

关于深圳市绿联科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的  
第二轮审核问询函中有关财务会计问题的专项说明

---

容诚专字[2023]518Z0204 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·北京

**关于深圳市绿联科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的  
审核问询函中有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2023]518Z0204 号

**深圳证券交易所：**

贵所于 2022 年 8 月 31 日出具的《关于深圳市绿联科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕010856 号）（以下简称“《问询函》”）已收悉。对问询函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）对深圳市绿联科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“绿联科技”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下：

## 目 录

1.关于境外销售的税务处理 .....	4
2.关于成品采购 .....	39
3.关于毛利率 .....	69
4.关于通过天猫平台销售的运输费用 .....	80

## 1. 关于境外销售的税务处理

申请文件及问询回复显示：

(1) 报告期各期，发行人境外销售金额分别为 88,809.00 万元、129,442.10 万元、158,470.42 万元，以线上 B2C 模式为主。上述模式税务出口、进口主体主要为发行人境内外子公司，此外发行人存在通过直邮小包模式销售的情况。

(2) 报告期各期，发行人海关出口报关金额分别为 25,847.86 万元、37,630.43 万元、58,756.85 万元，与境外销售金额差异较大，主要系发行人境内子公司销售金额与境外子公司销售金额的差异以及邮政小包报关模式的影响。

(3) 报告期各期，发行人在美洲地区的清关金额分别为 7,042.61 万元、10,819.73 万元、9,456.71 万元，占当期美洲地区销售金额的比例分别为 25.35%、25.72%、22.28%，在欧洲地区的清关金额分别为 11,493.26 万元、14,881.90 万元、18,173.85 万元，占当期欧洲地区销售金额的比例分别为 28.39%、27.33%、26.18%。

请发行人：

(1) 说明各类出口及进口报关类型的销售金额、所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程是否符合相关法律法规的规定，以邮政小包寄往境外是否依法履行了报关手续、以邮递物品而不是货物的方式报关是否存在合规风险。

(2) 说明境内子公司向境外子公司销售价格确定依据、价格是否公允，境外子公司采购资金、分红款汇入境内是否存在障碍、是否符合外汇相关法律法规的规定。

(3) 说明美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低且比例进一步下降的原因。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、说明各类出口及进口报关类型的销售金额、所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程是否符合相关法律法规的规定，以邮政小包寄往境外是否依法履行了报关手续、以邮递物品而不是货物的方式报关是否存在合规风险。

(一) 说明各类出口及进口报关类型的销售金额、所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程是否符合相关法律法规的规定

报告期内，公司出口类型主要包括一般贸易 0110 模式出口、直邮 1210 模式出口以及直邮小包模式出口；目的国进口报关类型主要包括以公司及子公司名义、第三方物流商名义以及以终端客户/终端消费者名义向目的国进口报关。公司主要涉及的各种出口及进口报关类型对应的税务出口主体、进口报关主体、承担方、税收缴纳及流程情况如下：

销售模式	出口报关类型	配送方式	税务出口主体	进口报关主体	出口环节税务承担方	进口报关环节税务承担方	出口环节税收缴纳及流程	进口报关环节税收缴纳及流程
线下销售	一般贸易 0110	不适用	绿联进出口/绿联工控/绿联科技	终端客户/第三方物流商	出口退税	终端客户	境内主体公司按月向主管税务局申请出口退税	客户委托第三方物流商或其聘请的清关代理机构代缴进口报关环节各项税金
线上 B2C	一般贸易 0110	平台仓或第三方仓配送	绿联进出口/绿联工控/绿联科技	香港绿联/美国绿联/绿联集团/UGREEN GROUP/绿联科技/第三方物流商	出口退税	香港绿联/绿联集团/美国绿联/UGREEN GROUP		公司委托第三方物流商或其聘请的清关代理机构代缴或由美国绿联银行直接扣缴进口报关环节各项税金
	直邮 1210	国际直邮	绿联进出口/绿联科技	终端消费者	出口退税	终端消费者	境内主体公司根据销售额按月向当地税务局申报增值税销项税	终端消费者自行申报或由第三方代其申报缴纳进口报关环节各项税金
直邮小包	第三方物流商		终端消费者	绿联工控/绿联科技	终端消费者			
线上 B2B	一般贸易 0110	不适用	绿联进出口	平台	出口退税	平台	境内主体公司按月向主管税务局申请出口退税	平台缴纳进口报关环节各项税金

在一般贸易 0110 出口报关模式下，出口环节的税务出口主体为境内主体公司（绿联进出口/绿联工控/绿联科技），进口报关主体主要为公司境外销售子公司

(香港绿联/美国绿联/绿联集团/UGREEN GROUP), 在未申请离岸税号及未达销售额无需注册税号的国家以第三方物流商的名义进行清关。在直邮 1210 模式(保税跨境贸易电子商务, 1210 为海关监管方式代码)下, 出口环节的税务出口主体为境内主体公司(绿联进出口或绿联科技), 进口报关主体及纳税义务人均均为终端消费者; 在直邮小包模式下, 出口环节的税务出口主体为第三方物流商, 进口报关主体及纳税义务人均均为终端消费者。

公司出口环节的税务申报及缴纳由境内主体按月向主管税务局根据出口情况申请出口退税或申报缴纳增值税销项税; 进口报关环节, 在平台仓和第三方仓配送的方式下, 除美国关税 2021 年 5 月逐步开始由美国绿联直接扣缴外, 其他国家清关由物流公司或物流公司聘请的清关代理机构代公司申报缴纳进口报关环节各项税金, 在国际直邮模式下, 由终端消费者自行申报或由第三方代终端消费者申报缴纳进口报关环节各项税金。

### 1、出口环节各种报关类型的销售额, 所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程是否符合相关法律法规的规定

#### (1) 出口环节各种报关类型的销售额情况

报告期各期, 公司境外销售收入按各种出口报关类型的销售额情况如下:

单位: 万元

出口报关类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一般贸易 0110	153,576.83	89.34%	135,594.46	85.71%	108,164.25	83.62%
直邮 1210	15,628.21	9.09%	17,217.14	10.88%	351.44	0.27%
直邮小包	2,703.85	1.57%	5,389.75	3.41%	20,831.36	16.11%
合计	171,908.89	100.00%	158,201.35	100.00%	129,347.04	100.00%

注: 按出口方式报关统计的销售额与招股说明书披露境外收入金额存在微小差异的主要原因系《招股说明书》按终端客户收货地统计境外收入金额, 此处按出口报关模式统计, 二者存在因统计口径不同导致的差异。

公司主要以一般贸易的模式报关出口, 报告期各期, 终端客户销售额占比分别为 83.62%、85.71% 和 **89.34%**; 对于部分无法通过平台仓或第三方海外仓进行发货的国家, 在报告期前期采用直邮小包的模式出口, 报告期各期采用直邮小包模式对应的境外销售收入占比分别为 16.11%、3.41% 和 **1.57%**, 金额及比例逐年下降。为便于出口退税, 公司自 2020 年启用直邮 1210 的模式出口以替代直邮小

包的模式,2020年至**2022年**在1210模式下境外销售收入占比分别为0.27%、10.88%和**9.09%**,**2022年**比例有所下降,主要系①直邮1210模式需要途经香港,公司2021年4月开始全面停止直邮小包模式,但因2022年上半年香港大环境影响导致深港之间的物流运输受限,公司临时启用了直邮小包模式;②一般贸易模式销售规模进一步扩大。

(2) 出口环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的规定

公司主要销售3C消费电子产品,在出口环节主要涉及增值税,与增值税相关的法律法规及规范性文件的主要条款如下:

根据《中华人民共和国增值税暂行条例(2017修订)》第一条,在中华人民共和国境内销售货物或者加工、修理修配劳务(以下简称劳务),销售服务无形资产、不动产以及进口货物的单位和个人,为增值税的纳税人,应当依照本条例缴纳增值税;第二十五条,纳税人出口货物适用退(免)税规定的,应当向海关办理出口手续,凭出口报关单等有关凭证,在规定的出口退(免)税申报期内按月向主管税务机关申报办理该项出口货物的退(免)税。

根据《财政部、国家税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部、国家税务总局、海关总署公告[2019]39号)规定,增值税一般纳税人(以下称纳税人)发生增值税应税销售行为或者进口货物,自2019年4月1日起,原适用16%税率的,税率调整为13%;原适用10%税率的,税率调整为9%。

根据《国家税务总局关于出口退(免)税申报有关问题的公告》(国家税务总局公告2018年第16号)的相关规定,主管税务机关确认出口企业的申报凭证的内容与对应的管理部门电子信息无误后方可受理出口退(免)税申报。如果税务机关未审核确认申报凭证的内容与对应的管理部门电子信息无误的情况下,则应当正常按照内销申报缴纳增值税。

在不同出口类型下,公司所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的规定。具体分析如下:

① 一般贸易0110及直邮1210模式下

根据《中华人民共和国增值税暂行条例（2017 修订）》相关的规定，在一般贸易 0110 模式及直邮 1210 模式下，境内主体公司在货物出口时点向深圳海关办理出口手续，凭出口报关单等有关凭证，境内主体公司在规定的出口退（免）税申报期内按月向主管税务机关申报办理出口货物的退税，并定期收到退回的出口退税款。

## ② 直邮小包模式下

根据《国家税务总局关于出口退（免）税申报有关问题的公告》（国家税务总局公告 2018 年第 16 号）的相关规定，在直邮小包模式下，公司及子公司绿联工控直接通过第三方物流商出口商品，无法取得报关单，亦无法获得税务机关关于申报凭证的内容与对应的管理部门电子信息无误的确认。就该部分销售额，公司及子公司绿联工控将其视同内销申报缴纳了增值税，具体申报增值税销项税情况如下：

单位：万元

通关方式	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	销售额 A	申报销项税 B	B/A (%)	销售额 A	申报销项税 B	B/A (%)	销售额 A	申报销项税 B	B/A (%)
直邮小包	1,250.69	162.59	13.00	1,669.74	217.07	13.00	8,737.26	1,135.84	13.00

注：以上销售额为境内主体公司向境外子公司出口销售的金额，非终端销售额。

在直邮小包模式下，境内主体公司根据相关法律法规的规定，按月将直邮小包模式下的销售额按照税法规定的税率申报缴纳了增值税。公司在直邮小包通关模式下所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程均遵守了相关法律法规的规定。

报告期内，公司全部境内主体均已取得主管税务机关出具的无违法违规记录的证明文件。

根据深圳市福中海关分别于 2022 年 2 月 10 日及 2022 年 8 月 2 日和 2023 年 1 月 1 日出具的复函，报告期内，绿联科技、绿联工控及绿联进出口在深圳海关关区涉及海关进出口监管领域不存在违法违规记录；根据复函文件指引，申报会计师登录“中国海关企业进出口信用信息公示平台”（网址：<http://credit.customs.gov.cn>）查询了发行人及其子公司在海关的注册登记或备案信



息，信用等级及在深圳海关区外的行政处罚信息，经查询，报告期内发行人及其境内子公司不存在违法违规记录。

基于上述，公司及其境内子公司在出口环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的规定。

## 2、进口报关环节各类型的销售额，所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程是否符合相关法律法规的规定

### (1) 进口报关环节各种类型的销售额情况

报告期各期，公司按不同进口报关主体分类的销售额情况如下：

单位：万元

模式	进口报关主体	配送方式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外线上销售	境外子公司名义	平台仓或第三方仓发送模式	101,942.31	59.30%	101,643.63	64.25%	83,186.20	64.31%
	第三方物流商名义		21,967.37	12.78%	17,152.02	10.84%	16,255.05	12.57%
	C 端客户	国际直邮	18,332.06	10.66%	22,606.89	14.29%	20,992.66	16.23%
	亚马逊平台	不适用	454.12	0.26%	-	-	-	-
境外线下销售	境外客户	不适用	29,213.03	16.99%	16,798.82	10.62%	8,913.13	6.89%
合计			171,908.89	100.00%	158,201.35	100.00%	129,347.04	100.00%

注：1、按出口方式报关统计的销售额与招股说明书披露境外收入金额存在微小差异主要原因为《招股说明书》按终端客户收货地统计境外收入金额，此处按出口报关模式统计，二者存在因统计口径不同导致的差异。

2、进口报关主体为亚马逊平台对应的销售模式为亚马逊 VC (Vendor Central) 即亚马逊的自营模式；

3、进口报关主体为亚马逊平台、境外客户模式的配送环节分别由亚马逊平台、境外线下客户分别自行负责。

在境外线下销售模式下，公司与客户签订的合同约定的交货方式以 EXW 和 FOB 为主，该交货方式下进口报关环节由客户或由客户委托的第三方物流商进行清关，公司不负责目的国清关。

在境外线上销售模式下，公司境外销售分别通过平台仓、第三方仓和国际直邮配送的方式将商品运送给海外终端客户，从中国到目的国港口的物流费均由公司承担，客户遍布全球。在平台仓和第三方仓配送的方式下，公司主要以香港绿联/绿联集团（以下合称“香港公司”）、美国绿联/UGREEN GROUP（以下合称

“美国公司”）的名义进行清关，在未申请离岸税号及未达销售额无需注册税号的国家，公司主要通过第三方物流商的名义进行清关。公司主要的销售市场包括美国、英国、欧盟、加拿大、日本、东南亚各国（包括泰国、菲律宾、马来西亚、新加坡及印度尼西亚）、墨西哥等国家。报告期各期，在境外线上销售模式下，公司境外销售收入按地区划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
美国	29,504.49	20.67%	26,306.18	18.60%	29,088.20	24.15%
欧盟	40,024.36	28.04%	46,529.78	32.91%	36,807.99	30.56%
英国	12,430.07	8.71%	16,356.67	11.57%	13,053.20	10.84%
加拿大	7,998.01	5.60%	7,554.73	5.34%	6,465.09	5.37%
日本	9,735.03	6.82%	7,941.26	5.62%	6,457.50	5.36%
墨西哥	6,186.15	4.33%	5,219.09	3.69%	4,899.08	4.07%
东南亚各国	15,093.22	10.57%	14,232.12	10.06%	11,955.07	9.93%
其他国家或地区	21,787.24	15.26%	17,262.33	12.21%	11,707.33	9.72%
合计	142,758.58	100.00%	141,402.16	100.00%	120,433.45	100.00%

从上表可知，报告期各期，公司产品在美国、欧盟、英国、加拿大、日本、墨西哥、东南亚各国的销售额占总体销售额的比重分别为 90.28%、87.79% 和 84.74%，上述国家系发行人产品主要出口国家和地区。以下对主要出口国在进口报关环节的涉税情况进行分析。

（2）公司主要出口国所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规规定的具体情况分析

公司在主要出口国的进口报关环节，主要涉及各目的国的关税、英国进口增值税、欧盟进口增值税等。其中公司在各主要出口国家和地区缴纳关税的总体情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	实际缴纳 税率	金额 (万元)	实际缴纳 税率	金额 (万元)	实际缴纳 税率
美国	1,375.84	15.77%	1,326.06	18.45%	1,083.10	11.78%
欧盟	235.58	2.01%	270.34	2.10%	157.67	2.01%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	实际缴纳 税率	金额 (万元)	实际缴纳 税率	金额 (万元)	实际缴纳 税率
英国	13.39	0.35%	13.03	0.25%	57.83	0.82%
加拿大	9.96	0.52%	13.26	0.58%	13.99	0.86%
日本	18.85	0.23%	4.77	0.21%	-	-
合计	1,653.61	—	1,627.46	—	1,312.59	—

注：以第三方物流商名义清关缴纳的关税，包含在物流费中无法区分，故上表中不包含第三方物流商作为进口人及纳税义务人清关缴纳的关税。

公司在主要出口国缴纳的关税金额随着公司在当地销售规模变化及当地相关法律法规的变化而变化，实际缴纳的关税税率与当地法规规定对应产品的关税税率不存在重大差异，位于合理区间内。

根据境外税务咨询机构出具的《关于绿联科技集团在海外市场开展销售业务的海外税务风险分析备忘录》，报告期内，发行人境外子公司在美国、欧盟、英国、加拿大等境外主要国家或地区境外销售区域税务风险较低。按国家/地区分析具体情况如下：

#### ①美国

在美国进口报关环节，主要涉及关税的申报及缴纳，货物进口人（Importer of Record，简称“IOR”）作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，如货物因申报安排不当而受到美国海关的追责，美国海关会追究进口人的责任。与公司产品相关的美国关税税率具体情况如下：

产品 品类	税率说明					
	2019.09.02 - 2020.02.14	2020.2.15- 2020.8.22	2020.8.23- 2020.12.31	2021.1.1- 2022.4.6	2022.4.7- 2022.4.11	2022.4.12- 2022.12.31
传输类产品	0%、15%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%
音视频类 产品	0%、15%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%	0%、7.5%、 25%
充电类产品	0%、 18.4%、 25%	0%、10.9%、 25%	0%、10.9%、 25%	0%、10.9%、 25%	0%、2.7%、 10.9%、25%、 27.6%、 27.7%	0%、7.5%、 10.9%、25%、 27.6%、 27.7%
移动周边类 产品	0%-30%	0%-30.8%	0%-30.8%	0%-30.8%	0%-30%	<b>0%-30.3%</b>

产品 品类	税率说明					
	2019.09.02 - 2020.02.14	2020.2.15- 2020.8.22	2020.8.23- 2020.12.31	2021.1.1- 2022.4.6	2022.4.7- 2022.4.11	2022. 4. 12- 2022. 12. 31
存储类产品	15%、25%	7.5%、25%	7.5%、25%	7.5%、25%	7.5%、25%	7.5%、25%
其他类	0%-32%	0%-32%	0%-32%	0%-32%	0%-31%	0%-31%

在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。如货物因申报安排不当，美国海关/税务等部门将会追究作为进口人的第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者的责任。在平台仓和第三方仓配送模式下，进口到美国的货物由第三方物流商协助申报并以美国公司作为货物进口人进行报关，公司需承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。报告期各期，美国公司关税缴纳金额分别为 1,083.10 万元、1,326.06 万元和 **1,375.84** 万元，缴纳的美国关税金额除以清关金额计算的综合关税税率分别为 11.78%、18.45%和 **15.77%**，位于公司所销售产品的美国关税税率的区间内。

综上，在国际直邮模式下，公司不作为进口人，不是进口关税的纳税义务人，不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，美国海关/税务等部门会追究进口人的责任，公司不存在被追缴进口环节各项税费的风险；在平台仓和第三方仓配送模式下，美国公司以进口货物的实际价值申报完税价格，由第三方物流商足额代缴或直接由美国绿联的银行账户足额扣缴进口关税。公司在美国进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合美国相关法律法规的规定。

## ②英国

### A 关税

在英国进口报关环节，货物进口人作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，如货物因申报安排不当而受到海关/税务等部门的追责，海关/税务等部门会追究进口人的责任。与公司产品相关的英国关税税率具体如下：

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
英国	充电类产品	0%、2%	0%、2%	0%、2%
	传输类产品	0%、2%	0%、2%	0%、2%
	存储类产品	0%、2%	0%、2%	0%、2%
	音视频类	0%、2%	0%、2%	0%、2%
	移动周边类	0%-6%	0%-6%	0%-6%
	其他类	0%-8%	0%-8%	0%-8%

在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。如货物因申报安排不当，英国海关/税务等部门将会追究作为进口人的第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者的责任。在平台仓和第三方仓配送模式下，进口到英国的货物由第三方物流商协助以香港公司作为货物进口人进行报关，且按照进口货物的到岸价申报完税价格并由第三方物流商代缴关税。报告期内各期英国关税缴纳金额分别为 57.83 万元、13.03 万元和 **13.39** 万元，综合关税税率分别为 0.82%、0.25% 和 **0.35%**，位于公司所售产品的英国关税税率的区间内。2021 年和 **2022** 年，缴纳英国关税金额下降主要原因系英国脱欧前及过渡期期间，英国清关的货物包括了欧盟其他国家销售的货物，英国脱欧过渡期后，即 2021 年 1 月起，英国清关的货物仅为英国地区销售的货物。

## B 进口增值税

在英国增值税制度下，当货物进口至英国时，销售方应缴纳英国当地的进口增值税。2021 年 1 月 1 日之前，当货物进口至英国时，货物进口人应缴纳英国当地的进口增值税，货物进口至英国的完税价格应当为货物的实际销售价格，但如果货物在进口至英国时尚未达成交易，则完税价格应当为到岸价格。如果进口货物货值低于 15 英镑，根据简化规定，进口至英国的货物可以免征增值税。缴纳的英国进口增值税，可作为进项抵扣销售环节所产生的销售增值税。从 2021 年 1 月 1 日起，英国增值税法规发生变化，新法规可根据口岸政策申请递延/豁免缴纳进口增值税，直接由电商平台在销售环节代扣代缴销售增值税，并取消了 15 英镑的增值税起征点金额，明确对于从境外起运至英国（包括英格兰、苏格兰和威尔士）进口货物总货值低于 135 英镑的货品并且通过线上销售平台(Online

Marketplace) 向英国消费者销售的, 将由线上销售平台在销售环节缴纳增值税。英国的进口增值税税率为 20%。

在国际直邮模式下, 进口人为英国个人消费者, 如货物因申报安排不当, 英国海关会追究进口货物收货人的责任; 在平台仓和第三方海外仓模式下, 2021 年 1 月 1 日之前, 香港公司委托第三方物流商以到岸价申报缴纳了进口增值税, 并在销售环节抵扣了销售增值税; 从 2021 年 1 月 1 日起, 公司在进口报关环节申请递延缴纳进口增值税, 直接由电商平台在销售环节代扣代缴销售增值税。报告期各期, 公司缴纳的英国进口增值税金额分别为 1,511.83 万元、59.88 万元和 18.64 万元, 缴纳的英国进口增值税金额除以清关金额计算的英国进口增值税的税率为 21.50%、1.13% 和 0.49%, 2020 年计算的进口增值税税率因汇率及时间差等影响与英国规定的增值税率存在少量差异; 2021 年和 2022 年因上述政策调整, 公司逐步转为申请递延进口增值税, 在进口环节缴纳的进口增值税金额逐年减少, 计算的进口增值税税率比例逐步降低。

综上, 在国际直邮模式下, 公司不作为进口人, 不是进口关税和进口增值税的纳税义务人, 不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任; 第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人, 如货物因申报安排不当, 英国海关/税务等部门会追究进口人的责任, 公司不存在被追缴进口环节各项税费的风险。在平台仓和第三方仓配送模式下, 香港公司以货物的到岸价作为完税价格, 在英国增值税法规发生变化前, 由第三方物流商足额代缴进口关税和进口增值税; 在英国增值税法规发生变化后, 由第三方物流商足额代缴进口关税, 并按照规则逐步转为申请递延缴纳进口增值税, 由电商平台在销售环节进行代扣代缴。公司在英国进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合英国相关法律法规的规定。

### ③ 欧盟

#### A 关税

在欧盟各国进口报关环节, 货物进口人作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任, 如货物因申报安排不当而受到海关/税务等部门的追责, 海关/税务等部门会追究进口人的责任。与公司产品相关欧盟主要国家的

关税税率具体如下：

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
德国	充电类产品	0%、2.3%、2.7%、3.3%	0%、2.3%、2.7%、3.3%	0%、2.3%、2.7%、3.3%
	传输类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	存储类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	音视频类	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	移动周边类	0%-9.7%	0%-9.7%	0%-9.7%
	其他类	0%-6.5%	0%-6.5%	0%-6.5%
法国	充电类产品	0%、2.7%、3.3%	0%、2.7%、3.3%	<b>0%、2.3%、2.7%、3.3%</b>
	传输类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	存储类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	音视频类	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	移动周边类	0%-9.7%	0%-9.7%	0%-9.7%
	其他类	0%-6.5%	0%-6.5%	0%-6.5%
西班牙	充电类产品	0%、2.7%、3.3%	0%、2.7%、3.3%	0%、2.7%、3.3%
	传输类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	存储类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	音视频类	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	移动周边类	0%-9.7%	0%-9.7%	0%-9.7%
	其他类	0%-6.5%	0%-6.5%	0%-6.5%
意大利	充电类产品	0%、2.7%、3.3%	0%、2.7%、3.3%	0%、2.7%、3.3%
	传输类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	存储类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	音视频类	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	移动周边类	0%-9.7%	0%-9.7%	0%-9.7%
	其他类	0%-6.5%	0%-6.5%	0%-6.5%
比利时	充电类产品	0%、2.3%、2.7%、3.3%	0%、2.3%、2.7%、3.3%	0%、2.3%、2.7%、3.3%
	传输类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	存储类产品	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	音视频类	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%	0%、3.3%、3.7%
	移动周边类	0%-9.7%	0%-9.7%	0%-9.7%

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
	其他类	0%-6.5%	0%-6.5%	0%-6.5%

在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，当地海关/税务等部门会追究进口人的责任，公司不存在进口关税追缴风险；在平台仓和第三方仓配送模式下，进口到欧盟的货物由第三方物流商协助以香港公司作为货物进口人进行报关，且按照货物的到岸价申报完税价格并由第三方物流商代缴关税。

报告期各期，公司向欧盟各国缴纳关税金额分别为 157.67 万元、270.34 万元和 **235.58 万元**，缴纳的欧盟各国关税金额除以清关金额计算的综合关税税率分别为 2.01%、2.10% 和 **2.01%**，位于公司所售产品在欧盟各国的关税税率的区间内。

## B 进口增值税

在欧盟增值税制度下，当货物从非欧盟国家进口至欧盟时，销售方应缴纳当地的进口增值税，根据比利时和荷兰口岸政策可申请递延/豁免缴纳进口增值税。2021 年 7 月 1 日之前，当货物进口至欧盟时，货物进口人应缴纳欧盟当地的进口增值税，货物进口至欧盟的完税价格应当为货物的实际销售价格，但如果货物在进口至欧盟时尚未达成交易，则完税价格应当为到岸价格。如果进口货物货值低于 22 欧元，根据简化规定，进口至欧盟的货物可以免征增值税。缴纳的欧盟进口增值税，可作为进项抵扣销售环节所产生的销售增值税。从 2021 年 7 月 1 日起，欧盟增值税法规发生变化，直接由线上销售平台（Online Marketplace）在销售环节代扣代缴销售增值税，并取消了 22 欧元的增值税起征点金额，明确对于从境外起运至欧盟境内进口货物总货值低于 150 欧元的货品并且通过线上销售平台向欧盟消费者销售的，将由线上销售平台在销售环节缴纳增值税。在欧盟地区销售从第三国发出或起运给欧盟消费者的货物，通过进口一站式申报系统（Import One Stop Shop，简称“IOSS”）申报并缴纳增值税，相关货物将在进口环节免征增值税。此外，非欧盟卖家可通一站式申报系统（One Stop Shop，简称



"OSS") 简化增值税注册和申报责任, 仅在一个欧盟成员进行电子系统增值税注册负责所有向欧盟成员国内客户的销售, 就欧盟境内所有销售仅填报一份增值税 OSS 电子申报表并统一支付增值税, 以及可就全欧洲的销售与 OSS 注册国的税务机关进行涉税处理。欧盟的进口增值税税率为 16% 至 25%。

在国际直邮模式下, 进口人为欧盟个人消费者, 如货物因申报安排不当, 海关/税务等部门会追究进口人的责任; 在平台仓和第三方海外仓模式下, 2021 年 7 月 1 日之前, 香港公司委托第三方物流商以到岸价作为完税价格申报缴纳了进口增值税, 并在销售环节抵扣了销售增值税; 从 2021 年 7 月 1 日起, 公司在进口报关环节申请递延缴纳进口增值税, 直接由电商平台在销售环节代扣代缴销售增值税。报告期各期, 公司申报缴纳的欧盟地区的进口增值税金额分别为 1,502.55 万元、1,643.77 万元和 **23.45** 万元, 缴纳的欧盟各国进口增值税金额除以清关金额计算的进口增值税税率为 19.14%、12.76% 和 **0.20%**。2020 年计算的综合进口增值税税率位于欧盟各国增值税率区间内; 2021 年和 **2022 年**, 公司逐步转为申请递延进口增值税, 在进口环节缴纳的进口增值税金额逐年减少, 计算的综合进口增值税税率比例逐步降低。

综上, 在国际直邮模式下, 商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者, 公司不作为进口人, 不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。如货物因申报安排不当, 海关/税务等部门将会追究作为进口人的第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者的责任, 公司不存在税务追缴风险。在平台仓和第三方仓配送模式下, 香港公司以货物的到岸价作为完税价格, 在欧盟增值税法规发生变化前, 由第三方物流商足额代缴进口关税和进口增值税, 在欧盟增值税法规发生变化后, 由第三方物流商足额代缴进口关税, 并逐步转为申请递延缴纳进口增值税, 由平台在销售环节进行代扣代缴。公司在欧盟进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合欧盟各国相关法律法规的规定。

#### ④加拿大

##### A 关税

在加拿大进口报关环节, 货物进口人作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任, 如货物因申报安排不当而受到加拿大海关的追责, 加拿

大海关会追究进口人的责任。与公司产品相关的加拿大关税税率具体如下：

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
加拿大	充电类产品	0%、7%	0%、7%	0%、7%
	传输类产品	0%	0%	0%
	存储类产品	0%	0%	0%
	音视频类	0%	0%	0%
	移动周边类	0%-14%	0%-14%	0%-14%
	其他类	0%-18%	0%-18%	0%-18%

在加拿大，公司大部分产品无需缴纳进口关税或关税率较低。在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。如货物因申报安排不当，加拿大海关/税务等部门将会追究作为进口人的第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者的责任；在平台仓和第三方仓配送模式下，公司进口到加拿大的货物以第三方物流商名义或由第三方物流商协助以美国公司作为货物进口人进行报关，且按照进口货物的实际价值申报完税价格并由第三方物流商代缴关税。报告期内各期公司在加拿大缴纳关税金额分别为 13.99 万元、13.26 万元和 **9.96** 万元，缴纳的加拿大关税金额除以清关金额计算的综合关税税率分别为 0.86%、0.58% 和 **0.52%**，位于公司所售产品的加拿大关税税率的区间内。

## B 进口销售税

根据加拿大相关法规，货物在进口至加拿大时根据应税销售额计算并缴纳销售税，进口环节已缴销售税可以作为进项税额抵扣，适用 5% 的加拿大销售税税率。

在国际直邮模式下，进口货物收货人为加拿大个人消费者，如货物因申报安排不当，加拿大海关会追究进口人的责任；在平台仓和第三方海外仓模式下，由第三方物流商协助以美国绿联的名义作为货物进口商进行申报缴纳进口销售税。美国绿联申报缴纳的进口环节的加拿大销售税，已作为进项抵扣了销售环节所产生的销售税。报告期各期，公司申报缴纳进口销售税金额为 83.84 万元、110.43 万元和 **97.43** 万元，缴纳的加拿大进口销售税金额除以清关金额计算的进口销售税的税率分别为 5.15%、4.87% 和 5.07%，进口增值税率因汇率差及时间差影响

存在略微差异。

综上，在国际直邮模式下，公司不作为进口人，不是进口关税和进口销售税的纳税义务人，不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，加拿大海关/税务等部门会追究进口人的责任，公司不存在税务追缴风险；在平台仓和第三方仓配送模式下，美国公司以进口货物的实际价值申报完税价格，由第三方物流商足额代缴进口关税金额。公司在加拿大进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合加拿大相关法律法规的规定。

### ⑤日本

#### A 关税

在日本进口报关环节，货物进口人作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，如货物因申报安排不当而受到日本海关的追责，日本海关会追究进口人的责任。与公司产品相关的日本关税税率具体如下：

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
日本	充电类产品	0%	0%	0%
	传输类产品	0%	0%	0%
	存储类产品	0%	0%	0%
	音视频类	0%	0%	0%
	移动周边类	0%-8%	0%-8%	0%-8%
	其他类	0%-3%	0%-3%	<b>0%-8%</b>

如上表所示，公司充电类、传输类、存储类和音视频类产品在日本进口关税税率均为 0%，整体关税税负率较低。

在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，公司不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，日本海关会追究进口人的责任；在平台仓和第三方仓配送模式下，2021 年 4 月之前，公司进口到日本的货物以第三方物流商名义在日本进口清关；2021 年 4 月起由第三方物流商协助以香港绿联的名义在日本进口清关。公司要求第三方物

流商以货物的实际价值申报完税价格，并要求第三方物流商足额代缴关税，与物流费一并结算支付给物流公司；以香港绿联作为货物进口人进行报关的，均按照进口货物的实际价值申报完税价格并由第三方物流商代缴关税，2021年和2022年，公司以香港绿联申报缴纳进口关税金额为4.77万元和**18.85**万元，缴纳的日本关税金额除以清关金额计算的综合关税税率为0.21%和**0.23%**，位于日本关税区间内。

## B 进口消费税

根据日本相关法规，日本税务机关要求货物在进口至日本时根据货物实际价格计算并缴纳消费税。对于非食品类的销售，一般适用10%的日本消费税税率，若供应商以自己名义申报缴纳进口环节的日本消费税，其进口环节所缴纳消费税可作为进项抵扣销售环节所产生的消费税。

在国际直邮模式下，进口货物收货人为日本个人消费者，如货物因申报安排不当，日本海关会追究进口货物收货人的责任；在平台仓和第三方海外仓模式下，2021年4月之前，公司进口到日本的货物以第三方物流商名义在日本进口清关，第三方物流商作为货物进口报关主体时，则由该进口报关主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被日本海关/税务部门要求补税事宜，则由该进口报关主体承担全部责任。2021年4月起由第三方物流商协助以香港绿联的名义在日本进口清关。香港绿联申报缴纳的进口环节的日本消费税，已作为进项抵扣了销售环节所产生的消费税。2021年4月之前第三方物流商以公司货物的实际价值申报完税价格，并足额代缴进口消费税，与物流费一并结算支付给第三方物流商。2021年和2022年，公司以自己名义申报缴纳进口消费税金额为232.88万元和**817.52**万元，缴纳的日本进口消费税金额除以清关金额计算的进口消费税的税率为10.07%和**10.02%**，计算的进口消费税税率因汇率变动及时间差与日本消费税税率存在略微差异。

综上，在国际直邮模式下，公司不作为进口人，不是进口关税和进口消费税的纳税义务人，不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，日本海关/税务等部门会追究进口人的责任，公司不存在税务追缴风险；在平台仓和第三方仓配送模式下，香港公司以货物的实际价值作为完税价格，由第三方物

流商足额代缴进口关税和进口消费税。公司在日本进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合日本相关法律法规的规定。

## ⑥墨西哥

### A 关税

在墨西哥进口报关环节，货物进口人作为清关主体需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，如货物因申报安排不当而受到墨西哥海关的追责，墨西哥海关会追究进口人的责任。实践中，在当地未注册公司的海外实体可以通过第三方货物代理商作为货物进口人进口货物至墨西哥。与公司产品相关的墨西哥关税税率具体如下：

国家/地区	产品品类	税率		
		2020 年度	2021 年度	2022 年度
墨西哥	充电类产品	0%、5%、10%	0%、5%、10%	0%、5%、10%
	传输类产品	0%、5%	0%、5%	0%、5%
	存储类产品	0%、5%	0%、5%	0%、5%
	音视频类	0%、5%	0%、5%	0%、5%
	移动周边类	0%-20%	0%-20%	0%-20%
	其他类	0%-20%	0%-20%	0%-20%

在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，公司不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，墨西哥海关会追究进口人的责任；在平台仓和第三方仓配送模式下，公司进口到墨西哥的货物以第三方物流商名义在墨西哥进口清关，并由第三方物流商申报缴纳关税。公司要求第三方物流商以货物的实际价值申报完税价格，并要求第三方物流商足额代缴关税，与物流费一并结算支付给第三方物流商。第三方物流商作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被墨西哥税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任。

### B 进口增值税

根据墨西哥税收征管法规，在墨西哥销售货物、提供独立服务、暂时使用或

享有货物以及进口货物/服务为增值税应税行为；在墨西哥当地未设立常设机构的非居民企业向墨西哥自然人或者法人公司销售货物时，购货方应作为扣缴义务人（“Withholder”）扣缴相关增值税款。实践中，在墨西哥当地未注册公司的海外实体可以通过第三方货物代理商作为货物进口人进口货物至墨西哥。在此情形下，扣缴义务人将代替销售方承担申报和缴纳增值税义务。墨西哥适用的增值税税率为 16%。

在国际直邮模式下，进口人为墨西哥个人消费者，如货物因申报安排不当，墨西哥海关会追究进口货物收货人的责任；在平台仓和第三方仓配送模式下，进口到墨西哥的货物以第三方物流商的名义在墨西哥进口清关，并以第三方物流商名义作为货物进口人申报缴纳进口增值税。公司要求第三方物流商以货物的实际价值申报完税价格，并要求第三方物流商足额代缴进口增值税，与物流费一并结算支付给第三方物流商。第三方物流商作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被墨西哥海关/税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任。

综上，在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不是进口关税和进口增值税的纳税义务人，不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者作为进口人，如货物因申报安排不当，墨西哥海关会追究进口人的责任，公司不存在税务追缴风险。在平台仓和第三方仓配送模式下，进口到墨西哥的货物以第三方物流商的名义在墨西哥进口清关，并以第三方物流商名义作为货物进口人申报缴纳关税；第三方物流商作为货物进口报关主体时，则由该进口报关主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被墨西哥海关/税务等部门要求补税事宜，则由该进口报关主体承担全部责任，公司不存在税务追缴风险。

公司在墨西哥进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合墨西哥相关法律法规的规定。

⑦泰国、菲律宾、马来西亚、新加坡及印度尼西亚（“东南亚各国”）

公司在东南亚各国的销售基本通过平台物流公司以国际直邮的模式运送至终端消费者，由于进口货物收货人为东南亚各国个人消费者，因此，公司没有就该部分销售收入在当地申报缴纳关税、进口增值税/消费税的义务，如货物因申报安排不当，海关/税务部门会追究进口货物收货人的责任。

(3) 公司主要出口国所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的总结论述

综上所述，在国际直邮模式下，商品直接由邮政公司或第三方物流商运送至消费者，公司不作为进口人，不是进口关税和进口增值税的纳税义务人，不需要承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任。如货物因申报安排不当，公司商品各主要出口国的海关/税务等部门将会追究作为进口人的第三方物流商或其聘请的清关代理机构、消费者的责任，公司不存在被追缴进口环节各项税费的风险。在平台仓和第三方仓配送的方式下，以第三方物流商作为进口报关主体时，则由该进口报关主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被当地海关/税务部门要求补税事宜，则由该进口报关主体承担全部责任；以境外销售子公司作为进口报关主体时，公司已按照当地相关法律法规的要求缴纳公司各主要出口国进口环节涉及的各项税费，实际缴纳税费的税率位于合理区间，公司不存在被追缴进口环节各项税费的风险。

发行人已聘请张元洪律师行、Jun He Law Offices LLC、Peltzer Suhren Rechtsanwälte 分别就其境外子公司香港绿联、绿联集团、美国绿联、UGREEN GROUP 和德国绿联纳税的合法合规性进行核查并发表明确意见，根据前述各家境外律师事务所相应出具的文件，报告期内境外五家子公司均无税务方面的违法违规事项或未决诉讼。公司在上述国家的进口报关环节所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的规定。

根据境外税务咨询机构出具的《关于绿联科技集团在海外市场开展销售业务的海外税务风险分析备忘录》，报告期内，发行人境外子公司在美国、欧盟、英国、加拿大、日本、墨西哥、东南亚等境外主要国家或地区境外销售区域税务风险较低。

综上，公司出口及进口环节的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相

关法律法规的规定。

## （二）以邮政小包寄往境外依法履行了报关手续、以邮递物品而不是货物的方式报关符合相关法律法规的相关规定

报告期内，公司通过邮政小包寄递的包裹均为邮政公司负责报关。境外子公司不直接与邮政公司签署承运邮政小包的合同，而是与邮政公司的客户包括平台物流公司或邮政代理公司等进行合作。平台物流公司或邮政代理公司自境外子公司指定地点揽收包裹，并根据收件人信息寄递。在国际邮政渠道模式下，CN22一体化报关签条随附于包裹之上，由邮政公司在海关按流程完成通关手续。

邮政公司通常采用报关申报的方式，以邮递物品报关。申报时，根据《海关总署公告 2018 年第 164 号（关于启用进出境邮递物品信息化管理系统有关事宜的公告）》等法律法规的规定，由邮政企业负责采集进出境邮件面单电子数据并向海关信息系统传输。根据中国邮政集团有限公司深圳市分公司于 2021 年 12 月 30 日出具的《关于国际邮政小包海关监管流程合法合规性确认的函》：“我司的出口国际小包业务经过深圳海关驻邮局办事处全程监管，并履行法定的邮递物品出境手续后方可放行寄出，符合法律规定，迄今未因使用邮政国际小包业务而受到海关行政处罚。”

以邮递物品而不是货物的方式报关为行业普遍现象，根据公开披露的审核信息，深圳市赛维网络科技有限公司和深圳市三态电子商务股份有限公司均存在通过以邮递物品而不是货物的方式报关的情况，相关公司具体披露信息如下：

单位：万元

公司名称	国际直邮收入金额			关于直邮小包合规性结论
	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
赛维时代	-	-	86,857.58	报告期前期，发行人直邮方式主要为邮政小包模式，而邮政小包为跨境电商行业采用的主要物流渠道，发行人报告期内不存在因为邮政小包业务而被主管部门处以行政处罚的情况，且未查询到同行业上市公司因邮政小包业务被处罚的情形。
三态股份	-	180,553.85	138,635.41	邮政小包模式下负责报关的主体为邮政公司，发行人委托邮政公司报关不违反相关法律法规，以邮递物品而不是货物的方式报关为行业普遍现象，且受到海关全程监管。

综上，发行人邮政小包寄往境外由邮政公司依法履行了报关手续，以邮递物



品而不是货物的方式报关为行业普遍现象，且受到海关全程监管，符合相关法律法规的规定。

二、说明境内子公司向境外子公司销售价格的确 定依据、价格是否公允，境外子公司采购资金、分红款汇入境内是否存在障碍、是否符合外汇相关法律法规的规定。

(一) 境内子公司向境外子公司销售价格的确 定依据、价格是否公允

1、绿联科技及境内子公司向境外子公司销售涉及的内部交易主体、业务定位及在公司业务价值链承担的功能

序号	内部交易主体	业务定位	业务价值链承担的功能
1	绿联科技	主要负责货物采购、仓储、品质保障及境内销售，同时负责产品研发设计、品牌宣传及销售渠道的统筹管理等	产品开发、部分原材料和产成品采购、质量控制、库存管理、市场营销、产品销售、售后服务、软件系统开发及维护等
2	绿联工控	开展“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品成品的采购，并主要销售给绿联进出口，部分销售给发行人境外子公司	部分原材料和产成品采购、产品销售
3	绿联进出口	系“UGREEN 绿联”品牌消费电子产品的主要出口报关主体，绿联进出口将产品出口报关并销售给美国绿联和香港绿联等境外子公司	产品销售
4	美国绿联	主要负责发行人“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品在美洲市场的销售	产品销售及辅助处理售后服务
5	香港绿联	主要负责发行人“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品在欧洲、日本、东南亚等市场的销售	
6	德国绿联	主要负责发行人“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品在德国本地平台的运营业务	
7	UGREEN GROUP	UGREEN GROUP 注销前系美国绿联 100% 持股的子公司，停止运营前曾开展“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品在美洲市场的销售	
8	绿联集团	绿联集团注销前系香港绿联 100% 持股的子公司，停止运营前曾开展发行人“UGREEN 绿联”品牌的消费电子产品在欧洲、东南亚及日本等市场的销售	

2、境内子公司向境外子公司销售定价依据

公司在考虑集团内各公司之间的内部交易时，按照独立交易原则，综合考虑母公司及各子公司的业务定位、各自承担的 职责与风险、运营成本、汇率变动等

因素，保证各交易主体获得合理回报基础上以成本加成方式协商确定交易价格。

报告期间，公司及其境内子公司与境外子公司内部交易定价情况如下：

序号	内部交易类型	销售方	采购方	定价依据
1	销售商品	绿联科技	香港绿联	交易双方遵循独立交易原则，在保证各自获得的利润水平与其承担的功能风险相匹配的基础上，考虑公司及境内子公司采购产品成本和境外子公司对外销售产品价格、物流成本、平台费用（佣金、推广费）税负率（关税、所得税），公司及境内子公司在采购成本的基础上制定合理的成本加成水平，使得内部交易双方能够获取合理的利润水平。
			UGREEN GROUP	
			绿联集团	
2	销售商品	绿联工控	美国绿联	
			香港绿联	
			UGREEN GROUP	
			绿联集团	
3	销售商品	绿联进出口	美国绿联	
			香港绿联	
			德国绿联	
			绿联集团	

报告期内，发行人境内主体向境外子公司销售商品交易金额情况如下：

序号	销售方	采购方	内部交易金额（万元、人民币）		
			2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	绿联科技	香港绿联	-	-	1,155.07
2		UGREEN GROUP	-	-	-
3		绿联集团	-	-	-
1	绿联工控	美国绿联	-	25.28	12.28
2		香港绿联	1,250.64	1,689.19	7,731.84
3		UGREEN GROUP	-	-	-
4		绿联集团	-	-	-
1	绿联进出口	美国绿联	12,348.48	10,799.41	12,868.40
2		香港绿联	57,231.25	48,883.41	25,477.28
3		德国绿联	43.88	30.22	-
4		绿联集团	-	-	-

注：报告期内，德国绿联交易金额较小，占内部交易发生额比重极低，且显著低于合并报表重要性水平，转让定价风险极低，因此未单独分析其转让定价风险。

### 3、境内子公司向境外子公司销售定价公允，不存在转让定价调整风险

公司在考虑集团内各公司之间的内部交易时，按照独立交易原则，合理考虑

了境内子公司主要承担采购职能，境外子公司主要承担境外分销商职能，交易价格基于产品最终销售给终端消费者的价格，考虑境外子公司需要承担的各项运营费用和税费后，境外子公司最终能保持合理的利润率水平，交易定价具有公允性。

根据公司聘请的税务咨询机构出具的《深圳市绿联科技股份有限公司 2019年-2021年转让定价分析备忘录》《深圳市绿联科技股份有限公司 2019-2022年度期间转让定价分析》（以下合称“《转让定价备忘录》”），根据转让定价同期资料，基于绿联科技集团内部各公司的功能和风险特征，税务咨询机构对中国转让定价法规以及《OECD 转让定价指南》中列明的常用转让定价评估方法进行了比较和研究，选用了交易净利润法作为评估方法，将息税前利润率作为利润水平指标对发行人内部的关联交易和转让定价安排进行了评估。分析结果显示，发行人境外子公司的经营利润水平位于可比分销企业利润水平的独立交易区间内，能够说明绿联科技及其境内子公司与境外子公司的内部交易定价符合独立性原则，内部交易定价具备公允性。具体测算过程如下：

#### （1）功能和风险分析、价值链分析

功能和风险分析有助于选择一个合适的转让定价方法，并为可比性分析提供基础。通过功能和风险分析，可以了解企业在经营过程中所执行的功能、承担的风险以及使用的资产（包括有形资产和无形资产），从而可以了解和分析企业的增值活动，并评估其在关联交易中应该取得的合理收益。

在发行人合并范围内的关联交易安排中，绿联科技承担产品开发、采购、质量控制、库存管理、物流、市场营销及销售、售后服务和软件系统开发及维护等功能，并相应承担市场风险、开发风险、存货风险、信用风险、产品责任风险和部分汇率风险，拥有品牌、销售渠道、专利等无形资产，承担相对复杂和综合的职能角色；对于其他子公司，分别承担类似于生产制造商、分销商和服务提供商相对简单的角色。其中绿联工控、绿联进出口、美国公司（UGREEN GROUP、美国绿联）、香港公司（绿联集团、香港绿联）、德国绿联主要参与产成品的采购和销售及辅助处理售后服务。

#### （2）转让定价方法的选择

税务咨询机构基于中国大陆、中国香港和美国的转让定价法规，选择合适的

转让定价方法，税务咨询机构根据前述法规以及公司及其子公司功能风险和价值链贡献分析结果认为交易净利润法是作为分析公司各项验证关联交易的最佳转让定价方法（注：交易净利润法通常适用于有形资产的购销、转让和使用，无形资产的转让和使用以及劳务提供等关联交易）。

### （3）利润率指标的选择

在使用交易净利润法进行分析时，一般可以使用息税前利润率、贝里比率、资产收益率以及完全成本加成率。其他利润指标如果能够为验证公平独立交易结果提供更可靠的依据，则也可以采用。

分析购销交易下的绿联工控、绿联进出口、美国公司及香港公司之间购销业务的关联交易时，选择息税前利润率作为衡量关联交易的合理利润率指标。

### （4）比较年度的选择

在交易净利润法的运用中，通常采用多年的财务数据。一般情况下，采用三年的财务数据（一般为验证年度及之前两年，除非特殊情况要求采用更长年度的数据）。截至出具《转让定价备忘录》时，上市公司未披露其 2022 年度的财务数据，加之为保证有足够的样本量，在可比性筛选时使用可比公司 2019~2021 年度的财务数据进行可比公司的选择。

### （5）验证对象及可比公司的选择

在境内外子公司之间购销交易中，发行人境外分销子公司（UGREEN GROUP、美国绿联、绿联集团、香港绿联）主要从发行人境内分销子公司（绿联工控、绿联进出口）采购产成品进而销售至最终消费者。相比于发行人，分销子公司承担的功能风险相对有限，无显著的无形资产，财务数据易于确定，因此被选为验证对象。

税务咨询机构搜索与发行人分销子公司功能风险相似的可比公司，从公开渠道可获取的信息资源，包括由电子商业数据库，公司官网和公司年报等进行可比公司搜索，最终选中了 11 家亚太地区上市公司作为亚太分销子公司的（即绿联工控、绿联进出口、香港绿联、绿联集团）可比公司，7 家北美地区上市公司作为北美分销子公司（即美国绿联、UGREEN GROUP）的可比公司。

## (6) 转让定价风险测算

税务咨询机构将境外子公司各年度相关利润指标与可比公司相同的利润指标进行对比。若境外子公司的相关利润指标超出了可比公司利润指标的四分位区间，则调整至四分位区间中位值并依此计算出所得税拨备金额；反之，则认为公司无需进行转让定价调整。

经依据公司审定数据测算，UGREEN GROUP、美国绿联在报告期内加权平均息税前利润率与北美地区可比公司 2019~2021 年度三年加权平均息税前利润率四分位区间进行比较，结果如下所示：

公司名称	2020 年至 2022 年加权平均息税前利润率	同行业可比公司利润水平四分位区间		
		下四分位值	中位值	上四分位值
UGREEN GROUP	-	1.08%	2.93%	7.84%
美国绿联	4.63%			

注：UGREEN GROUP 于 2020 年至 2022 年三年期间无关联购销交易；部分同行业可比公司未披露 2022 年财务数据，因此同行业可比公司利润水平使用 2019-2021 年度财务数据。

经依据发行人审定数据测算，绿联集团、香港绿联在复阅期间加权平均息税前利润率与亚太地区可比公司 2019~2021 年度三年加权平均息税前利润率四分位区间进行比较，结果如下所示：

公司名称	2020 年至 2022 年加权平均息税前利润率	同行业可比公司利润水平四分位区间		
		下四分位值	中位值	上四分位值
绿联集团	-	1.69%	2.93%	6.13%
香港绿联	5.61%			

注：绿联集团于 2020 年至 2022 年三年期间无关联购销交易；部分同行业可比公司未披露 2022 年财务数据，因此同行业可比公司利润水平使用 2019-2021 年度财务数据。

综合以上，税务咨询机构认为：“对于公司主要海外实体绿联集团、香港绿联、UGREEN GROUP 及美国绿联在报告期内验证利润水平均位于同行业可比公司的四分位区间内，根据香港及美国的转让定价实践，无需进行转让定价调整以及相应的企业所得税拨备。因此，对于绿联科技集团境外实体，我们认为其关联交易符合独立交易原则，即其内部关联交易定价具备公允性。”

公司聘请的税务咨询机构系国际知名税务咨询机构，具备丰富的转让定价风险分析经验，优秀的执业能力并在相关领域享有良好的声誉。该税务咨询机构在其出具的《转让定价备忘录》中详细列示了可比公司的选择过程、选择依据、入

选原因以及剔除原因，可比公司的选择具备合理性，出具的结论具备参考性。

## （二）境外子公司采购资金、分红款汇入境内是否存在障碍、是否符合外汇相关法律法规的规定

### 1、报告期各期外汇汇兑金额、外汇汇入境内的具体方式

报告期内公司境外子公司向发行人及其境内子公司采购货物及服务，支付分红款需要将境外资金汇入境内，汇入境内金额及方式如下：

单位：万元

境外资金汇入境内发生额	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
公司境外资金汇入境内金额	104,051.72	81,754.83	61,506.86	47,291.62
其中：				
银行渠道	102,638.44	77,643.84	53,727.23	42,778.94
其中：贸易汇入金额	96,540.93	75,602.98	53,727.23	42,778.94
利润分配方汇入金额	6,097.51	2,040.86	-	-
具备资质的第三方支付平台渠道	1,413.28	4,110.98	7,779.63	4,512.68

发行人一般通过银行渠道和第三方支付平台渠道两种方式将外汇汇入境内，资金汇入境内不存在障碍，具体情况如下：

#### （1）银行渠道

通过银行渠道将境外资金汇入境内是指，企业的外销业务取得外汇收入后，即在规定时间通过收汇银行对每笔涉外收入进行申报，并将外汇资金及时进行结汇。公司主要采取由境外子公司与绿联科技、绿联进出口、绿联工控之间进行货物贸易或服务贸易的方式将外币结汇转入境内公司，结汇具体方式及其法律依据为：

##### ① 通过货物贸易结汇

根据《经常项目外汇业务指引（2020年版）》等相关规定，国家外汇管理局及其分支局实行“贸易外汇收支企业名录”登记管理，通过货物贸易外汇监测系统发布名录。对于不在名录的企业，银行和支付机构原则上不得为其办理货物贸易外汇收支业务。具有真实货物贸易外汇收支业务需求的企业，凭《贸易外汇收支企业名录登记申请表》、营业执照向所在地外汇局申请名录登记。

发行人及其相关境内子公司已按照《经常项目外汇业务指引（2020年版）》

等相关规定办理了货物贸易外汇收支企业名录登记手续并均分类为 A 类企业，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务。

发行人及其子公司在外汇管理局办理货物贸易外汇收支企业名录登记，开通货物贸易外汇网上业务；银行收到发行人境外子公司的货款后与开户主体进行确认后为其入账，银行在国家外汇管理局进行外汇收款申报。

## ② 通过服务贸易结汇

根据《经常项目外汇业务指引（2020 年版）》的规定，服务贸易外汇收支应当具有真实、合法的交易基础，境内机构和境内个人不得虚构贸易背景办理外汇收支业务，不得以分拆等方式规避外汇管理。银行办理服务贸易外汇收支业务，应按照本指引规定对交易单证的真实性及其与外汇收支的一致性进行合理审核。

发行人及其相关境内子公司已通过具有经营外汇业务资质的银行完成外汇登记，开立了收取外汇的外币账户，以出口报关单、合同等出口单证办理了收汇手续，并通过指定银行进行收汇及结算，通过了银行的相关审核。发行人与境外子公司之间服务贸易合同亦在主管税务机关进行了备案。

## （2）具备资质的第三方支付平台渠道

根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 年修订）》《支付机构外汇业务管理办法》等现行有效法律法规，除银行等金融机构外，符合相关条件的支付机构在取得《支付业务许可证》并办理贸易外汇收支企业名录登记后，方可开展外汇业务。在为市场交易主体提供外汇服务时，“支付机构应遵循‘了解客户’‘了解业务’及‘尽职审查’原则，在登记的业务范围内开展经营活动”。

考虑到业务开展的特点、换汇的简便性和及时性，除主要通过货物贸易或服务贸易结汇外，发行人还存在通过拉卡拉等具有跨境外汇支付业务资格的跨境支付机构进行结汇情形。通过具有资质的跨境支付机构渠道结汇在存在境外电商平台销售产品模式的同行业上市公司中较为常见。

通过第三方支付机构结汇时，公司按要求填写申报明细，包括境外平台订单销售明细、资金收款人、收款账号，前述跨境支付机构将对交易的真实性进行审核。审核通过后，境外子公司将款项汇至第三方支付机构指定账号，第三方机构结汇成人民币后将款项支付至境内公司收款账号。

## 2、发行人的外汇收支、外汇经营活动的合规性

发行人在国家外汇管理局深圳市分局办理了贸易外汇收支企业名录登记并分类为 A 类企业，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务。

根据中国人民银行深圳市中心支行办公室分别出具的《企业违法违规记录情况证明》，中国人民银行深圳市中心支行办公室未发现绿联科技、绿联工控、绿联进出口在报告期内“因违反人民银行及外汇管理相关法律法规、规章及规范性文件而受到中国人民银行深圳市中心支行及国家外汇管理局深圳市分局行政处罚的记录”。

经查询国家外汇管理局 (<https://www.safe.gov.cn/safe/index.html>) 及发行人境内子公司所在地外汇管理局网站信息，报告期内，发行人及境内子公司没有因违反外汇收支、外汇经营活动等外汇管理方面的法律、法规被中国境内外汇主管机关给予行政处罚的情形。

境外律师就境外子公司香港绿联、绿联集团、美国绿联、UGREEN GROUP 和德国绿联的合法合规性发表明确意见，不存在因违反法律法规而被主管部门处罚或被提起民事或刑事诉讼的情形。具体结论如下：

根据张元洪律师行出具的法律意见书并经发行人出具的书面确认，报告期内，没有发现香港绿联在中国香港涉及任何重大诉讼程序或任何行政处罚，或因被中国香港有关政府部门作出重大处罚而提出诉讼的记录；不存在违反中国香港海关、税务方面的违法违规问题。

根据张元洪律师行出具的法律意见书，绿联集团在解散前经营之业务符合中国香港法律规定；截至其解散，没有发现绿联集团在中国香港涉及任何重大诉讼程序的记录，无任何正在进行或尚未了结的仲裁案件或任何行政处罚，或因被中国香港有关政府部门作出重大处罚而提出诉讼的记录；不存在违反中国香港海关、税务方面的违法违规问题。

根据 Jun He Law Offices LLC 出具的法律备忘录，报告期内，美国绿联没有从事任何行为以导致其违反了适用于公司或其业务及资产的任何法律、法规、判决或裁定，从而对公司的业务、资产、财务状况等产生重大不利影响的情形。报告期内没有针对美国绿联或影响美国绿联的仲裁、违规通知、其他司法程序或任



何性质的调查（民事、刑事、行政或合规），或任何未履行完毕的政府命令或处罚。

根据 Jun He Law Offices LLC 出具的法律备忘录，UGREEN GROUP 自 2019 年 5 月起已无实际经营，自 2019 年 1 月 1 日至 UGREEN GROUP 解散之日，UGREEN GROUP 没有违反适用于公司或其业务及资产的法律或法规；没有针对 UGREEN GROUP 或影响 UGREEN GROUP 的未决诉讼、仲裁、司法程序、民事或刑事调查，UGREEN GROUP 已按照科罗拉多商业法律采取了必要行动而适当解散。

根据 Peltzer Suhren Rechtsanwälte 出具的法律意见书，自德国绿联设立以来，德国绿联不存在尚未了结或可预见的、可能影响其持续经营的重大诉讼、仲裁案件和行政处罚。不存在违反德国的法律法规而被主管部门处罚或被提起民事或刑事诉讼的情形；德国绿联从成立以来正常合法纳税，执行的税种和税率符合德国法律规定，业务经营合法合规，真实有效。

基于上述，公司境外子公司采购资金、分红款汇入境内不存在障碍，符合外汇相关法律法规的规定。

### 三、说明美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低且比例进一步下降的原因。

#### （一）美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低的原因

报告期，美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额情况如下：

单位：万元

主要销售区域	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入金额	清关金额	占比	收入金额	清关金额	占比	收入金额	清关金额	占比
美洲地区	48,614.91	10,642.34	21.89%	42,453.58	9,456.71	22.28%	42,066.42	10,819.73	25.72%
欧洲地区	62,419.29	15,505.89	24.84%	69,409.94	18,173.85	26.18%	54,460.39	14,881.90	27.33%
合计	111,034.20	26,148.23	23.55%	111,863.51	27,630.56	24.70%	96,526.81	25,701.63	26.63%

上述表格中美洲地区及欧洲地区的收入金额包括境外线下销售收入、境外线上销售以境外子公司名义清关对应的收入、境外线上销售以物流公司名义清关对应的收入及境外线上销售以 C 端客户名义清关对应的收入。而上述表格中清关

金额主要为境外线上销售以境外子公司名义清关金额，两者存在差异。即美洲地区及欧洲地区的销售收入高于清关金额对应的收入金额。报告期，清关金额对应的收入金额按美洲地区及欧洲地区（其中美洲地区包括美国和加拿大，欧洲地区包括英国及欧盟国家）进行统计分析，具体情况如下：

单位：万元

主要销售区域	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入金额	清关金额	占比	收入金额	清关金额	占比	收入金额	清关金额	占比
美洲地区	37,328.76	10,642.34	28.51%	33,576.75	9,456.71	28.16%	35,175.35	10,819.73	30.76%
欧洲地区	50,982.62	15,505.89	30.41%	60,145.87	18,173.85	30.22%	46,704.00	14,881.90	31.86%
合计	88,311.38	26,148.23	29.61%	93,722.62	27,630.56	29.48%	81,879.35	25,701.63	31.39%

从上表可知，美洲地区清关金额占其对应的收入金额比例分别为 30.76%、28.16% 和 **28.51%**，欧洲地区清关金额占其对应的收入金额比例分别为 31.86%、30.22% 和 **30.41%**，上述比例较低主要原因系公司之境外子公司主要在亚马逊等电商平台进行销售，亚马逊平台服务费、物流费等费用较高，公司因此给境外子公司预留了相对较高一些的毛利空间，导致境外子公司收入远高于清关金额，因此美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低。以美国绿联为例，美国绿联报告期内累计运杂费率约为 34%、平台服务费约为 13%、广告推广费约为 12%、运营服务费约为 9%、所有销售渠道的商品成本占收入比重约为 27%，上述直接相关的成本费用率合计约 95%，扣除直接相关的成本费用后，美国绿联留存的营业利润率约 5%，该利润留存情况符合美国绿联在公司整体层面作为分销子公司的业务定位。

基于上述，受公司之境外子公司在亚马逊等平台销售的相关成本费用率较高的影响，公司给境外子公司预留了相对较高一些毛利空间，导致境外子公司销售收入金额显著高于清关金额，因此公司美洲及欧洲地区清关金额占其销售金额比例较低。

## （二）美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例呈现先降后升的趋势的原因

报告期各期，美洲地区及欧洲地区清关金额占其对应销售金额比例均呈现先

降后升的趋势，主要变动原因为：

①受产品售价波动的影响，通常情况下，在产品成本相同的情况下，产品售价越高，即境外公司商品销售毛利率越高，清关金额占其对应销售金额比例越低；境外公司商品销售毛利率越低，清关金额占其对应销售金额比例越高。

②受海外仓备货模式下产品销售时间与清关时间存在时间差的影响，通常情况下，期末海外仓备货量增加越大，清关金额占当期销售金额比例越高；期末海外仓备货量减少越大，清关金额占当期销售金额比例越低。因此，在产品售价波动及海外仓备货模式下产品销售时间与清关时间存在时间差的叠加影响下，使得美洲地区及欧洲地区清关金额占其对应销售金额比例呈现先降后升的趋势。此外，受欧洲地区清关金额（关税计算基数含到岸运费）与美洲地区清关金额（关税计算基数不含运费）的计算方式不同，报告期各期欧洲地区清关金额占其对应销售金额比例高于美洲地区。

清关金额占当期销售金额比例中的销售金额受产品供需情况及产品定价影响存在一定波动，而营业成本与清关金额更为相关，剔除产品供需及定价波动的影响后，以清关金额与营业成本进行比较分析；此外，海外仓备货模式下产品销售时间与清关时间存在时间差；剔除上述两因素影响后，对公司报告期内累计清关金额（欧洲地区不含运费）与匡算的境外子公司以自己名义清关的存货购入金额之间的具体对比情况如下：

单位：万元

项目	美洲地区	欧洲地区
清关金额①	37,961.39	55,319.00
营业成本②	36,455.76	53,791.65
2022 年末存货余额③	2,788.81	3,512.51
2018 年年末存货余额④	1,806.18	2,051.81
差额⑤=①- (②+③-④)	523.00	66.65
差异率⑥=⑤/①	1.38%	0.12%

注 1：在进口关税方面，美洲和欧洲地区关税计算方式有所差异，美洲地区主要是以货物的 FOB 金额为基数计算，其进口关税的计算方式以 FOB 金额\*关税税率；而对于欧洲来说，主要以货物的 CIF 金额为基数计算，其进口关税的计算方式是（货物金额+海运费+保险费）\*关税税率。为便于分析，将欧洲地区清关金额剔除运费后与公司营业成本及存货变动金额进行比较。

注 2：②中的营业成本为美洲地区和欧洲地区销售并以公司名义清关对应结转的产品成本金额；③和④中存货余额为以公司名义清关的存货金额。

从上表可知，公司美洲地区和欧洲地区（不含运费）的清关金额与匡算的境外子公司以自己名义清关的存货购入金额差异较小，整体差异率约为**0.63%**，差异主要系汇率波动等因素影响所致。

基于上述，受公司之境外子公司在亚马逊等平台销售的相关成本费用率较高的影响，公司给境外子公司预留了相对较高的毛利空间，公司美洲及欧洲地区清关金额占其销售金额比例较低；同时，在产品售价波动及海外仓备货模式下产品销售时间与清关时间存在时间差的叠加影响下，公司美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例呈先降后升的趋势。

#### 四、核查程序与核查意见

##### （一）核查程序

- 1、向发行人了解并核查出口环节及进口报关环节的所涉及的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程；
- 2、取得发行人各种出口报关及进口报关类型的销售额数据、各项进出口税费缴纳数据进行对比分析，复核相关数据的准确性；
- 3、查询主要出口国家对发行人产品征收关税的税率情况；
- 4、查阅境外税务咨询机构出具的关于发行人在海外市场开展销售业务的海外税务风险分析备忘录及境外律师就境外子公司出具的关于合法合规性的法律意见书；
- 5、取得发行人提供给第三方物流公司的申报货值数据，并与境内子公司报关出口金额进行对比分析，确认发行人按当地法律法规的要求提供了清关环节的申报货值；
- 6、查阅发行人与第三方物流供应商签订的相关协议中关于出口报关及进口报关过程中，出现申报环节瞒报、漏报情况的下的责任及损失的承担约定；
- 7、查阅中国邮政集团有限公司深圳分公司出具的关于国际小包海关监管流程合法合规性确认的函；
- 8、查阅相关行业跨境销售企业关于邮政小包含规性的相关论述及结论；
- 9、向发行人访谈了解洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低且比

例进一步下降的原因，并结合清关金额数据和销售数据分析相关原因的合理性；

10、访谈发行人财务负责人，了解境内子公司向境外子公司下销售商品的定价方法和影响因素，成本加成水平等事项，结合内部交易记录，分析其定价方式的合理性及公允性；

11、获取并查阅发行人税务咨询机构出具的《**转让定价备忘录**》，了解发行人及其境内外子公司特在发行人实际经营过程中承担的职能与风险；复核转让定价测算的详细过程，分析其测算数据、测算方法的合理性及准确性，审阅报告发表的结论性意见，确认是否存在通过内部交易不公允定价方式规避税负的情形；复核税务咨询机构的资质和职业声誉；

12、获取并查阅发行人及其主要子公司的税务合规证明以及发行人境外律师出具的法律意见书，核查发行人及其子公司报告期内违法违规情况和税务合规性；

13、抽样检查报告期内境外子公司与境内子公司交易订单、资金汇入境内及境内结汇的提交的申请材料，核实资金汇入境内的流程和相关交易的真实性；

14、获取发行人及其子公司《对外贸易经营者备案登记表》，登录国家外汇管理局数字外管平台，查询发行人及其子公司企业管理信息，确认其外汇局代码、企业代码及分类结果为 A 类；

15、查询国家外汇管理局（<https://www.safe.gov.cn/safe/index.html>）及发行人境内子公司所在地外汇管理局网站信息，核实发行人及境内子公司报告期内没有因违反外汇收支、外汇经营活动等外汇管理方面的法律、法规被中国境内外汇主管机关给予行政处罚的情形；取得中国人民银行深圳市中心支行办公室对发行人及子公司分别出具的《企业违法违规记录情况证明》；

16、获取美洲及欧洲地区清关金额统计表，并对清关金额占当期销售金额比例进行分析；

17、向发行人了解报告期公司产品在美洲及欧洲地区售价波动、毛利率变化情况以及海外备货情况，境外公司的销售渠道及相关成本费用情况；

18、对清关金额与境外子公司以自己名义清关的存货购入金额进行分析，核实美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例变化的趋势及合理性。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人出口及进口环节的税种、税率、承担方、税收缴纳及流程符合相关法律法规的规定。在国际直邮物流配送方式或在平台仓和第三方仓配送并以第三方物流商作为进口报关主体时情形下，发行人不是进口关税和进口增值税的纳税义务人，不承担对货物申报价值、报关、缴税等相关责任，因此不存在被追缴各项税费的风险，发行人的业务不存在受到潜在不利影响的风险。以境外销售子公司作为进口报关主体时，公司已按照当地相关法律法规的要求缴纳公司各主要出口国进口环节涉及的各项税费，实际缴纳税费的税率位于合理区间，公司不存在被追缴进口环节各项税费的风险。发行人邮政小包寄往境外由邮政公司依法履行了报关手续，以邮递物品而不是货物的方式报关为在跨境物流行业较为普遍，且受到海关全程监管，符合相关法律法规的规定，不存在相关合规风险；

2、报告期内，发行人境内子公司向境外子公司内部交易销售定价系基于独立交易原则，基于境内外子公司业务定位，在境内子公司采购成本基础上合理制定成本加成率计算内部交易价格。发行人境内外子公司之间转让定价政策具备必要性及合理性，并未导致转让定价角度的所得税的不合理减少，交易价格具有公允性且不存在通过内部交易不公允定价方式规避税负的情形；发行人及其相关子公司具备外汇收支及结售汇资质，境外子公司采购资金、分红款等汇入境内系通过合法合规方式执行，不存在汇入境内的障碍，符合外汇相关法律法规的规定；

3、报告期内，美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低主要系受公司境外子公司在亚马逊平台销售费用率较高的影响，公司给境外子公司预留了相对较高一些的毛利空间，导致境外子公司对外销售收入金额高于清关金额，因此美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例较低；在产品售价波动及海外仓备货模式下产品销售时间与清关时间存在时间差的叠加影响下，公司美洲及欧洲地区清关金额占当期销售金额比例呈先降后升的趋势，其变动的具有合理性，不存在异常情形。

## 2. 关于成品采购

申请文件及问询回复显示，报告期各期，发行人成品采购金额分别为 88,545.30 万元、104,489.11 万元、139,663.89 万元，占采购总额的比例分别为 75.39%、74.01%、72.99%，且深圳市湘凡科技有限公司、深圳市菲炫电子科技有限公司等主要成品供应商对发行人销售金额占上述供应商营业收入的比例达 80% 以上。

请发行人说明主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据，主要成品供应商对发行人销售占比均较高的原因及是否符合行业特征。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对于成品采购价格公允性的主要核查依据及核查结论。

一、请发行人说明主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据，主要成品供应商对发行人销售占比均较高的原因及是否符合行业特征。

### （一）主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据

报告期内，主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据情况如下：

年份	序号	供应商名称	成立时间	开始合作时间	营业收入 (亿元)	厂房面积 (平方米)	整体销售 毛利率	向发行人的 销售毛利率
2022 年	1	深圳市湘凡 科技有限公司	2013 年 6 月	2014 年 4 月	3.0-4.0	10,000 左 右	15%-20%	15%-18%
	2	深圳市菲炫 电子科技有限公司	2012 年 12 月	2012 年 12 月	1.0-2.0	6,461	10%-20%	10%-20%
	3	深圳市橙果 电子有限公司	2017 年 11 月	2018 年 2 月	0.5-1.0	5,442	约 20%	约 20%
	4	东莞市柏大 电子科技有限公司	2009 年 12 月	2016 年 10 月	0.5-1.0	12,500	约 10%	约 10%
	5	协源科技实 业(深圳)有 限公司	2015 年 6 月	2017 年 4 月	1.0-1.5	6,935	10%-20%	10%-20%
	6	东莞市方展 实业有限公司	2015 年 1 月	2015 年 4 月	0.5-1.0	8,600	约 20%	约 20%
	7	深圳市雅晶 源科技有限 公司	2008 年 7 月	2021 年 5 月	7.0-8.0	21,000	约 10%	约 20%

年份	序号	供应商名称	成立时间	开始合作时间	营业收入 (亿元)	厂房面积 (平方米)	整体销售 毛利率	向发行人的 销售毛利率
	8	深圳市显盈科技股份有限公司	2011年7月	2012年11月	未披露	31,348	未披露	约10%
	9	深圳市科奈信科技有限公司	2009年9月	2020年4月	8.0-9.0	60,000	10%-20%	10%-20%
	10	永新县宏展电线电缆有限公司	2013年3月	2016年5月	0.5-1.0	13,000	约10%	约10%
2021年	1	深圳市湘凡科技有限公司	2013年6月	2014年4月	3.0-4.0	10,000左右	15%-20%	15%-20%
	2	深圳市菲炫电子科技有限公司	2012年12月	2012年12月	1.0-2.0	6,461	10%-20%	10%-20%
	3	深圳市橙果电子有限公司	2017年11月	2018年2月	1.0-1.5	3,460	10%-20%	10%-20%
	4	协源科技实业(深圳)有限公司	2015年6月	2017年4月	1.0-1.5	5,046	10%-20%	10%-20%
	5	东莞市方展实业有限公司	2015年1月	2015年4月	0.5-1.0	8,600	20%-30%	20%-30%
	6	东莞市柏大电子科技有限公司	2009年12月	2016年10月	0.5-1.0	12,500	10%-20%	10%-20%
	7	深圳市显盈科技股份有限公司	2011年7月	2012年11月	5.0-6.0	31,348	20%-30%	10%-20%
	8	东莞市奥强电子有限公司	2005年7月	2017年4月	1.0-2.0	8,000	10%-20%	10%-20%
	9	深圳市东景盛电子技术有限公司	2005年5月	2016年7月	1.0-2.0	18,000	20%-30%	20%-30%
	10	吉安易巴克电子科技有限公司	2014年12月	2017年11月	0.5-1.0	14,758	20%-30%	20%-30%
2020年	1	深圳市湘凡科技有限公司	2013年6月	2014年4月	2.0-3.0	6,000左右	20%-25%	20%-25%
	2	深圳市菲炫电子科技有限公司	2012年12月	2012年12月	0.5-1.0	4,080	20%-30%	20%-30%
	3	协源科技实业(深圳)有限公司	2015年6月	2017年4月	0.5-1.0	5,046	10%-20%	10%-20%



年份	序号	供应商名称	成立时间	开始合作时间	营业收入 (亿元)	厂房面积 (平方米)	整体销售 毛利率	向发行人的 销售毛利率
	4	深圳市显盈科技股份有限公司	2011年7月	2012年11月	5.0-6.0	22,629	20%-30%	约 10%
	5	深圳市橙果电子有限公司	2017年11月	2018年2月	0.5-1.0	3,460	10%-20%	10%-20%
	6	东莞市柏大电子科技有限公司	2009年12月	2016年10月	0.5-1.0	10,500	10%-20%	10%-20%
	7	东莞市方展实业有限公司	2015年1月	2015年4月	0.5-1.0	6,500	20%-30%	20%-30%
	8	吉安易巴克电子科技有限公司	2014年12月	2017年11月	0.5-1.0	7,983	20%-30%	20%-30%
	9	深圳市东景盛电子技术有限公司	2005年5月	2016年7月	1.0-2.0	18,000	20%-30%	20%-30%
	10	东莞市龙晟电子科技有限公司	2012年6月	2017年2月	0-0.5	6,000	10%-20%	10%-20%

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的合计经营数据及财务数据；2、吉安易巴克电子科技有限公司包含了东莞市普旭实业有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司的合计经营数据及财务数据；3、深圳市显盈科技股份有限公司包含了深圳市显盈科技股份有限公司、惠州市显盈电子科技有限公司的合计经营数据及财务数据；4、上述供应商的经营及财务数据均来源于供应商访谈确认、上市公司公告。

发行人报告期各期前十大成品供应商的部分经营与财务数据情况已申请豁免披露。

经访谈及供应商书面确认，获取了上述主要成品供应商的财务与经营数据以及销售毛利率情况，各期主要成品供应商对公司的销售毛利率与供应商自身整体的销售毛利率差异较小。

深圳市显盈科技股份有限公司（以下简称“显盈科技”）对公司的销售毛利率与其自身整体的销售毛利率存在一定差异，主要原因系显盈科技对公司销售的产品为的毛利率较低的非 Type-C 接口类信号转换器，且其境内与境外销售毛利率差异较大所致。

供应商	销售的主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
		公司整体毛利率		
深圳市显盈科技	信号转换器、数字信号	尚未披露	24.46%	27.93%

股份有限公司	拓展坞、电源类、以及模具及精密结构件类产品			
<b>供应商</b>	<b>绿联采购的主要产品</b>	<b>对绿联销售的毛利率</b>		
深圳市显盈科技股份有限公司	信号转换器	约 10%	约 10%	约 10%

报告期内，绿联科技向显盈科技采购的产品主要为信号转换器，该产品属绿联科技的音视频产品中的视频转换器产品，报告期各期该产品占公司向显盈科技各期采购金额比例为 79.40%、70.00% 和 **83.17%**。

显盈科技是一家以销售多功能信号转换拓展类及电源类产品为主，模具及精密结构件为辅的上市公司，2021 年度营业收入 5.69 亿元，其生产销售的产品种类丰富，向绿联科技提供信号转换器为其主营产品中的一类。视频转换器是指用于视频信号转换的产品，主要用于不同协议的接口之间的音视频信号转换，公司向显盈科技采购的视频转换器产品主要为用于 DP 接口、HDMI 等非 Type-C 接口的产品，由于非 Type-C 接口在笔记本电脑、显示器等电子产品设备的市场应用空间正逐渐缩小，相关产品正被 Type-C 接口产品逐步取代，产品市场空间与 Type-C 类的产品相比较低，其销售定价与毛利率也较低。根据显盈科技招股说明书披露的数据，2018 年-2020 年 Type-C 接口信号转换器销售单价为 58.61 元、57.71 元和 54.03 元，而同期非 Type-C 接口信号转换器销售单价仅为 26.43 元、26.92 和 27.08 元。根据上市公司公开披露数据，2020 年显盈科技境内非 Type-C 接口信号转换器销售毛利率为 8.50%，与其对绿联科技销售的毛利率差异较小。

另一方面，显盈科技外销收入占比较高拉高了其整体销售毛利率。根据其招股说明书与定期报告披露的数据，从总体销售情况来看，2019 年-2021 年、2022 年 1-6 月其外销收入占比分别为 60.34%、64.66%、64.76% 和 69.09%，2021 年、2022 年 1-6 月境外销售毛利率为 30.14% 和 28.25%。从信号转换器产品来看，由于境内外销售定价策略不同，内销信号转换器毛利率显著低于外销毛利率。其招股说明书中披露：“境外品牌竞争格局相对稳定，利润率高，品牌商追求稳定、高品质的供应体系，与供应商共同成长，对价格敏感度低。因此产品定价较高，毛利率较高。”2019 年、2020 年显盈科技披露的内销信号转换器毛利率分别为 8.35%、10.10%，与其对绿联科技的销售的毛利率差异较小。

综上所述，显盈科技对公司销售的产品为毛利率较低的非 Type-C 类信号转

换器，且其内外销定价差异使得境内与境外销售毛利率差异较大，因此显盈科技对公司销售毛利率低于其总体销售毛利率具有合理性。

深圳市雅晶源科技有限公司对公司的销售毛利率与其自身整体的销售毛利率存在一定差异，主要系产品结构差异所致。具体原因请参见本题回复之“三、说明对于成品采购价格公允性的主要核查依据及核查结论”之“（一）成品采购价格公允性的主要核查依据”之“2、核查过程”之“（6）公司主要供应商毛利率对比情况”之“③充电类”。

## （二）主要成品供应商对发行人销售占比均较高的原因及是否符合行业特征

### 1、主要成品供应商对发行人销售占比均较高的原因

报告期前十大成品供应商采购金额、采购金额占其营业收入比例的情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	采购金额占其营业收入比例
2022 年	1	深圳市湘凡科技有限公司	22,943.68	60%-70%
	2	深圳市菲炫电子科技有限公司	9,749.13	80%-90%
	3	深圳市橙果电子有限公司	8,807.35	90%-100%
	4	东莞市柏大电子科技有限公司	8,196.12	80%-90%
	5	协源科技实业（深圳）有限公司	7,624.05	60%-70%
	6	东莞市方展实业有限公司	6,973.27	70%-80%
	7	深圳市雅晶源科技有限公司	5,952.55	0%-10%
	8	深圳市显盈科技股份有限公司	4,756.70	-
	9	深圳市科奈信科技有限公司	4,569.27	0%-10%
	10	永新县宏展电线电缆有限公司	4,509.38	50%-60%
2021 年	1	深圳市湘凡科技有限公司	26,648.07	80%-90%
	2	深圳市菲炫电子科技有限公司	11,853.46	80%-90%
	3	深圳市橙果电子有限公司	10,364.23	80%-90%
	4	协源科技实业（深圳）有限公司	7,848.99	60%-70%
	5	东莞市方展实业有限公司	7,183.02	80%-90%
	6	东莞市柏大电子科技有限公司	6,629.46	80%-90%
	7	深圳市显盈科技股份有限公司	5,570.10	0%-10%
	8	东莞市奥强电子有限公司	4,995.13	20%-30%

年份	序号	供应商名称	采购金额	采购金额占其营业收入比例
	9	深圳市东景盛电子技术有限公司	4,411.63	20%-30%
	10	吉安易巴克电子科技有限公司	4,308.80	70%-80%
2020年	1	深圳市湘凡科技有限公司	26,932.00	90%-100%
	2	深圳市菲炫电子科技有限公司	8,727.64	90%-100%
	3	协源科技实业（深圳）有限公司	5,954.35	60%-70%
	4	深圳市显盈科技股份有限公司	5,484.60	10%-20%
	5	深圳市橙果电子有限公司	5,094.57	90%-100%
	6	东莞市柏大电子科技有限公司	4,905.89	80%-90%
	7	东莞市方展实业有限公司	4,557.57	80%-90%
	8	吉安易巴克电子科技有限公司	4,288.24	80%-90%
	9	深圳市东景盛电子技术有限公司	4,053.67	20%-30%
	10	东莞市龙晟电子科技有限公司	3,798.23	90%-100%

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的采购额；2、吉安易巴克电子科技有限公司包含了东莞市普旭实业有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司的采购额；3、深圳市显盈科技股份有限公司包含了深圳市显盈科技股份有限公司、惠州市显盈电子科技有限公司的采购额；4、深圳市显盈科技股份有限公司为上市公司，其2022年年报数据尚未披露。

报告期内，对绿联科技销售占比较高的主要包括深圳市湘凡科技有限公司、深圳市菲炫电子科技有限公司、深圳市橙果电子有限公司、东莞市方展实业有限公司、东莞市柏大电子科技有限公司、协源科技实业（深圳）有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司、东莞市龙晟电子科技有限公司、永新县宏展电线电缆有限公司等供应商，原因主要包括以下几个方面：

（1）公司与供应商合作稳定，对主要供应商采购额逐年增长，供应商业务收入稳定增长

公司上述主要供应商与绿联科技保持多年稳定业务，报告期内均有交易。报告期内，绿联科技业务增长较快，采购需求量较大，对主要供应商的采购金额及数量均逐步增大，且对供应商采购付款及时、采购价格合理。绿联科技经营情况和商业信誉良好，主要供应商与绿联科技保持着稳定的双赢合作关系，最近三年业务收入稳定增长，供应商在主观意愿上愿意为绿联科技服务投入更多的资源，绿联科技也需要保障供应链的稳定可靠，因而形成了上述供应商对绿联科技销售占比较高的情形。

(2) 供应商整体规模有限，需集中资源服务于绿联科技

报告期内，绿联科技采购占其销售收入占比较高的供应商为绿联科技供应产品品类及供应 SKU（Stock Keeping Unit 库存量单位，现在已经被引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应有唯一的 SKU 号，后同）数量情况如下：

供应商名称	2022 年营业收入	2022 年为发行人供应产品品类	2022 年供应 SKU 数量	2021 年供应 SKU 数量	2020 年供应 SKU 数量
深圳市湘凡科技有限公司	3.5 亿左右	充电类、传输类、存储类、音视频类、其他	180	221	216
深圳市菲炫电子科技有限公司	1 亿左右	充电类、传输类、存储类	148	186	179
深圳市橙果电子有限公司	1 亿左右	充电类、其他	80	66	41
东莞市方展实业有限公司	1 亿以内	传输类、音视频类	174	159	125
东莞市柏大电子科技有限公司	1 亿左右	充电类、传输类、音视频类、其他	360	271	214
协源科技实业（深圳）有限公司	1 亿左右	移动周边类、其他	82	81	72
吉安易巴克电子科技有限公司	1 亿以内	充电类、传输类、音视频类	77	86	103
东莞市龙晟电子科技有限公司	1 亿以内	移动周边类、其他	69	80	88
永新县宏展电线电缆有限公司	1 亿以内	传输类、充电类	274	226	158

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的供应品类、供应 SKU 数量；2、吉安易巴克电子科技有限公司包含了东莞市普旭实业有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司的供应品类、供应 SKU 数量。

报告期内，公司上述主要供应商收入逐年增长，但业务规模仍然较小。绿联科技所处消费电子行业，产品品类较多，产品更新迭代较快。报告期内，公司向上述主要供应商采购品类较多，采购 SKU 较多。公司主要供应商均需集中资源为绿联科技匹配对应的研发生产体系、品质管理体系、订单物流体系等，保证供货产品满足公司的研发设计要求、订单排产需求、品质管理要求及交付及时需求等。报告期内，虽然上述主要供应商收入有所增长，但业务规模仍然有限，产能有限，若将有限资源分散到所有外部客户，不利于其降低生产、采购、人力等成本，同时难以服务好所有客户，因此供应商主动采取集中资源为公司提供服务的发展策略，导致对公司的销售占比较高。

## 2、主要成品供应商对发行人销售占比均较高符合行业特征

绿联科技主要从事 3C 消费电子产品的研发、设计、生产及销售，致力于为用户提供全方位数码解决方案，属于消费电子行业。同时，绿联科技以线上销售为主，报告期内公司主营业务线上收入占比为 80%左右。公司所处行业具备以下特征：

### (1) 消费电子行业产品品类多、更新迭代快，要求供应商匹配对应的研发生产管理、品质管理体系

消费电子行业产品品类较多，产品更新迭代较快，品牌企业下游供应商需匹配对应的生产管理、质量管理体系，保证供货产品满足客户的研发设计、品质管理等要求，要求供应商快速生产、快速迭代。对产能及资源有限的供应商，将较大程度造成其对主要客户进行资源倾斜，也较大程度造成其对主要客户销售占比较高的情形。

### (2) 线上销售模式下小批量、多批次的订单特点，对供应商订单排产、物流配送模式提出较高要求

发行人以线上销售为主，SKU 数量众多且产品更新相对较快，同时线上平台 C 端客户存在订单较为分散、订单数量庞大的特点。采用可比销售模式的相关行业企业中存在同类情形，根据公开披露信息，赛维时代 2021 年在亚马逊平台的订单数量达到 2,308.69 万个，平均订单金额为 250.53 元；三只松鼠 2021 年在线上渠道订单数量达到 6,154 万个，平均订单金额为 70.21 元。因此，线上销售小批量、多批次的订单特点，使得通过线上平台向终端消费者销售模式为主的企业在采购过程中，对供应商的采购也对应存在小批量、多批次的订单特点，要求供应商匹配对应的订单排产、仓储管理、物流配送体系，保证供应商订单排产、物流发送兼具灵活性与及时性。下游供应商需满足电商客户企业的需求，建立与之对应的订单排产体系、物流管理体系。对规模及资源有限的供应商，将促使其集中资源为主要客户服务，较大程度造成其对主要客户销售占比较高的情形。

消费电子行业及主要以线上销售模式为主的企业，供应商对其销售占比情况如下：

序号	公司	所处行业	主要产品	供应商名称	是否为成品供应商	采购内容	采购金额占供应商收入比例
----	----	------	------	-------	----------	------	--------------

序号	公司	所处行业	主要产品	供应商名称	是否为成品供应商	采购内容	采购金额占供应商收入比例
1	显盈科技	消费电子行业	信号转换拓展产品等	深圳市力可普尔电子有限公司	否	工程塑料	2020 年度：未披露 2019 年度：40%-50% 2018 年度：40%-50%
				惠州市和盛高创电子有限公司	否	连接器件；成品组装、双倍线加工外协服务	2020 年度：55%-80% 2019 年度：55%-80% 2018 年度：55%-80%
				深圳市祺顺通电子有限公司	否	SMT 贴片外协服务	2018 年度：50%-70% 2019 年度：50%-70% 2020 年度：50%-70%
2	创益通	消费电子行业	消费电子互连产品及组件等	深圳市联益科技有限公司	是	外协组装数据线以及 OEM 数据线代工业务	2020 年度：未披露 2019 年度：40% 2018 年度：88%
3	赛维时代	互联网零售	服装配饰、运动娱乐、百货居家类等	海丰县弘兴服饰有限公司	是	家居服	2021 年度：50%-80% 2020 年度：未披露 2019 年度：50%-80%
				佛山市南海区日利兴制衣厂	是	家居服	2021 年度：未披露 2020 年度：80%-100% 2019 年度：80%-100%
				佛山市欧若拉服饰有限公司	是	家居服、女装	2021 年度：未披露 2020 年度：80%-100% 2019 年度：80%-100%
4	三只松鼠	互联网零售	休闲食品类	杭州临安新杭派食品有限公司	是	碧根果、腰果	2018 年度：53% 2017 年度：86% 2016 年度：89%
				杭州鸿远食品有限公司	是	腰果、松子、开心果	2018 年度：73% 2017 年度：67% 2016 年度：75%
				上海香缘里食品有限公司	是	腰果、核桃、花生	2018 年度：79% 2017 年度：40% 2016 年度：77%

注：上述数据来源于上述公司审核披露材料。

可以看到，消费电子行业及主要以线上销售模式为主的企业，供应商对其销售占比较高的情况存在一定行业普遍性，一般而言采购金额占供应商收入比例超过 50%，部分供应商的比例区间在 80%-100%。综上所述，主要成品供应商对发行人销售占比均较高符合发行人所处行业特征。

## 二、核查程序与核查意见

### （一）核查程序

1、访谈发行人采购负责人，了解发行人与主要供应商的合作背景及合作历史情况，了解发行人所处行业特征；

2、访谈主要成品供应商，获取成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据，了解其对发行人销售占比情况及合理性；

3、查阅行业资料，了解发行人所处行业特征，了解同行业公司经营模式，以及同行业公司供应商的销售特点。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人主要成品供应商对发行人销售占比较高具备合理性，主要成品供应商对发行人销售占比较高符合行业特征。

## 三、说明对于成品采购价格公允性的主要核查依据及核查结论

申报会计师就发行人成品外部采购价格的公允性履行的相关核查程序及核查结论如下：

### （一）成品采购价格公允性的主要核查依据

#### 1、核查程序

（1）访谈发行人采购负责人，了解发行人的采购流程、供应商管理、采购询价等制度，了解成品采购价格的确定方式，以及采购价格的合理性；

（2）对发行人采购进行了细节测试和穿行测试，验证发行人采购相关内部控制流程的有效性以及采购交易的真实性；

（3）取得发行人采购明细表，对比同一 SKU 向不同供应商的采购价格是否存在重大差异；取得发行人采购明细表及供应商比价材料，核查报告期主要 SKU 采购价格的公允性情况，核查报告期主要供应商主要供货产品采购价格的公允性情况；

（4）对发行人主要供应商进行访谈，确认供应商对发行人销售产品定价是否公允，与供应商对其他客户的销售价格是否可比；

（5）对发行人主要供应商中提供同类产品的供应商毛利率进行对比，确定是否存在重大差异；对比公司主要供应商与同行业公司的毛利率，确定是否存在重大差异。



(6) 通过国家企业信用信息公示系统查询主要供应商的工商注册信息，取得公司报告期离职员工名单，确认发行人主要关联自然人及前员工是否在主要供应商任职或持股的情形；

(7) 取得发行人和发行人控股股东、实际控制人、董监高的银行流水，确认其是否与主要供应商存在异常资金往来的情况。

## 2、核查过程

### (1) 公司采购价格的定价模式

发行人与成品供应商协商确定所购买产品的价格。通常情况下，发行人采购部门会根据市场水平或实际耗用水平综合考虑产品生产的原材料成本、人工成本等因素，同时结合给予供应商的利润加成测算合理价格范围，同时将产品采购需求同时发送给两家以上的成品供应商进行询价，成品供应商报价后，发行人综合考虑供应商的规模、质量与报价后，综合决定所选择的成品供应商，并确认采购价格。公司与成品供应商基于市场规则和普遍方式协商定价，定价模式公允。

### (2) 公司同一产品向不同供应商的采购价格对比情况

报告期内，在同种成品向不同外部供应商采购的情形中，向某一供应商采购均价与该产品本年度整体采购均价差异率在 10% 以上的金额及占比如下：

单位：万元,%

采购内容	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
同种成品本年度向两家及以上的外部供应商采购的采购金额	32,820.52	100.00	29,221.50	100.00	18,266.32	100.00
其中：向某一供应商采购同一成品与本年度采购均价差异率在 10% 以上的采购金额	712.96	2.17	584.10	2.00	147.89	0.81

可以看到，向某一供应商采购同一成品与本年度采购均价差异率在 10% 以上的采购金额及占比均较小。在向不同成品供应商采购同种产品时，由于各个成品供应商按照发行人产品明细方案，根据自有工艺和成本等因素独立报价定价，且在公司测算合理范围内公司可以接受报价，因此向不同成品供应商采购同种产品存在单价不完全相同的情形，由于 3C 消费电子周边产品所需原材料、制造工艺

均不复杂，上游产成品制造商竞争较为充分，因此供应商通常报价差距较小。公司综合考虑价格、交付、服务水平等因素后选择最理想的几名供应商合作，具有合理性。同时，由于原材料价格和人工成本也在不断变化，因此不同时间对不同供应商的采购定价也会随行就市进行调整，发行人整体采购流程规范、成熟且市场化询价操作，采购价格合理，具有公允性。

报告期各期，主要的同种产品不同外协厂商的采购单价差异率在 10% 以上的情况如下：

**2022 年度：**

单位：元/件

类别	物料编码	物料名称	供应商名称	采购均价	与产品均价差异	差异大于 10% 的原因解释
充电类	70429	USB-C 数据充电线	全部供应商	15.23	-	-
			东莞市日泰电子科技有限公司	15.58	2%	-
			东莞市柏大电子科技有限公司	13.34	-12%	供应的产品方案升级优化，成本降低，重新议价后降低了采购价格
			联纲光电科技股份有限公司	15.21	0%	-

**2021 年度：**

单位：元/件

类别	物料编码	物料名称	供应商名称	采购均价	与产品均价差异	差异大于 10% 的原因解释
传输类	60547	网络箱线/水晶头	全部供应商	358.22	-	-
			东莞市领亚数字通讯科技有限公司	365.60	2%	-
			深圳市联讯高新技术有限公司	323.39	-10%	此单为 2021 年初采购入库的订单，2021 年原材料铜价持续上涨，导致此单价与全年采购均价相比偏低。
音视频类	10112	HDMI 高清线	全部供应商	117.41	-	-
			东莞市方展实业有限公司	118.93	1%	-
			吉安易巴克电子科技有限公司	119.34	2%	-
			深圳市东景盛电子技术有限公司	105.80	-10%	2020 年下半年引进的供应商，价格对比其他供应商有优

类别	物料编码	物料名称	供应商名称	采购均价	与产品均价差异	差异大于 10% 的原因解释
						势, 2021 年对其采购量相应提升。
充电类	30312	旅充/桌充	全部供应商	23.65	-	-
			东莞市奥强电子有限公司	24.22	2%	-
			深圳市雅晶源科技有限公司	21.02	-11%	雅晶源科技产品方案及原材料使用与奥强电子不同, 外协单价降低。
			深圳市橙果电子有限公司	20.93	-11%	橙果电子产品方案及原材料使用与奥强电子不同, 外协单价降低。
移动周边类	50394	手机平板支架	全部供应商	35.24	-	-
			深圳市金源鸿业科技有限公司	33.82	-4%	-
			东莞市龙晟电子科技有限公司	39.87	13%	2020 年末引进新供应商金源鸿业, 金源鸿业产品方案升级, 外协成本降低, 公司逐渐降低对龙晟电子科技采购, 增加对金源鸿业科技的采购量。

注: 东莞市领亚数字通讯科技有限公司、领亚电子科技股份有限公司属于同一控制企业; 吉安易巴克电子科技有限公司、东莞市普旭实业有限公司属于同一控制企业。

2020 年度:

单位: 元/件

类别	物料编码	物料名称	供应商名称	采购均价	与产品均价差异	差异大于 10% 的原因解释
音视频类	10112	HDMI 高清线	全部供应商	116.20	-	-
			吉安易巴克电子科技有限公司	118.98	2%	-
			东莞市方展实业有限公司	117.57	1%	-
			深圳市东景盛电子技术有限公司	100.86	-13%	2020 年下半年引进该品类供应商, 价格对比其他供应商有优势。
充电类	50592	车充	全部供应商	17.55	-	-
			深圳市首诺信电子有限公司	16.80	-4%	-
			东莞市奥强电子有限公司	22.72	29%	2020 年年中引进该品类新供应商首诺信, 首诺信产品方

类别	物料编码	物料名称	供应商名称	采购均价	与产品均价差异	差异大于 10% 的原因解释
						案价格奥强电子有优势，2021 年起不再向奥强电子采购该产品。
移动周边类	50394	手机支架	全部供应商	39.81	-	-
			东莞市龙晟电子科技有限公司	39.92	0%	-
			深圳市金源鸿业科技有限公司	32.92	-17%	2020 年末引进新供应商金源鸿业，金源鸿业产品方案升级，外协成本降低，公司逐渐降低对龙晟电子科技有限公司采购，增加对金源鸿业科技的采购量。
	80708	手机支架	全部供应商	23.11	-	-
			深圳市协源塑胶五金模具有限公司	22.72	-2%	-
			深圳市典创佳五金塑胶科技有限公司	25.54	11%	公司销量增长较快，协源塑胶五金的产能不足，公司临时向典创佳采购，导致采购价偏高。

注：吉安易巴克电子科技有限公司、东莞市普旭实业有限公司属于同一控制企业。

报告期内，针对同种产品，公司对外协供应商的采购价格存在差异的主要原因是，公司持续优化产品方案，持续考核供应商的产品质量及成本优化能力，对老产品持续引入产品方案及供货价格更有优势的供应商，提升对新供应商的采购份额，降低对成本不占优势的旧供应商的采购份额。同时，上述统计的是某一年度内采购的平均价格，由于原材料价格水平、人工成本水平也在不断变化，因此不同时间对不同供应商的定价也会略有差异。

除此之外，对于产品方案较为稳定的产品，发行人向不同外协企业采购同种产品的价格差异较小，差异主要系各外协厂商根据自身工艺和成本等因素定价不同，但均处于公司价格核算的合理范围之内，与公司的定价模式较为吻合，具有一定的合理性。

### (3) 公司主要 SKU 采购价格的公允性核查情况

取得报告期内公司采购明细表,选取了公司每期采购额最大的前十大SKU,对上述SKU的采购价格公允性进行了核查。

上述SKU分为同时向2家及以上外部供应商采购,以及仅向1家外部供应商采购的两种情形。针对向2家外部供应商采购的SKU,比较同一SKU针对不同外部供应商的采购价格,是否存在重大差异情况;针对仅向一家外部供应商采购的SKU,获取了对应SKU的多家供应商询价材料,将该独家供应商与其他比价供应商提供的报价单价格进行对比,确定是否存在重大差异情况。

各期前十大SKU采购价格,与不同供应商采购价格差异率或与比价方价格差异率情况如下:

年份	序号	物料编码	物料名称	采购金额(万元)	采购单价(元/件)	外部供应商数量	不同外部供应商采购价格差异率	采购价格与比价方价格差异率
2022年	1	90206	蓝牙耳机	3,112.26	102.31	1	-	-5%
	2	40873	扩展坞	2,195.14	114.01	1	-	-8%
	3	80133	扩展坞	1,817.20	119.49	1	-	-7%
	4	50209	扩展坞	1,803.44	68.42	1	-	-5%
	5	20760	旅充/桌充	1,323.28	15.65	1	-	-2%
	6	11259	网络箱线/水晶头	1,174.79	477.75	2	-6%	-
	7	90235	手机平板支架	1,144.63	29.57	1	-	-2%
	8	50394	手机平板支架	1,105.36	36.81	2	-6%	-
	9	20256	有线网卡	1,080.03	31.29	1	-	-3%
	10	40747	旅充/桌充	967.85	111.05	1	-	-1%
2021年	1	20760	旅充/桌充	2,985.03	17.94	1	-	8%
	2	40873	扩展坞	2,653.60	137.46	1	-	-4%
	3	11259	网络箱线/水晶头	2,418.53	478.63	2	7%	-
	4	50209	扩展坞	2,182.47	74.34	1	-	-6%
	5	80133	扩展坞	1,814.03	134.65	1	-	-7%
	6	80606	蓝牙耳机	1,519.35	127.11	1	-	-5%
	7	20256	有线网卡	1,239.24	31.76	1	-	-3%
	8	80708	手机平板支架	1,022.29	24.11	2	5%	-
	9	10375	旅充/桌充	1,005.39	132.97	1	-	-8%

年份	序号	物料编码	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部 供应商 数量	不同外部 供应商采 购价格差 异率	采购价格 与比价方 价格 差异率
	10	50771	扩展坞	993.83	111.13	1	-	-5%
2020 年	1	40873	扩展坞	3,313.70	143.92	1	-	-6%
	2	50209	扩展坞	2,013.19	79.33	1	-	-7%
	3	80606	蓝牙耳机	1,598.18	127.21	1	-	-4%
	4	20256	有线网卡	1,310.16	33.38	1	-	-6%
	5	20760	旅充/桌充	1,172.53	18.39	1	-	-5%
	6	50771	扩展坞	961.57	120.87	1	-	-7%
	7	60557	扩展坞	954.76	132.78	1	-	-8%
	8	30777	旅充/桌充	914.86	20.54	1	-	-5%
	9	11259	网络箱线/水晶头	901.30	388.59	2	2%	-
	10	20254	有线网卡	883.19	22.49	1	-	-5%

上述 30 个 SKU，其中 2022 年物料编码为 11259、50394；2021 年物料编码为 11259、80708；2020 年物料编码为 11259 的 5 个 SKU，均为向 2 家外部供应商采购，比较上述同一 SKU 针对不同外部供应商的采购价格，不存在重大差异。

除此之外的 25 个 SKU，为仅向 1 家外部供应商采购。针对仅向一家外部供应商采购的 25 个 SKU，获取了对应 SKU 的供应商比价材料，将该独家供应商与其他比价供应商提供的报价单价格进行对比，不存在重大差异的情况。

综上所述，报告期内公司主要 SKU 采购价格具备公允性。

#### (4) 公司向主要供应商采购价格的公允性核查情况

取得报告期内公司采购明细表，选取了报告期每期前十大供应商采购额前五大的 SKU 合计 150 个 SKU，对前十大供应商主要 SKU 的采购价格公允性进行了核查。

上述 SKU 分为以下两种情形：第一，同时向该供应商及其他外部供应商采购的情形；第二，仅向该供应商采购的情形。针对第一种情形，该 SKU 对该供应商的采购价格与外部供应商采购均价进行对比，确认是否存在重大差异情况；针对第二种情形，获取了对应 SKU 的供应商比价材料，将该独家供应商与其他比价供应商提供的报价单价格进行对比，确定是否存在重大差异情况。

报告期内主要供应商供货产品采购价格的公允性，具体核查情况如下：

①2022 年

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部供 应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
1	深圳市湘凡科技 有限公司	40873	扩展坞	2,195.14	114.01	1	-	-8%
		80133	扩展坞	1,817.20	119.49	1	-	-7%
		50209	扩展坞	1,803.44	68.42	1	-	-5%
		20256	有线网卡	1,080.03	31.29	1	-	-3%
		50737	有线网卡	738.47	36.46	1	-	-3%
2	深圳市菲炫电子 科技有限公司	40576	光驱	881.72	108.79	1	-	-3%
		10902	移动硬盘盒	737.22	55.29	1	-	-7%
		30849	移动硬盘盒	663.63	55.50	1	-	-7%
		30848	移动硬盘盒	487.96	21.03	1	-	-7%
		30847	移动硬盘盒	376.57	20.61	1	-	-8%
3	深圳市橙果电子 有限公司	20760	旅充/桌充	1,323.28	15.65	1	-	-2%
		60450	旅充/桌充	551.93	17.72	1	-	-6%
		50653	旅充/桌充	463.07	87.24	2	-3%	-
		60451	旅充/桌充	422.13	24.76	1	-	-8%
		60449	旅充/桌充	316.46	17.08	1	-	-6%
4	东莞市柏大电子 科技有限公司	90366	鼠标	308.00	31.19	1	-	-6%
		10915	集线器	189.84	18.78	1	-	-6%
		60562	串口转换/扩展卡	185.96	35.64	1	-	-3%
		90545	鼠标	183.59	19.82	1	-	-8%
		90843	键盘	136.69	168.54	1	-	-7%
5	协源科技实业(深 圳)有限公司	40393	手机平板支架	659.68	41.10	1	-	-8%
		80708	手机平板支架	464.08	23.46	2	0%	-
		20473	车载支架	219.94	23.52	1	-	-6%
		20559	车载支架	209.67	16.97	1	-	-6%
		20435	手机平板支架	176.02	14.74	1	-	-8%
6	东莞市方展实业 有限公司	10111	HDMI 高清线	361.20	58.34	3	-2%	-
		10112	HDMI 高清线	322.01	117.72	3	3%	-
		10114	HDMI 高清线	298.90	174.49	1	-	-6%
		60357	HDMI 高清线	291.76	116.16	1	-	-9%

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部供 应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
		10113	HDMI 高清线	269.03	155.76	2	0%	-
7	深圳市雅晶源科 技有限公司	40747	旅充/桌充	967.85	111.05	1	-	-8%
		40737	旅充/桌充	905.56	109.78	1	-	-8%
		10375	旅充/桌充	883.72	111.53	1	-	-8%
		40749	旅充/桌充	872.00	105.14	1	-	-8%
		50653	旅充/桌充	502.98	93.42	2	4%	-
8	深圳市显盈科技 股份有限公司	60738	视频转换器	612.22	13.68	1	-	-7%
		40248	视频转换器	339.19	19.35	1	-	-9%
		50505	视频转换器	326.55	72.23	1	-	-7%
		70444	视频转换器	313.83	45.68	1	-	-6%
		50945	视频转换器	272.73	22.32	1	-	-8%
9	深圳市科奈信科 技有限公司	90206	蓝牙耳机	3,112.26	102.31	1	-	-6%
		80606	蓝牙耳机	675.06	119.88	1	-	-7%
		90401	蓝牙耳机	275.13	107.24	1	-	-4%
		90598	蓝牙耳机	255.07	102.06	1	-	-3%
		90731	蓝牙耳机	102.43	102.43	1	-	-7%
10	永新县宏展电线 电缆有限公司	10318	数据线	107.80	7.86	1	-	-7%
		30127	数据线	102.62	10.62	3	-1%	-
		10368	数据线	99.97	6.05	4	-2%	-
		20162	成品网线	81.48	4.00	3	2%	-
		10373	数据线	77.43	8.20	4	-2%	-

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含了东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的采购额；2、深圳市显盈科技股份有限公司包含了深圳市显盈科技股份有限公司、惠州市显盈电子科技有限公司的采购额。

取得 2022 年前十大供应商的前五大 SKU 合计 50 个 SKU 的采购明细，其中 10 个 SKU 为向 2 家及以上外部供应商采购，40 个 SKU 为仅向独家外部供应商采购。针对向 2 家及以上外部供应商采购的 10 个 SKU，将该供应商的采购价格与其他供应商的采购价格进行比较，不存在重大差异；针对仅向独家外部供应商采购的 40 个 SKU，获取了对应 SKU 的供应商比价材料，将该独家供应商与其他比价供应商提供的价格进行对比，不存在重大差异（与比价方价格差异率超过 10%）的情况，存在少量差异主要原因为不同供应商的产品方案（如具体物料的构成）存在些许差异，因此其成本有所不同，导致其提供的价格存在少量差异。



②2021 年度:

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部 供应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
1	深圳市湘凡科技 有限公司	40873	扩展坞	2,654.32	137.49	1	-	-4%
		50209	扩展坞	2,182.74	74.35	1	-	-6%
		80133	扩展坞	1,814.28	134.67	1	-	-7%
		20256	有线网卡	1,239.70	31.77	1	-	-3%
		50771	扩展坞	994.08	111.16	1	-	-5%
2	深圳市菲炫电子 科技有限公司	40576	光驱	867.32	105.46	1	-	-5%
		10902	移动硬盘盒	777.40	63.87	1	-	-8%
		30848	移动硬盘盒	642.54	21.46	1	-	-7%
		30847	移动硬盘盒	530.99	21.51	1	-	-7%
		30849	移动硬盘盒	529.66	54.86	1	-	-9%
3	深圳市橙果电子 有限公司	20760	旅充/桌充	2,985.43	17.94	1	-	8%
		60451	旅充/桌充	922.30	24.66	1	-	-5%
		60450	旅充/桌充	891.49	19.99	1	-	-5%
		60449	旅充/桌充	485.19	18.58	1	-	-6%
		50545	旅充/桌充	383.97	36.97	1	-	-6%
4	东莞市方展实业 有限公司	10114	HDMI 高清线	436.64	178.39	1	-	-5%
		10112	HDMI 高清线	343.38	118.93	3	1%	-
		60357	HDMI 高清线	306.12	119.35	1	-	-6%
		10113	HDMI 高清线	283.21	153.71	1	-	-6%
		10110	HDMI 高清线	266.89	36.42	3	-1%	-
5	东莞市柏大电子 科技有限公司	10915	集线器	168.50	22.70	1	-	-8%
		60562	串口转换/扩展卡	141.02	35.39	1	-	-7%
		80657	集线器	120.93	24.43	1	-	-5%
		80433	成品网线	111.40	17.16	1	-	-8%
		80434	串口转换/扩展卡	104.15	34.40	1	-	-7%
6	深圳市显盈科技 股份有限公司	60738	视频转换器	656.56	15.51	1	-	-8%
		40248	视频转换器	465.01	21.35	1	-	-8%
		20518	外置显卡	372.28	67.65	1	-	-8%
		70444	视频转换器	239.19	45.41	1	-	-7%
		20415	视频转换器	193.03	15.89	1	-	-9%

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部 供应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
7	东莞市奥强电子 有限公司	30312	旅充/桌充	471.14	19.88	3	5%	-
		70774	旅充/桌充	462.27	84.26	1	-	-6%
		20598	旅充/桌充	431.23	99.57	1	-	-6%
		80766	旅充/桌充	431.07	79.73	1	-	-6%
		70773	旅充/桌充	408.38	86.30	1	-	-6%
8	深圳市东景盛电 子技术有限公司	80403	HDMI 高清线	143.86	18.12	3	0%	-
		10247	DP/Mini DP 高清线	122.76	26.27	1	-	-6%
		80404	HDMI 高清线	108.57	21.88	2	-1%	-
		10107	HDMI 高清线	97.10	8.16	3	1%	-
		11630	DVI/VGA/射频线	85.83	9.62	2	3%	-
9	吉安易巴克电子 科技有限公司	10111	HDMI 高清线	324.32	59.45	3	0%	-
		10112	HDMI 高清线	207.88	119.34	3	2%	-
		11106	HDMI 高清线	170.92	60.00	4	-1%	-
		10107	HDMI 高清线	176.92	8.00	3	-1%	-
		10110	HDMI 高清线	160.11	36.30	3	-1%	-
10	协源科技实业(深 圳)有限公司	80708	手机平板支架	480.52	23.49	2	-2%	-
		40393	手机平板支架	294.91	40.94	1	-	-8%
		20473	车载支架	277.58	23.16	1	-	-8%
		20559	车载支架	211.89	16.76	1	-	-8%
		50564	车载支架	162.50	20.63	1	-	-8%

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的采购额；2、吉安易巴克电子科技有限公司包含了东莞市普旭实业有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司的采购额；3、深圳市显盈科技股份有限公司包含了深圳市显盈科技股份有限公司、惠州市显盈电子科技有限公司的采购额。

取得 2021 年前十大供应商的前五大 SKU 合计 50 个 SKU 的采购明细，其中 13 个 SKU 为向 2 家及以上外部供应商采购，37 个 SKU 为仅向独家外部供应商采购。针对向 2 家及以上外部供应商采购的 13 个 SKU，将对该供应商的采购价格与其他供应商的采购价格进行比较，不存在重大差异；针对仅向独家外部供应商采购的 37 个 SKU，获取了对应 SKU 的供应商比价材料，将该独家供应商与其他比价供应商提供的价格进行对比，不存在重大差异（与比价方价格差异率超过 10%）的情况，存在少量差异主要原因为不同供应商的方案（如具体物料的构

成) 存在些许差异, 因此其成本有所不同, 导致其提供的价格存在少量差异。

③2020 年度:

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部 供应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
1	深圳市湘凡科技 有限公司	40873	扩展坞	3,313.70	143.92	1	-	-6%
		50209	扩展坞	2,013.19	79.33	1	-	-7%
		20256	有线网卡	1,310.16	33.38	1	-	-6%
		50771	扩展坞	961.57	120.87	1	-	-7%
		60557	扩展坞	954.76	132.78	1	-	-8%
2	深圳市菲炫电子 科技有限公司	30848	移动硬盘盒	701.48	20.77	1	-	-9%
		40576	光驱	650.37	104.10	1	-	-6%
		50743	移动硬盘盒	557.90	31.86	1	-	-9%
		30849	移动硬盘盒	553.00	52.87	1	-	-9%
		60354	移动硬盘盒	439.99	92.12	1	-	-7%
3	深圳市显盈科技 股份有限公司	60738	视频转换器	687.75	16.07	1	-	-6%
		40248	视频转换器	501.40	21.43	1	-	-9%
		40253	视频转换器	246.31	15.75	1	-	-8%
		70444	视频转换器	210.03	45.14	1	-	-9%
		40363	视频转换器	225.85	18.02	1	-	-8%
4	东莞市柏大电子 科技有限公司	11263	成品网线	131.87	9.90	2	0%	-
		11265	成品网线	122.68	15.83	2	0%	-
		11260	成品网线	105.06	4.39	2	0%	-
		20159	成品网线	88.11	1.97	3	-3%	-
		10328	数据线	81.72	5.58	1	-	-7%
5	深圳市橙果电子 有限公司	20760	旅充/桌充	1,172.53	18.39	1	-	-5%
		30777	旅充/桌充	914.86	20.54	1	-	-5%
		60450	旅充/桌充	317.64	20.10	1	-	-6%
		60449	旅充/桌充	288.87	19.29	1	-	-6%
		60451	旅充/桌充	221.91	26.05	1	-	-6%
6	东莞市方展实业 有限公司	10114	HDMI 高清线	335.08	182.16	1	-	-5%
		10113	HDMI 高清线	294.10	157.60	1	-	-5%
		60357	HDMI 高清线	228.35	120.85	1	-	-6%
		10112	HDMI 高清线	157.71	117.57	3	1%	-

序号	供应商名称	物料编号	物料名称	采购金额 (万元)	采购单价 (元/件)	外部 供应商 数量	与外部供应 商采购均价 差异率	与比价 方价格 差异率
		10111	HDMI 高清线	138.93	59.52	3	0%	-
7	吉安易巴克电子 科技有限公司	10112	HDMI 高清线	390.47	118.98	3	3%	-
		10111	HDMI 高清线	315.79	59.28	3	0%	-
		10107	HDMI 高清线	202.14	8.02	3	0%	-
		10110	HDMI 高清线	178.27	28.85	3	1%	-
		11106	HDMI 高清线	145.80	59.90	3	0%	-
8	深圳市东景盛电 子技术有限公司	40468	HDMI 高清线	128.59	60.43	2	0%	-
		11106	HDMI 高清线	125.19	59.74	3	0%	-
		10202	DP/Mini DP 高 清线	123.18	23.82	2	1%	-
		10247	DP/Mini DP 高 清线	110.32	26.24	1	-	-6%
		40464	HDMI 高清线	101.23	14.29	2	-1%	-
9	东莞市龙晟电子 科技有限公司	50394	手机平板支架	804.59	39.92	2	2%	-
		40907	车载支架	514.10	20.05	1	-	-6%
		50748	手机平板支架	260.66	9.57	1	-	-6%
		30485	手机平板支架	208.05	9.75	1	-	-6%
		50853	车载支架	88.81	18.73	1	-	-6%
10	协源科技实业(深 圳)有限公司	80708	手机平板支架	277.78	22.72	2	-2%	-
		60343	手机平板支架	218.89	16.07	1	-	-8%
		30285	手机平板支架	191.38	7.34	2	1%	-
		50747	手机平板支架	188.83	6.91	1	-	-8%
		50564	车载支架	185.44	20.74	1	-	-8%

注：1、东莞市柏大电子科技有限公司包含东莞市柏大电子科技有限公司、东莞市明灿电子科技有限公司、深圳市联盈实业发展有限公司的采购额；2、吉安易巴克电子科技有限公司包含了东莞市普旭实业有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司的采购额；3、深圳市显盈科技股份有限公司包含了深圳市显盈科技股份有限公司、惠州市显盈电子科技有限公司的采购额。

取得 2020 年前十大供应商的前五大 SKU 合计 50 个 SKU 的采购明细，其中 18 个 SKU 为向 2 家及以上外部供应商采购，32 个 SKU 为仅向独家外部供应商采购。针对向 2 家及以上外部供应商采购的 18 个 SKU，将对该供应商的采购价格与其他供应商的采购价格进行比较，不存在重大差异；针对仅向独家外部供应商采购的 32 个 SKU，获取了对应 SKU 的供应商比价材料，将该独家供应商与其他比价供应商提供的价格进行对比，不存在重大差异（与比价方价格差异率超

过 10%) 的情况, 存在少量差异主要原因为不同供应商的方案 (如具体物料的构成) 存在些许差异, 因此其成本有所不同, 导致其提供的价格存在少量差异。

综上所述, 报告期内公司前十大供应商主要 SKU 采购价格具备公允性。

#### (5) 主要成品供应商销售定价公允性核查情况

申报会计师通过实地走访的方式对发行人主要供应商进行了现场访谈, 截至本回复出具日, 对主要供应商实地走访情况如下:

供应商访谈	2022 年	2021 年	2020 年
访谈家数	37 家	37 家	37 家
访谈供应商对应采购确认金额 (万元)	137,518.93	139,732.46	105,176.18
总采购金额 (万元)	197,104.40	191,358.44	141,177.75
访谈供应商采购额占比	69.77%	73.02%	74.50%

申报会计师通过实地走访, 现场查看了主要供应商的生产车间、办公场所、仓库及存货状态等情况, 并实地询问受访企业与发行人之间交易的定价方式。经现场访谈确认, 双方的交易价格系供应商根据自身生产成本和利润空间, 于发行人通过独立协商谈判等市场化的方式确定供货价格, 其对发行人的销售价格的调整系根据成本变化随行就市更新报价, 不存在异常波动。该等供应商均独立于发行人, 与发行人之间不存在关联关系, 拥有面向市场自主经营、独立定价的能力。

同时, 申报会计师还通过补充视频访谈并书面确认的方式向发行人各期前十大成品供应商 (均涵盖在实地走访范围内) 确认了其向发行人供应产品的价格与向其他客户供应同类产品的价格的比较情况, 覆盖各期的采购金额占当期总采购金额的比例分别为 52.27%、46.93% 和 **42.66%**。发行人为保持产品的品质与竞争力, 会对供应商在技术工艺、规格型号、选材用料等方面提出定制化的需求, 因此部分供应商未销售给其他客户与发行人相同的产品。经确认, 在供应商销售给其他客户与发行人相同的产品的前提下, 其销售价格与销售给发行人的销售价格均为基本持平或差异在 5% 以内, 不存在重大差异的情况。

#### (6) 公司主要供应商毛利率对比情况

对发行人主要供应商中提供同类产品的供应商毛利率进行对比, 并对比公司主要供应商与同行业公司同类产品的毛利率, 具体对比情况如下:

### ①传输类

报告期内，主要供应商中提供传输类产品的供应商毛利率对比情况如下：

主要外协供应商	采购的主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
东莞市柏大电子科技有限公司	成品网线、集线器、鼠标、数据线	10%左右	10%左右	10%左右	10%左右
永新县宏展电线电缆有限公司	成品网线、数据线	10%左右	10%左右	10%左右	10%左右
深圳市湘凡科技有限公司	扩展坞、有线网卡、集线器	15%-20%	15-20%	20-25%	15%-25%

报告期内，公司向供应商东莞市柏大电子科技有限公司、永新县宏展电线电缆有限公司采购的主要为成品网线、数据线等传输类产品，

公司向上述两家供应商采购的主要产品品类具备可比性，上述两家供应商报告期内毛利率均在 10%左右，不存在重大差异。深圳市湘凡科技有限公司供应品类主要为扩展坞、有线网卡、集线器等传输类产品，与上述两家供应商毛利率不具备可比性。成品网线、数据线产品与扩展坞、有线网卡相比，技术工艺水平、生产制造复杂性较低，且生产扩展坞、有线网卡还需进行电路设计、贴片等流程，具备更高的技术附加值，因此以销售成品网线、数据线为主的东莞市柏大电子科技有限公司、永新县宏展电线电缆有限公司毛利率低于以销售扩展坞、有线网卡为主的深圳市湘凡科技有限公司毛利率具有合理性。

深圳市湘凡科技有限公司与同行业上市公司同类型产品的毛利率对比情况如下：

上市公司简称	同类型产品	2022 年 1-6 月份	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
环旭电子	电脑类及存储类产品（包含扩展坞）	14.37%	14.89%	17.11%	15%-20%
雷柏科技	计算机外设（包含扩展坞）	未披露	24.22%	24.26%	10%-25%
平均值	-	14.37%	19.56%	20.69%	15%-25%
主要外协供应商	采购的主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
深圳市湘凡科技有限公司	扩展坞	15%-20%	15-20%	20-25%	15%-25%

注：上市公司产品毛利率数据来源于上述公司年报或招股说明书披露数据；可比上市公司暂未披露 2022 年年报，因此此处列示 2022 年 1-6 月份数据。

可以看到，深圳市湘凡科技有限公司与同行业上市公司同类产品的毛利率均

处于 15%-25% 范围内，不存在重大差异。

### ② 音视频类

报告期内，主要供应商中提供音视频类产品的供应商毛利率对比情况如下：

主要外协供应商	采购的主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
东莞市方展实业有限公司	HDMI 高清线	20%-30%	20%-30%	20%-30%	20%-30%
深圳市东景盛电子技术有限公司	HDMI 高清线	20%-30%	20%-30%	20%-30%	20%-30%
吉安易巴克电子科技有限公司	HDMI 高清线	20%-30%	20%-30%	20%-30%	20%-30%
上市公司简称	同类型产品	2022 年 1-6 月份	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
海能实业	信号线束（包含 HDMI 高清线）	19.79%	22.35%	24.31%	20%-30%
神宇股份	通信电缆（包含 HDMI 高清线）	21.52%	22.98%	26.97%	20%-30%
平均值	-	20.66%	22.67%	25.64%	20%-30%

注：上市公司产品毛利率数据来源于上述公司年报或招股说明书披露数据；可比上市公司暂未披露 2022 年年报，因此此处列示 2022 年 1-6 月份数据。

报告期内，公司向供应商东莞市方展实业有限公司、深圳市东景盛电子技术有限公司、吉安易巴克电子科技有限公司采购的主要为 HDMI 高清线等音视频类产品，公司向上述供应商采购的主要产品品类具备可比性，上述供应商报告期内毛利率范围均在 20%-30%，不存在重大差异。

报告期内，公司向显盈科技采购以视频转换器为代表的音视频类产品，毛利率具体情况请参见本题回复之“一、请发行人说明主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据，主要成品供应商对发行人销售占比均较高的原因及是否符合行业特征”之“（一）主要成品供应商销售毛利率、主要经营及财务数据”。

### ③ 充电类

报告期内，主要供应商中提供充电类产品的供应商毛利率对比情况如下：

主要外协供应商	采购的主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度	毛利率范围
深圳市橙果电子有限公司	旅充/桌充	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%
东莞市奥强电子有限公司	旅充/桌充	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%
深圳市福佳电器有限公司	旅充/桌充、电源适配器	10%-15%	10%-15%	10%-15%	10%-15%

深圳市雅晶源科技有限公司	旅充/桌充	10%-15%	10%-15%	10%-15%	10%-15%
上市公司简称	同类型产品	2022年 1-6月份	2021年度	2020年度	毛利率 范围
海能实业	充电器（包含旅充/ 桌充）	19.62%	16.14%	11.50%	10%-20%
奥海科技	充电器（包含旅充/ 桌充）	18.00%	18.37%	23.48%	15%-25%
平均值	-	18.81%	17.26%	17.49%	10%-20%

注：上市公司产品毛利率数据来源于上述公司年报或招股说明书披露数据；可比上市公司暂未披露 2022 年年报，因此此处列示 2022 年 1-6 月份数据。

报告期内，公司向深圳市橙果电子有限公司、东莞市奥强电子有限公司采购的主要为旅充/桌充等充电类产品，公司向上述供应商采购的主要产品品类具备可比性，上述供应商报告期内毛利率范围均在 **15%-25%**，不存在重大差异。可以看到，深圳市橙果电子有限公司、东莞市奥强电子有限公司与同行业上市公司同类产品的平均毛利率均处于可比范围内，不存在重大差异。

报告期内，公司向深圳市福佳电器有限公司、深圳市雅晶源科技有限公司采购的主要为旅充/桌充、电源适配器等充电类产品，公司向上述供应商采购的主要产品品类具备可比性，上述供应商报告期内毛利率范围均在 10%-15%，不存在重大差异。福佳电器、雅晶源的毛利率低于橙果电子、奥强电子的毛利率，也低于同行业上市公司同类产品的毛利率，主要系福佳电器、雅晶源的主要产品包括传统的电源适配器产品，该产品与 PD 快充充电器等其他旅充/桌充产品相比充电效率等技术工艺水平较低，因此该类产品的毛利率较低，导致其整体毛利率较低。报告期各期福佳电器、雅晶源向公司销售的毛利率为 **15%-25%**，与橙果电子、奥强电子的毛利率相比不存在重大差异。

#### ④移动周边类

报告期内，主要供应商中提供移动周边类产品的供应商毛利率对比情况如下：

主要外协供应商	采购的主要产品	2022年度	2021年度	2020年度	毛利率范围
协源科技实业（深圳）有限公司	手机平板支架、车载支架	10%-15%	10%-15%	10%-15%	10%-15%
东莞市龙晟电子科技有限公司	车载支架、手机平板支架	10%-15%	10%-15%	10%-15%	10%-15%

注：消费电子同行业上市公司产品与上述两家公司产品差异性较大，可比性较弱。

报告期内，公司向协源科技实业（深圳）有限公司、东莞市龙晟电子科技有



限公司采购的主要为手机平板支架、车载支架等移动周边类产品，公司向上述供应商采购的主要产品品类具备可比性，上述供应商报告期内毛利率范围均在10%-15%，不存在重大差异。

#### ⑤存储类

报告期内，主要供应商中仅深圳市菲炫电子科技有限公司主要供应存储类产品，深圳市菲炫电子科技有限公司与同行业上市公司同类型产品的毛利率对比情况如下：

上市公司简称	同类型产品	2022年1-6月份	2021年度	2020年度	毛利率范围
显盈科技	信号转换拓展类产品（包含硬盘转接盒）	25.39%	26.22%	30.93%	20%~30%
深科技	存储半导体业务（包含硬盘磁头、盘基片）	14.05%	16.16%	14.98%	5%~20%
朗科科技	闪存应用产品（包含固态硬盘、移动固态硬盘）	8.22%	11.63%	11.07%	5%~15%
<b>平均值</b>	-	<b>15.89%</b>	<b>18.00%</b>	<b>18.99%</b>	<b>10%~20%</b>
主要外协供应商	采购的主要产品	2022年度	2021年度	2020年度	毛利率范围
深圳市菲炫电子科技有限公司	移动硬盘盒、智能云存储	<b>10%-25%</b>	10%-25%	10%-25%	10%-25%

注：上市公司产品毛利率数据来源于上述公司年报或招股说明书披露数据；上述不同上市公司存储类产品毛利率存在差异，主要原因为上市公司销售的存储类产品之间存在差异所致；可比上市公司暂未披露2022年年报，因此此处列示2022年1-6月份数据。

可以看到，深圳市菲炫电子科技有限公司与同行业上市公司同类型产品的平均毛利率均处于可比范围内，不存在重大差异。

综上所述，对发行人主要供应商中提供同类产品的供应商毛利率进行对比，不存在重大差异情况；将主要供应商与同行业上市公司同类产品的毛利率进行对比，不存在重大差异情况。

（7）公司是否存在控股股东、实际控制人、董监高及其主要亲属、公司前员工在成品供应商任职或持股的情形

公司主要成品供应商的股权结构，以及董事、监事、高级管理人员的情况如下：

序号	供应商名称	法定代表人	股权结构情况	董事、监事、高级管理人员情况
1	深圳市湘凡科技有限公司	刘香平	深圳市湘凡科技有限公司成立于 2013 年 6 月 9 日，注册资本 1,880 万元，法定代表人刘香平；股权结构为：深圳市基聪管理咨询有限公司（刘香平持股 90%、周凡持股 10%）持股 53.19%，刘香平持股 23.94%，周凡持股 2.66%，深圳市湘凡管理咨询合伙企业（有限合伙）（刘香平出资 90%、周凡出资 10%）持股 15.96%，深圳市湘凡贰号管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 2.13%，深圳市湘凡叁号管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 2.13%	执行董事及总经理为刘香平，监事为谢静
2	深圳市菲炫电子科技有限公司	张良	张良持股 50%，季兰持股 40%，深圳市菲炫智能存储管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 10%	执行董事及总经理为张良，监事为季兰
3	深圳市橙果电子有限公司	翁晓瑞	翁晓瑞持股 55%，黄海林持股 45%	执行董事及总经理为翁晓瑞，监事为刘立平
4	东莞市方展实业有限公司	郑继成	丁北云持股 95%，丰成凤持股 5%	执行董事及总经理为郑继成，监事为丰成凤
5	东莞市柏大电子科技有限公司	袁自明	袁自明持股 70%，宋钦业持股 30%	执行董事及总经理为袁自明，监事为宋钦业
	深圳市联盈实业发展有限公司	袁自明	袁自明持股 100%	执行董事及总经理为袁自明，监事为史丰广
	东莞市明灿电子科技有限公司	袁自明	袁自明持股 70%，宋钦业持股 30%	执行董事及总经理为袁自明，监事为宋钦业
6	深圳市显盈科技股份有限公司	肖杰	持股 5% 以上股份的股东为：林涓持股 32.2%，肖杰持股 13.61%，珠海凯盈投资合伙企业（有限合伙）持股 11.11%；	董事：林涓、肖杰、祁丽、宋煜、蒋培登；监事：刘玲香、李云、杨佳俊；高级管理人员：肖杰、陈英滢、陈立、宋煜、Mao Danyun
7	协源科技实业（深圳）有限公司	郝雪金	郝雪金持股 90%，黄武吉持股 10%	执行董事及总经理为郝雪金，监事为黄武吉
8	吉安易巴克电子科技有限公司	周明德	周明德持股 100%	执行董事及总经理为周明德，监事为陈金平
	东莞市普旭实业有限公司	周明德	周明德持股 80%，刘向阳持股 20%	执行董事及总经理为周明德，监事为刘向阳
9	深圳市东景盛电子技术有限公司	李森山	黄怡娴持股 60%，李森山持股 40%	执行董事及总经理为李森山，监事为郭全华

序号	供应商名称	法定代表人	股权结构情况	董事、监事、高级管理人员情况
10	东莞市龙晟电子科技有限公司	王仁	王仁持股 80%，冷美庆持股 20%	执行董事及总经理为王仁，监事为冷美庆
11	东莞市奥强电子有限公司	刘镇林	刘镇林持股 75%，李钜能持股 25%	执行董事及总经理为刘镇林，监事为李钜能
12	深圳市福佳电器有限公司	罗如华	罗如华持股 70%，罗宏彪持股 30%	董事为罗如华、洪志业、洪英敏，总经理为洪志业，监事为罗宏彪
	惠州市福佳电器科技有限公司	罗建才	罗建才持股 50%，罗宏彪持股 30%，罗凯持股 20%	执行董事及经理为罗建才，监事为罗如华
13	深圳市雅晶源科技有限公司	郑子龙	雅晶源控股（深圳）有限公司持股 98.04%，郑子龙持股 1.96%	执行董事为郑子龙，总经理为刘金萍，监事为林桦
14	永新县宏展电线电缆有限公司	周红亮	周红亮持股 91%，李传红持股 9%	执行董事、总经理为周红亮，监事为李传红
15	深圳市科奈信科技有限公司	朱其龙	持股 5%以上股份的股东为：朱其龙持 43.30%，深圳市浅深投资有限公司持 26.35%，深圳市信奈叁星投资合伙企业（有限合伙）持股 5.71%，深圳市信奈一星投资合伙企业（有限合伙）持股 5.71%，深圳市信奈二星咨询合伙企业（有限合伙）持股 5.71%	董事：朱其龙、刘玉诚、姚涛、康健、张赫；监事：吴季元、陈科、张云峰；高级管理人员：朱其龙

经核查，发行人不存在控股股东、实际控制人、董监高及其主要亲属、发行人前员工在主要成品供应商任职或持股的情形。

（8）公司及控股股东、实际控制人、董监高与主要供应商是否存在异常资金往来情况

取得发行人和发行人控股股东、实际控制人、董监高的报告期内银行账户流水记录。经核查，报告期内，发行人和发行人控股股东、实际控制人、董监高与主要供应商不存在异常资金往来的情况。

## （二）成品采购价格公允性的核查结论

经核查，申报会计师认为：

公司与成品供应商基于市场规则和普遍方式协商定价，定价模式公允；报告期内公司主要成品的采购价格，以及公司对主要供应商的采购价格，不存在重大异常情况，采购价格具备公允性；公司主要供应商的毛利率不存在异常情况。综

上所述，发行人对成品采购价格具备公允性。

### 3. 关于毛利率

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人境外销售毛利率分别为 67.74%、46.24%、44.01%，高于可比公司安克创新境外销售毛利率 50.13%、39.45%、35.97%，主要为发行人境外线上销售占比较高。

(2) 报告期各期，发行人线下销售毛利率分别为 24.89%、24.86%、26.71%，安克创新线下销售毛利率分别为 30.62%、26.74%、24.56%，2019 年、2020 年，发行人线下销售毛利率低于安克创新，2021 年高于安克创新且变动趋势存在差异。

请发行人：

(1) 定量说明境外销售毛利率高于安克创新的原因。

(2) 说明同行业公司安克创新线下销售毛利率逐年降低，但发行人线下销售毛利率提高并超过安克创新的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

因同行业公司安克创新尚未披露 2022 年年度报告数据，因此本题目使用 2019 年至 2021 年以及 2022 年 1-6 月区间进行分析。

一、定量说明境外销售毛利率高于安克创新的原因。

报告期内，公司与安克创新境外销售毛利率对比情况如下：

境外销售	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
安克创新	39.39%	35.97%	39.45%	50.13%
发行人	<b>43.25%</b>	<b>44.01%</b>	<b>46.24%</b>	<b>67.74%</b>

注：上述数据取自相关上市公司年报、招股说明书等公开资料，为了与可比公司披露数据保持口径一致，本题中公司 2019 年的毛利率数据未按照新收入准则模拟调整

由上表可知，报告期内，公司境外销售毛利率始终高于安克创新。发行人境外销售毛利率高于安克创新的原因主要是发行人境外销售中毛利率较高的线上销售收入占比较高，同时因客户结构原因，发行人境外线下销售毛利率也高于安克创新境外线下销售毛利率。剔除上述结构因素的影响后，经模拟测算，发行人境外毛利率与安克创新境外毛利率非常接近，具体分析及测算过程如下：

### （一）针对安克创新数据的模拟替代假设

报告期内，安克创新的收入区域构成情况如下：

区域	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
<b>安克创新</b>				
境内	3.51%	3.34%	1.52%	1.56%
境外	96.49%	96.66%	98.48%	98.44%

安克创新于2020年8月24日上市，安克创新《招股说明书》的报告期为2017年度、2018年度及2019年度，因此本次分析及测算过程中，基于公开信息无法直接获取其2020年度、2021年度及2022年1-6月按照境内外分别划分线上销售、线下销售等口径的收入及毛利率构成的数据。

由上述表格可知，安克创新境外销售占营业收入绝大部分，报告期内占比均超过96%，其整体销售可近似认定为均为境外销售。因此，下文分析中将其整体收入口径近似替代作为其境外收入进行分析。

（二）境外线上销售毛利率高于境外线下销售毛利率，公司境外销售中线上收入占比较高，导致公司境外销售毛利率较高

#### 1、境外线上销售毛利率高于境外线下销售毛利率

报告期内，发行人及安克创新境外线上及境外线下销售毛利率情况如下：

区域	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
安克创新境外线上毛利率	45.09%	42.11%	45.15%	57.72%
安克创新境外线下毛利率	29.05%	24.56%	26.74%	30.62%
公司境外线上毛利率	45.62%	45.56%	47.18%	70.74%
公司境外线下毛利率	30.83%	31.15%	33.65%	32.04%

由上表可见，安克创新与公司的境外线上销售毛利率均显著高于境外线下销售毛利率，主要原因为线上销售平台服务费用以及平台推广费用等期间费用较高。为保证线上销售能够获取合理的利润水平，同行业公司均采取了线上销售毛利率高于线下销售毛利率的定价策略。

## 2、公司境外线上销售毛利率与安克创新相仿，但境外销售中线上收入占比显著高于安克创新

### (1) 公司境外线上销售毛利率与安克创新相仿

报告期内，发行人及安克创新境外线上销售毛利率情况如下：

区域	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外线上毛利率				
安克创新	45.09%	42.11%	45.15%	57.72%
公司	<b>45.62%</b>	<b>45.56%</b>	<b>47.18%</b>	<b>70.74%</b>

2020年、2021年以及2022年1-6月，公司境外线上毛利率分别为47.18%、45.56%和45.62%，安克创新分别为45.15%、42.11%和45.09%，与发行人的毛利率非常接近。

2019年度，发行人毛利率高于安克创新，主要原因系该年度尚未实施新收入准则，发行人及安克创新尾程运费均在销售费用中核算。根据安克创新的《招股说明书》，2019年亚马逊物流费及为客户终端配送产生的运费为58,496.29万元，亚马逊收入为440,902.70万元，占比为13.27%。而公司2019年亚马逊销售收入为64,102.89万元，亚马逊的尾程运费为17,521.96万元，占比为27.33%，公司与安克创新尾程运费占收入比重的差异是导致2019年度毛利率有差异的原因。安克创新境外销售中，有如智能影音、智能安防等高单价产品，根据安克创新的《招股说明书》，其整体产品2019年平均销售收入为492.09元，而发行人境外产品平均销售收入为56.31元，考虑首重价格、产品货值等因素，因此发行人尾程运费占境外销售收入的比例更高。考虑运费影响因素，发行人与安克创新境外线上销售毛利率接近。实行新收入准则后，2020年度起，发行人及安克创新尾程运费均在营业成本中核算，两者的境外线上销售毛利率非常接近。

### (2) 公司境外销售中线上收入占比显著高于安克创新

报告期内，发行人及安克创新境外线上收入占比情况如下：

区域	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境外线上收入占比				
安克创新	64.34%	63.62%	68.10%	71.02%
公司	<b>84.01%</b>	<b>89.23%</b>	<b>93.04%</b>	<b>92.25%</b>

报告期内，发行人境外线上收入占比在 84.01%到 93.04%之间，而安克创新境外线上收入占比在 63.62%到 71.02%之间，明显低于发行人的比例。

### 3、毛利率较高的境外线上销售收入占比高导致公司境外销售毛利率较高

综上，安克创新与公司的境外线上销售毛利率均显著高于境外线下销售毛利率，且安克创新与公司的境外线上毛利率非常接近。因公司境外销售线上收入占比较高，是导致公司境外销售毛利率较高的主要原因之一。

#### （三）公司境外线下收入毛利率高于安克创新

区域	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
<b>境外线下毛利率</b>				
安克创新	29.05%	24.56%	26.74%	30.62%
<b>公司</b>	<b>30.83%</b>	<b>31.15%</b>	<b>33.65%</b>	<b>32.04%</b>

报告期内，公司境外线下销售收入毛利率持续均高于安克创新，主要原因为安克创新与公司境外线下的客户结构存在差异。公司境外线下客户绝大部分为经销商、贸易类客户，而安克创新境外线下客户除了经销商、贸易商之外，比较重要的组成部分还有沃尔玛、百思买、塔吉特等大型连锁超市以及专业连锁 3C 卖场，对此类大型知名商超类客户销售毛利率通常较低。具体分析详见本题回复中“二、说明同行业公司安克创新线下销售毛利率逐年降低，但发行人线下销售毛利率提高并超过安克创新的原因”之“（一）安克创新线下销售毛利率逐渐降低的原因分析”的内容。发行人境外线下收入毛利率高于安克创新，也是公司境外销售毛利率持续高于安克创新的重要因素之一。

#### （四）模拟测算剔除上述因素后公司与安克创新的境外毛利率水平接近

因境外收入中线上线下的收入结构是导致发行人与安克创新毛利率有较大差异的重要原因，因此，在剔除该因素的模拟测算中，将发行人报告期内在境外销售中线上及线下销售收入占比与安克创新调整至相同。因 2019 年度尚未实施新收入准则，公开信息无法获取可以将安克创新 2019 年境外线上毛利率模拟调整为按照新收入准则的毛利率，同时发行人尾程运费占境外销售收入的比例与安克创新明显不同，在测算中较为不可比，因此测算区间设定为双方毛利率较为可比的 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月。



发行人境外线下客户以经销商和贸易商为主，公司境外线下毛利率与安克创新境外线下中经销商及其他贸易商的这一类客户的毛利率相仿，根据安克创新披露的《招股说明书》，安克创新 2019 年度经销商及其他贸易商的毛利率为 31.94%，与发行人 2019 年度同样以经销商、贸易商为主的境外线下毛利率 32.04% 非常接近。同时，安克创新境外线下客户中沃尔玛、百思买、塔吉特、开市客等全球性连锁商超以及电信运营商等占有很重要的比例，此类客户议价能力较强、毛利率较低，但公开信息无法获取安克创新报告期内的不同类型境外线下客户的具体比例。因经销商及其他贸易商毛利率的相似，假设发行人境外线下客户结构调整至与安克创新相仿，则报告期内境外线下收入毛利率水平近似于安克创新的境外线下毛利率，具备合理性。

具体测算情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度
发行人实际境外毛利率	43.25%	44.01%	46.24%
<b>情形一：假设发行人仅改变境外线上及线下的收入占比</b>			
发行人境外线上毛利率①	45.62%	45.56%	47.18%
假设发行人境外线上与安克创新相同的收入占比②	64.34%	63.62%	68.10%
发行人境外线下的毛利率③	30.83%	31.15%	33.65%
假设发行人境外线下与安克创新相同的收入占比④	35.66%	36.38%	31.90%
发行人模拟测算的境外毛利率⑤=①*②+③*④	40.35%	40.32%	42.86%
安克创新实际境外毛利率⑥	39.39%	35.97%	39.45%
毛利率差额⑤-⑥	0.96%	4.35%	3.41%
<b>情形二：假设发行人改变境外线上及线下的收入占比，境外线下毛利率与安克创新趋同</b>			
发行人境外线上毛利率①	45.62%	45.56%	47.18%
假设发行人境外线上与安克创新相同的收入占比②	64.34%	63.62%	68.10%
假设境外线下客户结构与安克创新相同时发行人境外线下的毛利率③	29.05%	24.56%	26.74%
假设发行人境外线下与安克创新相同的收入占比④	35.66%	36.38%	31.90%
发行人模拟测算的境外毛利率⑤=①*②+③*④	39.71%	37.92%	40.66%
安克创新实际境外毛利率⑥	39.39%	35.97%	39.45%
毛利率差额⑤-⑥	0.32%	1.95%	1.21%

因此，由上述模拟测算可得，当公司与安克创新境外线上及线下收入结构相同、境外线下收入毛利率假设发行人客户结构调整后与安克创新相同时，发行人

模拟测算的境外毛利率与安克创新境外毛利率非常接近，2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月差异均不超过 2%。

二、说明同行业公司安克创新线下销售毛利率逐年降低，但发行人线下销售毛利率提高并超过安克创新的原因。

公司与安克创新线下销售毛利率如下：

线下	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
安克创新	29.05%	24.56%	26.74%	30.62%
发行人	<b>27.93%</b>	<b>26.71%</b>	<b>24.86%</b>	<b>24.89%</b>

报告期内，安克创新的线下销售毛利率呈现 2019 年至 2021 年先下降，后又有所上升的趋势；发行人线下销售毛利率整体呈现上升的趋势。

安克创新与发行人的境外线下客户结构有一定差异，合理推测随着毛利率较低的商超卖场客户收入占比的增加及客户增强的议价能力，使得安克创新线下客户结构进一步变化，从而导致安克创新线下销售毛利率逐渐降低。公司境内线下毛利率水平不断提高，毛利率更高的境外线下收入占比亦不断提升，共同导致发行人线下销售毛利率不断提升，最终使得 2021 年度发行人线下销售毛利率高于安克创新。具体分析如下：

#### （一）安克创新线下销售毛利率逐渐降低的原因分析

报告期内，安克创新超过 96% 的收入来自境外，因此其线下收入绝大部分为境外线下收入。

安克创新线下销售毛利率与公司境外线下销售毛利率如下：

线下	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
安克创新线下销售毛利率	29.05%	24.56%	26.74%	30.62%
发行人境外线下毛利率	30.83%	31.15%	33.65%	32.04%

公司境外线下销售收入毛利率持续高于安克创新，整体呈现先上升后下降趋势，但下降幅度低于安克创新。

#### 1、发行人与安克创新境外线下销售客户差异分析

公司境外线下客户绝大部分为经销商、贸易商等客户，安克创新境外线下客户除了经销商、贸易商之外，比较重要的组成部分还有沃尔玛、百思买、塔吉特

等大型连锁超市以及专业连锁 3C 卖场。根据安克创新的《招股说明书》，线下收入中商超卖场收入占比持续提升，2019 年其线下收入中 38.03% 为商超卖场。造成公司与安克创新境外线下客户类型差异的主要原因为相比安克创新而言，公司境外线下销售仍处于发展期，目前在境外主要销售国家均未设立当地办公场所及运营团队，报告期内境外线下销售占主营业务收入比例分别为 3.37%、3.30%、4.96% 和 7.46%，占比相对较小但处于提升之中。在境外线下销售发展阶段，通过当地的经销商或贸易型企业客户开拓境外线下销售渠道较为容易，在境外国家或地区逐步积累了渠道资源、构建品牌影响力后，再进入境外知名商超及大型卖场向当地消费者展示并销售产品才能取得较好的投入产出效益。而安克创新较早进入境外线下市场，在美国、日本、中东当地有运营团队，境外线下渠道已进行了多年的开发建设并进入境外大型连锁超市及专业连锁 3C 卖场的供应链体系，因此其境外线下销售中，商超卖场的收入占比高于发行人。

由于大型连锁超市以及专业连锁 3C 卖场的采购量往往比较大，同时还可以为供应商带来显著的品牌效益，如帮助品牌迅速在线下渠道铺货，销售额增长迅速；帮助品牌提升线下知名度等，因此往往此类客户的议价能力较强，供应商也愿意接受相比于普通经销商更低的采购价格，因此品牌商向此类客户销售时毛利率相对较低。

根据安克创新披露的《招股说明书》，安克创新经销商及其他贸易商 2019 年毛利率为 31.94%，与发行人 2019 年度同样以经销商、贸易商为主的境外线下毛利率 32.04% 相仿，在客户结构相仿的情形下，公司的境外线下收入的毛利率与安克创新非常接近。但该年度安克创新商超卖场的毛利率为 26.68%，使得安克创新最终的线下销售毛利率低于发行人。

## 2、安克创新线下销售毛利率降低的原因分析

根据安克创新披露的《招股说明书》，其线下销售收入毛利率在 2017 年度至 2019 年度之间持续下降，主要原因是商超、卖场的毛利率下降较快且其收入占比不断提升。2019 年度，其商超卖场占线下销售收入的比例从 2017 年度的 22.42% 增长到了 38.03%，但商超卖场客户的毛利率从 2017 年的 40.11% 下降到了 26.68%。

参考安克创新上市后的 2020 年、2021 年的年度报告以及 2022 年 1-6 月的半

年度报告，其线下收入占比持续增加，合作零售门店数量持续增加，前五大客户（以大型连锁超市以及专业连锁 3C 卖场为主）收入占比从 2019 年的 15.17% 到 2020 年的 16.53% 再到 2021 年的 17.40%，合理预计商超卖场收入占比的增加及客户较强的议价能力，使得安克创新客户结构进一步变化，从而导致安克创新线下销售毛利率逐渐降低。

## （二）发行人线下销售毛利率提高的原因分析

报告期内，发行人线下销售毛利率的情况及其构成如下：

线下	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
发行人	27.93%	26.71%	24.86%	24.89%
其中：境内线下毛利率	26.54%	25.40%	22.84%	23.20%
境外线下毛利率	30.83%	31.15%	33.65%	32.04%
境内线下收入占比	67.49%	77.30%	81.32%	80.84%
境外线下收入占比	32.51%	22.70%	18.68%	19.16%

报告期内，公司线下销售毛利率总体呈现小幅提升趋势，主要原因系随着绿联品牌影响力和产品竞争力的提升等因素，公司境内线下毛利率水平有所提高；同时毛利率更高的境外线下收入占比亦不断提升，共同导致发行人线下销售毛利率不断提升，具体分析如下：

### 1、发行人境内线下毛利率水平不断提升

报告期内，发行人线下销售中，大部分为境内线下收入，占比分别为 80.84%、81.32%、77.30% 和 67.49%，占比逐渐下降，但毛利率整体呈现上升趋势。

报告期内，发行人境内线下的毛利率分别为 23.20%、22.84%、25.40% 和 26.54%，总体呈现上升的趋势，主要原因系在业务拓展初期，公司为扩大线下市场规模、提高公司品牌的竞争力，针对境内线下经销的定价相对较低，因此，公司境内线下业务销售毛利率在报告期初期较低。2021 年及 2022 年 1-6 月，境内经销毛利率有所提高，主要原因系：（1）公司报告期内持续加大品牌市场推广力度及费用投入，站外推广费用金额分别为 381.31 万元、789.46 万元、1,757.62 万元和 1,512.57 万元，增长幅度较大，2019 年至 2021 年复合增长率达 114.70%。公司通过广告、展会等方式提升品牌知名度，产品和品牌影响力、竞争力有显著增强。因此，为匹配公司产品竞争力的提升以及相关营销费用支出的提升，充分

实现公司的品牌溢价，公司普遍提升了渠道供货价格，提升了境内线下收入的毛利率；（2）公司在线下渠道的优势品类例如 HDMI 高清线、扩展坞等产品，此类优势品类一直属于公司的标志性产品，线上及线下销量均位居市场前列，产品市场竞争力较强，产品零售价相较公司成本的空间较大，公司综合考虑提升了此类产品渠道供货的毛利率目标水平。例如，报告期内销量前十的扩展坞中，境内线下毛利率 2021 年及 2022 年 1-6 月平均提升约 3%和约 1%，报告期内销量前十的 HDMI 高清线中，境内线下毛利率 2021 年及 2022 年 1-6 月平均提升约 3%和约 2%。优势品类的毛利率目标水平的提高，提升了境内线下收入的毛利率。

## 2、发行人毛利率更高的境外线下收入占比亦不断提升

由上表可知，公司境外线下收入占比逐渐提升，境外线下的毛利率水平与安克创新经销商及其他贸易商整体毛利率水平相仿，在报告期内整体比较稳定，并且在报告期内一直高于公司境内线下的毛利率水平。

报告期内，公司境外线下收入的占比不断提升，主要原因系：（1）公司战略拓展海外市场，一方面加深与已有境外线下客户的合作，最近三年及一期，公司前五大境外线下客户的合计销售收入分别为 3,598.83 万元、4,862.00 万元、6,376.43 万元和 4,868.73 万元，增速较快；另一方面，公司大力拓展境外销售的国家及地区，在新的市场寻找增量；（2）公司主要产品持续入选亚马逊平台最畅销产品（Best Seller）、亚马逊之选（Amazon's Choice），品牌全球影响力持续提升，公司在境外线下的品牌知名度随着线上终端消费者对于绿联品牌的认知提升而提升，进一步带动了公司境外线下收入的提升。

### （三）安克创新线下销售毛利率逐年降低，但发行人线下销售毛利率提高并超过安克创新的原因总结

综合上述分析，公司境外线下销售仍处于发展期，主要通过经销商、贸易商进入对应境外线下的市场，因此发行人境外线下客户主要以经销商和贸易商为主，境外线下收入的毛利率与安克创新线下经销商及其他贸易商的毛利率相仿；安克创新较早进入境外线下市场，在境外线下渠道形成较强的影响力后进入境外大型连锁超市及专业连锁 3C 卖场的供应链体系，因此其线下客户的重要组成部分为大型连锁超市以及专业连锁 3C 卖场，此类客户议价能力较强，毛利率相对较低。

根据安克创新《招股说明书》披露的历史数据和原因分析，安克创新随着毛利率较低的商超卖场客户收入占比的增加及客户增强的议价能力，使得安克创新线下客户结构进一步变化，从而导致安克创新线下销售毛利率逐渐降低，但这一渠道战略使得安克创新境外线下销售收入规模较大，系不同企业之间渠道策略不同。

与此同时，随着绿联品牌影响力和产品竞争力的提升，公司境内线下毛利率水平不断提高，毛利率更高的境外线下收入占比亦不断提升，共同导致发行人线下销售毛利率不断提升，最终使得 2021 年度发行人线下销售毛利率高于安克创新。

### 三、核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

- 1、查阅安克创新的《招股说明书》、年报及半年报，获取其境内外销售收入、线上线下销售收入及对应毛利率、2019 年线下客户结构及毛利率等情况；
- 2、将安克创新境外销售中线上及线下的构成情况、境外线下客户的构成情况与发行人的对应情况进行对比分析，并进行模拟测算；
- 3、分析发行人境外销售收入毛利率高于安克创新的原因、线下销售毛利率提高的原因，并与发行人进行确认。

#### （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人境外线上销售毛利率与安克创新相仿，发行人境外销售毛利率高于安克创新的原因主要是发行人境外销售中毛利率较高的境外线上销售收入占比较高，同时因境外线下客户结构差别，发行人境外线下销售毛利率也高于安克创新境外线下销售毛利率。剔除上述结构因素的影响后，经量化分析测算，发行人境外毛利率与安克创新境外毛利率非常接近，2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月差异均不超过 2%，发行人境外销售毛利率高于安克创新符合其自身业务特征，具有合理性；
- 2、安克创新线下销售毛利率逐渐降低的原因系商超卖场收入占比的增加及此类客户较强的议价能力，其客户结构进一步变化得其线下销售毛利率逐渐降低。

发行人线下销售毛利率提高系报告期不同年度间发行人自身境内境外线下业务发展变化所致，主要原因包括发行人境内线下销售毛利率水平有所提高，以及毛利率相对更高的境外线下收入因发行人战略发力拓展、品牌全球影响力持续提升而占比不断提升，综合导致 2021 年度发行人线下销售毛利率高于安克创新。因此，发行人与同行业可比公司线下销售毛利率的变化主要受其自身境内外业务布局差异，渠道客户区别和业务发展变化的客观因素所致，发行人线下销售毛利率不存在重大异常情形，报告期变动趋势具有合理性。

#### 4. 关于通过天猫平台销售的运输费用

申请文件及问询回复显示，报告期内，发行人通过天猫平台销售金额分别为 45,309.95 万元、49,229.60 万元、55,051.85 万元，其中通过平台仓发货的销售金额分别为 35,756.20 万元、29,578.74 万元、32,793.37 万元，运输及物流仓储服务费金额 4,556.70 万元、3,276.02 万元、2,506.69 万元，单位运费分别为 4.11 元、3.98 元、2.76 元。单位运费逐年下降，发行人分析主要为天猫平台物流费报价降低。通过自主仓发货的销售金额分别为 9,545.91 万元、19,642.39 万元、22,164.19 万元，运输费分别为 794.26 万元、1,341.97 万元、1,690.91 万元，单位运费分别为 1.95 元、1.59 元、1.83 元，低于自主仓发货京东 POP 的单位运费 2.40 元、2.52 元、1.88 元，且变动趋势不一致。

请发行人：

(1) 结合报告期内天猫平台物流费的具体报价，说明天猫平台单位运费逐年下降的合理性。

(2) 说明天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 且变动趋势不一致的原因，天猫平台自主仓发货 2020 年单位运费下降的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、结合报告期内天猫平台物流费的具体报价，说明天猫平台单位运费逐年下降的合理性。

##### (一) 天猫平台通过平台仓发货物流费报价情况

报告期内，公司在天猫平台销售通过平台仓发货的物流费均与杭州菜鸟供应链管理有限公司进行结算，其按基础运费、产品重量及目的地距离设置不同价格区间向天猫平台的商家进行报价，并收取快递物流费，包括占快递物流费金额大部分的基础运费，以及少量的订单处理费及包装物料费。杭州菜鸟供应链管理有限公司对天猫平台的商家的收费标准基本相同，不存在重大差异。

##### 1、最常用配送路线的定义

杭州菜鸟供应链管理有限公司根据平台商家产品始发地与产品配送目的地的距离及产品重量的不同进行差别收费，而公司在天猫平台销售通过平台仓发货



的物流路线众多，为了剔除路线变化以及重量变化对于物流费用报价的影响，更好地比较报价的变化，本节中均采用最常用配送路线的首重报价进行分析。

报告期内，最常用配送路线的定义及内涵相同，是指始发地与目的地在同一区域内而非配送到偏远地区的路线，最常用配送路线覆盖的区域如下：

货物始发地	配送目的地
天津、北京、河北、山东、山西	本区域内，即天津、北京、河北、山东、山西
辽宁、吉林、黑龙江	本区域内，即辽宁、吉林、黑龙江
陕西、甘肃、宁夏	本区域内，即陕西、甘肃、宁夏
广东、广西、福建	本区域内，即广东、广西、福建
上海、江苏、浙江、安徽	本区域内，即上海、江苏、浙江、安徽
湖北、河南、湖南、江西	本区域内，即湖北、河南、湖南、江西
四川、重庆、贵州、云南	本区域内，即四川、重庆、贵州、云南

上表所列示即为最常用配送路线，即所售货物位于货物始发地区域的菜鸟仓且配送目的地位于始发地区域内。最常用配送路线的订单数量超过公司天猫平台仓发货总订单数量的 85%。报告期相同期间内，最常用配送路线的基础运费报价相同，因此，使用最常用配送路线的物流费用进行分析，能剔除路线变化的影响，较好地反映平台物流费用的报价变化情况。

## 2、天猫平台物流费的具体报价分析

报告期内，在天猫平台销售通过平台仓发货的物流费主要包括基础运费、订单处理费及包装物料费。杭州菜鸟供应链管理有限公司运费合同以当年 4 月至次年 3 月为一个合同周期，在无特殊情况下，基础运费一年调整一次；订单处理费及包装物料费根据各月实际情况进行调整，因此同一年度存在多个报价。为了更好地分析天猫平台物流费报价情况的变化，在最常用配送路线的基础上，选取报告期内在最常用配送路线首重范围内且包含订单处理费及包装物料费后物流费用价格一致的订单进行分析，此类订单的累计订单数占平台仓发货总订单数量比重超过 60%，可以较好地反映天猫平台物流费的报价情况。

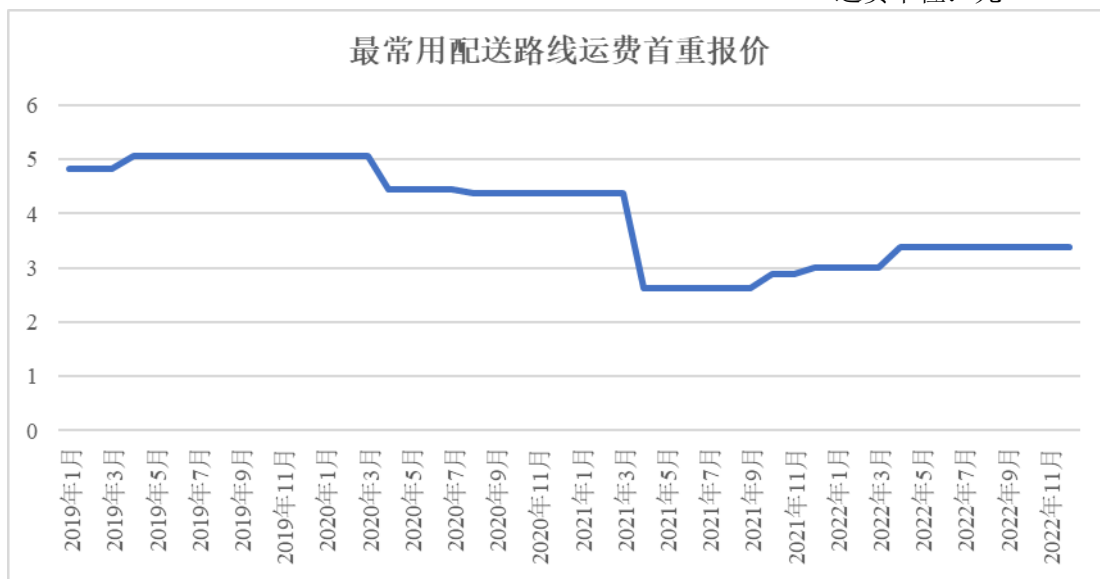
报告期内，公司最常用配送路线首重报价（含基础运费、订单处理费及包装物料费）情况如下：

单位：元

项目	2019年4月至2020年3月	2020年4月至2020年7月	2020年8月至2021年3月	2021年4月至2021年9月	2021年10月至2021年11月	2021年12月至2022年3月	2022年4月至2022年12月
基础运费、订单处理费及包装物料费	5.07	4.44	4.37	2.63	2.88	3.01	<b>3.38</b>

报告期内，上述天猫平台物流费首重报价先降后升，最常用配送路线首重报价图（含基础运费、订单处理费及包装物料费）如下：

运费单位：元



上述天猫平台物流费首重报价的变化主要受到国内物流行业价格竞争的影响。天猫平台物流商对天猫平台的商家的收费标准基本相同，该变化为行业内普遍的变化。**2020年度**至**2021年下半年**，受国内物流行业竞争持续加剧影响，天猫平台物流商向天猫平台商家的报价逐渐下降。**2021年年底至2022年**，物流行业竞争形势有所缓和，天猫平台物流商向天猫平台商家的报价有所回升。

## （二）天猫平台通过平台仓发货的单位运费情况

公司产品主要为传输类、音视频类、充电类、移动周边类、存储类等3C消费电子产品，具有小批量、多批次、质量轻等特点。因此，首重报价对公司的单位运输成本影响较大。报告期各期天猫平台通过平台仓发货的物流费情况具体如下：

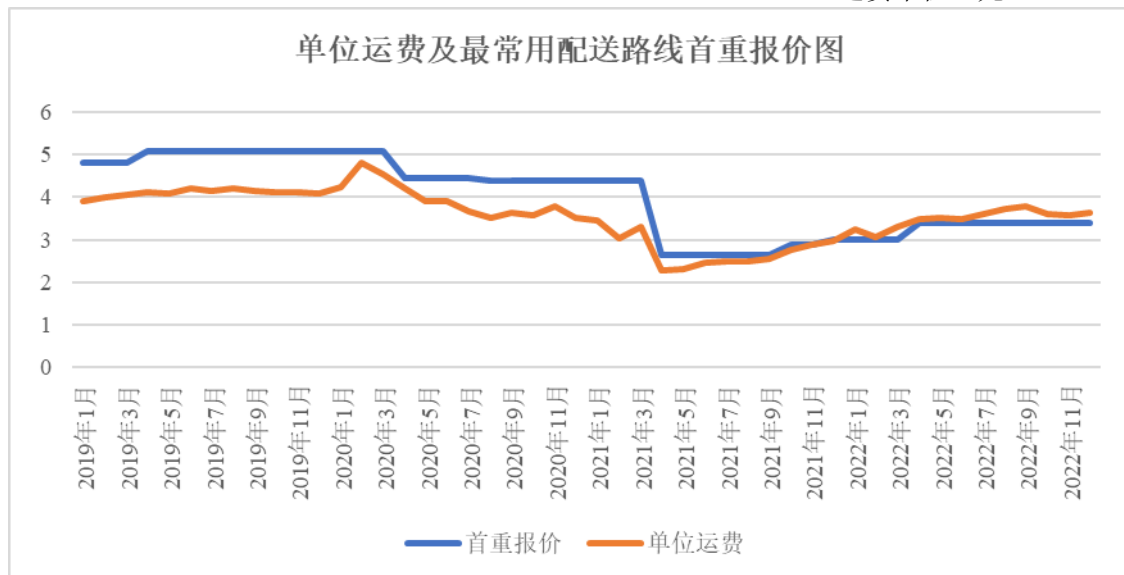
单位：万元、万个

项目	2022年度	2021年度	2020年度
销售金额①	<b>42,907.18</b>	32,793.37	29,578.74

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售数量②	1,074.63	909.29	822.25
运输及物流仓储服务费金额③	3,829.26	2,506.69	3,276.02
单位运费（元）④=③/②	3.56	2.76	3.98

报告期，天猫平台通过平台仓发货的单位运费先降后升，单位运费及最常用配送路线首重报价图趋势图如下：

运费单位：元



由上图可知，公司天猫平台的最常用配送路线首重报价的变化趋势与公司天猫平台通过平台仓发货的单位运费的变化趋势高度趋同。随着天猫平台物流费的具体报价的变化，公司通过平台仓发货的单位运费在 2020 年度至 2021 年度逐渐下降，2022 年度单位运费有所回升，变动原因具备合理性，不存在异常情况。

二、说明天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 且变动趋势不一致的原因，天猫平台自主仓发货 2020 年单位运费下降的原因。

(一) 天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 平台且变动趋势不一致的原因

报告期各期天猫平台及京东 POP 模式通过自主仓发货单位运费情况具体如下：

单位：元/件

平台	2022 年度	2021 年度	2020 年度
天猫	2.23	1.83	1.59

平台	2022 年度	2021 年度	2020 年度
京东 POP	2.16	1.88	2.52
差异	0.07	-0.05	-0.93

报告期各期天猫平台自主仓发货单位运费分别为 1.59 元、1.83 元和 2.23 元，单位运费呈逐年上升的趋势；报告期各期京东 POP 模式自主仓发货单位运费分别为 2.52 元、1.88 元和 2.16 元，单位运费呈先降后升的趋势。

2020 年度，天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 平台；2021 年度及 2022 年度，公司京东 POP 模式单位运费与天猫平台较为接近。以下对天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 平台且变动趋势不一致的原因进行分析，具体如下：

### 1、天猫平台自主仓发货单位运费低于京东 POP 的原因分析

报告期内，在自主发货模式下，公司天猫平台和京东 POP 模式销售选择的物流商对应的收入金额占比及单位运费情况如下：

单位：元/件

公司名称	物流渠道	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		收入占比	单位运费	收入占比	单位运费	收入占比	单位运费
天猫	三通一达	85.47%	1.97	87.63%	1.56	89.46%	1.41
	中国邮政	7.48%	4.67	5.78%	4.99	8.64%	3.58
	顺丰速运	6.58%	7.95	6.00%	5.99	0.90%	7.38
	天天快递	-	-	-	-	0.00%	2.73
京东 POP	三通一达	94.28%	2.11	89.50%	1.64	73.12%	1.50
	中国邮政	3.35%	4.84	5.38%	4.30	18.23%	5.59
	顺丰速运	2.15%	5.35	2.65%	5.86	0.52%	7.71
	京东平台物流	-	-	1.75%	3.27	7.06%	7.24

报告期内，公司自主仓发货在物流商的选择方面，在考虑物流商时效性、服务品质、配合度方面后，公司优先选择综合费用较低的三通一达（中通、申通、圆通和韵达）进行派送，以顺丰速运、中国邮政、天天快递、京东平台物流等物流商作为补充对订单进行派送。

由上表可知，在自主发货模式下，公司天猫平台和京东 POP 模式均以三通一达发货为主。天猫平台和京东 POP 模式在同一物流渠道下单位运费较为接近，

且变动趋势基本一致。

### (1) 京东 POP 模式单位运费高于天猫平台的原因分析

2020 年度，公司京东 POP 模式单位运费高于天猫平台，主要原因系中国邮政和京东平台物流的综合运费单价较高，且京东 POP 模式使用中国邮政和京东平台物流两家物流商承运的占比高于天猫平台所致。2020 年度，京东 POP 模式使用单位运费更高的中国邮政和京东平台物流比例较高，主要原因系：（1）对应年度京东 POP 平台省外订单占比较高，使用中国邮政渠道发货的比例及综合运费单价较高；（2）对应年度京东 POP 模式存在部分海外订单，需要使用京东平台物流，而海外运费较高，拉升了京东平台物流的单位运费。2021 年度及 2022 年度，公司京东 POP 模式单位运费与天猫平台较为接近。

### (2) 2020 年度，京东 POP 模式单位运费与天猫平台差异进一步加大的原因分析

2020 年度，两者单位运费的差异进一步加大。虽然 2020 年天猫平台及京东 POP 模式销售下三通一达的单位运费有较为明显的下降，但该年度京东 POP 模式下，中国邮政的使用占比上升且中国邮政的单位运费高于天猫平台，导致京东 POP 模式的单位运费反而有所上升。京东 POP 该年度使用中国邮政的比例显著上升且单位运费较高，主要原因系：（1）受 2020 年初外部特定因素叠加春节影响，部分物流商运输受限乃至停运，两个平台在 2020 年初使用中国邮政发货的比重均有所上升，但京东 POP 的中国邮政配送中，省外订单占比显著高于天猫平台，中国邮政省外配送单价更高。例如，2020 年 1 月至 3 月，京东 POP 模式省外订单通过邮政发货占当年邮政配送比例约为 50%，而天猫平台该比例约为 28%，导致该年度京东 POP 中国邮政的单位运费高于天猫平台；（2）随着 2020 年度物流行业竞争加剧，三通一达等物流商费用降低，公司优先调整了自主仓发货量较大的天猫平台（2020 年自主仓发货的产品数量约为 846 万件）物流商结构，降低了中国邮政配送的比例。京东 POP 模式的物流商结构也随后进行了调整，但是因该平台自主仓发货的产品数量较少（2020 年自主仓发货的产品数量约为 57 万件），发行人该年度的调整力度、进度较慢，因此，2020 年京东 POP 模式中国邮政配送的比例高于天猫平台。综合上述两个因素，2020 年京东 POP 模式邮政单位运费有所上升且占比有所增加，导致 2020 年京东 POP 模式单位运

费高于天猫平台。

## 2、2020 年度两个平台的自主仓发货单位运费变动趋势不一致的原因分析

天猫平台和京东 POP 模式在同一物流渠道下单位运费较为接近，由上述分析内容可知，2020 年度天猫平台及京东 POP 模式销售下三通一达的单位运费均有较为明显的下降，天猫平台该年度自主仓发货中三通一达的比例较高且相较前一年度比例有所上升，导致天猫平台自主仓发货单位运费下降较为明显；而京东 POP 模式下虽然三通一达的单位运费同样下降明显，但因前述使用中国邮政的比例显著上升且中国邮政的单位运费较高的原因，导致该年度京东 POP 模式单位运费有所上升，最终使得两个平台 2020 年度自主仓发货单位运费变动趋势不一致。

### (二) 天猫平台自主仓发货 2020 年单位运费下降的原因

报告期，在自主发货模式下，公司天猫平台销售选择的物流商对应的收入金额占比及单位运费情况如下：

单位：元/件

公司名称	物流渠道	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		收入占比	单位运费	收入占比	单位运费	收入占比	单位运费
天猫	三通一达	<b>85.47%</b>	<b>1.97</b>	87.63%	1.56	89.46%	1.41
	中国邮政	<b>7.48%</b>	<b>4.67</b>	5.78%	4.99	8.64%	3.58
	顺丰速运	<b>6.58%</b>	<b>7.95</b>	6.00%	5.99	0.90%	7.38
	天天快递	-	-	-	-	0.00%	2.73

报告期各期天猫平台自主仓发货单位运费分别为 1.59 元、1.83 元和 **2.23 元**，天猫平台自主仓发货 2020 年单位运费下降较为明显，主要原因系运费较低的物流商对应的收入金额占比有所提升，且物流商的报价有所降低。

报告期内，公司天猫平台自主仓发货主要选择综合费用较低的三通一达对订单进行派送，通过三通一达发货收入占比分别为 89.46%、87.63%和 **85.47%**，三通一达的单位运费分别为 1.41 元、1.56 元和 **1.97 元**，2020 年三通一达发货收入占比提升、单位运费下降均较为明显。

2020 年，J&T 极兔速递等价格较为优惠的物流公司正式加入中国快递市场的竞争。受极兔等公司低价竞争的影响，快递行业竞争格局加剧，三通一达亦出

现降价的情况。报告期内，三通一达首重报价情况如下：

单位：元

项目	2022年7月至 2022年12月	2020年12月至 2022年6月	2020年6月至 2020年11月	2019年1月至 2020年5月
中通	2.00	1.75	1.40	2.10
韵达	1.93	1.75	1.30	2.00
申通	-	1.70	1.25	2.00
圆通	-	-	1.28	2.10

注：自2020年12月，公司停止通过圆通发货，自2022年3月，公司停止通过申通发货。

因此，运费较低的物流商对应的收入金额占比有所提升，且受物流行业竞争加剧的影响，物流商的报价有所降低，综合导致了公司天猫平台自主仓发货2020年单位运费较低。

### 三、核查程序与核查意见

#### （一）核查程序

1、获取天猫平台平台物流费报价单，对菜鸟杭州菜鸟供应链管理有限公司的工作人员进行访谈，了解报告期天猫平台平台物流商物流费报价情况；

2、结合物流商报价情况对报告期天猫平台平台仓发货单位运费进行分析，核实天猫平台平台仓发货单位运费波动的合理性；

3、获取天猫平台自主仓发货物流商的物流费报价单，了解报告期天猫平台自主仓发货物流商物流费报价情况；

4、获取京东POP模式自主仓发货物流商的物流费报价单，了解报告期京东POP模式自主仓发货物流商物流费报价情况；

5、了解天猫平台及京东POP模式自主仓发货的主要物流商构成情况，对比分析天猫平台自主仓发货及京东POP模式自主仓发货单位运费变动趋势情况及原因；

6、从公开渠道查询J&T极兔速递加入中国快递市场以及快递行业变化的情况，了解2020年天猫平台自主仓发货单位运费下降的原因及其合理性。

#### （二）核查意见

经核查，发行人会计师认为：

1、受天猫平台物流商报价的影响，公司在天猫平台销售通过平台仓发货的单位运费在**2020年度**至2021年度逐年下降，随着天猫平台物流商报价上升，**2022年**单位运费有所上升。报告期内，发行人天猫平台单位运费波动不存在异常情形，其变动具有合理性；

2、天猫平台自主仓发货单位运费与京东 POP 模式变动趋势不一致主要因为电商平台均有多家快递公司配送货物，但不同平台快递公司承运比重和运费存在差异，且两个平台订单发送的省内外销售区域分布差异也会产生同一物流公司的单位运费的不同，上述原因综合导致公司京东 POP 店铺和天猫平台单位运费变动趋势的差异。发行人两个电商平台单位运费的差异原因具有合理性，不存在异常情形；

3、2020年度，中国快递市场激烈竞争下，快递行业单位运费降价及公司快递公司渠道选择的影响，使得公司天猫平台自主仓发货 2020 年单位运费有所下降，2020 年度天猫平台自主仓发货单位运费下降符合快递行业收费价格变动趋势，具有合理性。




(以下无正文，为深圳市绿联科技股份有限公司容诚专字[2023]518Z0204 号  
报告之签字盖章页)



中国·北京

中国注册会计师: 任晓英   
任晓英 (项目合伙人)

中国注册会计师: 刘海曼   
刘海曼

中国注册会计师: 杨三生   
杨三生

2023年3月27日