

目 录

一、关于持续盈利能力.....	第 1-14 页
-----------------	----------

关于浙江美硕电气科技股份有限公司 IPO 注册环节反馈意见落实函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕277号

深圳证券交易所:

由财通证券股份有限公司转来的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕011097号，以下简称反馈意见落实函）奉悉。我们已对反馈意见落实函所提及的浙江美硕电气科技股份有限公司（以下简称美硕科技或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

关于持续盈利能力。请发行人：（1）2020年至2022年1-6月发行人向美的集团供应的继电器产品占比逐年下降，说明销售占比下降的原因，结合发行人产品在美的集团应用的业务板块、报告期内向美的集团销售平均交货期、目前在手订单说明发行人对美的集团收入是否存在下滑风险，相关风险是否已充分披露。（2）根据1-9月审阅数据及全年预测数据，发行人营业收入下滑，1-9月归母净利润略有上涨，请发行人量化说明营业收入及归母净利润波动的原因，与同行业可比公司变动趋势是否一致，营业收入是否存在进一步下滑的风险，相关风险是否已充分披露。请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。（反馈意见落实函1）

（一）2020年至2022年1-6月发行人向美的集团供应的继电器产品占比逐年下降，说明销售占比下降的原因，结合发行人产品在美的集团应用的业务板块、报告期内向美的集团销售平均交货期、目前在手订单说明发行人对美的集团收入是否存在下滑风险，相关风险是否已充分披露

1. 2020年至2022年1-6月发行人向美的集团供应的继电器产品占比逐年下降，说明销售占比下降的原因

2020-2022年6月，公司向美的集团供应的继电器产品占比分别为46.36%、43.00%和41.75%，占比逐年下降，主要系公司调整自身投标策略所致。2021年，公司开始降低部分毛利率水平偏低的旧产品投标，转向毛利率水平偏高的新产品型号，但新产品份额增加不及旧产品份额减少，导致公司向美的集团供应的继电器产品占比逐年下降。

报告期内，美的集团继电器的需求、美硕科技销售的继电器产品占美的集团同类产品采购份额情况如下：

单位：万颗

项目	2022年度	2022年1-6月	2021年度	2020年度
美的集团继电器需求规模	42,324.65	21,677.42	58,072.84	40,662.99
美硕科技供应份额	43.80%	41.75%	43.00%	46.36%

注1：美的集团招投标系统中无论中标还是流标均会给予供应商一定比例的配额，因此公司根据系统配额比例进行加权平均计算，同时根据公司实际供应量除以配额比例，反推算出招标规模，假设招标规模为美的集团继电器需求规模；公司产品基本覆盖美的集团继电器物料所有品类，基于公司供应量推算美的集团总体需求规模具备合理性；下文中公司向美的集团的供应份额皆为上表中口径

注2：2020-2021年，美的集团继电器需求规模保持增长态势，与美的集团自身营业收入增长趋势一致；2022年1-6月，美的集团继电器需求规模同比下降，但美的集团2022年1-6月营业收入同比增长5.04%，变动趋势存在差异主要系美的集团存货金额下降所致。美的集团存货金额由2021年末的459.24亿元下降至2022年6月末的367.51亿元，美的集团存货金额下降导致其对继电器需求规模减少，继电器需求规模变动趋势与美的集团营业收入变动趋势存在差异具有合理性。美的集团2022年年报暂未披露

2020-2022年6月，公司在美的集团中的供应份额持续下降系正常波动，公司向美的集团供应具体产品的份额情况如下：

型号	2022年1-6月		2021年度		2020年度
	供应比例	变动	供应比例	变动	供应比例
M05	2.05%	-1.38%	3.43%	-0.96%	4.38%
M01	7.12%	-3.85%	10.98%	-3.74%	14.72%

M08	4.64%	1.10%	3.54%	-0.95%	4.49%
M03	15.54%	0.97%	14.57%	4.53%	10.04%
M15	6.94%	3.03%	3.91%	-1.43%	5.34%
其他	5.47%	-1.11%	6.58%	-0.82%	7.40%
合计	41.75%	-1.25%	43.00%	-3.36%	46.36%

注：上表中供应比例计算方式系公司相应型号产品实际供应量除以前述表格中美的集团继电器需求规模

M05、M01 系公司开发较早的产品，近年来，随着行业技术水平的发展以及下游应用产品不断推成出新，公司配合美的集团做好整机产品的优化改进，不断推出诸如 M08、M03、M15 等体积更小、功耗更低的新型产品型号，公司优势产品亦从传统型号向新晋型号转变。

2020-2022 年 6 月，公司主动调整自身投标策略，从 2021 年开始降低了毛利率水平偏低的 M05、M01 等旧型号投标，M05、M01 型号产品供应比例下降。同时，在此期间内公司适时增加了毛利率相对偏高的 M08、M03、M15 等新产品投标，但上述新产品供应比例上升不及旧产品供应比例下降，导致公司向美的集团供应的继电器产品占比逐年下降。

2022 年下半年，随着新产品供应比例上升，公司向美的集团供应的继电器产品占比回升，2022 年度向美的集团供应的继电器产品占比与 2021 年相比有所上升。

2. 结合发行人产品在美的集团应用的业务板块、报告期内向美的集团销售平均交货期、目前在手订单说明发行人对美的集团收入是否存在下滑风险，相关风险是否已充分披露

(1) 公司产品在美的集团应用的业务板块

公司产品应用于美的集团家电业务板块，与大部分家电产品事业部都建立了稳定的业务合作。

继电器产品作为一种电气类产品的通用控制件模块，应用广泛。美的集团各事业部具有独立的供应商管理体系，公司向任何一个事业部供货均需通过其独立的认证程序。公司最早在 2010 年与美的集团发生业务合作，之后陆续与家用空调事业部、生活电器事业部、微波和清洁事业部、洗衣机事业部、暖通与楼宇事

业部、冰箱事业部等大部分家电产品事业部都建立了稳定的业务合作。经过十余年的深度合作，公司产品已经融入其核心家电业务板块，近年来持续保持 40% 以上的供应份额，合作具有广泛性。

(2) 报告期内向美的集团销售平均交货期

公司与美的集团采用寄售模式进行合作，公司产品的生产周期较短，可以保障寄售仓的库存规模，美的集团根据自身需求领用寄售产品。

为响应客户低库存甚至零库存的管理要求，公司与美的集团采用寄售模式进行合作。该模式是美的集团等大型家电厂商采用较多的业务模式，亦是一种常用的供应链协作方式，由公司在美的集团生产所在地附近设立异地仓库，根据整体供应中标情况规划日常生产计划并将货物发往异地仓库存储以备客户随时领用。公司产品的生产周期较短，在所需原材料已到货的前提下，主要产品的生产周期在 7 天左右，可以保障寄售仓的库存规模，美的集团根据自身需求领用寄售产品。报告期内，公司生产周期和向美的集团的产品供应稳定，不存在异常变动情形。

(3) 对美的集团的在手订单情况

截至 2022 年 12 月末，公司对美的集团的在手订单情况如下所示：

单位：万颗

项 目	2022 年 12 月末在手订单	2021 年 12 月末在手订单	同比变动
在手订单数量	1,674.42	1,540.49	8.69%

注：美的集团采取寄售模式，在手订单周期较短，一般为 1 个月的供应量

由于交货周期短，公司在手订单规模整体较小，一般为 1 个月的供应量。根据上表可知，公司 2022 年 12 月末在手订单与去年同期相比有所增长，经历了 2022 年度订单相对低迷，随着刺激消费的政策陆续出台，目前订单规模逐步恢复。

(4) 公司向美的集团的销售收入

2020-2022 年，公司向美的集团的销售收入与美的集团自身家电类业务销售收入变动对比情况如下：

项目		2022 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度
公司向美的集团销售(万元)	销售收入	26,251.06	13,120.25	30,920.31	28,808.16
	同比变动	-15.10%	-18.28%	7.33%	20.31%

美的集团自身 家电类业务销 售（亿元）	家电类业务销 售收入	-	1,495.71	2,737.45	2,351.06
	同比变动	-	5.80%	16.43%	2.62%

注：美的集团家电类业务包括暖通空调和消费电器，2022 年度数据尚未披露

2020 年，公司向美的集团销售收入同比增长率大幅高于美的集团自身家电类业务销售收入增长率，比例差异为 17.69%，主要原因系：公司产能增长、增加向美的集团投标。2020 年，随着业务发展态势良好，公司新增购置了较多机器设备，产能明显增长，在产能明显增长的前提下，公司积极增加向美的集团的投标，向美的集团的供应份额与上年同期相比有所上升，2020 年供应份额与上年同期相比增长率为 10.86%。同时，由于美的集团不同家电产品对于继电器产品品种和数量需求存在差异，公司向美的集团销售收入同比增长趋势与美的集团自身家电类业务销售收入同比增长趋势相同，但销售收入增长率存在差异具有合理性。

2021 年，公司向美的集团销售收入同比增长率低于美的集团自身家电类业务销售收入增长率，比例差异为-9.10%，主要原因系公司调整自身投标策略，向美的集团供应份额同比下降所致。2021 年，公司主动调整自身投标策略，降低了毛利率水平偏低的旧型号投标，适时增加了毛利率相对偏高的新产品投标，但上述新产品供应比例上升不及旧产品供应比例下降，导致公司向美的集团供应份额与上年同期相比有所下降，供应份额同比变动率为-7.25%，变动幅度基本匹配。因此，在美的集团自身家电类业务销售收入同比增长率较高的情况下，由于公司供应份额同比下降，导致公司向美的集团销售收入同比增长率偏低，具有合理性。

2022 年 1-6 月，公司向美的集团销售收入同比下降 18.28%，而美的集团自身家电类业务销售收入同比增长 5.80%，变动趋势存在差异，比例差异为-24.08%，主要原因系：1）2022 年 1-6 月，由于国内 GDP 增速放缓，美的集团减少了库存备货，存货金额从 2022 年初的 459.24 亿元减少至 2022 年 6 月末的 367.51 亿元，存货金额减少了 91.73 亿元，向公司减少了继电器产品的采购；2）2022 年 1-6 月，公司延续了 2021 年的投标策略，持续降低了毛利率水平偏低的旧型号投标，适时增加了毛利率相对偏高的新产品投标，但上述新产品供应比例上升不及旧产品供应比例下降，导致公司向美的集团供应份额与上年同期相比有所下降，供应

份额同比变动率为-2.91%。因此，在美的集团自身家电类业务销售收入同比增长的情况下，公司向美的集团销售收入同比下降，趋势存在差异具有合理性。

2022年，公司向美的集团销售收入与去年同期相比下滑15.10%，主要系国内GDP增速放缓影响，美的集团减少了库存备货。2022年度，国内经济在多重压力下坎坷前行，国内GDP增速放缓，居民收入感受和信心指数较低导致消费意愿受挫。2022年7月，商务部等13部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，提出九条促进绿色智能家电消费的政策措施，但政策对于消费的刺激作用具有滞后性，公司对美的集团销售收入存在下滑风险。

综上，公司产品应用于美的集团核心家电业务板块，公司与美的集团的合作稳定，尽管截至2022年12月末在手订单情况良好，但2022年度公司向美的集团的销售收入与去年同期相比下滑，公司对美的集团销售收入存在下滑风险。

公司已在招股说明书“第二节 概览”和“第三节 风险因素”中补充如下风险提示内容：

“三、营业收入下滑和主要客户收入下滑风险

公司产品主要包括通用继电器、汽车继电器、磁保持继电器、通讯继电器及流体电磁阀等，通用继电器产品占营业收入比例超过80%，主要应用行业为家电行业。2022年，由于受到GDP增速放缓影响，消费低迷，家电行业景气度下降，导致公司营业收入与去年同期相比下滑。如家电行业景气度持续下降，且公司未能及时采取措施积极应对，将导致公司存在营业收入进一步下滑的风险。

家电行业注重品牌效应，龙头企业较为集中，包括美的集团、格力电器、海尔集团等。2022年，由于受到GDP增速放缓影响，消费低迷，美的集团减少了库存备货，导致公司向美的集团销售收入与去年同期相比下滑。若未来消费持续低迷，且公司向美的集团供应份额进一步下降，公司向美的集团的销售收入存在进一步下滑风险。”

(二) 根据1-9月审阅数据及全年预测数据，发行人营业收入下滑，1-9月归母净利润略有上涨，请发行人量化说明营业收入及归母净利润波动的原因，与同行业可比公司变动趋势是否一致，营业收入是否存在进一步下滑的风险，相关风险是否已充分披露

1. 量化说明营业收入及归母净利润波动的原因

公司 2022 年 1-9 月主要数据与上年同期对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	同比变动
营业收入	39,688.96	42,183.54	-5.91%
利润总额	5,512.90	5,150.55	7.04%
净利润	4,937.55	4,592.11	7.52%
归属于母公司股东的净利润	4,937.55	4,592.11	7.52%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4,161.82	4,311.09	-3.46%

注：上述公司 2022 年 1-9 月数据系审阅数据

2022 年 1-9 月，公司利润表主要科目与上年同期对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动金额	变动率	对净利润的影响比例[注]
一、营业收入	39,688.96	42,183.54	-2,494.59	-5.91%	-722.13%
二、营业总成本	34,790.05	36,970.54	-2,180.50	-5.90%	631.21%
其中：营业成本	30,253.56	32,317.33	-2,063.77	-6.39%	597.41%
税金及附加	202.41	188.37	14.04	7.46%	-4.06%
销售费用	1,553.09	1,633.12	-80.03	-4.90%	23.17%
管理费用	1,082.27	1,284.42	-202.15	-15.74%	58.52%
研发费用	1,666.78	1,527.43	139.35	9.12%	-40.34%
财务费用	31.93	19.87	12.06	60.72%	-3.49%
加：其他收益	931.33	348.59	582.74	167.17%	168.69%
投资收益	-151.33	-229.15	77.82	-33.96%	22.53%
信用减值损失	40.53	-38.38	78.91	-205.60%	22.84%
资产减值损失	-187.76	-125.44	-62.33	49.69%	-18.04%
三、营业利润	5,531.67	5,168.62	363.05	7.02%	105.09%
加：营业外收入	2.41	1.07	1.34	125.83%	0.39%
减：营业外支出	21.18	19.13	2.05	10.69%	-0.59%
四、利润总额	5,512.90	5,150.55	362.34	7.04%	104.89%
减：所得税费用	575.34	558.45	16.90	3.03%	-4.89%
五、净利润	4,937.55	4,592.11	345.45	7.52%	100.00%
归属于母公司股东的净利润	4,937.55	4,592.11	345.45	7.52%	100.00%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4,161.82	4,311.09	-149.27	-3.46%	-

[注]各项目对净利润的影响比例系根据各项目变动金额/净利润变动金额计算

根据上表可知，2022年1-9月，公司营业收入同比下滑，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下滑，但归属于母公司股东的净利润同比上升，主要原因如下：

(1) 营业收入同比下滑

2022年1-9月，公司营业收入同比下滑，主要系GDP增速放缓影响，消费低迷，家电行业景气度下降。

报告期内，公司通用继电器产品收入占比超过80.00%，系公司最主要的产品，而通用继电器产品主要应用于家用电器行业。2022年1-9月，国内经济在多重压力下坎坷前行，国内GDP增速放缓，居民收入感受和信心指数较低导致消费意愿受挫，社会消费品总额下降。根据中国家用电器研究院与全国家用电器工业信息中心联合发布的《2022年中国家电行业半年度报告》，国内家电出口和内销规模均出现下滑，其中2022年上半年家电行业出口规模为2,833亿元，同比下降8.20%；2022年上半年家电行业国内销售规模为3,609亿元，同比下降11.20%。根据Wind行业宏观数据库数据，截至2022年9月，全国百家大型零售企业家电类零售额累计同比下降7.90%。

2022年1-9月，公司营业收入同比下降5.91%，与家电行业零售额变动趋势一致。

(2) 归属于母公司股东的净利润同比上升

通过上述利润表主要科目分析可知，2022年1-9月，公司营业收入同比下滑，而归属于母公司股东的净利润同比上升，主要系其他收益增加所致，其他收益金额与去年同期相比增长582.74万元，对净利润的影响比例为168.69%。2022年1-9月，公司其他收益与上年同期对比如下：

单位：万元

项 目	2022年1-9月	2021年1-9月
专精特新小巨人奖励补贴	100.00	-
IPO受理奖励补贴	473.63	-
技改补贴、稳岗补贴等	357.70	348.59

2022年1-9月，由于收到专精特新小巨人奖励补贴、IPO受理奖励补贴，其他收益金额较高。其他收益金额增加导致归属于母公司股东的净利润同比上升。

(3) 扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下降

2022年1-9月，公司其他收益金额与去年同期相比增长582.74万元，对净利润的影响比例为168.69%，但其他收益属于非经常性损益，对扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润不产生影响。

2022年1-9月，公司营业收入同比下降5.91%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下降3.46%，下降幅度相当，具有匹配性。2022年1-9月，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下降，主要系GDP增速放缓影响导致营业收入同比下降所致。

2. 与同行业可比公司变动趋势是否一致

2022年1-9月，公司营业收入、归属于母公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与同行业可比公司比较情况如下：

单位：万元

公司	项目	2022年1-9月	2021年1-9月	同比变动
宏发股份	营业收入	895,901.27	756,444.43	18.44%
	归属于母公司股东的净利润	96,832.86	82,083.37	17.97%
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	97,867.87	73,191.06	33.72%
三友联众	营业收入	142,150.24	121,233.70	17.25%
	归属于母公司股东的净利润	5,888.07	10,879.61	-45.88%
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4,809.90	9,057.80	-46.90%
公司	营业收入	39,688.96	42,183.54	-5.91%
	归属于母公司股东的净利润	4,937.55	4,592.11	7.52%
	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	4,161.82	4,311.09	-3.46%

注1：宏发股份、三友联众2022年未披露继电器分产品销售收入

注2：航天电器主要继电器产品应用领域与公司不存在重叠，不具有可比性

2022年1-9月，同行业可比公司宏发股份、三友联众变动趋势与公司存在差异，主要系公司继电器产品结构与同行业可比公司存在差异，同行业可比公司非通用继电器产品收入增长导致变动趋势与公司存在差异。具体原因如下：

(1) 宏发股份

宏发股份为中国继电器行业的龙头企业，继电器产品广泛应用于家用电器、智能家居、智能电网、建筑配电、新能源、汽车工业、轨道交通、工业自动化、安防消防、网络通讯等行业。根据券商研究报告，2018年通用功率继电器销售收入占宏发股份销售收入的比例为39%，电力继电器占17%，汽车继电器占14%，高压继电器、工控继电器及信号继电器合计占比为19%，宏发股份继电器产品结构比较分散。公司继电器产品中通用继电器产品收入占比超过80%，系公司最主要的产品，公司继电器产品结构与宏发股份存在差异。

根据宏发股份2022年半年报公告，宏发股份营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长的主要原因如下：1) 消费电子领域：信号继电器业务在传统安防领域凭借强大的产品能力和领先的市场地位，保持了良好的增长势头，同时在医疗领域进入国内医疗设备头部企业，国产替代成功落地，并在新能源领域成功导入全新解决方案，实现批量供货，形成多重业务增长点；2) 工业装备领域：工业继电器业务OEM及自主品牌均实现快速增长，市场份额稳步提高；3) 汽车交通领域：受益于全球新能源汽车产销高速增长，高压直流系列产品延续爆发增长，报告期内继续获得标杆客户新一代平台项目长期指定，持续扩大领先优势。

综上，宏发股份营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长主要系信号继电器、工业继电器、高压直流继电器产品销售增长所致，非通用继电器产品。同时，宏发股份公告中提及因受国内房地产投资收缩及国内家电出口增速下降影响，功率继电器（即通用继电器）市场需求增速明显放缓。

因此，宏发股份营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比增长与公司变动趋势存在差异具有合理性。

(2) 三友联众

三友联众主营业务产品包括通用继电器、磁保持继电器、汽车继电器、通讯继电器、新能源继电器和互感器等，产品广泛应用于家用电器、智能电表、工业控制、智能家居、通讯设施、汽车制造和新能源应用等领域，其中通用继电器2021年1-6月收入占比约70%，磁保持继电器2021年1-6月收入占比约25%（继

电器分产品披露截至 2021 年 6 月)。2021 年 6 月,三友联众收购了青县择明,开拓了互感器业务。公司继电器产品中通用继电器产品收入占比超过 80%,与三友联众产品结构存在差异。

根据三友联众 2022 年半年报公告,三友联众营业收入同比增长的主要原因如下:1)得益于客户需求的增长,磁保持继电器较上年同期销售增长幅度较大;2)相比去年同期,因收购青县择明也为合并报表收入带来较大金额的增加。三友联众归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比大幅下降主要原因如下:1)募投项目相关的固定资产投资陆续转固,固定成本增加较快;2)磁保持继电器,该板块采用项目制,与去年同期相比,报告期内的订单毛利率较低;3)合并报表中增加新收购企业需列支的管理费用增加,以及新项目研发投入增加,使得研发支出增加。

综上,三友联众营业收入同比增长系磁保持继电器和互感器业务,非通用继电器产品,且归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比下降系三友联众个性化因素,非行业整体因素。同时,三友联众公告中提及通用继电器业务与去年同期相比市场需求回调,使得该板块的销售有所下降,与公司销售状况一致。

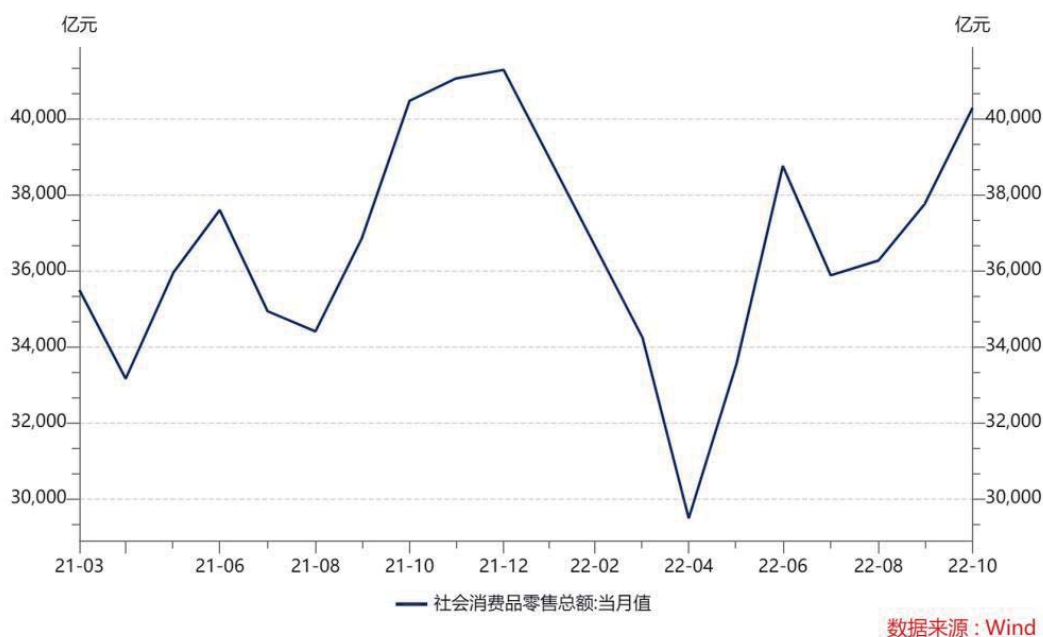
因此,三友联众营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润与公司变动趋势存在差异具有合理性。

3. 营业收入是否存在进一步下滑的风险,相关风险是否已充分披露

(1) 持续盈利能力分析

1) 消费回暖

2022 年,公司营业收入同比下滑,主要受到 GDP 增速放缓影响,消费低迷。2021 年至今,社会消费品零售总额变动如下图所示:



2022年7月，商务部等13部门发布《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》，提出九条促进绿色智能家电消费的政策措施，主要涵盖四个方面：一是开展全国家电以旧换新；二是推进绿色智能家电下乡；三是强化全链条服务保障；四是夯实基础设施支撑。政策对于消费的刺激作用具有滞后性，随着各地关于以旧换新及家电下乡的细则相继出台，政策对于消费的刺激作用逐步显现。随着国家相关消费刺激政策陆续出台，2022年第四季度消费逐步回暖。

2) 主要客户需求回升

2022年度，公司向美的集团销售收入与去年同期相比下滑15.10%。目前，美的集团向公司采购订单逐步恢复，截至2022年12月末，美的集团在手订单与去年同期相比有所增长，增长比例为8.69%。

随着2022年第四季度消费逐步回暖和主要客户需求回升，GDP增速放缓对公司营业收入的不利影响有所消退，但公司2022年度营业收入仍同比下滑。

(2) 营业收入存在进一步下滑的风险，相关风险已充分披露

2022年度，国内经济在多重压力下坎坷前行，国内GDP增速放缓，居民收入感受和信心指数较低导致消费意愿受挫，社会消费品总额下降，消费低迷，导致家电行业景气度下降。2021-2022年，公司营业收入分别为57,734.06万元和53,707.77万元，营业收入同比下滑6.97%。

2022年度，公司全年营业收入同比下滑，公司已在招股说明书“第二节 概

览”和“第三节 风险因素”中补充如下风险提示内容：

“3、营业收入下滑和主要客户收入下滑风险

公司产品主要包括通用继电器、汽车继电器、磁保持继电器、通讯继电器及流体电磁阀等，通用继电器产品占营业收入比例超过 80%，主要应用行业为家电行业。2022 年，由于受到 GDP 增速放缓影响，消费低迷，家电行业景气度下降，导致公司营业收入与去年同期相比下滑。如家电行业景气度持续下降，且公司未能及时采取措施积极应对，将导致公司存在营业收入进一步下滑的风险。

家电行业注重品牌效应，龙头企业较为集中，包括美的集团、格力电器、海尔集团等。2022 年，由于受到 GDP 增速放缓影响，消费低迷，美的集团减少了库存备货，导致公司向美的集团销售收入与去年同期相比下滑。若未来消费持续低迷，且公司向美的集团供应份额进一步下降，公司向美的集团的销售收入存在进一步下滑风险。”

综上，公司营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润波动原因合理，与同行业可比公司变动趋势存在差异具有合理性，营业收入存在下滑风险，相关风险提示已在招股说明书中补充披露。

（三）核查程序与核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

（1）查询公司美的集团系统记录，分析公司在美的集团的供应份额以及中标、流标情况，推算美的集团继电器需求规模；

（2）查阅公司向美的集团销售的具体型号产品结构，分析公司在美的集团的供应份额波动原因；

（3）查阅公司与美的集团业务合同、合作档案、美的集团系统采购数据、美的集团公告的财务数据等，与公司销售部门沟通，核查公司与美的集团的业务合作板块、交货期以及公司向美的集团销售数据与美的集团自身销售数据的匹配性；

（4）查阅公司对美的集团的在手订单数量，对去年同期进行对比；

（5）查阅公司 2022 年 1-9 月和 2022 年全年数据，分析 2022 年 1-9 月营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润波动原因；

- (6) 查阅同行业可比公司公告，与公司业绩情况进行对比；
- (7) 查阅行业研究报告等公开资料，了解下游行业市场需求情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 2020 年至 2022 年 1-6 月公司向美的集团供应的继电器产品占比下降原因具有合理性；公司对美的集团收入存在下滑风险，相关风险提示已在招股说明书中补充披露；

(2) 公司营业收入、归属于母公司股东的净利润和扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润波动原因合理，与同行业可比公司变动趋势存在差异具有合理性，营业收入存在下滑风险，相关风险提示已在招股说明书中补充披露。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：

陈志维



中国注册会计师：

伍春



二〇二三年三月二十九日