳市旭锦科技有限公司前述比例较大，主要系因公司产品增长迅速，提升了该业务占其业务总量的比例。以南京创乾为例，除经销公司产品之外，还经销其他公司的产品。

(五) 发行人主要经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高是否存在其他利益关系，以及对经销商应收账款期后回款情况

1、主要经销商情况

报告期内，公司各期前五大经销商（剔除重复）的基本情况如下：

序号	客户名称	股权结构
1	优为科技（香港）有限公司	深圳市凌昱微科技有限公司持股 100%，陈晓敏持有凌昱微 77% 股权
2	南京创乾科技有限公司	钱进持股 80%
3	千腾科技股份有限公司	吕智伟持股 49%
4	深圳市领翌科技有限公司	深圳市金谷电子有限公司持股 65%，赖德胜间接持有金谷电子 100% 股权
5	润欣勤增科技有限公司	上海润欣科技股份有限公司持股 100%，实际控制人为朗晓刚、葛琼
6	深圳市旭锦科技有限公司	李飞持有 60% 股权
7	深圳博友电子科技有限公司	周朵云持有 75% 股权
8	艾睿电子亚太有限公司	艾睿电子公司 (ARROW ELECTRONICS INC) 的控股子公司
9	深圳市华富强科技有限公司	宝恒昌电子有限公司持有 94% 股权，林仁宜、蔡碧霞各持有宝恒昌 50% 股权
10	深圳市胜达威电子有限公司	厦门信和达电子有限公司持股 60%，黄健持有厦门信和达电子 99.40% 股权
11	深圳泰科源商贸有限公司	冯伟持有 91.20% 股权
12	苏州瑞昌电子科技有限公司	骆国锐持股 70%

注：股权结构根据国家企业信用信息公示系统、香港公司注册处网上查册中心、上市公司公开资料或客户提供的资料确定。

经查询上述公开信息及与经销商确认、控股股东及董监高调查表，发行人主要经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高不存在其他利益关系。

2、经销商期末回款情况

截至 2021 年 8 月 31 日，经销商应收账款前五名回款情况如下：

单位：万元

序号	客户全称	2021 年 6 月 30 日 应收账款余额	期后回款比例
1	南京创乾科技有限公司	838.68	100.00%
2	深圳市旭锦科技有限公司	581.22	100.00%

序号	客户全称	2021年6月30日 应收账款余额	期后回款比例
3	千腾科技股份有限公司	206.74	100.00%
4	胜达电子科技有限公司	72.04	100.00%
5	深圳市丰硕科技有限公司	55.95	100.00%

由上可见，发行人主要经销商期后回款良好，不存在异常情况。

二、保荐机构和申报会计师核查意见

（一）经销客户（区分内销、外销）终端销售核查的情况，涉及访谈终端客户的，列示主要终端客户名称，访谈的主要问题及答复情况

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）获取发行人经销商管理制度及销售管理制度等资料，了解相关内部控制的具体条款，评价其设计是否无重大缺陷，访谈销售部相关负责人，了解发行人主要经销商客户的备货模式及其产品销售周期；

（2）获取发行人的经销商台账，了解经销商新增与退出的原因是否具有商业合理性，分析发行人对不同经销商的信用政策是否具有合理性；

（3）通过公开资料查询主要经销商的财务报表，与其采购量进行比较，核查其采购量与其生产经营规模是否匹配；

（4）对主要经销商及其终端客户进行访谈。了解其注册资本、股东构成、主营业务、经营情况等背景资料，并了解发行人产品的使用情况及发行人产品占其采购同类产品的比例等。

其中，对于其有境内办事处的外销客户，进行实地走访或视频访谈，对于无境内办事处的外销客户，主要通过视频访谈或电话访谈，并通过询问对方姓名、职位，观察被访谈人所在办公场所，获取并检查被访谈人名片等方式确认被访谈人身份。

具体访谈情况如下表所示：

①主要经销商访谈情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	累计
已访谈经销商收入金额	14,635.02	15,348.84	7,663.01	5,392.20	43,039.07
发行人营业收入金额	16,393.38	18,011.74	8,873.61	6,726.25	50,004.98
占比	89.27%	85.22%	86.36%	80.17%	86.07%

②主要终端客户访谈情况如下：

A.内销客户

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
访谈终端客户数量（家）	37	37	37	37
已访谈终端客户采购数量（万颗）	10,096.39	12,880.43	7,605.16	4,771.55
经销商向发行人采购数量（万颗）	16,179.95	19,510.67	11,635.88	7,268.59
访谈比例	62.40%	66.02%	65.36%	65.65%

B.外销客户

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
访谈终端客户数量（家）	9	9	9	9
已访谈终端客户采购数量（万颗）	2,287.51	4,900.81	2,744.40	3,565.20
经销商向发行人采购数量（万颗）	3,195.86	5,528.86	3,175.45	4,625.20
访谈比例	71.58%	88.64%	86.43%	77.08%

上述终端客户访谈的主要问题及答复情况如下：

访谈主要问题	回复情况
为何选择赛微微的产品	无异常
采购赛微微产品的交货地点	无异常
向经销商采购过程中是否涉及销售返利情况	否
经销商销售给贵公司的产品情况是否与贵公司采购数据一致	是
与赛微微或其经销商是否存在购销业务合同之外的涉及赛微微的其他业务或资金往来，与赛微微或其经销商是否存在除现有购销之外的涉及赛微微其他协议或其他利益安排	否
是否存在替赛微微或其经销商承担成本费用或向赛微微及其经销商输送利益的情形	否

访谈主要问题	回复情况
与赛微微的关联方是否存在非经营性合作和资金往来，是否存在赛微微及其关联方在贵公司享有权益、任职、领取薪酬等情况	否
贵公司及其关联方（包括但不限于，实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员等）、相关业务关键经办人员与赛微微及其关联方是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排或关系（如曾为赛微微的员工等），是否存在关联交易非关联化的情况	否
是否与赛微微进行长期合作	是

（5）对主要经销商的往来余额与交易额进行函证，获取期末库存明细和对外销售明细表，并对主要经销商的期末库存进行函证。

报告期内，主要经销商的往来余额与交易额函证回函情况如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入（万元）	16,393.38	18,011.74	8,873.61	6,726.25
发函金额（万元）	16,094.58	17,851.20	8,759.39	6,520.20
发函比例（%）	98.18	99.11	98.71	96.94
回函相符确认金额（万元）	16,094.58	17,362.65	7,900.34	5,421.05
替代测试确认金额（万元）	0.00	488.56	859.04	1,099.15
合计确认比例（%）	98.18	99.11	98.71	96.94

报告期内，主要经销商的期末库存回函情况如下：

单位：万元、万颗

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初库存数量（A）	1,212.54	1,285.75	756.64	490.34
经销商采购数量（B）	14,749.26	18,543.33	10,475.45	8,745.55
经销商最终销售数量（C）	14,772.84	18,616.54	9,946.34	8,479.25
期末库存数量（D=A+B-C）	1,188.95	1,212.54	1,285.75	756.64
经销商采购金额	12,545.25	13,609.91	7,300.66	5,333.03

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
采购金额占发行人营业收入比例	76.53%	75.56%	82.27%	79.29%

注：上述经销商相关数据的统计口径为已配合提供相关数据的经销商，合计销售金额占报告期各期比例均超过75%。

(6) 获取发行人的经销商明细与关联方清单，经企查查等搜索核查发行人主要经销商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高是否存在关联关系；

(7) 对发行人主要经销商进行访谈，询问其与发行人是否存在关联方关系，并获取相关确认文件。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人与经销商的合作模式为买断式销售，收入确认符合企业会计准则的规定，报告期内，公司收入是真实、准确的，不存在异常情况。

(二) 分主体汇总列示前期对于控股股东、实际控制人等关键核心人员报告期内银行流水的核查情况，是否与经销商及其相关人员存在资金往来

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

① 检查获取的银行账户是否包括工资账户、常用账户等，以及账户的交易中是否显示该对象其他未提供银行账户，分析账户完整性，具体情况如下：

相关个人及主体根据诚实信用原则，提供了银行账户信息。具体核查情况如下：

主体角色	主体名称
控股股东	伟途投资
实际控制人控制的其他企业	微合投资
	聚核投资

主体角色	主体名称
	聚变投资
实际控制人、董事、总经理	蒋燕波及其配偶
实际控制人、董事、副总经理	赵建华及其配偶
实际控制人、董事、副总经理	葛伟国及其配偶
监事、出纳	高平
高级管理人员	刘利萍

注：由外部投资机构委派的董事、监事已提供相关承诺：本人所有银行账户（包括信用卡）不存在与发行人及其关联方、发行人客户、供应商、其他关联方发生资金往来的情况

②对银行对账单的内容（包括但不限于金额、摘要、对方户名等）进行分析检查；对单笔交易 5 万元以上的交易进行查看，检查交易对手是否为发行人的主要经销商及其相关人员。

③与主要经销商及经办人员名单进行对比分析，检查控股股东、实际控制人等关键核心人员是否与前述人员存在资金往来的情况。

2、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

控股股东、实际控制人等关键核心人员报告期内与经销商及其相关人员不存在异常的资金往来。

4. 关于销售费用

根据招股说明书：（1）发行人为 100%经销模式，销售费用包括了支付给关联方萨摩亚赛微境外产品推广与销售服务费；（2）2018 年至 2020 年销售费率分别为 18.25%、18.24%、10.11%，显著高于同行业竞争对手均值 7.93%、5.20%、3.85%；（3）发行人与终端客户 A 签订了保密协议并申请豁免披露；（4）2020 年发行人销售人员人均薪酬为 58.17 万元/年，高于管理人员（23.80 万元/年）和研发人员（47.48 万元/年）。

请发行人说明：（1）全经销模式下，发行人自身销售活动在经销链条中发挥的具体作用，与同行业竞争对手的具体差异，并分析销售费率显著高于同行

业竞争对手的原因、合理性；

（2）作为研发推动型公司，销售人员薪酬显著高于研发人员的原因、合理性；

（3）全经销模式下，萨摩亚赛微在境外销售活动中发挥的具体作用，发行人支付其产品推广与销售服务费的合理性及定价的公允性。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】**一、发行人说明**

（一）全经销模式下，发行人自身销售活动在经销链条中发挥的具体作用，与同行业竞争对手的具体差异，并分析销售费率显著高于同行业竞争对手的原因、合理性

1、发行人自身销售活动在经销链条中发挥的具体作用及同行业竞争对手比较

在经销链条中，公司主要负责：

（1）经销商管理：根据公司产品市场推广需要在相应区域内寻找候选经销商，并对经销商的基本条件进行调查与筛选；制定经销商的销售目标，考核经销商的销售计划执行情况；

（2）市场分析：对宏观市场进行调查，收集相关市场数据和信息，明确重点市场与公司产品的匹配关系，协助经销商落实重点行业和重点客户，分析行业竞争态势，并预测客户需求；

（3）市场推广：对部分重要的终端客户，公司全程参与产品推广及销售过程，传递公司和产品价值，向重点客户进行产品介绍和交流；制定总体产品销售策略；

（4）技术支持及培训：定期或不定期根据推出的新产品、新应用，对各经销商销售人员及应用工程师进行培训。

报告期内，公司结合自身经营特点和终端客户的需求等，采用全经销的销售模式，有其商业合理性和必要性。

一方面，经销商模式下，公司可以充分发挥经销商在拓展客户与维护客户关系、了解客户订货需求、为客户备货及满足终端客户的信用期要求等方面的作用，提高交易效率，降低交易成本，具体体现为：

(1) 公司产品较多，用途广泛，终端用户相对分散，直接交易成本高。经销商普遍积累了丰富的客户资源，具有较强的产品推广及售后服务能力，尤其是中小电子厂商，经销商更能贴近客户群体，了解市场需求并提供技术支持与服务。公司产品下游客户众多，规模差异较大，通过经销商合作，公司产品能够快速覆盖主要市场，提高推广效率，降低销售成本。

(2) 电子元器件种类繁多，部分大型客户存在一站式采购需求，提高了公司及终端客户运营效率。品牌客户及 ODM 厂商等大客户采购的电子元器件众多，为了降低采购管理难度和成本，部分大型客户选择向经销商集中采购，可以满足大型客户一站式采购的需求。

同时，通过经销商采购，可以较好服务于公司资金回笼、终端客户的提前备货和信用期需求，既加快了公司资金回笼及运营效率，又缓解了终端客户的备货资金压力。根据与客户的访谈确认，公司与经销商的账期普遍为货到付款，少部分经销商存在 30 天到 45 天的账期，而终端客户的账期普遍为 30 天到 90 天不等。

另一方面，公司与部分终端大客户未采取直销模式，主要出于以下两方面考虑：第一，综合考虑近年来国际贸易摩擦等因素的影响，与部分客户直接交易将加大公司生产经营风险；第二，采用经销模式有利于降低资金回笼压力，增加自身抗风险能力。

报告期内，公司采取全经销商模式，符合集成电路行业惯例，具有商业合理性和必要性。

根据同行业竞争对手的招股说明书与反馈问询回复等资料，通过同行业可比公司对比分析，公司采用的经销销售模式被同行业公司普遍采用，属于行业惯例。

具体如下表所示：

公司名称	公司在经销链条中的作用
圣邦股份	1、销售部会同市场部根据市场及客户需求制订销售计划； 2、公司谨慎选择经销商，在合作之前会对经销商的规模、业务能力及信用等方面进行充分调查，确立合作关系后会向经销商发放代理证，与主要经销商签订框架协议； 3、销售人员维护以及拓展经销商和终端客户。 4、对经销商在推广关键节点或重要技术问题时给予支持。
中颖电子	1、经验证合格的产品正式导入市场，公司通过以下三种方式进行推广：公司市场营销人员持续推广；通过经销商进行市场推广；在公司网站披露新产品信息来进行推广。 2、当产品进入量产阶段，公司销售部人员会至少每月更新一次市场未来三个月至半年的需求量的预估，根据客户订单和销售部的预估，生产企划部人员安排投产计划，晶圆加工、封装、测试和货品交付； 3、量产过程中，由销售部与生产企划部进行订单管理，由产品工程部进行工艺监督管控，以确保生产的顺利进行； 4、产品交付客户后，公司质量及客户服务人员还会定期为重要客户进行质量改善与技术支持工作，提高客户生产良率，建立公司质量形象。
思瑞浦	1、公司的销售部门通过专业会展、技术论坛、行业协会等方式，结合《代理商管理工作指导》的要求，寻找合适公司产品的经销商。随着公司在业内口碑的不断积累，亦存在经销商主动谋求代理公司产品的情况。公司通过上述方式不断扩充合格经销商。 2、在经销模式下，营销工作主要由经销商自行开展，公司则全力配合经销商的营销工作。经销商向公司推荐终端客户申请样片测试，公司将送样给终端客户并由现场应用工程师参与该样片的测试工作。一旦通过测试，公司销售人员协同经销商与终端客户进行商务谈判，报价与终端客户达成一致后，终端客户需向经销商下单进入销售流程。
比亚迪半导体	1、公司建立了完善的经销商管理制度，经销商的导入需满足注册资本、员工人数、产品推广经验等相关标准，由产品部门、销售部门、运营部门共同对经销商资质进行评审，经销商导入完成后与公司签署框架协议； 2、公司执行了严格的经销商考核管理制度，从经销商季度预测准确率、新客户开发、新产品推广、订单覆盖率、回款情况等方面对经销商进行综合考察及管理。
力芯微	在获得客户订单后，销售人员进一步与客户协商确认交货期，根据交货期安排通知发货，配送至客户指定地点，并跟踪货物报关或到达情况，及时向客户反馈。
富满电子	1、对于稳定合作的大型经销商，发行人与其签订经销商合作合同； 2、经销商提出采购需求后，销售助理并在系统中查询需求产品是否有充足库存，将出货数量及时间反馈给客户，进一步确定最终订单数量及发货时间； 3、订单数量等信息达成一致后，编制购销合同由销售助理提交总经理审核签署，经审批后的购销合同，销售助理录入 ERP 系统。

由上可见，经销模式下，公司在经销链条中发挥的作用与同行业可比公司不存在重大差异。

2、销售费用率显著高于同行业竞争对手的原因及合理性分析

报告期内，发行人销售费用率与同行业竞争对手对比如下：

单位：万元

项目	项目	营业收入	销售费用	销售费用率	可比公司平均值
2021年1-6月	圣邦股份	91,546.45	5,564.50	6.08%	3.74%
	中颖电子	68,605.83	904.02	1.32%	
	思瑞浦	48,475.15	2,554.19	5.27%	
	比亚迪半导体	-	-	-	
	力芯微	36,975.28	1,841.37	4.98%	
	富满电子	85,087.41	883.02	1.04%	
	发行人	16,393.38	1,328.57	8.10%	
2020年度	圣邦股份	119,654.68	6,790.24	5.67%	3.36%
	中颖电子	101,225.60	1,799.49	1.78%	
	思瑞浦	56,648.85	2,323.44	4.10%	
	比亚迪半导体	144,116.81	3,056.91	2.12%	
	力芯微	54,283.67	2,764.36	5.09%	
	富满电子	83,624.70	1,167.85	1.40%	
	发行人	18,011.74	1,820.55	10.11%	
2019年度	圣邦股份	79,249.49	5,501.69	6.94%	4.29%
	中颖电子	83,414.72	2,339.85	2.81%	
	思瑞浦	30,357.59	1,777.77	5.86%	
	比亚迪半导体	109,629.96	2,367.56	2.16%	
	力芯微	47,457.92	2,868.11	6.04%	
	富满电子	59,822.44	1,145.67	1.92%	
	发行人	8,873.61	1,618.28	18.24%	
2018年度	圣邦股份	57,239.27	4,510.62	7.88%	5.84%

项目	项目	营业收入	销售费用	销售费用率	可比公司平均值
	中颖电子	75,771.05	2,243.08	2.96%	
	思瑞浦	11,392.64	1,475.16	12.95%	
	比亚迪半导体	134,047.19	2,610.26	1.95%	
	力芯微	34,434.32	2,292.07	6.66%	
	富满电子	49,668.87	1,302.21	2.62%	
	发行人	6,726.25	1,227.35		18.25%

由上可见，报告期内，随着销售规模的上升，发行人与同行业可比公司销售费用率均呈现出下降趋势，但是销售费用率不尽相同。

与同行业可比公司相比，公司销售费用率高于同行业可比公司平均值，主要原因系：公司主要产品为模拟芯片，模拟芯片市场具有品类较多、单一客户需求较广的特点，因此，行业客户的深度覆盖是实现销售的重要前提。发行人早期业务规模相对较小，仍处于高速成长阶段，但覆盖电池管理芯片下游客户需要一定的销售人员支持。客户深度覆盖后，可以依靠销量的增加或满足单一客户多元化需求，实现收入增长，但销售人员并非成比例增加。因此，从公司长期发展及客户维护角度，该部分人员需求及支出相对稳定，也导致公司早期的销售费用率相对较高。随着业务规模的持续快速上升，销售费用率将大幅下降。公司2020年度销售费用率已较2018年度大幅下降，为10.11%，与2018年度同等体量规模的思瑞浦的销售费用率相当。

（二）作为研发推动型公司，销售人员薪酬显著高于研发人员的原因、合理性

1、公司研发与销售人员的薪酬情况

报告期内，发行人销售人员和研发人员的薪酬构成情况如下：

单位：人，万元

项目	2021年1-6月		2020年度	
	研发部门	销售部门	研发部门	销售部门
薪酬总额	1,842.85	880.99	1,993.99	1,221.59

项目	2021年1-6月		2020年度	
	研发部门	销售部门	研发部门	销售部门
期末人数	47	22	42	21
平均薪酬	39.21	40.05	47.48	58.17
其中：基本薪酬	27.68	23.31	38.97	34.43
项目	2019年度		2018年度	
	研发部门	销售部门	研发部门	销售部门
薪酬总额	1,813.57	742.93	1,532.12	595.97
期末人数	40	16	38	16
平均薪酬	45.34	46.43	40.32	37.25
其中：基本薪酬	38.60	35.52	34.00	28.99

由上可见，报告期内，研发人员的基本薪酬高于销售人员。2020年，销售人员的人均薪酬超过研发人员主要原因系2020年业务规模提升较快，销售人员的奖金随着业绩增长有一定幅度的提升，报告期内，发行人业绩增长和销售人员的奖金增长的比率如下表所示：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入（万元）	16,393.38	18,011.74	8,873.61	6,726.25
营业收入增长率	210.14%	102.98%	31.93%	-
销售人员人均奖金（万元）	16.73	23.74	10.91	8.26
销售人员奖金增长率	-	117.60%	32.08%	-

注：2021年1-6月的增长率系与2020年同期比较结果，2020年同期数据未经审计。

由上可见，报告期内销售人员奖金增长率基本与发行人的业绩增长基本匹配。

与此同时，为了进一步建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司员工的积极性，有效地将公司利益和核心团队个人利益结合在一起，共同关注公司的长远发展，公司实施期权激励计划。报告期内，公司通过期权方式给予骨干员工长效激励，尤其是研发人员。报告期内，公司期权激励对象具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	股份支付总额	人数	人均股份支付金额
销售费用	691.99	15	46.13
管理费用	319.05	13	24.54
研发费用	2,456.03	40	61.40
合计	3,467.07	68	50.99

2、公司研发与销售人员的可比公司情况

报告期内，发行人人均薪酬与同行业竞争对手对比情况如下：

单位：万元

公司	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
圣邦股份	研发人员平均薪酬	34.11	31.23	26.79
	销售人员平均薪酬	57.24	54.71	45.20
中颖电子	研发人员平均薪酬	36.34	32.07	27.77
	销售人员平均薪酬	42.05	31.32	34.84
思瑞浦	研发人员平均薪酬	48.95	45.08	42.50
	销售人员平均薪酬	47.88	40.12	35.32
比亚迪半导体	研发人员平均薪酬	9.89		
	销售人员平均薪酬	21.13		
力芯微	研发人员平均薪酬	16.38	-	-
	销售人员平均薪酬	34.09	-	-
富满电子	研发人员平均薪酬	3.57	5.82	6.39
	销售人员平均薪酬	8.13	13.90	12.75
发行人	研发人员平均薪酬	47.48	45.34	40.32
	销售人员平均薪酬	58.17	46.43	37.25

注：2021 年 1-6 月同行业可比公司未完整披露相关人员数据。

由上表可见，同行业可比公司中，除思瑞浦以外，销售人员平均薪酬均高于研发人员，因此发行人研发人员和销售人员的平均薪酬情况与同行业可比公司不存在重大差异。

综上所述，2020 年，发行人销售人员的平均薪酬高于研发人员主要系当年

发行人业务的大幅增长所致，与同行业可比公司相比也不存在显著的差异，具有合理性。

（三）全经销模式下，萨摩亚赛微在境外销售活动中发挥的具体作用，发行人支付其产品推广与销售服务费的合理性及定价的公允性

1、萨摩亚赛微的具体作用

萨摩亚赛微负责推广和销售职能的相关人员，为发行人提供以下服务：（1）对接境外客户的产品推广和方案跟进；（2）相关经销商的考核和维护；（3）市场相关信息的搜集整理。

2、交易合理性的说明

在公司筹划境外上市期间，由萨摩亚赛微承担境外产品推广与销售职能。随着公司决定终止境外上市筹划，拟上市主体变更为发行人，但考虑到运营的延续性，未立即终止相关交易，公司境外的产品推广与销售职能继续由萨摩亚赛微承担，即公司向萨摩亚赛微采购前述服务。为减少关联交易，公司于2020年6月起终止上述关联采购，相关服务转由下属子公司萨摩亚赛而微执行。

3、交易定价的公允性说明

采购产品推广与销售服务的交易由双方参考成本协商定价，且维持了相对稳定的毛利水平。按双方签署的合同条款为基础，成本包括对方因业务所需之人员薪资、差旅费用、业务推广服务及各项因产品售后服务所需之各项支出，具体如下所示：

单位：万美元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年	累计
关联交易金额	-	27.84	65.97	49.35	143.16
其成本金额	-	21.46	64.05	47.96	133.47
毛利	-	6.38	1.92	1.39	9.69

由上可见，公司与萨摩亚赛微之间关联交易定价为在成本基础上协商定价。2018年至2020年期间，交易总金额为143.16万美元，略高于其成本金额133.47万美元，相关交易定价具有合理性，不存在异常情况。

与此同时，2021年9月17日和2021年10月8日，发行人召开第一届董事会第七次会议及2021年第二次临时股东大会，分别对前述交易进行审议，确认公司与关联方之间的交易符合公司业务发展需要，交易双方均遵循了自愿、公平、公正的原则，有关交易价格经各方协商一致确定，公允合理，不存在损害公司或其他股东利益的情况。

二、申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司各部门负责人，了解公司组织机构设置、各部门人员界定标准；获取员工花名册及员工薪酬明细账，了解销售和研发部门的员工工作实质，检查薪酬划分为各费用的依据；

2、获取同行业公司的招股说明书、年报等公开材料，核查发行人期间费用率与同行业公司的差异情况；获取同行业可比公司各部门人数、平均薪酬等情况，与发行人各部门人员的数量、平均薪酬进行对比分析；

3、检查薪酬的计提与工资表是否一致，薪酬的支付与银行流水是否一致；

4、检查报告期内奖金计提与实际发放情况，计提的奖金是否实际发放；

5、获取发行人与萨摩亚赛微的合同，查阅合同中对权利义务与定价的约定；

6、访谈萨摩亚赛微，了解双方的交易背景与定价方式，是否存在为发行人代垫费用，对其进行利益输送的情形；

7、检查结算的对账单与付款的银行流水，并对萨摩亚赛微进行函证，函证其交易金额与往来余额。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、全经销模式下，发行人自身销售活动在经销链条中主要负责经销商管理及与经销商共同开拓市场等作用，与同行业竞争对手不存在重大差异。报告期内，

发行人销售费率显著高于同行业竞争对手主要系受业务规模较小，但是覆盖电池管理芯片下游客户需要一定的销售人员支持，该部分人员需求及支出相对稳定的影响所致，具有合理性；

2、公司作为研发推动型公司，注重吸引和留住优秀研发人才，薪酬水平处于同行业可比公司中等以上水平。2018年度，研发人员平均薪酬高于销售人员，2019年度和2020年度，研发人员平均薪酬低于销售人员平均薪酬主要系销售人员薪酬水平受业绩增长影响较大，具有合理性，不存在异常情况；

3、萨摩亚赛微在境外销售活动中负责对接境外客户的产品推广和方案跟进等工作，发行人与萨摩亚赛微交易定价系在成本基础上协商确定，定价公允，具有合理性。

5. 关于收入

根据招股说明书：（1）2018年至2020年，公司各主要产品收入持续增长，主要受下游不同应用市场需求变化影响；（2）公司外销收入确认依据为签收单、报关单等。

请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第41号——科创板公司招股说明书》（以下简称《科创板招股书准则》）第七十六条完善以下信息披露：分产品分析报告各期对下游不同应用领域销售额、销量的变化情况，列举各期不同应用领域的主要终端客户情况，并结合对主要客户销售额变化分析对不同应用领域营业收入变化的原因。

请发行人说明：内销外销划分的依据，外销客户签收单的具体含义，涉及的主要客户及销售额；结合对主要外销客户合同约定销售术语情况，分析根据签收单、报关单确认收入是否符合《企业会计准则》要求，并提交对主要外销经销客户的经销协议。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人披露

对于报告期各期对下游不同应用领域销售额、销量的变化情况，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司销售情况和主要客户”之“（二）主要产品产销情况”中补充披露如下：

“

（二）主要产品产销情况

.....

报告期各期，分产品的下游不同应用领域销售额、销量如下：

1、电池安全芯片

单位：万元，万颗

应用领域	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量
消费电子	37.25	27.62	237.85	195.58	79.33	47.20	12.77	8.25
工业控制	7,691.43	9,181.83	8,244.25	11,157.30	4,749.60	5,819.54	2,154.04	2,430.59
通讯及其他	0.28	0.08	2.65	3.31	3.33	2.32	0.09	0.12
合计	7,728.96	9,209.53	8,484.75	11,356.19	4,832.26	5,869.06	2,166.90	2,438.96

注：根据TI官方网站的分类，工业应用领域包括家用电器、电池组充电器（无绳电动工具、电动自行车、非军用无人机、扫地机器人等）、医疗、照明等多个领域。

报告期内，电池安全芯片销售逐年上升的原因系工业控制领域的终端客户对公司产品认可度不断提升，需求量逐年增长所致，特别是电动工具及轻型电动车辆领域客户的需求量增长。

工业控制领域的主要客户在电池安全芯片方面的销售额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	南京领旺电子科技有限公司/ 南京创乾科技有限公司	2,743.49	4,097.85	2,855.21	1,057.73
2	深圳市旭锦科技有限公司	1,914.16	1,625.84	498.93	105.84

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
3	苏州瑞昌电子科技有限公司	901.77	651.65	275.25	0.95
	合计	5,559.42	6,375.34	3,629.39	1,164.52
	主要客户收入增长额	3,873.01	2,745.95	2,464.87	-
	工业控制领域销售增长额	5,389.69	3,494.65	2,595.56	-
	主要客户收入增长额占比	71.86%	78.58%	94.96%	-

注：2021年1-6月增长数据系与2020年同期比较结果，2020年同期数据未经审计，下同。

上述客户在工业控制领域的主要终端客户情况如下：

客户名称	主要终端客户名称			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
南京领旺电子科技有限公司/ 南京创乾科技有限公司	九通电子、鹏城电子、五月科技、广弘电子、上海电动工具研究所	九通电子、鹏城电子、五月科技、广弘电子、安软科技	九通电子、鹏城电子、五月科技、广弘电子、安软科技、南通沃能	九通电子、南通沃能、川木电器、上海电动工具研究所、南通史力丹
深圳市旭锦科技有限公司	博志新能源、杰特科技、启益电器、易容达	博志新能源、杰特科技、启益电器	博志新能源、杰特科技	杰特科技
苏州瑞昌电子科技有限公司	赛卡电子、南通隆力	力能电子、能率科技	力能电子、能率科技	力能电子、能率科技

注：上述终端客户采购量占经销商最终销售比例超过50%，下同。

由上可见，报告期内，公司电池安全芯片的主要应用领域为工业控制，其中，工业控制领域电池安全芯片销售额增长又以领旺创乾、旭锦科技销售增长为主，主要原因系存在以下两方面：

一方面，报告期内，公司工业控制领域电池安全芯片的应用领域以电动工具为主。电动工具领域作为近年来快速增长的细分领域，亦为公司重点开拓布局领域。根据 Allied Market Research 统计数据，2020年全球无线电动工具市场的市场规模为153亿美元，预计2027年将达到277亿美元，2020-2027年的年均复合增长率将超过10%；报告期内，领旺创乾采购公司电池安全芯片的应用领域以工业控制为主，消费电子、通讯及其他的采购规模较小。受益于终端客户需求及市场行情上升，公司、领旺创乾电动工具领域销售增长较多。

另一方面，公司为轻型电动车辆市场的终端客户设计了多款产品组合的解决

方案，得到旭锦科技终端客户认可，主要采购客户数量和采购规模持续增长。

2、电池计量芯片

单位：万元，万颗

应用领域	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量
消费电子	3,522.13	2,862.19	4,083.41	3,884.67	688.33	575.80	314.59	243.30
工业控制	1,395.38	1,296.99	1,437.87	1,558.53	687.37	756.00	622.00	618.60
通讯及其他	294.75	201.05	200.64	172.02	469.62	611.85	1,652.47	2,096.35
合计	5,212.26	4,360.23	5,721.92	5,615.22	1,845.32	1,943.65	2,589.06	2,958.25

2020年，电池计量芯片销售金额较2019年度大幅增长，主要系消费电子和工业控制领域的终端客户对公司产品认可度不断提升，需求量增长所致。2019年度相较于2018年度有所下降，主要原因系客户A因通讯领域的产品计划调整，从而减少通过ODM厂商闻泰科技的采购量。

(1) 消费电子

消费电子领域的主要客户在电池计量芯片方面的销售额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	深圳市旭锦科技有限公司	436.63	1,406.45	439.04	39.28
2	客户C	-	665.32	-	-
3	优为科技（香港）有限公司	372.87	667.33	-	-
4	深圳市华富强科技有限公司	467.24	601.49	87.82	29.64
5	艾睿电子亚太有限公司	115.41	520.96	60.01	8.39
6	深圳市胜达威电子有限公司	1,200.54	-	-	-
7	深圳泰科源商贸有限公司	733.89	-	-	-
合计		3,326.58	3,861.55	586.87	77.31
主要客户收入增长额		2,428.32	3,274.68	509.56	-
消费电子领域销售增长额		2,605.25	3,395.08	373.74	-
主要客户收入增长额占比		93.21%	96.45%	136.34%	-

注：主要客户收入增长额占比超过 100%的原因系其他客户收入存在小幅减少，下同。

上述客户在消费电子领域的主要终端客户情况如下：

客户名称	主要终端客户名称			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
深圳市旭锦科技有限公司	南京微智、晶讯软件	南京微智、万魔声学、晶讯软件	万魔声学、南京微智	英众世纪、文石信息、亿道数码、博阅科技
客户 C	-	客户 A	-	-
优为科技（香港）有限公司	闻泰科技	闻泰科技	-	-
深圳市华富强科技有限公司	搜电科技	搜电科技	品网科技	品网科技
艾睿电子亚太有限公司	歌尔股份	歌尔股份	歌尔股份	-
深圳市胜达威电子有限公司	客户 A	-	-	-
深圳泰科源商贸有限公司	奥海科技	-	-	-

由上可见，电池计量芯片消费电子领域销售情况主要系受旭锦科技、客户 C 等客户销售波动的影响。2020 年度，消费电子领域中，电池计量芯片销售额增长较快，主要客户贡献超过 90%，主要系受两方面影响：第一，公司新产品在客户实现量产；第二，公司 TWS 耳机等市场需求大幅增长，根据 Counterpoint Research 统计数据，2016 年全球 TWS 耳机出货量仅为 918 万副，2020 年则达到 2.33 亿副，年均复合增长率高达 122.21%，同时预计 2021 年 TWS 耳机出货量将跃升至 3.10 亿副，较 2020 年增长率约为 33%。因此，万魔声学、客户 A、歌尔股份等终端客户采购量相应增加。

（2）工业控制

工业控制领域的主要客户在电池计量芯片方面的销售额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	润欣勤增科技有限公司	271.29	450.47	243.55	381.92
2	胜达电子科技有限公司	253.50	344.22	292.24	158.33
3	深圳市旭锦科技有限公司	223.93	147.49	38.12	23.18
4	深圳市丰硕科技有限公司	77.39	119.47	0.71	26.03

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
5	赛博联电子有限公司	17.33	115.54	59.27	1.45
6	深圳泰科源商贸有限公司	244.96	27.94	1.47	-
	合计	1,088.41	1,205.13	635.36	590.91
	主要客户收入增长额	620.48	569.78	44.45	
	工业控制领域销售增长额	890.94	750.50	65.37	
	主要客户收入增长额占比	69.64%	75.92%	68.00%	

上述客户在工业控制领域的主要终端客户情况如下：

客户名称	主要终端客户名称			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
润欣勤增科技有限公司	客户B	客户B	客户B	客户B
胜达电子科技有限公司	百富计算机	百富计算机	百富计算机	百富计算机
深圳市旭锦科技有限公司	博科能源	博科能源	博科能源	融捷信息
深圳市丰硕科技有限公司	朗仁科技	朗仁科技	天波信息	天波信息
赛博联电子有限公司	禾苗通信	禾苗通信	禾苗通信	禾苗通信
深圳泰科源商贸有限公司	觅睿科技	创米科技	创米科技	-

由上可见，2020年，电池计量芯片在工业控制领域的销售金额增长主要系公司在无人机、POS机、共享单车等终端客户采购量增长所致。

(3) 通讯及其他

通讯及其他领域的主要客户在电池计量芯片方面的销售额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	润欣勤增科技有限公司	97.33	150.97	62.77	70.65
2	优为科技（香港）有限公司	-	-	95.11	1,481.36
3	艾睿电子亚太有限公司	-	-	249.63	61.70
4	深圳市胜达威电子有限公司	131.15	4.12		
	合计	228.48	155.09	407.51	1,613.71

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
	主要客户收入增长额	185.78	-252.42	-1,206.20	-
	通讯及其他领域销售增长额	140.80	-268.98	-1,182.85	-
	主要客户收入增长额占比	131.95%	93.84%	101.97%	-

上述客户的主要终端客户情况如下：

客户名称	主要终端客户名称			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
润欣勤增科技有限公司	铂昕科技	铂昕科技	铂昕科技	铂昕科技
优为科技（香港）有限公司	-	-	闻泰科技	闻泰科技
艾睿电子亚太有限公司	-	-	小米	小米
深圳市胜达威电子有限公司	荣耀	润策	-	-

2019年度，电池计量芯片在消费电子领域的销售金额下降的主要原因系客户A因通讯领域产品计划调整，从而减少通过ODM厂商闻泰科技的采购量。虽然前述产品计划调整，但是客户A2021年继续与公司在该领域产品上开展合作。

3、充电管理等其他芯片

单位：万元，万颗

应用领域	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量	销售金额	销量
消费电子	3,354.25	5,670.72	3,703.08	7,937.69	2,136.37	6,823.98	1,890.20	6,329.76
工业控制	62.68	83.41	95.99	113.71	49.07	139.80	69.80	139.80
通讯及其他	35.23	51.91	5.99	16.72	10.59	34.84	10.29	27.01
合计	3,452.16	5,806.04	3,805.06	8,068.12	2,196.03	6,998.62	1,970.29	6,496.57

报告期内，充电管理等其他芯片的销售金额增长的主要原因系消费电子领域的终端客户需求增长所致。

消费电子领域的主要客户在充电管理等其他芯片方面的销售金额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
1	千腾科技股份有限公司	799.10	1,284.42	958.29	693.75
2	深圳市旭锦科技有限公司	431.65	571.29	43.25	4.02
3	艾睿电子亚太有限公司	176.44	583.52	48.52	-
4	深圳市胜达威电子有限公司	1,135.99	20.60	5.73	5.15
合计		2,543.17	2,459.83	1,055.79	702.92
主要客户收入增长额		1,562.76	1,404.04	352.87	-
消费电子领域收入增长额		1,943.37	1,566.71	246.17	-
主要客户收入增长额占比		80.41%	89.62%	143.34%	-

上述客户在消费电子领域的主要终端客户情况如下：

客户名称	主要终端客户名称			
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
千腾科技股份有限公司	仁宝电脑	仁宝电脑	仁宝电脑	仁宝电脑
深圳市旭锦科技有限公司	晶讯软件	晶讯软件、万魔声学	嘉捷鑫源	-
艾睿电子亚太有限公司	广达电脑、歌尔股份	歌尔股份	歌尔股份	-
深圳市胜达威电子有限公司	客户A	ICS、路华	路华	路华

由上可见，报告期内，充电管理等其他芯片在消费电子领域的销售金额增长主要系：第一，2020年受疫情影响，全球居家办公人员对笔记本电脑需求大幅增长，因此，千腾科技的终端客户仁宝电脑需求也相应增长；第二，报告期内公司推出的新产品充电管理芯片得到市场认可，且下游应用领域TWS耳机需求大幅增长，根据Counterpoint Research统计数据，2016年全球TWS耳机出货量仅为918万副，2020年则达到2.33亿副，年均复合增长率高达122.21%，同时预计2021年TWS耳机出货量将跃升至3.10亿副，较2020年增长率约为33%。因此，终端客户万魔声学、歌尔股份、晶讯软件等采购大幅增长。

”

二、发行人说明

(一) 内销外销划分的依据，外销客户签收单的具体含义，涉及的主要客户及销售额

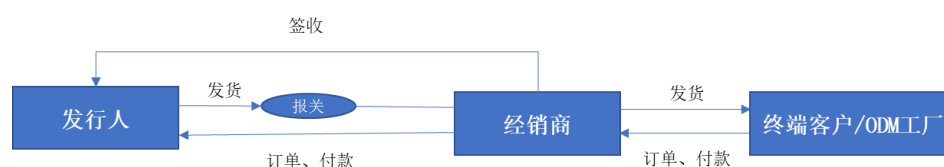
1、内销外销划分的依据

发行人根据货物是否需要履行报关手续来划分内销和外销。其中，履行报关手续的为外销，包括从中国境内销售至境外和中国港澳台地区。

2、外销客户签收单的具体含义

外销客户签收单是指发行人聘请的物流公司将货物已交付至客户指定的仓库，客户在签收单进行签字后取得的单据。

发行人外销过程中货物的流转情况如下图所示：



①发行人通过发行人聘请的物流公司进行货物报关；

②与报关相同的物流公司进行货物的运输，交由客户或客户指定的仓库；

③客户或客户指定的仓库相关人员负责签收该批货物并将签收单回传发行人，发行人依据此签收单确认收入。

3、涉及主要客户及销售额

报告期内，发行人外销前五大客户及其销售额如下表所述：

单位：万元

客户全称	交易额	占当期外销收入比例	占当期营业收入比例
2021年1-6月			
千腾科技股份有限公司	799.10	30.05%	4.87%
胜达电子科技有限公司	417.36	15.70%	2.55%
优为科技（香港）有限公司	374.15	14.07%	2.28%
润欣勤增科技有限公司	357.06	13.43%	2.18%

客户全称	交易额	占当期外销收入比例	占当期营业收入比例
香港仁天科技有限公司	235.92	8.87%	1.44%
合计	2,183.58	82.11%	13.32%
2020 年度			
千腾科技股份有限公司	1,284.42	27.75%	7.13%
艾睿电子亚太有限公司	1,109.95	23.98%	6.16%
润欣勤增科技有限公司	673.47	14.55%	3.74%
优为科技（香港）有限公司	664.09	14.35%	3.69%
胜达电子科技有限公司	350.80	7.58%	1.95%
合计	4,082.73	88.21%	22.67%
2019 年度			
千腾科技股份有限公司	958.29	40.65%	10.80%
艾睿电子亚太有限公司	360.27	15.28%	4.06%
胜达电子科技有限公司	321.77	13.65%	3.63%
润欣勤增科技有限公司	310.69	13.18%	3.50%
ENE 科技公司	149.76	6.35%	1.69%
合计	2,100.78	89.11%	23.68%
2018 年度			
优为科技（香港）有限公司	1,487.46	41.22%	22.11%
千腾科技股份有限公司	693.75	19.22%	10.31%
润欣勤增科技有限公司	466.63	12.93%	6.94%
华科供应链（香港）有限公司	291.02	8.06%	4.33%
胜达电子科技有限公司	176.89	4.90%	2.63%
合计	3,115.75	86.33%	46.32%

注：以下客户按最终控制方外销主体合并计算：

- (1) 优为科技（香港）有限公司和雷盟國際（香港）有限公司；
- (2) 艾睿电子亚太有限公司、ULTRA SOURCE TECHNOLOGY CORP.

（二）结合对主要外销客户合同约定销售术语情况，分析根据签收单、报关单确认收入是否符合《企业会计准则》要求，并提交对主要外销经销客户的

经销协议

1、合同约定情况

报告期内，发行人与上述外销客户合同约定的销售主要术语如下：

价格条款：合同约定价格条款为 FOB，且约定发行人将产品交付至经销商订单指定地点，经销商在签收货物的同时对产品数量及是否存在缺陷等进行验收，经销商一旦完成验收即视为订单交付履行完毕，产品所有权、损毁灭失风险即转移至经销商。

退货条款：除非因为产品存在质量问题，否则公司无义务接受任何产品退换货。若产品存在质量问题，经销商应向公司提交经双方认可的书面检测报告并申请退换货。

2、根据签收单、报关单确认收入符合《企业会计准则》要求

报告期内，发行人根据签收单及报关单等确认收入，符合《企业会计准则》的要求，具体理由如下：

（1）发行人 2018 年度和 2019 年度收入确认原则符合《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2006]3 号）的要求，具体分析如下：

收入确认准则	分析说明
（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	产品为标准化产品，无需安装调试，交付即可使用，因此从交付客户时点起购买方即承担货物灭失或损坏的一切风险，销售方已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给了购货方
（二）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制	在产品完成交付后，产品的控制权即发生了转移，销售方不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制
（三）收入的金额能够可靠地计量	根据订单确认上的数量单价以及金额进行交付，因此收入的金额能够可靠地计量
（四）相关的经济利益很可能流入企业	对于大部分经销商采用先款后货的方式，对于部分合作时间长、信用好的客户给予一定账期，因此发生坏账的风险比较低，相关经济利益很可能流入企业
（五）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量	公司会计核算规范，对于所销售产品成本能够可靠地计量

（2）发行人 2020 年度收入确认原则符合《企业会计准则第 14 号—收入》

（财会[2017]22号）的要求，具体分析如下：

收入确认准则	说明
（一）企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	根据协议约定客户在签收货物的同时对产品数量及是否存在缺陷等进行验收，一旦完成验收即视为订单交付履行完毕，产品所有权、损毁灭失风险即转移至客户，客户就负有现时付款义务
（二）企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	根据协议约定客户在签收货物的同时对产品数量及是否存在缺陷等进行验收，一旦完成验收即视为订单交付履行完毕，产品所有权、损毁灭失风险即转移至客户
（三）企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品	根据协议发行人将产品交付至客户订单指定地点，客户已签收即客户已实物占有该商品
（四）企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	根据协议约定客户在签收货物的同时对产品数量及是否存在缺陷等进行验收，一旦完成验收即视为订单交付履行完毕，产品所有权、损毁灭失风险即转移至客户即风险报酬已转移
（五）客户已接受该商品	根据协议约定客户在签收货物的同时对产品数量及是否存在缺陷等进行验收，一旦完成验收即视为订单交付履行完毕，产品所有权、损毁灭失风险即转移至客户即客户已接受该产品
（六）其他表明客户已取得商品控制权的迹象	-

（3）报告期内，发行人收入确认原则与同行业可比公司的相关确认政策不存在差异，具体情况如下：

可比公司	外销收入确认政策
圣邦股份	对于境外客户，报关出口并运送到客户指定的收货地点（境内主体销售），或者运送到客户指定收货地点（境外主体销售），确认客户已经收到时，依据合同约定的价格条款确认当期实现的收入
中颖电子	本公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，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，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移
思瑞浦	公司以销售产品交付购货方，经购货方签收并确认接收产品后作为风险报酬的转移时点确认销售收入，以购货方的签收单作为收入确认依据
比亚迪半导体	公司按照合同约定，将商品发货至客户指定地点，对于经销商销售及直接销售客户，公司可以在商品交付并经客户签收时点确认销售收入的实现。
力芯微	一般模式：公司根据合同约定办理完出口报关手续且货物实际放行时，代表公司已将该部分出口商品的法定所有权以及所有权上的主要风险和报酬转移给客户，同时公司就该部分商品取得现时收款权利、客户

可比公司	外销收入确认政策
	<p>就该部分商品负有现时付款义务。</p> <p>中转仓模式：公司出口销售将商品运送至客户指定的中转仓，客户实际领用后，代表公司已将该部分商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，并就该部分商品享有现时收款权利，同时客户已拥有该部分商品的法定所有权，并就该部分商品负有现时付款义务。</p>
富满电子	当商品运送至客户且客户已接受该商品时，客户取得商品的控制权，本公司获得收取货款权利后确认收入实现。

综上所述，发行人境外销售的收入确认与同行业可比公司无较大的差异。发行人以客户完成签收的时点作为境外销售收入确认的时点，以报关单、签收单作为境外销售的收入确认的依据，此时相关的产品所有权(控制权)已转移至客户，因此其收入确认方式符合《企业会计准则》要求。

3、发行人已提交对主要外销经销客户的经销协议。

三、申报会计师核查意见

(一) 核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、了解公司与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制设计，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、访谈公司销售及财务负责人，了解公司销售业务流程、收入准则对公司业务模式、合同条款、收入确认等方面的影响；
- 3、获取并检查境外收入明细表，检查境外客户的公司注册证，核实境外客户的真实性；
- 4、检查主要客户的销售合同，了解主要合同条款，评价公司收入确认方法是否适当；
- 5、查阅原收入准则和新收入准则，对比新收入准则实施前后的公司收入确认会计政策；
- 6、查阅同行业可比公司的收入确认政策，与公司的收入确认政策进行对比分析；

7、抽样检查发行人报告期外销收入确认的完整单据，包括销售订单、发货单、报关单、签收单、发票、银行回单。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

公司外销依据签收单、报关单确认收入符合《企业会计准则》要求。

7. 关于数据匹配性

7.1 关于纳税数据与经营数据的匹配性

根据招股说明书：（1）公司 2018 年至 2020 年应缴增值税金额为 42.05 万元、423.87 万元、373.75 万元；（2）2018 年至 2020 年，公司境内销售收入为 3,117.31 万元、6,516.06 万元、13,383.87 万元，公司内销各主要产品毛利率在 40.70%至 71.04%之间；（3）2018 年至 2020 年，公司产销量接近 100%，产品成本为晶圆、封测等委外加工支出，且未见大额设备采购。

请发行人说明：报告期各期应缴增值税金额与营业收入、采购额等的匹配性。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

公司根据销售货物应税收入按各期间适用税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额计提并缴纳增值税。

报告期各期，公司应缴增值税与销项税额、进项税额等关系如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销项税额 (A)	1,813.61	1,771.76	908.67	530.29
其中：销售商品销项税	1,786.25	1,740.19	879.65	509.59

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
代扣代缴增值税	27.36	31.57	29.02	20.70
进项税额 (B)	646.22	1,399.02	463.54	608.16
其中：购买商品接受劳务进项税	606.94	1,241.01	402.39	529.05
费用进项税	29.38	78.92	38.48	62.46
长期资产进项税	9.91	79.09	22.67	16.65
进项税转出 (C)	0.32	1.29	0.33	0.09
待抵扣进项税额转入其他流动资产 (期末-期初) (D)	-1.31	-0.28	-21.59	-35.67
出口退税 (E)	-	-	-	155.50
应缴增值税 (F=A-B+C+D+E)	1,166.39	373.75	423.87	42.05

注1：根据财税[2012]39号《关于出口货物劳务增值税和消费税政策的通知》第五条，生产企业出口自产货物和视同自产货物及对外提供加工修理修配劳务，以及列名生产企业出口非自产货物，免征增值税，相应的进项税额抵减应纳增值税额（不包括适用增值税即征即退、先征后退政策的应纳增值税额），未抵减完的部分予以退还。公司属于集成电路制造的生产企业，出口货物征税率与退税率一致，不存在不得免征和抵扣的税额。其原材料采购产生增值税进项税，不存在当期不得免征和抵扣的税额，故无需作增值税进项税转出。由于公司2018年部分月份出口货物的免抵退税额大于应纳税额，存在未免抵完的税额，因此发行人于2018年收到出口退税。

注2：增值税率2018年5月1日由17%调整为16%，2019年4月1日由16%调整为13%。

1、公司报告期内销售税额情况

公司增值税销项税额由两部分构成，一部分为销售商品增值税，另一部分为接受萨摩亚赛微的服务所代扣代缴的增值税。

报告期内，公司销售商品销项税与销售额的关系如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度	
	境内	境外	境内	境外
销售额 (A)	13,734.20	2,659.18	13,383.87	4,627.87
销售商品销项税 (B)	1,786.01	-	1,740.19	-
销售商品销项税/销售额 (C=B/A)	13.00%	0.00%	13.00%	0.00%

项目	2019 年度		2018 年度	
	境内	境外	境内	境外
销售额 (A)	6,516.06	2,357.55	3,117.31	3,608.94
销售商品销项税 (B)	879.65	-	509.59	-
销售商品销项税/销售额 (C=B/A)	13.50%	0.00%	16.35%	0.00%

注：出口自产货物，免征生产销售环节的增值税，故境外销售额无对应销项税额。

由上表可以看出，公司销项税额与境内销售额变动趋势一致，且税率符合当期增值税变化情况，报告期内公司销项税额与当期境内销售额勾稽匹配不存在异常情况。

2、公司报告期内进项税额情况

购买商品接受劳务进项税占当期进项税额占比较高，因此仅对购买商品接受劳务进项税进行勾稽分析。

报告期内，公司购买商品接受劳务进项税与采购额的关系如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
商品和劳务采购额 (A)	4,646.65	9,461.79	3,097.26	3,216.01
暂估未税加工费(期初-期末)(B)	22.22	81.61	-100.86	-3.53
开票商品和劳务采购额 (C=A+B)	4,668.87	9,543.40	2,996.40	3,212.48
购买商品接受劳务进项税 (D)	606.94	1,241.01	402.39	529.05
购买商品接受劳务进项税/含税采购额 (E=D/C)	13.00%	13.00%	13.43%	16.47%

由上表可以看出，公司进项税额与采购额的变动趋势一致，且税率符合当期增值税变化情况。

2020年度较2019年度购买商品接受劳务进项税增加208.41%，系受晶圆和封测的采购额增加所致。其中，晶圆采购额较上期增加4,639.51万元，封测采购额较上期增加1,725.01万元，主要原因系2020年起公司客户需求增加，公司日常的原材料（晶圆）和库存商品的备货规模也相应扩大，对应采购量亦同步增加，期末存货较期初增长金额2,313.66万元。

报告期内公司进项税额与当期采购总额勾稽匹配不存在异常情况。

综上所述，报告期各期应缴增值税金额与营业收入、采购额相匹配。

二、申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、对发行人的财务负责人进行访谈，了解发行人关于销售与收款、采购与付款内控流程，执行了销售与收款、采购与付款的穿行测试；
- 2、获取报告期内发行人及其子公司的年度增值税纳税申报表及免抵退税申报表，并与发行人的财务报表进行核对；
- 3、获取报告期内发行人及其子公司的采购销售及费用明细账；
- 4、获取报告期内各期应交增值税科目余额变动表；
- 5、针对报告期内发行人及其子公司各年度实现的营业收入、采购成本费用，按税法规定相应税率执行重复计算及合理性复核。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人报告期各期应缴增值税金额与营业收入、采购额相匹配，具有合理性。

7.2 关于产销率与存货变化

根据招股说明书：（1）2018年至2020年，发行人充电管理等其他芯片产销率为100.40%、101.28%、109.31%，电池计量芯片产销率为102.68%、110.12%、91.73%，电池安全芯片产销率为76.40%、100.26%、90.16%；（2）2018年至2020年末，产品平均单位成本未见大幅增长，存货中库存商品金额持续增长。

请发行人说明：产品产销量接近或持续超过100%情况下，库存商品持续增长的合理性，产销率数据的准确性。

请申报会计师说明：对报告期各期晶圆委外代工数量、封测委外代工数量、发行人产品销量、期初期末库存量匹配性核查的具体情况，是否存在的差异及其原因。

【回复】

一、发行人说明

产品产销量接近或持续超过 100%情况下，库存商品持续增长的合理性及产销率数据的准确性分析如下：

1、电池安全芯片

报告期内，电池安全芯片的库存商品明细变化与产销率数据的情况如下：

单位：万颗、万元

项目	编号	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初发出商品数量	1	-	71.40	491.95	-
期初库存商品数量	2	2,673.62	1,388.74	1,081.63	1,040.41
本期生产入库数量	3	7,504.91	12,595.67	5,854.05	3,192.55
本期销售出库数量	4	9,209.53	11,356.19	5,869.06	2,438.96
本期其他出入库数量	5	-9.55	-25.99	-98.43	-220.42
期末发出商品数量	6	-	-	71.40	491.95
期末库存商品数量	7=1+2+3-4+5-6	959.45	2,673.62	1,388.74	1,081.63
本期产销率	8=4/3	122.71%	90.16%	100.26%	76.40%
期末库存商品金额		303.24	784.66	431.44	338.62

如上表所示，报告期内，电池安全芯片的产销率数据勾稽准确，与期末库存商品及发出商品合计数量相匹配。报告期内，电池安全芯片产销率与库存商品余额波动趋势合理，即产销率低于 100%，则期末库存商品金额相应增长，反之亦然，不存在异常情况。2019 年末出现产销率超过 100%且期末库存商品金额亦增长的情况，系受发出商品的影响，如剔除期末发出商品的影响，电池安全芯片报告期各期的产销率均低于 100%。2018 年度其他出入库数量较大，主要为当期对于呆滞的库存商品 210.72 万颗进行批量报废。

报告期内电池安全芯片库存商品金额持续增长的主要原因系随着公司业务规模的扩大，公司日常备货的规模也相应扩大，从而使得期末的库存数量和金额持续增长。

2、电池计量芯片

报告期内，电池计量芯片的库存商品明细变化与产销率数据的情况如下：

单位：万颗、万元

项目	编号	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初发出商品数量	1	-	26.10	-	6.90
期初库存商品数量	2	883.80	380.08	577.87	644.36
本期生产入库数量	3	4,236.88	6,121.21	1,765.06	2,881.14
本期销售出库数量	4	4,360.23	5,615.22	1,943.65	2,958.25
本期其他出入库数量	5	-9.86	-28.37	6.90	3.72
期末发出商品数量	6	-	-	26.10	-
期末库存商品数量	7=1+2+3-4+5-6	750.59	883.80	380.08	577.87
本期产销率	8=4/3	102.91%	91.73%	110.12%	102.68%
期末库存商品金额		392.78	396.45	140.16	211.11

如上表所示，报告期内，电池计量芯片的产销率数据准确，与期末库存商品及发出商品合计数量相匹配，报告期内，电池计量芯片产销率与库存商品余额波动趋势合理，即产销率高于100%，则期末库存商品金额相应减少，反之亦然，不存在异常情况。

报告期内，电池计量芯片库存商品金额呈现先减后增趋势，主要受数量变动影响。2020年电池计量芯片库存商品金额增长的主要原因系随着公司业务规模的扩大，公司日常备货的规模也相应扩大，同时产品结构有一定的调整，从而使得期末的库存商品数量和金额相应增长。2019年末电池计量芯片余额较2018年末下降33.61%，主要系对前期库存的消耗。

3、充电管理等其他芯片

报告期内，充电管理等其他芯片的库存商品明细变化与产销率数据的情况如

下：

单位：万颗、万元

项目	编号	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初发出商品数量	1	-	79.20	33.00	-
期初库存商品数量	2	1,394.72	2,037.40	2,165.30	2,288.34
本期生产入库数量	3	5,595.12	7,381.08	6,910.16	6,470.76
本期销售出库数量	4	5,806.04	8,068.12	6,998.62	6,496.57
本期其他出入库数量	5	-61.46	-34.83	6.76	-64.23
期末发出商品数量	6	-	-	79.20	33.00
期末库存商品数量	7=1+2+3-4 +5-6	1,122.34	1,394.72	2,037.40	2,165.30
本期产销率	8=4/3	103.77%	109.31%	101.28%	100.40%
期末库存商品金额		310.71	439.96	356.92	304.60

如上表所示，报告期内，充电管理等其他芯片的产销率数据准确，与期末库存商品及发出商品合计数量相匹配，不存在异常情况。

报告期内，充电管理等其他芯片呈现出产销率超过100%和期末库存商品金额逐年增长并存的情况，主要原因系充电管理等其他芯片细分品种较多，公司充电管理等其他芯片按功能主要可分为充电管理芯片、负载开关芯片、限流开关芯片等，不同产品单价差异较大。报告期内，价值较高的充电管理芯片占比逐年提升，从而使得期末库存商品金额逐年增长。

4、期末库存商品销售情况

2021年1-6月，公司实现销售收入16,393.38万元，同比增长210.14%。2020年度期末库存商品金额大幅增长主要系因应业务正常增长而日常备货增长，期后销售情况良好，不存在异常情况。

综上所述，报告期内库存商品及发出商品的合计数量变动与产销率数据相匹配，库存商品余额的持续增长主要系根据客户需求影响，增加库存数量和调整产品结构影响所致，不存在异常情况，因此报告期内库存商品金额保持持续增长，具有合理性。

二、申报会计师核查意见

(一) 申报会计师说明

报告期内，发行人产品销售与晶圆委外代工数量、封测委外代工数量、期初期末库存的匹配情况如下所示：

指标	编号	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
晶圆采购量（片）	1	6,971.00	19,959.00	4,830.00	6,416.00
晶圆生产投入量（片）	2	8,865.34	17,817.26	6,608.60	5,681.40
晶圆理论可封测芯片量（万颗）（注1）	3	15,336.94	32,416.10	16,127.35	13,733.49
委托加工物资变动（期初-期末）（万颗）	4	2,459.14	-5,646.99	-1,275.39	-871.69
当期实际产成品入库（万颗）	5	17,336.91	26,097.95	14,529.27	12,544.45
差异数量（万颗）	6=5-(3+4)	-459.17	-671.17	-322.68	-317.35
差异率	7=6/3	-2.99%	-2.07%	-2.00%	-2.31%
期初发出商品数量（万颗）	8	-	176.70	524.95	6.90
期初库存商品数量（万颗）	9	4,952.14	3,806.22	3,824.80	3,973.12
本期销售数量（万颗）	10	19,375.80	25,039.53	14,811.33	11,893.79
其他出入库影响（万颗）（注2）	11	-80.87	-89.20	-84.77	-280.93
期末发出商品数量（万颗）	12	-	-	176.70	524.95
期末库存商品数量（万颗）	13=8+9+5-10+11-12	2,832.38	4,952.14	3,806.22	3,824.80

注 1：晶圆理论可封测芯片量=单片晶圆可切割芯片的数量×晶圆测试和封装测试的良率×实际晶圆投入片数。

注 2：其他出入库主要系报废出库、研发领料、销售送样等。

报告期内，晶圆采购数量与当年生产投入量存在时间性差异，但整体投入比例较高，公司晶圆采购主要考虑终端客户需求、晶圆厂产能情况、预计晶圆价格情况等因素。

报告期内，发行人的整体晶圆理论可封测芯片量与实际入库量差异较小，差异主要系在实际生产过程中的合理损耗。

（二）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取报告期各期末发行人存货余额明细表以及存货进销存明细表，分析各类存货的主要项目占比是否符合发行人生产经营情况，分析报告期各期末存货余额的变动原因及合理性；

2、抽取报告期内存货结转相关单据进行检查，主要包括抽取晶圆加工厂商发货单据与发行人晶圆入库记录进行核对，抽取封测加工厂商发货单据与发行人产成品收货入库记录进行核对，抽取客户产成品签收单据与发行人销售出库记录进行核对，复核存货流转过程中归集分配和结转准确性；

3、访谈生产部门、采购部门人员，了解发行人主要原材料及主要产品的采购周期、生产周期、发货周期，核实存货周转天数的合理性；

4、了解发行人存货管理制度，对报告期内发行人的采购与付款循环、生产循环进行了解和内控测试，采取抽样的方式，针对内控主要控制点取得执行的关键证据，评价内控设计的合理性以及执行的有效性；

5、了解和检查公司存货盘点制度和执行情况，对于**2021年6月30日**、2020年12月31日的存货按证监会要求和**中国注册会计师审计准则**执行监盘程序，对于以前年度无法监盘的存货执行以下补充程序：对于存放在委托加工厂商处的存货以及发出商品进行了函证确认，对于以前年度已收货入库的库存商品检查入库单据以及公司盘点表予以确认。

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、存货期末库存商品与发出商品合计数量与产销率匹配，产销率数据准确；

2、报告期各期，晶圆委外代工数量、封测委外代工数量、发行人产品销量、期初期末库存量相匹配，不存在重大差异。

8. 关于股份支付

根据招股说明书：报告期内公司对员工实施了期权激励，行权价为不低于2019年经审计每股净资产，但未明确公允价值依据，发行人相应预计确认股份支付费用总额为2,908.65万元。

请发行人说明：期权公允价值的确认依据及预计股份支付总额的计算过程，在各项费用之间分配过程及准确性。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

（一）期权公允价值确认依据

根据《企业会计准则第11号-股份支付》第四条规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。《企业会计准则第11号-股份支付》应用指南进一步指出，对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，应当按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，应当采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型至少应当考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

1、本次公允价值估值方法

鉴于不存在活跃市场的期权等权益工具，发行人聘请第三方专业资产评估机构对授予期权的公允价值进行了评估。根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《广东赛微电子股份有限公司拟实施期权激励涉及的股票期权市场价值项目资产评估报告》（沃克森国际评报字【2021】第0080号及【2021】1271号评估报告）（以下简称“《期权评估报告》”），本次期权公允价值评估采用布莱克-斯科尔斯（Black-Scholes）期权定价模型计算，评估模型及参数的计算过程如下：

$$C = Se^{-\gamma t} N(d_1) - Xe^{-rt} N(d_2)$$

$$d_1 = \frac{\ln(S/X) - (R - \gamma + \delta^2 / 2)T}{\delta\sqrt{T}} + d_2 = d_1 - \sigma\sqrt{T}$$

其中：

C：期权价值，S：授予日价格， γ ：连续复利计算的股息率，N：正态累计概率分布函数，X：行权价格，r：无风险收益率，t：期权剩余存续年限， δ ：波动率。

2、本次期权公允估值的主要参数

主要参数	具体情况
授予日	股东会决议日，2020年11月2日
期权的行权价格	不低于2019年经审计每股净资产，为3.52元
期权的有效期	根据发行人股权激励计划，期权行权最长等待年限为5年
标的股份的现行价格	参考2020年9月同期投资者萨摩亚赛微与毕方一号之间的股权转让价格，为15.33元/注册资本
股价的预计波动率	Wind 信息技术-半导体与半导体生产设备-半导体产品与半导体设备-半导体产品行业股票指数最近1年、2年、3年、4年、5年波动率
股份的预计股利	采用 Wind 信息技术-半导体与半导体生产设备-半导体产品与半导体设备-半导体产品行业最近1年、2年、3年、4年、5年股息率
期权有效期内的无风险利率	采用中国人民银行制定的金融机构1年期、2年期、3年期、4年、5年期存款基准利率。

根据布莱克-斯科尔斯（Black-Scholes）期权定价模型及相关参数，公司各期每股期权价格分别为 11.8446 元、11.9004 元、11.9899 元、12.0793 元和 12.1808 元，期权公允价值总额为 2,908.65 万元，发行人相应确认了 2,908.65 万元的股份支付费用。

2021年6月2日，本次激励计划的预留激励期权授予条件已经满足，发行人按照相关调整机制，共向8名激励对象授予预留激励期权58.20万份，行权价格为1.12元/份。预留部分各期每股期权价格分别为9.5851元、9.5879元、9.5948元和9.6107元，预留部分期权公允价值总额为558.41万元，发行人相应确认了558.41万元的股份支付费用。

(二) 预计股份支付总额计算过程以及在各项费用之间分配过程

1、期权激励计划的主要内容

根据《东莞赛微电子股份有限公司 2020 年度期权激励计划（草案）》，发行人于 2020 年 11 月实施期权激励计划，拟合计向 60 名激励对象首次授予激励期权 242.41 万份，占本激励计划审议时公司股本总额的 12.67%，相关期权激励计划的主要内容如下：

授予日：股东会决议日 2020 年 11 月 2 日

计量方式：需要在职工履行一定期限的服务或在企业达到一定业绩条件之后才可行权，等待期内每个资产负债表日，企业应当根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。

期权激励计划约定期权得等待期指激励期权授予之日起至激励期权可行权日之间的时间。分别为自激励期权授予之日起 12 个月、24 个月、36 个月、48 个月、60 个月。

激励期权的行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权安排	行权时间	行权比例
第一个行权期	自激励期权授予之日起 12 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 24 个月内的最后一日当日止	20%
第二个行权期	自激励期权授予之日起 24 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 36 个月内的最后一日当日止	20%
第三个行权期	自激励期权授予之日起 36 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 48 个月内的最后一日当日止	20%
第四个行权期	自激励期权授予之日起 48 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 60 个月内的最后一日当日止	20%
第五个行权期	自激励期权授予之日起 60 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 72 个月内的最后一日当日止	20%

2021 年 6 月 2 日，公司向 8 名激励对象授予预留激励期权 58.20 万份，占本激励计划审议时公司股本总额的 0.97%。

计量方式：需要在职工履行一定期限的服务或在企业达到一定业绩条件之后才可行权，等待期内每个资产负债表日，企业应当根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。

期权激励计划约定期权得等待期指激励期权授予之日起至激励期权可行权日之间的时间。分别为自激励期权授予之日起 12 个月、24 个月、36 个月、48 个月。

激励期权的行权期及各期行权时间安排如下表所示：

行权安排	行权时间	行权比例
第一个行权期	自激励期权授予之日起 12 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 24 个月内的最后一日当日止	25%
第二个行权期	自激励期权授予之日起 24 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 36 个月内的最后一日当日止	25%
第三个行权期	自激励期权授予之日起 36 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 48 个月内的最后一日当日止	25%
第四个行权期	自激励期权授予之日起 48 个月后的第一日起至激励期权授予之日起 60 个月内的最后一日当日止	25%

2、预计股份支付总额及分配情况

根据《东莞赛微电子股份有限公司 2020 年度期权激励计划（草案）》及相关授予协议，公司本次期权激励计划在等待期的各年分配比例如下：

等待期	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
第一期期权	16.67%	83.33%	-	-	-	-
第二期期权	8.33%	50.00%	41.67%	-	-	-
第三期期权	5.56%	33.33%	33.33%	27.78%	-	-
第四期期权	4.17%	25.00%	25.00%	25.00%	20.83%	-
第五期期权	3.33%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	16.67%

预留部分在等待期的各年分配比例如下：

等待期	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
第一期期权	58.33%	41.67%			
第二期期权	29.17%	50.00%	20.83%		
第三期期权	19.44%	33.33%	33.33%	13.89%	
第四期期权	14.58%	25.00%	25.00%	25.00%	10.42%

根据《期权评估报告》，公司各期股票期权的公允价值情况如下表所示：

单位：年、万股、元/股、万元

序号	名称	等待期	当期行权数量	期权价格	期权评估值
1	第一期期权	1.00	48.48	11.8446	574.25
2	第二期期权	2.00	48.48	11.9004	576.95
3	第三期期权	3.00	48.48	11.9899	581.29
4	第四期期权	4.00	48.48	12.0793	585.62
5	第五期期权	5.00	48.48	12.1808	590.54
合计			242.41	-	2,908.65

预留部分各期股票期权的公允价值情况如下表所示：

单位：年、万股、元/股、万元

序号	名称	等待期	当期行权数量	期权价格	期权评估值
1	第一期期权	1.00	14.55	9.5851	139.46
2	第二期期权	2.00	14.55	9.5879	139.50
3	第三期期权	3.00	14.55	9.5948	139.60
4	第四期期权	4.00	14.55	9.6107	139.84
合计			58.20		558.41

根据《企业会计准则第11号-股份支付》，发行人预计未来各期确认的股份支付=每年各等待期分配比例*各期期权公允价值。根据上述原则计算下每期确认得股份支付金额如下：

单位：万元

等待期	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	合计
第一期期权	95.71	478.54	-	-	-	-	574.25
第二期期权	48.08	288.48	240.40	-	-	-	576.95
第三期期权	32.29	193.76	193.76	161.47	-	-	581.29
第四期期权	24.40	146.41	146.41	146.41	122.01	-	585.62
第五期期权	19.68	118.11	118.11	118.11	118.11	98.42	590.54
合计	220.17	1,225.29	698.67	425.98	240.11	98.42	2,908.65

注：经计算2018年至2020年公司员工离职率较低，人数变动影响较小，报告期内进行期权计算时暂不考虑员工离职率的影响。

预留部分每期确认得股份支付金额如下：

单位：万元

等待期	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	合计
第一期期权	81.35	58.11	-	-	-	139.46
第二期期权	40.69	69.75	29.06	-	-	139.50
第三期期权	27.15	46.53	46.53	19.39	-	139.60
第四期期权	20.39	34.96	34.96	34.96	14.57	139.84
合计	169.58	209.35	110.55	54.35	14.57	558.41

本次激励对象涉及不同的部门及岗位员工，公司按照上述按激励对象按照所在部门及岗位性质归集相应的股份支付费用，分别记入“销售费用”、“管理费用”和“研发费用”，同时确认“资本公积”。对2021年1-6月和2020年度影响各科目的情况如下：

单位：万元

项目	股份支付总额	2021年1-6月金额	2020年度金额
销售费用	691.99	140.93	46.67
管理费用	319.05	55.47	15.44
研发费用	2,456.03	488.32	158.06
合计	3,467.07	684.72	220.17

二、申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、了解公司期权激励计划实施背景和实施范围，获取股权激励方案、决策文件；
- 2、检查期权激励计划相关文件以及相应的董事会决议、股东（大）会决议、本次期权激励计划等；
- 3、检查期权激励计划授予对象名单、公司员工名册、关注激励对象是否有离职情况，了解锁定期及执行情况；

4、取得并检查公司股份支付相关权益工具公允价值的计量相关依据，对评估报告的主要参数进行复核，确认相关投资者是否为外部独立投资者，交易价格是否公允；

5、检查公司股份支付的账务处理，确定相关会计分录是否符合企业会计准则的规定，重新计算股份支付相关金额，确定其股份支付金额是否准确以及分配过程是否准确性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）公司股权激励已按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》进行会计处理，股份支付的计算过程和会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

（2）公司参考第三方评估机构对公司的评估值以及相近时期外部投资人受让公司股份的价格作为公允价值的参考依据，与公司所处经营阶段和自身特点相符，股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理；

（3）公司报告期内股份支付按激励对象所在部门及岗位性质进行分配，并计入不同费用项目体现了费用的配比原则，核算准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

9. 关于毛利率

根据招股说明书：（1）发行人列示了各主要产品平均单位售价和单位成本情况，但未分析单位售价和单位成本变化的原因；（2）2018 年至 2020 年，发行人产品毛利率为 59.81%、61.75%、60.37%，高于同行业公司均值的 53.91%、54.94%、55.26%，其中较境内同行业行为圣邦股份、中颖电子各期毛利率超过 11.64 个百分点至 19.82 个百分点。发行人认为主要是产品专注于技术门槛较高的电池管理芯片，部分产品竞争对手较少。

请发行人按照《科创板招股书准则》第七十六条完善以下信息披露：结合业务背景，分析公司各主要产品单位售价、单位成本变化的原因，从而进一步

分析各主要产品毛利率变化的原因。

请发行人说明：主要产品与同行业竞争对手的具体差别，电池管理芯片领域技术门槛较高的具体依据，竞争对手较少部分产品的具体指向，涉及的销售额、占比及具体竞争对手，该等竞争对手的产品毛利率情况。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人披露

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、毛利率影响因素分析”中补充披露如下：

“（3）分产品毛利率波动分析

①电池安全芯片毛利率波动分析

报告期内电池安全芯片的毛利率波动情况如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	金额	变化率	金额	变化率	金额	变化率	金额
单位价格 (元/颗)	0.84	12.33%	0.75	-9.25%	0.82	-7.33%	0.89
单位成本 (元/颗)	0.29	2.19%	0.28	-3.03%	0.29	1.30%	0.28
毛利率	65.91%	5.40%	62.53%	-3.71%	64.94%	-4.40%	67.93%

2018年至2020年，电池安全芯片的毛利率基本稳定，略有下降，主要原因系电池安全芯片的终端客户中，电动工具是公司该产品重点拓展领域之一，综合考虑客户的需求量、合作历史、市场竞争情况、客户开拓战略等因素后，公司主动采取了更为灵活的价格策略以获取更大市场份额，从而使得毛利率从有所下降。随着2021年1-6月电动工具领域占当期收入比重有所下降，2021年1-6月电池安全芯片中销售均价整体有所上升，进一步促进了电池安全芯片毛利率上升。

报告期内，公司电池安全芯片的单位成本基本稳定，2018年至2020年销售

均价有所下降，导致毛利率有小幅下降，但仍维持在 60%以上。报告期内，公司电池安全芯片的主要应用领域以电动工具领域为主。该领域作为近年来快速增长的细分领域，为了获取更大市场份额，产品销售均价逐年策略性下调。报告期内，电动工具领域和其他领域价格波动情况见下表：

年份	客户细分领域	销售金额 (万元)	销售数量 (万颗)	销售数量占 比	销售单价 (元/颗)
2021 年 1-6 月	电动工具	3,649.96	5,390.76	58.53%	0.68
	其他领域	4,079.00	3,818.77	41.47%	1.07
	合计	7,728.96	9,209.53	100.00%	0.84
2020 年度	电动工具	5,021.53	7,933.73	69.86%	0.63
	其他领域	3,463.22	3,422.46	30.14%	1.01
	合计	8,484.75	11,356.19	100.00%	0.75
2019 年度	电动工具	3,205.23	4,388.66	74.78%	0.73
	其他领域	1,627.03	1,480.40	25.22%	1.10
	合计	4,832.26	5,869.06	100.00%	0.82
2018 年度	电动工具	1,732.40	1,976.69	81.05%	0.88
	其他领域	434.50	462.27	18.95%	0.94
	合计	2,166.90	2,438.96	100.00%	0.89

如上表所示，受益于公司积极的市场策略，报告期内，公司电动工具销售金额和数量持续快速增长。在单位成本相对稳定情况下，销售均价的波动影响了报告期内电池安全芯片的毛利率水平。

② 电池计量芯片毛利率波动分析

报告期内，公司电池计量芯片的毛利率波动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化率	金额	变化率	金额	变化率	金额
单位价格 (元/颗)	1.20	17.31%	1.02	7.33%	0.95	8.48%	0.88
单位成本 (元/颗)	0.46	12.53%	0.41	7.57%	0.38	-4.57%	0.40
毛利率	61.72%	2.70%	60.10%	-0.15%	60.19%	9.95%	54.74%

2020 年和 2021 年 1-6 月，公司电池计量芯片的毛利率变化幅度较小，2019 年较 2018 年增长的原因系终端客户结构发生一定的变化。2021 年 1-6 月，电池计量芯片单位价格和单位成本均较 2020 年度上升，主要系单价较高的新产品出货量增加和产品单位成本上涨的价格调整因素所致。

2020 年度，电池计量芯片单位价格和单位成本均较 2019 年度有上升，毛利率变动较小，主要原因系随着 TWS 耳机等市场爆发，万魔声学、客户 A、歌尔股份等客户对电池计量芯片需求量增加，该等客户采购产品多为采用超小型封装（即晶圆级封装）产品，其单位价格和单位成本均较高，进而导致 2020 年度单位价格和单位成本有上升。

2019 年度，电池计量芯片单位成本较为稳定，毛利率较 2018 年有所上升，主要为单位价格的影响。2018 年客户 A 通过 ODM 厂商闻泰科技采购电池计量芯片产品，公司根据其采购规模、应用领域、竞争对手价格等因素给予较为优惠的价格。2019 年客户 A 自身产品计划调整，对应产品的采购量减少，单位价格较 2018 年有所上升，从而使得电池计量芯片的平均毛利率有所提升。

③ 充电管理等其他芯片毛利率波动分析

报告期内，充电管理等其他芯片的毛利率波动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化率	金额	变化率	金额	变化率	金额
单位价格 (元/颗)	0.59	26.07%	0.47	50.30%	0.31	3.46%	0.30
单位成本 (元/颗)	0.26	22.88%	0.21	50.70%	0.14	7.10%	0.13
毛利率	57.06%	2.00%	55.94%	-0.21%	56.06%	-2.59%	57.55%

报告期内，充电管理等其他芯片的毛利率总体保持平稳。2020 年，公司的充电管理芯片开始向市场大量供货，该产品精度较高，采用新型的超小封装产品，主要向 TWS 耳机领域的高端客户供货，由于集成了多个较为复杂的功能，因此当年销售价格和单位成本均显著提升。

公司充电管理等其他芯片细分品种较多，按功能主要可分为充电管理芯片、负载开关芯片、限流开关芯片等，不同产品单价差异较大。

2020 年度至 2021 年 1-6 月，充电管理等其他芯片单位价格和单位成本同步上升，毛利率变动较小，主要原因系 2019 年新推出的充电管理芯片精度较高，2020 年起在 TWS 耳机等市场的高端客户中广泛应用，如万魔声学、歌尔股份等，该等芯片多为采用超小型封装（即晶圆级封装）产品，其单位价格和单位成本均较高，进而导致 2020 年度和 2021 年 1-6 月单位价格和单位成本有上升。

2019 年度，充电管理等其他芯片的单位价格和单位成本变动幅度较小，毛利率也维持基本稳定。

”

二、发行人说明

（一）主要产品与同行业竞争对手的具体差别

报告期内，发行人竞争对手的产品和毛利率的具体差别如下：

主要竞争对手	产品大类	2020 年收入占比	2020 年毛利率
凹凸科技	集成电路：混合信号	55.04%	51.55%
	集成电路：模拟信号	44.87%	
	知识产权收入	0.09%	
中颖电子	工业控制（MCU 等）	93.82%	41.62%
	显示驱动	6.18%	24.22%
圣邦股份	电源管理芯片	70.87%	58.62%
	信号链产品	29.13%	44.67%
思瑞浦	信号链产品	96.17%	62.50%
	电源管理芯片	3.83%	29.24%
比亚迪半导体	功率半导体	32.41%	34.81%
	智能控制 IC（电源管理芯片等）	13.17%	12.41%
	智能传感器	22.69%	19.87%
	光电半导体	22.46%	23.65%
	制造及服务	9.27%	9.27%

主要竞争对手	产品大类	2020 年收入占比	2020 年毛利率
力芯微	电源管理芯片	85.93%	29.21%
	其他	14.07%	30.06%
富满电子	LED 灯、LED 控制及驱动类芯片	46.84%	21.26%
	电源管理类芯片	35.08%	31.77%
	其他类芯片	10.52%	22.18%

数据来源：WIND，上市公司年报，招股说明书

由上可见，同行业竞争对手主营产品结构不尽相同，与发行人产品存在较大差异，其中，中颖电子的工业控制芯片包括 MCU 芯片和锂电池保护芯片等，圣邦股份的电源管理芯片中包括 DC/DC 转换器、LDO、LED 驱动器、电池充放电管理芯片、电池保护芯片、马达驱动芯片、MOSFET 驱动芯片等多种产品；思瑞浦的电源管理芯片主要为线性稳压器、电源监控产品、其他电源管理产品等细分品类；比亚迪半导体的智能控制 IC 中包含电源管理芯片，除此之外还包括 MCU 芯片和电源 IC，而电源 IC 主要包括电池保护 IC 和 AC-DC IC；力芯微的电源管理芯片包括电源转换芯片、电源防护芯片和显示驱动芯片；富满电子的主营产品分类包括电源管理芯片、LED 灯及 LED 控制及驱动芯片、MOSFET 类芯片等。其中电源管理芯片包括 PMIC 产品，AC-DC 产品、DC-DC 产品等。

综上所述，公司主营产品以电池管理芯片为核心，并延展至更多种类的电源管理芯片，产品结构的差异导致公司毛利率高于同行业竞争对手。如未来公司的产品线在电源管理芯片领域进一步延展，毛利率可能会出现一定的下降。

（二）电池管理芯片领域技术门槛较高的具体依据

公司主营产品为电池管理芯片，对于功耗、耐压、精度等有较高要求。依托于公司在多通道高电压采集与比较技术，高压开关技术、系统级 ESD 保护方面、电池特性分析、提取和建模，高精度电池计量算法等领域核心技术积累，公司产品已与 TI 等国际竞品性能相当或部分实现超越，并已成为国内电池管理芯片领域为主要供应商。然而，在电池管理芯片领域积累起的技术优势，有较高的门槛，具体如下：

1、电池管理芯片设计需要多学科基础知识融合

与数字芯片不同，模拟芯片要求设计人员拥有扎实的电路基础，而设计电池管理芯片更需要对电池应用和电池电化学特性具有深入理解，并与芯片设计进行深度融合，从而在功耗、耐压、精度等多种因素间进行折中，以保证产品的性能。

2、掌握电池电化学特性需要长期的积累

不同类型不同应用的电池电化学特性存在差异，掌握其特性并与芯片设计深度融合需要长期的实验积累。多年来，公司通过对电池电化学特性的提取、分析和数据建模，积累了大量的数据和经验，为新产品的研发打下了坚实的基础。

3、资深设计师的设计经验具有突出价值

从设计方式来看，包括电池管理芯片在内的模拟芯片，其设计方式与数字芯片不同，无法通过 EDA 工具完成电路的自动生成，而是需要设计师人工操作设计电路、仿真验证。高性能的模拟电路设计没有固定规律可循，需要资深设计团队长期积累经验、迭代架构，这更增加了其设计的难度。同时目前，在本公司从事研发工作三年以上的研发人员已超过 60%，研发团队的深厚经验和高度的稳定性大大增强了公司对行业新进入者的壁垒。

（三）竞争对手较少部分产品的具体指向，涉及的销售额、占比及具体竞争对手，该等竞争对手的产品毛利率情况

依托于公司在电池管理芯片领域积累的经验，公司部分产品市场竞争对手较少，主要包括：（1）电池安全芯片中的部分产品，因为串数较高耐压较高、过流精度高，并且带有低温保护、充电过流、PWM（脉宽调制）驱动等功能，目前竞争对手较少；（2）电池计量芯片领域，公司主要竞争对手为 TI 和美信。报告期内，上述主要产品的销售额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售金额	7,417.21	7,585.60	2,743.43	2,714.44
营业收入	16,393.38	18,011.74	8,873.61	6,726.25
占比	45.25%	42.11%	30.92%	40.36%

报告期内，前述电池计量芯片国外竞争对手的综合毛利率较高，其中 TI 的

综合毛利率分别为 65.11%、63.71%和 64.10%，美信的综合毛利率分别为 65.57%、64.84%和 65.38%，但未披露具体细分产品的毛利率。

除上述产品外，公司的其他产品与国内外主流竞品（如 TI、凹凸科技、中颖电子等）相比，主要技术参数依然保持领先或相当的水平，从而在市场上保持较强的竞争力，从而可以维持了相对较高的毛利率。

三、申报会计师核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人高管，了解发行人毛利率波动原因以及报告期内主要原材料及封测费用价格波动情况；

2、检查报告期内发行人主营业务成本明细表，分析主营业务成本构成，查看发行人销货明细表，结合主要成本构成要素及单价等变化情况，对各类型芯片的毛利率变动进行分析；

3、比较报告期内相同产品主要客户销售单价变动情况，分析是否存在明显差异；比较报告期内不同产品单位成本变动情况，分析是否存在明显差异；分析发行人与可比公司毛利率及毛利率变化趋势是否存在较大差异，毛利率变动趋势是否符合行业特征。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人主要产品与同行业竞争对手的存在差别，发行人主营产品以电池管理芯片为核心，该领域技术门槛较高，竞争对手相对较少，从而公司产品可以维持相对较高的毛利率。报告期内，发行人产品毛利率波动较小，各主要产品平均单位售价和单位成本情况受终端用户及产品结构等影响存在一定波动。报告期内，发行人毛利率波动为正常业务引起，具有合理性。

10. 关于信息披露

10.3 关于会计政策和会计估计

招股说明书中披露了报告期内采用的主要会计政策和会计估计情况，且篇

幅较长，内容主要为各项通用会计准则原文。

请发行人按照《科创板招股书准则》第七十一条要求完善会计政策会计估计相关披露，结合各项会计政策和会计估计事项对公司报告期内报表的影响的重要程度调整会计政策披露顺序，删除或简化对报告期各期报表影响较小或一般通用的准则原文内容，体现重大性和针对性。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、发行人披露

根据对报告期内报表影响的重要程度，发行人调整各项会计政策和会计估计披露顺序，删除并简化对报告期内报表影响较小或一般通用的准则原文内容，具体详见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”。上述调整的对比情况如下：

序号	项目名称	调整情况
(一)	会计期间	无
(二)	记账本位币	无
(三)	应收账款	简化披露
(四)	存货	简化披露
(五)	固定资产	无
(六)	职工薪酬	简化披露
(七)	收入	无
(八)	政府补助	删除
(九)	股份支付	序号调整为(八)
(十)	会计政策和会计估计变更以及前期差错更正的说明	序号调整为(九)并简化披露

二、申报会计师核查意见

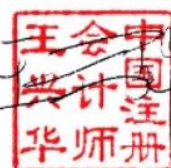
经核查，申报会计师认为：

发行人已在招股说明书中针对性地披露了会计政策和会计估计的具体执行标准。

(此页无正文，为《关于广东赛微电子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审核问询函的回复》之签署页)



中国注册会计师：



中国注册会计师：



证书序号: 0000175

说明

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



发证机关:

二〇一一年 十一月 二十六日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

名称:

邱靖之

首席合伙人:

主任会计师:

经营场所:

北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-2

组织形式:

11010150

执业证书编号:

11010150

批准执业文号:

京财注字[2011]0105号

批准执业日期:

2011年11月14日



姓名 王兴华
 Full name _____
 性别 男
 Sex _____
 出生日期 1976-01-30
 Date of birth _____
 工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所
 Working unit _____
 身份证号码 320106760130321
 Identity card No. _____

88

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

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



王兴华(310000422265)
 您已通过2020年年检
 上海市注册会计师协会
 2020年08月31日

年 月 日
 / /

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日
 / /



姓名 李玮俊
 Full name
 性别 男
 Sex
 出生日期 1987-02-17
 Date of birth
 工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所
 Working unit
 身份证号码 310112198702175615
 Identity card No.

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

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



李玮俊(110101505192)
 您已通过2020年年检
 上海市注册会计师协会
 2020年08月31日

年 月 日

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日