

---

关于对爱司凯科技股份有限公司

年报问询函的回复

天职业字[2023]25336-3号

---

目 录

年报问询函的回复—————1

---

# 关于对爱司凯科技股份有限公司

## 年报问询函的回复

天职业字[2023]25336-3号

深圳证券交易所创业板公司管理部：

根据贵部《关于对爱司凯科技股份有限公司的 2022 年年报问询函》（创业板年报问询函【2023】第 144 号）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”或“我们”）作为爱司凯科技股份有限公司（以下简称“公司”或“爱司凯公司”）2022 年度财务报表审计的会计师，现就年报问询函中需要会计师回复的问题回复如下：

1. 报告期内，你公司实现年保收入 535.59 万元，对应毛利率为 1.59%，同比下降 65.87 个百分点。请结合业务模式、成本费用构成、行业惯例及同行业公司毛利率等情况详细说明年保业务毛利率大幅下降的原因及合理性，是否明显低于同行业可比公司平均水平，相关业务是否具有真实商业背景和商业实质，并结合本所《上市公司自律监管指南第 1 号—业务办理》中“营业收入扣除相关事项”的要求说明年保业务收入是否应当扣除。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、报告期内，你公司实现年保收入 535.59 万元，对应毛利率为 1.59%，同比下降 65.87 个百分点。请结合业务模式、成本费用构成、行业惯例及同行业公司毛利率等情况详细说明年保业务毛利率大幅下降的原因及合理性，是否明显低于同行业可比公司平均水平，相关业务是否具有真实商业背景和商业实

---

质。

### （一）年保收入的业务模式和行业惯例

公司从事印刷专用设备的研发、生产和销售，主要产品包括 CTP 直接制版机、3D 砂模打印机，销售模式以经销为主，直销为辅。由于机械设备运行过程较为复杂，使用寿命周期较长，为了满足符合产品的标准基础要求，公司在参考国家制定的设备保养与维修规定和设备制造企业质保惯例的基础上，结合公司的实际情况，对设备销售提供了 1-2 年的质量保证期限，俗称保内服务；在质保期满后，客户基于设备的运行维护、故障排除和维护检修，获的快捷服务和零配件优惠等的需求，向公司购买技术服务，俗称保外服务。

保内服务属于免费服务，主要是质保期内为客户提供设备技术咨询、故障处理和维修维护等。公司为了更好服务终端客户，对保内服务能做到快速反应，同时也为节约售后的差旅和人工成本，如经销商愿意提供销售产品的保内服务，在签署销售合同时，双方约定由经销商自行负责人工服务的合同每台总价减 1 万元。故公司的保内人工服务存在部分由经销商提供服务，部分由公司自行提供服务。

保外服务属于收费服务，主要是质保期满后为客户提供设备技术咨询、故障处理和维修维护等。公司保外服务定价分为三种模式，全保（包括配件和人工）、配件保（只含配件）和人工保（只含人工），客户根据自身需要购买不同的保外服务。

公司无同行业上市公司，根据对设备制造行业和同行业竞争对手的了解，设备制造企业产品销售一般都有约定不同期限的质保期，及根据客户需求提供质保期外的收费服务。设备制造企业上市公司如博杰股份（SZ002975）、耐普矿机（SZ300818）、科瑞技术（SZ002957）、赛腾股份（SH603283）等专用设备制造企业均有提供保内和保外服务。

综上，公司的年保服务符合行业惯例，具有真实商业背景和商业实质。

---

## （二）年保服务成本费用构成

保内服务系为了销售的设备产品符合既定的使用标准而提供，属于免费服务，根据公司会计政策，保内服务所需的零配件成本已按照各期设备产品销售金额的3%计提，故此公司自行提供的保内服务成本主要系服务人员的薪酬和差旅费用。

保外服务系客户基于自身设备运营需求而购买的有偿服务，公司按照客户购买的保外服务种类提供服务，依据提供保外服务实际发生的成本费用计入当期年保服务成本，故此保外服务的成本主要包括零配件成本、服务人员薪酬和差旅费用。

## （三）年保业务毛利率变动说明

2022 年度之前公司的年保业务仅包括保外服务，保内服务属于免费服务，公司未确认收入，相应保内服务费用计入销售费用。自 2022 年度开始，公司将自身提供保内服务包含的人工服务作为单项履约义务核算，并根据由经销商提供人工服务对应减少的 1 万元（含税）作为保内服务收入，在合同约定的质保期内平均计入当期收入。2022 年度设备销售由公司提供保内服务对应的收入金额为 121.24 万元，其中计入本期收入 31.71 万元，递延至以后期间的保内收入 89.53 万元。同时将本期保内服务人员薪酬和差旅费用 350.87 万元从销售费用重分类至营业成本列报（对损益无实质性影响）。

由于将自身提供保内服务中的人工服务作为单项履约义务核算对应的影响金额较小，公司视同非重大会计差错进行会计处理，未追溯调整以前年度数据。公司年保收入主要为保外收入，2022 年度保外收入占比为 94.08%，如剔除保内服务收入、成本列报方式调整的影响，本期保外服务的收入和毛利率分别为 503.88 万元、65.03%，与 2021 年度保外服务的收入和毛利率 503.55 万元、67.45% 比较并未出现异常变动。

综上，公司本期年保业务毛利率变化主要系将保内服务中人工服务作为单项履约义务核算导致列报口径变化，将原计入销售费用的保内成本计入当期营业成本所致。

---

二、结合本所《上市公司自律监管指南第 1 号—业务办理》中“营业收入扣除相关事项”的要求说明年保业务收入是否应当扣除。

根据《上市公司自律监管指南第 1 号—业务办理》相关规定，营业收入扣除事项包括与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入。本公司经营业务为专用设备制造，主营业务包括计算机直接制版机相关业务和 3D 砂型打印机相关业务。年保业务系基于设备销售而产生，保内服务收入包含在设备销售合同金额中，保外服务与客户单独签署合同，同时年保业务历来已久，属于与主营业务相关的业务收入，且具有商业实质。因此，年保业务收入不应当从营业收入扣除。

**会计师核查回复：**

经核查，会计师认为：公司年保服务分为保内服务和保外服务，均系伴随 CTP 直接制版机和 3D 砂模打印机销售而产生，符合专用设备制造企业的惯例，年保业务具有真实商业背景和商业实质。公司 2022 年度年保服务业务毛利率大幅下降主要系自 2022 年度开始将机器销售合同中包含人工质保服务作为单项履约义务核算导致列报口径变化，原计入销售费用的保内成本计入当期营业成本，而基于该错报金额影响较小未重述调整以前年度数据所致。如剔除上述保内人工服务认定单项履约义务的影响外，保外年保业务毛利率与上期基本持平。

年保业务服务系基于设备销售业务而产生，属于与主营业务相关的业务收入，且具有商业实质，不属于《上市公司自律监管指南第 1 号—业务办理》中“营业收入扣除相关事项”中规定的应当扣除的业务收入。

2. 报告期内，你公司实现营业收入 13,170.21 万元，同比下降 14.14%，综合毛利率为 41.28%，同比下降 4.43 个百分点；其中境外地区收入 6,487.85 元，同比增长 8.64%，境外业务毛利率 46.71%，同比增长 0.09 个百分点。年审会计师将收入确认作为关键审计事项，并采取了函证、查询外销数据、核查终端客户使用情况等审计应对措施。请结合境外销售主要客户的名称、所在地区、成立时间、销售内容、销售额、海关数据、出库单、收入确认方式、回款情况、是否存在关联关系、行业情况等，分析说明报告期营业收入、毛利率整体下滑

而境外收入、毛利率均上升的原因及合理性，境外客户是否存在期后退货或长期未回款的情况，是否存在无实物流转的贸易性收入。

请年审会计师详细说明针对境外收入真实性实施的审计程序、覆盖范围及比例、核查结论等，是否获取充分、适当的审计证据。

公司回复：

### 一、境外收入销售情况

(一) 两期境外销售收入、成本、毛利率按产品分类明细如下：

单位：台、万元

项目	2022 年度				2021 年度				营业收入 变动金额	毛利率变 动比例
	数量	收入金额	成本金额	毛利率	数量	收入金额	成本金额	毛利率		
UV 制版机	24.00	596.62	342.36	42.62%	32.00	782.40	431.21	44.89%	-185.78	-2.27%
热敏制版机	176.00	4,601.70	2,387.18	48.12%	150.00	3,492.28	1,788.14	48.80%	1,109.41	-0.67%
印铁制版机	6.00	217.01	108.63	49.94%	11.00	375.99	187.21	50.21%	-158.98	-0.27%
柔性制版机	35.00	580.79	284.55	51.01%	61.00	895.60	459.46	48.70%	-314.81	2.31%
周边设备		376.14	289.39	23.06%		383.36	306.89	19.95%	-7.22	3.12%
其他		115.59	45.56	60.59%		42.40	15.49	63.46%	73.19	-2.87%
<b>合计</b>	<b>241.00</b>	<b>6,487.85</b>	<b>3,457.68</b>	<b>46.71%</b>	<b>254.00</b>	<b>5,972.03</b>	<b>3,188.39</b>	<b>46.61%</b>	<b>515.82</b>	<b>0.09%</b>

2022 年度境外制版机销量较 2021 年度减少 13 台，境外销售收入增加 515.82 万元，收入增幅 8.64%。本期销量下降，收入增长，主要系汇率波动、产品结构等影响导致。本期热敏制版机销量较 2021 年度增加了 26 台，收入增加 1,109.41 万元，主要系随着以 256 路激光光阀技术为基础的高端 CTP 的量产推广，境外 256 机器销量较上期增加了 21 台；本期其他类型产品销量较 2021 年度减少了 39 台，收入减少了 659.57 万元，主要系 256 机器的替代导致。公司境外两期分产品毛利率较为稳定，2022 年度境外毛利率同比增长 0.09 个百分点，主要系受美元汇率变动影响所致，公司境外销售基本采用美元结算，2022 年度美元兑人民币的年平均汇率 6.7261 较 2021 年度 6.4515 增加了 0.2746，增幅 4.26%。

## （二）两期境外经销情况

公司境外销售均采用经销模式，与境外经销商合作关系稳定，两期没有发生重大变化。2021 年度和 2022 年度境外经销商及其代理地区明细数据如下：

单位：台

境外经销商	主要覆盖的地区	2022 年度	2021 年度
经销商 A	韩国、斯里兰卡、巴基斯坦、泰国、黎巴嫩、阿联酋、新加坡、埃及、迪拜、尼日利亚、菲律宾、欧洲、马来西亚等	109	114
经销商 B	印度	56	65
经销商 C	欧洲、阿联酋、土耳其等	47	32
经销商 D	印度尼西亚	2	4
经销商 E	欧洲、美洲、非洲等	8	12
经销商 F	北美洲	2	
经销商 G	俄罗斯	5	3
经销商 H	阿根廷		7
经销商 I	北美洲	4	
经销商 J	巴基斯坦		3
其他境外经销商		8	14
<b>境外合计</b>		<b>241</b>	<b>254</b>

从两期各家经销商销量分析，总体上存在小幅下降的趋势，经销商 B 较上期减少 9 台，主要系 2020 年度受船运紧张的影响，导致 2020 年度订单未能及时交付，在 2021 年度才报关出口所致。经销商 C 较上期增加 15 台，主要系随着公司 CTP 技术的不断提升，产品国际竞争力的提高，产品性价比较高，经销商 C 将更多的采购订单交付给公司，导致近年来对经销商 C 的销售持续增加，2020 年度至 2022 年度的销量分别为 22 台、32 台和 47 台，两期平均增长率 46.16%。

(三) 本期境外销售收入主要出口国家及地区明细如下:

单位: 台、万元

境外地区	主要国家	主要经销商	CTP/3D 砂型打印机销售数量(台)	收入金额(万元)	占比
非洲	阿尔及利亚	经销商 A、经销商 C	15	363.98	5.61%
美洲	墨西哥、美国	经销商 A、经销商 C、经销商 I	21	517.69	7.98%
欧洲	荷兰、俄罗斯、意大利	经销商 A、经销商 C、经销商 G	45	1,606.72	24.77%
亚洲	印度、韩国、马来西亚	经销商 A、经销商 B	160	3,999.47	61.65%
<b>境外销售合计</b>			<b>241</b>	<b>6,487.85</b>	<b>100.00%</b>

二、主要经销商销售情况

(一) 公司两期境外主要经销商销售情况

单位: 万元

项目	经销商名称	2022 年度		2021 年度	
		销售额	占境外收入比例	销售额	占境外收入比例
1	经销商 A	2,650.11	40.85%	2,423.73	40.58%
2	经销商 C	1,668.83	25.72%	1,028.66	17.22%
3	经销商 B	1,344.30	20.72%	1,543.07	25.84%
4	经销商 E	172.12	2.65%	173.72	2.91%
5	经销商 G	145.09	2.24%	68.40	1.15%
6	经销商 D	39.64	0.61%	101.16	1.69%
<b>合计</b>		<b>6,020.09</b>	<b>92.79%</b>	<b>5,338.74</b>	<b>89.39%</b>

注: 上表按集团口径统计, 经销商 C 为同一集团旗下与公司交易的三家企业合并统计, 经销商 G 为属于同一实际控制人两家企业合并统计。

公司境外销售 80%以上来源于前三大经销商, 两期主要经销商的销售和占比较为稳定, 未发生重大变化。



## （二）2022 年末境外主要经销商应收账款期后回款情况

单位：万元

客户名称	2022 年末应收账款余额		2023-1-1 至 4-30 回款金额		期后回款比例
	本位币余额	占应收账款比例	人民币	美元	
经销商 A	836.44	5.58%	338.40	49.61	40.46%
经销商 C	259.77	1.73%	249.90	36.65	96.20%
经销商 B	252.54	1.69%	238.74	35.02	94.54%
经销商 E	340.08	2.27%	55.22		16.24%
经销商 D	68.66	0.46%	38.22	5.61	55.66%
<b>合计</b>	<b>1,757.49</b>	<b>11.73%</b>	<b>920.48</b>	<b>126.89</b>	<b>52.37%</b>

截至 2022 年 12 月 31 日，公司境外销售应收账款余额 1,966.41 万元，占应收账款余额比例 13.13%，上述境外业务主要经销商应收账款余额占境外销售应收账款余额的比例为 89.38%。截止至 2023 年 4 月 30 日，上述主要经销商期后回款 920.48 万元，期后回款比例 52.37%，期后回款良好。

## （三）境外销售期后退货情况

截至 2023 年 4 月 30 日，2022 年度境外销售不存在退回情况。

## 三、境外主要经销商背景情况

### （一）Uni Supplies Limited 裕力材料有限公司

裕力材料注册于香港，主要从事印前设备分销及直销。目前，业务范围包括亚太、欧洲和南美洲地区。裕力的管理层皆为业内资深人士，他们在 CTP 行业（如柯达和 ECRM）有超过 30 年市场销售及技术支持经验。2014 年与公司开展业务。

### （二）Fujifilm Business Innovation Corp.

富士胶片公司是一家国际影像产品公司，业务涉及图像和医学影像方面，总

---

部位于日本，并在世界各地设有分公司。富士全球业务包括印刷、医疗、民用胶卷数码相机等。公司 2015 年开始与富士集团印刷事业部合作开展业务。

### **(三) TECHNIVA IMAGINGSYSTEMS PVT LTD**

Techniva 是印度最大的印刷版材制造商，在印度版材业务占有超过 70% 的市场份额。在印度拥有完善的销售网络，并在中东地区设有海外销售处。目前，与公司合作，使用自己品牌 Techniva。目前 Techniva 不仅是公司经销商，还是 Screen 网屏和 Krause CTP 的经销商。2015 年与公司开展业务。

### **(四) 杭州印科数码科技有限公司**

杭州印科数码科技有限公司成立于 2012 年，主营产品 CTP 设备，CTP 版材，油墨，橡皮布，印后模切烫金设备，书刊印后装订设备相关的销售，技术服务和咨询服务。目前已拥有国外、国内最终用户 300 家。2012 年与公司开展业务。

### **(五) 俄罗斯 KOMPANIYA MAKTSENR 和 Mac Centre Logistic ltd**

俄罗斯 KOMPANIYA MAKTSENR 与俄罗斯 Mac Centre 系同一老板 Alex 控制，于 1991 年在莫斯科成立，是一家私营公司，主营印刷耗材业务，是俄罗斯印刷工业材料主要供应商，在俄罗斯拥有庞大的营销网络。2014 年与公司开展业务。

### **(六) P. D. KALIBAR**

P. D. KALIBAR 在印尼市场的主要业务是销售中国的各种图像和医疗产品。在图像业务方面，除 Amsky CTP 和印刷胶印机外，还代理销售中国的喷墨打印机和激光切割机。2018 年与公司开展业务。

## **四、境外销售关联关系的说明**

通过查询境外经销商的股权情况，访谈境外主要经销商，并由境外经销商对终端的自查，及公司控股股东、实际控制人、5%以上股东、董事、监事、高级管理人员对境外销售的自查承诺，与境外经销商及销售终端客户不存在关联关系。

## 会计师核查回复：

爱司凯公司境外销售全部采用经销模式，公司经销商及收入确认政策均未发生重大变化，针对境外收入的真实性，我们执行了如下具体审计程序：

1、我们对爱司凯公司的境外收入确认相关内部控制设计和运行的有效性进行了了解和评估，并在此基础上对销售定价审批、销售合同审批、出入库审批、记账、款项催收、售后服务等关键控制点进行了控制测试，未发现重大内部控制缺陷，爱司凯公司境外收入确认相关内部控制设计合理，并得到有效执行。

2、我们对爱司凯公司 2022 年度境外收入执行了同期、季度、经销商变动情况的分析性审计程序：

### (1) 境外收入同期对比分析情况

项目	2022 年度		2021 年度		变动金额
	数量（台）	金额（万元）	数量（台）	金额（万元）	
热敏制版机	176	4,601.70	150	3,492.28	1,109.42
UV 制版机	24	596.62	32	782.4	-185.78
柔性制版机	41	797.80	72	1,271.59	-473.79
周边设备		376.14		383.36	-7.22
其他		115.60		42.40	73.20
<b>合计</b>	<b>241</b>	<b>6,487.85</b>	<b>254</b>	<b>5,972.03</b>	<b>515.82</b>

2022 年度境外制版机销量较 2021 年度减少 13 台，境外销售收入增加了 515.82 万元，增幅 8.64%，主要受到热敏制版机销售收入增加和美元汇率升值的影响。

随着公司对现有 CTP 产品不断进行技术提升，推出具有更高精度、更高效率、更环保节能的 CTP 产品，以 256 路激光光阀技术为基础的高端 CTP 销售快速增长导致热敏制版机的销售增加。热敏胶印 CTP 具有耗用板材价格便宜，后期维护成本低、更环保、印刷品质更高等优势，在解决了打印速度和质量的基础上，市场更青睐购买性价比更高的热敏胶印 CTP，也导致了 UV 制版机和柔性制版机销量相应减少。

2022 年度境外机器销售数量减少而销售收入增加主要系 2022 年度境外 256 路热敏制版机型较上期增加了 21 台，高端机型销量增加，及 2022 年度人民币对美元中间价贬值导致销售增加。

### (2) 境外收入季度分析情况

单位：台、万元

项目	2022 年度			2021 年度			变化情况	
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	比例
第一季度	58.00	1,437.21	22.15%	69.00	1,626.11	27.23%	-11.00	-15.94%
第二季度	68.00	1,803.31	27.80%	61.00	1,570.12	26.29%	7.00	11.48%
第三季度	58.00	1,681.64	25.92%	63.00	1,543.42	25.84%	-5.00	-7.94%
第四季度	57.00	1,565.69	24.13%	61.00	1,232.38	20.64%	-4.00	-6.56%
<b>合计</b>	<b>241.00</b>	<b>6,487.85</b>	<b>100.00%</b>	<b>254.00</b>	<b>5,972.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>-13.00</b>	<b>-5.12%</b>

从横向分析，爱司凯公司两期各季度销售变动较小，其中第 1、2 季度变动较上年减少 4 台，收入增加 44.30 万元，主要系产品销售规格型号不同导致；第 3、4 季度变动较上年减少 9 台，收入增加 471.53 万元，主要系第 3、4 季度 256 机型销售增加，及美元汇率大幅升值的影响。从纵向分析，本年各季度销售占比较为平缓，与上期各季度占比的基本一致。

### (3) 前五大经销商销售变动分析

单位：台、万元

项目	2022 年度			2021 年度			变化情况	
	数量	金额	占境外销售比	数量	金额	占境外销售比	数量	金额
经销商 A	109	2,650.11	40.85%	114	2,423.73	40.58%	-5	226.38
经销商 B	56	1,344.30	20.72%	65	1,543.07	25.84%	-9	-198.77
经销商 C	47	1668.83	25.72%	32	1028.66	17.22%	15	640.17
经销商 E	8	172.12	2.65%	12	173.72	2.91%	-4	-1.60
经销商 G	5	145.09	2.24%	3	68.40	1.15%	2	76.69
<b>合计</b>	<b>225</b>	<b>5,980.46</b>	<b>92.18%</b>	<b>226</b>	<b>5,237.58</b>	<b>87.70%</b>	<b>-1</b>	<b>742.87</b>

---

公司两期的境外销售收入主要来源于前三大经销商，即经销商 A、经销商 B 和经销商 C，各期销售占比变化不大，2022 年度和 2021 年度占比分别为 87.29%、83.64%。

经销商 B 较上期减少 9 台，主要系 2020 年度受船运紧张的影响，导致 2020 年度订单未能及时交付，在 2021 年度才报关出口所致。经销商 C 较上期增加 15 台，主要系随着公司 CTP 技术的不断提升，产品国际竞争力的提高，产品性价比得以提升，经销商 C 将更多的采购订单交付给公司，导致近年来对经销商 C 的销售持续增加，2020 年度至 2022 年度的销量分别为 22 台、32 台和 47 台。

3、我们选取样本对 2022 年度境外收入的确认依据进行了检查，包括合同、发运凭证、海关报关单、境外货运提单、货代公司对账单、记账凭证、回款单据、发票，以评价销售收入的发生的真实性。2022 年度母公司层面境外销售收入 6,487.85 万元，我们检查的样本金额 6,487.85 万元，检查比例为 100.00%，销售的单据流和物流未见异常，收入确认依据充分。

4、由于自 2017 年度起广州海关不再接受外部函证，且海关系统升级的原因，我们未能于网上海关系统获取进出口数据和执行海关函证程序。我们对境外销售收入亲自从国家外汇管理局网上服务平台（<http://zwfw.safe.gov.cn/asone>）查询导出爱司凯公司出口数据，并与账面记录及报关单数据进行一一核对。

爱司凯公司 2022 年度境外销售收入 6,487.85 万元，其中公司自行报关出口的销售收入 6,258.87 万元，由境外客户自行报关出口的销售收入 228.98 万元。由于外汇管理平台只能查询爱司凯自行报关出口的数据，故此我们针对 2022 年度由爱司凯公司自行报关出口的销售收入 6,258.87 万元进行了核对，占全年报关出口销售金额的 96.47%。

经核对，外汇管理平台爱司凯公司报关出口的销售金额为 6,258.87 万元（剔除运保费及赠机），与账面核对一致，无差异。

5、我们对爱司凯公司 2022 年度境外销售的制版机后台充值使用数量情况进行了核查，以佐证销售收入的真实性。2022 年度爱司凯公司境外销售的制版机

241 台，存在 74 台在 2022 年度尚未充值使用，占销售数量的 30.71%，与以前年度当期销售未充值的占比情况基本一致，未充值使用数量的机器系由于机器销售时本身自带了使用数量（国内销售为 50-200 张不等，海外销售不超过 2000 张）和客户使用量大小的因素导致，属于正常现象。

6、我们选取样本对境外客户进行函证，函证内容包括本期交易产品规格型号、机身编号、交易数量、交易金额、终端使用者、信用期，及期末往来款等信息进行了函证。本次审计函证境外销售情况统计如下：

项目	函证情况
境外销售收入发函金额（万元）	6,125.24
境外销售收入总金额（万元）	6,487.85
发函比例	94.41%
境外销售收入回函金额（万元）	4,341.99
回函比例	70.89%

已经收到回函的均无差异，对于未能收到回函的客户，我们执行了检查销售合同、发货单、报关单、境外货运提单、充值使用情况、销售回款情况等替代测试，未发现异常情况。

7、我们抽样对本期境外销售的终端客户执行审计程序，执行情况如下：

单位：台、万元

终端核查程序	收入金额	占境外机器销售收入比例	机器数量	占境外机器销售数量比例
实地走访	651.59	10.04%	26.00	10.79%
终端客户函证	330.32	5.09%	13.00	5.39%
终端客户机器视频检查	1,261.65	19.45%	46.00	19.09%
上述核查程序合计①	2,243.55	34.58%	85.00	35.27%
减：重复执行多个程序情况②	213.78	3.30%	9.00	3.73%
<b>终端核查覆盖比例③=①-②</b>	<b>2,029.77</b>	<b>31.29%</b>	<b>76.00</b>	<b>31.54%</b>

(1) 本期我们选取样本亲自和委托当地成员所以对境外主要销售地区越南、印度的终端客户进行实地走访。我们对销售机器编码型号信息、实机器使用状态、机器安装验收时间、工作日志时间等信息进行检查，并访谈终端使用者，未发现

---

异常情况。

(2)我们从境外经销商 A 选取本期销售的 62 台样本以经销商的名义对境外终端客户发出询证函，由于境外经济环境和战争的影响，收到的回函可以确认机器 13 台，回函比例为 20.97%，我们已通过检查报关单及客户提单作为国外终端的替代测试，未见异常情况。

(3)我们选取样本获取境外终端客户拍取的机器视频进行核查，对机器编码型号信息、机器安装验收时间、机器使用状态、工作日记、拍摄时间及地点、等信息进行核查确认，未发现异常情况。

8、我们对主要经销商进行了视频访谈，并于 2023 年 4 月亲自前往经销商 A 境外所在地（以下简称“经销商 A”）执行延伸审计程序，获取经销商 A 的财务账簿、主要账户银行流水、2020-2021 审计报告、工商信息档案、经销商 A 与终端客户合同等资料进行审阅核查，未发现异常情况，执行程序如下：

(1)获取近三年银行对账单，检查主要银行账户大额往来及对手方，核查主要客户回款是否真实合理，结合爱司凯关联方清单，核查是否存在与爱司凯关联方往来。

(2)我们选样抽取经销商 A 与其主要客户签订的销售合同 28 份进行检查。销售合同信息均与爱司凯签订销售合同交易机器型号一致，合同金额不存在明显低于爱司凯销售金额的情况，经销商 A 与爱司凯公司销售合同的签订日期及经销商 A 与其他客户的销售合同签订日期不存在较大差异。

(3)我们获取经销商 A2020-2021 年审计报告进行检查，账面记录和审计报告记录一致，期末无存货。通过查阅相关费用明细，未发现其存在仓库租赁费用。

(4)我们对经销商 A 近三年销售和回款进行核查，其销售和回款的记录与爱司凯公司账面对经销商 A 的销售基本匹配。

(5)我们在经销商 A 境外所在地工商注册网站查询其工商信息，与公司记录信息一致。

---

9、我们通过浏览资产负债表日后公司销售明细账，及选取样本对资产负债表日后销售产品的收入确认单据进行检查，未发现 2022 年度境外销售存在退货和跨期确认的情况。

10、我们对境外经销商销售回款的银行流水进行抽样检查，2022 年度境外经销商银行回款 1,084.56 万美元，我们选取了 1,084.56 万美元回款的银行收款单据进行检查，抽查比例为 99.99%，除 3 家境外经销商通过其下属子公司回款 14.91 万美元外，销售回款均来源于签约客户。

11、通过访谈管理层和主要境外经销商，检查境外经销商的股权登记信息，及公司控股股东、实际控制人、5%以上股东、董事、监事、高级管理人员对境外销售的自查承诺，未发现公司与境外经销商和境外终端存在关联关系。

12、我们亲自获取爱司凯公司共同实控人李明之、朱凡、唐晖的 2022 年度个人流水进行核查，未发现与客户和供应商存在资金往来。

综上，我们对爱司凯公司境外销售收入真实性执行了有效的审计程序，获取了充分、适当的审计证据，公司销售收入真实。

3. 报告期末，你公司应收票据余额 854.17 万元，其中商业承兑汇票 554.49 万元，坏账准备计提比例达 23.55%；应收账款余额为 12,245.36 万元，坏账准备余额 4,310.30 万元，计提比例 28.78%，同比提升 4.2 个百分点，其中账龄 3 年以上的应收账款余额 3,451.45 万元。按欠款方归集的期末余额第二名的应收账款余额为 4,314.13 万元，坏账准备余额 2,441.89 万元，计提比例达 56.60%。  
请你公司：

(1) 说明商业承兑汇票主要欠款方名称、交易实质、出票日及到期日、是否存在逾期情形，坏账准备计提比例的确定依据及合理性等。

(2) 结合长期未承兑、回款客户信息及是否为关联方、资信情况、交易背景、时间、金额及标的、合同履行情况、收款安排、逾期情况、长期未收回的原因等，说明长账龄应收款项占比较高的原因及合理性，个别客户长期未回款



的原因、后续还款计划及履行情况，是否存在放宽信用政策、向不具备支付能力客户销售的情形，相关收入确认是否真实准确。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、说明商业承兑汇票主要欠款方名称、交易实质、出票日及到期日、是否存在逾期情形，坏账准备计提比例的确定依据及合理性等。

#### （一）2022 年末商业承兑汇票情况

2022 年末账面未到期承兑的商业承兑汇票均为 3D 砂模打印机销售形成的应收款项，具有商业交易实质。截止至 2022 年 12 月 31 日，商业承兑汇票均未到期，不存在逾期的情形，具体明细如下：

欠款方名称	出票日	到期日	票面金额（万元）
客户五	2022/3/11	2023/1/11	93.70
客户五	2022/10/17	2023/10/17	50.00
客户五	2022/6/21	2023/6/21	51.80
客户六	2022/12/27	2023/6/26	50.00
客户六	2022/12/7	2023/6/6	50.00
客户七	2022/12/9	2023/6/9	35.00
客户八	2022/12/15	2023/6/15	6.00
客户八	2022/12/19	2023/6/19	18.00
客户九	2022/12/20	2023/6/21	100.00
客户九	2022/12/14	2023/6/15	100.00
<b>合计</b>			<b>554.49</b>

截止至本问询函回复日，上表中于 2023 年 1 月 11 日到期的商业承兑汇票公司背书给供应商后，由供应商已经到期承兑。

#### （二）商业承兑汇票坏账准备计提情况

根据公司会计政策，对于商业承兑汇票按照应收款项连续账龄的原则，并按照以下比例计提坏账准备：

账龄	预期信用损失率(%)
1年以内(含1年)	5
1至2年(含2年)	10
2至3年(含3年)	30
3至4年(含4年)	50
4至5年(含5年)	80
5年以上	100

截止至2022年12月31日，未到期承兑商业承兑汇票对应的应收款项形成的账龄及坏账准备计提明细如下：

单位：万元

客户名称	1-2年			2-3年			3-4年(含4年)		
	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例
客户九	200.00	20.00	10.00%						
客户五	80.00	8.00	10.00%	44.71	13.41	30.00%	70.78	35.39	50.00%
客户六	41.60	4.16	10.00%	45.44	13.63	30.00%	12.96	6.48	50.00%
客户七							35.00	17.50	50.00%
客户八							24.00	12.00	50.00%
<b>合计</b>	<b>321.60</b>	<b>32.16</b>	<b>10.00%</b>	<b>90.15</b>	<b>27.04</b>	<b>30.00%</b>	<b>142.74</b>	<b>71.37</b>	<b>50.00%</b>

公司商业承兑汇票坏账准备计提是依据应收款项自形成的连续账龄计算，历史上公司并不存在应收票据到期未能承兑的情形，因此公司的坏账准备是充分的、合理的。

二、结合长期未承兑、回款客户信息及是否为关联方、资信情况、交易背景、时间、金额及标的、合同履行情况、收款安排、逾期情况、长期未收回的原因等，说明长账龄应收款项占比较高的原因及合理性，个别客户长期未回款的原因、后续还款计划及履行情况，是否存在放宽信用政策、向不具备支付能力客户销售的情形，相关收入确认是否真实准确。

#### （一）2022 年末前五大应收款项情况

公司 2022 年末前五大应收款项客户对应的 2022 年度营业收入为 7,300.68 万元，占营业收入的比例为 55.43%；前五大应收款项客户 2022 年末的应收款项余额合计为 1.23 亿元，占应收款项余额 1.50 亿元的 82.00%；前五大应收款项客户 2022 年末计提坏账准备金额合计 3,762.92 万元，坏账准备计提比例 30.60%，占 2022 年末计提坏账准备余额的 87.30%。截止至 2022 年 12 月 31 日，前五大应收账款客户 2022 年度销售情况和期末应收账款明细如下表：

单位：万元

客户名称	2022 年度营业收入		2022-12-31 应收款项情况				占总计提坏账准备比例
	销售额	占营业收入比例	期末应收款项余额	占应收款项余额比例	计提的坏账准备	坏账准备计提比例	
客户一	2,722.06	20.67%	6,069.65	40.99%	899.28	14.82%	20.98%
客户二	1,482.95	11.26%	4,330.65	29.25%	2,442.72	56.41%	56.98%
经销商 A	2,650.11	20.12%	836.44	5.65%	168.64	20.16%	3.93%
客户三	180.07	1.37%	661.78	4.47%	206.04	31.13%	4.81%
客户四	265.49	2.02%	400.00	2.70%	46.25	11.56%	1.08%
<b>合计</b>	<b>7,300.68</b>	<b>55.43%</b>	<b>12,298.52</b>	<b>83.06%</b>	<b>3,762.92</b>	<b>30.60%</b>	<b>87.77%</b>

从上表分析可知，公司 2022 年末应收款项和坏账准备主要来源境内经销商客户一和客户二，两者期末应收款项和坏账准备余额分别为 10,400.30 万元、3,342.00 万元，占期末应收款项和坏账准备的余额比例分别为 69.33%、77.54%。

2022 年末前五大应收款项客户与公司、控股股东、实际控制人、公司董事、

监事、高级管理人员不存在关联关系。客户一、客户二和经销商 A 系公司 2022 年度前五大销售客户。

## (二) 2022 年末前五大应收款项坏账准备计提情况

### 1、前五大应收款项期后回款情况

截至 2023 年 4 月 30 日，期后回款 1,623.76 万元，期后回款率 13.2%。具体明细如下：

单位：万元

客户名称	2022-12-31 应收账款				2023-1-1 至 2023-4-30 回 款金额	期后回款 比例
	期末应收款 项余额	占应收账款 项额比例	计提的坏账 准备	应收账款净 额		
客户一	6,069.65	40.99%	899.28	5,170.37	704.41	11.61%
客户二	4,330.65	29.25%	2,442.72	1,887.93	514.49	11.88%
经销商 A	836.44	5.65%	168.64	667.80	338.40	40.46%
客户三	661.78	4.47%	206.04	455.74	55.22	8.34%
客户四	400.00	2.70%	46.25	353.75	11.25	2.81%
<b>合计</b>	<b><u>12,298.52</u></b>	<b><u>83.06%</u></b>	<b><u>3,762.92</u></b>	<b><u>8,535.60</u></b>	<b><u>1,623.76</u></b>	<b><u>13.20%</u></b>

### 2、前五大应收款项账龄和坏账准备分布情况

2022 年末应收账款前五大欠款方的账龄在 1 年以内(含 1 年)占比 34.07%，1-2 年(含 2 年)占比 28.48%，2-3 年(含 3 年)占比 12.79%，3-4 年(含 4 年)占比 3.98%，4-5 年(含 5 年)占比 2.32%，5 年以上占比 18.37%。具体账龄明细如下：

单位：万元

账龄	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上	合计	
计提比例	5%	10%	30%	50%	80%	100%		
客户一	余额	2,090.44	2,540.36	1,160.22	165.68	15.69	97.26	6,069.65
	坏账	104.52	254.04	348.07	82.84	12.55	97.26	899.28
	净值	1,985.92	2,286.32	812.15	82.84	3.14		5,170.37
客户二	余额	1,111.29	752.31	142.93	56.02	135.34	2,132.76	4,330.65
	坏账	55.56	75.23	42.88	28.01	108.27	2,132.76	2,442.72
	净值	1,055.73	677.08	100.05	28.01	27.07		1,887.93
经销商 A	余额	562.50	78.21	21.25	63.32	82.48	28.68	836.44
	坏账	28.13	7.82	6.38	31.66	65.98	28.68	168.64
	净值	534.38	70.39	14.88	31.66	16.50		667.80
客户三	余额	130.72	132.00	143.50	204.00	51.56		661.78
	坏账	6.54	13.20	43.05	102.00	41.25		206.04
	净值	124.18	118.80	100.45	102.00	10.31		455.74
客户四	余额	295.00		105.00				400.00
	坏账	14.75		31.50				46.25
	净值	280.25		73.50				353.75
<b>合计</b>	<b>余额</b>	<b>4,189.95</b>	<b>3,502.88</b>	<b>1,572.90</b>	<b>489.02</b>	<b>285.07</b>	<b>2,258.70</b>	<b>12,298.52</b>
	<b>占比</b>	<b>34.07%</b>	<b>28.48%</b>	<b>12.79%</b>	<b>3.98%</b>	<b>2.32%</b>	<b>18.37%</b>	<b>100.00%</b>
	<b>坏账</b>	<b>209.50</b>	<b>350.29</b>	<b>471.87</b>	<b>244.51</b>	<b>228.05</b>	<b>2,258.70</b>	<b>3,762.92</b>
	<b>净值</b>	<b>3,980.45</b>	<b>3,152.59</b>	<b>1,101.03</b>	<b>244.51</b>	<b>57.01</b>		<b>8,535.60</b>

### 3、公司坏账准备会计政策

公司的应收款项坏账计提政策主要为根据账龄计提，公司参考历史信用损失经验，并考虑当期事项和前瞻性信息，按照以下比例计提坏账准备：

账龄	预期信用损失率(%)
1年以内(含1年)	5
1至2年(含2年)	10
2至3年(含3年)	30
3至4年(含4年)	50
4至5年(含5年)	80
5年以上	100

#### 4、2022年末前五大应收款项逾期和坏账计提情况

(1)截至2022年12月31日,前五大欠款方逾期情况和坏账准备计提如下:

单位:万元

客户名称	尚未到合同约定付款期限的应收款项			已到付款期限未收回的应收款项			合计应收账款	合计坏账准备	计提坏账比例
	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例			
客户一	2,787.69	198.00	7.10%	3,281.96	701.28	21.37%	6,069.65	899.28	14.82%
客户二	1,804.23	137.67	7.63%	2,526.41	2,305.05	91.24%	4,330.65	2,442.72	56.41%
经销商A	345.87	17.94	5.19%	490.57	150.70	30.72%	836.44	168.64	20.16%
客户三	55.72	2.79	5.00%	606.06	203.25	33.54%	661.78	206.04	31.13%
客户四	367.50	40.25	10.95%	32.50	6.00	18.46%	400.00	46.25	11.56%
<b>合计</b>	<b>5,361.01</b>	<b>396.64</b>	<b>7.40%</b>	<b>6,937.51</b>	<b>3,366.28</b>	<b>48.52%</b>	<b>12,298.52</b>	<b>3,762.92</b>	<b>30.60%</b>

前五大欠款方尚未到合同约定付款期限的应收款项金额为5,361.01万元,合计计提坏账准备396.64万元,计提比例为7.40%;已逾期金额6,937.51万元,计提坏账准备3,366.28万元,计提比例为48.52%。

(2)截至2022年12月31日,已逾期应收款项账龄及坏账准备计提如下:

单位：万元

客户名称	1年以内			1-2年			2-3年			3年以上		
	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例
客户一	2,075.81	319.92	15.41%	1,065.75	258.82	24.29%	37.40	20.68	55.28%	103.00	101.85	98.89%
客户二	190.53	33.93	17.81%	50.95	21.67	42.53%	42.40	28.87	68.09%	2,242.53	2,220.58	99.02%
经销商 A	298.80	19.97	6.68%	15.71	3.94	25.10%	1.58	0.48	30.00%	174.47	126.32	72.40%
客户三	106.94	10.90	10.19%	183.92	34.64	18.83%	186.19	77.74	41.75%	129.01	79.97	61.99%
客户四	32.50	6.00	18.46%	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,704.58</b>	<b>390.72</b>	<b>14.45%</b>	<b>1,316.33</b>	<b>319.07</b>	<b>24.24%</b>	<b>267.58</b>	<b>127.77</b>	<b>47.75%</b>	<b>2,649.02</b>	<b>2,528.72</b>	<b>95.46%</b>

从上表可见，3年以上应收款项金额为 2,649.02 万元，坏账准备计提金额 2,528.72 万元，计提比例 95.46%。

### (3) 逾期原因和可收回风险评估

公司客户一期末应收款项 6,069.65 万元，其中逾期应收款项金额 3,281.96 万元，占期末余额的 54.07%，账龄为 1 年以上逾期应收款项 1,206.15 万元，1 年以内逾期应收款项 2,075.81 万元。主要系由于近几年受宏观大环境影响回款，经销商延迟支付月度分期款项，客户一经营正常，未发生重大财务风险，公司认为款项收回的风险可控。

客户二是公司的北方区代理商，报告期末应收款项 5,170.37 万元，其中逾期应收款项金额 2,526.41 万元，占期末余额的 48.86%，账龄为 1 年以上逾期应收款项 2,335.88 万元，1 年以内逾期应收款项 190.53 万元。主要系由于近年来环保整顿、北方地区印刷行业各项运营成本升高的历史原因导致该公司业绩下滑、资金周转有所影响，从而一定程度上拖延支付应收账款。公司早在 2018 年初就密切关注该公司的经营情况，采取如下措施：（1）南北方采取差异化代理价格，与南北方市场的经济环境相匹配；（2）与该公司达成未来付款协议，逐渐收回拖

欠的款项；（3）更加严格的执行终端客户审核，以保证正常回款。2018 年开始及以后年度已发生的业务已经正常回款，2018 年以前的欠款在 2022 年回款 313.00 万元。在 2023 年度将进一步收回历史欠款，加大对客户二的应收账款回款的催收力度。

经销商 A 为境外第一大经销商，2022 年末应收款项余额 836.44 万元，其中逾期应收款项金额 490.57 万元，占期末余额的 58.65%，账龄为 1 年以上逾期应收款项 191.76 万元，1 年以内逾期应收款项 298.80 万元。期后公司积极收回相应欠款，截止至 2023 年 4 月 30 日，该客户期后已经回款 338.40 万元，发生坏账损失的风险较小。

客户三在 2022 年末应收款项余额为 661.78 万元，其中逾期应收款项金额 606.06 万元，占期末余额的 91.58%，账龄为 1 年以上逾期应收款项 499.12 万元，1 年以内逾期应收款项 106.94 万元。逾期率较高主要是由于公司在创业初期开拓北美市场业绩不理想、费用较高，导致资金周转较慢，公司将密切关注该客户的应收账款，将逐步清收以前年度的应收账款。

客户四在 2022 年末应收款项余额为 400.00 万元，逾期款项为 32.50 万，均为逾期 1 年以内。公司认为款项收回的风险可控。

### 5、截止至 2023 年 4 月 30 日，前五大欠款方应收款项情况

2022 年末前五大欠款方应收款项合计 1,2298.52 万元，截至 2022 年 4 月 30 日，减去期后回款 1,623.76 万元，应收款项余额为 10,674.76 万元，其中 49.78% 为已到合同约定的付款期限。

单位：万元

客户名称	2022 年 12 月 31 日的余额	2023 年 4 月 30 日应收款项余额情况			
		余额	已到付款期限未收回的金额	未到付款期限的收款金额	已到期金额占应收余额比例
客户一	6,069.65	5,365.24	2,577.55	2,787.69	48.04%



客户名称	2022年12月31日的余额	2023年4月30日应收款项余额情况			
		余额	已到付款期限未收回的金额	未到付款期限的收款金额	已到期金额占应收余额比例
客户二	4,330.65	3,816.16	2,011.93	1,804.23	52.72%
经销商 A	836.44	498.04	152.17	345.87	30.55%
客户三	661.78	606.56	550.85	55.72	90.81%
客户四	400.00	388.75	21.25	367.50	5.47%
<b>合计</b>	<b>12,298.52</b>	<b>10,674.76</b>	<b>5,313.75</b>	<b>5,361.01</b>	<b>49.78%</b>

## 6、公司应收账款账龄按照单台机器的销售回款进行划分

公司采用了经销为主，直销为辅的商业模式。公司与经销商签订合同，经销商与终端客户签订合同。由于公司采取分期收款的模式，大部分余款在未来 12 个月至 24 个月内收取，公司考虑应收账款风险较高，公司在机器系统里设定了充值计数软件，代理商每月发需求向公司申请充值。同时，公司要求经销商在回款时必须提供单台机器分期款回款明细，便于公司核对终端客户的收款和充值数量是否匹配，及早发现存在经营隐患的终端客户，加强公司对单台设备回款能力进行评估，确保按单台设备回款情况划分应收账款账龄的准确性。

综上，长账龄应收款项主要系公司应收款项账龄按单台设备回款情况划分，而非按客户划分，及受宏观大环境和地区环保要求影响，客户回款放缓。公司对客户的回款能力进行了充分评估，不存在客户发生重大经营风险和财务风险的情况，公司应收款项不能收回的风险较低。历史上公司并未发生大额坏账损失，坏账准备的计提已综合考虑当期事项和前瞻性信息，公司坏账准备计提合理、充分。

### 会计师核查回复：

经核查，会计师认为：2022 年末未到期承兑的商业承兑汇票均系 3D 砂型打印机销售形成的应收款项，具有真实商业背景与商业实质。截止至 2022 年 12 月 31 日，商业承兑汇票均未到期，不存在逾期的情形，期后到期的商业承兑汇

---

票公司背书后，由供应商已经到期承兑。根据公司会计政策，商业承兑汇票按照应收款项连续账龄的原则计提坏账准则，期末商业承兑汇票坏账准备计提准确、充分。

由于公司采取分期收款的模式，大部分余款在未来12个月至24个月内收取，且公司应收款项账龄按单台设备回款情况划分，而非按客户划分，及近年受宏观大环境和地区环保要求影响导致期末应收账款存在较长账龄的款项。随着境外销售收入的增长，境外客户回款的及时性好于境内客户，及公司加大了催款力度，2022年末应收账款期末余额较期初减少1,810.77万元。

根据公司管理层对2022年末应收账款可收回性的评估、历史发生坏账损失的情况、客户经营情况和财务状况的了解分析、收入相关审计程序执行结果等，公司坏账准备计提充分，相关收入真实准确，符合公司会计政策以及《企业会计准则》的规定。

4. 报告期内，你公司向前五名客户合计销售金额为8,941.69万元，占年度销售总额的比例为67.90%，客户集中度较高。请结合公司销售模式、订单的取得方式、应收款项余额、是否为关联方、同行业可比公司情况以及行业惯例等，说明客户集中度较高的原因及合理性，是否对前述客户存在重大依赖。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

#### 一、两期公司销售模式和销售分布情况

公司国内市场主要采用经销模式来拓展终端市场，国内销售形成了以经销为主、直销为辅的营销模式，境外市场全部采用经销模式。

公司与国内外经销商合作关系稳定，本期没有发生重大的变化。2021年和2022年国内、境外经销商及其经销地区明细数据如下：

单位：台

经销商	主要覆盖的地区	2022 年度	2021 年度
经销商一	广东、广西、浙江、上海、福建、江西、四川、贵州、重庆、湖南、山东、江苏、安徽	122	165
经销商二	北京、天津、河北、山西、河南、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、山东、江苏、安徽	67	101
经销商三	广东、四川、浙江、上海、福建、重庆、湖北、江苏、安徽等	44	66
经销商四	辽宁、山东	1	-1
经销商五	湖北		-1
<b>国内经销小计</b>		<b>234</b>	<b>330</b>
<b>国内直销小计</b>		<b>20</b>	<b>15</b>
<b>国内合计</b>		<b>254</b>	<b>345</b>
经销商 A	韩国、斯里兰卡、巴基斯坦、泰国、黎巴嫩、阿联酋、新加坡、埃及、迪拜、尼日利亚、菲律宾、欧洲、马来西亚等	109	114
经销商 B	印度	56	65
经销商 C	欧洲、阿联酋、土耳其等	47	32
经销商 D	印度尼西亚	2	4
经销商 E	欧洲、美洲、非洲等	8	12
经销商 F	北美洲	2	0
经销商 G	俄罗斯	5	3
经销商 H	阿根廷		7
经销商 J	巴基斯坦		3
经销商 I	北美洲	4	0
其他经销商		8	14
<b>境外合计</b>		<b>241</b>	<b>254</b>
<b>境内外销售合计</b>		<b>495</b>	<b>599</b>

2022 年度销售数量较 2021 年度减少 104 台，减幅 17.36%，主要系国内市场一定程度上受到宏观大环境的影响，及行业竞争的加剧导致国内市场 CTP 销售数量的减少 91 台。由于公司主要采用经销的模式，2021 年度和 2022 年度经销数量的占比分别为 97.50%和 98.38%，经销占比较为稳定。

## 二、前五大客户销售情况

2021 年度和 2022 年度前五大客户销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2022 年度		2021 年度	
		销售额	占收入比例	销售额	占收入比例
1	经销商一	2,722.06	20.67%	3,751.21	24.45%
2	经销商 A	2,650.11	20.12%	2,423.73	15.80%
3	经销商 C	1,668.83	12.67%	1,028.66	6.71%
4	经销商二	1,482.95	11.26%	2,317.87	15.11%
5	经销商 B	1,344.30	10.21%	1,543.07	10.06%
<b>合计</b>		<b>9,868.26</b>	<b>74.93%</b>	<b>11,064.54</b>	<b>72.13%</b>

两期前五大客户均为 CTP 业务的经销商，而非关联系及直销客户。前五大客户两期销售金额和占比变动不大，主要系公司主要业务未发生变化，仍以 CTP 业务为主导，CTP 为印前设备，属于印刷设备较小的细分领域，从事此行业的客户均为业内资深企业，行业格局较为稳定，故此体现了公司销售较为集中的特点，双方为合作和相互依存的关系，并不存在单方面重大依赖的情形。2022 年前五大客户销售金额较上期减少 1,196.28 万元，主要系受国内宏观大环境的影响，国内终端需求减少，导致国内经销商一、经销商二本期销售减少。

---

### 三、主要前五大客户背景情况

#### (一) 深圳市克伦特印刷设备有限公司

深圳市克伦特印刷设备有限公司成立于 2006 年，具有丰富行业经验的打印设备和环保材料供应商，国家高新技术企业，是公司在南方区域的重要经销商。2007 年与公司开展业务。

#### (二) 北京时先九恒科技有限公司

北京时先九恒科技有限公司成立于 1999 年，是具有丰富行业经验的打印设备和环保材料供应商，是公司在北方区域的重要经销商。2009 年与公司开展业务。

#### (三) Uni Supplies Limited 裕力材料有限公司

裕力材料注册于香港，主要从事印前设备分销及直销。目前，业务范围包括亚太、欧洲和南美洲地区。裕力的管理层皆为业内资深人士，他们在 CTP 行业（如柯达和 ECRM）有超过 30 年市场销售及技术支持经验。2014 年与公司开展业务。

#### (四) Fujifilm Business Innovation Corp.

富士胶片公司是一家国际影像产品公司，业务涉及图像和医学影像方面，总部位于日本，并在世界各地设有分公司。富士全球业务包括印刷、医疗、民用胶卷数码相机等。公司自 2015 年开始与富士集团印刷事业部合作开展业务。

#### (五) TECHNOVA IMAGINGSYSTEMS PVT LTD

Technova 是印度最大的印刷版材制造商，在印度版材业务占有超过 70% 的市场份额。在印度拥有完善的销售网络，并在中东地区设有海外销售处。目前，与公司合作，使用自己品牌 Technova。目前 Technova 不仅是公司经销商，还是 Screen 网屏和 Krause CTP 的经销商。2015 年与公司开展业务。

#### 四、前五大客户应收账款目前的回收情况

截至 2023 年 4 月 30 日,公司前五大客户应收账款期后回款 2,045.93 万元,期后平均回款率 17.49%。期后回款明细如下:

单位:万元

客户名称	2022 年末应收账款余额		2023-1-1 至 4-30 回款金额		期后回款比例
	余额(人民币)	占期末应收账款比例	人民币	美元	
经销商一	6,033.01	40.28%	704.41		11.68%
经销商 A	836.44	5.58%	338.40	49.61	40.46%
经销商 C	259.77	1.73%	249.90	36.65	96.20%
经销商二	4,314.13	28.80%	514.49		11.93%
经销商 B	252.54	1.69%	238.74	35.02	94.54%
<b>合计</b>	<b>11,695.89</b>	<b>78.09%</b>	<b>2,045.93</b>	<b>121.29</b>	<b>17.49%</b>

截止至 2023 年 4 月 30 日,前五大客户期后回款 2,045.93 万元,期后回款比例 17.49%。由于境外客户预收款比例较高,收款期限短,回款及时性好,期后回款比例较高,三家境外客户期后回款 827.04 万元,期后回款比例 61.32%;境内客户因受宏观大环境的影响,前期欠款基数较大,且因年后经营资金周转需要,回款比例较低,两家境内客户期后回款 1,218.90 万元,期后回款比例 11.78%。

#### 会计师核查回复:

经核查,会计师认为:爱司凯根据 CTP 行业的特点及实际发展需要,采用以经销为主,直销为辅的销售模式符合商业规律;由于经销为公司主要销售模式,且公司产品为印刷细分领域印前打印专用设备,目前 CTP 仍为公司主要产品,两期前五大客户均为 CTP 境、内外经销商,故体现了销售客户集中度较高的特点。

两期前五大客户中我们未发现与公司、实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员及其亲属和持股 5%以上的股东存在关联关系。公司与经销商交易

为买断式，销售收入于终端客户验收合格或报关出口确认，符合《企业会计准则》的相关规定。

5. 报告期末，你公司存货期末账面余额 8,086.06 万元，同比减少 2.36%；本期计提存货跌价准备 309.29 万元，同比增加 87.62%，存货跌价准备期末余额为 1,161.23 万元，计提比例 14.36%。请结合存货库龄、存放状况、产品价格、产销情况、存货跌价准备的测试过程以及同行业公司存货跌价准备计提情况等，说明存货余额下降而存货跌价准备计提大幅增加的原因及合理性，前期存货跌价准备计提是否准确，产品是否存在积压、滞销风险。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

### 一、存货具体分类

公司日常核算中存货主要分为以下十大类，财务部每季度末都会对期末存货进行盘点、库龄分析、关注呆滞毁损的情况，根据存货状况、性质和公司的产品市场情况，按照公司会计政策计提存货跌价准备（如需）。2022 年期末和 2021 年期末存货余额和跌价计提情况如下：

单位：万元

序号	库存类别	2022 年 12 月 31 日				2021 年 12 月 31 日			
		账面余额	占账面余额比例	跌价准备	账面价值	账面余额	占账面余额比例	跌价准备	账面价值
1	生产原材料	3,207.16	39.66%	942.65	2,264.51	2,433.32	29.38%	680.75	1,752.57
2	工具	118.47	1.47%		118.47	116.04	1.40%		116.04
3	服务配件类	157.52	1.95%		157.52	160.75	1.94%		160.75
4	供应商返修物料	126.53	1.56%	26.27	100.26	82.80	1.00%	26.27	56.53
5	外协仓库	267.69	3.31%	36.62	231.07	285.83	3.45%	42.54	243.29

序号	库存类别	2022年12月31日				2021年12月31日			
		账面余额	占账面余额比例	跌价准备	账面价值	账面余额	占账面余额比例	跌价准备	账面价值
6	委外加工物资	154.83	1.91%		154.83	174.39	2.11%		174.39
7	研发类物料	2,033.69	25.15%	139.21	1,894.49	2,311.01	27.91%	178.40	2,132.61
8	在产品	1,004.10	12.42%		1,004.10	1,308.53	15.80%		1,308.53
9	库存商品	559.32	6.92%	16.49	542.83	896.04	10.82%	11.33	884.71
10	发出商品	456.74	5.65%		456.74	512.59	6.19%		512.59
<b>合计</b>		<b>8,086.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,161.23</b>	<b>6,924.83</b>	<b>8,281.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>939.29</b>	<b>7,342.01</b>

## 二、存货的库龄和存货准备计提方法

公司按照《企业会计准则》的规定，根据公司存货的特点，从谨慎性原则出发制定了存货跌价准备计提政策，并严格在日常核算中一贯执行存货跌价准备计提方法。截止至2022年12月31日，按照存货分类计提跌价准备说明如下：

单位：万元

序号	库存类别	存货描述	计提跌价准备的方法	库龄一年以内余额	库龄一年以上余额
1	生产原材料	生产用原材料、低值易耗品等	根据存货的可变现净值，结合存货的流动性计提跌价准备	2,189.48	1,017.68
2	工具	各类制造工具	定期检查、根据存货的可变现净值，计提跌价准备	24.42	94.05
3	服务配件类	服务总仓和各大区申请的维修配件		70.35	87.17
4	供应商返修物料	需供应商返修物料		71.85	54.69
5	外协仓库	底座、转鼓等需要预处理并沉降3个月的铸件类物料		147.66	120.03
6	委外加工物资	委托加工物资		14.57	140.26



序号	库存类别	存货描述	计提跌价准备的方法	库龄一年以内余额	库龄一年以上余额
7	研发类物料	研发项目所需物料	定期检查、根据期末各研发项目的实际进度和预期后续项目计划评估作为计提跌价的依据	781.94	1,251.75
8	在产品	产线在制品	定期检查，根据存货的可变现净值计提存货跌价准备	966.99	37.12
9	库存商品	已有订单、尚未发货的机器产成品		46.70	512.62
10	发出商品	已发往客户处、尚未获得验收单据的机器		435.04	21.70
<b>合计</b>				<b>4,749.00</b>	<b>3,337.07</b>

### （一）生产原材料

生产原材料包括制造机器设备的原材料和低值易耗品，占期末库存余额的39.66%。由于公司生产的CTP和3D砂型打印机属于高精设备，生产所属的零配件较多，针对生产用原材料存货跌价准备计提，公司在可变现净值测试的基础上，同时从谨慎性出发采用流动性进行补充计提。公司从原材料对应产品未来生产计划、所生产产品的销售情况、库龄、使用频次和成新率等方面来考量是否存在减值迹象，是否需计提存货跌价准备。

报告期末，公司的原材料均为产品生产的通用物料，因公司产品毛利率较高，且产品不存在保质期要求，在公司保管条件下也不存在残次、破损的情况，成新率情况较好。对期末原材料可变现净值进行计算，未发生大额减值准备。公司为防范库龄较长可能带来存货毁损跌价风险，出于谨慎原则结合物料的流动计提存货跌价准备，具体方法如下：若某一物料期末库龄一年以上物料的个数/期初物料的结果大于等于50%，说明该物料使用率低，则将该物料库龄一年以上的存货全额计提跌价准备。如计算结果低于50%，则说明该物料正常周转，不计提跌价准备。

报告期末大部分原材料可变现净值均高于成本，期末存货跌价准备主要按流动性补充计提，具体明细如下：

单位：万元

使用用途	账面余额	库龄		跌价准备	账面价值
		1 年以内	1 年以上		
生产材料	3,207.16	2,189.48	1,017.68	942.65	2,264.51

## （二）工具库

公司工具库存货主要为辅助机器设备生产制造组装的器具，用作辅助生产。公司对于工具管理制定了严格的管理要求，规定工具发生损毁、灭失时应立即申请报废。报告期末该类存货不存在跌价情况。

## （三）服务配件类

服务仓的物料包括服务总仓的物料和各大区工程师的维修配件。公司对于服务配件仓制定了严格的管理要求，规定维修工程师必须根据客户签字确认的配件单向服务仓库申请配件，服务仓根据当月实际耗用情况向原材料仓库申请补充库存，因此服务类配件仓处于低库存、流转率高的特点。报告期末该类仓库存货不存在跌价情况。

## （四）供应商返修物料

供应商返修物料仓材料是公司因来料存在质量问题返回给供应商代管进行维修的材料。由于供应商的来料质量问题，公司具有追索权，一般情况不会发生减值。2022 年末供应商返修物料跌价准备余额 26.27 万元，系 2020 年因部分返修物料经与供应商沟通，供应商以非质量问题为由拒绝更换，协商多次没有结果，公司出于谨慎性原则于 2020 年度对该部分返修物料全额计提跌价准备 26.27 万元。

## （五）外协物料

外协物料仓材料主要系公司根据未来 3 个月的订单预测向原材料供应商订货后直接寄存至委外加工供应商处由其代管加工，该仓库材料主要是底座、铝管（转鼓的毛坯）等需要预处理、体积大、并沉降 3 个月以上的铸件类。

---

公司按订单生产（只针对热销机型保留少量库存机），因此公司的采购订单与未来 3 个月的预测订单直接挂钩，且该批物料存在沉降时间越长产品性能越稳定的关系。2020 年末发现部分底座由于不适用现存机型，公司出于谨慎性原则，对期末适用性极低的外协物料全额计提跌价准备 42.54 万元，2022 年有部分外协物料用于生产领用，转回跌价准备 5.92 万。

#### **（六）委外加工物资**

委外加工物资系公司根据生产订单预测需求向委外加工供应商按需下单发料，存在库龄短、生产周期短的特点，报告期末该类仓库存货不需计提跌价。

#### **（七）研发类物料**

研发类物料的采购主要系由研发项目需求产生的，同时物料进行分仓管理，分为研发项目仓和研发通用仓。规定研发物料若发生毁损、灭失应立即申请报废。项目仓库的研发物料根据研发需求采购，财务部定期跟踪研发项目进度，根据管理层对研发项目计划评估，对期末处于中止状态的项目，或后续研发项目和生产不需用的材料全额计提存货跌价准备。截至 2022 年 12 月 31 日，研发项目库计提跌价准备 16.18 万元，研发通用仓计提跌价准备 123.03 万元。

#### **（八）在产品**

公司的生产模式为按客户订单排产，因此绝大部分在产品、库存商品和发出商品有着库龄短的特点。CTP 生产周期为两周，3D 砂模打印机的生产周期为一个月，因此从排生产订单到客户验收期间时间短，不易发生价格波动。

期末公司对该类存货按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。产成品和用于出售的其他存货，以其估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；在产品以其所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

单位：万元

类别	账面金额	继续加工成本	预计销售费用	预计税金	达到可售状态成本及预计销售费用税金合计	预计售价	跌价金额
在产品-3D 配件	13.23						
在产品-CTP 配件	256.13						
在产品-CTP 机架	637.79	116.43	34.19	177.81	966.24	1,288.00	
在产品-3D 机架	96.95	18.80	8.50	44.18	168.42	320.00	
<b>小计</b>	<b>1,004.10</b>	<b>135.23</b>	<b>42.69</b>	<b>221.99</b>	<b>1,134.66</b>	<b>1,608.00</b>	

上表中配件系公司为了提高后续生产效率而对部分零件进行简单的组装，该部分配件周转时间短，且为合格品，不存在减值情形。

在产品为 CTP 机架 61 台，3D 机架 2 台，根据机架的完工进度计算继续加工成本（包括材料投入、直接人工和制造费用）、预计销售费用和预计税金。根据计算结果，可变现净值高于存货成本，在产品无需计提存货跌价准备。

### （九）库存商品

单位：万元

类别	数量	账面价值	预计销售费用	预计税金	达到可售状态成本及预计销售费用税金合计	预计售价	跌价金额
3D 砂型打印设备 S800	1.00	60.10	9.01	13.23	82.34	115.00	
CTP 及其配套	44.00	398.81	41.04	71.29	511.14	604.85	16.49
软件	132.00	100.41	4.37	22.71	127.48	164.50	
<b>小计</b>	<b>177.00</b>	<b>559.32</b>	<b>54.42</b>	<b>107.23</b>	<b>720.96</b>	<b>884.35</b>	<b>16.49</b>

如同（八）在产品中所述，公司按订单排产，生产周期短，价格不易发生波动。报告期末财务部根据库存商品清单，其估计售价减去估计的销售费用（按照商品不含税价格 3% 计算）和相关税费（根据售价计算增值税及其附加）后的金额，确定其可变现净值均高于账面价格。报告期末库存商品总体可变现净值高于其成本费用，但存在 5 台 CTP 由于机型较老，且近期未发生销售计提跌价准备 16.49 万元。

## (十) 发出商品

单位：万元

类别	数量	账面价值	预计销售费用	预计税金	达到可售状态成本及预计销售费用税金合计	预计售价	跌价金额
CTP 及其配套	31.00	456.74	24.78	61.85	543.38	877.39	
<b>小计</b>	<b>31.00</b>	<b>456.74</b>	<b>24.78</b>	<b>61.85</b>	<b>543.38</b>	<b>877.39</b>	

发出商品是指已发往客户处、尚未获得验收单据的机器，报告期末财务部根据库存商品清单，其估计售价减去估计的销售费用（按照商品不含税价格 3% 计算）和相关税费（根据售价计算增值税及其附加）后的金额，确定其可变现净值均高于账面价格。报告期末发出商品无需计提存货跌价准备。

### 三、存货账面余额与计提跌价准备变动情况

#### (一) 两期存货账面余额变动情况

单位：万元

序号	库存类别	2022 年余额	2021 年余额	变动额	变动额占比	变动比例
1	生产原材料	3,207.16	2,433.32	773.85	-396.35%	31.80%
2	工具	118.47	116.04	2.43	-1.25%	2.10%
3	服务配件类	157.52	160.75	-3.23	1.66%	-2.01%
4	供应商返修物料	126.53	82.80	43.73	-22.40%	52.81%
5	外协仓库	267.69	285.83	-18.14	9.29%	-6.35%
6	委外加工物资	154.83	174.39	-19.56	10.02%	-11.22%
7	研发类物料	2,033.69	2,311.01	-277.32	142.04%	-12.00%
8	在产品	1,004.10	1,308.53	-304.42	155.92%	-23.26%
9	库存商品	559.32	896.04	-336.73	172.46%	-37.58%
10	发出商品	456.74	512.59	-55.85	28.60%	-10.90%
<b>合计</b>		<b>8,086.06</b>	<b>8,281.30</b>	<b>-195.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>-2.36%</b>

2022 年末存货余额较 2021 年末减少了 195.24 万元，减幅 2.36%，主要系库存商品、在产品、研发材料减少所致，研发材料减少了 277.32 万元，主要系本

期国家项目“轨道几何尺寸检查装置研制”项目结项，耗用较多研发材料所致；在产品减少了 304.42 万元，库存商品减少了 336.73 万元，发出商品减少了 55.85 万元，三项合计减少了 697.00 万元，主要系受宏观环境影响，期末生产任务未能按期完成；原材料增加了 773.85 万元，主要系 CTP 量产和喷头量产备料，以及期末生产任务完成滞后所致。

## （二）两期计提跌价准备变动情况

单位：万元

序号	库存类别	2022 年计提	2021 年计提	计提变动额	计提变动额占比	计提变动比例
1	生产原材料	279.75	153.52	126.23	100.67%	82.22%
2	库存商品	10.49	11.33	-0.84	-0.67%	-7.41%
<b>合计</b>		<b>290.24</b>	<b>164.85</b>	<b>125.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>76.06%</b>

### 1、生产原材料

2022 年度计提金额较 2021 年度增加 126.23 万元，增幅为 82.22%，主要系公司产品更新升级，有部分原材料不适用现存机型，按公司存货跌价计提政策全额计提跌价准备所致。

### 2、库存商品

2022 年计提金额较 2021 年减少 6.17 万元，下降幅度 54.47%，主要系 2021 年度存在两台 CTP 机型较老，单价高，长期未销售计提跌价所致。

### 会计师核查回复：

公司根据可变现净值，结合存货的流动性，根据存货库龄、存放状态等其他因素计提跌价准备。2022 年末存货余额下降而存货跌价准备计提增加，主要原因系产品更新升级，库存部分原材料不适用现存机型，导致长库龄物料增加，按照公司会计政策计提存货跌价准备增加。

我们在存货监盘过程中观察存货的数量、状况、出入库记录等，对公司存货跌价准备计提政策进行了评估，获取库龄和存货跌价计提的依据进行检查，选取样本对可变现净值的计算过程及关键假设进行复核和测试，按照公司的会计政策

重新计算了存货跌价准备，未见重大异常情况。存货跌价准备计提方法恰当，计算金额准确，存货跌价准备计提依据充分。

6. 报告期末，你公司预付款项余额 377.30 万元；2023 年第一季度末，你公司预付款项余额 439.23 万元，较期初增长 18.36%。请你公司说明预付账款涉及主要采购合同的交易对方及其是否与公司存在关联关系、采购内容、采购金额、支付约定等，存货跌价准备计提比例较高的情形增加对外采购的原因及合理性。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

#### 一、预付款项余额按性质分类

两期末预付款项余额按性质分类，及变动情况如下表：

单位：万元

项目类别	2023 年 3 月 31 日		2022 年 12 月 31 日		变动金额	变动比例
	期末余额	占期末余额比例	期末余额	占期末余额比例		
材料采购	303.91	69.19%	288.74	76.53%	15.17	5.25%
房租费用	24.61	5.60%	15.03	3.98%	9.58	63.73%
其他费用	110.71	25.21%	73.53	19.49%	37.18	50.57%
<b>合计</b>	<b>439.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>377.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>61.92</b>	<b>16.41%</b>

2023 年 3 月 31 日预付款项余额较 2022 年 12 月 31 日增加 61.92 万元，主要系预付展会费用等导致其他费用类别增加 37.18 万元，占预付款增加额的 60.05%。预付房租费用增加 9.58 万元，主要系新签订两套员工住房，新增预付租金所致。材料采购预付金额增加 15.17 万元，系公司对生产所需物资的采购，截止至 2023 年 4 月 30 日，公司尚未对 2022 年 12 月 31 日存货跌价准备计提比例较高的物料进行采购。

## 二、期末前十大预付采购款情况

各期末预付账款前十大采购合同的交易对方、与公司关系、采购内容、采购金额、支付约定的情况如下：

### （一）2023年3月31日前十大预付采购款情况

单位：万元

供应商名称	与公司关系	采购内容	合同金额	支付约定	预付款金额
供应商一	非关联方	材料采购	226.80	签订合同预付30%，发货支付60%，收到发票支付10%	59.78
供应商二	非关联方	材料采购	63.70	先款后货	27.26
供应商三	非关联方	材料采购	63.87	预付40%	20.67
供应商四	非关联方	其他费用（展会费）	25.08	预付100%	17.95
供应商五	非关联方	其他费用（保险费）	25.30	预付100%	17.90
供应商六	非关联方	材料采购	52.60	先款后货	17.04
供应商七	非关联方	其他费用（广告费）	19.98	预付80%	16.00
供应商八	非关联方	材料采购	14.42	预付100%	14.42
供应商九	非关联方	其他费用（展会费）	13.71	预付100%	13.71
供应商十	非关联方	材料采购	11.37	预付100%	11.37
<b>合计</b>			<b>516.83</b>		<b>216.10</b>

2023年3月31日前十大预付款216.10万元，占期末预付总额的49.20%，占前十大合同金额的41.81%。前十大预付款中预付材料采购款150.54万元，预付展会、广告和保险费65.56万元。

### （二）2022年12月31日前十大预付采购款情况

单位：万元

供应商名称	与公司关系	采购内容	合同金额	支付约定	预付款金额
供应商一	非关联方	材料采购	226.80	签订合同预付30%，发货支付60%，收到发票支付10%	88.43



供应商名称	与公司关系	采购内容	合同金额	支付约定	预付款金额
供应商六	非关联方	材料采购	105.30	先款后货	69.74
供应商三	非关联方	材料采购	63.13	预付 40%	21.52
供应商十一	非关联方	其他费用（咨询费）	20.00	预付 100%	20.00
供应商十二	非关联方	材料采购	198.00	签订合同预付 20%，发货支付 50%，验收合格支付 30%	17.00
供应商二	非关联方	材料采购	52.80	先款后货	16.37
供应商十三	非关联方	其他费用（服务费）	30.00	签订合同支付 10 万元，完成第一阶段支付 10 万，完成第二阶段支付 10 万	10.00
供应商十四	非关联方	材料采购	78.00	合同签订支付 30%，发货支付 60%，验收合格支付 10%	8.41
供应商十五	非关联方	其他费用（加油费）	8.15	预付 100%	8.15
供应商十六	非关联方	材料采购	7.64	预付 100%	7.64
<b>合计</b>			<b><u>789.82</u></b>		<b><u>267.26</u></b>

2022 年 12 月 31 日前十大预付款 267.26 万元，占期末预付总额的 70.83%，占前十大合同金额的 33.84%。前十大预付款中预付材料采购款 229.11 万元，预付咨询、服务和加油费 38.15 万元。

综上，2023 年 3 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日预付款均基于公司经营需要，依据签署的合同或商业惯例进行结算和支付款项，交易对方与公司不存在关联关系。

#### 会计师核查回复：

公司预付账款系基于经营需求采购，按照签署的合同或商业惯例进行结算和支付，严格执行公司采购内控制度。2023 年 3 月 31 日预付款项余额较 2022 年 12 月 31 日增加 61.92 万元，主要系预付展会、广告和保险费用导致其他费用项目增加 37.18 万元。截止至 2023 年 4 月 30 日，公司尚未对 2022 年 12 月 31 日存货跌价准备计提比例较高的物料进行采购。对前十大预付款交易对方进行穿透检查，未发现其与公司存在关联方关系。

---

[此页无正文]

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

二〇二三年五月二十六日