



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

关于锐捷网络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的回复

华兴专字[2021]21003170072号

深圳证券交易所:

根据贵所于2021年1月18日出具的《关于锐捷网络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》(审核函〔2021〕010097号,以下简称“问询函”)的要求,华兴会计师事务所(特殊普通合伙)以下简称(“我们”或“申报会计师”)作为锐捷网络股份有限公司(以下简称“公司”或“发行人”)的申报会计师,对问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下:

问题2: 关于资产独立性

申报文件显示:

(1) 发行人与控股股东星网锐捷共用“锐捷”“Ruijie”等商标。该8项商标由星网锐捷授权许可发行人使用,发行人称被授权使用的商标主要用于产品的市场宣传。

(2) 星网锐捷对上述商标的授权许可为独占许可,未同时授权其他方使用,且授权商标的许可使用期限较长。

(3) 星网锐捷将上述商标授权至发行人使用时未收取对价。

(4) 报告期内,发行人作为承租方向控股股东星网锐捷租赁部分办公场所,租赁场地分别位于福州市星网锐捷科技园和锐捷科技园等地,该地址亦为星网锐捷的办公地址所在地。报告期各期,相关租赁费用分别为643.77万元、643.77万元、643.77万元和321.88万元,占当期公司物业租赁费用的比例分别为12.51%、8.10%、7.42%及7.56%。

请发行人：

（1）披露发行人产品使用上述被授权商标的具体情况，包括报告期各期产品类型、涉及数量、销售金额及占比、各期合计销售收入及占比。

（2）披露星网锐捷向发行人无偿授权使用上述商标是否内部决策履行程序，“不存在纠纷或潜在纠纷”的依据是否充分，上述商标到期无法续期或者终止许可对发行人生产经营的影响及应对措施，星网锐捷授权使用发行人使用其商标情形是否对发行人独立性产生重大不利影响。

（3）结合发行人其他资产情况，分析并披露发行人资产是否独立于关联方，发行人在核心资产方面对关联方是否存在重大依赖。

（4）说明发行人和关联方的办公场地是否已有效隔离，双方生产设备是否存在相同或者相似的情形，是否存在共用情形，是否已建立了保证生产独立性的措施及相关措施的有效性。

（5）结合市场价格，分析并披露向关联方租赁价格的公允性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（1）、（5）发表明确意见。

回复：

2.1 发行人说明

一、披露发行人产品使用上述被授权商标的具体情况，包括报告期各期产品类型、涉及数量、销售金额及占比、各期合计销售收入及占比。

报告期内，公司存在 8 项被星网锐捷授权使用使用的商标，具体如下：

序号	权利人	注册商标	商标注册号	注册类别	有效期限
1	星网锐捷		3399113	9	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日
2	星网锐捷		26132539	42	2018 年 11 月 28 日至 2028 年 11 月 27 日
3	星网锐捷		26138716	41	2018 年 9 月 7 日至 2028 年 9 月 6 日

序号	权利人	注册商标	商标注册号	注册类别	有效期限
4	星网锐捷		26140149	38	2018 年 9 月 7 日至 2028 年 9 月 6 日
5	星网锐捷		26143902	37	2018 年 9 月 14 日至 2028 年 9 月 13 日
6	星网锐捷		26146205	16	2018 年 9 月 14 日至 2028 年 9 月 13 日
7	星网锐捷		4483010	41	2018 年 9 月 28 日至 2028 年 9 月 27 日
8	星网锐捷		4197687	9	2016 年 11 月 21 日至 2026 年 11 月 20 日

报告期内,公司使用上述授权使用商标的软件产品包括整机设备中的嵌入式软件以及独立软件产品,对应各期销售数量、收入及占比如下:

单位: pcs,万元

产品类型	2020 年			2019 年			2018 年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比	数量	金额	占比
嵌入式软件	68,014	2,435.31	0.36%	-	-	-	-	-	-
独立软件	336	1,008.76	0.15%	248	1,264.27	0.25%	16	530.41	0.13%
总计	68,350	3,444.07	0.51%	248	1,264.27	0.25%	16	530.41	0.13%

2020 年,公司使用上述授权商标的嵌入式软件产品为公司 S1930 型号 SMB 交换机中的系统软件。2021 年 4 月,该型号产品的嵌入式系统软件已进行升级,后续生产的该产品不再使用星网锐捷授权商标。同时,公司使用上述授权商标的独立软件均已更换为公司自有商标。

五、结合市场价格,分析并披露向关联方租赁价格的公允性。

报告期内,公司向关联方租赁房产共 3 处,均为向星网锐捷租赁,具体情况如下表所示:

序号	承租人	出租人	地址	承租面积 (平方米)	承租期限	租赁单价 (元/平方米)	可比周边区域	可比周边区域租 赁单价区间(元/ 平方米)
1	锐捷网络	星网锐捷	海西锐捷科技园综合楼、2号楼3、4、6、7层及地下室部分区域	4,344.13	2018.1.1-2018.12.31	24.42	福州高新区海西高新技术产业园、福州高新区地铁口创新园	20-25
				2,929.13	2019.1.1-2020.12.31			
2	北京锐捷	星网锐捷	海西锐捷科技园2号建筑物6层部分区域	1,415.00	2018.1.1-2022.12.31	24.42		20-25
3	锐捷网络	星网锐捷	金山锐捷科技园19号楼1-4层,20号楼1-3层	9,694.54	2018.1.1-2020.12.31	47.16	福州市金山大道618号21-22#A区	47-52

从上表可以看出,公司向星网锐捷租赁房产价格位于周边市场可比租赁单价区间内,租赁价格公允。

【申报会计师核查】

一、针对问题(1)和(5),我们主要执行了如下核查程序:

1、获取报告期内公司使用星网锐捷授权商标的产品销售明细。

2、对公司财务及业务部门人员进行访谈,了解授权商标在公司产品的具体使用情况、重要性程度、对未来生产经营的具体影响。

3、查阅公司及子公司与星网锐捷签署的房产租赁合同及租金缴纳凭证;通过公开渠道等了解公司及子公司租赁星网锐捷房产周边区域租赁价格。

二、核查意见

经核查,我们认为:

1、星网锐捷授权发行人使用的商标主要用于发行人产品的市场宣传。报告期各期,使用授权商标的产品销售收入占比较小。截至本问询回复签署日,公司新生产的产品均已停止使用上述授权商标。

2、发行人向关联方租赁房产价格处于周边市场可比租赁价格的合理区间内,租赁价格公允。

问题6:关于关联方资金拆借

申报文件显示,报告期内发行人和关联方存在多项大额资金拆借,发行人向控股股东星网锐捷累计借入款项24.07亿元,控股股东星网锐捷向发行人累计借入款项4,000万元。

请发行人:

(1)逐笔说明报告期各期与关联方资金拆借及款项还款的情况,包括主体、金额、期限、原因等。

(2)结合关联方借出资金利率,以及发行人和关联方向银行借款利率情况,说明拆借利率的公允性。

(3)结合报告期内发行人现金流情况,说明发行人对关联方资金是否存在重大依

赖。

(4) 披露相关拆借资金是否来源于星网锐捷的募集资金。

(5) 披露发行人资金拆借履行的决策程序，是否影响发行人的独立性和财务规范运作，发行人资金管理制度及有效性，防范关联方资金占用的内控制度是否健全有效。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（5）发表明确意见。

回复：

6.1 发行人回复

一、逐笔说明报告期各期与关联方资金拆借及款项还款的情况，包括主体、金额、期限、原因等

(一) 公司向控股股东星网锐捷借入资金的具体情况

由于公司近年来业务规模不断增长，且存在收入季节性波动造成的全年经营活动现金流入不均衡的情形，为满足日常经营活动和业务扩张中的流动资金需求，发行人在自有资金不足时曾向控股股东星网锐捷拆借资金，借款期限为最迟于借款当年年底归还。

报告期各期，该等借款均于到期前归还，具体明细逐笔列示如下：

年度	性质	借款时间	借款金额 (万元)	最迟还款期限	还款日期	还款金额 (万元)	原因
2018 年度	拆入 资金	2018/1/2	1,000.00	2018/12/31	2018/2/12	1,000.00	流动资金 需求
		2018/2/5	5,000.00	2018/12/31	2018/4/3	10,000.00	
		2018/2/7	3,000.00	2018/12/31			
		2018/2/8	2,000.00	2018/12/31			
		2018/3/13	6,000.00	2018/12/31	2018/5/28	2,000.00	
					2018/5/31	1,000.00	
					2018/7/27	3,000.00	
		2018/3/21	3,000.00	2018/12/31	2018/7/30	2,000.00	
					2018/8/14	1,000.00	
		2018/5/7	2,000.00	2018/12/31	2018/8/14	2,000.00	
		2018/5/22	16,000.00	2018/12/31	2018/8/14	2,000.00	
					2018/8/28	5,000.00	
					2018/8/31	5,000.00	
					2018/9/12	4,000.00	
		2018/5/23	16,000.00	2018/12/31	2018/9/12	1,000.00	
					2018/9/18	5,000.00	
	2018/9/29				10,000.00		
合计	-	54,000.00	-	-	54,000.00		

年度	性质	借款时间	借款金额 (万元)	最迟还款期限	还款日期	还款金额 (万元)	原因
2019 年度	拆入 资金	2019/1/30	5,000.00	2019/12/31	2019/7/26	5,000.00	流动资金 需求
		2019/2/2	20,000.00	2019/12/31	2019/8/2	5,000.00	
					2019/8/6	5,000.00	
					2019/8/9	5,000.00	
					2019/8/19	5,000.00	
		2019/2/13	10,000.00	2019/12/31	2019/8/23	5,000.00	
					2019/8/28	5,000.00	
		2019/2/20	2,000.00	2019/12/31	2019/8/29	2,000.00	
		2019/2/25	3,000.00	2019/12/31	2019/8/29	3,000.00	
		2019/3/8	5,000.00	2019/12/31	2019/8/30	5,000.00	
		2019/5/20	35,000.00	2019/12/31	2019/9/2	5,000.00	
					2019/9/26	5,000.00	
					2019/11/22	5,000.00	
					2019/11/29	5,000.00	
					2019/12/6	5,000.00	
					2019/12/18	5,000.00	
					2019/12/19	5,000.00	
	合计	-	80,000.00	-	-	80,000.00	
2020 年度	拆入 资金	2020/1/14	15,000.00	2020/12/31	2020/2/27	10,000.00	流动资金 需求
					2020/4/1	5,000.00	
		2020/1/15	5,000.00	2020/12/31	2020/4/15	5,000.00	
		2020/1/19	40,000.00	2020/12/31	2020/4/23	5,000.00	
					2020/6/8	10,000.00	
					2020/6/17	10,000.00	
					2020/6/18	5,000.00	
					2020/6/23	5,000.00	
					2020/6/28	5,000.00	
		2020/2/21	10,000.00	2020/12/31	2020/7/3	5,000.00	
					2020/7/14	5,000.00	
		2020/2/24	5,000.00	2020/12/31	2020/7/27	5,000.00	
		2020/2/26	10,000.00	2020/12/31	2020/7/28	5,000.00	
					2020/7/31	5,000.00	
		2020/3/3	10,000.00	2020/12/31	2020/8/7	10,000.00	
	合计	-	95,000.00	-	-	95,000.00	

(二) 其他零星资金拆借的具体情况

报告期内，出于临时性资金周转需求，公司及关联方之间曾存在零星资金拆借的情况，逐笔列示如下：

关联方	性质	借款日期	借款金额	最迟还款期限	还款日期	还款金额	原因
星网锐捷（香港）	拆入资金	2019/1/24	5 万美元	2020/7/23	2020/6/30	5 万美元	临时性资金周转需求
星网锐捷	拆出资金	2018/10/29	3,000 万元	2018/12/31	2018/12/10	3,000 万元	临时性资金周转需求
		2018/11/16	1,000 万元	2018/12/31	2018/12/11	1,000 万元	

截至2020年8月7日，公司与关联方之间的拆借款已全部归还，自2020年7月起，公司与关联方之间未发生新的资金拆借行为。

二、结合关联方借出资金利率，以及发行人和关联方向银行借款利率情况，说明拆借利率的公允性

上述关联方资金拆借利率参考银行同期贷款利率确定，定价公允。利率定价与银行基准贷款利率、关联方借出资金利率的对比情况如下：

年度	关联方	性质	金额	利率	银行基准贷款利率	星网锐捷对其他子公司借款利率	
						升腾资讯	德明通讯
2018 年	星网锐捷	拆入资金	5.4 亿元	4.35%	4.35%	4.35%	4.35%
		拆出资金	4,000 万元	4.35%	4.35%	4.35%	4.35%
2019 年	星网锐捷	拆入资金	8 亿元	4.35%	4.35%	4.35%	4.35%
	星网锐捷（香港）	拆入资金	5 万美元	4.20%	4.35%	4.35%	4.35%
2020 年	星网锐捷	拆入资金	9.5 亿元	4.35%	4.35%	4.35%	4.35%

如上表所示，发行人与关联方资金拆借利率根据银行同期贷款利率定价，且与星网锐捷对其他子公司借款利率水平无明显差异。

2020年起，公司筹划分拆上市事项，为规范及减少关联方资金拆借，逐步增加了在各家银行的授信额度及信用借款。2020年，为应对疫情、推进复工复产，各地金融机构加大了对疫情防控重点领域的专项信贷支持。作为福建省疫情防控重点保障企业，公司获得金融机构融资优惠贷款支持，同期银行短期借款利率为3.20~3.95%，略低于向母公司拆入资金利率。

三、结合报告期内发行人现金流情况，说明发行人对关联方资金是否存在重大依赖

报告期内，发行人具备较强的盈利能力，各年度经营活动产生的现金流量充裕，具备良好的商业信誉及偿付能力。2020年起，公司已从多家商业银行获得授信，可以较为便捷地通过增加银行借款的方式补充资金需求，对关联方资金不存在重大依赖。此外，

公司股票发行上市后融资渠道将增加，未来也将根据业务发展需要适时通过资本市场直接融资方式筹集资金，满足各项发展规划的投资需求，进一步降低对关联方资金拆借的依赖。具体情况如下：

（一）发行人具备良好的商业信誉及偿付能力，可以通过增加银行借款的方式补充资金需求

发行人具备较强的盈利能力，经营活动产生的现金流量充裕。2018年至2020年各年度经营活动产生的现金流量净额分别为26,592.26万元、21,592.41万元及26,837.46万元。

2020年起，公司逐步增加了与商业银行的借贷合作。截至2020年12月31日，发行人已获得银行授信额度21.55亿元（含外币折算），已使用额度10.57亿元，剩余未使用授信额度较为充裕。随着发行人盈利能力的持续增强及与银行合作的持续开展，预计未来银行授信额度将进一步增加。因此，发行人可以通过增加银行借款的方式补充资金需求，无需再向关联方拆入资金。

（二）本次发行上市将有利于公司获得新的融资渠道，进一步降低对关联方资金拆借的依赖

本次上市完成后，公司将获得股权融资平台，拓宽融资渠道，融资能力进一步增强。未来根据业务发展需要，公司可适时通过资本市场直接融资方式筹集资金，满足各项发展规划的投资需求，进一步降低对关联方资金拆借的依赖。

四、披露相关拆借资金是否来源于星网锐捷的募集资金

（一）星网锐捷历次募集资金及使用情况

2010年6月，星网锐捷经中国证券监督管理委员会证监许可[2010]407号《关于核准福建星网锐捷通讯股份有限公司首次公开发行股票批复》核准，首次向社会公开发行人民币普通股（A股）4,400万股，募集资金总额102,080万元，实际募集资金净额为99,445.74万元，业经福建华兴会计师事务所有限公司于2010年6月11日出具的“闽华兴所（2010）验字E-008号”《验资报告》审验。

上述募集资金由星网锐捷开设募集资金专项账户管理，分别用于固网支付终端和系

统产业化项目、DMB联网信息发布系统及终端产品研发与生产项目、网络、通讯、终端产品海西园生产基地建设项目的建设及经董事会审议通过，并由独立董事、监事会、保荐机构发表明确意见的偿还银行贷款、补充流动资金等用途。

截至2014年12月31日，星网锐捷募集资金拟投资项目已全部完成并结项。2015年4月23日，其2014年度股东大会审议通过了《关于使用部分超额募集资金永久性补充流动资金的议案》，同意将超额募集资金中剩余的3,799.89万元人民币及募集资金专户累计利息用于永久性补充日常经营流动资金需要。

截至问询函回复签署日，除首次公开发行股票募集资金外，星网锐捷不存在其他募集资金行为。

（二）上述相关拆借资金不来源于星网锐捷的募集资金

如前所述，星网锐捷募集资金采用资金专项账户管理，用于计划投资项目、偿还银行贷款及补充流动资金等用途；截至2014年12月31日，星网锐捷募集资金拟投资项目已全部完成并结项，剩余少量资金于2015年4月经股东大会审议用于永久性补充日常经营流动资金。

报告期内，不存在公司向星网锐捷拆借资金来源于星网锐捷募集资金的情形。

五、披露发行人资金拆借履行的决策程序，是否影响发行人的独立性和财务规范运作，发行人资金管理制度及有效性，防范关联方资金占用的内控制度是否健全有效

报告期内公司与关联方之间的关联资金拆借交易，均已根据锐捷网络执行的公司章程、合同管理制度、资金管理办法等管理制度要求，履行了总经理决策、董事会、股东大会审议等内部审议程序，以及必要的关联交易回避表决程序；发行人独立董事出具独立意见，确认报告期内发行人发生的关联交易事项真实，是公司生产经营及业务发展正常所需，均在遵循有偿、公平、自愿的原则上参照市场价格协商定价，不存在损害公司和全体股东利益的行为。同时，锐捷网络已根据《公司法》《证券法》以及中国证监会颁布的《上市公司治理准则》《上市公司章程指引（2019）》《创业板股票上市规则》等有关规定，制定了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理办法》《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》《控

股股东、实际控制人行为规范》等内部决策及控制制度，对关联交易行为予以规范。公司关于关联交易的审议程序符合其公司章程及内部决策和控制制度的规定。

报告期内，公司已经建立、健全了内部控制制度且有效执行。申报会计师华兴会计师事务所出具了无保留意见的《内控鉴证报告》，认为公司“按照财政部《企业内部控制基本规范》于2020年12月31日在所有重大方面保持了与会计报表相关的有效的内部控制”。

综上所述，报告期内公司与关联方之间的关联资金拆借事项已经履行锐捷网络必要的内部审议程序，公司关于关联交易的审议程序符合其公司章程及内部决策和控制制度的规定。经锐捷网络股东大会审议及独立董事确认，报告期内发行人与关联方之间的关联资金拆借价格公允，该等关联交易不属于严重影响发行人独立性或者显失公允的关联交易，不存在损害发行人及其股东利益的情况，也不会对发行人的生产经营构成重大不利影响。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、访谈发行人财务负责人，了解发行人向控股股东和其他关联方拆入/拆出资金的原因、资金金额、使用用途、利息的计提和支付情况。

2、取得并查阅了与关联方资金拆借相关协议、记账凭证、后附的银行回单、利息计提的记账凭证等资料。

3、取得并查阅了关联方资金拆借利息计算表、复核银行同期贷款利率及利息计提的准确性。

4、获取报告期内发行人的银行日记账及银行流水，核查发行人向关联方拆入资金前后的大额支出情况，核实拆入资金的主要用途。

5、核查并判断发行人盈利能力的持续性、偿债能力和偿债风险、经营风险和持续经营能力等，综合分析发行人的财务风险和经营风险，判断发行人财务状况是否良好，是否存在影响持续经营的因素。

6、取得发行人银行授信合同和银行借款协议等资料，了解发行人获得的银行授信额

度及使用情况。

7、查阅星网锐捷年度募集资金存放与使用情况专项报告，核查其募集资金投资项目的进展情况。

8、取得并查阅了发行人关于关联方资金拆借的内部管理制度和审批文件、锐捷网络的《公司章程》及《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理办法》《防范控股股东及其他关联方资金占用制度》《控股股东、实际控制人行为规范》等内部治理制度，锐捷网络审议关联交易的董事会及股东大会决议文件、独立董事出具的独立意见、关联方填写的调查问卷等文件资料，并访谈了发行人的财务负责人了解报告期内发行人资金拆借履行的具体决策程序。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，为满足日常经营活动和业务扩张中的流动资金需求，发行人在自有资金不足时曾向控股股东星网锐捷拆借资金，借款期限为最迟于借款当年年底归还，均于到期前归还；此外，出于临时性资金周转需求，发行人及关联方之间曾存在少量的资金拆借，均为短期借款。

2、发行人与关联方资金拆借利率根据银行同期贷款利率定价，利率定价公允。

3、报告期内，发行人具备较强的盈利能力、良好的商业信誉及偿付能力，可以较为便捷地通过增加银行借款的方式补充资金需求，对关联方资金拆借不存在重大依赖。

4、报告期内，不存在公司向星网锐捷拆借资金来源于星网锐捷募集资金的情形。

5、报告期内，发行人关联方资金拆借事项已经履行锐捷网络必要的内部审议程序，关联交易审议程序符合其公司章程及内部决策和控制制度的规定。该等资金拆借事项不属于严重影响发行人独立性或者显失公允的关联交易，不存在损害发行人及其股东利益的情况，也不会对发行人的生产经营构成重大不利影响。

问题 7：关于关联交易

申报文件显示：

(1) 报告期内，发行人向关联方星网锐捷采购整机设备金额分别为 9,361.59 万元、

7,657.32 万元、11,541.41 万元和 5,050.92 万元,采购纯代工服务费用分别为 5,906.07 万元、5,324.48 万元、7,175.27 万元和 5,158.03 万元。

(2) 报告期内,发行人向关联方销售商品、提供劳务的金额分别为 14,604.26 万元、7,226.75 万元、3,281.06 万元及 2,297.89 万元,其中金额较大的关联方为福建星网锐捷通讯股份有限公司、星网锐捷(香港)有限公司、上海爱伟迅数码科技有限公司、安徽卓智信息技术有限公司。

请发行人:

(1) 披露向关联方星网锐捷采购的具体产品、金额、采购纯代工服务的具体内容、金额,分析采购价格是否公允。

(2) 披露发行人和星网锐捷、星网锐捷(香港)、爱伟迅数码和安徽卓智信息关联交易的必要性和价格公允性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见,对报告期内发行人关联交易信息披露的完整性、关联交易履行程序的合法合规性发表明确意见。

回复:

7.1 发行人回复

一、披露向关联方星网锐捷采购的具体产品、金额、采购纯代工服务的具体内容、金额,分析采购价格是否公允

(一) 披露向关联方星网锐捷采购的具体产品、金额、采购纯代工服务的具体内容、金额

报告期内,公司控股股东星网锐捷向公司提供部分产品的委托加工服务,合作模式包括“代工代采”及“纯代工”模式。其中,“代工代采”模式即按照公司自身产品设计及生产工艺要求委托星网锐捷采购原辅材料并负责生产加工,交易体现为公司向星网锐捷采购整机设备;“纯代工”主要应用于工艺较为复杂或处于推出早期阶段的产品,该种模式下,公司负责产品设计及主要原辅材料的采购,星网锐捷仅负责生产加工环节,交易体现为公司向星网锐捷支付代工服务费。

上述两种模式下,公司与星网锐捷关联采购金额及占同类交易、营业成本的比例情

况如下：

单位：万元

合作模式	项目	2020 年	2019 年	2018 年
代工代采	采购整机设备	14,820.71	11,541.41	7,657.32
	占整机设备采购的比例	6.39%	8.08%	6.01%
	占营业成本的比例	3.58%	4.05%	3.32%
纯代工	代工服务费用	10,725.50	7,175.27	5,324.48
	占委外加工服务费用的比例	100%	100%	100%
	占营业成本的比例	2.59%	2.52%	2.31%

报告期各期，公司“代工代采”模式下向星网锐捷采购的整机设备按照具体产品类别划分的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网络设备	12,527.23	84.53%	9,639.12	83.52%	7,565.14	98.80%
网络安全产品	1,819.13	12.27%	1,631.19	14.13%	18.89	0.25%
其他	474.35	3.20%	271.10	2.35%	73.30	0.96%
合计	14,820.71	100%	11,541.41	100%	7,657.32	100%

报告期各期，公司“纯代工”模式下向星网锐捷采购的代工服务按照具体产品类别划分的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网络设备	10,394.08	96.91%	6,777.71	94.46%	5,112.21	96.01%
网络安全产品	292.81	2.73%	344.97	4.81%	200.44	3.76%
其他	38.61	0.36%	52.59	0.73%	11.84	0.22%
合计	10,725.50	100%	7,175.27	100%	5,324.48	100%

（二）分析采购价格是否公允

报告期内，公司由星网锐捷代工代采生产的产品主要为网络设备，其中采购金额占比较高的产品的单价对比情况如下：

单位：元/台

产品型号	代工厂商	2020 年	2019 年	2018 年
产品一	星网锐捷	1,046.60	1,046.60	1,132.86
	启基永昌通讯（昆山）有限公司	1,087.07	1,087.07	1,117.00
产品二	星网锐捷	128.46	130.84	137.35
	深圳市共进电子股份有限公司	128.25	132.34	136.29
产品三	星网锐捷	143.12	147.90	154.29
	深圳市共进电子股份有限公司	-	149.11	158.36
产品四	星网锐捷	110.51	112.81	116.47
	深圳市共进电子股份有限公司	104.43	117.69	117.81

综上，“代工代采”模式下，公司向星网锐捷采购整机设备系满足自身业务开展需要，具有合理的商业背景，交易定价参考原材料构成、产品工艺流程等因素，同时结合市场比价、议价情况确定，向星网锐捷采购的主要产品的单价与向其他代工厂商采购的单价不存在显著差异，采购价格定价公允。

“纯代工”模式下，公司采用代工费定价模式，参照市场惯例，基于产品工艺及工序的复杂程度、所使用的生产设备、所耗工时等确定代工费用，且报告期内主要代工环节的费率单价不存在显著变化。

截至报告期期末，公司同星网锐捷采购的代工服务的工序描述、定价模式、费率单价情况如下：

阶段	工序	描述	定价模式	
PCBA	表面贴装	指在PCB板基础上进行加工的一系列工艺流程，具体包括锡膏印刷、零件贴装、回流焊接、AOI光学检测、维修等	按照打点计算，参照行业内SMT点数 ^{注1} 价格，SMT工序单价=该板子的SMT点数*标准点单价	
	波峰焊	指PCB空板经过表面贴装后,再经过DIP插件生产	按照打点计算，参照行业内插件点数 ^{注2} 价格，插件工序单价=该板子的插件点数*标准点单价	
	压接	指经过前述工序后的生产工艺环节，经过该工序后，形成分板、补焊检修、点胶、打螺丝、压接等	按照打点计算，参照行业内成板点数 ^{注3} 价格，板子成板工序的单价=该板子的成板点数*标准点单价	
	单板测试	5DX测试	指成品板子再次经过X光及CT测试(即5DX测试)的生产工艺	价格=5DX的单小时工费率*单片产品测试工时
		PT测试	指PCBA Test，如频率测试、电压测试、短路测试、需静置散热器的装配作业等	价格=PT测试的工时*标准小时单价

阶段	工序	描述	定价模式
整机	装配	将零部件、组件和PCBA半成品组装成整机的生产工艺过程	价格=产品的操作工时*标准小时单价
	基本功能测试	通过生产测试软件,检验产品功能模块、内外部接口的功能	价格=产品的操作工时*标准小时单价
	高低温环境压力测试 ^{注4}	环境应力的筛选,对于高端产品施加冷热对冲的温度循环应力,以鉴别和剔除产品工艺和元件引起的早期失效的一种工序	ESS定价模式基于ESS设备的年使用成本及使用频次等因素,不涉及费率单价
	烤机	高温老化,对于高端产品仿真高温、恶劣环境测试的生产工序,通过此测试程序可检查出不良品或不良件,充分提高产品品质	烤机测试单价基于电费、设备折旧费、人员费用等,不涉及费率单价
	功能测试	通过客户系统检查产品在客户系统软件上运行、功能、性能是否正常或可靠	价格=产品的操作工时*标准小时单价
	出货品质检测	在产品出货时,按照供求双方议定的标准实施的出货检验	价格=产品的操作工时*标准小时单价
	包装	对通过前述测试的产品进行包装的工序	价格=产品的操作工时*标准小时单价

注1: SMT标准点: 与器件的管脚数相关的点数, 4个管脚数折成1个SMT标准点;

注2: 插件标准点: 作业时间3秒折成1个插件标准点;

注3: 成板标准点: 作业时间7.2秒折成1个成板标准点;

注4: 高低温环境压力测试及烤机测试的定价模式主要基于设备使用成本及相关电费、折旧费、人员费用等, 不涉及费率单价。

“纯代工”模式下, 对于相似工序环节, 星网锐捷与公司的交易价格和其与其他非关联方客户的交易价格不存在显著差异, 其定价不同主要由于工艺水平、品质要求等因素差异, 因此价格差异具有商业合理性。公司在“纯代工”模式下的采购价格公允。

上述关联采购交易为公司日常经营中的采购行为, 具有合理的商业背景; 交易定价均参考市场一般定价模式及定价水平, 交易定价符合市场惯例, 定价公允。

二、披露发行人和星网锐捷、星网锐捷（香港）、爱伟迅数码和安徽卓智信息关联交易的必要性和价格公允性

报告期内, 公司同星网锐捷的关联交易主要包括关联采购、关联销售、关联方租赁、商标授权以及关联方资金拆借等。其中, 关联采购参见本题问题一的相关回复; 关联方租赁的必要性和价格公允性参见本问询回复报告之“问题2 关于资产独立性”; 商标授

权的必要性参见本问询回复报告之“问题 2 关于资产独立性”，且该等商标系星网锐捷向公司无偿授权许可，经必要的审批程序许可，并签署了长期授权协议，不存在纠纷或潜在纠纷，符合集团型企业的惯例，具有合理性；关联方资金拆借的必要性和价格公允性参见本问询回复报告之“问题 6 关于关联方资金拆借”。

1、公司向星网锐捷出售商品、提供劳务

报告期各期，公司同星网锐捷关联销售金额占公司营业收入的比例较小，其中销售商品及材料的具体内容如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
网络设备	1,932.53	942.22	324.17
网络安全产品	87.88	71.41	16.28
客供材料	285.59	208.30	250.26
其他	41.56	2.09	0.56
合计	2,347.56	1,224.02	591.27
占公司营业收入的比例	0.35%	0.23%	0.14%

公司向星网锐捷的关联销售主要包括：（1）星网锐捷在其主营业务实施过程中向公司采购交换机、路由器等网络设备；（2）星网锐捷向公司采购部分自用的路由器等网络设备及网络安全产品；（3）星网锐捷在“代工代采”模式下为公司生产的过程中，出现暂时性原材料短缺且公司对交付周期要求较高时，公司以客供方式提供原材料，该部分原材料以成本价格销售。因此，公司向星网锐捷的关联销售系星网锐捷主营业务及自身经营需要，具有商业合理性及必要性。

对于商品销售，公司与星网锐捷关联销售的定价模式为成本加成法，同时参考市场价格，销售价格具有公允性；对于客供材料销售，因其用于公司产品生产，故公司以原价销售，与公司和其他非关联方代工厂商的定价方式一致。剔除前述客供材料后，报告期各期，公司同星网锐捷关联销售的毛利率以及公司主营业务毛利率的对比情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
剔除客供材料后星网锐捷关联销售的毛利率	52.70%	45.60%	48.17%
公司主营业务毛利率	39.24%	45.93%	47.20%

2018 年和 2019 年，剔除客供材料后星网锐捷关联销售的毛利率与公司主营业务毛

利率不存在显著差异。2020 年，剔除客供材料后星网锐捷关联销售的毛利率高于公司主营业务毛利率，主要系销售产品结构的差异。具体而言，公司向星网锐捷销售的主要为毛利率水平较高的产品，与公司销售给其他客户的同类型产品毛利率不存在显著差异，因此，前述毛利率差异具有合理性，相关关联销售的价格公允。

2、公司向星网锐捷（香港）、爱伟迅数码和安徽卓智信息出售商品、提供劳务

报告期各期，公司同星网锐捷（香港）、爱伟迅数码和安徽卓智信息的关联销售的具体内容如下：

单位：万元

项 目	2020 年	2019 年	2018 年
星网锐捷（香港）			
网络设备	1,053.84	990.33	2,689.39
网络安全产品	75.34	35.20	4.01
云桌面解决方案	-	36.15	12.37
其他	33.70	64.95	15.53
合计	1,162.88	1,126.62	2,721.30
占营业收入的比例	0.17%	0.22%	0.64%
爱伟迅数码			
网络设备	-	-	3,469.50
网络安全产品	-	-	456.74
云桌面解决方案	-	-	719.08
其他	-	-	304.47
合计	-	-	4,949.78
占营业收入的比例	-	-	1.16%
安徽卓智信息			
网络设备	5.46	-	-1,949.25
网络安全产品	-	-	-47.18
其他	-	-	965.40
合计	5.46	-	-1,031.04
占营业收入的比例	0.00%	-	-

星网锐捷（香港）系公司控股股东星网锐捷的子公司，主要经营电子设备、网络通讯配件贸易以及提供相关软硬件服务业务，曾作为代理商向境外客户销售公司产品。2019

年起，随着马来西亚锐捷、日本锐捷、土耳其锐捷等境外销售子公司的设立，相关关联销售的金额逐步下降。目前，星网锐捷（香港）仅作为公司香港区域的代理商，销售金额占公司境外收入比例较低，公司对其不存在依赖。

爱伟迅数码系公司控股股东星网锐捷的子公司，曾作为代理商销售公司产品，并已于2019年注销。爱伟迅数码与公司关联销售金额占比较低，公司对其不存在依赖。

安徽卓智信息系公司参股公司卓智网络的子公司，主营业务为校园网络项目的建设及运营。基于实际业务需求，安徽卓智信息向公司采购交换机、路由器等网络设备。2017年底至2018年初，安徽卓智信息出于自身经营的调整，经与公司友好协商，退回此前年度采购的部分网络设备产品，改由通过伟仕佳杰等总代理商采购公司产品，故2018年公司向其关联销售金额为负值，该部分金额占公司营业收入的占比较低，对公司的生产经营及财务状况不构成重大影响。

综上，星网锐捷（香港）和爱伟迅数码曾作为代理商采购公司产品，安徽卓智信息基于自身实际业务需求采购公司产品，关联销售均具有合理的商业背景，且金额占比较低，公司对相关关联方不存在依赖。

公司与星网锐捷（香港）、爱伟迅数码、安徽卓智信息的关联销售的定价系参考市场价格确定，销售价格具有公允性。报告期各期，公司同上述关联方的关联销售的毛利率以及公司主营业务毛利率的对比情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
同星网锐捷（香港）关联销售的毛利率	45.30%	51.36%	25.40%
同爱伟迅数码关联销售的毛利率	-	-	40.68%
同安徽卓智信息关联销售的毛利率	60.92%	-	-
公司主营业务毛利率	39.24%	45.93%	47.20%

2018年，公司同星网锐捷（香港）销售的毛利率低于主营业务毛利率，主要由于海外运营商等相关细分市场竞争需要，公司采取折价让利的定价策略，导致当年毛利率水平较低。2020年，公司同安徽卓智信息销售金额较小，仅5.46万元，对应关联销售毛利率与公司向第三方销售同款产品毛利率基本一致。除此之外，上述关联销售的毛利率与主营业务毛利率不存在显著差异，相关关联销售的价格具有公允性。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、查阅了报告期内发行人与星网锐捷及其子公司发生关联交易的商务合同、订单、交易明细、内部审议决策文件等材料。

2、访谈了发行人财务负责人、采购负责人、董事会秘书，访谈了星网锐捷与发行人的业务对接人。

3、查阅了公司与星网锐捷的合作协议以及星网锐捷与其他客户签署的代工服务的合作协议。

4、查阅了星网锐捷年度报告、相关关联交易的公告、主要关联方出具的调查问卷及相关说明。

5、查阅了发行人的公司章程、采购管理制度、关联交易管理制度、关联交易相关的董事会决议、股东大会决议、独立董事意见。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人向星网锐捷的关联采购主要为“代工代采”模式下的采购的整机设备以及“纯代工”模式下采购的代工服务，其均系发行人自身业务需要，具有合理的商业背景，关联交易定价公允。

2、报告期内，发行人同星网锐捷、星网锐捷（香港）、爱伟迅数码和安徽卓智信息的关联交易主要为关联采购、关联销售、关联方租赁、商标授权以及关联方资金拆借，均具有合理的商业背景，关联交易定价公允。

3、报告期内，发行人关联交易信息披露真实、准确、完整。报告期内，发行人与关联方发生的关联交易已经发行人第二届董事会第八次会议、第二届董事会第十二次会议、2020年第五次临时股东大会以及2020年年度股东大会审议通过，并经独立董事发表确认意见，该等关联交易已经履行了必要的决策程序，符合相关法律法规的规定。

问题8：关于销售模式

申报文件显示：

（1）发行人销售渠道分为一级渠道商和二级渠道商，其中一级渠道商可以直接向发行人进行采购，包括总代理商、行业代理商和SMB经销商。

(2) 行业代理商和二级代理商直接参与终端用户的招投标, 二级 SMB 经销商主要负责终端用户及市场的拓展销售、产品安装、售后服务等。

(3) 报告期内, 发行人直销模式收入占比分别为 12.70%、16.33%、17.18%和 36.17%。

请发行人:

(1) 按总代理商、行业代理商和 SMB 经销商等, 披露报告期内渠道销售模式下的收入及占比、主要客户及其销售额和占比, 各期三种经销商销售收入中对终端客户、二级经销商或代理商的销售占比; 总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向发行人采购是否为买断式, 对二级代理商和二级 SMB 经销商的销售是否为买断式。

(2) 披露发行人是否直接或间接参与总代理商、行业代理商和 SMB 经销商的市场开拓业务, 是否直接或间接参与二级代理商和二级 SMB 经销商的招投标和市场开拓业务。

(3) 披露报告期内直销模式的主要客户、销售额及占比; 结合行业、可比公司可比业务情况, 分析直销模式收入占比 2020 年大幅增长的原因、是否具备可持续性。

(4) 披露直销模式和渠道销售模式下的主要产品价格差异、毛利率差异、售后服务差异、退换货政策差异; 渠道销售模式下的设备安装调试工作的承担方; 报告期内客户服务收入的具体内容。

(5) 结合同行业可比公司销售模式, 分析并披露发行人以渠道销售模式为主是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

8.1 发行人回复

一、按总代理商、行业代理商和 SMB 经销商等, 披露报告期内渠道销售模式下的收入及占比、主要客户及其销售额和占比, 各期三种经销商销售收入中对终端客户、二级经销商或代理商的销售占比; 总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向发行人采购是否为买断式, 对二级代理商和二级 SMB 经销商的销售是否为买断式

(一) 报告期内总代理商、行业代理商和 SMB 经销商收入及占比

报告期内，公司按照销售模式分类的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直销模式	191,145.46	29.57%	88,244.38	17.18%	68,217.90	16.33%
渠道销售模式	455,263.88	70.43%	425,288.80	82.82%	349,466.45	83.67%
合计	646,409.34	100%	513,533.18	100%	417,684.35	100%

报告期内，按照总代理商、行业代理商和 SMB 经销商划分，公司渠道销售模式下的主营业务收入及占比如下表所示：

单位：万元

类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
总代理商	136,697.66	30.03%	163,652.73	38.48%	147,011.61	42.07%
行业代理商	232,617.70	51.10%	208,527.90	49.03%	172,110.56	49.25%
SMB 经销商	85,948.52	18.88%	53,108.17	12.49%	30,344.28	8.68%
合计	455,263.88	100%	425,288.80	100%	349,466.45	100%

（二）报告期内按总代理商、行业代理商和 SMB 经销商划分主要客户及其销售额和占比

报告期内，按照总代理商、行业代理商和 SMB 经销商划分，公司渠道销售模式下主要客户及其销售额和占比如下所示。

1、总代理商

报告期内，公司主要总代理商销售额及占比如下表所示：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占总代理商合计销售收入的比例
2020 年	1	神州数码	60,285.13	44.10%
	2	伟仕佳杰	38,675.70	28.29%
	3	联强国际	37,736.83	27.61%
	合计		136,697.66	100%
2019 年	1	神州数码	75,420.70	46.09%
	2	联强国际	45,950.43	28.08%
	3	伟仕佳杰	40,368.18	24.67%
	4	英迈电子商贸（上海）有限公司	1,913.42	1.17%
	合计		163,652.73	100%

年份	序号	客户名称	销售收入	占总代理商合计销售收入的比例
2018 年	1	神州数码	56,151.03	38.19%
	2	联强国际	47,456.77	32.28%
	3	伟仕佳杰	29,590.39	20.13%
	4	英迈电子商贸（上海）有限公司	13,813.42	9.40%
	合计		147,011.61	100%

注：因自身内部产品及业务结构调整，英迈电子商贸（上海）有限公司于 2019 年停止与公司合作。

2、行业代理商

报告期内，公司前五大行业代理商销售额及占比如下表所示：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占行业代理商合计收入的比例
2020 年	1	杭州宝威	20,599.33	8.86%
	2	北明软件有限公司	16,927.29	7.28%
	3	山东英睿网络科技有限公司	5,089.26	2.19%
	4	江苏索远电子科技有限公司	4,194.38	1.80%
	5	山东云海世纪信息技术有限公司	4,020.08	1.73%
	合计		50,830.34	21.85%
2019 年	1	杭州宝威	20,777.35	9.96%
	2	北明软件有限公司	8,569.85	4.11%
	3	山东英睿网络科技有限公司	4,561.61	2.19%
	4	北京金信润天信息技术股份有限公司	3,917.89	1.88%
	5	山东云腾网络科技有限公司	3,289.48	1.58%
	合计		41,116.18	19.72%
2018 年	1	杭州宝威	23,554.31	13.69%
	2	上海爱伟迅	4,949.78	2.88%
	3	北京金信润天信息技术股份有限公司	3,710.65	2.16%
	4	北明软件有限公司	3,533.41	2.05%
	5	广西迈通信息技术有限责任公司	3,108.25	1.81%
	合计		38,856.40	22.58%

3、SMB 经销商

报告期内，公司前五大 SMB 经销商销售额及占比如下表所示：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占 SMB 经销商合计收入的比例
2020 年	1	广州市通轅计算机有限公司	5,828.54	6.78%
	2	上海泽奥电子有限公司	5,006.32	5.82%
	3	温州市志诚信息工程有限公司	3,535.48	4.11%
	4	德博（北京）网络科技有限公司	3,352.57	3.90%
	5	南京春函科技有限公司	3,040.61	3.54%
	合计		20,763.52	24.16%
2019 年	1	上海泽奥电子有限公司	5,955.87	11.21%
	2	广州市通轅计算机有限公司	2,830.02	5.33%
	3	德博（北京）网络科技有限公司	2,598.97	4.89%
	4	温州市志诚信息工程有限公司	2,278.63	4.29%
	5	成都慧元科技有限公司	1,553.32	2.92%
	合计		15,216.81	28.65%
2018 年	1	广州市通轅计算机有限公司	1,664.60	5.49%
	2	德博（北京）网络科技有限公司	1,615.82	5.32%
	3	温州市志诚信息工程有限公司	1,518.60	5.00%
	4	上海泽奥电子有限公司	1,348.93	4.45%
	5	成都慧元科技有限公司	1,163.37	3.83%
	合计		7,311.32	24.09%

（三）报告期各期三种经销商销售收入中对终端客户、二级经销商或代理商的销售占比

报告期内，公司总代理商、行业代理商和 SMB 经销商销售公司产品收入中对终端客户、二级经销商或代理商的销售占比如下表所示：

单位：万元

类型	下一级客户	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
总代理商	行业代理商	69,070.34	50.53%	79,285.65	48.45%	65,798.14	44.76%
	二级代理商	47,080.38	34.44%	71,344.44	43.60%	70,609.34	48.03%
	终端客户	23.07	0.02%	9.40	0.01%	0.62	0.00%
	SMB 经销商	20,523.87	15.01%	13,013.25	7.95%	10,603.51	7.21%
	小计	136,697.66	100%	163,652.73	100%	147,011.61	100%
行业代理商	二级代理商	95,032.30	40.85%	78,725.66	37.75%	79,203.16	46.02%
	终端客户	137,585.40	59.15%	129,802.24	62.25%	92,907.40	53.98%
	小计	232,617.70	100%	208,527.90	100%	172,110.56	100%
SMB 经销商	二级 SMB 经销商/终端客户	85,948.52	100%	53,108.17	100%	30,344.28	100%
合计		455,263.88	100%	425,288.80	100%	349,466.44	100%

（四）总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向发行人采购是否为买断式，对二级代理商和二级 SMB 经销商的销售是否为买断式

1、总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向发行人采购是否为买断式

（1）总代理商和行业代理商

报告期内，公司与总代理商和行业代理商签署框架协议，总代理商和行业代理商在获取下游代理商或终端客户的采购需求后，按其需求以自身名义向公司下达订单，订单内容包括产品具体型号、价格、数量和交货日期等，公司进行确认后该笔订单成立。公司在收取货款后按照订单约定时间及地址发货，在取得签收单后确认相关产品收入。

根据合同约定，公司向总代理商和行业代理商销售商品，在产品交付到订单约定地址并由订单指定客户进行签收确认后即实现风险与报酬的转移，公司完成了合同约定的履约义务、不再保留对货物的继续管理权和控制权，取得了向总代理商和行业代理商收取相关款项的权利。

综合上述情况，总代理商、行业代理商向公司采购为买断式。

（2）SMB 经销商

对于 SMB 经销商，报告期内公司与 SMB 经销商签订框架协议，由 SMB 经销商根据二级 SMB 经销商和终端客户采购需求预测定期向公司进行相关产品采购，并自主进行销售。根据合同约定，公司向 SMB 经销商销售商品，在其签收确认后即实现风险与报酬的转移，公司确认相关产品收入。公司在产品签收后即完成了合同约定的履约义务、不再保留对货物的继续管理权和控制权，取得了向 SMB 经销商收取相关款项的权利。因此，SMB 经销商向公司采购为买断式。

2、总代理商、行业代理商和 SMB 经销商对二级代理商和二级 SMB 经销商的销售是否为买断式

（1）总代理商和行业代理商向二级代理商销售

报告期内，总代理商、行业代理商向二级代理商主要销售方式与公司向总代理商、行业代理商销售方式类似，由二级代理商在获取终端客户需求后，就产品具体型号、价格、数量、交货日期等向总代理商或行业代理商下单。在公司将产品交付至订单约定地

址并由订单指定客户进行签收确认后即实现相关风险与报酬的转移，总代理商取得向二级代理商的收款权利。因此，总代理商和行业代理商向二级代理商销售基本为买断式。

（2）SMB 经销商向二级 SMB 经销商销售

报告期内，二级 SMB 经销商向 SMB 经销商采购模式与 SMB 经销商向公司采购模式类似，由二级 SMB 经销商基于其下游客户需求预测定期向 SMB 经销商采购相关产品，SMB 经销商将产品交付给二级 SMB 经销商并完成签收后即实现风险与报酬的转移，完成合同约定的履约义务，取得向二级 SMB 经销商收取相关款项的权利。因此，SMB 经销商向二级 SMB 经销商销售基本为买断式。

二、披露发行人是否直接或间接参与总代理商、行业代理商和 SMB 经销商的市场开拓业务，是否直接或间接参与二级代理商和二级 SMB 经销商的招投标和市场开拓业务

（一）公司是否直接或间接参与总代理商、行业代理商和 SMB 经销商的市场开拓业务

1、公司参与行业渠道客户市场拓展情况

总代理商和行业代理商通常会定期举办渠道拓展活动以及面向行业终端客户的市场推广活动。公司作为上述代理商的产品供应商之一，通常会与总代或行业代理商共同或协助组织相关规模比较大的市场活动，向相关渠道商和终端客户宣传公司产品。

2、公司参与 SMB 渠道客户市场拓展情况

SMB 经销商面向二级 SMB 经销商和中小微企业等终端客户，主要由其自主进行市场开拓业务，公司不直接参与其市场开拓业务，提供产品培训、宣传资料、市场活动等方面间接支持。

（二）公司是否直接或间接参与二级代理商和二级 SMB 经销商的招投标和市场开拓业务

1、公司参与行业渠道客户市场拓展及招投标情况

二级代理商面向的终端客户主要为政府部门及教育、医疗、制造、商业等行业内的企事业单位，需求具备一定复杂度。二级代理商主要通过面向行业客户进行公司产品推介以及举办市场活动进行市场拓展，对于上述市场拓展活动，公司会派出市场销售人员

协助二级代理商进行产品介绍及客户需求匹配工作；在二级代理商参与行业重点客户招投标时，公司亦会派出销售及技术人员协助二级代理商针对招标方案设计产品解决方案。

2、公司参与 SMB 渠道客户市场拓展及招投标情况

对于二级 SMB 经销商，则主要由其自主进行市场开拓业务及招投标工作，公司不直接参与其市场开拓业务，主要提供产品培训、宣传资料、市场活动等方面间接支持。

三、披露报告期内直销模式的主要客户、销售额及占比；结合行业、可比公司可比业务情况，分析直销模式收入占比 2020 年大幅增长的原因、是否具备可持续性

（一）报告期内直销模式的主要客户、销售额及占比

报告期内，公司前五大直销客户主营业务收入及占直销模式主营业务收入的比例如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	收入	占直销模式主营业务收入的比例
2020 年	1	阿里巴巴	68,659.49	35.92%
	2	中国移动	45,670.78	23.89%
	3	腾讯	27,333.20	14.30%
	4	中国电信	8,272.36	4.33%
	5	客户三	8,191.47	4.29%
	合计		158,127.30	82.73%
2019 年	1	中国移动	27,860.00	31.57%
	2	阿里巴巴	25,040.35	28.38%
	3	腾讯	13,110.00	14.86%
	4	中国电信	5,171.75	5.86%
	5	DASAN NETWORKS, INC	3,933.25	4.46%
	合计		75,115.35	85.12%
2018 年	1	腾讯	21,424.01	31.41%
	2	中国移动	18,708.20	27.42%
	3	阿里巴巴	6,696.58	9.82%
	4	DASAN NETWORKS, INC	4,091.73	6.00%
	5	任子行网络技术股份有限公司	2,819.13	4.13%
	合计		53,739.65	78.78%

（二）结合行业、可比公司可比业务情况，分析直销模式收入占比 2020 年大幅增长

的原因、是否具备可持续性

1、直销模式收入占比 2020 年上半年大幅增长的原因

2020 年公司直销模式收入占比增幅较大，主要系随着数据中心交换机市场规模的快速增长以及公司市场占有率的提升，公司以直销模式销售的数据中心交换机销售收入大幅提升所致。

随着互联网和云计算产业的快速发展，作为核心基础设施的数据中心建设规模不断增长。数据中心交换机作为不可或缺的核心组网设备，其市场需求亦随着数据中心建设提速而得到快速增长。同时，2020 年受新冠疫情影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心网络产品的采购需求大幅增加。根据 IDC 数据统计，2020 年国内数据中心交换机市场规模达 21.94 亿美元，同比增速为 24.52%，行业内主要厂家销售收入保持较快增长。

基于对行业发展需求变化的把握，公司前瞻性布局数据中心市场，率先在业内推出 100G 数据中心核心交换机和 25G/100G 数据中心解决方案。在推出有竞争力产品的同时，公司积极拓展互联网及运营商客户，数据中心交换机逐步得到规模化商用，且销售增速持续高于行业增速，市场占有率不断提升。根据 IDC 数据统计，2019 年公司中国数据中心交换机市场占有率为 8.64%，2020 年市场占有率已提升至 14.30%。

市场规模的增长以及市场占有率的提升带动公司数据中心交换机销售收入快速增长，从而使得 2020 年直销模式销售收入占比有较大提升。

2、直销模式收入占比是否具备可持续性

随着互联网和云计算产业的不断发展，数据中心交换机市场规模将持续扩大，基于公司在该领域的技术积累，以及与互联网企业及运营商业务合作的不断深入，公司数据中心交换机销售收入有望持续提升，直销业务规模继续保持增长，直销收入增长具备可持续性。

直销模式收入占比增长取决于直销收入与渠道销售收入相对规模变化。在公司直销收入保持增长的同时，公司渠道销售规模也在不断扩大。如果渠道销售模式收入增速高于直销模式，则直销模式收入相对占比将会出现下降。

四、披露直销模式和渠道销售模式下的主要产品价格差异、毛利率差异、售后服务差异、退换货政策差异；渠道销售模式下的设备安装调试工作的承担方；报告期内客户服务收入的具体内容

（一）直销模式和渠道销售模式下的主要产品价格差异、毛利率差异、售后服务差异、退换货政策差异

1、直销模式和渠道销售模式对比

直销模式主要针对大型互联网企业及运营商等客户，销售产品主要包括数据中心交换机、无线产品等网络设备；渠道销售模式主要面对行业客户及中小企业客户，销售产品包括网络设备、网络安全产品和云桌面解决方案等。

（1）产品价格差异

一般而言，公司直销模式下销售的大部分产品与渠道销售模式下销售的产品因客户需求和应用场景不同，在用途、配置及性能方面存在较大差异，价格也相应存在较大差异。对于少数同一种产品采用不同销售模式的，由于销售模式不同、面向的行业不同、客户规模及相应的议价能力不同，同一种产品在不同销售模式下的销售价格存在一定差异。上述因素使得同类产品直销模式和渠道销售模式平均销售单价存在较大差异。

报告期内，公司存在少部分产品同时以直销和渠道销售模式销售给同一终端客户的情况。例如，公司分别以直销模式和通过行业代理商（客户二）向客户一销售部分产品。两种模式下同一型号产品各期平均销售单价对比如下表所示：

单位：元/台

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	客户一	客户二	客户一	客户二	客户一	客户二
产品一	15,555.89	14,558.39	/	14,634.72	/	/
产品二	731.78	649.03	679.35	647.79	689.66	649.56

由上表可见，公司向客户二的销售价格略低，主要原因系该渠道商可为终端客户提供安装调试、售后服务等增值服务，同时回款周期相对较短。

（2）毛利率差异

如上所述，由于直销和渠道销售模式下最终客户类型存在差别，且销售具体产品在用途、配置及性能方面存在较大差异，两种模式下同一类产品毛利率存在一定差异，具

体如下表所示：

类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	直销	渠道	直销	渠道	直销	渠道
网络设备	29.15%	44.19%	30.55%	47.91%	47.07%	46.58%
网络安全产品	/	48.05%	/	61.05%	/	64.24%
云桌面解决方案	/	30.72%	/	32.90%	/	33.53%

注：报告期内，公司网络安全产品与云桌面解决方案直销模式销售产品数量及收入金额较小，各期销售产品类型存在较大差异，使得直销模式毛利率呈现较大的波动且不具有代表性，因此，上表未予列示。

2019 年和 2020 年，公司网络设备直销模式下毛利率有所下降，且显著低于渠道销售模式，主要系直销模式下毛利率较低的数据中心交换机产品占比较大所致。数据中心交换机具有高技术门槛的特点，目前国内仅有少数企业具备高端数据中心交换机研发能力，但同时由于其需求较为集中，单个客户采购的金额规模较大，因此其毛利率低于渠道销售模式下销售的网络设备产品。

2020 年，公司网络安全产品渠道销售模式毛利率降幅较大，主要系受到 SMB 安全网关产品市场策略影响所致：2019 年末，公司新推出 EW 系列产品，并于 2020 年起针对该系列产品进行市场推广，导致 SMB 网络安全产品的毛利率水平显著下降。

报告期内，公司云桌面解决方案渠道销售模式毛利率有所下降，主要原因为 2018 年起，公司针对教育、医疗、政府、企业等部分场景选择主推以 IDV 技术路线为主的云桌面解决方案，而 IDV 路线整体方案的毛利率水平一般低于公司之前主推的 VDI 技术路线，使得整体毛利率有所下降。

（3）售后服务差异

报告期内，直销模式下，由公司为客户提供相关售后服务；渠道销售模式下，则通常由代理商和经销商基于合同约定为客户提供软件调试、日常响应维护等售后服务，公司为代理商和经销商提供相关培训、技术指导、项目督导及质量管理考核等间接支持，同时公司负责设备维修等基础维保服务，并对客户最终服务质量负责。

（4）退换货政策差异

报告期内，公司直销模式和渠道销售模式下退换货政策无重大差异，在产品出现质量问题或客户需求变化时可协商进行退换货处理。

（二）渠道销售模式下的设备安装调试工作的承担方

报告期内，渠道销售模式下设备安装调试工作通常由渠道商承担，公司对渠道商给予培训、技术指导等间接支持。

（三）报告期内客户服务收入的具体内容

公司其他业务收入中的客户服务收入系向客户提供产品维修收取的相关费用。报告期各期，公司客户服务收入金额分别为 978.97 万元、990.71 万元和 248.95 万元。

五、结合同行业可比公司销售模式，分析并披露发行人以渠道销售模式为主是否符合行业惯例

报告期内，根据可查询到的公开资料，部分网络设备、网络安全及云桌面业务相关上市公司销售模式如下：

序号	公司名称	主要产品	销售模式
1	迪普科技	企业级网络通信产品	产品销售采用渠道销售和直签销售相结合的方式，并以渠道销售为主
2	奇安信	网络安全产品	公司产品和服务的销售采用直接销售与渠道销售相结合的模式。2018 年和 2019 年，奇安信渠道销售收入占比均超过 50%
3	深信服	网络安全产品、桌面云、企业级无线产品等	实行渠道代理销售为主、直销为辅的销售模式

注：表格中信息来自于上述公司招股说明书。

从上表可以看出，以渠道销售为主的销售模式在网络设备、网络安全及云桌面上市公司中较为常见，主要原因为上述企业通常面向广大具有信息化需求的各行业客户，客户群体数量较大，采用直销模式进行覆盖成本较高。通过渠道销售模式，可充分利用渠道商的客户资源与服务能力，加快商品周转，同时，公司对主要渠道商采用先款后货政策，可有效减少资金占用并降低回款风险。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取并查阅公司向总代理商、行业代理商和 SMB 经销商销售合同，总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向二级代理商和二级 SMB 经销商销售合同，向最终客户销售产品相关运输及签收单据等资料。

2、访谈公司销售业务负责人及财务负责人，了解直销模式和渠道销售模式销售产品类型、价格及毛利率差异，售后服务及退换货差异，了解公司 2020 年上半年直销收入占

比大幅提升原因，公司参与各类型渠道商的市场开拓及招投标情况。

3、访谈公司总代理商，部分行业代理商、SMB 经销商、二级代理商和二级 SMB 经销商，了解公司向其销售产品风险转移时点及实现销售情况。

4、获取 IDC 出具的数据中心交换机行业研究资料及其他机构行业研究报告，分析数据中心交换机市场的发展前景。

5、查阅部分网络通信类上市公司公开资料，了解上市公司所采用的销售模式。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向发行人采购均为买断式，总代理商、行业代理商和 SMB 代理商对二级代理商和二级 SMB 经销商的销售基本为买断式。

2、报告期内，发行人直接参与总代理商、行业代理商、二级代理商的市场开拓业务；对于 SMB 经销商及二级 SMB 经销商，发行人不直接参与其市场开拓业务，但会向其提供市场开拓及招投标的培训及宣传材料准备等方面的间接支持。

3、2020 年发行人直销模式收入占比大幅增长，主要系直销模式下数据中心交换机的销售额快速增长所致。

4、发行人直销模式和渠道模式销售的大部分产品在用途、配置及性能方面存在较大差异，对于少数同一种产品采用不同销售模式的，由于销售模式不同、面向的行业不同、客户规模及相应的议价能力不同，同一种产品在不同销售模式下的销售价格存在一定差异。对于少数发行人面向同一终端客户同时以直销模式和渠道销售模式销售的产品，其价格不存在较大差异。直销模式下，由发行人提供相关售后服务；渠道销售模式下，则通常由代理商和经销商为客户提供软件调试、日常响应维护等售后服务，发行人为代理商和经销商提供间接支持，同时发行人负责设备维修等基础维保服务。发行人直销和渠道销售模式下退换货政策不存在重大差异。

5、根据可比上市公司的公开可查阅资料，发行人采用以渠道销售为主的销售模式符合行业惯例。

问题 9：关于返利

申报文件显示：

（1）发行人对渠道合作伙伴按季度或年度进行返点奖励，返利金额可作为折扣额度在以后期间提货时抵减订单金额。

（2）发行人 2020 年 1 月 1 日后销售商品按照抵减应付客户对价后的金额确认收入，但未明确 2020 年 1 月 1 日前是否抵减应付客户对价。

（3）报告期内，发行人计提销售返利金额分别为 11,152.71 万元、10,143.75 万元、11,055.77 万元和 8,527.22 万元。

请发行人：

（1）说明具体的返点奖励政策、报告期内是否发生变化、应付客户对价具体含义，是否和销售返利有关。

（2）披露返利的会计处理过程，返利政策及会计处理方式是否符合行业惯例；直销客户是否存在返利或奖励政策。

（3）分析并披露报告期内计提的返利额与渠道销售额的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

9.1 发行人回复

一、说明具体的返点奖励政策、报告期内是否发生变化、应付客户对价具体含义，是否和销售返利有关

（一）具体的返点奖励政策、报告期内是否发生变化

报告期内，公司为了促进渠道商完成销售目标，实现互利共赢，制定了相关销售返利政策。公司销售返利主要包括达量返利、服务返利和价保返利等，一般用于抵扣其以后发生的采购价款。

公司在每年初根据上年度销售情况、渠道商总体销售规模、当年的经营策略及发展战略制定当年的返利政策。公司返利政策制定后，与渠道商签署年度合作协议，协议中约定季度、年度销售目标，公司严格按照年度合作协议中的约定计提销售返利。渠道商

在后续订单中可以使用返利抵减订单价款。

报告期内，公司各年度的销售返利政策基本保持稳定，具体返利系数根据公司的经营策略及发展战略各年度有所调整。此外，2020 年为了降低疫情防控对客户的影响，公司增加了疫情专项返利。

报告期内，公司具体销售返利政策列示如下：

返利类型	产品类型	适用期间	返利系数	主要政策
达量返利	全部产品	报告期内	1%-6%	渠道商完成一定的销售任务，公司按照销售额的一定比例给予返利；季度考核，年度可补；季度任务达标，即可享受当季返点
服务返利	特定产品		0-5%	公司对特定产品有规定的返点比例，客户订单中购买对应的产品就能获得相应的返利
价保返利	有促销活动的产品		无	公司对于促销活动的产品设置 2 个月的价保周期，2 个月内价格有变动的，客户可获得相应返利
疫情专项返利	全部产品	2020 年 1-6 月	总代理商 2%；其他渠道商 5%-8%	为了降低疫情对渠道商的销售影响，公司设置了疫情专项返利，根据相关客户 2020 年 1-6 月销售额设置了不同的返点系数，销售额达到相应金额获得相应的返利

（二）应付客户对价的具体含义

《企业会计准则第 14 号——收入》第三章第十九条中规定：

1、企业应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，应当采用与本企业其他采购相一致的方式确认所购买的商品。企业应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额应当冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，企业应当将应付客户对价全额冲减交易价格。

2、企业应付客户对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。

公司报告期内的应付客户对价主要是销售返利。

二、披露返利的会计处理过程，返利政策及会计处理方式是否符合行业惯例；直销客户是否存在返利或奖励政策

公司报告期内销售返利的会计处理保持了一贯性。公司在各会计期末按照渠道商适用的销售返利政策计提当期的销售返利，记入其他应付款并调整主营业务收入，会计分录如下：

借：主营业务收入

贷：其他应付款-销售返利

渠道商在以后期间采购，使用销售返利抵减订单金额时，作以下会计分录：

借：应收账款

借：其他应付款-销售返利

贷：主营业务收入

贷：应交税费——应交增值税（销项税额）

同行业可比公司的销售返利政策及相关会计处理如下：

1、奇安信

奇安信与全国总经销商约定了销售返利奖励政策，按照总经销商实现的销售任务情况，给予总经销商 5%的返利奖励。来自总经销商的货款收入根据公允价值在产品销售收入与返利奖励之间进行分配，与返利奖励相关的部分收入确认为预计负债，于返利奖励实际使用或失效时结转计入当期损益。

2、迪普科技

迪普科技与代理商约定了销售返点奖励政策，在确认给予代理商返点奖励时，冲减营业收入，并记入其他应付款下的明细“返点”。收入返点是迪普科技给代理商的返点，是迪普科技对代理商的销售政策，根据税法的规定，未实际发生的返点，不得税前列支，迪普科技对其他应付款-返点计提了递延所得税资产。

公司与奇安信、迪普科技相比，返利政策均为对渠道商给予一定的返利奖励，渠道商可在以后期间使用返利抵减结算金额；返利的会计处理均为在给予返利时确认负债，于返利实际使用或失效时结转计入当期损益。公司返利政策及会计处理方式符合行业惯例。

报告期内，公司对直销客户不存在返利或奖励政策。

三、分析并披露报告期内计提的返利额与渠道销售额的匹配性

报告期内公司返利计提金额与渠道销售额的的比例情况如下：

单位：万元				
时间	返利计提金额 (A)	其中：疫情专项返利 (B)	渠道销售额 (C)	扣除疫情专项返利后返利计提金额占渠道销售额的比例 (D= (A-B) /C)
2020 年	20,521.13	4,424.35	455,263.88	3.54%
2019 年	11,055.77	-	425,288.80	2.60%
2018 年	10,143.75	-	349,466.45	2.90%

2018 及 2019 年，公司返利计提金额与渠道销售额的比例在 3%左右，较为稳定。2020 年，公司返利计提金额占渠道销售额的比例有所提升，主要原因系：1) 为应对新冠疫情对公司渠道合作伙伴正常业务开展的影响，公司增加了疫情期间的专项返利，根据相关客户销售额设置了不同的返利系数，使得 2020 年返利计提金额占渠道销售额的比例有所提升；2) 对于 SMB 经销商，2020 年达量返利的系数有所提升，同时 SMB 经销商整体的销售金额有所增长，使得 SMB 经销商的返利计提金额同比增加。报告期内，公司返利计提金额占渠道销售额的比例与公司的返利政策相匹配，变动原因合理。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取报告期内发行人的具体返利政策，并查阅相关文件，关注报告期内返利政策是否发生重大异常变化。

2、对于主要客户，获取并查阅发行人与其签订的销售合同、订单和相关返利条款，是否符合发行人的返利政策。

3、依据企业会计准则相关规定，并结合同行业可比公司的返利会计处理方式，复核企业返利会计处理是否恰当。

4、获取报告期各期客户返利金额的计提、发放和结余明细表，并与报告期渠道客户的销售额进行比对，检查是否存在异常情况。

5、对报告期内主要客户的返利计提金额、使用金额、尚未使用返利金额进行函证。

6、将报告期各期返利计提金额与渠道销售额进行对比分析，并对主要客户的返利计

提金额与其销售额进行对比分析，检查是否存在异常。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人销售返利主要包括达量返利、服务返利和价保返利等，一般用于抵扣其以后发生的采购价款。报告期内，公司各年度的销售返利政策基本保持稳定，具体返利系数根据公司的经营策略及发展战略各年度有所调整。此外，2020 年为了降低疫情防控对客户的影响，公司增加了疫情专项返利。发行人报告期内的应付客户对价主要是销售返利。

2、发行人返利的会计处理为在给予返利时确认负债，于返利实际使用或失效时结转计入当期损益。上述会计处理方式符合企业会计准则的规定，返利政策及会计处理方式符合行业惯例。发行人直销客户不存在返利或奖励政策。

3、报告期内，发行人返利计提金额占渠道销售额的比例与发行人的返利政策相匹配，变动原因合理。

问题 10：关于生产模式

申报文件显示：

（1）发行人委托外部厂商进行代工生产，根据设备的工艺复杂度，公司代工模式可进一步分为纯代工模式和代工代采模式。

（2）发行人未披露各类产品为定制化还是标准化产品。

（3）纯代工模式主要由发行人负责采购，代工代采主要由代工厂商负责采购，对于核心原材料发行人会指定供应商范围。

（4）代工代采模式采用整机采购定价模式，发行人采用招标或多家比价议价方式确定代工厂商及整机采购价格。

请发行人：

（1）披露报告期内纯代工模式和代工代采模式的主要产品及其采购金额，同类产品纯代工模式和代工代采模式的单位成本是否存在差异；客户对纯代工模式或代工代采模式是否存在限制要求。

(2) 披露报告期内定制化和标准化产品的类别及其销售金额，标准化产品的生产模式，发行人采购代工产品后直接销售还是进一步加工后再销售。

(3) 披露纯代工模式下发行人负责采购主要原材料还是所有原材料，代工代采模式下发行人指定原材料供应商的情况。

(4) 披露发行人产品的主要生产工艺，代工厂商是否生产自主品牌产品，与发行人产品是否存在竞争关系。

(5) 说明代工代采模式下招标或多家比价议价方式确定供应商的具体过程，招标方式是否影响供应商的稳定性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

10.1 发行人回复

一、披露报告期内纯代工模式和代工代采模式的主要产品及其采购金额，同类产品纯代工模式和代工代采模式的单位成本是否存在差异；客户对纯代工模式或代工代采模式是否存在限制要求

(一) 报告期内纯代工模式和代工代采模式的主要产品及其采购金额

1、产品、原材料和服务采购金额

(1) 整体概况

公司产品主要采用纯代工模式和代工代采模式进行生产，对于部分数据中心交换机产品，则由公司自建生产线自主生产。报告期内，公司采购内容包括整机设备、原材料（芯片、元器件、光模块、电路板、电源模块等）和代工服务，各类采购具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
整机设备	231,812.86	47.03%	142,875.60	46.84%	127,496.58	52.17%
交换机	91,840.80	18.63%	47,014.50	15.41%	43,035.89	17.61%
无线产品	55,134.60	11.19%	43,210.01	14.16%	38,546.83	15.77%
安全网关	14,948.99	3.03%	5,236.59	1.72%	1,360.08	0.56%
云桌面解决方案	58,860.80	11.94%	43,373.95	14.22%	42,336.75	17.33%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	11,027.67	2.24%	4,040.54	1.32%	2,217.04	0.91%
原材料	250,368.60	50.79%	155,002.73	50.81%	111,545.68	45.65%
芯片	111,937.03	22.71%	67,908.08	22.26%	44,857.12	18.36%
元器件	37,282.54	7.56%	22,629.93	7.42%	16,645.61	6.81%
光模块	27,659.47	5.61%	16,160.05	5.30%	8,762.23	3.59%
电路板	19,963.26	4.05%	11,358.84	3.72%	7,543.16	3.09%
电源模块	17,802.43	3.61%	11,248.42	3.69%	9,460.76	3.87%
结构件	11,717.25	2.38%	7,675.24	2.52%	5,873.62	2.40%
其他	24,006.60	4.87%	18,022.18	5.91%	18,403.18	7.53%
代工服务	10,725.50	2.18%	7,175.27	2.35%	5,324.48	2.18%
合计	492,906.96	100%	305,053.60	100%	244,366.74	100%

2020 年，公司整体采购额增幅较大，一方面系随着公司业务不断发展，公司相应增加采购规模，另一方面系 2020 年受疫情影响，核心原材料采购周期有所延长，为满足客户交付周期的要求，公司相应增加整机设备及原材料备货。

（2）纯代工模式和代工代采模式的主要产品采购金额

对于代工代采模式，由代工厂商直接采购原材料并进行生产，公司向其支付整机采购费用；对于纯代工模式，由公司负责采购原材料，交由代工厂商进行生产，公司向代工厂商支付代工服务费用。将纯代工模式下各期支付代工服务费用对应产成品的存货结转成本作为模拟采购额，报告期内纯代工模式和代工代采模式的主要产品及其采购金额如下表所示：

单位：万元

模式	产品	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
代工代采	交换机	91,840.80	39.62%	47,014.50	32.91%	43,035.89	33.75%
	无线产品	55,134.60	23.78%	43,210.01	30.24%	38,546.83	30.23%
	安全网关	14,948.99	6.45%	5,236.59	3.67%	1,360.08	1.07%
	云桌面解决方案	58,860.80	25.39%	43,373.95	30.36%	42,336.75	33.21%
	其他	11,027.67	4.76%	4,040.54	2.83%	2,217.04	1.74%
	合计	231,812.86	100%	142,875.60	100%	127,496.58	100%
纯代工	交换机	170,951.31	87.93%	102,641.96	80.20%	77,647.06	77.68%
	无线产品	4,011.99	2.06%	5,708.89	4.46%	3,778.69	3.78%
	路由器	9,175.49	4.72%	8,929.53	6.98%	9,600.03	9.60%
	安全网关	8,760.34	4.51%	8,977.27	7.01%	7,186.45	7.19%
	其他	1,518.10	0.78%	1,725.21	1.35%	1,744.95	1.75%
	合计	194,417.23	100%	127,982.86	100%	99,957.18	100%

(二) 同类产品纯代工模式和代工代采模式的单位成本是否存在差异

纯代工模式与代工代采模式下生产的产品型号范围具有较大差异。对于同时采用纯代工模式和代工代采模式的部分产品，两种模式下的报告期各期平均成本对比如下表所示：

单位：元/台

产品	2020 年		2019 年		2018 年	
	纯代工	代工代采	纯代工	代工代采	纯代工	代工代采
产品一	579.52	578.36	583.10	588.62	600.14	-
产品二	458.44	430.18	463.46	439.37	473.17	444.44
产品三	736.61	733.90	760.74	754.50	801.66	790.60

从上表可以看出，对于同一型号产品，纯代工模式和代工代采模式下成本较为接近，不存在较大差异。

(三) 客户对纯代工模式或代工代采模式是否存在限制要求

对于网络设备、网络安全硬件产品以及云服务器和云终端，公司在研发完成并确定可批量生产后，主要委托外部厂商进行代工生产，根据设备的工艺复杂度，公司代工模式可进一步分为纯代工模式和代工代采模式。

实际销售中，客户主要对产品的性能、质量、交付周期等作出要求，对于公司采用何种生产模式不存在限制，由公司根据实际情况自主选择生产模式。

二、披露报告期内定制化和标准化产品的类别及其销售金额，标准化产品的生产模式，发行人采购代工产品后直接销售还是进一步加工后再销售

(一) 报告期内定制化和标准化产品的类别及其销售金额

报告期内，公司定制化产品主要为针对某一客户的特定需求开发的产品，标准化产品主要为根据市场通用需求研发的通用型产品。报告期各期，定制化产品和标准化产品各类别销售金额如下所示：

单位：万元

模式	产品	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
定制化产品	网络设备	65,022.94	10.06%	22,427.99	4.37%	4,375.74	1.05%
	其中：交换机	63,606.05	9.84%	20,085.13	3.91%	1,755.54	0.42%
	无线产品	204.07	0.03%	519.04	0.10%	1,028.53	0.25%
	路由器	1,212.83	0.19%	1,823.83	0.36%	1,591.67	0.38%
	网络安全产品	177.32	0.03%	538.91	0.10%	249.58	0.06%
	其他	644.09	0.10%	962.75	0.19%	629.18	0.15%
	合计	65,844.35	10.19%	23,929.65	4.66%	5,254.49	1.26%
标准化产品	网络设备	425,503.50	65.83%	349,081.48	67.98%	301,534.70	72.19%
	其中：交换机	313,100.83	48.44%	242,310.66	47.19%	206,710.51	49.49%
	无线产品	95,919.48	14.84%	90,666.37	17.66%	78,687.27	18.84%
	路由器	16,483.19	2.55%	16,104.45	3.14%	16,136.92	3.86%
	网络安全产品	46,635.26	7.21%	43,069.74	8.39%	29,654.89	7.10%
	云桌面解决方案	81,476.03	12.60%	66,913.01	13.03%	59,555.74	14.26%
	其他	26,950.20	4.17%	30,539.31	5.95%	21,684.53	5.19%
	合计	580,564.99	89.81%	489,603.54	95.34%	412,429.86	98.74%

（二）标准化产品的生产模式

公司的标准化产品包括各产品类型，其生产模式包括代工代采模式、纯代工模式和自主生产模式。各生产模式的特点参见本部分之“（1）生产模式分类”。

（三）发行人采购代工产品后直接销售还是进一步加工后再销售

报告期内，对于公司代工模式生产的产品，其加工环节均由代工厂商完成，公司采购代工产品后直接进行销售。

三、披露纯代工模式下发行人负责采购主要原材料还是所有原材料，代工代采模式下发行人指定原材料供应商的情况

对于网络设备、网络安全硬件产品以及云服务器和云终端，公司在研发完成并确定可批量生产后，主要委托外部厂商进行代工生产。根据设备的工艺复杂度，公司代工模式可进一步分为纯代工模式和代工代采模式。随着数据中心产品生产复杂度的提升，为了更好地实现从研发到生产端的品质控制，同时为更快速地满足客户对产品的部分定制化需求，公司于2020年10月自建生产线用于部分数据中心交换机的生产。公司产品对应生产模式的具体情况如下表所示：

	纯代工	代工代采	自建生产线
产品特点	工艺较为复杂或处于产品推出早期阶段	工艺相对成熟、工序相对简单	工艺较为复杂、具有一定的定制要求或处于产品推出早期阶段
原材料采购	通常由公司负责采购所有原材料，代工厂商仅负责组装加工，公司向其支付代工服务费	公司根据产品对原材料在规格、性能、质量等各方面的要求指定核心原材料供应商范围，由代工厂商在指定范围内自主选择原材料供应商进行采购	公司负责所有原材料采购
定价方式	采用代工费定价模式，参照市场惯例，基于产品工艺及工序的复杂程度、所使用的生产设备、所耗工时确定代工费用	采用整机采购定价模式，由代工厂商根据原材料构成和产品工艺流程等多种因素进行综合报价，公司采用招标或多家比价议价方式确定代工厂商及整机采购价格	公司自行采购原材料并由自建生产线进行生产，不涉及代工服务定价

四、披露发行人产品的主要生产工艺，代工厂商是否生产自主品牌产品，与发行人产品是否存在竞争关系。

（一）发行人产品的主要生产工艺

报告期内，公司产品的主要生产工艺具体内容如下：

名称	具体内容
表面贴装	将电子元件放置到电路板上，加热使焊料熔融，从而实现元器件与电路之间的机械与电气连接
波峰焊	将插件器件的引脚直接与溶化的焊料接触，使插件的元件焊接到电路板上

名称	具体内容
压接	利用压力把引脚器件的引脚压入电路板的镀铜孔内，通过引脚变形产生机械压力与过孔壁形成紧密的贴合，从而实现可靠的电气及机械互联
单板测试	对应单板上的各个链路进行短路测试、电子原器件的非上电测试、逻辑器件软件下装、主要电路的电压测试
装配	使用螺钉将完成表面贴装和波峰焊的电路板、结构件、部件等零件按照一定的顺序组装成合格品的成品或半成品
基本功能预测	通过生产测试软件，检验产品所有功能模块、内部接口、外部接口的功能是否正常
高低温环境压力测试	高低温环境下通过产品流量测试及其它压力测试对产品可靠性进行检验，在产品保证功能的基础上通过严苛的环境来检验产品性能指标
烤机	在高温环境下，通过长时间的硬件功能测试、压力测试，检验产品长期高温环境的稳定性
功能检测	通过客户系统检查产品在客户系统软件上运行是否正常，功能是否正常，性能是否可靠
出货品质检测	在产品出货时，按照供求双方合约或订单议定的标准，实施出货检验

（二）代工厂商是否生产自主品牌产品，与发行人产品是否存在竞争关系

报告期内，公司主要代工厂商具体情况如下表所示：

公司名称	代工产品类型	是否生产自主品牌产品	是否与公司产品存在竞争关系
NEWEB HOLDING CORPORATION	交换机、无线产品	否	否
智微智能	云终端	否	否
湖南恒茂高科股份有限公司	交换机、无线产品	否	否
伟创力	交换机	否	否
星网锐捷	交换机、无线产品、路由器	是	是
共进电子	交换机、无线产品、安全网关、路由器	是	否
武汉艾德蒙	显示器、云一体机	是	否
北京浪潮	云服务器	是	否

注 1：NEWEB HOLDING CORPORATION 为公司代工厂商启佳通讯（昆山）有限公司和启基永昌通讯（昆山）有限公司的母公司。

其中，部分代工厂商在提供代工服务的同时，也生产自主品牌的产品，具体情况如下：

1、星网锐捷

星网锐捷为公司控股股东，除子公司升腾资讯在云桌面领域与公司存在部分重叠外，星网锐捷及其控制的其他公司产品与公司不存在竞争关系。

2、共进电子

根据共进电子年报等公开资料，共进电子在移动通信和通信应用领域，通过自主研

发，以 ODM、自主品牌销售的模式，向设备商及运营商提供 4G/5G 小基站设备，提供应用于公安系统的各制式定位和电子围栏产品、多维感知及识别等前端信息采集设备、面向智慧社区的大数据分析平台等；在智慧医疗健康领域，研发、生产和销售自有品牌康复设备及制氧机等产品。共进电子生产销售的上述自主品牌产品与公司不存在竞争关系。

3、武汉艾德蒙

武汉艾德蒙为冠捷科技有限公司旗下企业，系国内著名的专业显示设备提供商及代工厂商之一，拥有自主品牌的显示器及一体机产品。公司委托武汉艾德蒙生产显示器及云一体机产品，与云服务器、云终端及云桌面软件构成云桌面整体解决方案应用于高等院校、医院等行业客户，满足客户在教学、办公等方面的信息化需求；此外，武汉艾德蒙还针对消费者单独销售显示器或一体机，满足用户的电脑显示需求。武汉艾德蒙显示器及一体机产品与公司云桌面整体解决方案产品不存在竞争关系。

4、北京浪潮

北京浪潮系上市公司浪潮信息（000977）全资子公司。浪潮信息系国内领先的服务器研发及生产制造商，拥有自主品牌的通用服务器、高端服务器及存储服务器产品。公司委托北京浪潮代工生产云服务器，并作为云桌面解决方案的构成部分提供给高等院校、医院等行业客户。北京浪潮的自主品牌服务器主要面向云数据中心场景，用于云计算 IaaS 硬件层基础设施建设，双方产品不存在竞争关系。

综上，公司部分代工厂商生产自主品牌产品，除星网锐捷外，其他代工厂商自主品牌产品与公司产品不存在竞争关系。

五、说明代工代采模式下招标或多家比价议价方式确定供应商的具体过程，招标方式是否影响供应商的稳定性

（一）代工代采模式下招标或多家比价议价方式确定供应商的具体过程

公司通过招标及多家比价议价方式确定供应商具体过程如下：

招标模式下，在确定采购需求后，由公司招标管理部门组织专家团根据供应品牌、方案、服务资质择优选取不少于 3 家供应商，并经过招标竞争策略审核后拟定邀请招标供应商清单。确认清单后由公司招标管理部门拟定招标文件，并发出招标公告。供应商

在对产品价格、交付周期等要素进行投标后，由公司招标管理部门根据招标文件确定的标准对供应商进行打分和通告评标结果，确定中标供应商后，由采购部门与中标供应商确认具体合同条款内容。最终由需求部门对采购项目实施情况进行验收。公司制定了采购招标管理制度，内控制度中也对招标过程中的内部管理、招标价格和保密措施作出规定。报告期内，公司严格执行招标管理制度，相关人员在招标过程中严格遵守招标要求和流程，确保招标过程的有效性和合规性。

多家比价议价模式下，在确定采购需求后，由公司采购部门基于采购产品类型及数量，并结合产品研发项目组提出的要求，向 2 家及以上满足条件的供应商进行询价。在供应商报价完成后，首先由公司采购部门对各家供应商的报价合理性进行分析，在此基础上，由产品开发团队及产品生命周期管理团队基于供应商的报价、交付能力及品质等因素投票进行决议，确定代工供应商。公司制定了采购管理制度，对比价议价的流程以及相关职责范围进行严格规范，确保比价议价方式确定供应商及采购价格的公允性和合规性。

（二）招标方式是否影响供应商的稳定性

公司在招标过程中，综合考量代工厂商的交付周期、质量与价格等因素设计稳定、规范化的评标标准，规模较大、生产及品质管理水平较高的代工厂商在招标过程中更具优势，公司招标采购中标企业也通常为国内主要知名代工厂商。报告期内，公司主要代工厂商未发生重大变化，招标方式未影响供应商稳定性。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取并对比公司部分产品纯代工模式和代工代采模式下的成本；访谈公司销售部门负责人，了解客户对公司产品生产方式是否存在限制。

2、访谈公司生产管理部门负责人，了解公司标准化产品的生产模式及生产流程。

3、访谈公司生产管理部门负责人，了解公司在纯代工模式下是否准备所有原材料，在代工代采模式下指定供应商情况；访谈公司主要代工厂商，了解公司向其指定原材料供应商情况。

4、访谈公司生产管理部门负责人，进一步了解公司产品的主要生产工艺，代工厂商生产自主品牌产品情况，以及与公司产品是否存在竞争关系。

5、访谈公司采购部门负责人，了解代工代采模式下公司招标及多家比价议价方式确定供应商的具体过程。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人同类产品纯代工模式和代工代采模式下的成本不存在重大差异，客户对发行人产品采用纯代工模式或代工代采模式生产无限制。

2、报告期内，发行人定制化产品主要为针对某一客户的特定需求开发的产品；标准化产品主要为根据市场通用需求研发的通用型产品，包括发行人各产品类型，其生产模式包括代工代采模式、纯代工模式和自主生产模式。对于代工模式生产的产品，发行人采购代工产品后直接进行销售。

3、纯代工模式下，通常由发行人准备所有原材料，代工厂商仅负责组装加工，发行人向其支付代工服务费；代工代采模式下，发行人根据产品对原材料要求的规格、性能、质量等各方面要求指定核心原材料供应商范围，由代工厂商在指定范围内自主选择原材料供应商进行采购。

4、报告期内，发行人部分代工厂商拥有自主品牌产品，除星网锐捷外，其他代工厂商自主品牌产品与发行人产品不构成竞争关系。

5、招标方式未对发行人供应商稳定性造成重大不利影响。

问题 11：关于收入

申报文件显示：

(1) 发行人披露销售商品收入确认方法时，2020 年 1 月 1 月前区分直销和经销模式，2020 年 1 月 1 日后区分是否需要专业安装调试；发行人未披露 2020 年 1 月 1 日后的服务收入确认方法。

(2) 报告期内，发行人数据中心交换机销售收入分别为 19,862.19 万元、67,644.58

万元、98,172.51 万元和 79,729.24 万元，销售额大幅增加；园区与城域网交换机销售额分别为 126,829.99 万元、119,652.61 万元、130,966.36 万元和 32,570.84 万元。

(3) 云桌面解决方案由云服务器、云终端、云桌面软件及相关配件构成的一体化解决方案，报告期内发行人云桌面业务销售收入分别为 57,243.37 万元、59,555.74 万元、66,913.01 万元及 15,200.20 万元。

(4) 报告期内，发行人境内收入占比分别为 98.56%、96.12%、94.95%、和 83.90%。

(5) 发行人未披露报告期内的退换货情况。

(6) 发行人未披露报告期内主要产品的销售价格。

请发行人：

(1) 结合具体业务，披露销售商品收入确认时点 2020 年前后是否有实质变化，2020 年 1 月 1 日后提供服务收入确认方法，并结合具体业务分析是否发生实质变化。

(2) 披露数据中心交换机的主要销售模式、主要客户类型、主要竞争对手，报告期内收入大幅增长是否和可比公司一致、可持续性；结合 2020 年 7-12 月园区与城域网交换机销售情况及在手订单情况，分析并披露园区与城域网交换机销售额是否呈下滑趋势。

(3) 披露报告期内云桌面的收入具体构成，相关软硬件是否由发行人自主研发和生产、是否单独计价。

(4) 按终端客户所在地披露报告期内境内收入明细构成。

(5) 披露报告期内的退换货情况及相关会计处理方式，报告期内的售后服务费收入。

(6) 披露报告期内主要产品的销售价格，并分析波动原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

11.1 发行人回复

一、结合具体业务，披露销售商品收入确认时点 2020 年前后是否有实质变化，2020 年 1 月 1 日后提供服务收入确认方法，并结合具体业务分析是否发生实质变化

（一）结合具体业务，披露销售商品收入确认时点 2020 年前后是否有实质变化

2020 年 1 月 1 日起，公司执行《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）准则（以下简称“新收入准则”）。根据新收入准则规定，公司相应调整了销售商品收入确认政策的表述以及部分提供服务收入的确认方法。其中：就销售商品收入而言，2020 年前后收入的确认时点没有发生变化，仅收入确认政策的表述发生变化；就提供服务收入而言，与销售商品一同签订的售后服务收入确认方法发生变化，其他模式下的服务收入确认方法未发生变化。具体如下：

1、自 2020 年 1 月 1 日起适用

销售商品收入

公司根据客户取得相关商品或服务的控制权时，按照抵减应付客户对价后的金额确认收入。根据与客户之间签订的购销合同条款，分以下情况确认收入：1）合同所述交易内容包括设备需要专业安装调试的，在设备安装调试完成时确认收入；2）合同所述交易内容不涉及设备专业安装调试的，在取得客户货物签收单时确认收入。

2、2020 年 1 月 1 日前适用

销售商品收入

公司销售的商品主要由硬件及配套的软件组成，并采用直销模式和渠道销售模式两种销售模式。

直销模式下，根据与客户签订的合同，公司在货物已发出并收到收货回执或设备安装调试完成时确认收入；渠道销售模式下，根据与经销商签订的合同，公司在货物发出并取得收货回执单后确认收入；随同硬件商品一起销售的配套软件，在确认硬件收入的同时确认收入。

（二）2020 年 1 月 1 日后提供服务收入确认方法，并结合具体业务分析是否发生实质变化。

公司提供服务收入主要为技术服务、售后服务等。由于客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，根据提供服务的起止时间，按照直线法确认收入。对于不满足“某一时段内履行”条件的

服务合同，公司在客户取得服务控制权时确认收入。

2020 年 1 月 1 日后，单独签订合同的技术服务收入和售后服务收入确认方法不变；因执行新收入准则，与销售商品一同签订的售后服务收入确认方法发生变化。

根据新收入准则第九条约定：“合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。履约义务，是指合同中企业向客户转让可明确区分商品的承诺。履约义务既包括合同中明确的承诺，也包括由于企业已公开宣布的政策、特定声明或以往的习惯做法等导致合同订立时客户合理预期企业将履行的承诺”。

公司的主营业务为网络设备、网络安全产品及云桌面解决方案的研发、设计和销售。若公司的销售合同条款包含公司提供的产品免费保修服务，则识别为单项履约义务。由于免费保修服务是合同中明确的承诺，满足新收入准则对可明确区分商品的规定。因此，公司根据新收入准则的规定以及自身的业务特征，对存在提供免费保修条款的销售合同进行归类，将每个合同约定的保修服务识别为单项履约义务。

根据新收入准则第十四条规定：“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入”，第二十条规定“合同中包含两项或多项履约义务的，企业应当在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。企业不得因合同开始日之后单独售价的变动而重新分摊交易价格”，第二十一条规定“企业在类似环境下向类似客户单独销售商品的价格，应作为确定该商品单独售价的最佳证据。单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑其能够合理取得的全部相关信息，采用市场调整法、成本加成法、余值法等方法合理估计单独售价。在估计单独售价时，企业应当最大限度地采用可观察的输入值，并对类似的情况采用一致的估计方法。市场调整法，是指企业根据某商品或类似商品的市场售价考虑本企业的成本和毛利等进行适当调整后，确定其单独售价的方法。成本加成法，是指企业根据某商品的预计成本加上其合理毛利后的价格，确定其单独售价的方法。余值法，是指企业根据合同交易价格减去合同中其他商品可观察的单独售价后的余值，确定某商品单独售价的方法”。

与销售商品一同签订的保修服务，若有单独签订的保修服务合同单价参考，则按照各单项履约义务所承诺商品和服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务并确认收入。若单独售价无法直接观察的，依据新收入准则第二十一条的规定，采用可观察的输入值的方式进行比例分摊处理。

二、披露数据中心交换机的主要销售模式、主要客户类型、主要竞争对手，报告期内收入大幅增长是否和可比公司一致、可持续性；结合 2020 年 7-12 月园区与城域网交换机销售情况及在手订单情况，分析并披露园区与城域网交换机销售额是否呈下滑趋势

（一）数据中心交换机的主要销售模式、主要客户类型及主要竞争对手，报告期内收入大幅增长是否和可比公司一致、可持续性等情况

随着云计算市场不断发展，大型及超大型数据中心建设不断加速，公司数据中心交换机在互联网企业及运营商中得到规模应用，业务规模高速增长。公司数据中心交换机产品主要采用直销模式，主要面向阿里巴巴、腾讯等大型互联网企业及中国移动、中国电信、中国联通等运营商客户销售。

根据 IDC 数据统计，2019 年及 2020 年，公司及数据中心交换机市场平均增速情况如下：

项目	2020 年	2019 年
锐捷网络增速	105.34%	47.16%
市场平均增速	24.50%	10.07%
除锐捷网络外的市场增速	16.85%	7.51%

注：上述增速数据根据 IDC 统计数据计算得出，除锐捷网络外的市场增速根据市场规模扣除锐捷网络销售规模计算得出。

近年来，我国加大云计算领域的投资力度，促使大型数据中心建设加速发展，并带动数据中心交换机市场规模快速增长，市场主流厂商销售规模均有所增长。同时，公司根据行业发展趋势进行了前瞻性布局，自主研发多项数据中心核心技术，并率先在业内推出 100G 数据中心核心交换机和 25G/100G 数据中心解决方案，在数据中心细分市场份额快速提升。根据 IDC 数据统计，公司数据中心交换机市场占有率由 2018 年的 6.46% 提升至 2020 年的 14.30%。

随着 5G 带来的流量爆发和“新基建”的推进，中国将成为数据中心相关产业增长最快的市场之一。根据 IDC 预测，到 2022 年，我国数据中心业务市场规模将超过 3,200

亿元，同比增长 28.8%，进入新一轮爆发期，公司数据中心交换机销售收入增长具有可持续性。

（二）结合 2020 年 7-12 月园区与城域网交换机销售情况及在手订单情况，分析并披露园区与城域网交换机销售额是否呈下滑趋势

公司园区与城域网交换机终端客户主要包括政府部门及高教、普教、医疗、金融、电力能源等行业，是公司运营多年、较为成熟的产品之一，面向的市场和客户群体相对稳定。2020 年度，该产品终端部分客户生产经营受到新冠疫情影响，对该类产品的采购下降。公司 2020 年 7-12 月、2020 年全年及 2021 年 1-3 月园区与城域网交换机产品销售收入情况列示如下：

项目	2020 年 7-12 月	2020 年	2021 年 1-3 月
收入规模（万元）	86,644.37	119,215.20	23,949.35
同比增长率	-3.98%	-8.97%	162.37%

注：上述 2021 年 1-3 月财务数据未经审计。

随着国内疫情情势好转，经济逐步恢复正常，园区与城域网交换机销售收入同比下降幅度缩小。至 2020 年第四季度，该类产品同比下降幅度已经缩减至 0.91%；2021 年第一季度，园区与城域网交换机产品销售收入较去年同期增长 162.37%。具体情况如下：

项目	2020 年				2021 年
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度
同比增长率	-48.04%	-3.86%	-7.51%	-0.91%	162.37%

注：上述 2021 年第一季度财务数据未经审计。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司园区与城域网交换机产品在手订单金额（含已发货未确认收入订单金额）6,789.64 万元。由于该类产品交付周期较短，在手订单占销售收入的比例较小，公司园区与城域网交换机产品应用领域广泛，面向的市场和客户群体相对稳定，市场需求将随着国内经济复苏恢复正常水平，销售收入进一步下降的可能性较小。

三、披露报告期内云桌面的收入具体构成，相关软硬件是否由发行人自主研发和生产、是否单独计价

公司云桌面解决方案针对课堂、办公、研发、移动、分支、窗口、产线等多种应用场景下的需求形成不同侧重而又整体融合的差异化解决方案。其中，云服务器包含了服务器硬件和出厂已内置的云平台软件和云桌面管理控制器软件；云终端包含了盒子形态

和一体机形态的硬件和出厂已内置的云终端系统软件和客户端软件；除云服务器、云终端内置的嵌入式软件之外，独立的云桌面应用软件包括用于教学管理和云盘两类应用软件，以软件和授权的方式配套提供；配件主要包括显示器、键盘及鼠标等。报告期内云桌面的收入具体构成情况如下：

单位：万元

产品构成	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
云终端	53,557.15	65.73%	37,927.69	56.68%	31,420.27	52.76%
云服务器	18,418.70	22.61%	20,990.52	31.37%	23,412.39	39.31%
云桌面应用软件	1,681.20	2.06%	1,933.82	2.89%	2,422.85	4.07%
配件及其他	7,818.98	9.60%	6,060.98	9.06%	2,300.23	3.86%
合计	81,476.03	100.00%	66,913.01	100.00%	59,555.74	100.00%

云桌面解决方案中的软件（包括内置嵌入的云平台软件+云桌面管理控制软件、独立的教学管理软件和云盘应用软件）是解决方案的核心组成部分，由公司自主设计研发；终端设备由公司自主设计研发，委托外部厂商代工生产；服务器和配件产品主要由公司提出定制需求，委托外部厂商进行开发及生产。

公司云桌面一般以整体解决方案模式与客户签订业务合同，其中的云终端、云服务器、配件产品和独立应用软件单独定价并在合同中予以约定，嵌入式云平台软件、云桌面管理控制软件在报告期内是与服务器和终端硬件内置组合出售，未单独定价。

2018 年至 2020 年，云终端销售收入占比逐期上升，而云服务器销售收入占比逐期下降，主要系 2018 年起，公司基于对场景用户需求特点和自身产品、技术优势的衡量，在部分场景选择主推以 IDV 技术路线为主的云桌面解决方案。与 VDI 技术路线相比，IDV 技术路线采用“胖终端+瘦服务器”的组合方案，整体解决方案中的服务器设备配比较低。报告期各期，配件及其他产品占比逐期增加，主要系 2018 年起，公司为加强云桌面解决方案的整体质量管理，整合采购并配套销售云桌面显示器和键盘、鼠标等硬件设备所致。

四、按终端客户所在地披露报告期内境内收入明细构成

报告期内，公司境内终端客户分布广泛，收入明细构成列示如下：

单位：万元

终端客户所在地区	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东大区	256,929.20	43.31%	187,672.64	38.49%	140,918.83	35.10%
华北大区	124,851.40	21.05%	102,363.94	20.99%	81,837.69	20.38%
西南大区	61,810.55	10.42%	49,574.82	10.17%	40,885.42	10.18%
华南大区	56,484.46	9.52%	54,573.88	11.19%	60,653.02	15.11%
华中大区	43,405.88	7.32%	45,513.88	9.33%	37,214.14	9.27%
西北大区	28,333.62	4.78%	24,153.73	4.95%	20,924.49	5.21%
东北大区	21,416.26	3.61%	23,750.18	4.87%	19,053.52	4.75%
总计	593,231.39	100.00%	487,603.06	100.00%	401,487.11	100.00%

五、披露报告期内的退换货情况及相关的会计处理方式，报告期内的售后服务费收入

1、公司报告期内的退换货情况如下：

（1）退换货金额

报告期各期，公司发生的退换货金额及占当期营业收入的比例列示如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
退换货	2,204.15	2,332.93	5,124.65
营业收入占比	0.33%	0.45%	1.20%

报告期各期，公司因产品质量问题或客户需求变化协商产生的退换货金额较小，占营业收入的比例较低，且在报告期内呈逐年下降的趋势。

（2）退换货相关的会计处理方式

公司已确认销售收入的商品发生销售退换，冲回当期收入，会计分录如下：

借：主营业务收入

 应交税费——应交增值税（销项税额）

贷：应收账款

借：库存商品/发出商品

 贷：主营业务成本

2、报告期内的售后服务费收入

公司报告期内的售后服务主要包括维保服务、基础交付实施、网络优化、应急保障、

系统运维、驻场服务等，收入金额及占当期营业收入的比例列示如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
售后服务收入	7,442.63	10,142.68	7,448.46
营业收入占比	1.11%	1.94%	1.74%

六、披露报告期内主要产品的销售价格，并分析波动原因

公司的主要产品包括网络设备（交换机、路由器、无线产品等）、网络安全产品（安全硬件和安全软件产品）及云桌面解决方案等。报告期内，公司产品的价格变动情况符合 ICT 产品的普遍趋势，即新产品推出时价格相对较高，随着产品逐渐推广价格有所下降。公司始终坚持深入场景的创新理念，为满足不同场景下的客户需求，会针对同一类型的产品开发出多种型号，不同型号在配置、性能与价格等方面存在较大差异。由于不同型号产品销售占比的变化对平均价格有一定影响，报告期内部分产品类别的平均价格表现出波动性。因此，平均价格较难反映产品销售价格变动情况。报告期内主要产品的平均单价情况如下：

1、网络设备

报告期各期，公司网络设备主要产品类别平均单价及变动情况如下：

主要产品类别	主要细分产品类别	平均单价（元）		
		2020 年	2019 年	2018 年
交换机	数据中心交换机	23,218.97	25,113.04	24,683.26
	园区与城域网交换机	2,961.39	2,899.90	2,858.65
	SMB 交换机	273.09	232.93	269.48
无线产品	放装型无线接入点	498.09	543.83	580.75
	SMB 无线接入点	165.63	165.51	159.18

注：公司网络设备的类别及型号众多，部分产品销售金额占比较低。从产品类别来看，2020 年公司无线产品中的场景化部署无线接入点、管理产品、其他类，以及路由器的销售金额占当年网络设备整体销售金额的比例均低于 5%，上表未予列示。从具体产品型号来看，部分产品型号在细分产品类别中销售金额占比较小且价格与同类别其他产品差异较大，如数据中心交换机中的千兆接入交换机以及园区与城域网交换机中的工业交换机等，为更客观地呈现价格变动趋势，该等型号未包括在上表统计范围内。

报告期内，公司网络设备中的园区与城域网交换机和 SMB 无线接入点的平均单价较为稳定，其他主要细分产品类别的价格有所变动，具体原因如下：

1) 数据中心交换机

2018 年及 2019 年，数据中心交换机的平均单价较为稳定。2020 年，该类产品的平均单价有所下降，主要原因系：①随着数据中心 25G 接入交换机产品日益成熟，实现更大规模销售，其销售单价有一定程度下降；②在数据中心核心的组网模式上，不同客户基于灵活扩展性、运维效率、组网成本等多因素考虑，选择框式大核心和分布式小核心等不同的灵活组网方式，分布式小核心组网产品的平均单价相对较低。2020 年公司该类产品的销售占比提升，使得平均单价有所下降。

2) SMB 交换机

2019 年，SMB 交换机的平均单价有所下降，主要原因系公司当年进一步拓展中低端市场，价格相对较低的非网管交换机、塑壳交换机和 POE 交换机的销售占比有所提升。2020 年，价格相对较高的网管交换机销售占比提升，使得当年 SMB 交换机的平均单价有所回升。

3) 放装型无线接入点

报告期内，放装型无线接入点的平均单价持续下降，主要原因系公司该品类下成熟产品的价格随着产品逐渐推广而呈下降趋势。

2、网络安全产品

报告期各期，公司网络安全产品主要产品类别平均单价及变动情况如下：

主要产品类别	主要细分产品类别	平均单价（元）		
		2020 年	2019 年	2018 年
安全硬件	安全网关	269.37	725.11	906.38
	下一代防火墙	12,507.00	12,689.70	11,641.70
	检测审计类安全产品	24,551.26	35,109.33	24,094.27
安全软件	身份管理软件	12,427.06	12,520.72	11,925.04

注：公司网络安全产品的类别及型号众多，部分产品销售金额占比较低。从产品类别来看，2020 年公司网络安全硬件产品中的其他类，以及网络安全软件产品中的安全态势感知和其他类的销售金额占当年网络安全产品整体销售金额的比例均低于 5%，上表未予列示。从具体产品型号来看，部分产品型号在细分产品类别中销售金额占比较小且价格与同类别其他产品差异较大，如身份管理软件中的定制化开发组件等，为更客观地呈现价格变动趋势，该等型号未包括在上表统计范围内。

报告期内，公司网络安全产品中的下一代防火墙和身份管理软件的平均单价较为稳定，其他主要细分产品类别的价格有所变动，具体原因如下：

1) 安全网关

2019 年，安全网关产品的平均单价有所下降，主要原因系公司针对中小企业市场推出性价比较高的网关产品，且该类产品销售收入占比增加。2020 年，针对小微企业、商户及别墅无线上网等应用场景的 EW 系列产品的销售收入占比迅速上升，且该产品的平均单价相对较低，使得 2020 年公司安全网关产品平均单价较 2019 年相比降幅较大。

2) 检测审计类安全产品

2019 年，检测审计类安全产品的平均单价有所提升，主要原因系 2019 年等保 2.0 正式实施，受政策推动影响，相关产品的销售金额及占比有所增加，该类产品的价格相对较高，使得检测审计类安全产品的平均单价有所提升。2020 年，公司进一步加强针对中小客户的渠道拓展，使得面向中小客户的产品销量有所提升，该类产品的价格相对较低，使得平均单价有所下降。

3、云桌面解决方案

公司云桌面业务的交付形式为软硬件一体化解决方案，一般由云课堂、云办公等云桌面独立软件搭配云服务器、云终端及相关外设和配件产品构成，针对课堂、办公、研发、移动、分支、窗口、产线等多种应用场景下的需求形成不同侧重而又整体融合的差异化解决方案。

云桌面解决方案主要考虑产品数量和配置进行定价，不同项目收入规模差异较大，一般为十几万至数千万元不等，不同期间的项目平均单价缺乏可比性。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取境内终端客户所在地的收入明细表，分析销售收入分布的合理性。

2、取得公司报告期内退换货明细，了解公司大额退换货的背景及原因，退回产品的后续处理方式，并复核退换货的会计处理方式。

3、获取报告期各期主要产品的销售收入明细表，分析主要产品的平均销售价格及波动的原因。

4、取得并查阅了公司 2020 年 7-12 月园区与城域网交换机销售收入明细，统计截至 2020 年 12 月 31 日公司在手订单金额，并抽查相关商务合同情况。

5、取得并抽查了数据中心交换机、云桌面产品对应客户、供应商合同或订单主要条款，并与实际销售、采购情况进行比对复核。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、2020 年 1 月 1 日后，公司销售商品收入确认时点没有发生实质变化，仅收入确认方法描述有所差异；单独签订合同的技术服务收入和售后服务收入确认方法未发生变化；因执行新收入准则，与销售商品一同签订的售后服务收入确认方法发生变化。

2、报告期内，我国数据中心交换机市场规模快速增长，市场主流厂商销售规模均有所增长；同时，公司根据行业发展趋势进行了前瞻性布局，在数据中心细分市场份快速提升。公司数据中心交换机收入增长符合行业趋势，具备可持续性。2020 年度，园区与城域网交换机部分客户生产经营受到疫情影响，导致其对公司的采购减少，故该类产品销售收入下降；考虑到国内疫情已基本得到控制，经济秩序正有序恢复，2021 年第一季度，园区与城域网交换机产品销售收入较去年同期增长 162.37%，预计园区与城域网交换机销售收入进一步下滑的可能性较小。

3、报告期内，公司产品的价格变动情况符合 ICT 产品的普遍趋势，即新产品推出时价格相对较高，随着产品逐渐推广价格有所下降。由于不同型号产品销售占比的变化对平均价格有一定影响，报告期内部分产品类别的平均价格表现出波动性。

问题 12：关于收入季节性

申报文件显示：

(1) 2017-2019 年，发行人第三季度和第四季度的收入占比之和分别为 72.26%、68.11%及 69.20%，主要因为下游客户群体中政府、公共事业单位（教育、医疗等领域）通常在下半年进行项目实际招标、合同签署、采购以及相关验收工作。

(2) 2020 年 1-6 月，发行人实现营业收入 200,633.98 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为-4,557.37 万元。

请发行人：

(1) 披露报告期内季节性较强的主要客户、主要产品，分析发行人下半年收入占比与同行业可比公司是否一致。

(2) 结合项目招标、合同签署、采购以及相关验收工作的周期、报告期各年 12 月的销售收入及占比等，分析报告期内是否存在提前确认收入的情形。

(3) 分析并披露发行人 2020 年 1-6 月亏损原因、报告期内是否存在季节性亏损情

形，如有，请在招股说明书中进行特别风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

12.1 发行人回复

一、披露报告期内季节性较强的主要客户、主要产品，分析发行人下半年收入占比与同行业可比公司是否一致

（一）报告期内季节性较强的主要客户

报告期内，公司终端客户群体中，政府、大型国有企业和公共事业单位等通常实行预算管理制度和集中采购制度，在上半年立项并审批当年的年度预算和固定资产投资计划，在年中或下半年安排设备选型及采购招标，设备交货、安装调试和验收集集中在下半年尤其是年底进行。报告期各期，报告期各期，公司向前五大客户的销售大多具备下半年收入高于上半年的季节性特征，具体情况如下：

年度	公司名称	客户性质	销售收入占比			
			第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2020 年	阿里巴巴	互联网客户	11.77%	40.02%	26.78%	21.44%
	神州数码	总代理商	4.92%	20.98%	29.92%	44.18%
	中国移动	运营商客户	2.56%	30.52%	11.37%	55.54%
	伟仕佳杰	总代理商	8.40%	21.64%	34.11%	35.85%
	联强国际	总代理商	8.28%	14.37%	29.69%	47.65%
2019 年	神州数码	总代理商	9.85%	22.58%	31.33%	36.24%
	联强国际	总代理商	10.12%	17.34%	34.71%	37.82%
	伟仕佳杰	总代理商	6.87%	20.01%	36.90%	36.22%
	中国移动	运营商客户	14.80%	14.38%	25.72%	45.09%
	阿里巴巴	互联网客户	10.82%	25.72%	22.42%	41.05%
2018 年	神州数码	总代理商	5.90%	21.60%	31.78%	40.72%
	联强国际	总代理商	6.94%	22.00%	31.14%	39.91%
	伟仕佳杰	总代理商	7.00%	20.82%	38.32%	33.86%
	杭州宝威	行业代理商	20.88%	38.35%	28.88%	11.89%
	腾讯	互联网客户	2.07%	27.72%	43.87%	26.35%

注：上述季度数据未经审计。

（二）报告期内季节性较强的主要产品

公司的主要产品包括网络设备、网络安全产品及云桌面解决方案等。客户预算、投资计划和招投标的季节性安排决定了公司的主要产品亦呈现一定的季节性波动，各类产

品销售额季度占比情况如下：

1、网络设备

单位：万元

期间	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020 年度	39,967.54	8.15%	117,124.28	23.88%	155,441.53	31.69%	177,993.09	36.29%
2019 年度	39,507.74	10.63%	76,652.42	20.63%	117,525.90	31.63%	137,823.41	37.10%
2018 年度	29,760.06	9.73%	67,412.68	22.04%	99,797.27	32.62%	108,940.43	35.61%

注：上述季度数据未经审计。

2、网络安全产品

单位：万元

期间	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020 年度	3,409.71	7.28%	11,219.89	23.97%	14,570.33	31.12%	17,612.63	37.62%
2019 年度	4,379.93	10.04%	9,954.84	22.83%	13,713.15	31.45%	15,560.73	35.68%
2018 年度	3,035.80	10.15%	6,351.00	21.24%	9,395.22	31.42%	11,122.45	37.19%

注：上述季度数据未经审计。

3、云桌面解决方案

单位：万元

期间	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020 年度	3,290.64	4.04%	11,909.56	14.62%	29,161.69	35.79%	37,114.14	45.55%
2019 年度	5,628.10	8.41%	11,907.78	17.80%	26,412.10	39.47%	22,965.03	34.32%
2018 年度	4,084.47	6.86%	15,263.51	25.63%	22,386.12	37.59%	17,821.64	29.92%

注：上述季度数据未经审计。

（三）分析发行人下半年收入占比与同行业可比公司是否一致

2018 年至 2020 年，公司可比上市公司下半年收入及占比情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 7-12 月		2019 年 7-12 月		2018 年 7-12 月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
紫光股份	3,415,590.75	57.21%	3,122,517.66	57.72%	2,589,442.18	53.57%
迪普科技	57,489.92	64.50%	46,007.78	57.24%	39,802.62	56.53%
中兴通讯	5,425,129.70	53.48%	4,612,736.30	50.84%	4,607,937.30	53.89%

公司名称	2020 年 7-12 月		2019 年 7-12 月		2018 年 7-12 月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
启明星辰	289,215.71	79.31%	220,740.29	71.45%	178,138.94	70.64%
奇安信	315,417.25	75.80%	217,172.85	68.96%	138,761.69	77.31%
天融信	332,768.22	58.34%	451,207.69	63.63%	356,378.89	56.57%
深信服	371,422.40	68.05%	303,130.68	66.04%	204,610.32	63.46%
平均值	-	65.24%	-	62.27%	-	61.71%
本公司	469,149.73	70.04%	362,241.62	69.40%	289,881.73	67.69%

报告期内，同行业可比公司收入分布多呈现一定的季节性特征，下半年营业收入约为 50%-80%之间，整体高于上半年水平。各公司营业收入的季节性分布具体受到客户结构、业务特点等因素的影响有所差异。公司下半年收入占比与同行业可比公司处于相近水平，营业收入的季节性波动特征与同行业一致。

二、结合项目招标、合同签署、采购以及相关验收工作的周期、报告期各年 12 月的销售收入及占比等，分析报告期内是否存在提前确认收入的情形

公司终端客户群体中，政府、大型国有企业和公共事业单位等通常在上半年审批当年的年度预算和固定资产投资计划，在年中或下半年安排设备采购招标，设备交货、安装调试和验收集集中在下半年尤其是年底进行。受下游客户群体采购周期的影响，公司主营业务收入存在一定的季节性波动，12 月份收入占比较高，符合行业特征。2018 年 12 月、2019 年 12 月及 2020 年 12 月销售收入及占比情况如下：

项目	2020 年 12 月		2019 年 12 月		2018 年 12 月	
	金额	占当年收入的比例	金额	占当年收入的比例	金额	占当年收入的比例
渠道销售模式	73,482.04	11.37%	75,726.78	14.75%	55,042.01	13.18%
直销模式	38,707.14	5.99%	17,466.40	3.40%	12,412.40	2.97%
合计	112,189.18	17.36%	93,193.18	18.15%	67,454.42	16.15%

其中，渠道销售模式销售收入占比较大。渠道销售模式下，公司仅为少数渠道商提供信用政策，绝大部分销售采用先款后货的结算方式，销售收入确认前相关货款已基本收回。

公司对于合同要求公司需要在货物签收后提供安装及调试服务的客户，公司的收入确认时点为设备安装调试完成后确认收入；对于无需公司提供安装及调试服务的，公司的收入确认时点为取得收货回执后确认收入。公司收入确认符合《企业会计准则》和相关会计政策中规定的收入确认条件，确认收入的依据充分，收入确认时点谨慎，不存在

提前确认收入的情形。

三、分析并披露发行人 2020 年 1-6 月亏损原因、报告期内是否存在季节性亏损情形，如有，请在招股说明书中进行特别风险提示

2020 年 1-6 月，公司实现营业收入 200,633.98 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为-4,557.37 万元。公司发生亏损主要原因系受到销售收入季节性波动的影响。公司终端客户群体中，政府、大型国有企业和公共事业单位等通常在上半年立项并审批当年的年度预算和固定资产投资计划，在年中或下半年安排设备选型及采购招标，设备交货、安装调试和验收集集中在下半年尤其是年底进行，营业收入存在季节性特征。同时，公司各项费用在年度内相对均匀发生，因此出现上半年季节性亏损情况。

2018 年 1-6 月及 2019 年 1-6 月公司归属于母公司所有者的净利润分别为-3,777.40 万元及-981.31 万元（2018 年 1-6 月、2019 年 1-6 月数据未经审计），公司的营业收入呈现的季节性波动导致公司利润也呈季节性分布，因此可能造成公司出现季节性亏损。

以下内容已在招股说明书“重大事项提示”中补充披露：

六、季节性亏损风险

受终端客户群体采购周期的影响，公司营业收入存在一定的季节性波动特征。2018 年、2019 年及 2020 年，公司上半年营业收入占全年的比例较低，分别为 32.31%、30.60% 及 29.96%（2018 年 1-6 月、2019 年 1-6 月数据未经审计）；同时，公司各项费用在年度内相对均匀发生，因此可能会造成公司出现季节性亏损或盈利较低的情形，公司经营业绩存在季节性波动风险。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取报告期内发行人的销售客户明细表和产品销售明细表，分析其季节性较强的主要客户和主要产品。

2、查阅并获取同行业可比公司年报、招股说明书等公开信息，与同行业可比公司下半年的收入占比情况进行比对，分析收入的季节性分布及合理性。

3、获取报告期内的半年度报表，分析其亏损的原因，并结合行业情况，分析其存在季节性亏损的合理性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人同行业公司销售收入普遍具有季节性特征，发行人下半年的收入占比较高，符合行业惯例，与可比公司具有一致性。

2、发行人收入确认记录于恰当的会计期间，报告期内不存在提前确认收入的情形。

3、受销售收入季节性波动的影响，发行人报告期各期上半年经营业绩存在季节性亏损或盈利较低的情形。

问题 13：关于客户

申报文件显示：

（1）数据中心交换机主要面向运行商及大型互联网客户直销，一般通过招投标进行。

（2）发行人总代理商包括神州数码、联强国际、伟仕佳杰，报告期内持续为发行人前五大客户。

请发行人：

（1）披露报告期各期招投标方式下的收入金额及占比、主要客户及其销售额，招投标过程是否合法合规，是否具备可持续性；除招投标外，其他获取客户的方式。

（2）披露与神州数码、联强国际、伟仕佳杰等总代理客户的合作背景、主要终端客户、相关总代理是否仅代理发行人产品、向发行人采购额与客户经营规模是否匹配。

（3）结合报告期内新客户开拓情况，分析并披露发行人新客户开拓是否依赖于关联方、是否具备独立开拓新客户的能力。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对渠道客户的销售是否实现真实销售、最终销售的核查过程和结论。

回复：

13.1 发行人回复

一、披露报告期各期招投标方式下的收入金额及占比、主要客户及其销售额，招投标过程是否合法合规，是否具备可持续性；除招投标外，其他获取客户的方式。

（一）报告期各期招投标方式下的收入金额及占比

报告期内，公司通过招投标方式取得的销售收入及占公司营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
招投标方式取得收入	171,393.56	79,721.05	60,019.94
营业收入	669,783.71	521,995.53	428,240.89
占比	25.59%	15.27%	14.02%

报告期内，公司招投标方式取得收入占营业收入比例持续增加，主要系 2018 年起，公司数据中心交换机在互联网企业及运营商中得到规模应用，业务规模高速增长，而互联网企业与运营商均主要采用招投标方式进行采购所致。同时，2020 年，受到新冠疫情等因素的影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心网络产品的采购需求大幅增加，造成招投标方式取得的收入占比进一步提升。

（二）报告期各期招投标方式下的主要客户及其销售额

报告期内，公司招投标方式下主要客户及销售额如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占招投标方式取得收入的比例
2020 年	1	阿里巴巴	68,659.49	40.06%
	2	中国移动	45,670.78	26.65%
	3	腾讯	27,333.20	15.95%
	4	中国电信	8,272.36	4.83%
	5	客户三	8,191.47	4.78%
	合计		158,127.30	92.26%
2019 年	1	中国移动	27,860.00	34.95%
	2	阿里巴巴	25,040.35	31.41%
	3	腾讯	13,110.00	16.44%
	4	中国电信	5,171.75	6.49%
	5	国铁吉讯科技有限公司	1,528.34	1.92%
	合计		72,710.43	91.21%
2018 年	1	腾讯	21,424.01	35.69%
	2	中国移动	18,708.20	31.17%
	3	阿里巴巴	6,696.58	11.16%
	4	百度	2,403.11	4.00%
	5	中国大唐集团有限公司	1,728.58	2.88%
	合计		50,960.48	84.91%

（三）招投标过程是否合法合规，是否具备可持续性；除招投标外，其他获取客户的方式

公司制定了内部招投标管理流程，内控制度中也对投标过程中的内部管理、投标价格和保密措施作出规定；同时，为了保障投标过程中的合法合规，公司每年针对相关人员进行培训。报告期内，公司根据有关项目采购公告通知和采购文件参与招投标，相关人员在投标过程中严格遵守招标要求和流程，招投标过程合法合规。

公司参与招投标的主要客户为互联网企业及运营商，上述企业长期以来均主要通过招投标形式进行网络设备采购，公司通过招投标方式实现销售具有可持续性。

报告期内，除招投标外，公司通过市场营销活动、销售拓展、渠道覆盖等方式自主开拓新客户。

二、披露与神州数码、联强国际、伟仕佳杰等总代理客户的合作背景、主要终端客户、相关总代理是否仅代理发行人产品、向发行人采购额与客户经营规模是否匹配

报告期内，公司主要总代理商包括神州数码、联强国际和伟仕佳杰等，上述三家总代理商均为国内前列的 IT 分销商。公司作为行业领先的 ICT 基础设施及行业解决方案提供商，通过与上述三家总代理商进行合作，可充分利用其销售渠道实现客户开拓与销售增长。同时，上述三家总代理商拥有较强的资金实力，对公司可以先款后货方式进行采购，有利于加强公司资金周转。

上述三家总代理商主要依托自身的下级渠道销售网络协助公司进行市场开拓，并对公司产品进行代理销售。报告期内，上述三家总代理商主要客户为行业代理商、二级代理商和 SMB 经销商，通过上述代理商和经销商面向政府部门及各行业客户进行销售；上述三家总代理商直接销售的终端客户数量较少。报告期各期，上述三家总代理商直接销售给终端客户的公司产品合计金额分别为 0.62 万元、9.40 万元和 23.07 万元，占公司向三家总代理商销售额的 0.0005%、0.01%和 0.02%，销售金额及占比均较低。

上述三家总代理商除代理公司产品外，亦代理其他国内外知名 ICT 厂商产品。报告期内，神州数码、联强国际和伟仕佳杰向公司采购额及营业收入如下表所示：

单位：万元

公司名称	2020 年			2019 年			2018 年		
	向公司采购额	营业收入	占比	向公司采购额	营业收入	占比	向公司采购额	营业收入	占比
神州数码	60,285.13	9,206,044.34	0.65%	75,420.70	8,680,337.64	0.87%	56,151.03	8,185,805.45	0.69%
联强国际	37,736.83	/	/	45,950.43	7,915,075.82	0.58%	47,456.77	7,748,201.67	0.61%
伟仕佳杰	38,675.70	5,891,303.76	0.66%	40,368.18	5,931,178.00	0.68%	29,590.39	5,475,275.00	0.54%

数据来源：wind

从上表可以看出，上述三家总代理商向公司采购金额占其当年营业收入比例较低，与客户经营规模匹配。

三、结合报告期内新客户开拓情况，分析并披露发行人新客户开拓是否依赖于关联方、是否具备独立开拓新客户的能力

报告期内，公司不存在当期新增客户为销售金额前五名客户情况，公司新开拓且当期实现销售主营业务收入 1,000.00 万元以上的客户具体情况如下：

客户名称	类型	合作开始时间
北京高科永志科技有限公司	渠道	2018 年
厦门纵横集团通信发展有限公司	渠道	2018 年
广西恩之乐科技有限公司	渠道	2018 年
广东欧加控股有限公司	直销	2019 年
国铁吉讯科技有限公司	直销	2019 年
爱柏贸易（苏州）有限公司	渠道	2020 年
山东云海世纪信息技术有限公司	渠道	2020 年
湖南湘知锐信息科技有限公司	渠道	2020 年
江西正朔科技有限公司	渠道	2020 年
深圳市飞速创新科技股份有限公司	直销	2020 年
辽宁兴网科技有限公司	渠道	2020 年

上述新增客户均由公司通过参与招投标、市场营销活动、销售拓展、渠道覆盖等方式自主开拓，其中对于以招投标形式拓展的客户均由公司独立投标。报告期内，公司不存在通过关联方获取订单情形。公司具备独立开拓新客户能力，新客户开拓不存在依赖关联方情形。

四、对渠道客户的销售是否实现真实销售、最终销售的核查过程和结论

1、对渠道客户的销售是否实现真实销售、最终销售的核查过程

我们执行以下核查程序：

（1）查阅公司向渠道商销售的合同、向最终客户供货运输单据及签收单据等资料。

（2）访谈公司总代理商，部分行业代理商、SMB 经销商、二级代理商以及最终客户，了解公司产品风险转移的时点以及最终客户对公司产品的使用情况。

（3）查看公司针对行业客户渠道和 SMB 渠道销售产品售后服务系统，并抽查部分产品对应的销售合同、发票、回款凭证以及在售后服务系统中显示状态，了解产品销售及运行情况。

2、对渠道客户的销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论

经核查，我们认为：

报告期内，公司对渠道客户的销售为真实销售，向渠道客户销售产品实现了最终销售。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、查阅公司招投标管制度，部分招投标文件，访谈公司销售部门负责人，了解公司招投标业务流程及对员工约束规定，了解公司除招投标外其他获取客户的方式。

2、访谈公司销售部门负责人了解公司与神州数码、联强国际及伟仕佳杰的合作背景；访谈上述三家代理商相关业务负责人了解主要终端客户分布、代理产品情况；查阅三家总代理商年报等公开资料。

3、访谈公司销售部门负责人了解报告期内公司新客户开拓情况及开拓方式、是否存在依赖关联方获取客户情况。

4、针对渠道客户的销售是否实现真实销售、最终销售，申报会计师执行以下核查程序：

（1）查阅公司向渠道商销售的合同、向最终客户供货运输单据及签收单据等资料。

（2）访谈公司总代理商，部分行业代理商、SMB 经销商、二级代理商以及最终客户，了解公司产品风险转移的时点以及最终客户对公司产品的使用情况。

（3）查看公司针对行业客户渠道和 SMB 渠道销售产品售后服务系统，并抽查部分产品对应的销售合同、发票、回款凭证以及在售后服务系统中显示状态，了解产品销售及

运行情况。

二、核查意见

经核查，我们认为：

- 1、发行人招投标过程合法合规，并具备可持续性。
- 2、发行人总代理商神州数码、联强国际及伟仕佳杰除代理发行人产品外，还代理其他厂商产品，上述三家总代理商向发行人采购额与其经营规模匹配。
- 3、报告期内，发行人独立进行新客户开拓，未依赖关联方；发行人具备独立开拓新客户能力。
- 4、报告期内，发行人对渠道客户的销售为真实销售，向渠道客户销售产品实现了最终销售。

问题 14：关于采购

申报文件显示：

- (1) 报告期内，发行人采购内容包括整机设备、原材料和代工服务。
- (2) 由于同一类设备不同型号的产品配置及性能具有较大差异，发行人未披露报告期内主要产品及原材料价格变动情况。
- (3) 报告期内，发行人向深圳市信利康供应链管理有限公司采购额分别为 47,435.10 万元、56,075.06 万元、80,816.27 万元和 61,679.88 万元。
- (4) 报告期内，发行人向共进电子采购额分别为 31,042.18 万元、41,295.88 万元、43,358.76 万元和 24,493.96 万元，向 NEWEB HOLDING CORPORATION 采购额分别为 13,038.85 万元、19,744.32 万元、25,521.67 万元和 12,305.86 万元。

请发行人：

- (1) 按照整机设备、原材料和代工服务，分别披露报告期内前五大供应商及其采购额，并分析波动原因；存在新增前五大供应商的，按照本所《审核关注要点》，披露该新增供应商的成立时间，采购和结算方式，合作历史，与该供应商新增交易的原因，与该供应商订单的连续性和持续性；披露报告期内终止合作的主要供应商名称、报告期内采购金额、终止合作的原因。
- (2) 披露报告期内主要产品及原材料平均采购价格；交换机和云桌面的主要采购方式、主要供应商；分析交换机和云桌面的整机设备或主要原材料采购价格是否公允。

(3) 披露通过供应链管理公司采购的原因，是否符合行业惯例，与深圳市信利康等主要供应链管理公司的合作方式、穿透后的主要供应商、采购内容及其采购金额。

(4) 披露发行人与共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 合作背景、合作模式、主要采购内容，报告期内采购额较高的原因、交易价格是否公允，发行人对其是否构成重大依赖、发行人向其采购的同类产品是否存在其他供应商。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

14.1 发行人回复

一、按照整机设备、原材料和代工服务，分别披露报告期内前五大供应商及其采购额，并分析波动原因；存在新增前五大供应商的，按照本所《审核关注要点》，披露该新增供应商的成立时间，采购和结算方式，合作历史，与该供应商新增交易的原因，与该供应商订单的连续性和持续性；披露报告期内终止合作的主要供应商名称、报告期内采购金额、终止合作的原因

(一) 按照整机设备、原材料和代工服务，分别披露报告期内前五大供应商及其采购额，并分析波动原因

1、整体概况

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占总采购额的比例
2020 年	1	信利康	128,671.81	26.10%
	2	共进电子	70,857.40	14.38%
	3	NEWEB HOLDING CORPORATION	33,272.90	6.75%
	4	星网锐捷	28,474.58	5.78%
	5	智微智能	26,912.15	5.46%
	合计		288,188.84	58.47%
2019 年	1	信利康	80,816.27	26.49%
	2	共进电子	43,358.76	14.21%
	3	NEWEB HOLDING CORPORATION	25,521.67	8.37%
	4	星网锐捷	20,675.62	6.78%
	5	智微智能	19,622.34	6.43%
	合计		189,994.66	62.28%

年份	序号	供应商名称	采购金额	占总采购额的比例
2018 年	1	信利康	56,075.06	22.95%
	2	共进电子	41,295.88	16.90%
	3	NEWEB HOLDING CORPORATION	19,744.32	8.08%
	4	智微智能	16,318.14	6.68%
	5	星网锐捷	15,443.70	6.32%
	合计		148,877.10	60.92%

注 1：上述供应商接受同一实际控制人控制的企业合并计算。

注 2：NEWEB HOLDING CORPORATION 为公司代工厂商启佳通讯（昆山）有限公司和启基永昌通讯（昆山）有限公司的母公司。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购金额占采购总额超过 50%的情形，不存在依赖单一供应商的情形。

2、分类主要供应商

报告期内，按照整机设备、原材料及代工服务进行分类，各自主要供应商具体情况如下：

（1）整机设备

1）主要供应商

报告期内，公司整机设备前五大供应商情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占整机设备采购额的比例
2020 年	1	共进电子	69,828.21	30.12%
	2	NEWEB HOLDING CORPORATION	32,833.56	14.16%
	3	智微智能	26,349.32	11.37%
	4	伟创力	21,060.07	9.08%
	5	武汉艾德蒙	16,137.02	6.96%
	合计		166,208.18	71.70%
2019 年	1	共进电子	42,457.05	29.72%
	2	NEWEB HOLDING CORPORATION	25,208.35	17.64%
	3	智微智能	19,344.42	13.54%
	4	武汉艾德蒙	12,829.68	8.98%
	5	星网锐捷	11,541.41	8.08%
	合计		111,380.91	77.96%

年份	序号	供应商名称	采购金额	占整机设备采购额的比例
2018 年	1	共进电子	39,432.24	30.93%
	2	NEWEB HOLDING CORPORATION	19,609.15	15.38%
	3	智微智能	16,105.08	12.63%
	4	北京浪潮	12,864.89	10.09%
	5	武汉艾德蒙	9,133.97	7.16%
	合计		97,145.33	76.19%

报告期内，公司整机设备采购金额前五名供应商中不存在新增供应商情况。

2) 采购金额波动较大的主要供应商

报告期内，公司采购金额存在波动的主要整机设备供应商为北京浪潮。公司向北京浪潮采购商品主要为云桌面解决方案中的云服务器。报告期各期，公司向北京浪潮采购金额分别为 12,864.89 万元、3,452.75 万元和 4,084.66 万元。2019 年，公司向北京浪潮采购金额有所下降，主要系公司当年导入广州信维电子科技有限公司等厂商为公司云服务器供应商，向北京浪潮采购金额有所下降。2020 年，随着公司云桌面业务的发展，公司向北京浪潮采购金额有所回升。

(2) 原材料

报告期内，公司原材料前五大供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占原材料采购额的比例
2020 年	1	信利康	128,671.81	51.40%
	2	沪士电子股份有限公司	11,740.40	4.69%
	3	江苏索尔思通信科技有限公司	11,056.99	4.42%
	4	深圳九立	9,922.78	3.96%
	5	深圳宝龙达信息技术股份有限公司	6,201.90	2.48%
	合计		167,582.86	66.95%
2019 年	1	信利康	80,816.27	52.14%
	2	沪士电子股份有限公司	6,040.22	3.90%
	3	深圳九立	5,104.16	3.29%
	4	深圳市核达中远通电源技术股份有限公司	4,854.15	3.13%
	5	江苏索尔思通信科技有限公司	4,539.11	2.93%
	合计		101,353.91	65.39%

年度	序号	供应商名称	采购金额	占原材料采购额的比例
2018 年	1	信利康	56,075.06	50.27%
	2	深圳市核达中远通电源技术股份有限公司	4,231.63	3.79%
	3	沪士电子股份有限公司	3,872.54	3.47%
	4	深圳九立	2,532.25	2.27%
	5	武汉电信器件有限公司	1,686.08	1.51%
	合计		68,397.56	61.32%

报告期内，公司原材料采购金额前五名供应商中不存在新增供应商情况。

（3）代工服务

报告期内，公司代工服务全部由星网锐捷提供，公司委托星网锐捷以纯代工方式生产的产品主要为交换机、无线产品、路由器及安全网关等。报告期各期，公司向星网锐捷采购代工服务金额分别为 5,324.48 万元、7,175.27 万元和 10,725.50 万元。公司选择星网锐捷作为唯一纯代工服务商的原因参见招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、公司的主营业务及主要产品情况”之“（四）公司主要经营模式”之“2、生产模式”。

公司结合产品的工艺复杂度及生产阶段确定产品的生产方式。2019 年和 2020 年，公司数据中心交换机业务快速发展，该部分产品主要采用纯代工模式进行生产，公司向星网锐捷采购代工服务有一定增长。

（二）存在新增前五大供应商的，按照本所《审核关注要点》，披露该新增供应商的成立时间，采购和结算方式，合作历史，与该供应商新增交易的原因，与该供应商订单的连续性和持续性

1、整机设备

报告期内，公司整机设备采购金额前五名供应商中不存在新增供应商情况。

2、原材料

报告期内，公司原材料采购金额前五名供应商中不存在新增供应商情况。

（三）披露报告期内终止合作的主要供应商名称、报告期内采购金额、终止合作的原因

报告期内，公司不存在当期主要供应商后续期间与公司终止合作的情形。

二、披露报告期内主要产品及原材料平均采购价格；交换机和云桌面的主要采购方式、主要供应商；分析交换机和云桌面的整机设备或主要原材料采购价格是否公允

（一）披露报告期内主要产品及原材料平均采购价格

（1）主要产品

报告期内，公司以整机方式采购的主要产品平均单价具体变动如下：

单位：元/pes

产品类型			2020 年	2019 年	2018 年
网络设备	交换机	数据中心交换机	7,625.54	9,179.84	10,738.26
		园区与城域网交换机	809.26	775.44	841.97
		SMB 交换机	216.76	166.07	169.23
	无线产品	放装型无线接入点	247.23	250.14	265.00
		SMB 无线接入点	115.02	116.11	113.75
网络安全产品		安全网关	138.64	231.36	220.67
云桌面解决方案		云服务器	19,196.91	19,281.65	22,843.10
		云终端	1,126.15	887.17	654.79

注：公司网络设备的类别及型号众多，部分产品销售金额占比较低。从产品类别来看，2020 年公司无线产品中的场景化部署无线接入点、管理产品、其他类，以及路由器的销售金额占当年网络设备整体销售金额的比例均低于 5%，上表未予列示。从具体产品型号来看，部分产品型号在细分产品类别中整机采购金额占比较小且价格与同类别其他产品差异较大，如数据中心交换机中的千兆接入交换机以及园区与城域网交换机中的工业交换机等，为更客观地呈现价格变动趋势，该等型号未包括在上表统计范围内。

报告期内，公司放装型无线接入点、SMB 无线接入点的采购单价相对保持稳定，其他部分产品采购单价则呈现一定波动，具体分析如下：

1) 数据中心交换机

报告期内，公司整机设备采购涉及的数据中心交换机主要为接入交换机，数据中心核心交换机主要由星网锐捷以纯代工方式进行规模生产，未以代工代采模式进行采购。

报告期内，公司数据中心接入交换机采购价格持续下降，主要系公司针对部分型号产品持续进行结构和材料等设计优化，使得整机采购价格有所下降。

2) 园区与城域网交换机

2019 年，公司园区与城域网交换机平均采购单价有所下降，主要系公司当年面向商

业地产、酒店、中小企业等场景销售的园区与城域网接入交换机销售及采购规模有较大提升，该类型交换机采购单价较低，使得平均采购单价有所下降。

3) SMB 交换机

2018 年、2019 年 SMB 交换机采购价格整体保持稳定，2020 年采购价格上升的主要原因为公司新推出有竞争力的云管理网管型 SMB 交换机，该交换机较非网管型 SMB 交换机配置及采购单价更高，使得 SMB 交换机平均采购单价有所提升。

4) 安全网关

2020 年，公司安全网关平均采购单价有所下降主要系公司当年针对小微企业、商户及别墅无线上网等场景推出 EW 系列产品的采购数量及占比迅速上升，由于该系列产品采购单价较低，使得平均采购单价有所降低。

5) 云服务器

2019 年，公司云服务器平均采购单价有所下降，一方面系当年公司面向教学机房场景推出的云课堂增强版解决方案及面向办公场景推出的云办公闪电版解决方案销售及采购规模有较大提升，上述方案所用云服务器采购单价较低；另一方面系公司 2019 年对部分云服务器型号进行产品优化设计，采购成本有所降低。

6) 云终端

报告期内，公司云终端采购单价持续下降，主要系 2018 年起，公司在部分场景选择主推以 IDV 技术路线为主的云桌面解决方案，由于 IDV 技术路线云终端配置及单价较 VDI 路线更高，使得 2019 年及 2020 年公司云终端采购平均单价有所提升。

(2) 原材料

报告期内，公司采购原材料主要包括芯片、元器件、光模块、电路板、电源模块和结构件，其中元器件可进一步分为存储器、接插件、散热器等核心元器件及其他低值易耗品。由于公司采购同一类原材料不同型号产品在性能、材质等方面存在较大差异，受采购结构变化影响，报告期内，芯片、接插件、散热器、电路板平均采购单价存在一定变动；同时，受行业整体价格波动以及升级换代等因素影响，公司采购存储器及光模块

平均单价亦存在一定波动。报告期内，公司采购原材料平均单价变动及具体原因如下：

单位：元/pes

项目	2020 年	2019 年	2018 年
芯片	67.04	73.50	63.62
元器件-存储器	22.67	20.31	21.35
元器件-接插件	8.81	7.64	8.40
元器件-散热器	21.91	18.47	13.57
光模块	129.09	115.82	109.65
电路板	112.78	84.10	82.92
电源模块	14.12	14.19	16.11
结构件	2.73	2.51	2.54

1) 芯片

报告期内，公司采购的芯片可分为主芯片（主要包括 MAC 芯片、PHY 芯片、CPU 等）和辅助芯片（主要包括除主芯片外的其他数字芯片、电源管理芯片、信号链芯片、功率芯片等）。主芯片承担核心功能，其采购单价远高于辅助芯片。报告期内，主芯片的采购数量占公司芯片整体采购数量的比例较小，但其采购金额占比较高。同时，不同类型产品的主芯片价格亦存在一定差异，例如数据中心核心交换机的主芯片价格一般高于数据中心接入交换机的主芯片价格。

报告期内，公司芯片的平均采购价格呈现一定波动。2019 年，公司芯片平均采购价格有所提升，主要原因系公司当年提前对部分价格相对较高的主芯片增加备货，使得价格相对较高的主芯片采购占比同比有所提升。2020 年，公司主芯片的平均采购价格受产品结构变化的影响有所下降，使得公司芯片平均采购价格有所下降。

2) 元器件

报告期内，公司散热器采购价格不断提升，主要系 2018 年起公司数据中心交换机在互联网企业及运营商中得到规模应用，销售金额及占比快速上升，而数据中心交换机用散热器性能及价格更高，使得平均采购单价有所提升。

3) 光模块

2019 年和 2020 年，公司光模块采购价格有所提升，主要系 2019 年起光模块产品开始升级换代，高速光模块产品占比提升所致。

4) 电路板

2019 年，公司电路板的平均采购价格较为稳定。2020 年，公司数据中心交换机销售

规模快速提升，用于数据中心交换机产品的电路板的采购规模亦快速提升。该类电路板的结构比用于其他产品的电路板更加复杂，且材料要求较高，所以其采购价格相对较高。受以上因素影响，2020 年公司电路板的平均采购单价有所提升。

（二）披露交换机和云桌面的主要采购方式、主要供应商

1、交换机

报告期内，公司交换机主要生产方式包括代工代采模式和纯代工模式，代工代采模式下，公司直接向外协厂商采购整机设备；纯代工模式下，由公司采购原材料交由代工厂商进行代工生产，生产完毕后验收入库，公司向代工厂商支付代工服务费。报告期内，公司交换机主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占比
2020 年	1	共进电子	40,914.36	44.55%
	2	伟创力	21,060.07	22.93%
	3	湖南恒茂高科股份有限公司	13,394.36	14.58%
	4	NEWEB HOLDING CORPORATION	5,750.20	6.26%
	5	星网锐捷	5,548.52	6.04%
	合计		86,667.53	94.37%
2019 年	1	共进电子	27,455.23	58.40%
	2	湖南恒茂高科股份有限公司	9,051.38	19.25%
	3	NEWEB HOLDING CORPORATION	3,506.74	7.46%
	4	深圳市吉祥腾达科技有限公司	2,266.43	4.82%
	5	星网锐捷	2,215.05	4.71%
	合计		44,494.83	94.64%
2018 年	1	共进电子	27,250.18	63.32%
	2	天弘（东莞）科技有限公司	8,954.21	20.81%
	3	湖南恒茂高科股份有限公司	4,507.21	10.47%
	4	深圳市磊科实业有限公司	880.44	2.05%
	5	NEWEB HOLDING CORPORATION	570.87	1.33%
	合计		42,162.91	97.97%

2、云桌面解决方案

报告期内，公司云桌面解决方案产品主要采用代工代采模式进行生产，对应采购方

式为整机采购。报告期内，公司云桌面解决方案产品主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占比
2020 年	1	智微智能	25,444.59	43.23%
	2	武汉艾德蒙	16,137.02	27.42%
	3	广州信维电子科技股份有限公司	6,020.98	10.23%
	4	北京浪潮	3,821.58	6.49%
	5	深圳宝龙达信息技术股份有限公司	3,135.22	5.33%
	合计		54,559.39	92.69%
2019 年	1	智微智能	18,749.50	43.23%
	2	武汉艾德蒙	12,829.68	29.58%
	3	广州信维电子科技股份有限公司	5,357.21	12.35%
	4	北京浪潮	3,452.75	7.96%
	5	浙江天猫供应链管理有限公司	1,516.10	3.50%
	合计		41,905.24	96.61%
2018 年	1	智微智能	16,066.43	37.95%
	2	北京浪潮	12,592.72	29.74%
	3	武汉艾德蒙	9,133.97	21.57%
	4	广州信维电子科技股份有限公司	4,129.60	9.75%
	5	东莞市旭田电子有限公司	291.05	0.69%
	合计		42,213.77	99.71%

（三）分析交换机和云桌面的整机设备或主要原材料采购价格是否公允

1、交换机

（1）原材料

纯代工模式下，公司委托星网锐捷进行生产，公司委托星网锐捷代工服务费价格公允性参见本问询回复之“问题 7”之“一、披露向关联方星网锐捷采购的具体产品、金额、采购纯代工服务的具体内容、金额，分析采购价格是否公允”。

对于原材料采购，公司选取多家供应商，一方面降低供应风险，另一方面有利于降低采购成本。报告期各期，公司交换机各类原材料供应商价格对比如下所示：

原材料	细分类别	材料料号	供应商名称	报告期内平均采购单价（元/PCS）		
				2020 年	2019 年	2018 年
电路板	印制板 (PCB)	印制板一	汕头超声印制板公司	74.10	74.10	74.77
			深圳市兴森快捷电路科技股份有限公司	78.63	78.63	78.63
		印制板二	深圳市腾博创智科技有限公司	3.31	3.35	3.37
			深圳市兴森快捷电路科技股份有限公司	3.56	3.59	3.59
		印制板三	生益电子股份有限公司	450.00	450.00	—
			珠海方正印刷电路板发展有限公司	420.00	420.00	—
电源模块	DC/DC 电源模块	DC/DC 电源模块一	信利康	162.50	163.49	182.96
			天弘（东莞）科技有限公司	—	—	182.83
光模块	光模块	光模块一	信利康	—	3,001.54	—
			深圳中电国际信息科技有限公司	2,325.58	2,903.83	—
结构件	机箱机柜	机箱机柜一	深圳市中兴新力精密机电技术有限公司	—	—	7,729.53
			天弘（东莞）科技有限公司	—	—	8,222.91
		机箱机柜二	杭州凯贝奈特科技有限公司	3,014.77	—	—
			深圳市中兴新力精密机电技术有限公司	3,032.27	—	—
	面板	面板一	福建骏鹏通信科技有限公司	—	—	76.61
			杭州凯贝奈特科技有限公司	76.61	76.61	—
元器件	散热器	散热器一	深圳兴奇宏科技有限公司	—	102.00	112.93
			天弘（东莞）科技有限公司	—	—	116.92
		散热器二	天弘（东莞）科技有限公司	—	—	46.58
			欣纬国际贸易(深圳)有限公司	—	46.50	46.56
	IC 插座	IC 插座一	深圳九立	—	76.77	—
			信利康	—	74.26	—
	连接器	连接器一	深圳九立	70.24	69.88	—
			信利康	—	67.55	66.46

报告期内，公司向不同供应商采购原材料价格差异较小，采购价格公允。

公司在进行交换机研发时，通常在确定产品设计方案后基于芯片的性能、功耗、适配性等可在可选品牌范围内选择最优芯片，后续向该供应商进行持续采购。

芯片厂商通常会制定芯片产品的指导价格，并通过代理商进行销售。报告期内，公司基于指导价格与芯片厂商协商确定价格，并通过代理商进行采购。该模式为行业惯例，公司芯片采购价格公允。

（2）整机

整机采购模式下，由代工厂商根据原材料构成和产品工艺流程等多种因素进行综合报价，公司采用招标或多家比价议价方式确定代工厂商及整机采购价格。报告期各期，各主要供应商具体采购价格对比情况如下：

单位：元/台

交换机产品型号	供应商名称	报告期内平均采购单价		
		2020 年	2019 年度	2018 年度
交换机一	NEWEB HOLDING CORPORATION	933.87	970.31	-
	共进电子	918.68	995.54	-
交换机二	NEWEB HOLDING CORPORATION	559.53	-	-
	共进电子	619.30	-	-
交换机三	NEWEB HOLDING CORPORATION	1,317.53	1,351.17	-
	共进电子	1,291.57	1,382.93	-
交换机四	天弘（东莞）科技有限公司	-	1,063.20	-
	伟创力	910.43	1,062.66	-
交换机五	天弘（东莞）科技有限公司	-	2,681.23	-
	伟创力	2,528.72	2,686.57	-
交换机六	NEWEB HOLDING CORPORATION	1,313.44	1,391.61	1,500.00
	共进电子	-	1,451.51	1,519.11

从上表可以看出，报告期内，对于同型号产品，公司向交换机主要外协厂商采购整机单价差异较小，采购价格公允。

2、云桌面

报告期内，公司云桌面产品主要供应商包括北京浪潮、曙光信息产业（北京）有限公司、中科可控信息产业有限公司、共进电子、智微智能等。公司向上述供应商通过招标或多家比价议价方式确定采购价格。报告期内，上述供应商部分同型号产品采购价格对比情况如下：

单位：元/台

云桌面产品型号	供应商名称	报告期内平均采购单价		
		2020 年	2019 年	2018 年
云桌面一	曙光信息产业（北京）有限公司	-	15,310.86	-
	中科可控信息产业有限公司	15,036.00	15,036.00	-
云桌面二	曙光信息产业（北京）有限公司	-	21,059.10	-
	中科可控信息产业有限公司	19,247.36	19,855.00	-
云桌面三	北京浪潮	16,725.66 ^{注1}	18,161.89	-
	浙江天猫供应链管理有限公司	19,026.55	19,313.40	-
云桌面四	共进电子	-	257.50	258.71
	智微智能	247.86	247.86	248.18

注 1：2020 年，北京浪潮积极调整销售策略，向公司销售云服务器价格有所下降。

从上表可以看出，报告期内，对于同型号云桌面产品，公司向外协厂商采购整机单价差异较小，采购价格公允。

三、披露通过供应链管理公司采购的原因，是否符合行业惯例，与深圳市信利康等主要供应链管理公司的合作方式、穿透后的主要供应商、采购内容及其采购金额

（一）通过供应链管理公司采购的原因，是否符合行业惯例

报告期内，公司通过供应链管理公司采购部分进口原材料，包括芯片、电子元器件等，主要原因为供应链管理公司在原材料进口中具备报关、物流等优势，公司选择通过供应链管理公司办理进口原材料报关。

通过供应链管理公司采购芯片、电子元器件等原材料为 IT 行业惯例，部分采用该采购模式的上市公司及其合作的供应链管理公司如下：

可比公司名称	合作供应链管理公司	采购商品
协创数据（300857）	深圳市九立供应链股份有限公司	存储芯片、固态硬盘主板、主控及周边芯片等
中控技术（688777）	上海富申供应链管理有限公司、深圳市博科供应链管理有限公司	电子元器件
淳中科技（603516）	信利康	芯片

（二）与深圳市信利康等主要供应链管理公司的合作方式、穿透后的主要供应商、采购内容及其采购金额

报告期内，公司合作的供应链管理公司主要为信利康。公司委托信利康向公司指定芯片及电子元器件厂商采购相关商品，并办理进口报关手续以及相关物流运输工作。报告期内，公司向信利康采购穿透后的主要供应商及采购金额如下表所示：

单位：万元

年份	采购内容	穿透后主要供应商	采购金额
2020 年	芯片	Broadcom, Intel, Cavium, Hynix, TI 等	111,072.50
	元器件	Hynix, Adata 等	14,090.37
	光模块	Avago, TI, Intersil 等	1,729.02
	其他	TOSHIBA、Broadcom 等	1,779.92
	合计		128,671.81
2019 年	芯片	Broadcom, Intel, Cavium, Hynix, TI 等	67,453.72
	元器件	Avago, Hynix, Semtech, Flex, Amphenol 等	9,638.94
	光模块	Innolight 等	1,016.32
	其他	Broadcom, Intel, Cavium, Hynix, TI 等	2,707.28
	合计		80,816.27
2018 年	芯片	Broadcom, Intel, Cavium, Hynix, TI 等	42,940.08
	元器件	Te(Tyco), UDE	7,671.86
	光模块	Innolight 等	2,865.76
	其他	Intel, Micron, WestData 等	2,579.36
	合计		56,075.06

四、披露发行人与共进电子、NEWB HOLDING CORPORATION 合作背景、合作模式、主要采购内容，报告期内采购额较高的原因、交易价格是否公允，发行人对其是否构成重大依赖、发行人向其采购的同类产品是否存在其他供应商。

（一）发行人与共进电子、NEWB HOLDING CORPORATION 合作背景、合作模式、主要采购内容，报告期内采购额较高的原因、交易价格是否公允

共进电子与 NEWEB HOLDING CORPORATION 为公司报告期内主要代工厂商，具体情况如下：

（1）合作背景

1) 共进电子

共进电子为 A 股上市公司，与公司不存在关联关系。2013 年，随着经营规模的不断扩大，公司计划引入新供应商，进一步提升供应商的多元化，降低供应风险。共进电子作为代工厂商进入公司候选供应商名单。经过前期接触、报价、供应商核查、试生产导入验证等过程，共进电子成为公司合格供应商。基于其较高的代工产能与品质，共进电子逐渐成为公司主要代工厂商之一。

2) NEWEB HOLDING CORPORATION

NEWEB HOLDING CORPORATION 为报告期内公司主要代工厂商昆山启佳和昆山启基的母公司。2010 年，公司含自研射频模块的无线产品逐渐进行商业化拓展。为此，公司开始寻找可进行射频模块组装测试的专业无线产品代工厂商为公司代工生产相关无线产品，NEWEB HOLDING CORPORATION 作为无线产品代工厂商进入公司候选供应商名单。经过前期接触、报价、供应商核查、试生产导入验证等过程，NEWEB HOLDING CORPORATION 成为公司合格供应商。基于其较高的代工产能与品质，NEWEB HOLDING CORPORATION 逐渐成为公司主要代工厂商之一。

（2）合作模式

报告期内，公司向共进电子与 NEWEB HOLDING CORPORATION 主要采购内容及金额如下所示：

单位：万元

模式	产品	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
共进电子	交换机	40,914.36	57.74%	27,455.23	63.32%	27,250.18	65.99%
	无线产品	15,569.40	21.97%	11,567.78	26.68%	10,931.69	26.47%
	安全网关	13,129.86	18.53%	3,414.46	7.87%	1,142.60	2.77%
	其他	1,243.78	1.76%	921.30	2.12%	1,971.41	4.77%
	合计	70,857.40	100%	43,358.76	100%	41,295.88	100%

模式	产品	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
NEWEB HOLDING CORPORATION	交换机	5,750.20	17.28%	3,506.74	13.74%	570.87	2.89%
	无线产品	27,083.36	81.40%	21,701.61	85.03%	19,038.28	96.42%
	其他	439.34	1.32%	313.32	1.23%	135.17	0.68%
	合计	33,272.90	100%	25,521.67	100%	19,744.32	100%

（3）报告期内采购额较高的原因

共进电子与 NEWEB HOLDING CORPORATION 产能规模处于国内前列，并具备一定的基础技术研发能力。基于上述两家代工厂商的代工生产能力、良好的合作历史，公司与其合作过程中不断扩大业务合作的规模。

（4）交易价格公允性

报告期内，公司通过招投标方式或多家比价议价方式确定与共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 采购价格，公司招标及多家比价议价流程具体参见本节之“一、公司的主营业务及主要产品情况”之“（四）公司主要经营模式”之“3、采购模式”。公司制定严格的采购管理制度，对招标及比价议价的流程以及相关职责范围进行严格规范，确保选择共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 作为供应商流程的合规性及价格的公允性。

（二）发行人对其是否构成重大依赖、发行人向其采购的同类产品是否存在其他供应商

公司委托共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 代工的产品主要为工艺相对成熟、工序相对简单产品，业内有多家代工厂商可代工上述两家代工产品。报告期内，除上述两家代工厂商外，公司还与智微智能、伟创力等代工厂商建立合作关系，公司对共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 不存在重大依赖。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、查询公司主要整机设备、原材料供应商和代工服务供应商的工商信息，核查是否存在关联关系。

2、访谈公司主要整机设备、原材料供应商和代工服务供应商，了解公司与供应商合

作情况。

3、访谈公司采购业务负责人，了解报告期内是否存在新增前五大整机设备、原材料供应商；了解主要产品及原材料平均采购价格波动的原因；了解公司交换机和云桌面的主要采购方式，了解公司芯片采购的具体方式；了解公司采用供应链管理公司进行采购的原因，以及与信利康等主要供应链管理公司的合作方式。

4、获取报告期内公司整机设备及原材料采购明细。

5、查阅同行业上市公司及拟上市公司公开资料，了解同行业公司通过供应链管理公司采购情况。

6、访谈公司生产管理负责人，了解公司与共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION的合作背景、合作模式、主要采购内容及报告期内采购金额较高的原因、交易价格公允性以及公司向其采购其他供应商采购同类产品情况；查阅共进电子公开资料；访谈上述两家代工厂商，并获取出具的关联交易公允性声明。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人整机及原材料采购金额前五名供应商中不存在新增供应商情况；报告期内，发行人不存在当期主要供应商后续期间与发行人终止合作的情形。

2、报告期内，发行人交换机生产方式主要包括纯代工模式与代工代采模式，云桌面生产方式主要为代工代采模式，其中代工代采模式下发行人采购方式为采购整机；发行人交换机整机设备和主要原材料，以及云桌面整机设备采购价格公允。

3、发行人通过供应链管理公司采购主要系供应链管理公司在进口商品的报关及物流等方面具有一定优势，发行人通过供应链管理公司采购芯片及元器件符合行业惯例。

4、共进电子、NEWEB HOLDING CORPORATION 为业内主流代工厂商，发行人委托其代工生产网络设备和网络安全产品，报告期内采购金额较高系上述厂商具有较强的代工服务能力，具有商业合理性；发行人与上述厂商交易价格公允。业内有多家代工厂商可代工上述两家代工生产发行人产品，发行人未对其构成重大依赖。

问题 15：关于成本

申报文件显示：

(1) 报告期内，发行人代工代采成本占比分别为 46.73%、57.09%、52.58%和 26.69%。

(2) 截至 2020 年 6 月 30 日，发行人采购和生产人员为 220 人；代工模式下，发行人会向代工厂商派出技术人员与质量管理人员进行生产工艺指导与质量管控。

请发行人：

(1) 披露 2020 年代工代采成本占比大幅下降的原因，发行人生产模式是否发生重大变化。

(2) 披露主营业务成本中是否包含采购和生产人员的相关费用、是否包含向代工厂商派出技术人员与质量管理人员的费用、是否包含相关机器设备的折旧费。

(3) 披露发行人成本核算方法，是否和生产模式相同的可比公司一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

15.1 发行人回复

一、披露 2020 年代工代采成本占比大幅下降的原因，发行人生产模式是否发生重大变化。

2020 年 1-6 月，受到新冠疫情等因素的影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心网络产品的采购需求大幅增加，致使公司数据中心交换机收入增幅明显，而对应的数据中心交换机产品主要在星网锐捷以纯代工模式进行代工生产，致使纯代工模式下的主营业务成本占比大幅增加，而采用代工代采模式的园区与城域网交换机等产品 2020 年 1-6 月受疫情影响，销售规模出现明显下降，相应代工代采模式下的主营业务成本占比出现较大幅度下降。

2020 年 7-12 月，随着园区与城域网交换机等产品销售的逐渐恢复，采用代工代采模式下的主要产品销售量有所增加，2020 年全年的代工代采成本较 2019 年虽仍有一定幅度下降，但总体保持稳定。发行人生产模式未发生重大变化。

二、披露主营业务成本中是否包含采购和生产人员的相关费用、是否包含向代工厂

商派出技术人员与质量管理人员的费用、是否包含相关机器设备的折旧费。

报告期内，公司主营业务成本中不同生产模式下的成本构成情况如下：

单位：万元

生产方式	项目	2020 年		2019 年		2018 年	
		成本	占比	成本	占比	成本	占比
代工代采	整机设备	200,209.86	50.97%	145,982.22	52.58%	125,907.00	57.09%
纯代工	原材料	169,919.32	43.26%	123,459.29	44.47%	89,807.66	40.72%
	代工服务	9,537.41	2.43%	8,200.98	2.95%	4,817.07	2.18%
自主生产	原材料	12,483.01	3.18%	-	-	-	-
	人工及制造费用	639.53	0.16%	-	-	-	-
合计		392,789.13	100%	277,642.49	100%	220,531.73	100%

按照不同的生产模式下的产品类别划分，公司的主营业务成本构成包括代工代采模式下的整机设备、纯代工模式下的原材料以及代工服务费，以及自主生产模式下的原材料、人工及制造费用等。受每年销售的产品具体细分类别、相应的生产模式差异，报告期内的主营业务成本构成呈现一定波动。

2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的生产方式全部为代工生产模式，采购和生产人员主要负责公司日常采购及代工厂商的协调管理工作；技术人员与质量管理人员分别负责对代工厂商进行远程及现场的生产工艺指导和产品质量管控。上述人员均未直接参与产品的批量生产过程，同时，公司拥有的机器设备资产亦主要用于研发、日常办公等用途。因此，2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司的主营业务成本不包含采购和生产人员的相关费用，不包含向代工厂商派出技术人员与质量管理人员的费用，不包含相关机器设备的折旧费。

随着数据中心产品生产复杂度的提升，为了更好地实现从研发到生产端的品质控制，同时为更快速地满足客户对产品的部分定制化需求，公司于 2020 年 10 月自建生产线用于部分数据中心交换机生产。对于自主生产模式，生产线人员在产品生产过程中所发生的直接人工及相关机器设备的折旧费等计入生产成本。

三、披露发行人成本核算方法，是否和生产模式相同的可比公司一致。

（一）纯代工模式下成本核算方法

公司纯代工模式下设置委托加工物资、制造费用科目进行成本核算，具体核算流程如下：

1、原材料：委托加工物资下设直接材料明细科目，核算委托加工过程中发出的原材

料，按委托加工工单归集，采用移动加权平均法核算发出的原材料成本，公司按照实际委托加工发料情况归集各委托加工工单的原材料成本。

2、制造费用：制造费用下设外协加工费、一般物料消耗明细等明细科目核算。根据月末委托方和受托加工方确认的完工产品的加工费计入加工费明细科目；委外车间领用的辅助材料等均系公司自行采购，计入物料消耗明细科目。委外车间日常发生的其他费用记入制造费用其他明细科目。

3、完工产品成本的结转：公司按委托加工工单归集原材料和委托加工费，当月按实际完工入库的委托加工产品数量结转完工成品成本。

（二）代工代采模式下成本核算方法

公司向代工代采企业采购的整机设备在入库时按采购价格计入库存商品。

（三）自主生产模式下成本核算方法

公司在生产成本下设直接材料、人工及制造费用等明细科目进行成本核算，具体核算流程如下：

1、直接材料：直接材料按照生产工单实际领用的原材料成本归集，原材料出库时采用移动加权平均法计价。

2、人工及制造费用：人工及制造费用核算生产人员的人工费用及当月实际发生的其他生产费用；月末将人工及制造费用转入生产成本。

3、完工产品成本的结转：直接材料按照生产工单实际领用的原材料成本归集，生产工单完工时将相应材料转入产成品成本；如果该生产工单尚未完工，则领用的材料计入在产品。人工及制造费用按照产品耗用人工工时的比例在完工产品和在产品之间分配。

（四）与可比公司成本核算方法的比较情况

公司可比公司的成本核算方法列示如下：

可比公司	主要生产模式	成本核算方法
紫光股份	外协加工	存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本
迪普科技	外协加工	-
中兴通讯	-	存货按照成本进行初始计量。存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本
启明星辰	外购硬件设备后，将软件产品灌装到外购的硬件设备中，并做调试和检测	存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本
奇安信	纯软件模式和软件灌装模式	存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本
天融信	硬件载体外购或定制化产品采购，软件产品自行灌装	存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本
深信服	向供应商采购硬件设备后，进行检测、软件预装、烤机等环节，将研发的软件产品预装到硬件设备中	存货成本包括采购成本、加工成本和使存货达到目前场所和状态所发生的其他支出

公司成本核算方法和生产模式相同的可比公司不存在实质性差异。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、访谈发行人生产、财务部门的相关人员，了解发行人生产模式、成本核算方法，了解外协加工、存货、成本核算流程，关注成本核算、归集的管理。

2、取得发行人的委托加工协议，核对主要条款，检查定价依据及公允性，判断会计处理的准确性。

3、对星网锐捷执行访谈和函证程序，了解双方合作背景及合作模式。

4、取得发行人报告期内存货变动明细表和外协加工明细表，复核主营业务成本倒轧表，了解主营业务成本构成，分析其合理性。

5、将发行人成本核算方法与同行业可比公司进行对比，并复核发行人相关会计处理的准确性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人代工代采成本占比的变动主要系市场需求增长导致的产品结构性变化所致，发行人生产模式未发生重大变化。

2、2018年、2019年及2020年1-6月，公司的生产方式全部为代工生产模式，采购和生产人员、技术人员与质量管理人员均未直接参与产品的批量生产过程；公司拥有的机器设备资产系用于研发、日常办公等用途，故相关费用未计入主营业务成本。公司于2020年10月通过自主生产模式生产部分数据中心交换机，生产线人员在产品生产过程中所发生的直接人工及相关机器设备的折旧费等计入生产成本。

3、发行人成本核算方法与生产模式相同的可比公司不存在实质性差异。

问题 16：关于毛利率

申报文件显示：

(1) 报告期内，发行人网络设备毛利率分别为 49.35%、46.68%、43.99%和 36.40%，呈下降趋势，主要是数据中心交换机和 SMB 产品毛利率较低，而收入占比提升。

(2) 报告期内发行人 SMB 安全网关毛利率分别为 66.81%、57.96%、54.74%和 28.37%，

2020 年 1-6 月显著下降主要是针对部分 SMB 安全网关加大了促销推广力度。

(3)报告期内,发行人云桌面业务毛利率分别为 36.45%、33.53%、32.90%和 28.26%。

(4)报告期内,发行人其他产品毛利率分别为 65.59%、68.42%、75.49%和 66.44%,毛利额占比分别为 7.23%、7.74%、10.08%和 5.63%。

请发行人:

(1)结合报告期内数据中心交换机和 SMB 产品的毛利率走势、销售占比趋势,分析并披露发行人毛利率是否存在进一步下降的风险,并进行充分的风险提示,分析数据中心交换机和 SMB 产品毛利率与同行业可比公司可比业务是否存在较大差异。

(2)结合 SMB 安全网关的主要收入构成,分析并披露 2020 年 1-6 月 SMB 安全网关毛利率大幅下降的合理性,是否符合行业趋势。

(3)分析并披露云桌面毛利率明显低于网络设备和网络安全产品的原因;结合 2020 年 1-6 月毛利率下降因素、期后毛利率情况,分析并披露云桌面毛利率是否存在进一步下降的风险。

(4)披露其他产品的具体构成,毛利率较高的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

16.1 发行人回复

一、结合报告期内数据中心交换机和 SMB 产品的毛利率走势、销售占比趋势,分析并披露发行人毛利率是否存在进一步下降的风险,并进行充分的风险提示,分析数据中心交换机和 SMB 产品毛利率与同行业可比公司可比业务是否存在较大差异

(一)数据中心交换机产品毛利率走势、销售占比趋势及毛利率是否存在进一步下降的风险分析

报告期内,公司数据中心交换机销售收入占主营业务收入的比例及毛利率的变动情况列示如下:

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售收入(万元)	205,388.11	98,172.51	67,644.58
销售收入占比	31.77%	19.12%	16.20%
毛利率	28.05%	30.17%	35.57%

报告期内，公司数据中心交换机产品的销售收入占比持续提升，但毛利率呈下降趋势，主要原因系：1）公司数据中心交换机主要产品日益成熟，实现更大规模销售；2）毛利率相对较低的产品销售占比有所提升。

从期后毛利率走势来看，公司数据中心交换机产品 2020 年 7-12 月、2020 年全年及 2021 年 1-3 月毛利率水平列示如下：

项目	2020 年 7-12 月	2020 年全年	2021 年 1-3 月
毛利率	27.22%	28.05%	31.66%

注：上述 2021 年 1-3 月财务数据未经审计。

由上表可见，2021 年 1-3 月，公司数据中心交换机产品毛利率与 2020 年相比有所回升，主要系不同产品型号的销售占比变动所致。

目前，公司已开展了 100G 数据中心接入交换机产品及 400G 数据中心核心交换机产品的研发，预计未来将会推动数据中心交换机产品的整体毛利率水平的提升。

报告期内，公司 SMB 产品销售收入占主营业务收入的比例及毛利率的变动情况如下所示：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售收入（万元）	105,908.95	73,520.05	45,037.77
销售收入占比	16.38%	14.32%	10.78%
毛利率	28.74%	34.29%	34.28%

报告期内，公司 SMB 产品销售收入占比持续提升。毛利率方面，2018 年、2019 年 SMB 产品整体毛利率较为稳定。2020 年，公司针对小微企业、商户及别墅无线上网等场景推出的 EW 系列产品销售占比迅速上升，且该产品毛利率水平较低，导致 SMB 产品的整体毛利率水平有所下降。

从期后毛利率走势来看，公司 SMB 产品 2020 年 7-12 月、2020 年全年及 2021 年 1-3 月毛利率水平列示如下：

项目	2020 年 7-12 月	2020 年全年	2021 年 1-3 月
毛利率	29.89%	28.74%	24.20%

注：上述 2021 年 1-3 月财务数据未经审计。

2021 年 1-3 月，受毛利率相对较低的 EW 系列产品销售收入提升的影响，SMB 产品整体毛利率水平与 2020 年全年相比有所下降。从中长期看，公司 SMB 产品的整体毛利率水平将趋于稳定。

未来，公司综合毛利率将受细分产品类别的毛利率变动及产品结构变化等多方面因素的影响。从细分产品类别的毛利率走势来看，数据中心交换机产品的毛利率未来有望提升，SMB 产品的整体毛利率水平中长期将趋于稳定；从产品结构来看，若毛利率相对较低的产品收入占比进一步提升，将可能导致公司综合毛利率进一步下降的风险。

以下内容已在招股说明书“重大事项提示”之“五、毛利率下降的风险及业绩下滑的风险”中补充披露：

报告期各期，公司主营业务毛利率分别为 47.20%、45.93%及 39.24%，整体毛利率水平逐期有所下降。一方面，随着近年来公司数据中心交换机产品营业收入的增长，公司产品结构有所变化，尤其 2020 年受新冠疫情影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心网络产品的采购需求进一步增加。数据中心交换机具有高技术门槛的特点，目前国内仅有少数企业具备高端数据中心交换机研发能力，但同时由于其需求较为集中，单个客户采购的金额规模较大，因此其毛利率低于公司交换机产品的整体毛利率水平；另一方面，公司自 2018 年起针对价格敏感度较高、但市场规模和潜力较大的小微企业市场推出了高性价比的交换机、无线等系列产品，该类产品的毛利率水平与公司同类其他产品相比较低，在一定程度上影响了公司整体毛利率水平。与此同时，2020 年度，教育、医疗、制造业、商业等行业客户办公及生产经营等受到新冠疫情影响，对网络设备、网络安全产品的采购需求下降或推迟，导致公司主要面向上述行业客户的产品销售受到一定影响，销售收入占比下降，而该类产品毛利率水平相对较高，以致 2020 年度公司综合毛利率水平有一定幅度下降。

公司毛利率水平受到行业客户需求变化、产品结构、原材料价格等多种因素的影响。如果未来上述产品领域出现竞争者持续进入、原有竞争对手加大市场开发力度、下游市场规模增速放缓等情况，将导致行业竞争加剧，进而影响行业整体毛利率；随着市场需求的变化和产品生命周期的演进，未来产品结构的变动仍可能导致公司毛利率进一步下降；同时，如果未来芯片等原材料价格有所上涨，公司产品单位成本将有所增加，在其他因素不变的情况下亦可能导致公司部分或全部产品毛利率水平进一步下降的风险，影响公司盈利能力，引致业绩进一步下滑的风险。

（二）数据中心交换机和 SMB 产品毛利率与同行业可比公司可比业务是否存在较大差异的分析

1、数据中心交换机毛利率与可比公司可比业务的比较情况

基于数据中心交换机的高技术门槛，目前国内仅有少数企业具备高端数据中心交换机研发能力。同行业可比上市公司中，紫光股份控股子公司新华三的可比业务中包含数据中心交换机同类产品，与公司产品的相似程度较高。公司数据中心交换机毛利率与紫光股份可比业务的毛利率水平比较情况如下：

公司名称	业务领域	2020 年	2019 年	2018 年
紫光股份	数字化基础设施及服务/IT 基础架构产品服务及解决方案	27.34%	30.57%	37.07%
本公司	数据中心交换机	28.05%	30.17%	35.57%

由上表可见，该产品与紫光股份数字化基础设施及服务/IT 基础架构产品服务及解决方案毛利率水平处于相近区间。

2、SMB 产品毛利率水平与可比公司可比业务的比较情况

公司 SMB 产品针对中小企业客户市场需求推出性价比较高的交换机、无线产品及安全网关等产品系列，该类产品的毛利率水平普遍低于公司面向行业用户销售产品的毛利率水平。报告期内，公司在中小企业客户市场的主要竞争对手包括华为、新华三、普联技术有限公司等。根据公开资料查询，上述主要竞争对手及招股书已提及的同行业可比公司未公开披露针对中小企业销售同类产品的毛利率数据，暂无法获取公开财务资料进行比对。

二、结合 SMB 安全网关的主要收入构成，分析并披露 2020 年 1-6 月 SMB 安全网关毛利率大幅下降的合理性，是否符合行业趋势

SMB 安全网关产品为针对中小企业推出的安全网关产品，主要包括 EG 系列、NBR 系列、EW 系列产品等。其中，EW 系列产品为公司于 2019 年末推出的新品，主要针对小微企业、商户及别墅无线上网等场景，毛利率水平相对较低；同时，为快速扩大公司在小微企业市场的认知度，2020 年起，公司针对 EW 系列产品进行了市场推广，该产品的销售收入占比迅速上升，在一定程度上影响了 SMB 安全网关产品的整体毛利率水平。该系列产品的推出和推广活动系基于公司的经营策略和产业布局需求，具备合理的商业背景。公司 2020 年 1-6 月安全网关毛利率下降与行业趋势无直接关系。

三、分析并披露云桌面毛利率明显低于网络设备和网络安全产品的原因；结合 2020

年 1-6 月毛利率下降因素、期后毛利率情况，分析并披露云桌面毛利率是否存在进一步下降的风险

（一）云桌面毛利率明显低于网络设备和网络安全产品的原因

公司网络设备、网络安全产品和云桌面解决方案业务在产品功能、业务运营模式、目标客户群体和市场竞争等方面存在较大区别，导致三种业务类型的毛利率水平存在一定差异。

公司网络设备主要包括交换机、路由器及无线产品等硬件设备产品，以及配套的嵌入式软件。公司网络安全产品主要包括安全网关、防火墙等硬件设备及安全态势感知、身份管理产品等安全管理软件。

公司云桌面业务交付方式为软硬件一体化解决方案，一般由云课堂、云办公等云桌面应用软件搭配云服务器、云终端及相关外设和配件产品构成，其中云服务器、云终端等毛利率相对较低的产品收入占比较大。具体情况如下：

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
云终端	65.73%	25.57%	56.68%	26.90%	52.76%	31.88%
云服务器	22.61%	46.78%	31.37%	44.69%	39.31%	33.97%
云桌面应用软件	2.06%	88.16%	2.89%	81.89%	4.07%	70.72%
配件及其他	9.60%	15.38%	9.06%	13.93%	3.86%	12.42%
合计	100%	30.68%	100%	32.90%	100%	33.53%

（二）结合 2020 年 1-6 月毛利率下降因素、期后毛利率情况，分析并披露云桌面毛利率是否存在进一步下降的风险

公司云桌面解决方案整体毛利率水平主要受报告期内公司细分市场选择和新增技术路线的影响。2018 年起，公司除继续拓展原有云课堂场景以外，针对政府部门及教育、医疗、企业等多个行业不同场景中的云桌面需求，基于对用户需求特点和自身产品、技术优势的衡量，选择在部分场景中主推以 IDV 技术路线为主的云桌面解决方案。由于 IDV 路线采用胖终端搭配瘦服务器的组合设计方案，整体方案的毛利率水平一般低于 VDI 技术路线下整体解决方案毛利率水平（后者采用“瘦终端+胖服务器”的组合设计方案），报告期各期，云桌面解决方案整体毛利率水平逐期略有下降。同时，2020 年 1-6 月，为

支持终端医疗机构抗疫工作，公司主动下调了部分解决方案价格，对云桌面整体毛利率水平产生了一定影响。具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
IDV 路线	45.87%	18.76%	36.86%	23.27%	27.28%	26.53%
VDI 路线	42.35%	40.08%	51.19%	40.42%	64.79%	35.40%
应用软件、配件及其他	11.78%	22.71%	11.95%	30.37%	7.93%	42.32%
合计	100%	28.26%	100%	32.90%	100%	33.53%

云桌面解决方案 2020 年 7-12 月及全年毛利水平情况列示如下：

项目	2020 年 7-12 月		2020 年 1-6 月		2020 年全年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
IDV 路线	52.49%	22.53%	45.87%	18.76%	51.25%	21.90%
VDI 路线	35.65%	44.53%	42.35%	40.08%	36.90%	43.58%
软件、配件及其他	11.87%	29.78%	11.78%	22.71%	11.85%	28.47%
合计	100%	31.23%	100%	28.26%	100%	30.68%

如上表所示，2020 年 7-12 月公司云桌面解决方案整体毛利率水平已呈现回升趋势，主要系随着国内疫情逐渐受控，云桌面解决方案下半年折扣力度减小所致。预计未来随着云桌面业务的持续推广和应用场景的进一步拓展，VDI 和 IDV 架构下的解决方案销售规模都将进一步增长，整体毛利率水平受益于品牌知名度的持续提升和规模效应的体现，进一步下降的风险有限。

四、披露其他产品的具体构成，毛利率较高的原因

报告期内，其他产品的具体构成情况如下：

产品	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
售后服务收入	26.97%	76.40%	32.20%	81.41%	33.38%	73.18%
RIIL 软件	33.72%	85.39%	42.05%	90.19%	40.66%	85.45%
智慧教室产品	30.86%	29.37%	17.52%	32.13%	4.95%	20.71%
其他	8.45%	44.67%	8.23%	69.58%	21.00%	39.15%
总计	100%	62.24%	100%	75.49%	100%	68.42%

报告期内，公司其他产品收入主要包括售后服务收入、RIIL 软件、智慧教室产品等，其中售后服务收入、RIIL 软件等服务及软件类收入占比较高，导致整体毛利率水平较高。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、取得报告期内公司收入成本明细表，核查各类业务类型项目毛利率情况，核查报告期内公司不同业务模式下的毛利率及其变动情况并进行多角度的毛利率分析。

2、访谈公司各业务部门、销售部门负责人，了解不同类型项目毛利率变动的原因。

3、查阅同行业上市公司公告文件，取得同行业上市公司不同业务模式的毛利率情况，与公司各业务模式毛利率情况进行比较，分析其差异情况及合理性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，公司数据中心交换机产品的销售收入占比持续提升，但毛利率呈下降趋势，主要原因系：1）公司数据中心交换机主要产品日益成熟，实现更大规模销售；2）毛利率相对较低的产品销售占比有所提升。报告期内，公司 SMB 产品销售收入占比持续提升。毛利率方面，2018 年、2019 年 SMB 产品整体毛利率较为稳定。2020 年，公司针对小微企业、商户及别墅无线上网等场景推出的 EW 系列产品销售占比迅速上升，且该产品毛利率水平较低，导致 SMB 产品的整体毛利率水平有所下降。

未来，公司综合毛利率将受细分产品类别的毛利率变动及产品结构变化等多方面因素的影响。从细分产品类别的毛利率走势来看，数据中心交换机产品的毛利率未来有望提升，SMB 产品的整体毛利率水平中长期将趋于稳定；从产品结构来看，若毛利率相对较低的产品收入占比进一步提升，将可能导致公司综合毛利率进一步下降的风险。

数据中心交换机产品与同行业可比公司可比业务毛利率水平相近；根据公开资料查询，发行人 SMB 产品主要竞争对手及招股书已提及的同行业可比公司未公开披露针对中小企业销售同类产品的毛利率数据，暂无法获取公开财务资料进行比对。

2、2020 年 1-6 月 SMB 安全网关毛利率大幅下降主要系受到公司面向价格敏感度较高、但市场规模和潜力较大的小微企业市场推出的 EW 系列产品及其推广活动的影响，安全网关毛利率下降与行业趋势无直接关系。

3、公司云桌面毛利率明显低于网络设备和网络安全产品，主要系上述三种业务类型在产品功能、业务运营模式、目标客户群体和市场竞争等方面存在较大区别所致；报告期内，发行人云桌面解决方案整体毛利率水平下降，主要受到技术路线及抗疫工作的影响；预计未来随着云桌面业务的持续推广和应用场景的进一步拓展，毛利率水平进一步

下降的风险有限。

4、其他产品收入中售后服务收入、RIIL 软件等服务及软件类收入占比较高，导致整体毛利率水平较高。

问题 17：关于销售费用

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人销售费用中人工费用分别为 55,754.42 万元、53,161.64 万元、71,971.91 万元和 28,758.30 万元。

（2）报告期内，发行人销售费用中市场推广费分别为 7,404.88 万元、7,506.89 万元、8,552.65 万元和 1,435.92 万元；售后服务费分别为 9,719.78 万元、8,428.85 万元、9,175.96 万元和 3,483.17 万元；差旅业务费分别为 15,674.48 万元、15,878.81 万元、15,859.70 万元和 2,224.50 万元。

（3）报告期内，发行人销售费用率分别为 25.25%、21.48%、21.56%及 19.61%，大幅高于可比公司紫光股份、中兴通讯和天融信，低于可比公司迪普科技、奇安信、深信服。

请发行人：

（1）披露报告期内销售人员数量、具体构成和分工、销售人员占比和平均薪酬与同行业可比公司是否一致，分析销售人员数量和平均薪酬波动的原因，奖金与绩效考核指标的匹配性。

（2）区分直销和渠道销售，披露报告期内市场推广费的具体构成，涉及第三方提供服务的，披露主要的服务商名称及采购金额。

（3）披露报告期内售后服务费的具体构成、合同约定的售后服务期限，分析与售后服务费收入是否匹配。

（4）分析并披露差旅业务费 2017-2019 年保持稳定的原因，差旅业务费与销售人员数量、营业收入的匹配性。

（5）分析并披露报告期内销售费用率下降的原因，发行人销售费用率与渠道销售占比接近的同行业可比公司是否一致，分析并披露直销模式占比增加是否会导致销售费用率下降。

（6）结合可比公司销售模式，分析并披露发行人销售费用率与可比公司存在差异

的原因；在发行人以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高的商业合理性，发行人销售过程中是否存在商业贿赂或相关利益安排；发行人员工与客户（包括直销客户、各级渠道商和终端客户等）是否存在关联关系、资金或业务往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人报告期内销售费用的真实性、合法合规性。

回复：

17.1 发行人回复

一、披露报告期内销售人员数量、具体构成和分工、销售人员占比和平均薪酬与同行业可比公司是否一致，分析销售人员数量和平均薪酬波动的原因，奖金与绩效考核指标的匹配性

（一）报告期内销售人员数量、具体构成和分工

报告期内，公司销售费用中核算的职工薪酬对应的人员包括销售人员、技术服务人员以及履行销售支持职能的行政管理人员。上述人员根据具体职能分工可归类为以下三大类部门：

1、市场销售部门：负责制定产品方案营销战略，负责面向各行业进行市场开拓和产品解决方案推广，确保产品方案满足客户需求，并对各行业各区域销售目标的达成负责。

2、技术服务与售后部门：负责规划、制定并落实售后服务政策，确保客户稳定使用产品，并对用户的最终服务体验负责。

3、销售支持部门：负责面向市场销售部门提供销售训练、投标支持、价格管理、渠道管理、订单管理及整体品牌推广等营销协同及销售支持服务。

报告期内公司上述三类人员的月平均数量如下表所示：

部门	2020 年	2019 年	2018 年
市场销售部门（人）	1,509	1,462	1,379
技术服务与售后部门（人）	337	262	245
销售支持部门（人）	211	206	192
合计	2,057	1,930	1,817

注：上表中各期人员数量为该期内每个月度领薪人数的平均值。

（二）销售人员占比和平均薪酬与同行业可比公司是否一致

销售人员占比方面，公司及同行业可比公司的比较情况如下表所示：

可比公司	2020 年	2019 年	2018 年
紫光股份	25.56%	25.57%	25.22%
迪普科技	24.75%	23.96%	24.22%
中兴通讯	12.25%	12.82%	13.92%
启明星辰	24.08%	22.41%	21.85%
奇安信	18.21%	15.91%	16.77%
天融信	21.26%	22.48%	22.46%
深信服	35.80%	40.45%	42.31%
平均值	23.13%	23.37%	23.82%
本公司	31.26%	32.53%	31.10%

注：上表数据口径为各年末销售人员数量占总员工人数的比例。

由上表可见，公司销售人员占比高于同行业可比公司平均水平。公司独立建立了覆盖全国的销售渠道，销售人员投入较多，因此销售人员占比相对较高。报告期内，采用与公司相似销售模式的深信服同样销售人员占比较高。

销售人员平均薪酬方面，公司及同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

可比公司	2020 年	2019 年	2018 年
紫光股份	58.26	58.53	59.25
迪普科技	43.68	40.76	38.04
中兴通讯	52.03	47.89	49.19
启明星辰	40.92	46.07	47.88
奇安信	未披露	32.08	30.36
天融信	38.52	37.13	30.58
深信服	46.24	47.21	39.66
平均值	46.61	44.24	42.14
本公司	35.79	36.71	29.08

注 1：可比公司的销售人员薪酬总额及销售人数来源于可比公司年报或者招股说明书中披露的相关内容。

注 2：可比公司销售人员平均薪酬=销售费用中的职工薪酬/（（期初销售人员数量+期末销售人员数量）/2）。奇安信 2020 年报中未单独披露销售人员的薪酬总额。

注 3：公司销售人员平均薪酬的统计范围为直接参与销售工作的市场销售部门人员的平均薪酬，不包括技术服务与售后部门、销售支持部门的人员；计算公司平均薪酬时，薪酬总额及销售人数均扣除了实习生及劳务派遣人员的部分。

由上表可见，公司销售人员平均薪酬低于同行业平均水平，主要原因系公司建立了

覆盖全国的销售网络，部分销售人员主要工作地点位于非一线城市地区，薪酬水平参照所在地域的职工薪资水平。

（三）分析销售人员数量和平均薪酬波动的原因

报告期内，随着公司业务规模的不断扩大，公司销售人员数量呈上升趋势。

2020 年，公司销售人员平均薪酬与 2019 年相比有所下降，主要原因系当年受疫情时期政策影响，公司为员工承担的社保支出有所下降。

（四）奖金与绩效考核指标的匹配性

公司销售人员的奖金总额主要与公司绩效考核指标的完成情况相关。

公司董事会一般于每年年初制定绩效考核方案和年度奖金预算方案，年末公司根据考核方案和年度业绩完成情况，计提当年度全员奖金，并根据计提的奖金总数在销售、管理和研发等部门之间进行合理分配。报告期内公司计提奖金的主要指标为计提奖金前的利润完成率以及董事会对公司其他辅助经营指标的考评得分。

综上所述，报告期内公司根据生产经营实际情况及业绩考核指标的完成情况，严格执行董事会制定的绩效考核方案。公司各期计提的销售人员奖金总额能够体现公司绩效考核的管理目标和要求，并与公司绩效考核指标相匹配。

二、区分直销和渠道销售，披露报告期内市场推广费的具体构成，涉及第三方提供服务的，披露主要的服务商名称及采购金额

报告期内，公司市场推广费主要包括市场活动费、广告宣传费及其他。公司最主要的产品市场推广方式为在各地举办市场活动，主要包括产品发布会和面向特定行业客户的研讨会议。上述市场活动一般会同时邀请直销客户及渠道客户参加，因此无法将相关费用区分直销及渠道销售分别列示。

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
市场活动费	5,223.34	6,708.83	5,542.29
广告宣传费	1,140.16	1,383.11	1,427.43
其他	999.77	460.71	537.17
合计	7,363.27	8,552.65	7,506.89

报告期内，公司市场推广费的主要服务商名称及采购金额具体如下：

1、2020 年前五大服务商

单位：万元

服务商名称	采购金额
北京优势聚合互动广告有限公司	127.03
青岛红树林旅业有限公司灵山湾红树林酒店	95.28
北京创世优品文化传播有限公司	91.37
北京信恒旭日文化传媒有限公司	69.97
传承主建国际展览服务（北京）有限公司	52.51

2、2019 年前五大服务商

单位：万元

服务商名称	采购金额
北京鸿樊文化传媒有限公司	269.54
北京创世优品文化传播有限公司	171.97
南京河西会议展览有限责任公司国际博览会议中心	142.95
北京信恒旭日文化传媒有限公司	125.97
北京德润智杰公关顾问有限公司	95.92

3、2018 年前五大服务商

单位：万元

服务商名称	采购金额
苏州渔洋会展有限公司	172.37
北京信恒旭日文化传媒有限公司	139.12
北京市庆全新光印刷有限公司	124.83
厦门诺予营销策划有限公司	101.72
北京优势聚合互动广告有限公司	86.59

三、披露报告期内售后服务费的具体构成、合同约定的售后服务期限，分析与售后服务费收入是否匹配

报告期内，公司售后服务费构成具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
外包服务费	7,241.93	7,693.29	7,559.46
材料耗用	1,409.07	977.40	697.23
其他	664.46	505.27	172.15
合计	9,315.46	9,175.96	8,428.85

公司售后服务费主要包括外包服务费、材料耗用及其他。其中，外包服务费占比较高，原因系公司主要通过外包给各地第三方服务商的形式实施售后服务，服务内容按照类别主要包括基础交付实施、网络优化、应急保障、系统运维、驻场服务、维保服务等。

公司产品售出时，会根据不同的产品类别提供一定期限的免费基础维保服务，并可根据客户需求提供维保升级及延保等付费服务。报告期内，公司提供免费基础维保服务的期限与产品类别相关，一般为 1-3 年不等。

报告期各期，公司售后服务收入分别为 7,448.46 万元、10,142.68 万元和 7,442.63 万元，主要包括两部分：1) 报告期内，公司向客户提供付费服务带来的收入；2) 从 2020 年开始，公司将免费提供的维保服务作为一项单项履约义务，单独计售后服务收入。

报告期各期，公司售后服务费与售后服务收入的比例分别为 113.16%、90.47%和 125.16%，呈波动趋势。2018 及 2019 年，根据公司当时适用的会计政策，出售产品时附带的免费基础维保服务不单独计售后服务收入，但提供该等服务的费用计入售后服务费用，使得公司售后服务费与售后服务收入的比例存在一定波动。2020 年起，公司施行新收入准则，将免费提供的维保服务作为一项单项履约义务，单独计售后服务收入。

四、分析并披露差旅业务费 2017-2019 年保持稳定的原因，差旅业务费与销售数量、营业收入的匹配性

公司差旅业务费由差旅费及业务招待费构成。2017-2019 年，差旅费保持小幅增长，而业务招待费则小幅下降，因此差旅业务费总体保持稳定。2020 年，受疫情影响，公司员工差旅和业务招待减少，使得公司差旅业务费同比有所下降。

报告期内，公司销售渠道稳定，且直销模式下大客户的收入不断增加，销售人员的人均销售金额有所提升。此外，随着互联网技术的不断发展，公司越来越多地通过远程方式开拓市场、提供售后服务。公司致力于利用技术改进管理效率，推出了小锐云服等智能服务工具，提升了远程服务及客户自助服务占比。以上原因使得报告期内公司差旅业务费与销售数量、营业收入不具备明显的线性关系。

五、分析并披露报告期内销售费用率下降的原因，发行人销售费用率与渠道销售占

比接近的同行业可比公司是否一致，分析并披露直销模式占比增加是否会导致销售费用率下降

（一）直销模式收入占比与销售费用率的关系

直销模式下，随着公司与客户的合作越来越紧密，单个大客户销售收入的增加并不依赖于相关销售人员数量增加或举办销售推广活动，因此直销模式收入占比提升使得销售费用率随之下降。

（二）报告期内销售费用率下降的原因

2018年至2019年，公司销售费用率基本保持稳定。2020年，公司销售费用率下降的主要原因系：1）受疫情影响，公司员工差旅和业务招待减少，且线下举办推广活动的数量亦大幅减少，使得公司差旅业务费和市场推广费占营业收入的比例同比有所下降；2）公司直销模式收入占比有较大幅度提升，使得销售费用率随之下降。

（三）销售费用率可比公司分析

根据同行业可比公司公开披露的信息，迪普科技、奇安信和深信服与公司类似，同样采用以渠道销售为主、直销为辅的销售模式。上述三家可比公司的销售费用率均处于行业内较高水平。公司以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高具有商业合理性。与上述三家可比公司相比，公司的销售费用率相对较低的主要原因系：1）与深信服相比，公司的销售人员数量占比较低；2）与迪普科技、奇安信相比，公司的业务规模相对较大，销售渠道布局较早，已进入平稳投入阶段。

六、结合可比公司销售模式，分析并披露发行人销售费用率与可比公司存在差异的原因；在发行人以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高的商业合理性，发行人销售过程中是否存在商业贿赂或相关利益安排；发行人员工与客户（包括直销客户、各级渠道商和终端客户等）是否存在关联关系、资金或业务往来

（一）结合可比公司销售模式，分析并披露发行人销售费用率与可比公司存在差异的原因；在发行人以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高的商业合理性

报告期内，同行业可比公司的销售模式及销售费用率情况如下：

公司名称	销售模式	销售费用率		
		2020 年	2019 年	2018 年
紫光股份	未披露	5.63%	6.17%	6.39%
迪普科技	渠道销售为主、直销为辅	27.29%	27.20%	26.25%
中兴通讯	直销为主	7.47%	8.67%	10.62%
启明星辰	未披露	21.82%	22.57%	24.30%
奇安信	渠道销售为主、直销为辅	31.72%	35.45%	44.05%
天融信	信息安全业务以直销为主、渠道销售为辅	10.73%	9.03%	7.19%
深信服	渠道销售为主、直销为辅	33.18%	35.04%	36.32%
平均值	-	19.69%	20.59%	22.16%
本公司	渠道销售为主、直销为辅	16.98%	21.83%	21.88%

注：可比公司数据引自其年报、Wind 资讯、招股说明书、重组报告书。

报告期各期，可比上市公司销售费用率差异较大，主要由于可比公司产品性质、销售模式及所处发展阶段不同所致。2018 年及 2019 年，公司销售费用率与可比公司平均水平较为接近。2020 年，受到新冠疫情的影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心网络产品的采购需求大幅增加，直销销售收入占比大幅提升，且上述销售收入的增加并不依赖于销售渠道的铺设或销售推广活动，以致当期销售费用率低于同行业可比公司均值。

根据同行业可比公司公开披露的信息，迪普科技、奇安信和深信服与公司类似，同样采用以渠道销售为主、直销为辅的销售模式。上述三家可比公司的销售费用率均处于行业内较高水平。公司以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高具有商业合理性。与上述三家可比公司相比，公司的销售费用率相对较低的主要原因系：1) 与深信服相比，公司的销售人员数量占比较低；2) 与迪普科技、奇安信相比，公司的业务规模相对较大，销售渠道布局较早，已进入平稳投入阶段。

根据中兴通讯和紫光股份披露的年报数据，报告期各期，中兴通讯的营业收入分别为 8,551,315.00 万元、9,073,658.20 万元和 10,145,067.00 万元；紫光股份营业收入分别为 4,833,807.15 万元、5,409,905.77 万元和 5,970,489.44 万元。两家公司的收入规模远高于公司及其他可比公司，产生规模效应降低了销售费用率。

报告期内，公司的销售费用率高于天融信，主要原因系天融信除信息安全业务外，还经营电线电缆业务，且电线电缆业务的销售费用率相对较低。

(二) 发行人销售过程中是否存在商业贿赂或相关利益安排；发行人员工与客户（包

括直销客户、各级渠道商和终端客户等）是否存在关联关系、资金或业务往来

报告期内，公司销售过程中不存在商业贿赂或相关利益安排，公司员工与主要客户（包括直销客户、各级渠道商和终端客户等）不存在关联关系、资金或业务往来。

公司廉政制度中规定，员工在公司任职期间，必须避免引起其个人利益与公司利益发生冲突的情况，并保证不参与任何可能会影响其在公司的工作责任或影响其有效地执行在公司的职务的活动。此外，公司与渠道合作伙伴签署廉洁诚信协议，协议中约定公司员工及其配偶、父母、子女、其他近亲属等存在利害关系的人不得对渠道合作伙伴参股、出资、任职，或为渠道合作伙伴提供有偿技术咨询、有偿商务咨询、有偿推荐。此外，渠道合作伙伴与公司员工之间亦不得存在其他有可能影响公司员工公正、廉洁履行工作职责的利害关系事实。同时，协议中明确约定禁止渠道合作伙伴对公司员工进行商业贿赂行为。

我们在对公司主要客户的访谈过程中重点关注了上述事项，并对受访对象进行问询。经核查，报告期内公司销售过程中不存在商业贿赂或相关利益安排，公司主要客户与公司员工不存在关联关系、资金或业务往来。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、了解与销售费用核算相关的内部控制的设计和运行，并对控制的运行有效性进行了测试。

2、获取发行人销售费用明细表，结合公司的业务特点，分析各项费用发生的合理性。

3、计算分析各项费用占比及销售费用率，与上年同期进行比较，并与同行业可比公司进行比较。

4、对各项费用进行针对性分析，抽样检查了费用确认相关的支持性证据。

5、检查报告期内各月花名册、工资核算表、薪酬支付银行回单、社保与公积金缴费记录等，复核了计入销售费用的人工费用的准确性；分析人员薪酬总额、人均薪酬及其构成在报告期的波动；结合发行人销售业务开展情况、业绩指标达成情况，并对比同行业可比公司情况，分析销售人员薪酬的合理性、奖金与绩效考核指标的匹配性。

6、了解了市场推广费的构成和主要推广方式，检查报告期内市场推广费相关的合同、结算依据和对账单，整理了第三方供应商和采购金额。

7、了解售后服务费的构成，检查售后服务合同及结算单；结合售后服务业务的基本情况，分析售后服务费和售后服务费收入是否匹配。

8、查阅了发行人与渠道合作伙伴签署廉洁诚信协议、发行人廉政制度，并对发行人主要客户进行访谈，确认发行人员工与客户不存在商业贿赂行为或关联关系、资金及业务往来。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、与同行业可比公司相比，发行人销售人员占比相对较高、平均薪酬相对较低，主要系公司建立了覆盖全国的销售网络，部分销售人员主要工作地位于非一线城市地区，薪酬水平参照所在地域的职工薪资水平所致。报告期内，发行人销售人员数量不存在波动；2020 年，公司销售人员平均薪酬与 2019 年相比有所下降，主要原因系当年受疫情时期政策影响，公司为员工承担的社保支出有所下降。发行人销售人员奖金与绩效考核指标匹配。

2、报告期内，发行人市场推广费主要包括市场活动费、广告宣传费及其他。

3、报告期内，发行人售后服务费主要包括外包服务费、材料耗用及其他。发行人产品售出时，会根据不同的产品类别提供一定期限的免费基础维保服务，并可根据客户需求提供维保升级及延保等付费服务。报告期内，发行人提供免费基础维保服务的期限与产品类别相关，一般为 1-3 年不等。报告期各期，发行人售后服务费与售后服务收入的比例分别为 113.16%、90.47%和 125.16%，呈波动趋势。**2018 年及 2019 年**，根据发行人当时适用的会计政策，出售产品时附带的免费基础维保服务不单独计售后服务收入，但提供该等服务的费用计入售后服务费用，使得发行人售后服务费与售后服务收入的比例存在一定波动。2020 年起，发行人施行新收入准则，将免费提供的维保服务作为一项单项履约义务，单独计售后服务收入。

4、公司差旅业务费由差旅费及业务招待费构成。2017-2019 年，差旅费保持小幅增

长，而业务招待费则小幅下降，因此差旅业务费总体保持稳定。发行人差旅业务费与销售人员数量、营业收入不具备明显的线性关系。

5、发行人报告期内销售费用率下降具有合理性。同样采用以渠道销售为主、直销为辅销售模式的迪普科技、奇安信和深信服的销售费用率均处于行业内较高水平。发行人直销模式收入占比提升使得销售费用率随之下降。

6、发行人销售费用率与可比公司存在差异具有合理性。在发行人以渠道销售模式为主的情况下，销售费用率较高具有商业合理性。发行人销售过程中不存在商业贿赂或相关利益安排。发行人员工与主要客户（包括直销客户、各级渠道商和终端客户等）不存在关联关系、资金或业务往来。

7、发行人报告期内销售费用的发生额是真实、合法合规。

问题 18：关于管理费用和研发费用

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人管理费用中人工费用分别为 8,047.78 万元、10,093.62 万元、12,801.08 万元和 6,605.73 万元；研发费用中人工费用分别为 44,429.59 万元、52,912.46 万元、66,810.57 万元和 25,793.75 万元。

（2）报告期内，发行人管理费用中租赁物业费分别为 276.11 万元、2,095.97 万元、1,628.79 万元和 874.54 万元，研发费用中租赁物业费分别为 1,904.90 万元、3,157.87 万元、4,684.75 万元和 2,642.08 万元。

（3）报告期内，发行人研发费用中折旧摊销费分别为 3,699.77 万元、4,259.45 万元、3,225.97 万元和 1,473.83 万元。

（4）报告期各期，发行人研发费用率分别为 16.51%、17.09%、16.54%及 17.47%，低于销售模式与发行人相近的迪普科技、奇安信、深信服。

请发行人：

（1）分析并披露管理费用和研发费用中的人工费用与管理人员和研发人员数量及其平均薪酬的匹配性；研发人员占比与可比公司是否一致。

（2）结合具体租赁的房产面积及其用途，分析并披露报告期内租赁物业费大幅增

长的原因。

(3) 结合具体研发设备原值及其摊销年限，分析并披露研发费用中折旧摊销费的具体构成。

(4) 披露发行人研发费用率低于迪普科技、奇安信、深信服的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对关联方是否存在代发行人垫支成本费用的核查过程和结论。

回复：

18.1 发行人回复

一、分析并披露管理费用和研发费用中的人工费用与管理人员和研发人员数量及其平均薪酬的匹配性；研发人员占比与可比公司是否一致

(一) 分析并披露管理费用和研发费用中的人工费用与管理人员和研发人员数量及其平均薪酬的匹配性

报告期内，公司管理人员平均薪酬情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
人工费用总额	15,423.08	12,801.08	10,093.62
其中：薪酬总额（万元）	14,050.24	11,621.40	9,467.49
月平均人数	465	397	352
平均薪酬（万元/人）	30.20	29.27	26.91

注：上表中薪酬总额不包括实习人员及劳务派遣人员的薪酬。

报告期内，研发人员的平均薪酬情况如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
人工费用总额	75,176.96	66,810.57	52,912.46
其中：薪酬总额（万元）	74,684.51	66,298.81	52,444.27
月平均人数	2,574	2,337	2,131
平均薪酬（万元/人）	29.02	28.37	24.61

注：上表中薪酬总额不包括实习人员及劳务派遣人员的薪酬。

报告期各期，公司管理人员平均薪酬略高于研发人员平均薪酬，主要系受到员工职能和地域分布差异的影响。公司人工费用与管理人员和研发人员数量及其平均薪酬具有匹配性。

（二）研发人员占比与可比公司是否一致

2018 年至 2020 年，公司研发人员占比与同行业公司比较情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
紫光股份	43.95%	45.64%	45.16%
迪普科技	40.56%	41.02%	41.86%
中兴通讯	43.07%	40.39%	38.06%
启明星辰	38.51%	42.00%	42.58%
奇安信	37.19%	37.58%	42.86%
天融信	53.09%	42.89%	40.70%
深信服	39.96%	36.80%	36.56%
平均数	42.33%	40.90%	41.11%
本公司	50.94%	49.53%	50.15%

报告期内，公司研发人员占比高于同行业平均水平，主要系公司重视自主创新和研发投入所致。公司在成立之初即在福州设立锐捷网络研究院，并陆续成立了多个研发中心，紧跟 ICT 技术的发展趋势，深入场景进行产品和解决方案的设计创新，满足不同行业用户需求；经过多年的积累，公司已建成网络通信系统及终端设备企业工程技术研究中心、无线通讯重点实验室、物联网通信技术创新中心、省级院士专家工作站、福建省级新型研发机构等行业领先的研发平台，随着公司业务规模的增长持续加大研发投入和人才建设，保持技术领先优势。

二、结合具体租赁的房产面积及其用途，分析并披露报告期内租赁物业费大幅增长的原因

报告期内，管理用租赁房产主要用于管理人员办公、货物仓储等用途，研发用租赁房产主要用于研发人员办公、产品测试等用途，公司管理、研发用租赁面积及物业费情况列示如下：

期间	管理用租赁房产		研发用租赁房产	
	平均月租赁面积 (平方米)	租赁费 (万元)	平均月租赁面积 (平方米)	租赁费 (万元)
2020 年度	16,937.90	1,993.97	47,058.25	5,539.81
2019 年度	13,558.37	1,628.79	38,996.79	4,684.75
2018 年度	16,334.75	2,095.97	24,610.56	3,157.87

报告期内，公司租赁物业费增长主要系租赁房产面积增加所致。

2019 年度，公司福州山亚区域搬迁至万福聚全楼，租赁面积整体有所增加，同时调整了办公区域的功能划分，增加了研发用功能间配套，使得研发用月租赁房产面积较 2018 年度有所增加，管理用月租赁房产面积较 2018 年度有所下降；2020 年，随着公司业务规模的进一步扩大，公司增加了万福财富中心办公区域的租赁面积，管理及研发用租赁房产面积进一步增加。

三、结合具体研发设备原值及其摊销年限，分析并披露研发费用中折旧摊销费的具体构成

公司研发费用中折旧摊销费包括研发设备折旧和自主研发、外购无形资产的摊销费用。报告期内，研发费用中折旧摊销费的具体构成情况如下：

单位：万元

年度	固定资产折旧	无形资产摊销	合计
2020 年	2,956.00	3.66	2,959.66
2019 年	2,675.21	550.76	3,225.97
2018 年	2,028.71	2,230.74	4,259.45
合计	7,659.92	2,785.16	10,445.08

报告期内，具体研发设备及无形资产原值、折旧摊销年限及折旧摊销金额等明细列示如下：

单位：万元

资产类别	资产	账面原值	本期折旧摊销金额	折旧摊销年限
2020 年				
固定资产	网络设备类	7,892.31	1,389.90	5
	检测实验设备	6,022.81	733.12	5
	计算机及外设设备	4,669.71	578.86	5
	其他设备	1,740.84	254.12	5/10
	小计	20,325.67	2,956.00	—
无形资产	外购软件类	36.60	3.66	10
	小计	36.60	3.66	—
合计		20,362.67	2,959.66	—

2019 年				
固定 资产	网络设备类	6,267.13	921.07	5
	计算机及外设设备	4,431.68	781.80	5
	检测实验设备	3,914.70	681.87	5
	其他设备	2,026.32	290.47	5/10
	小计	16,639.83	2,675.21	-
无形 资产	外购软件类	583.69	550.76	1/10
	小计	583.69	550.76	-
合计		17,223.52	3,225.97	-
2018 年				
固定 资产	计算机及外设设备	4,560.28	707.80	5
	检测实验设备	4,414.36	780.66	5
	网络设备类	3,020.96	253.02	5
	其他设备	1,679.73	287.23	5/10
	小计	13,675.33	2,028.71	-
无形 资产	自主研发类项目	7,499.46	1,269.37	3
	外购软件类	994.30	961.37	1/10
	小计	8,493.76	2,230.74	-
合计		22,169.09	4,259.45	-

随着公司业务规模不断扩大，公司增加了研发设备购置等方面的投入，导致报告期各期研发折旧费用增加。公司 2019 年研发费用中摊销额有所减少，系公司自主研发无形资产“下一代全网交换系统”于 2018 年摊销完毕所致。

四、披露发行人研发费用率低于迪普科技、奇安信、深信服的原因

同行业可比公司研发费用率主要受其产品分布、收入规模、各公司不同阶段的研发投入力度、研发机构设置等因素的影响。

报告期内，公司与迪普科技、奇安信和深信服在产品分布、公司所处发展阶段、研发投入策略等方面存在一定差异，导致研发费用率低于上述可比公司。

根据迪普科技招股说明书披露，迪普科技研发费用率高于其可比公司平均水平，主要系其处于发展上升阶段，业务规模较可比公司小，但管理层较为重视研发投入及技术创新，研发费用占公司营业收入规模比重较高所致。

根据奇安信招股说明书披露，近年来，网络安全行业发展变化速度加快，产生了众多新的网络安全市场需求，为了抓住行业发展机遇，奇安信提前进行研发布局，使得奇

安信研发费用率高于同行业可比公司平均水平。

根据深信服招股说明书、年度报告及募集说明书等公开资料披露，信息安全行业属于技术密集型产业，在研发相关方面的投入较高；同时，近年来深信服一直坚持将每年营收的 20%甚至更高比例投入研发，研发投入长期处于较高水平。

公司自成立以来即专注于网络设备的研发和销售，经过多年发展，已在所处行业领域积累了雄厚的技术实力。同时，公司核心技术人员经验丰富，对项目的目标设定、进度管理及预算把控能力较强，从而有效提升了产品研发效率、产业转化率和经济价值。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、实地查看公司办公经营场所，对公司管理层、各部门负责人进行访谈，了解公司管理、研发机构设置、部门职责、相关激励制度、人员招聘情况等。

2、获取公司报告期工资明细表、人员花名册、工资发放清单及各部门人员数量，复核管理人员及研发人员职工薪酬归集的准确性并与账面金额进行核对；结合管理人员及研发人员薪酬激励政策与薪酬变动，分析其合理性。

3、获取并查阅同行业可比公司年报、招股说明书等公开披露资料，与同行业可比公司管理费用、研发费用中的职工薪酬情况、研发人员占比情况进行对比，分析其合理性；与迪普科技、奇安信、深信服研发投入及营业收入情况进行对比，分析研发费用率低于上述可比公司的原因。

4、获取公司报告期全部租赁合同，实地考察租赁场地，复核租赁房产用途，分析租赁物业费变动的合理性。

5、获取研发费用明细表，核实折旧及摊销费，分析变动是否合理。

6、获取固定资产、无形资产明细表，将研发费用中的折旧费用与固定资产中本期折旧、摊销费用与无形资产中的本期摊销金额进行交叉比对。

7、获取研发用固定资产、无形资产明细清单，抽样检查资产的实际运行状况及用途。

8、对关联方是否存在代发行人垫支成本费用履行了以下核查程序：

(1) 全面梳理报告期内的关联交易情况，了解并验证关联交易发生的合理性及定价公允性。

(2) 获取发行人及全部子公司资金流水，核查发行人与供应商是否存在异常资金往来。结合对公司大额银行流水核查、公司关联关系核查、发行人控股股东、实际控制人

及控制的其他企业存在的重叠供应商核查，关注是否存在关联方或其他第三方代垫费用的情形。

(3) 获取了发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员银行流水，核查是否存在与发行人供应商的资金往来。

(4) 对报告期内的主要供应商执行走访程序，向供应商了解与公司交易的流程、交易的内容、交易规模、结算方式、付款周期等，核查发行人是否存在通过第三方向供应商付款的情形。

(5) 访谈发行人财务负责人，了解各项费用构成情况及报告期内金额及占比变动原因。

(6) 获取发行人员工花名册、工资表，计算分析不同岗位人员的薪酬变动情况并与可比公司进行比对。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人管理费用和研发费用中的人工费用、报告期各期管理、研发人员数量及平均薪酬具有匹配性；公司研发人员占比高于同行业平均水平，主要系公司重视自主创新及研发投入所致。

2、报告期内，发行人租赁物业费增长主要系租赁房产面积增加所致。

3、公司研发费用中折旧摊销费包括研发设备折旧和自主研发、外购无形资产的摊销费用。

4、报告期内，公司与迪普科技、奇安信和深信服在产品分布、公司所处发展阶段和研发投入策略等方面存在一定差异，导致研发费用率低于上述可比公司。

5、发行人关联方不存在代发行人垫支成本费用情形。

问题 19：关于应收账款

申报文件显示：

(1) 报告期内，发行人给予销售渠道商和直销客户的信用政策不同。

(2) 2019 年起发行人应收账款占收入比略有提升，主要系大型互联网及运营商客户销售规模增加，且根据项目实施进度采用分期付款方式进行结算。

(3) 报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 26,619.50 万元、30,791.74 万元、49,128.95 万元和 60,023.82 万元，2020 年 1-6 月，大型互联网及运营商客户增

大了数据中心交换机产品的采购量，导致公司应收账款大幅增加。

(4) 发行人未披露报告期内应收账款期后回款情况、逾期情况及其期后回款情况。

(5) 报告期内，发行人账龄 1 年以内应收账款坏账准备计提比例为 1.5%，低于奇安信和深信服。

请发行人：

(1) 披露不同渠道商和主要直销客户的信用账期，结合信用账期分析应收账款与销售额的匹配性。

(2) 披露采用分期付款的主要客户及其报告期内销售金额及占比，具体的分期付款条款，从收入确认到最终付款的最长期限；分期付款政策的推出时间，是否存在延长信用期刺激销售的情形。

(3) 结合主要大型互联网及运营商客户 2020 年 1-6 月的销售额及同比增长情况，分析并披露 2020 年 6 月末应收账款大幅增加的合理性。

(4) 披露报告期内应收账款期后回款情况，逾期情况、逾期原因及其期后回款情况。

(5) 分析并披露账龄 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例低于奇安信和深信服的原因，1 年以内应收账款的坏账准备计提比例是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对应收账款的函证情况。

回复：

19.1 发行人回复

一、披露不同渠道商和主要直销客户的信用账期，结合信用账期分析应收账款与销售额的匹配性

(一) 渠道商信用政策及主要客户信用账期情况

公司渠道商分为总代理商、行业代理商和 SMB 经销商。其中，总代理商利用其渠道管理能力，进行下游客户拓展。公司不为总代理商提供信用期的相关政策，报告期内总代理商全部采用先款后货的结算方式；行业代理商和 SMB 经销商分别面向大型行业客户和中小企业客户进行拓展销售，报告期内，公司综合考虑行业代理商和 SMB 经销商下游领域、客户情况及双方的合作历史等因素，为少数渠道商提供信用政策，信用账期在 30-90 天，该类代理商在报告期内的信用账期相对稳定。

报告期各期末，应收账款余额在 1,000 万以上的行业代理商主要为杭州宝威。报告

期各期末，杭州宝威的应收账款余额分别为 1,621.55 万元、6,874.14 万元及 2,237.50 万元，占渠道商应收账款余额的比例为 55.23%、62.15%及 36.87%。公司综合考虑终端客户情况及双方的合作历史等因素，给予杭州宝威一定期限的信用账期。报告期内，其信用政策未发生变化。

报告期各期末，公司无应收账款余额在 500 万以上的 SMB 经销商。公司给予 SMB 经销商的信用账期在 30-90 天，该类经销商在报告期内的信用政策未发生变化。

（二）直销客户信用政策及主要客户信用账期情况

公司直销模式主要面向大型互联网企业、运营商等销售规模较大、需求集中的客户群体。直销模式下，公司综合考虑采购金额、招投标要求、项目验收周期等因素与直销客户协商确定信用期，信用期一般在 90 天之内，主要直销客户在报告期内的信用账期相对稳定。

报告期各期末，应收账款余额前五名的直销客户情况列示如下：

单位：万元

单位名称	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
腾讯科技（深圳）有限公司	10,051.17	4,306.49	4,571.85
客户三	7,540.30	-	-
中移动信息技术有限公司	7,418.16	2,611.49	-
中国电信股份有限公司云计算分公司	2,887.93	2,804.73	-
中移（苏州）软件技术有限公司	3,316.07	77.37	1.79
伟创力	3,858.53	723.75	-
中国移动通信集团广东有限公司	1,139.88	698.26	1,097.44
浙江天猫技术有限公司	650.31	4,391.59	820.21
PT.Alibaba Cloud Indonesia	141.62	142.77	1,506.18
任子行网络技术股份有限公司	185.48	299.94	1,200.18
阿里巴巴信息港（江苏）有限公司	-	1,625.49	-
Alibaba Cloud (Singapore) Private Limited	-	348.46	1,627.28
合计	37,189.44	18,030.34	10,824.93

（三）报告期各期应收账款和当期销售额的匹配性分析

报告期内，公司渠道商、直销客户应收账款各期末余额与当期销售收入情况列示如下：

单位：万元

客户分类	项目	2020-12-31/ 2020 年	2019-12-31/ 2019 年	2018-12-31/ 2018 年
渠道商	应收账款余额	6,069.27	11,061.35	2,936.04
	渠道业务收入	455,263.88	425,288.80	349,466.45
	应收账款余额/渠道 业务收入	1.33%	2.60%	0.84%
直销客户	应收账款余额	66,006.80	40,622.18	30,411.90
	直销业务收入	191,145.46	88,244.38	68,217.90
	应收账款余额/直销 业务收入	34.53%	46.03%	44.58%

由于公司仅为少数渠道商提供信用期政策，报告期内，公司渠道商应收账款规模整体较小，与当期营业收入的比例变动主要系受到个别采购金额较大的行业代理商应收账款变动的影响。

报告期内，公司直销客户应收账款余额随直销客户营业收入的增长而逐期增加，与收入变动趋势相匹配。

二、披露采用分期付款的主要客户及其报告期内销售金额及占比，具体的分期付款条款，从收入确认到最终付款的最长期限；分期付款政策的推出时间，是否存在延长信用期刺激销售的情形

报告期内，公司与部分大型直销客户的付款约定为到货验收（及安装调试）后结算部分货款，并在试运行一定周期后结算尾款。采用上述付款方式的客户主要包括中国移动、中国电信、中国联通、北京歌华有线电视网络股份有限公司和中国大唐集团有限公司等。上述客户销售收入占当期营业收入的比例保持在 5%-10%之间，占比较小，其报告期各期的销售金额及占比具体情况如下：

单位：万元

分期付款主要客户	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
中国移动	45,670.78	6.82%	27,860.00	5.34%	18,708.20	4.37%
中国电信	8,273.48	1.24%	5,171.75	0.99%	1,637.79	0.38%
中国联通	1,978.80	0.30%	1,268.80	0.24%	918.05	0.21%
北京歌华有线电视网络股份有限公司	319.87	0.05%	703.20	0.13%	203.53	0.05%
中国大唐集团有限公司			100.00	0.02%	1,728.58	0.40%

分期付款主要客户	2020 年		2019 年		2018 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
合计	56,242.92	8.40%	35,103.75	6.72%	23,196.15	5.41%

公司一般根据到货验收、安装测试、试运行等环节与上述客户约定分两至三个阶段付款：第一笔付款一般为到货验收后支付总价的 70%-80%，第二笔付款一般为安装调试完成后支付总价的 10%-30%；第三笔付款（如有）一般为稳定运行期结束后支付尾款。采用分期付款的客户通常在相对较短的期限内付款，个别集团客户特大型项目由于验收组织和流程相对庞杂，审批流程较长，付款时间会相应延长。报告期内，从收入确认到最终付款的最长期限为 14 个月。涉及分期付款的项目订单全部为公司通过招投标方式取得，公司根据上述客户的招投标要求和项目实施进度与客户约定分期付款的具体条款。上述客户的付款期限在报告期内较为稳定，不存在为客户延长信用期以刺激销售的情形。

三、结合主要大型互联网及运营商客户 2020 年 1-6 月的销售额及同比增长情况，分析并披露 2020 年 6 月末应收账款大幅增加的合理性

（一）大型互联网客户 2020 年 1-6 月的销售额及应收账款余额同比增长情况

2020 年 1-6 月，受到新冠疫情等因素的影响，在线办公、电子商务等线上业务快速增长，互联网客户对数据中心交换机产品的采购需求大幅增加。公司主要互联网客户阿里巴巴、腾讯 2020 年 1-6 月销售额、应收账款余额与 2019 年同期对比均大幅度增长，应收账款增幅与销售收入增幅具有一致性。具体情况如下：

单位：万元

主要大型互联网客户	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月				
	营业收入	同比增长率	应收账款余额	占当期末应收账款余额的比例	应收账款余额较 2019 年 6 月末同比增长率
阿里巴巴	35,554.71	288.63%	13,446.46	21.39%	266.46%
腾讯	11,461.28	174.53%	8,342.20	13.27%	154.15%
合计	47,015.99	252.88%	21,788.66	34.66%	213.43%

注：2019 年 6 月末数据未经审计。

（二）运营商客户 2020 年 1-6 月的销售额及应收账款余额同比增长情况

2020 年 1-6 月，中国移动、中国电信合计销售收入同比增长 92.66%，应收账款期末

余额同比增长率为 87.86%，应收账款整体增幅与销售收入增幅相匹配。由于上述运营商客户采取根据项目实施进度分次付款的结算方式，应收账款余额受各自项目下单时间和进度影响呈现不同比例的增长，具体情况如下：

单位：万元

运营商	2020 年 6 月 30 日/2020 年 1-6 月				
	营业收入	同比增长率	应收账款余额	占当期末应收账款余额的比例	应收账款余额较 2019 年 6 月末同比增长率
中国移动	15,108.85	85.82%	18,078.91	28.76%	57.35%
中国电信	3,005.26	136.37%	5,775.96	9.19%	377.87%
合计	18,114.11	92.66%	23,854.87	37.95%	87.86%

注：上表列示截至 2020 年 6 月 30 日应收账款余额含 2020 年度前形成的应收账款金额，2019 年 6 月末数据未经审计。

四、披露报告期内应收账款期后回款情况，逾期情况、逾期原因及其期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款余额	72,076.07	51,683.53	33,347.94
期后回款金额	59,055.21	46,675.52	31,234.73
期后回款比例	81.93%	90.31%	93.66%

注：期后回款统计截止时间为 2021 年 3 月 31 日。

报告期各期末，公司应收账款逾期情况如下：

单位：万元

日期	应收账款余额	逾期金额	逾期比例	剔除单项全额计提坏账后逾期比例	逾期期后回款金额
2020-12-31	72,076.07	5,449.38	7.56%	6.00%	367.35
2019-12-31	51,683.53	3,041.35	5.88%	3.54%	1,212.22
2018-12-31	33,347.94	2,385.91	7.15%	3.46%	1,196.89

注：期后回款统计截止时间为 2021 年 3 月 31 日。

报告期各期末，公司应收账款逾期金额分别为 2,385.91 万元、3,041.35 万元及 5,449.38 万元，其中按单项全额计提坏账准备的应收账款余额分别为 1,231.02 万元、1,211.02 万元以及 1,123.95 万元，系与客户广州晟浩信息科技有限公司的商务纠纷所

致。剔除单项全额计提坏账准备的应收逾期款后，报告期各期公司应收账款逾期比例分别为 3.46%、3.54%及 6.00%。

报告期各期末，公司应收账款逾期金额的账龄分布如下所示：

单位：万元

日期	逾期金额	账龄				其中：单项全额计提坏账准备的应收账款
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
2020-12-31	5,449.38	3,427.25	833.29	51.88	1,136.96	1,123.95
2019-12-31	3,041.35	1,624.14	58.05	135.17	1,223.99	1,211.02
2018-12-31	2,385.91	718.05	411.89	11.98	1,243.99	1,231.02

其中，账龄超过 3 年以上的逾期应收账款，主要为与客户广州晟浩信息科技有限公司的商务纠纷所致，该项应收账款已按单项全额计提坏账准备；其他应收账款逾期的主要原因系公司的部分直销客户由于内部流程审批周期较长、资金周转安排等因素申请付款延迟，形成的短时间逾期。该类客户信誉情况较好，参考上述客户经营规模、资金实力和历年回款情况判断，此类逾期账款发生违约的风险较小。

报告期内，公司应收账款账龄组合对 1 年以内（含 1 年）、1-2 年（含 2 年）、2-3 年（含 3 年）及 3 年以上账龄的应收账款坏账准备计提比例分别为 1.50%、10.00%、50.00% 及 100.00%。

五、分析并披露账龄 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例低于奇安信和深信服的原因，1 年以内应收账款的坏账准备计提比例是否充分

应收账款坏账准备计提比例系各公司根据自身实际情况综合判断确定，受到客户规模、信用情况、历史履约情况等因素的影响。

考虑公司目前行业状况良好，收入稳定增长；结合历史款项回收率，运用迁徙计算的预计信用损失率整体低于原坏账计提比例，基于谨慎性和一致性原则，公司仍按原坏账计提比例估计预计信用损失率，应收账款坏账准备计提充分。

公司 2019 年末确认应收账款历史损失率和公司坏账计提比例的对比情况如下：

账龄	历史损失率	计提比例
1 年以内（含 1 年）	0.46%	1.50%
1-2 年	3.98%	10.00%

2—3 年	12.02%	50.00%
3 年以上	32.29%	100.00%

经与同行业可比公司比较，公司坏账准备计提比例处于行业平均水平，与可比公司不存在重大差异；公司一年以内坏账准备计提比例与同行业迪普科技、天融信处于同一水平，与同行业整体不存在显著差异。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、访谈管理层、业务及财务人员，了解发行人与应收账款相关的关键内部控制的设计和运行有效性。

2、查阅发行人应收账款管理制度和信控管理制度；获取并检查主要客户的销售合同或者订单，了解合同约定的信用政策和结算方式条款，复核公司与客户结算方式及信用政策变动情况及合理性。

3、获取分期付款客户收入明细表，检查分期付款主要客户的合同，了解分期付款的具体条款。

4、获取并查阅报告期内应收账款明细表、收入明细表，结合客户信用期分析报告期内客户的收款情况并了解余额变动情况，核实各期末发行人应收账款余额与各期营业收入变动趋势是否一致。

5、执行发函程序，确认主要客户报告期内应收款余额是否准确，对未回函的客户执行替代测试程序。检查对应的销售合同、出库单、运输单、客户验收（或签收）单、销售发票、出口报关单以及期后银行收款凭证等资料。

报告期各期末应收账款回函具体情况如下：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期末应收账款余额①	72,076.07	51,683.53	33,347.94
发函金额②	54,549.71	42,794.06	24,958.01
发函比例③=②/①	75.68%	82.80%	74.84%
回函金额④	42,402.71	33,098.29	16,127.74
回函占发函金额比例⑤=④/②	77.73%	77.34%	64.62%

6、抽查银行收款凭证，检查客户应收账款回款真实性及期后回款情况，了解客户逾

期末回款的主要原因。

7、分析应收账款坏账准备计提相关的会计政策和会计估计是否符合企业会计准则规定，并判断其合理性。

8、检查历史回款和坏账数据，并结合当前经济状况和其他前瞻性资料评价报告期各期应收账款坏账准备计提的合理性。

9、分析应收账款账龄结构和客户信用及期后回款情况，判断应收账款坏账准备计提是否合理。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，公司渠道商应收账款规模整体较小，与当期营业收入的比例变动主要系受到个别采购金额较大的行业代理商应收账款变动的影响；直销客户应收账款余额随直销客户营业收入的增长而逐期增加，与收入变动趋势相匹配。

2、采用分期付款的客户付款期限在报告期内较为稳定，发行人不存在为客户延长信用期以刺激销售的情形。

3、发行人截至 2020 年 6 月 30 日应收账款余额存在较大幅度的增长，主要系大型互联网及运营商客户销售规模增加所致，主要客户应收账款增幅与销售收入增幅具有一致性。

4、报告期各期末，公司应收账款逾期比例剔除单项全额计提坏账准备的应收逾期款后分别为 3.46%、3.54%及 6.00%，主要原因系公司的部分直销客户由于内部流程审批周期较长、资金周转安排等因素申请付款延迟所致。

5、发行人目前行业状况良好，客户资质优良，收入稳定增长；结合历史款项回收率，运用迁徙计算预计信用损失率整体低于原坏账计提比例，基于谨慎性和一致性原则，公司仍按原坏账计提比例估计预计信用损失率，应收账款坏账准备计提充分。

问题 20：关于存货

申报文件显示：

（1）报告期各期末，发行人原材料账面余额分别为 9,748.77 万元、11,850.23 万元、29,688.83 万元和 44,003.96 万元，原材料中芯片占比分别为 32.42%、47.11%、65.84%和 46.69%。

(2) 报告期各期末, 发行人库存商品余额分别为 34,339.57 万元、41,415.99 万元、33,978.95 万元和 69,519.76 万元。

(3) 报告期各期末, 发行人发出商品余额分别为 3,328.86 万元、3,206.85 万元、7,640.6 万元和 14,446.07 万元; 委托加工物资余额分别为 5,833.77 万元、7,432.62 万元、10,220.32 万元和 15,776.98 万元。

(4) 发行人未披露存货库龄表及存货跌价准备计提过程。

请发行人:

(1) 结合原材料备货政策、生产周期, 分析并披露原材料金额较大的原因, 分析 2019 年原材料中芯片占比较高的原因。

(2) 披露库存商品中纯代工和代工代采的金额和占比; 库存商品对应的主要客户, 结合备货政策、发货周期, 分析库存商品余额与在手订单的匹配性, 2020 年 6 月末库存商品期后发货及确认收入情况。

(3) 披露报告期各期末发出商品对应的客户及其金额, 2020 年 6 月末发出商品期后确认收入情况; 报告期各期末委托加工物资明细构成, 对应的主要受托加工方。

(4) 分别披露原材料、委托加工物资、半成品、库存商品和发出商品的库龄; 结合库龄和存货跌价准备计提政策, 分析并披露存货跌价准备计提是否充分; 存在库龄超过 1 年的原材料或库存商品的, 按照本所《审核关注要点》分析并披露相关存货跌价准备计提是否充分; 分析并披露存货跌价准备计提比例与同行业可比公司是否一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见, 并说明存货监盘情况。

回复:

20.1 发行人回复

一、结合原材料备货政策、生产周期, 分析并披露原材料金额较大的原因, 分析 2019 年原材料中芯片占比较高的原因。

公司采购的原材料主要包括芯片、元器件、光模块、电路板、电源模块等。公司通常基于未来一段时间内的需求预测, 并综合考虑原材料采购周期及经济订货量等因素, 制定相应的原材料采购计划。

与公司原材料备货周期和产品生产周期相比, 公司客户要求的交付周期通常较短。具体而言, 公司网络设备和网络安全产品生产周期通常为 15-30 天, 同时核心原材料备

货周期通常在 3 个月至 1 年左右；而对于下游互联网及运营商等直销客户，其交货周期通常较短，使得公司需提前准备一定的原材料安全库存并进行生产以满足未来产品销售需求。同时，2018 年以来，受国际经济形势变化影响，公司加大对部分核心原材料备货；2020 年，全球新冠疫情使得核心原材料采购周期有所延长，为防止发生原材料短缺，公司进一步增加对部分原材料备货，使得公司原材料金额有所增加。

芯片作为网络设备的核心部件，对网络设备的性能具有较大影响。2019 年，公司原材料芯片占比较高，主要系为应对中美贸易摩擦带来的潜在影响，公司提前对芯片增加备货，使得当年原材料中芯片占比较高。

二、披露库存商品中纯代工和代工代采的金额和占比；库存商品对应的主要客户，结合备货政策、发货周期，分析库存商品余额与在手订单的匹配性，2020 年 6 月末库存商品期后发货及确认收入情况。

（一）披露库存商品中纯代工和代工代采的金额和占比

公司库存商品主要为针对其网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案进行的产品备货。2020 年末，公司库存商品中的网络设备较 2019 年末增加 176.93%，增幅较大，一方面系公司预计 2021 年上半年市场需求有较大增长，公司相应增加产品备货，另一方面，受新冠疫情影响，核心原材料采购周期有较大提升，为合理利用代工厂商产能，公司根据原材料到货时间安排代工厂商提前进行生产备货，以满足客户交付周期的要求。

报告期各期末，公司库存商品中以纯代工方式生产的产成品、以代工代采方式生产的产成品及公司自建生产线自主生产的产成品账面价值及占比如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
纯代工	33,836.17	39.18%	19,199.84	56.51%	23,790.09	57.44%
代工代采	46,670.92	54.04%	14,779.11	43.49%	17,625.90	42.56%
自主生产	5,856.57	6.78%	-	-	-	-
合计	86,363.66	100.00%	33,978.95	100.00%	41,415.99	100.00%

2018 年末和 2019 年末，公司库存商品以纯代工方式生产的产品高于以代工代采方式生产的产品，主要系公司以代工代采方式生产的产品主要为工艺相对简单且较为成熟的产品，生产周期相对纯代工方式较短，生产计划调整较为灵活，需要准备的安全库存

相对较低，因此在库存商品中占比较低。

2020 年末，公司代工代采方式生产产品高于纯代工方式生产产品，主要受以下因素影响：1) 公司 SMB 产品销售额快速提升，产品备货增加，而 SMB 产品主要以代工代采方式进行生产；2) 受原材料采购周期延长影响，为充分利用代工厂商产能，公司提前安排代工厂商进行生产，代工代采方式生产的园区与城域网交换机、无线产品库存商品增幅较大；3) 随着公司数据中心交换机业务不断发展及采购规模扩大，公司增加数据中心交换机代工代采方式生产金额，库存商品余额有较大提升。

(二) 库存商品对应的主要客户，结合备货政策、发货周期，分析库存商品余额与在手订单的匹配性，2020 年 6 月末库存商品期后发货及确认收入情况

1、库存商品对应的主要客户

报告期各期末，公司库存商品对应的主要客户如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	对应库存商品余额	占库存商品的比例
2020-12-31	1	中国移动	3,473.17	4.02%
	2	神州数码	1,558.49	1.80%
	3	伟仕佳杰	831.52	0.96%
	4	联强国际	768.56	0.89%
	5	中国电信	678.48	0.79%
	合计		7,310.23	8.46%
2019-12-31	1	中国移动	1,517.68	4.47%
	2	中国电信	724.57	2.13%
	3	神州数码	565.07	1.66%
	4	联强国际	519.31	1.53%
	5	伟仕佳杰	225.22	0.66%
	合计		3,551.85	10.45%
2018-12-31	1	神州数码	1,136.68	2.74%
	2	中国移动	880.01	2.12%
	3	联强国际	608.19	1.47%
	4	伟仕佳杰	403.89	0.98%
	5	任子行网络技术股份有限公司	333.67	0.81%
	合计		3,362.44	8.12%

2、结合备货政策、发货周期，分析库存商品余额与在手订单的匹配性

对于直销客户，通常采用招投标方式进行采购，公司在中标后通常与其签署框架协议，后续由直销客户基于框架协议和自身具体需求向公司发出订单进行采购。直销客户给予的交货周期通常较短，而原材料采购及生产均需要一定周期，同时，基于框架协议或中标信息，未来一段时间内直销客户的采购量相对明确，因此，为满足未来的订单交付需求，公司通常会提前准备一定量的安全库存，并在获得客户订单后即组织发货。

同时，对于渠道销售中的部分行业客户，采购亦采用招投标形式，代理商在中标后即通知公司相关产品需求，公司在接收到产品需求后安排备货，并在实际获得客户订单后即组织发货。对于面向中小企业客户销售的 SMB 产品，其交货周期相对较短，公司亦准备一定的安全库存。

上述模式使得公司报告期各期末已有订单但尚未发货的库存商品余额相对较小，报告期内库存商品订单覆盖率较低，具体如下：

单位：万元

项目	计算公式	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
库存商品账面余额	A	86,363.66	33,978.95	41,415.99
已有在手订单库存商品金额	B	4,196.50	3,105.03	2,105.97
订单覆盖率	C=B/A	4.86%	9.14%	5.08%
无订单但已有框架协议或已中标产品金额	D	11,355.39	1,999.10	3,606.83
有明确销售需求金额合计	E=B+D	15,551.89	5,104.13	5,712.80
销售覆盖率	F=E/A	18.01%	15.02%	13.79%

3、2020 年 6 月末库存商品期后发货及确认收入情况

截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年 6 月末及 2020 年末库存商品期后发货及确认收入情况如下表所示：

单位：万元

时间	库存商品余额	已发货并确认收入部分 账面余额	已发货尚未确认收入部分 账面余额	已发货部分占比
2020-6-30	69,519.76	66,439.45	529.01	96.33%
2020-12-31	86,363.66	50,444.79	6,497.68	65.93%

三、披露报告期各期末发出商品对应的客户及其金额，2020 年 6 月末发出商品期后

确认收入情况；报告期各期末委托加工物资明细构成，对应的主要受托加工方

（一）披露报告期各期末发出商品对应的客户及其金额，2020 年 6 月末发出商品期后确认收入情况；

1、报告期各期末发出商品对应的客户及其金额

报告期各期末，公司发出商品对应的客户及其金额如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	对应发出商品余额	占公司发出商品余额的比例
2020-12-31	1	中国移动	8,083.97	52.06%
	2	中国电信	1,398.38	9.01%
	3	国铁吉讯科技有限公司	1,314.42	8.46%
	4	深圳市飞速创新技术股份有限公司	713.08	4.59%
	5	联强国际	371.38	2.39%
	合计		11,881.23	76.51%
2019-12-31	1	中国移动	4,932.72	64.56%
	2	国铁吉讯科技有限公司	1,107.48	14.49%
	3	中国电信	780.42	10.21%
	4	阿里巴巴	181.83	2.38%
	5	中国联通	94.38	1.24%
	合计		7,096.83	92.88%
2018-12-31	1	中国移动	1,646.53	51.34%
	2	国铁吉讯科技有限公司	238.70	7.44%
	3	中国联通	180.73	5.64%
	4	中国电信	131.51	4.10%
	5	中安消旭龙电子技术有限责任公司	115.75	3.61%
	合计		2,313.22	72.13%

2、2020 年 6 月末发出商品期后确认收入情况

截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年 6 月末及 2020 年末发出商品期后确认收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	发出商品余额	已确认收入金额	已确认收入金额占比
2020-6-30	14,446.07	13,624.13	94.31%
2020-12-31	15,528.66	9,859.17	63.49%

（二）报告期各期末委托加工物资明细构成，对应的主要受托加工方

公司委托加工物资主要系公司委托星网锐捷以纯代工方式生产网络设备及网络安全产品形成。公司向星网锐捷发出生产需求后，星网锐捷即向公司领用原材料进行代工生产，在产品生产完毕后公司即验收入库，委托加工物资主要为网络设备及网络安全产品在制品。报告期各期末，公司委托加工物资明细构成如下：

单位：万元

类别	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	期末余额	占比	期末余额	占比	期末余额	占比
交换机	3,956.68	77.28%	9,270.07	90.70%	6,110.45	82.21%
无线产品	92.68	1.81%	157.24	1.54%	476.10	6.41%
路由器	697.33	13.62%	497.71	4.87%	462.21	6.22%
安全网关	303.96	5.94%	231.16	2.26%	315.20	4.24%
其他	69.09	1.35%	64.14	0.63%	68.67	0.92%
合计	5,119.74	100.00%	10,220.32	100.00%	7,432.62	100.00%

四、分别披露原材料、委托加工物资、半成品、库存商品和发出商品的库龄；结合库龄和存货跌价准备计提政策，分析并披露存货跌价准备计提是否充分；存在库龄超过1年的原材料或库存商品的，按照本所《审核关注要点》分析并披露相关存货跌价准备计提是否充分；分析并披露存货跌价准备计提比例与同行业可比公司是否一致。

（一）分别披露原材料、委托加工物资、半成品、库存商品和发出商品的库龄

1、整体概况

公司在每个资产负债表日，对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照期末可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备。报告期各期末，公司存货跌价准备分别为1,143.47万元、1,547.48万元及2,005.67万元，占存货账面余额的比例分别为1.74%、1.83%和1.29%。报告期内，公司存货周转率较高，存货不存在大幅跌价的风险。存货跌价准备的计提具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	账面金额	跌价准备	账面金额	跌价准备	账面金额	跌价准备
原材料	37,694.88	316.39	29,688.83	765.16	11,850.23	199.49
在产品	5,567.61	-	-	-	-	-
委托加工物资	5,119.74	-	10,220.32	-	7,432.62	-
半成品	5,519.59	13.05	2,966.03	45.01	1,701.12	32.20
库存商品	86,363.66	1,676.23	33,978.95	737.30	41,415.99	911.77
发出商品	15,528.66	-	7,640.69	-	3,206.85	-

合计	155,794.14	2,005.67	84,494.82	1,547.48	65,606.81	1,143.47
----	------------	----------	-----------	----------	-----------	----------

2、库龄构成

报告期各期末，公司原材料、在产品、委托加工物资、半成品、库存商品和发出商品的库龄构成如下：

单位：万元

时间	类别	合计	1 年以内		1-2 年		2-3 年		3 年以上	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2020-12-31	原材料	37,694.88	36,112.39	95.80%	651.50	1.73%	605.76	1.61%	325.23	0.86%
	在产品	5,567.61	5,567.61	100.00%	-	-	-	-	-	-
	半成品	5,519.59	5,472.36	99.14%	11.79	0.21%	11.53	0.21%	23.91	0.43%
	库存商品	86,363.66	82,346.18	95.35%	2,395.98	2.77%	949.93	1.10%	671.57	0.78%
	发出商品	15,528.66	15,528.66	100.00%	-	-	-	-	-	-
	委托加工物资	5,119.74	5,119.74	100.00%	-	-	-	-	-	-
	合计	155,794.14	150,146.94	96.38%	3,059.27	1.96%	1,567.22	1.01%	1,020.71	0.66%
2019-12-31	原材料	29,688.83	23,344.28	78.63%	5,442.10	18.33%	700.15	2.36%	202.30	0.68%
	半成品	2,966.03	2,735.19	92.22%	80.71	2.72%	115.55	3.90%	34.58	1.17%
	库存商品	33,978.95	32,314.91	95.10%	971.61	2.86%	298.71	0.88%	393.72	1.16%
	发出商品	7,640.69	7,640.69	100.00%	-	-	-	-	-	-
	委托加工物资	10,220.32	10,220.32	100.00%	-	-	-	-	-	-
	合计	84,494.82	76,255.38	90.25%	6,494.42	7.69%	1,114.41	1.32%	630.60	0.75%
2018-12-31	原材料	11,850.23	10,371.15	87.52%	1,174.46	9.91%	199.00	1.68%	105.61	0.89%
	半成品	1,701.12	1,448.95	85.18%	212.61	12.50%	24.40	1.43%	15.16	0.89%
	库存商品	41,415.99	40,255.64	97.20%	581.81	1.40%	316.18	0.76%	262.36	0.63%
	发出商品	3,206.85	3,206.85	100.00%	-	-	-	-	-	-
	委托加工物资	7,432.62	7,432.62	100.00%	-	-	-	-	-	-
	合计	65,606.81	62,700.36	95.57%	1,982.39	3.02%	540.51	0.82%	383.55	0.58%

(二) 结合库龄和存货跌价准备计提政策, 分析并披露存货跌价准备计提是否充分
报告期内, 公司存货跌价准备计提政策如下:

对于期末存货, 公司按成本与可变现净值孰低计价, 存货期末可变现净值低于账面成本的, 按差额计提存货跌价准备。可变现净值, 是指在日常活动中, 存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

为生产而持有的原材料等, 用其生产的产成品的可变现净值高于成本的, 该材料仍然按照成本计量; 材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的, 该材料按照可变现净值计量。

为执行销售合同或者劳务合同而持有的产成品, 其可变现净值以合同价格为基础计算。公司持有存货的数量多于销售合同订购数量的, 超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

报告期内, 公司存货库龄整体较短, 主要以 1 年以内为主。对于 1 年以内的存货, 根据过往销售经验, 公司 1 年以内存货通常可实现正常生产销售, 可变现净值低于账面成本的可能性较小; 对于库龄超过 1 年的存货, 均处于产品生命周期内或有特定用途, 可变现净值低于账面成本的可能性较小, 且公司已对可变现净值低于账面成本的原材料及库存商品计提相应的减值准备。公司存货跌价准备计提充分。

(三) 存在库龄超过 1 年的原材料或库存商品的, 按照本所《审核关注要点》分析并披露相关存货跌价准备计提是否充分

公司 1 年以上库龄的存货主要系原材料和库存商品, 具体形成原因如下:

存货类别	具体类型	形成原因
原材料	芯片等生产用原材料	由于芯片等部分物料采购周期较长, 公司需根据市场预测需求提前进行备货, 以便及时交付货物
	维保配件	公司产品对元器件尺寸及性能参数存在一定的要求, 为防止公司产品进行配件更换时, 因产品更新换代无法采购匹配的元器件及配件, 公司基于过往的维修比例情况持有一定的元器件库存以满足客户维修或更换的需求
库存商品	产品安全库存	公司根据市场行情, 储备一定量安全库存, 以备及时交付货物
	维保备品	公司部分产品应用于客户信息系统建设, 客户信息系统通常对稳定性有较高要求, 如公司产品因故障需更换, 使用其他型号产品可能导致兼容或匹配性问题。因此, 公司需持有一定的产成品库存及时满足客户维修或更换的需求, 避免因产品更新换代导致无法提供相应维保服务

从技术更新迭代角度，网络设备、网络安全产品和云桌面解决方案产品型号通常具有一定的生命周期（通常为 3-5 年），在产品型号生命周期内，销售价格呈现缓慢下降趋势。基于产品的生命周期，公司严格管理原材料及产成品库存，对于处于生命周期后半段，预期未来一段时间后需求减少的产品，将严格控制产品的库存规模。报告期各期末，公司 1 年以上的主要生产用原材料对应产品以及库存商品安全库存处于生命周期内，产品市场销量和价格相对稳定，同时，考虑到公司产品具有较高的毛利，原材料及库存商品的可变现净值低于账面价值的可能性较低。

从产品使用寿命角度，网络设备、网络安全产品和云桌面解决方案使用寿命较长（通常在 5 年以上），在设备使用寿命内，有一定概率发生部分配件损坏，需进行更换和维修。但由于产品配件随产品具有一定的生命周期，对于仍处于工作状态但已退出市场销售的产品，其配件随着产品逐渐退出市场，在配件发生损坏时将难以在市场购买同型号产品。上述情况使得公司通常需储备一定的配件用于后续维保。

同时，网络设备、网络安全产品通常与其他设备配套使用，云桌面解决方案各构成部分亦需要进行匹配，因此，对于配套使用的上述产品，如发生质量问题需更换产品时，为了保证系统运行的稳定性，通常要求采用同型号产品进行替换。上述情况使得公司需储备相应的备品以满足客户后续维保需求。

对于上述原材料配件及产品备件，预计未来将主要通过售后维保形式进行销售，价格通常可保持一定的稳定性，可变现净值低于账面成本的可能性较低。

综上所述，公司 1 年以上的原材料及库存商品，仍可通过市场进行正常销售或以售后维保形式销售给客户，可变现净值低于账面成本的可能性较低，同时，公司已对可变现净值低于账面成本的原材料及库存商品计提相应的减值准备，公司存货跌价准备计提充分。

（四）分析并披露存货跌价准备计提比例与同行业可比公司是否一致

存货跌价准备计提比例与经营模式、库龄构成、产品类别及生命周期有关，不同可比公司存货跌价准备计提比例存在一定差异。报告期内，公司同行业可比公司存货跌价准备计提比例情况如下：

公司名称	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
紫光股份	8.95%	8.92%	10.66%
中兴通讯	11.31%	11.52%	11.34%
迪普科技	5.59%	5.09%	6.51%
启明星辰	14.95%	20.16%	20.47%
奇安信	2.53%	0.92%	0.99%
天融信	2.60%	1.13%	1.25%
深信服	1.33%	0.33%	-
平均值	6.75%	6.87%	7.32%
锐捷网络	1.29%	1.83%	1.74%

报告期内，公司存货跌价准备计提比例与天融信、深信服等同行可比上市公司较为接近。公司存货库龄整体较短，大部分存货库龄均在1年以内；同时，对于1年以上的原材料及库存商品，未来可实现正常销售或以售后维保形式进行出售，产品价格低于账面成本的可能性较低，使得整体存货跌价准备计提比例较低。公司总体存货跌价准备计提比例符合公司实际经营状况。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、访谈公司采购及生产管理负责人，了解公司的原材料备货政策和产品生产周期，了解公司原材料金额较大原因以及2019年原材料中芯片占比较高的原因；了解公司产成品备货政策及发货周期。

2、获取报告期各期末公司存货构成明细、库存商品对应订单及主要客户情况；获取公司2020年6月末及2020年末库存商品期后发货及确认收入明细。

3、对存货实施以下监盘程序：

(1) 了解公司的存货盘存制度和相关内部控制的有效性。

(2) 了解存货的内容、性质及存放场所，获取企业的盘点计划，评估盘点计划是否适当，向公司下发存货盘点计划调查问卷，并根据存货盘点计划编制存货监盘计划。

(3) 实施存货监盘程序，在监盘过程中，跟随盘点人员，观察存货盘点计划的执行情况，盘点人员是否准确记录存货的数量和状况。

(4) 在存货监盘过程中，从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点记录的完整性。

(5) 在公司存货盘点结束前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点；获取公司存货盘点表，并对存货盘点表进行复核，形成存货监盘小结。

申报会计师对公司 2020 年 12 月 31 日存货的监盘比例如下表所示：

单位：万元

项目	金额
期末存货账面余额	155,794.14
减：执行函证程序的委托加工物资和发出商品	20,648.40
期末可实施监盘程序存货金额	135,145.74
监盘存货金额	64,494.59
监盘比例（%）	47.72%

4、获取公司报告期各期末发出商品对应主要客户情况、2020 年 6 月末及 2020 年末发出商品期后确认收入明细；报告期各期末委托加工物资明细构成。

5、获取公司报告期各期末原材料、在产品、委托加工物资、半成品、库存商品和发出商品的库龄构成明细，以及存货跌价准备明细。

6、访谈公司财务负责人，了解公司存货跌价准备计提政策，以及报告期存货跌价准备计提情况。

7、对报告期公司与存货跌价准备相关的会计政策、会计估计进行了复核，对计提存货跌价准备所依据的资料、假设及计提方法进行检查；获取公司库龄在 1 年以上的原材料、库存商品明细表，复核主要类型划分是否准确；获取公司库龄在 1 年以上的原材料、库存商品跌价准备计提明细表，核查存货跌价准备的计提是否与公司存货跌价政策相符，实施存货跌价测试，核查存货跌价准备计提的准确性。

8、查阅同行业可比上市公司公开资料，获取存货跌价准备计提比例。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人原材料采购和产品生产均需要一定周期，客户要求的交付周期通常较短，

发行人提前对原材料进行备货以保持安全库存，发行人原材料余额较大具有商业合理性；2019 年发行人原材料中芯片占比较高系发行人为应对中美贸易摩擦可能影响提前备货所致。

2、发行人库存商品订单覆盖率较低，主要原因系发行人客户要求的交货周期较短，发行人需提前备货以满足未来的销售需求。截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年 6 月 30 日的库存商品期后发货占比达 96.33%，存货周转较快。

3、报告期各期末，发行人发出商品主要客户包括中国移动、国铁吉讯科技有限公司等；报告期各期末，发行人委托加工物资主要为网络设备及网络安全产品在制品。

4、发行人存货库龄整体较短，大部分存货库龄均在 1 年以内；对于 1 年以上的原材料及库存商品，未来可实现正常销售或以售后维保形式进行出售，可变现净值低于账面成本的可能性较低，同时，公司已针对可变现净值低于账面成本的原材料及库存商品计提减值准备。发行人存货跌价准备计提充分。

问题 21：关于固定资产

申报文件显示：

（1）发行人未按照本所《审核关注要点》披露机器设备与产值的匹配性以及折旧年限同行业比较情况。

（2）截至 2020 年 6 月 30 日，发行人机器设备原值为 8,751.88 万元，成新率为 25.99%；邮电通讯设备原值为 8,856.93 万元。

请发行人：

（1）按照本所《审核关注要点》，结合经营模式披露机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，并与同行业可比公司进行对比分析；披露重要固定资产折旧年限与同行业可比公司相比是否合理。

（2）披露报告期末机器设备和邮电通讯设备的主要构成；结合生产工艺和成新率，分析相关设备是否存在减值迹象，跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

21.1 发行人回复

一、按照深交所《审核关注要点》，结合经营模式披露机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，并与同行业可比公司进行对比分析；披露重要固定资产折旧年限与同行业可比公司相比是否合理

截至 2020 年 6 月 30 日，公司的生产模式全部为委托外部厂商进行代工生产，固定资产中包括的机器设备、邮电通讯设备及计算机设备主要用于研发和办公用途。

随着数据中心产品生产复杂度的提升，为了更好地实现从研发到生产端的质量控制，同时为更快速地满足客户对产品的部分定制化需求，公司于 2020 年 10 月自建生产线用于部分数据中心交换机的生产，2020 年公司自建生产线数据中心交换机的规划年产能能为 3.30 万台，产量为 1.21 万台。

经与母公司星网锐捷 2020 年同类别产线资产原值及产能产量情况的对比，公司自建生产线原值与产能、产量相匹配，具体情况如下：

产线	规划年产能/产量（万台）	账面原值（万元）	产能/账面原值（台/万元）
公司自建产线	3.30/1.21	1,756.62	18.79
母公司同类产线	9.98/6.61	5,722.91	17.44

注：公司产线于 10 月份正式投产，产量数据非全年数据

公司及同行业可比公司重要固定资产折旧年限的比较情况如下：

项目	折旧年限（年）							
	发行人	紫光股份	迪普科技	中兴通讯	启明星辰	奇安信	天融信	深信服
房屋建筑物	20	35	-	30-50	30-40	-	20-40	20
机器设备	5/10	5-10	3-10	5-10	-	-	3-10	-
交通运输设备	5	5	5	5-10	10	10	8-10	-
邮电通讯设备/计算机设备/电子设备/办公设备	3/5	3-5	3-5	5-10	5	3-5	3-5	3

公司重要固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比不存在明显差异，折旧计提政策合理谨慎。

二、披露报告期末机器设备和邮电通讯设备的主要构成；结合生产工艺和成新率，分析相关设备是否存在减值迹象，跌价准备计提是否充分

截至 2020 年 12 月 31 日，公司机器设备和邮电通讯设备的主要构成情况如下：

单位：万元

设备种类	账面余额	账面净值	成新率
检测实验设备	8,123.52	2,727.54	34%
通用电子设备	929.27	168.36	18%
通用机械设备	757.13	77.50	10%
自有生产线 (含中试装配线)	1,756.62	1,303.59	74%
机器设备合计	11,566.55	4,276.99	37%
网络设备	8,805.58	6,177.70	70%
电话及手提电脑	149.66	111.89	75%
传真机设备	17.07	5.55	33%
邮电通讯类合计	8,972.31	6,295.14	70%

上述机器设备、邮电通讯设备期末账面净值分别占发行人固定资产期末账面净值的 13.49%和 19.86%，整体成新率分别为 37%和 70%。其中，机器设备主要为公司检测试验设备、自有生产线（含中试装配线）等，因部分设备采购时间较早，财务核算角度成新率较低，但鉴于公司日常十分注重对设备进行维护保养，故设备运转情况良好，在公司研发活动中仍发挥一定作用。公司定期对固定资产进行盘点并检查固定资产使用情况，截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要固定资产运行情况良好，不存在减值迹象。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

- 1、访谈了发行人固定资产管理人员，了解固定资产的使用情况。
- 2、执行固定资产监盘程序，实地观察设备的真实性以及使用情况、是否存在减值迹象、盘点清单和实物进行双向核对，以确认固定资产真实性及完整性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

- 1、截至 2020 年 6 月 30 日，发行人固定资产中包括的机器设备、邮电通讯设备及计算机设备主要用于研发和办公等；公司于 2020 年 10 月自建生产线，经与母公司星网锐捷同类产线资产原值及产能产量情况的对比，公司自建生产线原值与产能、产量相匹配；重要固定资产的折旧年限与同行业可比公司相比不存在明显差异，折旧计提政策合理谨

慎。

2、截至 2020 年 12 月 31 日，发行人固定资产中的机器设备主要为公司测试设备、自有生产线（含中试装配线）等，因部分设备采购时间较早，财务核算角度成新率较低，但设备运转情况良好，不存在减值迹象。

问题 22：关于股份支付

申报文件显示：

（1）截至 2020 年 10 月，锐进咨询工商登记的出资人与 582 名实际权益人委托持股关系已全部解除；2020 年 10 月，发行人实施新一期员工持股计划，合计向 1,025 名员工（包括已持有锐进咨询权益的员工 292 人，以及新增持有锐进咨询权益的员工 733 人）授予锐进咨询权益。

（2）发行人实施的员工持股计划参与人合计为 1,315 名，上述人员被授予锐进咨询权益时均为锐捷网络的员工。

（3）2017-2019 年，发行人针对历史上的员工持股行为计提股份支付费用分别为 818.04 万元、879.13 万元和 892.67 万元。

请发行人：

（1）披露前述 582 名员工股份授予过程及数量，程序是否合法合规、认定为委托持股的依据是否充分；2020 年 10 月授予员工股份的来源及比例。

（2）披露前述 1,315 名员工是否曾在或正在星网锐捷任职；报告期内被授予股份的员工离职情况及其股份处理情况。

（3）披露报告期内股份支付费用的计算过程。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对事项（1）、（2）发表明确意见，申报会计师对事项（3）发表明确意见。

回复：

22.1 发行人回复

三、披露报告期内股份支付费用的计算过程

（一）2017 年至 2019 年的员工持股对公司财务状况的影响

2017 年、2018 年和 2019 年，公司针对历史上员工持股行为计提股份支付费用分别为 3,613.22 万元、3,366.27 万元和 3,408.81 万元，增加了当期费用、减少了当期营业利润及净利润。

1、股权支付基本情况

2017 年至 2019 年度，公司将员工持股平台的股份授予新员工，并按照授予日每股权益工具的公允价值与员工入股价格的差额一次性确认了股份支付费用。

2、股份支付公允价值

对于 2017 年至 2019 年各年度股份支付权益工具的公允价值，公司聘请福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司进行估值，并出具报告予以确认。根据估值结果，2017 年至 2019 年，公司股东权益的公允价值分别为 279,188.97 万元、293,328.60 万元和 316,058.83 万元，对应市盈率（参考公司前一年度扣非归母净利润）分别为 8.97 倍、9.37 倍和 10.19 倍。

3、股份支付的计算过程

2017 年至 2019 年，公司授予员工股份数量分别为 185.00 万股、163.50 万股和 151.00 万股，基于公司上一年度每股净资产，对应的员工入股价格分别为 3.0700 元/股、3.1567 元/股和 3.0107 元/股。因此，基于前述福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司的估值结果，2017 年至 2019 年，公司计提股份支付费用分别为 3,613.22 万元、3,366.27 万元和 3,408.81 万元。

（一）2020 年新一期员工持股对公司财务状况的影响

2020 年 10 月，公司实施新一期员工持股计划，该计划是以锐进咨询为员工持股平台，合计向 1,025 名锐捷网络员工（包括已持有锐进咨询权益的员工 292 人，以及新增持有锐进咨询权益的员工 733 人）授予锐进咨询权益，授予员工股份数量为 2,755.00 万股，入股价格参考上一年度净资产为 3.50 元/股。

1、股份支付公允价值

对于 2020 年度股份支付权益工具的公允价值，公司聘请福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司进行估值。根据估值结果，2020 年公司股东权益公允价值为 401,538.00 万元，对应市盈率（参考公司前一年度扣非归母净利润）为 12.23 倍。

2、服务期限

根据本次员工持股计划与人签署的《锐捷网络员工持股计划》，本次授予员工的股份等分为五份，每份 20%股份对应不同的服务期限要求，分别为自权益授予日至公司股票在深交所上市后的 12 个月、24 个月、36 个月、48 个月和 60 个月。若前述参与人在服务期内离职，其所持有的公司股份将按照规定被回购。

3、各期确认的股份支付费用

根据员工入股价格、公司股份公允价值以及服务期限的相关约定，假设公司于 2021 年在深交所上市，则公司 2020 年新一期员工持股计划每份 20%股份的服务期分别为自 2020 年起 2 年、3 年、4 年、5 年和 6 年，即 2020 年至 2022 年、2023 年、2024 年、2025 年和 2026 年。据此，对于公司 2020 年新一期员工持股计划，公司于 2020 年至 2026 年之间计提的股份支付费用明细如下：

单位：万元

股份类型/年份	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	合计
第一份 20%股份	312.06	1,248.22	936.17	-	-	-	-	2,496.45
第二份 20%股份	208.04	832.15	832.15	624.11	-	-	-	2,496.45
第三份 20%股份	156.03	624.11	624.11	624.11	468.08	-	-	2,496.45
第四份 20%股份	124.82	499.29	499.29	499.29	499.29	374.47	-	2,496.45
第五份 20%股份	104.02	416.07	416.07	416.07	416.07	416.07	312.06	2,496.45
合计	904.96	3,619.85	3,307.79	2,163.59	1,383.45	790.54	312.06	12,482.24

因此，2020 年度，公司确认股份支付费用 904.96 万元。

【申报会计师核查】

一、针对问题三，我们主要执行了如下核查程序：

1、查阅了发行人制定的员工持股计划、报告期各期离职员工及新授予权益员工的名单、员工持股平台的工商资料、人员构成、员工入股的出资凭证、银行流水。

2、访谈了发行人的总经理、董事会秘书、582 名员工持股计划参与人。

3、查验了福建中兴资产评估房地产土地估价有限责任公司就公司员工股权激励事项出具的报告。

二、核查意见

经核查，我们认为：

2017 年、2018 年和 2019 年，公司计算股份支付费用时，授予权益工具公允价值对应市盈率分别为 8.97 倍、9.37 倍和 10.19 倍，相应确认股份支付金额分别为 3,613.22 万元、3,366.27 万元和 3,408.81 万元；2020 年，公司授予权益工具公允价值对应市盈率 12.23 倍，基于服务期约定确认的股份支付费用为 904.96 万元；前述股份支付计算过程合理，股份支付费用计提充分。

问题 24：关于租赁房产

申报文件显示，发行人租赁的房产项目部分存在未备案登记、未取得权属证书及承租房屋建设于划拨用地及集体用地的情形，发行人称上述租赁房产瑕疵不会对发行人的生产经营构成重大不利影响。

请发行人披露上述租赁房产瑕疵对发行人持续经营的影响，量化测算搬迁成本并在“房屋租赁的风险”中补充披露，上述事项“不会对发行人生产经营构成重大不利影响”的结论依据是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

24.1 发行人回复

一、披露上述租赁房产瑕疵对发行人持续经营的影响，量化测算搬迁成本并在“房屋租赁的风险”中补充披露，上述事项“不会对发行人生产经营构成重大不利影响”的结论依据是否充分

截至本问询回复签署日，公司部分租赁房产存在未备案登记、未取得权属证书或承租房屋建设于划拨用地及集体用地的情形。上述存在瑕疵的房产主要用途包括员工办公及货物仓库等，不涉及生产制造，公司对该等场所无特殊要求。相关租赁房产周边区域可替代场所较多，若发生无法继续使用的情況，公司预计可在较短时间内找到符合条件的替代场所。

对于未备案登记的租赁房产，根据租赁合同签署时有有效的《合同法》、《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》、《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（二）》、《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》以及《民法典》等相关法律法规的规定，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。根据《商品房屋租赁管理办法》（住房和城乡建设部令第6号）规定，房屋租赁合同订立后三十日内房屋租赁当事人未办理房屋租赁登记备案且逾期未改正的，个人处以一千元以下罚款、单位处以一千元以上一万元以下罚款。截至本问询回复签署日，公司不存在因承租房屋未办理租赁备案手续而受到行政处罚的情况。

对于建设于划拨用地及集体用地的租赁房产，由于报告期内公司并未直接租赁划拨地和集体用地，而是租赁建成于划拨用地和集体用地上的房屋，因此公司不存在将划拨用地、集体用地的土地使用权用于出让、转让或者出租的情形，亦不会因此而受到主管

部门的处罚。截至本问询回复签署日，公司所承租的建设在划拨用地、集体用地上的房屋均处于正常使用状态，未曾出现过因前述租赁房产涉及划拨用地、集体土地使用而导致租赁合同无效、提前终止、出现纠纷和争议及受到行政处罚的情形。

对于暂未取得权属证书的租赁房产，除部分建设于划拨用地及集体用地的租赁房产由于历史原因尚无法办理权属证书外，其他未取得权属证书的租赁房产均为已取得预售许可证的商品房。

如前所述，租赁房产未办理备案登记不影响租赁合同效力，亦不影响公司继续租赁使用相关房产。针对其他未取得权属证书及承租房屋建设于划拨用地及集体用地的租赁房产，公司对搬迁成本进行了量化测算。

报告期内，公司的办公经营场所主要通过租赁方式取得。截至招股说明书签署日，公司部分租赁房屋存在未取得产权证书或承租房屋建设于划拨用地及集体用地的情形，相关租赁房产共计 16 处，面积合计 9,079.71 平方米。公司承租的该等房产可能因产权手续不完善而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。公司参照历史上搬迁的情况对于上述房产的搬迁成本进行了量化测算。房产搬迁成本由装修费、运费和办公用品购置费组成，其中：（1）装修费根据当前房产的面积及房屋所在地周边的装修单价确定，并假设一次性计入当期费用（不考虑摊销的影响）；（2）运费根据相关房产的具体用途及搬迁内容确定；（3）办公用品购置费根据相关房产的办公人数进行计算。经测算，上述房产的搬迁成本合计约为 317.08 万元，占公司 2020 年净利润的比例约为 1.02%。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司将面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

综上所述，公司存在瑕疵的租赁房产的可替代性较强，公司未因租赁使用该等房产而受到行政处罚；相关房产的搬迁成本合计约为 317.08 万元，仅占公司 2020 年净利润的 1.02%。租赁房产瑕疵事宜不会对发行人生产经营构成重大不利影响的结论依据充分。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

- 1、查阅了相关租赁房产的租赁协议、出租方出具的书面文件。
- 2、查阅了发行人的房屋租赁合同、租赁房产的产权证明、租赁备案文件。
- 3、对相关租赁房屋的出租人进行访谈。
- 4、就相关事项对发行人财务负责人进行访谈。

5、复核发行人搬迁成本测算假设及测算过程的合理性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人租赁的房产项目部分存在未备案登记、未取得权属证书及承租房屋建设于划拨用地及集体用地的情形，上述租赁房产瑕疵不会对发行人的持续经营构成重大不利影响。根据测算，相关房产的搬迁成本合计约 317.08 万元，仅占发行人 2020 年净利润的 1.02%。

2、租赁房产瑕疵事宜不会对发行人生产经营构成重大不利影响的结论充分。

问题 27：关于劳务派遣

申报文件显示，报告期内发行人存在劳务派遣用工情形。

请发行人：

（1）披露劳务派遣单位是否具备相关资质，与发行人是否存在关联关系，报告期内发行人是否存在劳务派遣用工人数量超过 10%的情形，劳务派遣用工的岗位，相关社保缴费情况是否合规，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在受到行政处罚风险。如是，请补充相关风险提示。

（2）结合报告期各期劳务派遣人员与发行人员工的薪酬情况，说明是否存在明显差异。

请保荐人、发行人律师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）发表明确意见。

回复：

27.1 发行人回复

二、结合报告期各期劳务派遣人员与发行人员工的薪酬情况，说明是否存在明显差异

报告期内，公司主要劳务派遣人员从事的岗位不存在相同岗位的正式员工。具体而言，对于劳务派遣中的技术服务人员，其主要执行产品售后的硬件安装、简单软件调试、简单系统测试、无线设备部署勘测等工作，公司正式工程师及技术服务人员则负责中、大型项目的实施方案设计及审核、产品及故障定位及修复、重点高端客户服务经理等较复杂的工作职责；对于驻场服务人员，其主要在客户现场提供网络设备日常维护服务，包括设备基础调试、例行维护、信号扫描等较为简单的工作，公司不存在从事同岗位或相似岗位的正式员工。

综上，公司正式员工不存在与劳务派遣员工从事相同岗位的情形，因岗位职责、技术水平、资质要求的差异，劳务派遣员工与公司正式员工的薪酬存在差异，具有合理性。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

- 1、访谈了发行人人力资源负责人、劳务派遣部门负责人。
- 2、查阅了发行人的劳务派遣协议、劳务派遣员工花名册、劳务派遣机构的劳务派遣经营许可证、营业执照、劳务派遣机构出具的专项说明文件。
- 3、查阅了报告期各期末发行人的员工花名册。

二、核查意见

经核查，我们认为：公司正式员工不存在与劳务派遣员工从事相同岗位的情形，因岗位职责、技术水平、资质要求的差异，劳务派遣员工与公司正式员工的薪酬存在差异，具有合理性。

问题 30：关于其他财务信息

申报文件显示：

（1）报告期各期末，发行人应付账款余额分别为 20,649.33 万元、34,043.45 万元、56,686.82 万元和 74,854.98 万元

（2）报告期各期末，发行人长期待摊费用金额分别为 910.94 万元、2,057.14 万元、2,663.23 万元和 2,560.72 万元，主要为办公场所装修费用。

（3）2017 年末，发行人无形资产中非专利技术 1,269.37 万元，2018 年末为 0。

（4）报告期各期末，发行人应收票据余额分别为 18,294.45 万元、16,498.14 万元、20,957.41 万元和 8,870.93 万元，主要为银行承兑汇票。

（5）2017-2019 年，发行人税收优惠合计占利润总额的比例分别为 57.18%、51.10% 和 38.79%。

请发行人：

（1）结合采购的信用账期和采购额，分析并披露报告期各期末应付账款余额的合理性。

（2）披露长期待摊费用的具体构成及摊销年限。

（3）披露非专利技术的具体内容、处置情况。

（4）披露报告期各期末应收票据的主要客户及其金额，报告期内是否存在应收票据和应付票据未如期兑付的情形。

(5) 针对税收优惠占利润总额比例较高，进行充分的风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

30.1 发行人回复

一、结合采购的信用账期和采购额，分析并披露报告期各期末应付账款余额的合理性

报告期内，公司应付账款前五大供应商列示如下：

单位：万元

2020-12-31				
序号	单位名称	应付账款金额	占比	当期采购金额
1	信利康	16,239.65	20.96%	128,671.81
2	共进电子	6,503.21	8.40%	70,857.40
3	启佳通讯（昆山）有限公司	5,330.02	6.88%	33,287.40
4	伟创力	4,817.08	6.22%	25,551.33
5	武汉艾德蒙	3,318.72	4.28%	16,136.97
合计		36,208.68	46.74%	274,504.91
2019-12-31				
序号	单位名称	应付账款金额	占比	当期采购金额
1	信利康	9,185.33	16.15%	80,816.27
2	共进电子	5,939.49	10.44%	43,358.76
3	智微智能	3,876.60	6.82%	19,622.34
4	启佳通讯（昆山）有限公司	3,332.16	5.86%	11,107.63
5	沪士电子股份有限公司	3,139.55	5.52%	6,040.22
合计		25,473.12	44.78%	160,945.22
2018-12-31				
序号	单位名称	应付账款金额	占比	当期采购金额
1	共进电子	4,890.47	14.30%	41,295.88
2	智微智能	3,197.70	9.35%	16,318.14
3	启基永昌通讯（昆山）有限公司	2,677.36	7.83%	19,744.32
4	深圳市核达中远通电源技术股份有限公司	1,786.62	5.23%	4,231.63
5	天弘（东莞）科技有限公司	1,634.93	4.78%	10,280.67
合计		14,187.08	41.49%	91,870.64

报告期内，公司采购的信用账期主要集中在 30 天-60 天范围内，应付账款余额的变动主要受当期最后 1-2 个月采购规模的影响。结合报告期内主要供应商的月度采购额及账期约定，公司主要供应商应付账款余额不存在异常情况，各期末应付账款余额合理。

二、披露长期待摊费用的具体构成及摊销年限

报告期各期末，公司长期待摊费用金额分别为 2,057.14 万元、2,663.23 万元和 3,201.93 万元，占总资产比例分别为 1.07%、1.16%和 0.84%。报告期内公司长期待摊费用为办公场所装修费用，具体构成情况及摊销年限如下：

(1) 2020 年度

金额单位：万元

项目	摊销年限（月份）	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额	占比
万福中心聚全楼装修费	60	2,043.00	1,106.40	762.49	2,386.91	74.55%
福州区域其他办公场所装修费（万福中心除外）	60	528.05	585.02	339.01	774.06	24.17%
北京区域办公场所装修费	36/60	37.29	-	11.70	25.59	0.80%
其他区域办公场所装修费	36/48/60	54.90	5.89	45.42	15.37	0.48%
合计	-	2,663.23	1,697.31	1,158.61	3,201.93	100%

(2) 2019 年度

金额单位：万元

项目	摊销年限（月份）	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额	占比
万福中心聚全楼装修费	60	1,276.44	1,266.83	500.28	2,043.00	76.71%
福州区域其他办公场所装修费（万福中心除外）	60	649.81	189.20	310.96	528.05	19.83%
北京区域办公场所装修费	36/60	73.56	-	36.27	37.29	1.40%
其他区域办公场所装修费	24/36/48/60	57.33	38.17	40.60	54.90	2.06%
合计	-	2,057.14	1,494.21	888.12	2,663.23	100.00%

(3) 2018 年度

金额单位：万元

项目	摊销年限（月份）	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额	占比
万福中心聚全楼装修费	60	-	1,494.37	217.93	1,276.44	62.05%
福州区域其他办公场所装修费（万福中心除外）	48/60	718.38	199.04	267.62	649.81	31.59%
北京区域办公场所装修费	36/60	116.21	-	42.65	73.56	3.58%
其他区域办公场所装修费	24/36/48/60	76.34	28.72	47.73	57.33	2.79%
合计	-	910.94	1,722.13	575.93	2,057.14	100.00%

三、披露非专利技术的具体内容、处置情况

截至 2017 年末，公司非专利技术账面价值为 1,269.37 万元，相关的非专利技术为“下一代全网交换系统”。该项技术来自于公司自主研发的关于交换机产品的项目，于 2015 年 11 月验收通过并确认为无形资产，初始金额为 4,569.73 万元，公司按照预计三年产品生命周期对该无形资产进行摊销。2015 年摊销 253.87 万元，2016 年、2017 年各摊销 1,523.24 万元，2018 年摊销 1,269.37 万元。该项无形资产于 2018 年度摊销完毕。

四、披露报告期各期末应收票据的主要客户及其金额，报告期内是否存在应收票据和应付票据未如期兑付的情形

报告期内，公司应收票据前五大客户情况如下表：

单位：万元

2020-12-31			
序号	单位名称	金额	占比
1	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	8,711.13	49.45%
2	北京神州数码有限公司	8,404.35	47.71%
3	北京力拓邦诚技术有限公司	193.00	1.10%
4	湖南嘉杰信息技术有限公司	192.06	1.09%
5	北京先进数通信息技术股份公司	110.00	0.62%
合计		17,610.54	99.97%
2019-12-31			
序号	单位名称	金额	占比
1	北京神州数码有限公司	17,812.05	84.99%
2	重庆佳杰创越营销结算有限公司	2,522.33	12.04%
3	爱特信（北京）科技有限公司	569.92	2.72%
4	湖南嘉杰信息技术有限公司	53.12	0.25%
合计		20,957.41	100.00%
2018-12-31			
序号	单位名称	金额	占比
1	北京神州数码有限公司	15,756.45	95.50%
2	浪潮电子信息产业股份有限公司	419.03	2.54%
3	任子行网络技术股份有限公司	254.16	1.54%
4	杭州海康威视科技有限公司	40.50	0.25%
5	安徽三联交通应用技术股份有限公司	28.00	0.17%
合计		16,498.14	100.00%

公司报告期内不存在应收票据未如期兑付的情形。

报告期内，公司开立应付票据均用于支付供应商货款等正常生产经营活动，且均已如期兑付，不存在未如期兑付的情形。

五、针对税收优惠占利润总额比例较高，进行充分的风险提示

1、母公司锐捷网络

锐捷网络分别于 2017 年 10 月 23 日和 2020 年 12 月 1 日取得“高新技术企业证书”，证书编号分别为 GR201735000147 和 GR202035000008，有效期均为三年，故报告期内锐捷网络执行的企业所得税税率为 15%。

2、北京锐捷

北京锐捷分别于 2016 年 12 月 1 日和 2019 年 7 月 15 日取得“高新技术企业证书”，证书编号分别为 GR201611000588 和 GR201911000402，有效期均为三年，故报告期内北京锐捷执行的企业所得税税率为 15%。

报告期各期，公司享受的税收优惠金额分别为 17,264.48 万元、14,286.31 万元及 16,178.01 万元。报告期内，公司税收优惠金额占当期利润总额的比例较高，分别为 55.16%、41.63%及 64.78%，公司存在税收优惠依赖的风险。如果未来公司不满足高新技术企业认定的条件，或软件产品退税等税收优惠政策发生变化，使得公司无法继续享有上述税收优惠政策，公司经营业绩将受到不利影响。

【申报会计师核查】

一、针对上述事项，我们主要执行了如下核查程序：

1、获取主要供应商的采购合同或订单，查看信用账期、结算方式等主要条款，关注期末应付账款余额的合理性。

2、结合采购与付款循环内部控制测试，检查发行人的原始凭证，通过执行细节测试，追查至采购订单、入库单、采购发票、付款记录等。

3、获取长期待摊费用明细表，复核计算摊销额及相关的会计处理是否正确。

4、抽查长期待摊费用的原始凭证，查阅有关合同、协议等资料，确定是否真实性，检查会计处理是否正确。

5、获取无形资产明细表，复核计算摊销额及相关的会计处理是否正确。

6、获取应收票据明细表，并取得发行人“应收票据备查簿”，核对其是否与账面记录一致。检查期后已兑现或已贴现的应收票据，检查相关收款凭证等资料，以确认其真实性。

7、获取应付票据明细表，并结合银行函证程序确认期末余额的完整性；检查期后兑付情况，检查是否存在未如期兑付的情形。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人采购的信用账期主要集中在 30 天-60 天范围内，应付账款余额的变动主要受当期最后 1-2 个月采购规模的影响。结合报告期内主要供应商的月度采购额及账期约定，发行人主要供应商应付账款余额不存在异常情况，各期末应付账款余额合理。

2、报告期内，发行人长期待摊费用主要为福州、北京和其他区域的办公场所装修费用，摊销期限为 24-60 个月。

3、2017 年末，发行人无形资产中的非专利技术为“下一代全网交换系统”，该项技术来自于发行人自主研发的关于交换机产品的项目，已按照合理年限摊销。

4、报告期内，发行人不存在应收票据和应付票据未如期兑付的情形。

5、发行人税收优惠占利润总额比例较高，已补充进行了风险提示。



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

（此页无正文，为华兴会计师事务所（特殊普通合伙）《关于锐捷网络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的回复》之签字盖章页）

华兴会计师事务所
（特殊普通合伙）



中国福州市

中国注册会计师：
（项目合伙人）

中国注册会计师：

二〇二一年5月11日