



关于青岛豪江智能科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐人（主承销商）

瑞信证券（中国）有限公司



（北京市东城区金宝街 89 号 19 层 01A、02、03A 及 20 层）

二零二三年一月

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

深圳证券交易所于 2022 年 10 月 17 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕010970 号）（以下简称为“落实函”或“本落实函”）已收悉。青岛豪江智能科技股份有限公司（本落实函回复以下简称为“豪江智能”、“发行人”或“公司”）与瑞信证券（中国）有限公司（本落实函回复以下简称为“瑞信证券”、“保荐机构”或“保荐人”）、中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）（本落实函回复以下简称为“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就落实函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复中的简称与招股说明书具有相同含义。

本问询函回复报告的字体代表以下含义：

落实函所列问题	黑体、加粗
对落实函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体、加粗

在本落实函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

目 录.....	2
问题 1.关于境内收入核查.....	3

问题 1.关于境内收入核查

(1) 报告期内，发行人境外销售收入分别为 29,217.92 万元、34,150.77 万元、44,165.32 万元，境内销售收入分别为 21,576.46 万元、28,025.23 万元、32,416.04 万元。(2) 境内客户的访谈核查程序中，2021 年通过邮件访问 11 家客户，对应收入 20,127.61 万元，实地走访 4 家客户，对应收入 1,221.37 万元，视频访谈 2 家客户，对应收入 517.88 万元，上述收入合计 21,866.87 万元，占境内销售收入的比例为 67.46%。2021 年实地走访和视频访谈的客户数量和核查比例有所下降。

请保荐机构、申报会计师：

(1) 说明邮件访问客户的名称和各期的销售收入金额，2022 年 1-6 月，发行人向上述客户销售收入的同比变动情况；

(2) 说明 2021 年实地走访、视频访谈客户数量明显下降并以邮件访问方式替代实地走访、视频访谈的原因及合理性；

(3) 说明邮件访问的主要内容及回复情况，是否能够替代实地走访并获取足够的信息。邮件访问对象的选取标准、担任的职务，访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致，客户库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整。结合上述情况，进一步说明收入真实性的核查程序是否充分，结论是否准确。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

【回复】

(1) 说明邮件访问客户的名称和各期的销售收入金额，2022 年 1-6 月，发行人向上述客户销售收入的同比变动情况

邮件访问客户的名称和各期的销售收入金额情况如下：

一、2021 年邮件访问客户名称及各期销售收入金额情况

单位：万元

序号	客户名称	2021 年度 销售收入	占当期 内销收 入比例	2020 年度 销售收入	占当期 内销收 入比例	2019 年度 销售收入	占当期 内销收 入比例	2018 年度 销售收入	占当期 内销收 入比例	首次申报材 料准备过程 中是否进行 实地走访或 视频访谈
1	江苏里高智能家居有限公司	15,625.85	48.20%	15,112.06	53.57%	11,283.63	52.08%	4,764.68	24.81%	是
2	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司/营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹实业有限公司	1,465.13	4.52%	1,238.49	4.39%	40.74	0.19%	10.83	0.06%	是
3	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	686.02	2.12%	470.74	1.67%	374.07	1.73%	241.53	1.26%	是
4	慈溪市联星智能家居有限公司	485.44	1.50%	658.72	2.34%	729.73	3.37%	859.46	4.47%	是
5	革新（厦门）运动器材有限公司	311.60	0.96%	405.80	1.44%	2,007.51	9.27%	2,915.20	15.18%	是
6	平湖爱伦家具有限公司/平湖奈西贸易有限公司	1,397.76	4.31%	1,368.76	4.85%	691.24	3.19%	7.63	0.04%	是
7	深圳市领行科技有限公司	89.15	0.28%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	否
8	北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	66.90	0.21%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	否
合计		20,127.61	62.09%	19,254.57	68.26%	15,126.92	69.82%	8,799.33	45.81%	

注：发行人首次递交申报材料的时间为 2021 年 6 月 3 日，首次申报材料的报告期为 2018 年、2019 年及 2020 年，其中实地走访或视频访谈的时间集中在 2021 年 1 月和 2 月。上表中对同一实际控制人下的企业合并列示，11 家邮件访问客户为对同一实际控制人下的企业分开统计所致。

上表中所列客户仅在 2021 年度核查过程中采取了邮件访问的方式；2018 年至 2020 年度均采取了实地走访或视频访谈方式，未采取邮件访问方式。其中，2021 年的邮件访问共发出 10 家（以合并口径统计），收到回复 8 家，回复客户涉及的销售收入占发行人 2021 年营业收入的比例为 26.28%。此外，若考虑到在更新 2021 年度财务数据过程中对江苏里高采取了与其公开披露的营收成本和产

量销量数据进行对比、获取江苏里高 2021 年度对发行人的采购数据以及对江苏里高执行总经理进行视频访谈等多种核查方式了解发行人 2021 年度第一大客户的收入变动情况、库存情况等，若剔除江苏里高，则发行人 2021 年度邮件访问回复客户涉及的销售收入占发行人 2021 年营业收入的比例为 5.88%。

除 2021 年新增两家偶发小额芯片交易的客户（序号 7、序号 8）外，2021 年以邮件访问方式核查的客户均已在首次申报材料准备过程中进行了实地走访或视频访谈——曾履行过实地走访或视频访谈的邮件访问客户在上表中 2021 年度销售收入中的占比为 99.23%，且占各期境内销售收入比例均较高。

二、上述客户 2022 年 1-6 月销售收入及同期比较情况

单位：万元

客户名称	2022 年 1-6 月	占当期内销 收入比例	2021 年 1-6 月	占当期内销 收入比例	同比 增长率	变动原因
江苏里高智能家居有限公司	5,019.16	36.53%	7,688.80	51.51%	-34.72%	终端需求下降，符合行业趋势
沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司/营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹实业有限公司	555.66	4.04%	953.10	6.38%	-41.70%	终端需求下降，符合行业趋势
安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	341.52	2.49%	258.29	1.73%	32.22%	客户自身业务取得发展，同时经长期磨合后客户信任度提升
慈溪市联星智能家居有限公司	36.46	0.27%	384.89	2.58%	-90.53%	终端需求下降，符合行业趋势
革新（厦门）运动器材有限公司	21.75	0.16%	311.74	2.09%	-93.02%	终端需求下降，符合行业趋势
平湖爱伦家具有限公司/平湖奈西贸易有限公司	736.94	5.36%	677.14	4.54%	8.83%	收入相比同期增长8.83%，保持平稳
深圳市领行科技有限公司	-	0.00%	-	0.00%	-	销售库存芯片，该类业务为偶发交易，与该客户仅在2021年7月发生交易，全年交易金额为89.15万元
北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	237.20	1.73%	28.67	0.19%	727.27%	销售库存芯片，该类业务为偶发交易

客户名称	2022年 1-6月	占当期内销 收入比例	2021年 1-6月	占当期内销 收入比例	同比 增长率	变动原因
合计	6,948.69	50.58%	10,302.63	69.03%		-

2022年1-6月，公司主营业务实现境内销售收入13,110.43万元，相比2021年同期下降11.37%，其中智能家居行业实现销售收入7,347.52万元，同比下降27.51%；智慧医养行业实现销售收入4,029.70万元，同比增长1.52%。发行人2021年度邮件访问回复客户2022年1-6月共实现销售收入6,948.69万元，占发行人2022年1-6月营业收入的比例为20.40%，若剔除江苏里高则占比为5.66%。

发行人通过邮件访问客户的2022年1-6月销售收入较去年同期有所波动，部分客户收入有所增长系客户自身业务发展且经长期磨合后客户信任度提升所致；部分客户销售收入下滑主要原因系欧美地区为发行人产业链的主要终端市场区域，其通胀持续走高，虽然美联储及欧洲央行已采取加息等措施抑制通胀，但短期内高通胀的市场预期难以较快缓解，终端市场需求有所走弱，发行人客户目前下单较为谨慎所致。从整体角度而言，上述客户收入呈下滑趋势，该趋势与同行业公司基本保持一致——2022年1-6月，同行业公司中除捷昌驱动因产业并购导致收入仍呈较快增长态势外，其余呈下降或增长乏力态势，如凯迪股份营业收入同比下降20.02%、乐歌股份营业收入同比增长10.84%。同时根据梦百合公告的相关公开信息显示，2022年1-6月其电动床业务营业收入同比微增2.22%，考虑到产业链传导的递减放大效应，其对发行人采购出现下滑具有合理性。

针对上述期间发行人业绩波动情况，保荐机构及申报会计师履行了相应的收入截止性测试程序，具体如下：

获取公司截止日前后1个月的销售收入明细账、销售出库单等相关资料，对收入确认凭证进行检查。截止测试采用双向测试方法，从收入明细账检查相应的销售出库单、报关单、提单、客户签收单等相关资料，核对账面记录收入的期间与客户签收单日期的一致性；从销售出库单查找对应的收入明细账记录、客户签收单等相关资料，核对客户签收日期与账面记录期间是否一致。经核查，发行人上述期间销售收入的会计期间记录准确，不存在跨期调节收入的情况。

(2) 说明 2021 年实地走访、视频访谈客户数量明显下降并以邮件访问方式替代实地走访、视频访谈的原因及合理性

对于 2021 年实地走访、视频访谈客户数量下降并以邮件访问方式替代实地走访、视频访谈的原因及合理具体说明如下：

一、受新冠疫情影响，财务核查方式受限

邮件访问客户的所在地址情况如下：

序号	客户名称	所在省份	所在城市	所属区域	邮件访问时间	更新2021年财务数据后招股说明书签署日
1	江苏里高智能家居有限公司	江苏	南通	长三角	2022年3月21日	2022年4月11日
2	顿力集团有限公司	浙江	杭州	长三角		
3	顿力集团有限公司余杭分公司	浙江	杭州	长三角		
4	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	辽宁	沈阳	辽东半岛		
5	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	辽宁	沈阳	辽东半岛		
6	沈阳恒屹实业有限公司	辽宁	沈阳	辽东半岛		
7	平湖奈西贸易有限公司	浙江	平湖	长三角		
8	平湖爱伦家具有限公司	浙江	平湖	长三角		
9	南通市顺隆康复器材有限公司	江苏	南通	长三角		
10	上海顺隆康复器材有限公司	上海	上海	长三角		
11	慈溪市联星智能家具有限公司	浙江	慈溪	长三角		
12	革新（厦门）运动器材有限公司	福建	厦门	珠三角		
13	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	安徽	明光	长三角		
14	深圳市领行科技有限公司	广东	深圳	珠三角		
15	北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	山东	德州	山东半岛		

自 2022 年春节以来，全国本土聚集性疫情呈现点多、面广、频发的特点，

根据国务院联防联控机制权威发布，2022年3月1日至31日，全国累计报告本土感染者103,965例，波及29个省，特别是发行人客户集中的浙江、江苏、上海等长三角地区和深圳、广州、东莞等珠三角地区由于经济活动发达且人口流动密集，受集聚性疫情的影响较为严重。

2022年一季度以深圳为主的珠三角地区疫情较为严重，多地进入静默期。2022年3月初，青岛爆发疫情并迅速向山东各地区蔓延，其中尤以青岛莱西疫情最为严重，2022年3月1日至31日，莱西疫情累计报告确诊病例802例、无症状感染者1,297例，部分客户因疫情防控需要不接待青岛地区来访人员且对实地接待其他地区来访人员亦较为保守，实地走访存在较大困难；2022年3月中旬，上海爆发疫情并外溢至江苏、安徽等周边省份，2022年3月初至5月初，沈阳经历了新一轮疫情爆发，部分客户的受访人员因疫情原因已居家办公，对实地走访、视频访谈接受度不高且中介机构无法通过视频方式查看客户的生产经营情况。发行人内销的主要客户江苏里高（江苏）、顿力集团有限公司余杭分公司/杭州顿力医疗器械有限公司（浙江）、营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹实业有限公司（辽宁）、上海顺隆康复器材有限公司（上海）等均受到不同程度的影响。因此，基于疫情防控下的阶段性封闭管理要求，对实地走访、视频访谈的实施产生较大程度影响。

根据中国证券业协会下发的《关于疫情防控期间证券公司开展保荐承销业务有关事宜的通知》（中证协发[2020]27号）的有关规定“……尽量将非现场尽职调查或核查工作安排在疫情防控期间进行，充分利用互联网及其通信工具的优势，做好相关材料的收集、整理和书面记录工作，并对重要的文字、音频、影像等资料予以留存。保荐承销机构在疫情防控期间如必须开展现场访谈等工作，建议考虑以视频访谈等有效的非现场核查手段替代现场核查，务必做好相关材料的复核、留档和记录工作，确保核查工作可回溯可检验，核查结论真实、准确、完整。”同时，参考《中国注册会计师协会关于在新冠肺炎疫情下执行审计工作的指导意见》——在面对疫情的特殊情况下可采取如通过电子数据传输方式获取相关数据或文件的电子版（或扫描件）进行检查、可通过电子邮件方式收发银行函证和往来函证等，发行人中介机构最终以邮件访问作为2021年度财务核查的方式之一对此前进行过实地走访或视频访谈的部分客户予以核查。

二、中介机构首次申报实地走访、视频访谈核查比率较高，已覆盖 2021 年内销大部分重要客户

发行人首次递交申报材料的时间为 2021 年 6 月 3 日，发行人中介机构共分 5 组在 2021 年 1 月和 2 月履行了实地走访或视频访谈程序，其中第 1 组和第 2 组主要走访了长三角地区的客户、第 3 组主要走访了珠三角地区的客户、第 4 组主要通过视频访谈方式对境外客户以及部分无法前往现场的境内客户进行访谈、第 5 组主要走访了安徽、重庆等零散地区的客户。发行人首次申报材料准备过程中境内收入的实地走访、视频访谈的覆盖率如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境内销售收入	28,207.58	21,666.68	19,208.34
实地走访客户数量	9	8	8
实地走访客户收入金额	22,472.66	17,742.48	13,466.22
视频访谈客户数量	7	7	7
视频访谈客户收入金额	2,546.69	2,639.63	3,531.39
实地走访或视频访谈客户收入金额	25,019.35	20,382.11	16,997.61
境内销售收入核查比例	88.70%	94.07%	88.49%

除上表中所列的境内销售收入外，对于境外销售收入，发行人中介机构在首次申报时主要采用了视频访谈结合少量实地走访的方式进行核查，2018 年至 2020 年核查收入金额分别为 15,505.24 万元、23,036.37 万元和 27,056.14 万元，占发行人境外销售收入的 72.41%、78.84%和 79.23%。之后，发行人中介机构于更新 2021 年度财务数据过程中主要通过委托境外机构开展实地走访等方式进行了核查，核查金额分别为 23,058.71 万元、27,286.96 万元和 35,566.34 万元，占发行人 2019 年至 2021 年境外销售收入的的比例分别为 78.92%、79.90%和 80.53%。

2018 年至 2020 年，发行人前十大内销客户的收入分别为 17,389.94 万元、20,443.24 万元和 24,812.65 万元，占发行人内销收入的比例分别为 90.78%、94.75%和 88.54%。相较于 2018-2020 年，2021 年发行人主要内销客户未发生重大变化，除青岛第五元素科技有限公司外，2021 年度内销前十大客户在首次申报材料准备过程中基本已采取实地走访、视频访谈方式予以核查。在首次申报过程中未进

行实地走访或视频访谈的青岛第五元素科技有限公司（该公司 2018 年、2019 年与发行人未进行交易，2020 年度交易金额为 18.87 万元，在首次申报时重要性水平较低），已于更新 2021 年度财务数据过程中履行实地走访程序。具体如下：

单位：万元

序号	项目	2021年收入金额	占内销收入的比重	首次申报材料准备过程中是否进行实地走访或视频访谈	核查方式
1	江苏里高智能家居有限公司	15,625.85	48.20%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
2	顿力集团有限公司/ 顿力集团有限公司余杭分公司	2,263.04	6.98%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
3	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/ 沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司/ 沈阳恒屹实业有限公司	1,465.13	4.52%	视频访谈	2021年度邮件访问 2022年10月视频访谈
4	平湖爱伦家具有限公司/ 平湖奈西贸易有限公司	1,397.76	4.31%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
5	南通市顺隆康复器材有限公司/ 上海顺隆康复器材有限公司	846.65	2.61%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	686.02	2.12%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
7	青岛第五元素科技有限公司	577.35	1.78%	否	2021年度实地走访
8	慈溪市联星智能家具有限公司	485.44	1.50%	实地走访	2021年度邮件访问 2022年10月实地走访
9	革新（厦门）运动器材有限公司/厦门中 键贸易有限公司	418.58	1.29%	视频访谈	2021年度邮件访问
10	衡水辅森医疗器械有限公司	393.35	1.21%	视频访谈	2021年度实地走访
	合计	24,159.16	74.53%		

三、中介机构已对 2021 年度新增客户、新增业务情况予以重点关注及核查

（一）新增客户方面

2022 年 3 月，在对 2021 年财务数据核查过程中，中介机构对发行人 2021 年交易金额超过 200 万元及以上的主要新增客户进行了重点核查，具体情况如下：

序号	客户名称	收入类型	2021年销售收入(万元)	2021年度核查方式
1	SIRAC ITHALAT IHRACA T VE DAHILI TICARET LTD, STI/ R & H TICARET LTD.	外销	1,466.79	实地走访

序号	客户名称	收入类型	2021年销售收入(万元)	2021年度核查方式
2	Takebishi Electric Sales Shanghai LTD./ TAKEBISHI CORPORATION/ 竹菱(上海)电子贸易有限公司	外销、内销	686.11	实地走访
3	青岛创捷中云科技有限公司	内销	321.22	实地走访
4	上海通钥电子科技有限公司	内销	319.15	视频访谈
5	Bedshe International Co.,LTD/ BEDSHE INTERNATIONAL B.V.	外销	326.13	实地走访
6	广东小浪科技有限公司	内销	198.73	视频访谈

(二) 新增业务方面

2022年3月,在对2021年财务数据核查过程中,中介机构对发行人2021年新增业务的主要客户履行了财务核查程序。

2021年,因全球芯片价格处于较高水平,公司子公司豪江电子将此前储备的部分贴片IC以市场价格出售,该类产品销售形成的收入属于公司的其他业务收入。因该类业务为公司新增业务,中介机构对该类业务的主要客户履行了财务核查程序,其中交易金额超过100万的客户上海通钥电子科技有限公司、深圳市佰睿特电子有限公司采取视频访谈的形式核查,交易金额小于100万的主要客户深圳市领行科技有限公司、北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司采取邮件访问的形式核查,上述4家客户的交易金额占当期同类业务的比例为94.88%。

四、中介机构已采取函证、细节测试等多种方式对内销收入的真实性进行核查,整体核查比例较高

(一) 对公司主要境内客户实施函证程序

保荐机构及申报会计师对主要境内客户履行了函证程序,对回函不符的客户编制余额调节表并核实差异是否合理;对未回函客户执行替代性程序,获取包括客户订单、销售出库单、客户签收单、物流单据、客户回款凭证等,核查公司销售收入的真实性。报告期各期销售收入函证比例如下:

单位:万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入发函金额	11,215.17	29,274.30	25,314.24	20,071.11
境内销售收入发函比例	81.63%	90.31%	89.74%	92.64%
境内销售收入回函金额	10,918.30	22,038.43	24,246.96	19,857.84
境内销售收入邮件确认金额	0	2,077.61	0	0
境内销售收入回函比例	79.47%	74.40%	85.96%	91.65%

注：上述函证情况统计的截止时间为2022年10月28日。

（二）对销售收入履行细节性测试程序

对报告期各期销售收入的真实性执行细节测试，检查相关收入确认资料，销售合同、销售订单、销售出库单、客户签收单、物流记录等资料与销售明细账记录核对相符。报告期各期收入细节测试核查程序占比如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
境内销售收入测试金额	10,801.27	28,743.24	23,684.82	19,497.70
境内销售收入测试比例	78.62%	88.67%	83.97%	89.99%

（三）整体核查情况

综合函证、视频访谈、实地走访等核查方式，保荐机构及申报会计师针对境内销售收入的合计核查情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额（万元）	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
境内销售收入回函金额（万元）①	10,918.30	22,038.43	24,246.96	19,857.84
境内销售收入邮件回函金额（万元）②	-	2,077.61		
实地走访境内客户收入金额（万元）③	7,708.93	22,526.13	22,472.66	17,742.48
视频访谈境内客户收入金额（万元）④	662.08	1,983.01	2,546.69	2,639.63
重复核查境内客户收入金额（万元）⑤	8,117.77	21,980.42	24,246.96	19,857.84
境内客户销售核查金额总计（万元） ①+（②+③+④+⑤）	11,171.54	26,644.76	25,019.35	20,382.11
境内客户销售核查占比	81.31%	82.20%	88.70%	94.07%

注：受2022年疫情影响，部分客户在家办公无法加盖公章回函，故通过邮件确认了函证。上述统计的截止时间为2022年10月28日。

五、2022年10月，中介机构针对2021年度邮件访问客户履行了实地走访或视频访谈程序

2022年10月，除革新（厦门）运动器材有限公司和2021年新增两家偶发小额芯片交易的客户外，中介机构针对前述以邮件方式访问的全部客户履行了实地走访或视频访谈程序，重点核实了前述客户与豪江智能之间的业务模式、业务规模、业务流程、客户库存和进销存状态、关联关系、有无利益安排等相关信息。

具体如下：

序号	客户名称	2022年10月 核查方式	2022年1-6月 销售收入	占当期内销收 入比例	2021年度 销售收入	占当期内销 收入比例
1	江苏里高智能家居有限公司	实地走访	5,019.16	36.53%	15,625.85	48.20%
2	杭州顿力医疗器械有限公司/ 顿力集团有限公司/ 顿力集团有限公司余杭分公司	实地走访	898.35	6.54%	2,263.04	6.98%
3	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公 司/营口恒屹锐克斯流体控制有 限公司/沈阳恒屹实业有限公司	视频访谈	555.66	4.04%	1,465.13	4.52%
4	平湖爱伦家具有限公司/平湖奈 西贸易有限公司	实地走访	736.94	5.36%	1,397.76	4.31%
5	南通市顺隆康复器材有限公司/ 上海顺隆康复器材有限公司	实地走访	676.49	4.92%	846.65	2.61%
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有 限公司	实地走访	341.52	2.49%	686.02	2.12%
7	慈溪市联星智能家具有限公司	实地走访	36.46	0.27%	485.44	1.50%
合计			8,264.58	60.15%	22,769.89	70.24%

注：革新（厦门）运动器材有限公司因已开始自制与发行人同类的产品，同时双方交易量逐年下滑，且已于首次申报过程中接受过一次视频访谈，因此在2022年10月未接受对其的实地走访或视频访谈请求。报告期内，发行人对革新（厦门）运动器材有限公司的销售收入占营业收入的比例分别为0.06%、0.41%、0.65%及3.95%。

综上所述，因新冠疫情影响导致核查手段受限，同时发行人2021年度主要内销客户基本已在首次申报过程中履行了实地走访或视频访谈程序，并且发行人2021年度主要内销客户收入与2020年度相比整体保持平稳，未出现大幅波动，因此保荐机构综合运用邮件访问、现场走访、视频访谈、函证、细节测试、截止性测试等在内的多种核查手段对发行人2021年度境内收入的真实性予以核查，核查程序充分。

(3) 说明邮件访问的主要内容及回复情况，是否能够替代实地走访并获取足够的信息。邮件访问对象的选取标准、担任的职务，访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致，客户库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整。结合上述情况，进一步说明收入真实性的核查程序是否充分，结论是否准确

一、邮件访问的主要内容及回复情况

(一) 邮件访问主要关注事项

对此前已经实地走访或视频访谈的客户，中介机构在邮件中附上了前次签字的访谈纪要和最新的关联方清单，请求客户就前次访谈中的关注事项是否发生变动予以确认，具体内容如下：

序号	关注方面	2021年是否发生变动	如有变动请此列填写变动情况
1	基本情况	待客户填写或确认	待客户填写或确认
2	主营业务	/	/
3	业务情况	/	/
4	业务模式及业务流程	/	/
5	合同情况	/	/
6	付款情况	/	/
7	商业信用	/	/
8	商业利益安排的情形	/	/
9	关联交易 (随附最新关联方清单)	/	/

对初次访谈的新增客户，中介机构在邮件中附上了最新的关联方清单，请求客户对如下问题进行回复：

序号	问题
1	公司主营业务及主要市场区域
2	贵司是否同时向豪江智能销售产品？若是，请介绍销售产品类型、金额及占贵公司销售比重
3	2021年1月1日至今，贵司是否与豪江智能发生过资金拆借行为？
4	豪江智能产品的定价方式是否按照市场化原则确定，贵单位是否享受特殊的优惠或折扣？
5	豪江智能产品的付款与交货方式
6	贵单位向豪江采购的产品是自用还是对外销售？如为对外销售，请描述对外销售的主要客户、所属行业及主要市场区域。此外，贵公司是否存在将原材料提供给豪江智能以委托其加工的情形。

序号	问题
7	2021年1月1日至今，是否经协商有过合同约定的交货期限变更
8	贵单位与豪江智能是否以送货到客户指定地点作为风险、控制权转移条件？贵单位对豪江智能的相关产品是否存在验收程序？贵公司有无在豪江智能送货单上固定的签字人员？
9	2021年1月1日至今，贵公司与豪江智能是否有明确的退、换货约定？实际执行的退换货政策如何？
10	2021年1月1日至今，是否发生退换货？若是，请说明退换货的原因、处理方式、时间、频率及金额；
11	豪江智能向贵公司销售产品的运输方式一般如何约定（运输方式、运输费用、运输保险、运输费用承担方）？
12	贵单位向豪江智能支付货款时是否均直接向豪江智能公司账户汇款？
13	豪江智能是否给予贵单位一定的信用期？若是，信用期为？
14	2021年1月1日至今，豪江智能给予贵单位信用期较2020年有无调整？若是，调整内容主要为？
15	豪江智能在执行贵单位项目合同及该合同所对应的补充协议时： 1、是否已按照合同约定的条款履行相关义务 2、是否出现安全问题或发生事故 3、是否发生过重大质量问题
16	2021年1月1日至今，贵单位与豪江智能是否存在没有真实交易，支付虚构货款的情形（例如虚增销量，接受从第三方转入的资金，后作为货款支付给豪江智能）？
17	2021年1月1日至今，是否存在豪江智能开具给贵单位的发票与豪江智能的实际供货量在金额上不一致的情形？
18	2021年1月1日至今，贵单位是否曾通过代替豪江智能支付成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格等方式向豪江智能提供经济资源？
19	贵单位、贵单位的实际控制人/经营者、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要股东、主要关联方及经办人员是否与豪江智能实际控制人、股东、董监高及关联方存在业务合作关系，以及是否存在股权、任职、亲属等关联关系、是否受其控制或存在及其他利益安排(随附最新关联方清单)
20	2021年，豪江智能向贵单位销售的产品金额占贵单位当期采购该类型产品总额的比例为__

综上所述，就初次访问的客户，邮件访问的内容与实地走访/视频访谈的询问内容基本一致；就前期已经实地走访或视频访谈的客户，邮件访问的信息与实地走访/视频访谈的内容可以相互验证。

（二）邮件访问的回复情况

中介机构进行邮件访问的客户具体情况如下：

序号	客户名称	2021年销售收入（万元）	占当期境内销售金额比例	首次申报核查过程中履行过的访谈程序	是否取得邮件回复确认
1	江苏里高智能家居有限公司	15,625.85	48.20%	实地走访	是

序号	客户名称	2021年销售收入（万元）	占当期境内销售金额比例	首次申报核查过程中履行过的访谈程序	是否取得邮件回复确认
2	顿力集团有限公司	2,077.61	6.41%	实地走访	否,因居家办公部分数据难以确认
	顿力集团有限公司余杭分公司	185.43	0.57%	实地走访	否,因居家办公部分数据难以确认
3	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	822.78	2.54%	视频访谈	是
	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	416.39	1.28%	视频访谈	是
	沈阳恒屹实业有限公司	225.96	0.70%	视频访谈	是
4	平湖奈西贸易有限公司	1,173.63	3.62%	实地走访	是
	平湖爱伦家具有限公司	224.13	0.69%	实地走访	是
5	南通市顺隆康复器材有限公司	754.60	2.33%	实地走访	否,因居家办公部分数据难以确认
	上海顺隆康复器材有限公司	92.05	0.28%	实地走访	否,因居家办公部分数据难以确认
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	686.02	2.12%	实地走访	是
7	慈溪市联星智能家具有限公司	485.44	1.50%	实地走访	是
8	革新（厦门）运动器材有限公司	311.36	0.96%	视频访谈	是
9	深圳市领行科技有限公司	89.15	0.28%	不适用	是
10	北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	66.90	0.21%	不适用	是
发送邮件的客户收入合计		23,237.30	71.68%	-	-
取得邮件回复的客户收入合计		20,127.61	62.09%	-	-

注：受同一实际控制人控制的主体已合并序号列示。

如上表所示，除两家 2021 年度新增客户外，其余全部邮件访问客户已在首次申报核查过程中履行了实地走访或视频访谈程序。

（三）关于能否替代实地走访并获取足够信息的说明

1、邮件访问是新冠疫情这一特殊情况下对实地走访的替代解决措施

根据中国证券业协会下发的《关于疫情防控期间证券公司开展保荐承销业务有关事宜的通知》（中证协发[2020]27 号）的有关规定“……尽量将非现场尽职调查或核查工作安排在疫情防控期间进行，充分利用互联网及其通信工具的优势，做好相关材料的收集、整理和书面记录工作，并对重要的文字、音频、影像等资

料予以留存。保荐承销机构在疫情防控期间如必须开展现场访谈等工作，建议考虑以视频访谈等有效的非现场核查手段替代现场核查，务必做好相关材料的复核、留档和记录工作，确保核查工作可回溯可检验，核查结论真实、准确、完整。”

同时，中国注册会计师协会也下发了《中国注册会计师协会关于在新冠肺炎疫情下执行审计工作的指导意见》，对以远程方式实施审计进行指导——例如允许通过视频访谈（包括对被审计单位管理层或相关人员，以及客户、供应商或其他第三方的访谈）获取口头证据、通过电子邮件方式获取审计证据等。

在实践中，部分发行上市企业在 IPO 审核阶段采用了邮件访问方式作为财务核查方式之一开展核查工作，现简要摘录如下：

序号	公司简称	上市板块	股票代码	上市日期或审核进度	邮件访问情况说明
1	安联锐视	创业板	301042.SZ	2021.08.05	报告期内，保荐机构会同发行人律师、申报会计师通过实地走访为主，视频、电话和邮件访谈为辅，对境外客户所从事的实际业务、经营状态、库存情况、合作背景以及双方是否具有关联关系等内容进行核查
2	百胜智能	创业板	301083.SZ	2021.10.21	报告期内，访谈了 17 家境外客户，其中 14 家通过视频访谈，3 家通过邮件访谈
3	腾亚精工	创业板	301125.SZ	2022.06.08	时间：2020 年 8 月 21 日-2020 年 11 月 6 日 走访形式：视频访谈及邮件访谈 走访安排：3 组人员 Zoom、微信视频线上进行（部分访谈客户不接受视频，采用客户公司 Email 邮件形式回复访谈） 访谈对象：发行人国外主要客户和北京周边廊坊市、武汉市受疫情影响无法实地走访经销商客户
4	唯科科技	创业板	301196.SZ	2022.01.11	受新冠肺炎疫情影响，参照《关于疫情防控期间证券公司开展保荐承销业务有关事宜的通知》（中证协发[2020]27 号）相关要求，发行人中介机构对境外客户采用现场走访和非现场走访相结合的方式进行走访程序。非现场走访可以分为视频访谈和邮件访谈。
5	众智科技	创业板	301361.SZ	2022.11.16	保荐人、申报会计师对发行人客户进行实地访谈、视频访谈或邮件访谈，确认其与发行人业务往来的真实性以及收入金额的准确性。2019 年至 2021 年度，邮件访谈比例分别为 1.60%、1.36% 和 0.92%
6	科兴制药	科创板	688136.SH	2020.12.14	对主要经销商进行实地走访、视频访谈或邮件访谈，确认其与发行人业务往来的真实性以及收入

序号	公司简称	上市板块	股票代码	上市日期或审核进度	邮件访问情况说明
					金额的准确性。2020年1-6月、2019年度和2018年度邮件访谈的比例分别为1.42%、3.75%和3.15%
7	奥泰生物	科创板	688606.SH	2021.03.25	报告期内，发行人产品绝大部分销往国外市场。保荐机构和申报会计师根据发行人的业务模式特点，选取报告期内前十大客户及重要客户分别为140家、192家、205家和92家，进行实地、视频及邮件访谈，实施函证和替代性程序等核查方法。
8	太湖雪	北交所	838262.BJ	2022.1	对ebay平台的26个客户样本、对太湖雪平台的124个样本全部采取的邮件访谈的方式
9	飞沃科技	创业板	-	已提交注册	2022年1-6月，邮件访谈金额为2,084.35万元，占公司当期主营业务的比例为4.07%。
10	乖宝宠物	创业板	-	已提交注册	2019年至2021年，境外收入邮件访谈金额分别为2,795.79万元、9,606.25万元、11,384.92万元，分别占当期境外收入的比例为4.33%、9.95%及9.29%，分别占当期营业收入的比例为1.99%、4.77%、4.42%。
11	豪江智能（发行人）	创业板	-	已提交注册	2019年至2021年，境内收入邮件访谈金额分别为0万元、0万元、20,127.61万元，分别占当期境内收入的比例为0%、0%及62.09%，占当期营业收入的比例为0%、0%及26.28%（若剔除江苏里高则邮件访谈金额占2021年境内收入的比例为13.89%，占2021年营业收入的比例为5.88%）。

2、发行人中介机构具备邮件访问实施条件，能够通过邮件访问获取足够核查信息

发行人中介机构进行邮件访问具备一定的实施条件，主要包括：（1）部分客户的受访人因疫情已居家办公，但一般具备上网条件且了解与发行人之间的交易情况；（2）发行人中介机构已核查邮件访问的对方邮箱是否与日常业务往来沟通邮箱一致或后缀相同，对邮件访问对象的身份进行了解；（3）相关邮件由保荐机构人员直接发送并接收同时抄送发行人会计师，发行人中介机构对邮件访问全程保持控制；（4）相关邮件访问主要客户均以从事外销业务为主，其在与境外客户的交往沟通中已形成了以邮件确认交易事项的惯例。

此外，如前所述，相关邮件访问参考前次实地/视频访谈结果，对客户主营业务、付款与交货、信用期、退换货、合规经营、库存等情况均进行了重点问询

与核实，其中对于客户库存情况主要采取询问的方式予以核实，邮件确认的内容能够覆盖前次实地/视频访谈内容，与《中国注册会计师协会关于在新冠肺炎疫情下执行审计工作的指导意见》中允许通过视频访谈（包括对被审计单位管理层或相关人员，以及客户、供应商或其他第三方的访谈）获取口头证据的效果近似，发行人中介机构能够通过邮件访问获取足够核查信息。

3、在 2021 年度财务核查过程中采取了多种收入真实性核查手段开展财务核查工作，并与邮件访问达成的核查结论形成交叉验证

(1) 以函证、细节测试等多种收入真实性核查手段开展核查工作

针对邮件访问的客户，中介机构同时履行了函证核查、细节测试等多种收入真实性核查程序，与邮件访问达成的核查结论形成交叉验证，其中作为主要手段的函证、细节测试验证的情况如下：

序号	客户名称	2021年销售收入（万元）	占当期境内销售金额比例	首次申报核查过程中履行过的访谈程序	是否取得邮件回复确认	2021年回函情况	2021年细节测试金额（万元）
1	江苏里高智能家居有限公司	15,625.85	48.20%	实地走访	是	是，回函相符	15,257.51
2	顿力集团有限公司	2,077.61	6.41%	实地走访	否，因居家办公部分数据难以确认	是，回函相符（邮件回函）	2,026.68
	顿力集团有限公司余杭分公司	185.43	0.57%	实地走访	否，因居家办公部分数据难以确认	否	184.25
3	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	822.78	2.54%	视频访谈	是	是，回函相符	724.39
	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	416.39	1.28%	视频访谈	是	否	365.82
	沈阳恒屹实业有限公司	225.96	0.70%	视频访谈	是	否	92.78
4	平湖奈西贸易有限公司	1,173.63	3.62%	实地走访	是	是，回函相符	1,145.30
	平湖爱伦家具有限公司	224.13	0.69%	实地走访	是	否	205.97
5	南通市顺隆康复器材有限公司	754.60	2.33%	实地走访	否，因居家办公部分数据难以确认	否	613.51

序号	客户名称	2021年销售收入（万元）	占当期境内销售金额比例	首次申报核查过程中履行过的访谈程序	是否取得邮件回复确认	2021年回函情况	2021年细节测试金额（万元）
	上海顺隆康复器材有限公司	92.05	0.28%	实地走访	否，因居家办公部分数据难以确认	否	88.11
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	686.02	2.12%	实地走访	是	是，回函相符	602.09
7	慈溪市联星智能家居有限公司	485.44	1.50%	实地走访	是	是，回函相符	412.45
8	革新（厦门）运动器材有限公司	311.36	0.96%	视频访谈	是	否	303.74
9	深圳市领行科技有限公司	89.15	0.28%	不适用	是	否	89.15
10	北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	66.90	0.21%	不适用	是	否	38.23

除上述外，发行人中介机构还采取了收入截止性测试、期后回款情况统计等多种方式验证收入真实性。

（2）对发行人第一大客户保持持续关注

作为问询重点，发行人中介机构对发行人与发行人 2021 年第一大客户江苏里高之间的交易保持高度关注，对江苏里高 2021 年度与发行人之间的交易情况采取了与其公开披露的营收成本和产量销量数据进行对比、获取江苏里高 2021 年度对发行人的采购数据以及对江苏里高执行总经理进行视频访谈等多种方式进行核查，多渠道了解发行人 2021 年第一大客户的收入变动情况、库存情况等。若剔除江苏里高，则发行人 2021 年度邮件访问客户金额为 4,502.00 万元，占发行人内销收入的比例为 13.89%、占发行人 2021 年度营业收入的比例为 5.88%。

4、2022 年 10 月对邮件访问客户进行走访，确认其生产经营状况

2022 年 10 月，除革新（厦门）运动器材有限公司（不接受实地走访或视频访谈）和 2021 年新增两家偶发小额芯片交易的客户外，发行人中介机构针对以邮件方式访问的 2021 年度全部客户履行了实地走访或视频访谈程序，现场确认客户的生产经营状况，并重点核实了前述客户与豪江智能之间的业务模式、业务

规模、业务流程、客户库存状态、进销存等相关信息。前述走访流程与 2021 年邮件访问结果形成了交叉验证，2022 年 10 月走访获取的资料和结论与 2021 年度邮件访问的结果保持一致。

综上，邮件访问是新冠疫情这一特殊情况下对实地走访的替代解决措施，除两家 2021 年度新增客户外，其余全部邮件访问客户已在首次申报核查过程中履行了实地走访或视频访谈程序；发行人中介机构具备邮件访问实施条件，能够通过邮件访问获取足够核查信息；发行人中介机构已采取了函证、细节测试、收入截止性测试、期后回款情况统计等多种收入真实性核查程序以及补充走访程序，相关程序结果与邮件访问结果形成交叉验证，相关邮件访问结果与其他财务核查程序结果保持一致。

二、邮件访问对象的选取标准、担任的职务，访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致，客户库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整

（一）邮件访问对象的选取标准、担任的职务，访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致

邮件访问对象一般为熟悉发行人业务的采购经理、采购专员，对邮件访问客户的被访问对象及地址情况如下：

序号	客户名称	邮件访问对象	职位	是否参与首次访谈接待或签字	邮箱	访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致	邮箱账号是否与日常业务往来邮箱一致
1	江苏里高智能家居有限公司	许洲	采购经理	否	**@niscofurniture.com	是	是
2	顿力集团有限公司	黄超	采购经理	否	**@dunli.com	未收到回复（因居家办公部分数据难以确认）	是
	顿力集团有限公司余杭分公司	黄超	采购经理	否	**@dunli.com	未收到回复（因居家办公部分数据难以确认）	是
3	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	李海燕	采购经理	否	**@henyigroup.com	是	是

序号	客户名称	邮件访问对象	职位	是否参与首次访谈接待或签字	邮箱	访问对象提供和回复的邮箱账号是否一致	邮箱账号是否与日常业务往来邮箱一致
	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	李海燕	采购经理	否	**@henyigroup.com	是	是
	沈阳恒屹实业有限公司	李海燕	采购经理	否	**@henyigroup.com	是	是
4	平湖奈西贸易有限公司	盛晓红	采购经理	是	**@allen-furniture.com	是	是
	平湖爱伦家具有限公司	盛晓红	采购经理	是	**@allen-furniture.com	是	是
5	南通市顺隆康复器材有限公司	王海兵	采购课长	是	**@shunlong.net.cn	未收到回复（因居家办公部分数据难以确认）	是
	上海顺隆康复器材有限公司	王海兵	采购课长	是	**@shunlong.net.cn	未收到回复（因居家办公部分数据难以确认）	是
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	汤善新	采购专员	否	**@qq.com	是	是
7	慈溪市联星智能家具有限公司	郭玉林	总经理	否	**@happyhappyfurniture.com	是	是
8	革新（厦门）运动器材有限公司	陈丽萍	采购经理	是	**@gesin.cn	是	是
9	深圳市领行科技有限公司	易新	采购经理	不适用	**@qq.com	是	是
10	北京京北通宇电子元件有限公司山东分公司	吴雪	采购经理	不适用	**@buyelec.net	是	是

注：受同一实际控制人控制的主体已合并序号列示。

（二）客户库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整

报告期内，公司主要内销客户情况如下：

期间	序号	客户名称	采购用途	销售金额（万元）	占当期境内营业收入的比例	合作开始时间
2022年1-6月	1	江苏里高智能家居有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主	5,019.16	36.53%	2016
	2	杭州顿力医疗器械有限公司/顿力集团有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主	898.35	6.54%	2017
	3	平湖奈西贸易有限公司/平湖爱伦家具有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主	736.94	5.36%	2017

期间	序号	客户名称	采购用途	销售金额 (万元)	占当期境内营业收入的比例	合作 开始时间
	4	南通市顺隆康复器材有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品自有品牌及ODM产品均有	676.49	4.92%	2009
	5	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	客户未透露	555.66	4.04%	2018
		沈阳恒屹实业有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主			
	合计				7,886.60	57.40%
2021年度	1	江苏里高智能家居有限公司	同上	15,625.85	48.20%	2016
	2	顿力集团有限公司余杭分公司/顿力集团有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主	2,263.04	6.98%	2017
	3	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司	同上	1,465.13	4.52%	2018
		沈阳恒屹实业有限公司	同上			
		沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品以ODM为主			
	4	平湖爱伦家具有限公司/平湖奈西贸易有限公司	同上	1,397.76	4.31%	2017
	5	南通市顺隆康复器材有限公司/上海顺隆康复器材有限公司	同上	846.65	2.61%	2009
	合计				21,598.44	66.63%
2020年度	1	江苏里高智能家居有限公司	同上	15,272.64	54.14%	2016
	2	顿力集团有限公司余杭分公司/杭州顿力医疗器械有限公司	同上	2,412.77	8.55%	2017
	3	上海顺隆康复器材有限公司	同上	1,605.61	5.69%	2009
	4	平湖爱伦家具有限公司/平湖奈西贸易有限公司	同上	1,368.76	4.85%	2017
	5	营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/沈阳恒屹实业有限公司/沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司	同上	1,238.49	4.39%	2018
	合计				21,898.27	77.63%

期间	序号	客户名称	采购用途	销售金额 (万元)	占当期境内营业收入的比例	合作 开始时间
2019 年度	1	江苏里高家具有限公司	同上	11,387.33	52.56%	2016
	2	杭州顿力医疗器械有限公司	同上	2,088.13	9.64%	2017
	3	革新（厦门）运动器材有限公司	客户未透露	2,007.51	9.27%	2017
	4	上海顺隆康复器材有限公司	同上	1,878.71	8.67%	2009
	5	慈溪市联星智能家具有限公司	用于生产。自身为终端产品生产商，其产品自有品牌及ODM产品均有	751.65	3.47%	2017
	合计				18,113.33	83.60%

根据上表，报告期内发行人内销前五大客户收入占比均超过 55%，客户集中度较高，除少数未透露信息的客户外，主要客户均为终端产品生产商，而非发行人的经销商或贸易商，具备自主生产、销售能力。因客户商业秘密考虑，中介机构取得客户自身的库存状态及进销存情况难度较大，中介机构主要采取以下核查程序验证客户库存状态和进销存信息：

1、2022 年 10 月通过实地走访或视频访谈对客户自身库存状态及进销存情况进行实地查看及问询

除革新（厦门）运动器材有限公司和 2021 年新增两家偶发小额芯片交易的客户外，中介机构对上述以邮件方式访问的全部客户履行了实地走访或视频访谈程序，对其 2021 年、2022 年 1-6 月的经营情况进行了核查，并就客户库存情况进行了实地查看及问询，具体如下：

序号	客户名称	2022年10月 核查方式	库存情况
1	江苏里高智能家居有限公司	实地走访	公司按照生产需求向豪江智能采购。进销存具体数字涉及商业秘密，不方便透露
2	顿力集团有限公司/ 顿力集团有限公司余杭分公司	实地走访	已实地查看，公司库存按照客户需求准备，与业务情况相匹配
3	沈阳恒屹锐克斯流体控制有限公司/ 营口恒屹锐克斯流体控制有限公司/ 沈阳恒屹实业有限公司	视频访谈	已视频查看，公司库存不多，主要根据订单需求采购

序号	客户名称	2022年10月 核查方式	库存情况
4	平湖奈西贸易有限公司/ 平湖爱伦家具有限公司	实地走访	已实地查看，公司根据自身经营情况正常采购，采购规模未出现大幅波动的情形
5	南通市顺隆康复器材有限公司/ 上海顺隆康复器材有限公司	实地走访	已实地查看，公司以销定产，根据客户订单需求采购、生产，库存状况健康
6	安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司	实地走访	公司按照生产需求向豪江智能采购。库存情况及进销存信息涉及商业秘密，不方便透露
7	慈溪市联星智能家具有限公司	实地走访	已实地查看，公司库存与生产经营需求相匹配

上表中，梦百合为上市公司且定期公布相关产销数据，所以可以其公开发布的数据作为佐证以验证其库存情况，具体可参见后文的分析。

安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司因正在筹备 IPO 过程中，对企业情况保密度较高，因此未实地查看库存情况。报告期内，发行人对安徽省朗威医疗器械科技股份有限公司的销售收入占营业收入的比例分别为 1.00%、0.90%、0.75% 及 0.74%，重要性水平不高，对发行人盈利情况影响有限。

2、核查发行人退换货比例，关注是否异常

发行人主要内销客户与发行人合作时间较长，报告期内发行人客户未出现大规模退换货等异常库存或进销情况，具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
退货	34.64	0.10%	127.52	0.17%	22.52	0.04%	69.51	0.14%
返修	715.16	2.10%	262.54	0.34%	272.41	0.44%	234.67	0.46%
质量扣款	5.27	0.02%	99.94	0.13%	81.65	0.13%	-	0.00%
小计	755.06	2.22%	490.00	0.64%	376.58	0.60%	304.18	0.60%

3、通过部分客户的公开信息验证其库存状态和进销存信息

公司主要内销客户江苏里高系梦百合上市公司梦百合（603313.SH）旗下控股子公司，专注于研制生产各种电动床和沙发制品，是一家专业研发、设计、制

造和销售各类软体家具制品的科技型企业。2019年至2022年1-6月，发行人对江苏里高销售收入分别为11,387.33万元、15,272.64万元、15,625.85万元和5,019.16万元，占当期内销营业收入比例分别为52.56%、54.14%、48.20%和36.53%。

根据梦百合历年年度报告及其他公开信息，梦百合电动床的生产、库存、销售情况如下表所示：

单位：万件、万套

期间	梦百合电动床业务					豪江智能向江苏里高销售套数
	生产量	外购成品	库存量	销售量	销售量/生产量	
2022年1-6月	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	13.66
2021年	40.24	3.67	4.29	50.08	124%	41.11
2020年	39.85	3.54	10.46	41.64	104%	39.83
2019年	33.17	0.00	8.71	25.05	76%	28.51
2018年	15.45	0.00	0.59	15.02	97%	15.32

根据上表，梦百合电动床生产量与发行人向其销售套数基本匹配，梦百合电动床业务整体产销率较高，当年生产的电动床大多于当期完成销售并交付给终端品牌商或渠道商。

4、首次申报、反馈回复过程中对豪江产品销售情况及客户库存情况进行核查

首次申报核查过程中，在实地走访或视频访谈过程中，对客户向发行人采购商品的库存周期情况以及各期末是否存在大量囤货情况进行询问，未发现异常。

在反馈回复过程中，对客户向发行人采购产品用途及去向情况履行核查程序，未发现异常。

综上，邮件访问对象一般为熟悉发行人业务的采购经理、采购专员，访问对象提供和回复的邮箱账号一致。同时，中介机构主要采取以下核查程序验证客户库存状态和进销存信息：（1）2022年10月通过实地走访或视频访谈对客户自身库存状态及进销存情况进行实地查看及问询；（2）核查发行人退换货比例，关注是否异常；（3）通过部分客户的公开信息验证其库存状态和进销存信息；（4）首

次申报、反馈回复过程中持续对豪江产品销售情况及客户库存情况进行核查。通过前述核查程序，中介机构认为，客户库存状态、进销存等相关信息真实、准确、完整，不存在报告期各期末大量囤货的情形。

【核查程序】

关于境内收入核查，除上述邮件访问外，保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

1、获取报告期各期订单，统计各类产品的订单需求，主要客户的订单需求，结合产品结构，分析报告各期收入波动的原因及其合理性；查询同行业可比上市公司定期报告，分析收入变动趋势；

2、获取各类产品的销售明细，分析销量、单价变动情况及合理性，进而分析收入变动的原因及合理性；查询同行业可比上市公司定期报告，分析相关产品价格与公司的差异；

3、了解公司退换货政策，取得公司报告期内退换货明细记录，检查退换货交易记录及相关单据，核查期后是否存在大额退换货情况，了解退换货原因，检查相关的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

4、了解公司信用政策以及客户结算周期，获取不同销售模式下主要客户各报告期的应收款项余额及期后回款情况，分析是否存在客户拖欠货款情况；

5、通过访谈、邮件及发行人自身掌握的信息取得了客户提供的向发行人采购占其同类产品采购比例相关数据，并对其合理性进行分析；

6、查阅报告期内公司主要境内客户的官方网站、定期报告、Wind 资讯等公开信息资料，了解客户的背景、业务性质、经营规模和业务发展情况等信息，核实客户与公司发生的业务是否具有商业合理性以及该等客户是否与公司存在关联关系；

7、检查公司与客户签订的销售合同，识别与商品所有权及相关服务的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认是否符合企业会计准则的规定，并确定是否一贯执行；

8、查阅公司与主要客户签订的合同，访谈公司销售部门负责人和主要客户，了解公司与客户的合作历史、签订合同情况、销售定价依据、合作模式，结算周期、信用政策等；

9、对公司报告期内的主要客户、销售结构、销售单价、毛利率等变动情况及其合理性进行分析；对公司重要客户进行背景调查，评价交易是否有合理的商业实质，检查是否存在关联交易；查阅行业资料以及部分同行业可比上市公司招股说明书，对比同行业公司与公司的业务模式、产品销售情况等；

10、对报告期营业收入变动实施实质性分析程序，包括与同行业上市公司对比性分析、报告期营业收入变动分析、毛利率及应收账款周转率分析等，以评价营业收入增长总体合理性；

11、对客户销售收入执行了解、控制测试程序。

12、对报告期各期境内销售收入的真实性执行细节测试，检查相关收入确认资料，销售合同、销售订单、销售出库单、客户签收单、物流记录、报关单、提单等资料与销售明细账记录核对相符。境内销售收入具体细节测试执行情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
境内销售收入测试金额	10,801.27	28,743.24	23,684.82	19,497.70
境内销售收入测试比例	78.62%	88.67%	83.97%	89.99%

13、实地或视频访谈境内客户

受新冠肺炎疫情的影响，对公司主要境内客户进行现场走访、实地走访国内代表处或视频访谈。访谈对象为境内客户的相关经办人员，关注其办公、生产及仓储情况，了解客户的基本情况、与公司的业务获取方式、合作情况（销售模式、经营资质、信用期、退换货情况等）、委托第三方支付的情况和原因、报告期内交易规模和应收账款余额情况，询问其与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在关联关系等，核查上述信息与公司的相关陈述、财务记录等方面是否相符。

执行客户走访及访谈核查程序的境内客户数量及对应的销售收入占各期公

司境内销售收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
实地走访客户数量	6	10	9	8
实地走访客户收入金额	7,708.93	22,526.13	22,472.66	17,742.48
视频访谈客户数量	3	3	7	7
视频访谈客户收入金额	662.08	1,983.01	2,546.69	2,639.63
境内客户收入核查金额	10,412.61	24,509.15	25,019.35	20,382.11
境内销售收入核查比例	75.79%	75.61%	88.70%	94.07%

注：上述统计的截止时间为2022年10月28日。

14、向境内客户函证

对公司主要境内客户实施函证程序；对回函不符的客户编制余额调节表并核实差异是否合理；对未回函客户执行替代性程序，获取包括客户订单、销售出库单、客户签收单、物流单据、形式发票、客户回款凭证等，核查公司销售收入的真实性。

各期末境内客户应收账款函证的情况如下：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
境内应收账款余额	6,945.03	10,125.66	8,065.24	5,915.54
境内应收账款发函金额	6,388.08	9,927.65	7,735.69	5,626.74
境内应收账款发函比例	91.98%	98.04%	95.91%	95.12%
境内应收账款回函金额	6,038.71	7,671.95	7,177.31	5,588.89
境内应收账款邮件确认金额	0.00	832.22	0.00	0.00
境内应收账款回函比例	86.95%	83.99%	88.99%	94.48%

注：受2022年疫情影响，部分客户在家办公无法加盖公章回函，故通过邮件确认了函证。

上述统计的截止时间为2022年10月28日。下同。

报告期内境内销售收入函证的情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
境内销售收入发函金额	11,215.17	29,274.30	25,314.24	20,071.11
境内销售收入发函比例	81.63%	90.31%	89.74%	92.64%
境内销售收入回函金额	10,918.30	22,038.43	24,246.96	19,857.84
境内销售收入邮件确认金额	0.00	2,077.61	0.00	0.00
境内销售收入回函比例	79.47%	74.40%	85.96%	91.65%

注：上述统计的截止时间为2022年10月28日。

经核查，境内客户回函中，2019年至2022年1-6月收到的境内客户回函均相符。

15、综合函证、视频访谈、实地走访等核查方式，保荐机构及中介机构境内销售合计核查情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内销售收入金额（万元）	13,738.76	32,416.04	28,207.58	21,666.68
境内销售收入回函金额（万元）①	10,918.30	22,038.43	24,246.96	19,857.84
境内销售收入邮件回函金额（万元）②	-	2,077.61		
实地走访境内客户收入金额（万元）③	7,708.93	22,526.13	22,472.66	17,742.48
视频访谈境内客户收入金额（万元）④	662.08	1,983.01	2,546.69	2,639.63
重复核查境内客户收入金额（万元）⑤	8,117.77	21,980.42	24,246.96	19,857.84
境内客户销售核查金额总计（万元） ①+（②+③+④-⑤）	11,171.54	26,644.76	25,019.35	20,382.11
境内客户销售核查占比	81.31%	82.20%	88.70%	94.07%

注：上述统计的截止时间为2022年10月28日。

16、对资产负债表日前后确认的销售收入截止测试

获取公司截止日前后1个月的销售收入明细账、销售出库单等相关资料，对收入确认凭证进行检查。截止测试采用双向测试方法，从收入明细账检查相应的销售出库单、报关单、提单、客户签收单等相关资料，核对账面记录收入的期间与客户签收单日期的一致性；从销售出库单查找对应的收入明细账记录、客户签收单等相关资料，核对客户签收日期与账面记录期间是否一致；

17、检查客户销售回款

①抽查公司报告期内主要客户回款银行凭证，核查付款方与订单签署主体、财务记录是否一致；

②针对第三方回款客户，统计第三方回款的规模及原因；

③获取公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员银行流水，核查其是否存在与客户之间的资金往来。

18、取得客户与公司控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系的邮件确认文件；

19、检查与境内外销售收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

【核查意见】

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人通过邮件访问客户的 2022 年 1-6 月销售收入较去年同期有所波动，部分客户收入有所增长系客户订单增长所致，部分客户销售收入下滑主要原因系受到行业需求下降影响，符合行业趋势；经核查，发行人上述期间销售收入的会计期间记录准确，不存在跨期调节收入的情况。

2、2021 年实地走访、视频访谈客户数量明显下降并以邮件访问方式替代实地走访、视频访谈的主要原因系：①受新冠疫情影响财务核查方式受限；②中介机构首次申报实地走访、视频访谈核查比率较高，已覆盖 2021 年内销大部分重要客户；③中介机构已对 2021 年度新增客户、新增业务情况予以重点关注及核查；④中介机构已采取函证、细节测试等多种方式对内销收入的真实性进行核查，整体核查比例较高。此外，2022 年 10 月，除革新（厦门）运动器材有限公司和 2021 年新增两家偶发小额芯片交易的客户外，中介机构针对前述以邮件方式访问的全部客户进行了实地走访或视频访谈，并重点核实了前述客户与豪江智能之间的业务模式、业务规模、业务流程、客户库存和进销存状态、关联关系、有无利益安排等相关信息。

3、邮件访问的主要内容包括访谈对象基本情况、访谈对象与发行人业务开

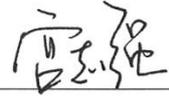
展情况以及前述情况与前次走访相比是否出现重大变动等。中介机构向 15 家境内客户发送访谈邮件并取得 11 家回复确认。就初次访问的客户，邮件访问的内容与实地走访/视频访谈的询问内容基本一致；就前期已经实地走访或视频访谈的客户，邮件访问的信息与实地走访/视频访谈的内容可以相互验证。邮件访问是新冠疫情这一特殊情况下对实地走访的替代解决措施；发行人中介机构具备邮件访问实施条件，能够通过邮件访问获取足够核查信息；发行人中介机构已采取了函证、细节测试、收入截止性测试、期后回款情况统计等多种收入真实性核查程序以及补充走访程序，相关程序结果与邮件访问结果形成交叉验证，相关邮件访问结果与其他财务核查程序结果保持一致。

邮件访问对象一般为熟悉发行人业务的采购经理、采购专员，访问对象提供和回复的邮箱账号一致。同时，中介机构主要采取以下核查程序验证客户库存状态和进销存信息：（1）2022 年 10 月通过实地走访或视频访谈对客户自身库存状态及进销存情况进行实地查看及问询；（2）核查发行人退换货比例，关注是否异常；（3）通过部分客户的公开信息验证其库存状态和进销存信息；（4）首次申报、反馈回复过程中持续对豪江产品销售情况及客户库存情况进行核查。通过前述核查程序，中介机构认为，客户库存状态、进销存等相关信息真实、准确、完整，不存在各报告期期末大量囤货的情形。

综上，对于 2021 年发行人的财务情况，发行人中介机构已经运用了包括现场走访、视频访谈、函证、细节测试、截止性测试等在内的多种核查手段对其予以验证，收入真实性的核查程序充分，结论准确。

（本页无正文，为青岛豪江智能科技股份有限公司《关于青岛豪江智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

法定代表人：



宫志强

青岛豪江智能科技股份有限公司



2023年1月13日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于青岛豪江智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，确认本落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

发行人董事长：



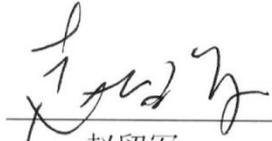
宫志强

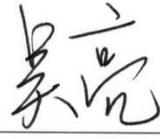
青岛豪江智能科技股份有限公司



（本页无正文，为瑞信证券（中国）有限公司《关于青岛豪江智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：


赵留军

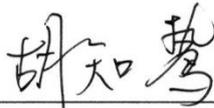

吴亮



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读青岛豪江智能科技股份有限公司本次发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容，了解本落实函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：



胡知鸷



保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读青岛豪江智能科技股份有限公司本次发行注册环节反馈意见落实函回复的全部内容，了解本落实函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构法定代表人、总经理：



王 菁

