

锐捷网络股份有限公司

（福州市仓山区金山大道 618 号桔园洲工业园 19#楼）



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第二轮审核问询函》 之回复报告

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 6 月 4 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第二轮审核问询函》（010625 号，以下简称“审核问询函”）收悉，中信证券股份有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师及申报会计师对审核问询函所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

二、本回复报告中的字体代表以下含义：

● 黑体（不加粗）：	审核问询函所列问题
● 宋体（不加粗）：	对审核问询函所列问题的回复
● 楷体（加粗）：	对招股说明书（申报稿）的修改
● 楷体（不加粗）：	对招股说明书（申报稿）的引用

目 录

问题 1: 关于同业竞争	3
问题 2: 关于收入	13
问题 3: 关于客户	28
问题 4: 关于采购	57
问题 5: 关于成本	67
问题 6: 关于毛利率	69
问题 7: 关于存货	77
问题 8: 关于应收账款	85
问题 9: 关于销售费用	88
问题 10: 关于研发费用	100
问题 11: 关于股东信息核查	104

问题 1：关于同业竞争

申报文件及首轮问询回复显示：

发行人与控股股东星网锐捷控制的升腾资讯在云桌面业务方面存在一定重合。

请发行人说明是否已制定解决同业竞争的具体措施，如有，请说明相关措施及时间安排。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

1.1 发行人回复

一、升腾资讯与公司在云桌面领域存在部分重叠，但不属于对公司构成重大不利影响的同业竞争

（一）升腾资讯云桌面业务收入及毛利占公司同期收入及毛利的比例呈明显下降趋势，且远低于 30%

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，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（安全网关、下一代防火墙、安全态势感知及身份管理产品等）、云桌面整体解决方案等，其中，网络设备是公司的核心产品。报告期各期，公司主营业务收入分别为 417,684.35 万元、513,533.18 万元及 646,409.34 万元，复合增长率为 24.40%，云桌面解决方案收入占比分别为 14.26%、13.03%及 12.60%，复合增长率 16.96%。

升腾资讯与公司在云桌面领域存在部分业务重叠。升腾资讯主要从事瘦客户机研发和销售，并在其既有瘦客户机业务领域推出云终端及云桌面解决方案。报告期各期，公司与升腾资讯云桌面业务收入及毛利占各自主营业务收入及毛利比例如下：

单位：万元

名称	项目	2020 年	2019 年	2018 年
锐捷网络	云桌面业务收入	81,476.03	66,913.01	59,555.74

名称	项目	2020 年	2019 年	2018 年
	主营业务收入	646,409.34	513,533.18	417,684.35
	占比	12.60%	13.03%	14.26%
	云桌面业务毛利	24,995.55	22,013.70	19,969.57
	主营业务毛利	253,620.21	235,890.69	197,152.62
	占比	9.86%	9.33%	10.13%
升腾资讯	云桌面业务收入	36,202.64	50,489.80	51,357.93
	主营业务收入	123,961.00	181,799.78	178,318.44
	占比	29.20%	27.77%	28.80%
	云桌面业务毛利	9,086.45	13,994.50	11,655.78
	主营业务毛利	32,439.11	49,488.73	38,580.37
	占比	28.01%	28.28%	30.21%

报告期各期，升腾资讯云桌面业务收入及毛利占公司主营业务收入及毛利的比例随着公司业务规模的快速增长呈现明显下降趋势，收入占比及毛利占比分别由 2018 年度的 12.30%、5.91% 下降至 2020 年度的 5.60%、3.58%，远低于 30.00%，具体比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
升腾资讯云桌面业务收入	36,202.64	50,489.80	51,357.93
锐捷网络主营业务收入	646,409.34	513,533.18	417,684.35
占比	5.60%	9.83%	12.30%
升腾资讯云桌面业务毛利	9,086.45	13,994.50	11,655.78
锐捷网络主营业务毛利	253,620.21	235,890.69	197,152.62
占比	3.58%	5.93%	5.91%

（二）公司与升腾资讯的云桌面业务的重点目标市场与行业侧重明显不同，相应产品存在差异

公司的云桌面业务起步于面向中小学普通教育场景推出的云课堂解决方案，该方案亦为行业首个云课堂解决方案，公司在此基础上将云桌面业务拓展至高等院校、医院等相关行业客户，面向上述各细分场景推出针对性的云桌面解决方案，并逐步占领市场。目前，公司云桌面业务主要面向教育、医疗、政府等行业的企事业单位，而升腾资讯云桌面业务的最终客户则主要为金融及运营商等行业

客户，该类客户对安全保密要求较高，以提供云终端产品为主。

不同行业对于云桌面解决方案的场景需求存在差异，应用云桌面的产品特点亦有一定区别，具体如下：

行业	应用场景特点	产品特点
教育	主要应用场景为计算机机房，目标是实现简单高效的教学管理，在满足授课体验的基础上，对于上课互动、语音质量以及考试保障等方面，相较于过去要求更高。	1、对云桌面软件的要求较高，尤其在新课改之后，对软件性能的要求大幅提升，需快速实现操作系统、各类课程软件的切换，满足同一机房不同时段上不同课程的需求；配套的教学管理软件可支持如屏幕广播、考试、作业收集、点名、随机抽取学生回答问题等多种教学业务； 2、相应的云桌面服务器需提供更高的适配性能，以支撑各种教学软件的统一管理和灵活切换，满足机房的多重用途需求； 3、教育客户一般以采购云桌面整体解决方案为主，相应的云桌面软件由云桌面厂商在提供解决方案时一并提供。
医疗	主要应用场景为门诊和住院大楼，包括挂号收费药房窗口，以及医护工作站，这些业务场景对外设兼容性和可靠性要求高，出现故障后需要快速恢复。	1、需配备便捷的远程管理运维软件，以提升运维效率，缩短桌面故障处理等待时间； 2、具备高操作系统兼容性，医疗软件通常运行于 Win7 系统之上，云桌面解决方案需具备在新型处理器平台上运行原有操作系统的功能； 3、由于医院信息系统软件通常需处理多项业务，云桌面终端需配置较高性能 CPU；同时具备高可靠性，使得云桌面产品不因服务器、网络等故障而无法使用，因此 IDV 技术为最为适用的技术方案（即服务器端集中管理，虚拟系统在终端本地运行，由于部分数据处理可由云终端完成，对网络依赖较低）； 4、具备高外设兼容性，医疗业务外部设备众多，云桌面解决方案需对如打印机、扫描枪等各种外部设备做到良好支持； 5、医疗客户一般以采购云桌面整体解决方案为主，相应的云桌面软件由云桌面厂商在提供解决方案时一并提供。
金融	主要应用场景为办公、研发测试和外包开发、培训教室等。要求在同一管理平台实现不同场景的统一管理，对信息安全性要求较高。	1、由于对信息安全性的要求较高，金融行业客户通常拥有自身既定的云计算平台和云桌面管理系统，且具备较高的运维能力； 2、相较于教育及医疗行业客户多采购统一的解决方案，金融行业客户更倾向于单独集采云终端产品，并根据业务需求采购相应的云服务器及云桌面软件。
运营商	主要应用场景为营业网点柜台业务及集团办公等。	面向运营商的云桌面产品特点与金融行业客户类似，其主要需求为云终端设备产品，并根据业务需求采购相应的云服务器及云

行业	应用场景特点	产品特点
		桌面软件。

如前所述，各行业对于云桌面解决方案在应用技术以及相应实现的主要功能上存在较大的差异性。公司与升腾资讯依托于不同的技术特点聚焦于各自的重点目标市场，公司的云桌面解决方案以自主研发的云桌面软件为核心，致力于打造场景化的云桌面软硬件一体化产品，而升腾资讯的云桌面业务则以云终端产品为核心，针对目标市场提供产品和方案。

（三）公司与升腾资讯在云桌面业务的主要最终客户不存在重叠情形

报告期内，基于公司与升腾资讯在云桌面业务的不同行业侧重，双方在该业务上的主要最终客户不存在重叠情形。报告期各期，公司云桌面业务前十大最终客户具体如下表所示：

单位：万元

年份	锐捷网络		
	序号	客户名称	金额
2020 年	1	重庆市高级人民法院	1,930.69
	2	商丘市睢阳区教育局	1,259.55
	3	三台县教育和体育局	908.43
	4	临沂市兰山区教育局	805.80
	5	宁波宁海县教育局	685.96
	6	河南经贸职业学院	588.27
	7	智能产业研究院三院	584.33
	8	宁夏固原市原州区人民政府	574.47
	9	台安县教育局	491.14
	10	临沂市郯城县教育体育局	472.43
2019 年	1	固始县教育体育局	2,048.90
	2	山东英睿网络科技有限公司	1,734.33
	3	邓州市教育局	1,705.62
	4	成都元素科技有限公司	1,590.45
	5	滑县教育局	1,571.78
	6	潍坊青州市教育局	1,274.18
	7	都安瑶族自治县教育局	1,271.30

年份	锐捷网络		
	序号	客户名称	金额
	8	广州锐德网络科技有限公司	1,127.01
	9	北京北方投资集团大学联盟	913.69
	10	山东舜云信息科技有限公司	832.72
2018 年	1	惠安县教育局	1,320.47
	2	张家口市教育局	1,192.79
	3	铁岭市教育局	1,127.61
	4	淮滨县教育局	1,035.24
	5	山东英睿网络科技有限公司	1,012.91
	6	玉林陆川县教育局	910.58
	7	山东云腾网络科技有限公司	838.63
	8	宾阳县教育局	828.21
	9	六盘水市水城县教育局	790.15
	10	开封市通许县教育局	745.62

报告期各期，升腾资讯云桌面业务前十大客户主要为金融及运营商行业客户，该等客户的收入占比在 75%左右。

报告期内，公司的最终行业客户主要以教育、医疗及政府等为主，上述领域的收入占报告期各期云桌面业务收入比例分别为 93.04%、95.71%和 95.54%，该等行业的客户较为分散，导致前十大客户的占比较低。升腾资讯的最终客户主要为金融及运营商行业客户，客户相对集中，其前十大客户的收入占比较高。结合行业分布及前十大客户的具体情况，公司与升腾资讯在云桌面业务的主要最终客户不存在重叠情形。

报告期内，公司与升腾资讯全部业务收入所面向的客户存在极少量重合的情形，升腾资讯面向重合客户的销售额及占公司营业收入的比例均非常小，且销售产品存在一定差异，具体情况如下：

单位：万元

重合客户名称	公司销售产品/服务	升腾资讯销售产品/服务	2020 年		2019 年		2018 年	
			升腾资讯销售额	占公司营业收入比例	升腾资讯销售额	占公司营业收入比例	升腾资讯销售额	占公司营业收入比例

中国移动	网络设备	瘦客户机、云终端及应用软件产品	88.74	0.01%	245.24	0.05%	189.37	0.04%
神州数码	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	瘦客户机、云终端及应用软件产品	329.05	0.05%	751.29	0.14%	1,675.79	0.39%
厦门建发	网络设备、网络安全产品	瘦客户机、云终端及应用软件产品	158.81	0.02%	271.06	0.05%	0.33	0.00%
阿里巴巴	交换机	支付终端产品	-	-	15.57	0.003%	-	-

(四) 公司已建立了自身独立的销售渠道和采购渠道

经过多年发展，公司已建立了自身独立且完整的销售和采购渠道体系，支撑云桌面业务的发展，具体如下：

1、销售渠道独立性

1) 公司建立了独立的销售和营销部门，配备独立的销售和营销团队

公司已设立自身独立的市场营销部门，专职负责公司目标客户的市场拓展工作。同时，针对渠道销售模式，公司设立渠道管理部，专职负责公司代理商及经销商的拓展、培训、管理等工作。同时，公司设立招投标部、销售管理部、商务部等一系列支撑部门，负责支持销售部门与渠道部门的客户拓展工作。报告期内，上述部门均独立运行，不存在与升腾资讯共同销售或开拓客户情形。

报告期内，公司上述部门销售人员均与公司自身签署劳动合同，专职为公司从事销售工作，不存在于关联方中兼职、领薪的情形。

2) 公司拥有独立的销售渠道网络

报告期内，公司云桌面业务销售主要围绕教育、医疗、政府等行业客户，由于上述行业客户单位数量众多，分布广泛，因此公司的云桌面业务主要采用渠道销售模式。公司已建立体系化的销售渠道网络与较为成熟的渠道管理制度。公司目前已拥有 20,000 多家合作伙伴，销售网络遍布境内且深入至区县级客户，并已覆盖亚洲、欧洲、美洲、非洲等 50 多个国家和地区。代理商与经销商均由公司独立拓展，并与公司单独签署合作协议及结算。

对于直销客户，公司也已建立自身专业的销售及技术服务团队，为其提供优质服务，不存在依赖关联方开拓、服务客户情形。

3) 公司独立进行市场拓展及销售活动

报告期内，公司自身销售团队独立进行云桌面解决方案的销售拓展及渠道覆盖，并独立获取客户，不存在依赖关联方获取订单的情形。

公司销售人员独立与客户就产品需求、销售数量及价格等内容进行商务谈判，并由锐捷网络独立与客户签署销售协议及进行结算回款，不存在与升腾资讯共同销售或配套销售情形。

2、采购渠道独立性

1) 公司建立了独立的采购部门，配备独立的采购团队

公司云桌面解决方案由云服务器、云终端及云桌面软件构成，其中云桌面软件由公司独立开发，云服务器和云终端作为云桌面解决方案硬件构成部分，主要采用代工方式进行生产。公司已设置供应链管理部，专职负责公司云服务器和云终端整机设备的采购管理。

报告期内，公司供应链管理部员工均与公司自身签署劳动合同，专职为公司从事采购工作，不存在于关联方处领薪、兼职情形。

2) 公司拥有独立的采购渠道，并独立进行采购

经过多年发展，公司已建立自身独立的云服务器和云终端供应商体系。公司已与国内多家知名云服务器和云终端代工厂商建立合作关系，并独立通过招投标、商务谈判等方式确定供应商，以及采购数量、价格等内容。

报告期内，公司与升腾资讯存在供应商少量重合情形，重合供应商为深圳九立、星网锐捷和武汉艾德蒙。其中，深圳九立作为供应链管理公司，通过其采购原材料为行业惯例；星网锐捷作为母公司主要为其控制企业提供代工服务等；武汉艾德蒙系国内著名的专业显示设备提供商及代工厂商之一，向其采购符合行业特点。报告期内，公司与升腾资讯向重合供应商采购的具体情况如下：

单位：万元

重合供应商名称	公司采购产品/服务	升腾资讯采购产品/服务	2020 年		2019 年		2018 年	
			升腾资讯采购额	占公司采购总额比例	升腾资讯采购额	占公司采购总额比例	升腾资讯采购额	占公司采购总额比例
深圳九立	接插件、连接器等	通讯芯片	7,519.22	1.53%	12,463.03	4.09%	16,286.90	6.66%
星网锐捷	代工服务	代工服务	4,696.28	0.95%	5,883.80	1.93%	6,861.94	2.81%
武汉艾德蒙	显示器/一体机	显示器/一体机	724.88	0.15%	9,775.53	3.20%	118.21	0.05%

报告期内，升腾资讯向上述供应商采购占公司采购金额的比例较小。公司独立与上述供应商签署协议并结算付款，不存在与升腾资讯联合采购，或由升腾资讯代为采购情形。

综上，公司与升腾资讯云桌面产品在发展历程、产品特点及最终行业客户等方面存在差异，双方销售渠道和采购渠道具有独立性。报告期内，升腾资讯云桌面业务收入及毛利占公司主营业务收入及毛利的比例远低于 30%。因此，升腾资讯与公司不构成重大不利影响的同业竞争。

二、解决同业竞争的具体措施

公司控股股东星网锐捷已制定具体措施确保升腾资讯与公司在未来的业务发展过程中不存在构成重大不利影响的同业竞争，具体如下：

（一）规划并明确升腾资讯与公司业务定位和业务方向

星网锐捷将严格规划升腾资讯与公司的业务定位和业务方向，并依据升腾资讯、公司的内部决策制度充分行使其董事权利及股东权利，引导升腾资讯、公司依据其各自既有的经营优势、发展现状制定符合各自实际情况的业务定位和业务方向，并据此开展各自的经营活动，避免升腾资讯、公司开展的业务与对方的主营业务产生新的竞争关系或者利益冲突关系。具体业务定位和业务方向如下：

1、公司专注于网络设备、网络安全产品及云桌面解决方案的研发、设计及销售；

2、升腾资讯专注于瘦客户机、云桌面、国产化桌面整机和智能支付终端产品的研发、生产及销售。

（二）规划并限制升腾资讯、公司在云桌面业务的竞争关系或者利益冲突

关系

基于升腾资讯业务发展历程、重点目标市场开拓等历史原因及现有业务发展需要，升腾资讯与公司在云桌面领域存在部分重叠，但不属于对公司构成重大不利影响的同业竞争。星网锐捷将进一步规划并限制升腾资讯、公司在云桌面业务的竞争关系或者利益冲突关系：

1、设立年度审议机制

星网锐捷将就前述事项设置年度审议机制，于每年度星网锐捷审计报告出具后 5 个工作日内召开审议会议，对升腾资讯的云桌面业务在全年度的发展情况以及升腾资讯云桌面业务收入及毛利占公司主营业务收入及毛利的占比情况进行审议。

2、制定同业竞争解决方案

未来业务发展过程中，经审议会议确认，如升腾资讯云桌面业务收入及毛利占公司主营业务收入及毛利的比例超过 30.00%，星网锐捷将组织相关部门及时制定业务转让的具体方案。届时，星网锐捷将在升腾资讯公司治理制度框架内充分行使其董事权利及股东权利，并根据星网锐捷章程等内部治理制度结合前述升腾资讯云桌面业务转让方案具体内容，将升腾资讯云桌面业务转让方案递交星网锐捷董事会或者股东大会审议，积极促成将对公司构成或可能构成竞争的升腾资讯相关业务通过法律法规允许的方式进行业务转让相关交易，以解决升腾资讯对公司构成的重大不利影响的同业竞争。

（三）若星网锐捷违反上述措施，星网锐捷将对公司及相关方因此而遭受的损失作出全面、及时和足额的赔偿。

1.2 保荐人、发行人律师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、发行人律师就上述问题履行了如下核查程序：

1、查阅了星网锐捷出具的《关于避免同业竞争的承诺函》《福建星网锐捷通讯股份有限公司关于规划业务并避免福建升腾资讯有限公司与锐捷网络股份有

限公司同业竞争的说明函》等文件资料。

2、访谈了发行人的总经理、董事会秘书，星网锐捷的董事长，升腾资讯的总经理。

二、核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人与升腾资讯云桌面产品在发展历程、产品特点及最终行业客户等方面存在差异，双方销售渠道和采购渠道具有独立性。报告期内，升腾资讯云桌面业务收入及毛利占发行人主营业务收入及毛利的比例远低于 30.00%。升腾资讯与发行人不构成重大不利影响的同业竞争，符合《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核问答》问题 5 关于“不构成重大不利影响”的认定标准。截至本回复文件签署日，发行人控股股东星网锐捷已就其控制的升腾资讯与发行人之间存在的未构成重大不利影响的同业竞争作出规划、限制；同时，发行人控股股东星网锐捷已就前述规范、避免升腾资讯与发行人的同业竞争事项出具书面文件，就前述规范、避免升腾资讯与发行人构成重大不利影响的同业竞争事项制定措施。

问题 2：关于收入

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人数据中心交换机收入分别为 67,644.58 万元、98,172.51 万元、205,388.11 万元，2020 年大幅增长。

（2）报告期内，发行人返利计提金额分别为 10,143.75 万元、11,055.77 万元和 20,521.13 万元，扣除疫情专项返利后返利计提金额占渠道销售额的比例分别为 2.90%、2.60%和 3.54%，2020 年计提比例提升主要是对于 SMB 经销商达量返利的系数有所提升，报告期各期末其他应付款中销售返利分别为 2,760.15 万元、3,156.17 万元和 9,031.58 万元。

（3）报告期内，发行人渠道销售占比分别为 83.67%、82.82%和 70.43%，主要渠道商包括总代理商、行业代理商、二级代理商、一级和二级 SMB 经销商。

请发行人：

（1）结合 2019-2020 年数据中心交换机客户结构、产品最终用途、相关行业监管政策变化等情况，分析并披露数据中心交换机收入增长是否具有可持续性，并补充风险提示。

（2）量化分析并披露 2020 年返利计提比例大幅提升的原因，2020 年末未支付的销售返利大幅增长的原因、期后返利抵减情况。

（3）披露发行人对渠道商的销售价格和终端的销售价格是否可进行指导或控制，发行人是否掌握终端客户的信息及经销商的库存情况，各种代理模式下从发行人确认销售收入到终端客户验收确认采购的平均时长。

（4）提供 2021 年 1-3 月经审阅的财务数据以及 2021 年 1-6 月业绩预计情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对收入真实性和渠道销售是否实现最终销售、真实销售执行的核查程序、核查过程及核查结论。

回复：

2.1 发行人说明

一、结合 2019-2020 年数据中心交换机客户结构、产品最终用途、相关行业监管政策变化等情况，分析并披露数据中心交换机收入增长是否具有可持续性，并补充风险提示

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（一）2、主营业务收入构成”中补充披露：

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。

2019 年及 2020 年，互联网、运营商客户收入合计占数据中心交换机产品销售总收入的 86.23%和 89.43%。数据中心交换机收入按照客户所属行业划分的具体情况如下：

单位：万元

所属行业	客户名称	2020 年		2019 年		产品最终用途
		收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	
互联网	阿里巴巴	66,984.41	32.61%	24,704.23	25.16%	用于构建支撑互联网企业自有业务和云业务的数据中心网络，广泛应用于数据中心内部网络、城域网、骨干网及边缘计算节点网络，承载着主流云厂商的公有云和私有云业务以及大型互联网企业的应用 APP
	腾讯	26,815.56	13.06%	12,976.77	13.22%	
	其他客户	52,492.11	25.56%	28,042.18	28.56%	
	小计	146,292.08	71.23%	65,723.18	66.95%	
运营商	中国移动	33,265.99	16.20%	16,562.28	16.87%	用于构建支撑运营商自有业务和云业务的数据中心网络，广泛应用于运营商各类数据中心，承载着三大运营商的公有云和私有云业务
	中国联通	1,088.75	0.53%	638.05	0.65%	
	中国电信	3,026.24	1.47%	1,723.71	1.76%	
	小计	37,380.98	18.20%	18,924.04	19.28%	
其他	-	21,715.04	10.57%	13,525.29	13.77%	用于构建政府及企业的数据中心网络
合计	-	205,388.11	100.00%	98,172.51	100.00%	-

.....

2019 年及 2020 年，公司数据中心交换机产品销售收入大幅增长，主要受到国家产业政策支持下网络基础设施产业迅速发展、互联网及运营商等行业领域需求旺盛，以及公司在研发技术能力建设和产品前瞻性布局方面均取得良好成效等因素的综合影响。预期上述因素在未来仍将持续推动公司数据中心交换机产品收入的增长。具体情况如下：

A、在国家产业政策支持下，网络基础设施产业迅速发展

长期以来，我国政府一直鼓励和支持信息技术产业发展，并出台一系列产业政策推动各行业信息化建设。2020 年，国家提出“新基建”战略，倡导加快 5G 网络、大数据中心、人工智能及工业互联网等新型基础设施建设，为我国产业结构的转型和升级提供强劲动能。《关于 2019 年国民经济和社会发展计划执行情况与 2020 年国民经济和社会发展计划草案的报告》中指出，国家发改委将在 2020 年制定加快新型基础设施建设和发展的意见，并实施全国一体化大数据中心建设重大工程，将在全国布局 10 个左右区域级数据中心集群和智能计算中心。数据中心交换机作为构建大型及超大型数据中心的重要网络设备迎来了良好的发展机遇。

B、5G 商用及云计算产业的发展持续推动互联网、运营商等行业领域的需求增长

作为数字经济发展的新动能，5G 商用及云计算产业的发展将持续推动数据中心产业的迅速发展。目前我国云计算市场已初具规模，但与美国相比仍具有较大差距，2018 年，我国云计算市场规模仅为美国的 8%左右，未来增长空间巨大。随着物联网、工业互联网和传统企业上云率不断增加以及 5G 商用加速带来的下游应用流量爆发式增长，我国云计算产业将持续保持快速增长，并带动数据中心大规模建设。交换机等网络设备作为数据中心不可或缺的组网部件，市场需求也随着数据中心的建设不断增加。

互联网、运营商等数据中心建设规模巨大的行业，其快速发展态势亦持续推动数据中心交换机市场规模增长。互联网方面，随着云计算业务的进一步普及，无论是公有云业务，还是混合云、私有云业务都保持着持续增长的趋势，同时直播电商、短视频、物联网应用、AR/VR 等新兴业务均保持着十分强劲的增

长势头。运营商方面，“云网融合”已成为明确的发展方向，包括中国移动的移动云、IT云、网络云，中国电信的天翼云、CT云在内的相关领域投资规模将保持稳步增长。从网络架构演进路线来看，数据中心交换机仍然是各朵云组网的主要设备，所以互联网及运营商行业的数据中心交换机需求仍将保持稳步增长。

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产品仍具有广阔的市场空间和增长潜力。

C、公司在研发技术能力建设和产品前瞻性布局方面均取得良好成效

在客户需求提高、技术能力升级等因素的助推下，数据中心交换机市场上的产品往往存在持续迭代的特征。厂商需要把握市场机遇，不断推出符合市场发展方向，贴近用户需求的数据中心交换机产品，才能实现市场份额和收入规模的扩大。

早在 2016 年，公司即成立 DCN 专项研发课题，大幅度增加数据中心交换机产品线的研发投入，并聚焦互联网市场，重点投入 25G 数据中心交换机产品开发；2018 年起，以阿里巴巴为代表的互联网行业客户快速切换至 25G 数据中心交换机，公司得以在抢得先机的情况下，迅速向互联网客户推广，并获得更多客户的认可。报告期内，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。

从技术发展的角度来看，数据中心网络带宽的快速升级将推动数据中心交换机市场持续增长。随着服务器 CPU 性能提升，特别是 GPU/DPU 的大量采用，服务器的网络吞吐性能大幅度提升，对数据中心内部网络带宽性能的要求也随之迅速提高。目前国外领先的数据中心已经规模化部署 400G 设备，并在未来几年将进一步发展至 800G。国内数据中心建设也紧跟技术发展的步伐，未来几年，将快速完成从 100G 到 200G/400G 的升级，并向更高带宽 800G 演进。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，预计将会进一步推动公司数据中心交换机产品收入规模提升。

2021 年 1-3 月，公司数据中心交换机产品收入金额 32,926.43 万元，较 2020 年 1-3 月增长 53.28%，较 2019 年 1-3 月增长 335.30%，具体情况如下：

单位：万元

所属行业	客户名称	2021 年 1-3 月			
		收入金额	收入占比	较 2020 年 1-3 月增长率	较 2019 年 1-3 月增长率
互联网	阿里巴巴	9,127.38	27.72%	-4.86%	244.58%
	腾讯	6,749.63	20.50%	131.54%	917.14%
	其他客户	7,247.90	22.01%	34.96%	301.25%
	合计	23,124.91	70.23%	29.34%	351.77%
运营商	中国移动	5,754.24	17.48%	665.33%	447.03%
	中国联通	131.21	0.40%	-57.88%	-65.34%
	中国电信	676.41	2.05%	267.12%	2,846.04%
	合计	6,561.86	19.93%	425.96%	351.47%
其他行业	-	3,239.66	9.84%	37.57%	226.60%
合计	-	32,926.43	100%	53.28%	335.30%

以下内容已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”中补充披露：

（八）数据中心交换机产品收入增长放缓的风险

近年来，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，2018 年、2019 年及 2020 年，公司数据中心交换机销售收入增长率分别为 240.57%、45.13%及 109.21%，占主营业务收入的比例分别为 16.20%、19.12%及 31.77%。

报告期内，公司数据中心交换机产品销售收入大幅增长主要受到近年来我国信息技术产业发展、互联网及运营商等行业客户需求快速增长以及公司前瞻性产品布局取得良好成效等多方面因素的综合影响。如果未来相关行业和产业政策发生变化、客户需求发生改变，或者公司数据中心交换机产品在功能、质量、交货期、产品价格等方面不能持续满足客户需求，公司将面临数据中心交换机产品未来收入增速放缓甚至收入下降的风险。

二、量化分析并披露 2020 年返利计提比例大幅提升的原因，2020 年末未支付的销售返利大幅增长的原因、期后返利抵减情况

（一）2020 年返利计提比例大幅提升的原因

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、

(二) 8、其他应付款”中补充披露：

报告期内公司返利计提金额与渠道销售额的比例情况如下：

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) 公司与不同类别渠道商之间约定的达量返利比例有所差异，SMB 渠道的返利比例相对更高，2020 年公司 SMB 产品收入同比大幅增长 44.05%，使得整体返利计提比例有所提升。具体情况如下：

销售渠道类别	渠道特点	返利比例
SMB 渠道	SMB 渠道以经销为主，公司一般针对 SMB 产品设定相对固定的价格，同时 SMB 经销商会分担销售、售前、售后、商务、物流等方面的工作，因此相对较高的返利能够更好地激励 SMB 经销商扩大销售规模	一般为订单金额的 6-8% 左右
行业客户渠道	行业客户渠道主要采用项目型销售的方式，相较于 SMB 经销商而言其面向的市场更多为项目客户群体，产品定价根据项目不同采用一事一议的原则。因此与 SMB 渠道相比，对行业客户渠道的返利只是其中一种激励方式	一般为订单金额的 3-4% 左右

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。

(二) 2020 年末未支付的销售返利大幅增长的原因

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、(二) 8、其他应付款”中补充披露：

公司对渠道合作伙伴按季度或年度进行返点奖励，返点政策考核指标主要为销售额。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。报告期内公司销售返利及奖励的具体计提及使用情况如下：

单位：万元

时间	期初余额	本期计提	本期使用	到期金额	期末余额	其中：疫情专项返利
2020 年	3,156.17	20,521.13	14,645.72	-	9,031.58	1,450.18
2019 年	2,760.15	11,055.77	10,460.22	199.53	3,156.17	-
2018 年	4,064.27	10,143.75	11,296.27	151.59	2,760.15	-

2020 年末，公司销售返利余额与 2019 年末相比增长 5,875.41 万元，主要原因系：

1) 2020 年末未使用的疫情专项返利金额 1,450.18 万元。2020 年，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。疫情专项返利执行时间为 2020 年 1-9 月，根据渠道合作伙伴的回款情况按照订单金额及相应的返利系数给予专项返利金额。由于其为 2020 年公司新增的返利政策，导致返利期末余额有所增加。

2) 除上述疫情专项返利之外，2020 年末计提的当年第四季度达量返利及服务返利同比增加 4,246.82 万元。近年来，随着公司在 SMB 产品系列市场推广力度的加强，公司 SMB 产品销售收入高速增长。2020 年第四季度，公司 SMB 产品销售收入相较于 2019 年第四季度大幅增长 62.30%，使得 2020 年末计提的当年第四季度达量返利及服务返利相应增加。公司每一年第四季度的达量返利及服务返利一般在当年年末计提，该等返利将在后续年度使用，因此全部包含在当年年末的返利余额中。

(三) 期后返利抵减情况

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、(二) 8、其他应付款”中补充披露：

2021 年 1-5 月，渠道商使用的销售返利 11,382.74 万元。其中使用 2020 年末返利余额 7,451.68 万元，占 2020 年末销售返利期末余额的比例为 82.51%。

三、披露发行人对渠道商的销售价格和终端的销售价格是否可进行指导或控制，发行人是否掌握终端客户的信息及经销商的库存情况，各种代理模式下从发行人确认销售收入到终端客户验收确认采购的平均时长

(一) 披露发行人对渠道商的销售价格和终端的销售价格是否可进行指导

或控制

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、（四）1、销售模式”补充披露：

（1）渠道销售模式

.....

1) 行业客户渠道

.....

④客户管理情况

报告期内，总代理商及行业代理商在获取下级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，订单内容包括公司向总代理商或行业代理商销售产品的价格，前述行业代理商根据公司产品价格体系向下级代理商自主协商确定的产品价格，以及下级代理商向终端客户销售的价格。公司在订单中各级销售价格满足自身的产品价格体系条件下，对订单进行确认。公司自身产品价格体系可对行业渠道各级代理商定价提供参考和指导，公司未对其向二级行业代理商销售价格以及向终端客户销售价格进行控制。

总代理商及行业代理商提交订单中通常包含终端客户名称、产品销售类型及联系方式等信息，因此，公司通常掌握终端客户上述信息；同时公司在收取货款后按约定时间直接向下级代理商订单要求的收货地址（通常为最终客户地址或其指定的仓库）发货，公司在获得终端用户签收单后确认收入。上述模式使得总代理商及行业代理商通常未持有公司产品库存。

.....

2) SMB 渠道

.....

④客户管理情况

报告期内 SMB 经销商根据二级 SMB 经销商和终端客户采购需求预测按需向公司进行相关产品采购，在公司建议的参考价格基础上，视情况自主定价进行

销售。公司仅在 SMB 经销商定价影响公司产品销售价格体系稳定时，对其向二级 SMB 经销商或终端 SMB 客户价格进行审核。公司自身产品价格体系可对 SMB 经销商定价提供参考和指导，未对其向二级 SMB 经销商销售价格以及向终端客户销售价格进行控制。

SMB 经销商定期将其向二级 SMB 经销商及终端 SMB 客户销售产品的型号及数量信息上传至公司的销售管理系统，基于 SMB 经销商初始库存以及各期采购及销售数据，公司实现对 SMB 经销商库存掌握。由于 SMB 经销商及二级 SMB 经销商销售订单金额通常较小，销售频率较高，因此由其自主进行销售，无需将终端用户信息上传至公司进行审核，公司通常不掌握 SMB 渠道的终端客户信息。

在公司向 SMB 经销商销售并确认收入后，SMB 经销商将其采购的公司产品再销售给二级 SMB 经销商或终端客户的时长通常为 2-4 周；二级 SMB 经销商采购了公司产品后，再向终端客户进行销售并取得签收单据的时长通常为 1-2 周。

四、提供 2021 年 1-3 月经审阅的财务数据以及 2021 年 1-6 月业绩预计情况

（一）公司 2021 年 1-3 月经审阅的主要财务数据

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021-3-31	2020-12-31	同比变动
资产总计	391,139.78	380,324.54	2.84%
负债合计	282,608.33	274,084.16	3.11%
股东权益合计	108,531.44	106,240.37	2.16%
其中：归属于母公司股东的权益合计	108,531.44	106,240.37	2.16%

注：公司2020年财务数据已经华兴会计师事务所审计并出具审计报告，下同。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
营业收入	128,091.69	51,556.71	148.45%
营业利润	-1,850.27	-17,395.33	89.36%
利润总额	-1,612.51	-17,438.49	90.75%
净利润	1,476.94	-13,096.08	111.28%
归属于母公司股东的净利润	1,476.94	-13,096.08	111.28%

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	-845.75	-13,186.69	93.59%

注：当2020年1-3月数据为负时，同比变动=（2021年1-3月数据－2020年1-3月数据）÷2020年1-3月数据的绝对值，下同。

3、经营活动产生的现金流量净额

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	-68,685.91	-103,205.99	33.45%

4、非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
非流动资产处置损益	-47.62	-54.93	13.31%
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	2,390.55	149.84	1495.40%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	284.36	11.77	2315.97%
其他符合非经常性损益定义的损益项目	110.90	-	不适用
小计	2,738.19	106.68	2466.73%
减：所得税影响额	415.50	16.07	2485.56%
少数股东损益影响额（税后）	-	-	-
归属于公司所有者的非经常性损益净额	2,322.69	90.62	2463.11%

5、财务数据的变动分析

如上所示，截至 2021 年 3 月末，公司总资产为 391,139.78 万元，负债为 282,608.33 万元，与 2020 年末相比略有上升，主要系公司经营规模持续增长所致。

2021 年 1-3 月和 2020 年 1-3 月，公司营业收入分别为 128,091.69 万元和 51,556.71 万元，净利润分别为 1,476.94 万元和-13,096.08 万元。营业收入及净利润规模较去年同期均有所上升，主要原因系：（1）2020 年 1-3 月正值新冠疫情爆发之际，教育、医疗、制造业、商业等行业客户办公及生产经营等受到疫情影响，对网络设备、网络安全产品的采购需求下降或推迟。2021 年 1-3 月，新冠疫情在境内已得到有效遏制，疫情防控等级不断调低，各行业客户经营逐步恢复正常，对网络设备、网络安全产品的采购需求大幅提升，公司园区与城域网交换

机产品收入同比增长 174.22%；（2）公司在数据中心市场、SMB 中小企业市场等领域不断积累、持续开拓市场，数据中心交换机产品收入同比增长 53.28%，SMB 交换机、SMB 无线接入点和 SMB 网关的收入同比增速分别为 280.82%、238.18%和 226.68%。

2021 年 1-3 月和 2020 年 1-3 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 -68,685.91 万元和-103,205.99 万元。2021 年 1-3 月，公司销售收入同比大幅增长，回款相应有所增长，使得经营活动产生的现金净流出规模缩减。

（二）公司 2021 年 1-6 月业绩预计情况

公司根据当前经营状况和在手订单情况合理预计 2021 年 1-6 月可实现的营业收入为 334,313.14 万元至 336,313.14 万元，与上年同期收入 200,633.98 万元相比增长 66.63%至 67.63%；预计 2021 年 1-6 月可实现净利润由去年同期的-3,286.19 万元变动为 22,018.87 万元至 23,018.87 万元；预计 2021 年 1-6 月可实现扣除非经常性损益净利润由去年同期的-4,557.37 万元变动为 17,783.27 万元至 18,783.27 万元。

上述 2021 年 1-6 月主要经营数据为公司初步预计情况，未经会计师审计或审阅，且不构成盈利预测。

2.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、保荐人、申报会计师针对上述问题的核查过程及核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

- 1、获取报告期各期数据中心交换机产品销售收入明细表，分析客户结构，了解产品最终用途、监管政策变化、相关行业及技术发展等方面的情况。
- 2、获取数据中心交换机行业相关的研究报告，访谈行业专家，了解影响行业发展的主要驱动因素，分析近年来挖矿机等市场的波动对数据中心交换机需求的影响。
- 3、查阅发行人关于返利的政策文件、返利明细数据。

4、访谈发行人销售负责人，了解对行业渠道商和 SMB 渠道商销售价格管理体系、库存掌握情况及从发行人确认收入到终端客户验收确认采购的时长等。

5、获取发行人的销售明细数据，了解发行人各种模式下销售收入的产品构成情况、主要客户及其变动原因。

6、获取公司销售、采购等重大交易的明细数据，并查看相关合同、结算单据等原始凭证。

7、访谈发行人高管及财务负责人，了解发行人审计截止日后的经营情况。

8、查阅发行人 2021 年上半年的销售计划，抽查部分客户订单，复核发行人关于业绩预测的假设条件及计算过程。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，公司数据中心交换机产品销售收入大幅增长，主要为受到国家产业政策支持下网络基础设施产业迅速发展、互联网及运营商等行业领域需求旺盛，以及公司在技术能力建设和产品前瞻性布局方面均取得良好成效的综合影响，近年来挖矿机等市场的波动对数据中心交换机需求不构成重大影响。公司数据中心交换机销售收入增长具有可持续性，未来数据中心交换机收入增速可能放缓的风险已在“第四节 风险因素”之“三、经营风险”中补充披露。

2、受 SMB 产品销售收入快速增长及 2020 年度发放疫情专项返利的影响，发行人整体返利计提比例有所提升。2020 年末，发行人销售返利余额增长的主要原因系发行人于当年年末计提的第四季度达量返利及服务返利金额同比有所提升，以及 2020 年新增疫情专项返利所致。2020 年返利计提比例大幅提升及 2020 年末未支付的销售返利大幅增长具备合理性。

3、报告期内，发行人制定自身产品销售价格体系。用于向行业渠道各级代理商，以及 SMB 经销商定价提供参考和指导，但未对一级渠道商向二级渠道商及终端客户销售价格进行控制。对于行业渠道，公司可从销售订单中获知终端客户名称、产品销售类型及联系方式等信息，且通常由发行人直接向终端客户发货，并在获得终端用户签收单后确认收入，总代理商及行业代理商通常未持有公司产

品库存。对于 SMB 渠道，发行人不掌握 SMB 渠道最终用户信息，并通过自身销售管理系统，并基于 SMB 经销商初始库存以及各期采购及销售数据，实现对 SMB 经销商库存掌握。发行人向 SMB 经销商实现销售并确认收入后，SMB 经销商将采购公司产品销售给二级 SMB 经销商及终端客户的时长通常为 2-4 周；二级 SMB 经销商采购公司产品后，向终端客户进行销售并取得验收单时长通常为 1-2 周。

4、发行人已提供 2021 年 1-3 月经审阅的财务数据以及 2021 年 1-6 月业绩预计情况。

二、保荐人、申报会计师对收入真实性和渠道销售是否实现最终销售、真实销售执行的核查程序、核查过程及核查结论

（一）核查过程

针对收入真实性和渠道销售是否实现最终销售、真实销售，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人报告期各期客户收入情况进行函证。

报告期内，已发函客户收入占比及回函比例如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
已发函客户收入占主营业务收入比例	70.02%	77.62%	78.91%
已发函客户回函比例	81.93%	82.66%	75.52%
已发函渠道客户收入占渠道销售模式收入比例	62.72%	74.10%	77.01%
已发函渠道商回函比例	89.59%	86.21%	78.08%

对于未回函客户，保荐人、申报会计师实施替代性测试程序，取得并查阅相关的销售合同和订单、出库单、运输单、客户验收或签收单、销售发票、出口报关单（如有）以及银行收款凭证等资料，确认收入的真实性、准确性。

2、对发行人报告期各期直销客户、渠道商以及最终客户进行走访。

其中，对于首次申报，合计访谈直销客户 33 家、渠道商 105 家，最终客户 125 家，访谈客户收入占主营业务收入比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
----	-----------------	--------	--------

访谈直销客户和渠道商收入占主营业务收入比例	73.60%	72.56%	74.52%
访谈渠道商占渠道销售模式收入比例	63.45%	72.39%	73.18%

对于首次申报，由于发行人行业渠道最终客户数量较多，且销售较为分散，项目组在获取发行人 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年上半年行业渠道最终客户名单后，采用分层抽样的方式选取各期最终客户样本。具体而言：1）对于当期订单金额在 500 万元以上的最终客户，各期随机抽取 10 家样本进行走访；2）对于当期订单金额在 500 万元以下的最终客户，各期随机选取 20-22 家客户进行走访。项目组根据上述标准对选取的最终客户样本合集进行走访，合计走访最终客户 125 家。

对于 2020 年财务数据更新，针对当期主要客户及大额新增客户进行访谈，合计访谈直销客户 6 家，渠道商 13 家。访谈直销客户及渠道商 2020 年收入占公司主营业务收入比例 37.90%，访谈渠道商 2020 年收入占公司渠道销售模式收入的 43.77%。

3、对发行人报告期各期销售进行穿行测试。

抽取发行人报告期各期前十大客户各季度单笔最大订单，取得记账凭证、销售合同、订单、出库单、签收单、回款单/票据等资料，核实业务背景真实性及销售数据的准确性。

报告期各期，执行穿行测试的客户收入占主营业务收入比例如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
执行穿行测试客户收入占主营业务收入比例	48.87%	46.77%	52.23%
执行穿行测试渠道商收入占渠道销售模式收入比例	38.27%	47.50%	52.95%

4、获取报告期各期发行人主要客户的工商资料；获取并查阅公司向总代理商、行业代理商和 SMB 经销商销售的销售合同，总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向二级代理商和二级 SMB 经销商销售的销售合同，向最终客户销售产品相关运输及签收单据等资料。

5、针对总代理商、行业代理商，其向公司提交的订单中通常包含终端客户名称、产品销售类型及联系方式等信息，同时公司在收取货款后按约定时间直接向下级代理商订单要求的收货地址（通常为最终客户地址或其指定的仓库）发货，

公司在获得终端用户签收单后确认收入。通过核查总代理商、行业代理商的订单、销售合同、出库单、运输单据、签收单、回款单/票据等资料，核实该类渠道销售实现最终销售。

6、针对 SMB 经销商，由于发行人已开发云服务售后平台，用户可在产品安装完成后将其连接至平台，平台可自动识别产品序列号并实时获取产品运行状态信息，并可对产品进行远程维护或辅助售后服务人员对产品故障进行维修，提高售后服务效率。发行人推出云服务售后平台后，用户需要将产品连接至该平台。基于平台上述功能，中介机构查看了发行人针对行业客户渠道和 SMB 渠道销售产品分别开发的云服务售后平台，并抽取报告期内发行人向行业代理商和 SMB 经销商发货单，根据发货单中产品序列号核查该部分产品在云服务平台中运行状态，确认产品是否实现最终销售。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：发行人销售收入真实，渠道销售实现最终销售、真实销售。

问题 3：关于客户

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）英迈电子商贸（上海）有限公司为发行人总代理商客户，2018 年和 2019 年发行人向其销售额为 13,813.42 万元和 1,913.42 万元，2019 年停止与发行人合作。

（2）报告期内，发行人前五大行业经销商客户销售占比分别为 22.58%、19.72% 和 21.85%，前五大 SMB 经销商销售占比分别为 24.09%、28.65%和 24.16%。

（3）发行人未按照本所《审核关注要点》对经销情况进行披露。

请发行人：

（1）披露与英迈电子商贸终止合作背景，与发行人是否涉及产品质量纠纷，与发行人停止合作后是否仍代理其他品牌同类型产品。

（2）说明前 20 大行业经销商和 SMB 经销商客户名称、简介、销售内容、销售金额、占当期发行人行业经销收入（或 SMB 经销收入）和营业收入比例、占当期该经销商营业收入比例。

（3）根据本所《审核关注要点》的要求披露报告期各期发行人的经销商数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析报告期内发行人经销商体系的稳定性等。

（4）披露保荐人对发行人实际控制人、控股股东以及前述关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来，是否存在经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并按照本所《审核关注要点》的要求说明对经销收入的核查过程、比例及结论。

回复：

3.1 发行人回复

一、披露与英迈电子商贸终止合作背景，与发行人是否涉及产品质量纠纷，

与发行人停止合作后是否仍代理其他品牌同类型产品

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、（二）2、渠道销售模式主要客户”补充披露：

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	1,913.42	1.17%
	合计		163,652.73	100%
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	13,813.42	9.40%
	合计		147,011.61	100%

公司与英迈电子于 2010 年开始进行合作，保持了良好的合作关系。2016 年至 2019 年，公司向英迈电子销售额分别为 29,061.89 万元、23,161.64 万元、13,813.42 万元及 1,913.42 万元。2019 年，公司与英迈电子终止合作，主要系英迈电子当年计划对自身代理产品及业务结构进行调整，经友好协商，双方决定终止合作。报告期内，公司与英迈电子未涉及产品质量纠纷。英迈电子与公司停止合作后，主要代理思科等国外品牌网络设备产品。

二、说明前 20 大行业经销商和 SMB 经销商客户名称、简介、销售内容、

销售金额、占当期发行人行业经销收入（或 SMB 经销收入）和营业收入比例、
占当期该经销商营业收入比例

（一）报告期各期前 20 大行业代理商情况

报告期各期，公司前 20 大行业代理商具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
2020年	1	杭州宝威实业投资有限公司	杭州宝威实业投资有限公司成立于 2000 年 10 月 13 日，注册资本为 3,000 万元，股东许峰、陈钟秀分别持股 90%、10%	网络设备、网络安全产品	20,599.33	8.86%	3.08%	88.33% ^{注1}
	2	北明软件有限公司	北明软件有限公司成立于 1998 年 3 月 31 日，注册资本为 73,870 万元，股东石家庄常山北明科技股份有限公司持股 100%	网络设备	16,927.29	7.28%	2.53%	3.71%
	3	山东英睿网络科技有限公司	山东英睿网络科技有限公司成立于 2017 年 11 月 22 日，注册资本为 1,000 万元，股东杨会军、黄彤、苏帅、马文丽、张贵敏、冯海分别持股 40.00%、26.00%、14.00%、8.00%、6.00%、6.00% (山东英睿网络科技有限公司与山东鑫华邮信息科技有限公司同为杨会军先生控制企业，公司与山东鑫华邮信息科技有限公司于 2016 年展开合作。2017 年，杨会军先生成立山东英睿网络科技有限公司专业从事锐捷网络产品线业务，故报告期内山东英睿代理公司产品销售额占其自身营业收入比例较高)	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	5,089.26	2.19%	0.76%	60.94%
	4	江苏索远电子科技有限公司	江苏索远电子科技有限公司成立于 2006 年 07 月 05 日，注册资本为 2,000 万元，股东韦健健、朱斌分别持股 75.00%、25.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	4,194.38	1.80%	0.63%	9.49%
	5	山东云海世纪信息技术有限公司	山东云海世纪信息技术有限公司成立于 2019 年 09 月 10 日，注册资本为 1,100 万元，股东臧帅、左长兵分别持股 71.00%、29.00% (山东云海世纪信息技术有限公司与公司合作承继自山东云腾网络科技有限公司。公司与山东云腾网络科技有限公司于 2015 年即展开合作，2019 年山东云腾网络科技有限公司原负责锐捷网络产品线的业务团队成立山东云海世纪信息技术有限公司，继续与公司开展合作代理销售锐捷网络产品)	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	4,020.08	1.73%	0.60%	34.71%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
	6	北京先进数通信息技术股份公司	北京先进数通信息技术股份公司成立于 2000 年 10 月 31 日，注册资本为 23,580.4033 万元，上市公司，目前无实际控制人，前五大股东范丽明、李铠、林鸿、北京银汉创业投资有限公司、朱胡勇分别持股 5.65%、5.14%、4.89%、3.19%、2.81%	网络设备、网络安全产品	3,967.98	1.71%	0.59%	0.88%
	7	云南南天电子信息产业股份有限公司	云南南天电子信息产业股份有限公司成立于 1998 年 12 月 21 日，注册资本为 38,116.5677 万元，上市公司，实际控制人为云南省人民政府国有资产监督管理委员会，实际控制人间接持股 17.53%	网络设备、网络安全产品	3,884.93	1.67%	0.58%	0.92%
	8	北京亿海兰特科技发展有限公司	北京亿海兰特科技发展有限公司成立于 2000 年 9 月 14 日，注册资本为 3,060 万元，股东韩晓光、张建航、张建松分别持股 43.00%、28.50%、28.50%	网络设备、网络安全产品	3,627.29	1.56%	0.54%	36.51%
	9	安徽中云智创信息科技有限公司	安徽中云智创信息科技有限公司成立于 2019 年 06 月 25 日，注册资本为 1,006 万元，股东朱伟、陈禄广、段涛、赵学平分别持股 77.00%、10.00%、10.00%、3.00% (安徽中云智创信息科技有限公司合作关系承继自安徽锐思华信息系统集成有限公司，公司与安徽锐思华信息系统集成有限公司于 2014 年即展开合作。安徽锐思华信息系统集成有限公司股东包括赵学平与刘传磊，2019 年，经双方协商，安徽锐思华信息系统集成有限公司将所从事锐捷网络行业渠道产品线业务转移至安徽中云智创信息科技有限公司，将所从事的锐捷网络 SMB 产品线业务转移至由刘传磊控制的安徽德塔森特数据技术有限公司)	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	3,307.44	1.42%	0.49%	39.87%
	10	湖南新浪潮信息科技有限公司	湖南新浪潮信息科技有限公司成立于 1992 年 11 月 21 日，注册资本为 3,060 万元，前五大股东焦成德、张怡军、周志一、潘山、刘莉分别持股 36.72%、18.00%、18.00%、9.00%、4.33%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,854.32	1.23%	0.43%	5.50%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
	11	福建中锐网络股份有限公司	福建中锐网络股份有限公司成立于 2012 年 01 月 18 日，注册资本为 3,400 万元，股东福建恒运投资合伙企业（有限合伙）、福州兴三业投资有限合伙企业、陈勇、黄祖海、福建经济技术开发区兴三晟投资合伙企业（有限合伙）分别持股 30.00%、22.06%、20.59%、19.12%、8.24%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,586.31	1.11%	0.39%	20.86%
	12	成都元素科技有限公司	成都元素科技有限公司成立于 2005 年 7 月 28 日，注册资本为 1,000 万元，股东刘云、黄晨阳、罗勋、钟巍分别持股 41.03%、36.20%、19.49%、3.28%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,537.28	1.09%	0.38%	8.83%
	13	宁波市鑫鹏电子科技有限公司	宁波市鑫鹏电子科技有限公司成立于 2008 年 03 月 10 日，注册资本为 206 万元，股东杜荣、张虎各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,456.42	1.06%	0.37%	40.26%
	14	山东舜云信息科技有限公司	山东舜云信息科技有限公司成立于 2013 年 12 月 16 日，注册资本为 500 万元，股东刘金梅持股 100.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,381.07	1.02%	0.36%	65.49%
	15	温州市志诚信息工程有限公司	温州市志诚信息工程有限公司成立于 2008 年 03 月 11 日，注册资本为 1,228 万元，股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股 70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,172.76	0.93%	0.32%	18.97%
	16	北京神州新桥科技有限公司	北京神州新桥科技有限公司成立于 2001 年 07 月 30 日，注册资本为 30,000 万元，股东东华软件股份公司持股 100.00%	网络设备、网络安全产品	2,159.44	0.93%	0.32%	0.83%
	17	江西正朔科技有限公司	江西正朔科技有限公司成立于 2020 年 04 月 26 日，注册资本为 500 万元，股东王国顺、束佳隆分别持股 90.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、	1,990.56	0.86%	0.30%	18.74%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
			(江西正朔科技有限公司与企业合作承继自南昌比昂信息技术有限公司, 公司与南昌比昂信息技术有限公司于 2017 年即展开合作, 2020 年, 南昌比昂信息技术有限公司负责锐捷网络产品线业务团队成立江西正朔科技有限公司, 继续与企业合作开展合作代理销售锐捷网络产品)	云桌面解决方案				
	18	厦门欣凯思达电子科技有限公司	厦门欣凯思达电子科技有限公司成立于 2013 年 04 月 10 日, 注册资本为 800 万元, 股东刘文初、帅宝剑分别持股 55.00%、45.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,967.28	0.85%	0.29%	29.88%
	19	山西合力创联科技有限公司	山西合力创联科技有限公司成立于 2014 年 04 月 02 日, 注册资本为 1,100 万元, 股东王健、管志霞分别持股 90.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,913.80	0.82%	0.29%	44.71%
	20	武汉市天鸿在线科技有限责任公司	武汉市天鸿在线科技有限责任公司成立于 2000 年 03 月 24 日, 注册资本为 1,000 万元, 股东高旗、郑敏分别持股 75.50%、24.50%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,847.33	0.79%	0.28%	15.53%
	合计				90,484.55	38.90%	13.51%	-
2019 年	1	杭州宝威实业投资有限公司	杭州宝威实业投资有限公司成立于 2000 年 10 月 13 日, 注册资本为 3,000.00 万元, 股东许峰、陈钟秀分别持股 90%、10%	网络设备、网络安全产品	20,777.35	9.96%	3.98%	100.73% ^{注 1}
	2	北明软件有限公司	北明软件有限公司成立于 1998 年 3 月 31 日, 注册资本为 73,870.00 万元, 股东石家庄常山北明科技股份有限公司持股 100%	网络设备	8,569.85	4.11%	1.64%	1.96%
	3	山东英睿网络科技有限公司	山东英睿网络科技有限公司成立于 2017 年 11 月 22 日, 注册资本为 1,000 万元, 股东杨会军、黄彤、苏帅、马文丽、张贵	网络设备、网络安全产品	4,561.61	2.19%	0.87%	66.71%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
			敏、冯海分别持股 40.00%、26.00%、14.00%、8.00%、6.00%、6.00%					
	4	北京金信润天信息技术股份有限公司	北京金信润天信息技术股份有限公司成立于 2001 年 08 月 23 日，注册资本为 8,000 万元，实际控制人为林珂，实际控制人持股 24.83%	网络设备、网络安全产品	3,917.89	1.88%	0.75%	6.37%
	5	山东云腾网络科技有限公司	山东云腾网络科技有限公司成立于 2015 年 03 月 17 日，注册资本为 1,100 万元，股东徐计伟、吕福海、刘小伟分别持股 70.00%、20.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	3,289.48	1.58%	0.63%	13.05%
	6	北京先进数通信息技术股份公司	北京先进数通信息技术股份公司成立于 2000 年 10 月 31 日，注册资本为 23,580.4033 万元，上市公司，目前无实际控制人，前五大股东范丽明、李铠、林鸿、北京银汉创业投资有限公司、朱胡勇分别持股 5.65%、5.14%、4.89%、3.19%、2.81%	网络设备、网络安全产品	3,076.94	1.48%	0.59%	1.56%
	7	北京神州新桥科技有限公司	北京神州新桥科技有限公司成立于 2001 年 07 月 30 日，注册资本为 30,000 万元，股东东华软件股份公司持股 100.00%	网络设备、网络安全产品	3,026.73	1.45%	0.58%	1.37%
	8	江苏索远电子科技有限公司	江苏索远电子科技有限公司成立于 2006 年 07 月 05 日，注册资本为 2,000 万元，股东韦健健、朱斌分别持股 75.00%、25.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,910.40	1.40%	0.56%	8.13%
	9	云南南天电子信息产业股份有限公司	云南南天电子信息产业股份有限公司成立于 1998 年 12 月 21 日，注册资本为 38,116.5677 万元，上市公司，实际控制人为云南省人民政府国有资产监督管理委员会，实际控制人间接持股 17.53%	网络安全产品	2,709.29	1.30%	0.52%	0.82%
	10	上海熙越网络科技有限公司	上海熙越网络科技有限公司成立于 2013 年 1 月 18 日，注册资本为 300 万元，股东虞丽妹、张丽华各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	2,625.28	1.26%	0.50%	68.34%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
	11	广西迈通信息技术有限公司	广西迈通信息技术有限责任公司成立于 2004 年 01 月 05 日，注册资本为 1,000 万元，股东贺用德、高岩、黄化义分别持股 50.00%、25.00%、25.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,588.96	1.24%	0.50%	16.99%
	12	成都元素科技有限公司	成都元素科技有限公司成立于 2005 年 7 月 28 日，注册资本为 1,000 万元，股东刘云、黄晨阳、罗勋、钟巍分别持股 41.03%、36.20%、19.49%、3.28%	网络设备、网络安全产品	2,138.87	1.03%	0.41%	10.59%
	13	天津市同辉博创网络科技发展有限公司	天津市同辉博创网络科技发展有限公司成立于 1999 年 09 月 09 日，注册资本为 1,000 万元，股东李小明、张亚平分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	2,118.36	1.02%	0.41%	22.90%
	14	湖南新浪潮信息科技有限公司	湖南新浪潮信息科技有限公司成立于 1992 年 11 月 21 日，注册资本为 3,060 万元，前五大股东焦成德、张怡军、周志一、潘山、刘莉分别持股 36.72%、18.00%、18.00%、9.00%、4.33%	网络设备、网络安全产品	2,097.87	1.01%	0.40%	4.11%
	15	河北讯泰科技有限公司	河北讯泰科技有限公司成立于 2017 年 02 月 06 日，注册资本为 500 万元，股东董洪超、李建业分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	2,024.79	0.97%	0.39%	18.41%
	16	厦门欣凯思达电子科技有限公司	厦门欣凯思达电子科技有限公司成立于 2013 年 04 月 10 日，注册资本为 800 万元，股东刘文初、帅宝剑分别持股 55.00%、45.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,978.10	0.95%	0.38%	34.46%
	17	云南至圣教育科技有限公司	云南至圣教育科技有限公司成立于 2013 年 12 月 13 日，注册资本为 1,100 万元，股东刘成强、刘慧娟分别持股 99.00%、1.00%	网络设备、网络安全产品	1,955.80	0.94%	0.37%	43.09%
	18	山东舜云信息科技有限公司	山东舜云信息科技有限公司成立于 2013 年 12 月 16 日，注册资本为 500 万元，股东刘金梅持股 100.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方	1,952.08	0.94%	0.37%	68.84%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
				案				
	19	温州市志诚信息工程有限公司	温州市志诚信息工程有限公司成立于 2008 年 03 月 11 日，注册资本为 1,228 万元，股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股 70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品	1,749.77	0.84%	0.34%	18.49%
	20	北京云启志新科技股份有限公司	北京云启志新科技股份有限公司成立于 2013 年 3 月 29 日，注册资本为 1,000 万元，股东潘小飞、朱秋香分别持股 99.50%、0.50%	网络设备、网络安全产品	1,664.43	0.80%	0.32%	38.70%
	合计				75,733.85	36.35%	14.51%	-
2018 年	1	杭州宝威实业投资有限公司	杭州宝威实业投资有限公司成立于 2000 年 10 月 13 日，注册资本为 3,000 万元，股东许峰、陈钟秀分别持股 90%、10%	网络设备、网络安全产品	23,554.31	13.69%	5.50%	89.31% ^{注 1}
	2	上海爱伟迅数码科技有限公司	上海爱伟迅数码科技有限公司成立于 2003 年 01 月 03 日，注册资本为 100 万元，股东福建星网锐捷软件有限公司、张伟玲分别持股 51.00%、49.00% (上海爱伟迅数码科技有限公司为公司控股股东星网锐捷控制企业，主要从事星网锐捷旗下企业产品分销业务，基于公司较高的业务规模及良好合作关系，上海爱伟迅数码科技有限公司代理公司产品销售额占其自身营业收入比例较高)	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	4,949.78	2.88%	1.16%	86.48%
	3	北京金信润天信息技术股份有限公司	北京金信润天信息技术股份有限公司成立于 2001 年 08 月 23 日，注册资本为 8,000 万元，实际控制人为林珂，实际控制人持股 24.83%	网络安全产品	3,710.65	2.16%	0.87%	7.99%
	4	北明软件有限公司	北明软件有限公司成立于 1998 年 3 月 31 日，注册资本为 73,870.00 万元，股东石家庄常山北明科技股份有限公司持股 100%	网络设备、网络安全产品	3,533.41	2.05%	0.83%	0.83%
	5	广西迈通信息技术有限责任	广西迈通信息技术有限责任公司成立于 2004 年 01 月 05 日，注册资本为 1,000 万元，股东贺用德、高岩、黄化义分别持股	网络设备、网络安全产品	3,108.25	1.81%	0.73%	26.83%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
		公司	50.00%、25.00%、25.00%					
	6	星网锐捷（香港）有限公司	星网锐捷（香港）有限公司成立于 2010 年 8 月 11 日，为星网锐捷全资子公司	网络设备、网络安全产品	2,721.30	1.58%	0.64%	4.12%
	7	中科玄通（北京）科技有限公司	中科玄通（北京）科技有限公司成立于 2012 年 06 月 25 日，注册资本为 1,500 万元，股东杨蔚持股 100.00%	网络设备、网络安全产品	2,543.32	1.48%	0.59%	66.65%
	8	北京先进数通信息技术股份公司	北京先进数通信息技术股份公司成立于 2000 年 10 月 31 日，注册资本为 23,580.4033 万元，上市公司，目前无实际控制人，前五大股东范丽明、李铠、林鸿、北京银汉创业投资有限公司、朱胡勇分别持股 5.65%、5.14%、4.89%、3.19%、2.81%	网络安全产品	2,362.96	1.37%	0.55%	1.70%
	9	北京神州新桥科技有限公司	北京神州新桥科技有限公司成立于 2001 年 07 月 30 日，注册资本为 30,000 万元，股东东华软件股份公司持股 100.00%	网络安全产品	2,328.81	1.35%	0.54%	1.14%
	10	山东英睿网络科技有限公司	山东英睿网络科技有限公司成立于 2017 年 11 月 22 日，注册资本为 1,000 万元，股东杨会军、黄彤、苏帅、马文丽、张贵敏、冯海分别持股 40.00%、26.00%、14.00%、8.00%、6.00%、6.00%	网络设备、网络安全产品	2,301.98	1.34%	0.54%	94.87%
	11	河南新联华网络技术有限公司	河南新联华网络技术有限公司成立于 2005 年 11 月 07 日，注册资本 1,500 万元，股东邓红卫、曹书贵分别持股 55.00%、45.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,014.96	1.17%	0.47%	27.86%
	12	山东云腾网络科技有限公司	山东云腾网络科技有限公司成立于 2015 年 03 月 17 日，注册资本为 1,100 万元，股东徐计伟、吕福海、刘小伟分别持股 70.00%、20.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品	1,924.12	1.12%	0.45%	12.46%
	13	南昌联慧科技有限公司	南昌联慧科技有限公司成立于 2009 年 03 月 26 日，注册资本为 1,001 万元，股东徐俊、王俊分别持股 70.00%、30.00%	网络设备、网络安全产品	1,906.92	1.11%	0.45%	16.62%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
	14	天津市同辉博创网络科技发展有限公司	天津市同辉博创网络科技发展有限公司成立于1999年09月09日，注册资本为1,000万元，股东李小明、张亚平分别持股80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	1,825.48	1.06%	0.43%	21.80%
	15	温州市志诚信息系统工程有限公司	温州市志诚信息系统工程成立于2008年03月11日，注册资本为1,228万元，股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,743.17	1.01%	0.41%	20.36%
	16	山东舜云信息科技有限公司	山东舜云信息科技有限公司成立于2013年12月16日，注册资本为500万元，股东刘金梅持股100.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,742.23	1.01%	0.41%	75.76%
	17	云南至圣教育科技有限公司	云南至圣教育科技有限公司成立于2013年12月13日，注册资本为1,100万元，股东刘成强、刘慧娟分别持股99.00%、1.00%	网络设备、网络安全产品	1,500.43	0.87%	0.35%	24.40%
	18	安徽锐思华信息系统集成有限公司	安徽锐思华信息系统集成有限公司成立于2013年02月20日，注册资本为5,005万元，股东赵学平、刘传磊各持股50.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,462.00	0.85%	0.34%	16.00%
	19	青岛鑫雷音商贸有限公司	青岛鑫雷音商贸有限公司成立于2012年03月31日，注册资本为600万元，股东盛会亮、邵刚分别持股85.00%、15.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,448.69	0.84%	0.34%	66.70%
	20	云南南天电子信息产业股份有限公司	云南南天电子信息产业股份有限公司成立于1998年12月21日，注册资本为38,116.5677万元，上市公司，实际控制人为云南省人民政府国有资产监督管理委员会，实际控制人间接持股17.53%	网络设备、网络安全产品	1,436.09	0.83%	0.34%	0.52%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占行业代理商合计收入比例	占公司当期营业收入比例	占当期该行业代理商营业收入比例
			合计		68,118.86	39.58%	15.91%	-

注 1：杭州宝威实业投资有限公司所提供的数据为 2018-2020 年其采购锐捷网络产品的金额占其对外销售锐捷网络产品收入的比例。

注 2：上表中渠道商的简介信息为截至 2021 年 5 月 31 日的情况。

（二）报告期各期前 20 大 SMB 经销商情况

报告期各期，公司前 20 大 SMB 经销商具体情况如下：

单位：万元

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
2020 年	1	广州市通辕计算机有限公司	广州市通辕计算机有限公司成立于 2009 年 2 月 19 日，注册资本为 500 万元，股东谭永娥、黄吉辉分别持股 80.00%、20.00%（广州市通辕计算机有限公司自成立之初即与公司建立合作关系，并主营锐捷网络产品代理。自公司推出 SMB 产品以来，广州市通辕计算机有限公司将其主要资源投入公司 SMB 产品推广，因此，其经销锐捷网络 SMB 产品收入占其自身营业收入比例较高）	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	5,828.54	6.78%	0.87%	85.72%
	2	上海泽奥电子有限公司	上海泽奥电子有限公司成立于 2008 年 6 月 5 日，注册资本为 500 万元，股东罗雪戎、虞丽妹分别持股 90.00%、10.00%（上海泽奥电子有限公司自公司成立之初即与公司建立合作关系。上海泽奥电子有限公司在网吧、连锁酒店等中小企业领域有着丰富的渠道及客户资源，随着公司逐渐推出 SMB 产品，其	网络设备、网络安全产品	5,006.32	5.82%	0.75%	91.20%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
			经销锐捷网络 SMB 产品收入快速提升, 占其自身营业收入比例不断提高)					
	3	温州市志诚信息工程有限公司	温州市志诚信息工程有限公司成立于 2008 年 03 月 11 日, 注册资本为 1,228 万元, 股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股 70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	3,535.48	4.11%	0.53%	30.87%
	4	德博(北京)网络科技有限公司	德博(北京)网络科技有限公司成立于 2008 年 12 月 03 日, 注册资本为 500 万元, 股东杨淑良持股 100.00%	网络设备、网络安全产品	3,352.57	3.90%	0.50%	76.31%
	5	南京春函科技有限公司	南京春函科技有限公司成立于 2005 年 4 月 4 日, 注册资本为 325 万元, 股东王德祥、张晓辉分别持股 92.31%、7.69%	网络设备、网络安全产品	3,040.61	3.54%	0.45%	50.54%
	6	上海熙越网络科技有限公司	上海熙越网络科技有限公司成立于 2013 年 1 月 18 日, 注册资本为 300 万元, 股东虞丽妹、张丽华各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	2,384.58	2.77%	0.36%	79.08%
	7	成都慧元科技有限公司	成都慧元科技有限公司成立于 2009 年 04 月 01 日, 注册资本为 100 万元, 股东李珍珍、罗伟分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	2,251.49	2.62%	0.34%	56.60%
	8	斯威捷特信息科技(苏州)有限公司	斯威捷特信息科技(苏州)有限公司成立于 2016 年 9 月 8 日, 注册资本为 501 万元, 股东戎丹萍、陈燕红分别持股 81.00%、19.00%	网络设备、网络安全产品	2,008.01	2.34%	0.30%	66.01%
	9	合肥永瑞系统集成有限公司	合肥永瑞系统集成有限公司成立于 2004 年 3 月 26 日, 注册资本为 50 万元, 股东孙益军、刘曦东各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	1,773.83	2.06%	0.26%	30.82%
	10	湖南华锐同拓网络科技	湖南华锐同拓网络科技发展有限公司成立于 2017 年 3 月 1 日, 注册资本为 2,008 万元, 股东朱栋阳、龙卫各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	1,656.18	1.93%	0.25%	23.63%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
		发展有限公司						
	11	武汉重心力信科技有限公司	武汉重心力信科技有限公司成立于 2014 年 7 月 30 日，注册资本为 475 万元，股东张鹏、王幼平、廖一鸣、夏威分别持股 40.00%、40.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,508.90	1.76%	0.23%	57.39%
	12	河北辰聚通信技术有限公司	河北辰聚通信技术有限公司成立于 2018 年 7 月 17 日，注册资本为 510 万元，股东史训强、刘苏芳各持股 50.00% (河北辰聚通信技术有限公司与合作公司合作承接自河北辰泰通信技术有限公司。2016 年，公司与河北辰泰通信技术有限公司开始建立合作关系，2018 年，河北辰泰通信技术有限公司负责锐捷网络产品线业务团队成立河北辰聚通信技术有限公司，专业从事公司产品经销，因此报告期内，河北辰聚通信技术有限公司经销锐捷网络 SMB 产品销售收入占其自身营业收入比例较高)	网络设备、网络安全产品	1,436.50	1.67%	0.21%	77.38%
	13	南京苏拓系统集成有限公司	南京苏拓系统集成有限公司成立于 2002 年 10 月 28 日，注册资本为 105 万元，股东应建杰、谢月儿分别持股 98.10%、1.90%	网络设备、网络安全产品	1,368.71	1.59%	0.20%	64.26%
	14	天津市同辉博创网络科技发展有限公司	天津市同辉博创网络科技发展有限公司成立于 1999 年 09 月 09 日，注册资本为 1,000 万元，股东李小明、张亚平分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,290.08	1.50%	0.19%	13.47%
	15	石家庄中恒科技有限公司	石家庄中恒科技有限公司成立于 2009 年 3 月 4 日，注册资本为 500 万元，股东石志英、李艳武分别持股 96.00%、4.00%	网络设备、网络安全产品	1,245.21	1.45%	0.19%	25.06%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
	16	辽宁兴网科技有限公司	辽宁兴网科技有限公司成立于 2020 年 4 月 9 日,注册资本为 300 万元,股东岳昊东、毛寿海分别持股 70.00%、30.00% (辽宁兴网科技有限公司由沈阳鑫卓科技有限公司原负责锐捷网络产品线销售团队设立,此前公司已与沈阳鑫卓科技有限公司在 2015 年建立合作关系,其锐捷网络产品线销售团队积累了丰富的渠道及客户资源)	网络设备、网络安全产品	1,227.87	1.43%	0.18%	65.88%
	17	安徽德塔森特数据技术有限公司	安徽德塔森特数据技术有限公司成立于 2019 年 07 月 11 日,注册资本为 1,008 万元,股东刘传磊、方垒、纪光华分别持股 70.00%、15.00%、15.00% (安徽德塔森特数据技术有限公司实际控制人刘传磊亦为安徽锐思华信息系统集成有限公司股东。公司与安徽锐思华信息系统集成有限公司于 2014 年即展开合作。安徽锐思华信息系统集成有限公司股东包括赵学平与刘传磊,2019 年,经双方协商,安徽锐思华信息系统集成有限公司将所从事锐捷网络行业渠道产品线业务转移至安徽中云智创信息科技有限公司,将所从事的锐捷网络 SMB 产品线业务转移至由刘传磊控制的安徽德塔森特数据技术有限公司)	网络设备、网络安全产品	1,198.38	1.39%	0.18%	32.64%
	18	山东万春网络工程有限公司	山东万春网络工程有限公司成立于 2015 年 4 月 24 日,注册资本为 300 万元,股东胡安娜、李德磊、胡安丰、刘忠诚分别持股 35.00%、35.00%、15.00%、15.00%	网络设备、网络安全产品	1,197.00	1.39%	0.18%	66.41%
	19	南昌市杰雄科技有限公司	南昌市杰雄科技有限公司成立于 2019 年 6 月 14 日,注册资本为 100 万元,股东许爱金、万强、危冬云分别持股 40.00%、30.00%、30.00% (南昌市杰雄科技有限公司与公司合作关系承继自南昌市斯普林科贸发展有限公司,南昌市斯普林科贸发展有限公司主营业务为 OEM 业务,与公司于 2014 年开始合作,随着合作规模不	网络设备、网络安全产品	1,161.32	1.35%	0.17%	53.22%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
			断扩大，2019 年，南昌市斯普林科贸发展有限公司负责锐捷网络产品线业务团队成立南昌市杰雄科技有限公司，专业从事公司产品销售)					
	20	杭州博纳思信息技术有限公司	杭州博纳思信息技术有限公司成立于 2018 年 3 月 20 日，注册资本为 500 万元，股东彭洪刚持股 100.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,077.21	1.25%	0.16%	43.94%
	合计				43,548.79	50.67%	6.50%	-
2019 年	1	上海泽奥电子有限公司	上海泽奥电子有限公司成立于 2008 年 6 月 5 日，注册资本为 500 万元，股东罗雪戎、虞丽妹分别持股 90.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品	5,955.87	11.21%	1.14%	86.96%
	2	广州市通轵计算机有限公司	广州市通轵计算机有限公司成立于 2009 年 2 月 19 日，注册资本为 500 万元，股东谭永娥、黄吉辉分别持股 80.00%、20.00%	网络安全产品	2,830.02	5.33%	0.54%	84.25%
	3	德博(北京)网络科技有限公司	德博(北京)网络科技有限公司成立于 2008 年 12 月 03 日，注册资本为 500 万元，股东杨淑良持股 100.00%	网络安全产品	2,598.97	4.89%	0.50%	65.00%
	4	温州市志诚信息工程有限公司	温州市志诚信息工程有限公司成立于 2008 年 03 月 11 日，注册资本为 1,228 万元，股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股 70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	2,278.63	4.29%	0.44%	24.08%
	5	成都慧元科技有限公司	成都慧元科技有限公司成立于 2009 年 04 月 01 日，注册资本为 100 万元，股东李珍珍、罗伟分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	1,553.32	2.92%	0.30%	57.85%
	6	南京春函科技有限公司	南京春函科技有限公司成立于 2005 年 4 月 4 日，注册资本为 325 万元，股东王德祥、张晓辉分别持股 92.31%、7.69%	网络设备、网络安全产品	1,140.27	2.15%	0.22%	43.58%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
	7	湖南华锐同拓网络科技有限公司	湖南华锐同拓网络科技有限公司成立于 2017 年 3 月 1 日，注册资本为 2,008 万元，股东朱栋阳、龙卫各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	1,119.25	2.11%	0.21%	35.58%
	8	合肥永瑞系统集成有限公司	合肥永瑞系统集成有限公司成立于 2004 年 3 月 26 日，注册资本为 50 万元，股东孙益军、刘曦东各持股 50.00%	网络安全产品	1,115.14	2.10%	0.21%	20.49%
	9	河北辰聚通信技术有限公司	河北辰聚通信技术有限公司成立于 2018 年 7 月 17 日，注册资本为 510 万元，股东史训强、刘苏芳各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,099.32	2.07%	0.21%	92.93%
	10	斯威捷特信息科技（苏州）有限公司	斯威捷特信息科技（苏州）有限公司成立于 2016 年 9 月 8 日，注册资本为 501 万元，股东戎丹萍、陈燕红分别持股 81.00%、19.00%	网络安全产品	1,082.73	2.04%	0.21%	66.28%
	11	天津市同辉博创网络科技有限公司	天津市同辉博创网络科技有限公司成立于 1999 年 09 月 09 日，注册资本为 1,000 万元，股东李小明、张亚平分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	982.76	1.85%	0.19%	10.62%
	12	武汉重心力信科技有限公司	武汉重心力信科技有限公司成立于 2014 年 7 月 30 日，注册资本为 475 万元，股东张鹏、王幼平、廖一鸣、夏威分别持股 40.00%、40.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品	874.68	1.65%	0.17%	38.08%
	13	沈阳鑫卓科技有限公司	沈阳鑫卓科技有限公司成立于 2012 年 12 月 12 日，注册资本为 200 万元，股东陈晓丽、郑明巨分别持股 85.00%、15.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决	863.67	1.63%	0.17%	58.91%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
				方案				
	14	福州联豪网络技术有限公司	福州联豪网络技术有限公司成立于 2010 年 07 月 28 日，注册资本为 300 万元，股东陈榕乐、陈燕燕分别持股 80.00%、20.00%（福州联豪网络技术有限公司于 2014 年与公司建立合作关系，随着与公司合作不断深入，其代理产品品牌逐渐以锐捷网络为主。自公司推出 SMB 产品以来，福州联豪网络技术有限公司将其主要资源投入到锐捷网络 SMB 产品业务，因此其经销锐捷网络 SMB 产品收入占其自身营业收入比例较高）	网络安全产品	736.84	1.39%	0.14%	80.93%
	15	天津锐杰同创科技有限公司	天津锐杰同创科技有限公司公司成立于 2017 年 6 月 9 日，注册资本为 500 万元，股东胡杰、吴高才、朱丽夏、李名著分别持股 42.50%、25.00%、22.50%、10.00%	网络设备、网络安全产品	735.23	1.38%	0.14%	55.14%
	16	广西佰茂电子科技有限公司	广西佰茂电子科技有限公司成立于 2016 年 2 月 24 日，注册资本为 300 万元，股东林勇、邓龙顺分别持股 99.00%、1.00%	网络设备、网络安全产品	707.34	1.33%	0.14%	63.44%
	17	南昌市汉天实业有限公司	南昌市汉天实业有限公司成立于 2011 年 3 月 29 日，注册资本为 200 万元，股东万仁唐、林孝和分别持股 75.00%、25.00%	网络设备、网络安全产品	665.56	1.25%	0.13%	57.35%
	18	南京苏拓系统集成有限公司	南京苏拓系统集成有限公司成立于 2002 年 10 月 28 日，注册资本为 105 万元，股东应建杰、谢月儿分别持股 98.10%、1.90%	网络设备、网络安全产品	651.11	1.23%	0.12%	54.92%
	19	吉林省宝源网络技术有限公司	吉林省宝源网络技术有限公司成立于 2005 年 8 月 3 日，注册资本为 100 万元，股东张志红、夏山水分别持股 70.00%、30.00%	网络设备、网络安全产品	646.26	1.22%	0.12%	26.74%
	20	济南康龙汇网络系统集成	济南康龙汇网络系统集成有限公司成立于 2011 年 5 月 16 日，注册资本为 1,200 万元，股东崔亦红、邵争分别持股 50.25%、	网络设备、网络安全产品	633.15	1.20%	0.12%	18.52%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
		成有限公司	49.75%					
	合计				28,270.12	53.23%	5.42%	
2018 年	1	广州市通轵计算机有限公司	广州市通轵计算机有限公司成立于 2009 年 2 月 19 日，注册资本为 500 万元，股东谭永娥、黄吉辉分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	1,664.60	5.49%	0.39%	79.19%
	2	德博(北京)网络科技有限公司	德博(北京)网络科技有限公司成立于 2008 年 12 月 03 日，注册资本为 500 万元，股东杨淑良持股 100.00%	网络安全产品	1,615.82	5.32%	0.38%	72.43%
	3	温州市志诚信息工程有限公司	温州市志诚信息工程有限公司成立于 2008 年 03 月 11 日，注册资本为 1,228 万元，股东邱作长、雷建伟、邱作伟、金小红分别持股 70.00%、10.00%、10.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	1,518.60	5.00%	0.35%	17.74%
	4	上海泽奥电子有限公司	上海泽奥电子有限公司成立于 2008 年 6 月 5 日，注册资本为 500 万元，股东罗雪戎、虞丽妹分别持股 90.00%、10.00%	网络设备、网络安全产品	1,348.93	4.45%	0.31%	37.10%
	5	成都慧元科技有限公司	成都慧元科技有限公司成立于 2009 年 04 月 01 日，注册资本为 100 万元，股东李珍珍、罗伟分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	1,163.37	3.83%	0.27%	69.39%
	6	武汉重心力信科技有限公司	武汉重心力信科技有限公司成立于 2014 年 7 月 30 日，注册资本为 475 万元，股东张鹏、王幼平、廖一鸣、夏威分别持股 40.00%、40.00%、10.00%、10.00%	网络安全产品	831.46	2.74%	0.19%	45.54%
	7	合肥永瑞系统集成有限公司	合肥永瑞系统集成有限公司成立于 2004 年 3 月 26 日，注册资本为 50 万元，股东孙益军、刘曦东各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	807.96	2.66%	0.19%	15.69%
	8	安徽智数云信息技术有	安徽智数云信息技术有限公司成立于 2017 年 12 月 04 日，注册资本为 505 万元，股东陈宁、朱伟各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	752.19	2.48%	0.18%	96.93%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
		限公司	(安徽智数云信息技术有限公司由安徽锐思华信息系统集成有限公司销售团队创立, 公司与安徽锐思华信息系统集成有限公司即建立合作关系, 团队积累了较为丰富的客户资源。安徽智数云信息技术有限公司自成立起即主要经销锐捷网络产品, 因此其经销锐捷网络 SMB 产品收入占其自身营业收入比例较高)					
	9	天津市同辉博创网络科技有限公司	天津市同辉博创网络科技有限公司成立于 1999 年 09 月 09 日, 注册资本为 1,000 万元, 股东李小明、张亚平分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	741.47	2.44%	0.17%	8.86%
	10	湖南华锐同拓网络科技有限公司	湖南华锐同拓网络科技有限公司成立于 2017 年 3 月 1 日, 注册资本为 2,008 万元, 股东朱栋阳、龙卫各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	736.29	2.43%	0.17%	25.51%
	11	厦门市联誉网络科技有限公司	厦门市联誉网络科技有限公司成立于 2016 年 9 月 8 日, 注册资本为 500 万元, 股东陈铃、陈榕乐分别持股 80.00%、20.00% (厦门市联誉网络科技有限公司自成立起即与公司建立合作关系, 并主要经销锐捷网络产品, 因此其经销锐捷网络 SMB 产品收入占其自身营业收入比例较高)	网络设备、网络安全产品	641.34	2.11%	0.15%	90.91%
	12	江西迪慕信息技术有限公司	江西迪慕信息技术有限公司成立于 2015 年 3 月 23 日, 注册资本为 1,000 万元, 股东汪洁琼、黎维君分别持股 73.00%、27.00%	网络设备、网络安全产品	634.50	2.09%	0.15%	35.52%
	13	福州联豪网络技术有限公司	福州联豪网络技术有限公司成立于 2010 年 07 月 28 日, 注册资本为 300 万元, 股东陈榕乐、陈燕燕分别持股 80.00%、20.00%	网络设备、网络安全产品	618.16	2.04%	0.14%	86.34%
	14	南京春函科	南京春函科技有限公司成立于 2005 年 4 月 4 日, 注册资本为 325	网络设备、网	571.17	1.88%	0.13%	41.53%

年份	序号	名称	简介	主要销售产品类别	销售收入	占 SMB 经销商合计收入比例	占当期营业收入比例	占当期该经销商营业收入比例
		技有限公司	万元，股东王德祥、张晓辉分别持股 92.31%、7.69%	络安全产品				
	15	河北辰聚通信技术有限公司	河北辰聚通信技术有限公司成立于 2018 年 7 月 17 日，注册资本为 510 万元，股东史训强、刘苏芳各持股 50.00%	网络设备、网络安全产品	524.94	1.73%	0.12%	43.73%
	16	济南康龙汇网络系统集成有限公司	济南康龙汇网络系统集成有限公司成立于 2011 年 5 月 16 日，注册资本为 1,200 万元，股东崔亦红、邵争分别持股 50.25%、49.75%	网络设备、网络安全产品	515.97	1.70%	0.12%	19.78%
	17	沈阳鑫卓科技有限公司	沈阳鑫卓科技有限公司成立于 2012 年 12 月 12 日，注册资本为 200 万元，股东陈晓丽、郑明巨分别持股 85.00%、15.00%	网络设备、网络安全产品、云桌面解决方案	481.68	1.59%	0.11%	38.39%
	18	重庆瑞网科技有限公司	重庆瑞网科技有限公司成立于 2006 年 11 月 23 日，注册资本为 200 万元，股东袁晓芳、刘旋祝分别持股 51.00%、49.00%	网络设备、网络安全产品	477.95	1.58%	0.11%	15.02%
	19	南昌市汉天实业有限公司	南昌市汉天实业有限公司成立于 2011 年 3 月 29 日，注册资本为 200 万元，股东万仁唐、林孝和分别持股 75.00%、25.00%	网络设备、网络安全产品	447.69	1.48%	0.10%	44.01%
	20	广西佰茂电子科技有限公司	广西佰茂电子科技有限公司成立于 2016 年 2 月 24 日，注册资本为 300 万元，股东林勇、邓龙顺分别持股 99.00%、1.00%	网络设备、网络安全产品	447.23	1.47%	0.10%	44.86%
	合计				16,541.32	54.51%	3.83%	-

注：上表中渠道商的简介信息为截至 2021 年 5 月 31 日的情况。

三、根据本所《审核关注要点》的要求披露报告期各期发行人的经销商数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析报告期内发行人经销商体系的稳定性等

(一) 报告期各期发行人的经销商数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、(四) 1、销售模式”补充披露：

(1) 渠道销售模式

.....

从销售层级划分，公司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锐捷网络进行采购，包括总代理商、行业代理商和 SMB 经销商；二级渠道商主要从一级渠道商进行采购，包括二级代理商和二级 SMB 经销商。

一级渠道商直接从公司采购相关产品，并将公司产品推广销售至二级渠道商及最终客户，在公司渠道销售体系中发挥重要作用。报告期内，公司与具有长期合作意向的一级渠道商签订年度合作协议，并将其纳入公司渠道商管理体系给予支持和指导。报告期各期，纳入公司渠道商管理体系的一级渠道商各细分类别数量如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
总代理商	3	4	4
行业代理商	662	579	526
SMB 经销商	167	147	114
合计	832	730	644

注：报告期内，存在部分渠道商因其部分客户短期需求向公司临时采购情形，该部分渠道商未与公司签订年度合作协议，且未纳入上表经销商数量统计。

报告期各期，公司渠道商管理体系内退出一级渠道商数量、新增一级渠道商数量及新增一级渠道商的销售收入占当期渠道销售模式收入比例如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
退出一级渠道商数量	63	56	52

项目	2020 年	2019 年	2018 年
退出一级渠道商数量占当期一级渠道商数量比例	7.57%	7.67%	8.07%
退出一级渠道商销售收入（万元）	2,152.05	4,114.87	4,146.19
退出一级渠道商销售收入占渠道销售模式收入的比例	0.47%	0.97%	1.19%
新增一级渠道商数量	158	138	151
新增一级渠道商数量占当期一级渠道商数量比例	18.99%	18.90%	23.45%
新增一级渠道商销售收入（万元）	14,987.64	17,753.99	19,260.58
新增一级渠道商销售收入占渠道销售模式收入的比例	3.29%	4.17%	5.51%

经过多年发展，公司已建立起较为完善的渠道销售体系，并与多家渠道商建立稳定合作关系。报告期内，公司存在一定比例的退出渠道商，主要系少量渠道商未达成双方约定的合作目标，或者渠道商业务发展方向调整，双方不再继续合作所致。报告期内，随着公司业务快速发展，渠道商数量持续提升，从收入比例看，由于公司与新增经销商合作处于起步阶段，新增渠道商销售收入占渠道销售模式收入比例较低。报告期内，公司渠道商体系稳定。

四、披露保荐人对发行人实际控制人、控股股东以及前述关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来，是否存在经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论

以下内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、（四）1、销售模式”补充披露：

（1）渠道销售模式

.....

4）保荐机构针对渠道销售的核查情况

保荐机构经核查认为：报告期内，公司直接控股股东星网锐捷控制的除公司及公司控制的子公司以外的企业、公司间接控股股东电子信息集团控制的除星网锐捷及其控制的子公司以外的企业不存在与公司主要渠道商发生大额非经营性资金往来情形。报告期内，存在行业渠道商的最终销售客户为公司关联方的情形，该等关联方通过渠道商采购公司产品主要用于满足自身日常信息化

需求，单笔订单金额均较小。报告期各期，上述关联方除直接向公司采购之外的、作为最终客户向公司渠道商采购的相关订单金额占公司营业收入比例较小，合计不超过公司当年营业收入的 0.5%。对于 SMB 渠道，由 SMB 经销商自主向二级 SMB 经销商或终端 SMB 客户进行销售。报告期内，公司主要 SMB 经销商不存在向公司关联方进行销售情形。

保荐机构通过对各期渠道商销售收入进行函证、走访各期渠道商及最终客户、对主要渠道商销售进行穿行测试、获取并查阅渠道销售各环节销售合同和向最终客户签收单据、以及查看公司渠道销售产品售后服务系统等程序，对公司渠道销售进行核查。经核查，公司渠道销售模式实现了真实销售及最终销售。

3.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、保荐人、申报会计师针对上述问题的核查过程及核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、访谈英迈电子采购负责人，以及发行人销售负责人，了解其与发行人的业务合作情况及终止合作的原因。

2、获取发行人报告期各期渠道商销售明细，获取发行人行业渠道最终客户名单及相关订单明细，并对发行人销售负责人进行访谈。

3、获取公司行业渠道和 SMB 渠道客户销售明细，并取得报告期各期前 20 大行业代理商和 SMB 经销商关于向发行人采购内容、采购金额及占当期营业收入比例、其与发行人关联方是否存在资金往来、是否存在其下级客户为发行人关联方、以及与发行人是否为真实交易的确认函。

4、对发行人报告期各期渠道销售收入情况进行函证。

报告期内，已发函渠道客户收入占比及回函比例如下：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
已发函渠道客户收入占渠道销售模式收入比例	62.72%	74.10%	77.01%
已发函渠道商回函比例	89.59%	86.21%	78.08%

对于未回函客户，保荐人、申报会计师实施替代性测试程序，取得并查阅相关的销售合同和订单、出库单、运输单、客户验收或签收单、销售发票、出口报关单（如有）以及银行收款凭证等资料，确认收入的真实性、准确性。

5、对发行人报告期各期的主要渠道商以及最终客户进行走访。

其中，对于首次申报，合计访谈渠道商 105 家，最终客户 125 家，访谈渠道商收入占渠道销售模式收入比例如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
访谈渠道商收入占渠道销售模式收入比例	63.45%	72.39%	73.18%

对于 2020 年财务数据更新，针对当期主要客户及大额新增客户进行访谈，合计访谈渠道商 13 家，访谈渠道商 2020 年收入占公司渠道销售模式收入的 43.77%。

对于首次申报，由于发行人行业渠道最终客户数量较多，且销售较为分散，项目组在获取发行人 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年上半年行业渠道最终客户名单后，采用分层抽样的方式选取各期最终客户样本。具体而言：1）对于当期订单金额在 500 万元以上的最终客户，各期随机抽取 10 家样本进行走访；2）对于当期订单金额在 500 万元以下的最终客户，各期随机选取 20-22 家客户进行走访。项目组根据上述标准对选取的最终客户样本合集进行走访，合计走访最终客户 125 家。

6、对发行人报告期各期渠道销售进行穿行测试。

抽取发行人报告期各期主要渠道商各季度单笔最大订单，取得记账凭证、业务合同、订单、出库单、签收单、回款单/票据等资料，核实业务背景真实性及销售数据的准确性。

报告期各期，执行穿行测试的渠道商收入占发行人当年渠道销售收入的比例：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
执行穿行测试渠道商收入占渠道销售模式收入比例	38.27%	47.50%	52.95%

7、获取报告期各期发行人主要客户的工商资料；获取并查阅公司向总代

理商、行业代理商和 SMB 经销商销售的销售合同，总代理商、行业代理商和 SMB 经销商向二级代理商和二级 SMB 经销商销售的销售合同，向最终客户销售产品相关运输及签收单据等资料。

8、针对总代理商、行业代理商，其向公司提交的订单中通常包含终端客户名称、产品销售类型及联系方式等信息，同时公司在收取货款后按约定时间直接向下级代理商订单要求的收货地址（通常为最终客户地址或其指定的仓库）发货，公司在获得终端用户签收单后确认收入。通过核查总代理商、行业代理商的订单、销售合同、出库单、运输单据、签收单、回款单/票据等资料，核实该类渠道销售实现最终销售。

9、针对 SMB 经销商，由于发行人已开发云服务售后平台，用户可在产品安装完成后将其连接至平台，平台可自动识别产品序列号并实时获取产品运行状态信息，并可对产品进行远程维护或辅助售后服务人员对产品故障进行维修，提高售后服务效率。发行人推出云服务售后平台后，用户需要将产品连接至该平台。基于平台上述功能，中介机构查看了发行人针对 SMB 渠道销售产品分别开发的云服务售后平台，并抽取报告期内发行人向 SMB 经销商发货单，根据发货单中产品序列号核查该部分产品在云服务平台中运行状态，确认产品是否实现最终销售。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人与英迈电子终止合作，主要系英迈电子出于自身代理产品及业务结构调整考虑，未涉及与发行人产品质量纠纷，与发行人停止合作后仍代理思科等国外品牌同类型产品。

2、发行人向前 20 大行业代理商和 SMB 经销商的客户销售内容、销售金额、占当期发行人行业代理商收入或 SMB 经销商收入和营业收入的比例、占当期该经销商营业收入的比例不存在重大异常情况。

3、报告期各期，发行人存在一定比例的退出渠道商，主要系少量渠道商未达成双方约定的合作目标，或者渠道商业务发展方向调整，双方不再继续合作所致。报告期内，随着公司业务快速发展，渠道商数量持续提升，从收入比

例看，由于公司与新增经销商合作处于起步阶段，新增渠道商销售收入占渠道销售模式收入比例较低。报告期内，公司渠道商体系稳定。

4、报告期内，发行人实际控制人、控股股东与发行人关联方不存在大额非经营性资金往来，报告期各期，存在行业渠道商的最终销售客户为公司关联方的情形，上述关联方除直接向公司采购之外的、作为最终客户向公司渠道商采购的相关订单金额占公司营业收入比例较小，合计不超过公司当年营业收入的0.5%。报告期内，公司主要SMB经销商不存在向公司关联方进行销售情形。

5、发行人经销模式下的销售实现了真实销售、最终销售。

二、保荐人、申报会计师按照贵所《审核关注要点》的要求说明对经销收入的核查过程、比例及结论

（一）核查过程

根据深圳证券交易所《审核关注要点》29-1的要求，保荐人、申报会计师对发行人经销收入执行了相关核查程序，具体核查过程、比例请详见本题“3.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见”之“一、保荐人、申报会计师针对上述问题的核查过程及核查意见”。

（二）核查意见

1、报告期内，发行人渠道商定价机制、物流方式、退换货机制、信用政策、返利政策不存在重大变化；不存在主要渠道商成立时间较短或为个人渠道商情形。

2、报告期内发行人渠道商选取标准未发生重大变化，渠道商体系稳定。

3、报告期内，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。

4、报告期内，发行人实际控制人、控股股东与发行人关联方不存在大额非经营性资金往来，报告期各期，存在行业渠道商的最终销售客户为公司关联

方的情形，上述关联方除直接向公司采购之外的、作为最终客户向公司渠道商采购的相关订单金额占公司营业收入比例较小，合计不超过公司当年营业收入的 0.5%。发行人经销模式下的销售实现了真实销售、最终销售。

问题 4：关于采购

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人数据中心接入交换机采购价格分别为 10,738.26 元/pcs、9,179.84 元/pcs 和 7,625.54 元/pcs，采购价格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）报告期内，发行人采购的主要原材料包括芯片、元器件、光模块、电路板、电源模块等，主要通过信利康进口，其中芯片采购金额分别为 44,857.12 万元、67,908.08 万元和 111,937.03 万元。

请发行人：

（1）量化分析并披露数据中心接入交换机采购价格大幅下降的原因，相关产品对应销售价格是否相应下降。

（2）披露发行人核心原材料是否主要依赖进口，芯片供应是否稳定，贸易摩擦和海外疫情是否影响发行人原材料供应的稳定性。

（3）结合期后业绩情况，量化分析并披露 2021 年主要原材料价格变动对发行人业绩的影响，相关风险提示是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

4.1 发行人回复

一、量化分析并披露数据中心接入交换机采购价格大幅下降的原因，相关产品对应销售价格是否相应下降

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（一）2、主要产品及原材料价格变动情况”中补充披露：

（1）主要产品

.....

1) 数据中心接入交换机

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。

报告期内，公司以代工代采方式生产的数据中心接入交换机主要为型号一与型号二两种型号产品。报告期各期，前述两种型号产品采购价格及变动原因如下：

①型号一

报告期各期，公司以整机方式采购的型号一产品平均采购价格分别为 10,738.26 元/pcs、9,668.00 元/pcs 和 7,400.44 元/pcs。报告期内，型号一产品平均采购价格下降，主要原因系为提高该型号产品研发及推向市场速度，公司在初始设计时选用成熟方案，随着后续新型处理器、接插件及电路板等主要器件性能及稳定性逐渐得到验证，公司对型号一产品持续进行结构和材料设计优化，使得整机采购价格有所下降。

2019 年型号一产品平均采购价格有所下降，主要系公司 2018 年末对该型号产品所用电路板和接插件进行优化，使得两类原材料在单台整机采购价格中的构成金额（以对应原材料型号当期平均采购价格计算，下同）合计下降 770 元。同时，2019 年，型号一产品所用存储器市场价格出现较大下降，其在单台整机采购价格中的构成金额下降 120 元。

2020 年，型号一产品平均采购价格有所下降主要系公司针对该型数据中心接入交换机应用场景实际需求，进一步优化产品结构及所用元器件，提升产品性价比及市场竞争力，具体优化内容包括：1）优化连接器型号，优化后的连接器生产更为简单，且市场供应充足，采购单价下降；2）通过优化产品连接结构缩短 PCB 线路长度，从而降低对电路板材料和叠层要求，成本进一步下降；3）在满足性能要求的前提下，采用性价比更优的 CPU 型号，并相应更换配套散热器。上述优化使得对应原材料在单台整机采购价格中的构成金额合计下降 1,600 元。同时，由于公司采购规模增加，其他原材料采购单价有所下降，

使得整机采购金额有所下降。

目前，型号一产品除芯片外的其他器件已完成定型，采购价格继续大幅下降的可能性较低。就芯片而言，随着近年来国产芯片产业的快速发展，若该型号产品未来采用国产芯片，则有可能实现成本和整机采购价格的进一步下降。

②型号二

2018 年，公司型号二产品采用纯代工方式进行生产，不存在整机采购模式下的单价。2019 年，公司将该型号产品生产切换至代工代采模式，对应 2019 年与 2020 年整机平均采购价格分别为 8,700.82 元/pcs 和 8,228.08 元/pcs。由于代工厂商需要在初始生产前针对该型号产品进行模具制作等准备工作，且相关支出摊销至公司首批采购订单，使得 2019 年型号二平均采购价格高于 2020 年，扣除首批采购订单价格影响后，2019 年该型号平均采购价格降低为 8,411.98 元/pcs。同时，随着 2020 年整机采购规模扩大，代工厂商原材料采购单价有所下降，2020 年平均采购价格进一步下降。

报告期各期，上述两种型号产品整机平均采购价格和销售价格对比如下表所示：

单位：元/pcs				
产品	项目	2020 年	2019 年	2018 年
型号一	整机平均采购价格	7,400.44	9,668.00	10,738.26
	平均销售价格	12,095.37	15,618.66	15,665.65
型号二	整机平均采购价格	8,228.08	8,700.82	/
	平均销售价格	11,179.53	11,391.38	/

报告期内，公司数据中心接入交换机销售价格除型号一于 2020 年有所下降外，其余年度保持相对稳定。2020 年型号一产品平均销售价格有所下降，主要系该型号为数据中心接入交换机产品，随着该产品广泛应用于数据中心建设，2020 年实现更大规模销售，相应导致销售价格有所下降。

二、披露发行人核心原材料是否主要依赖进口，芯片供应是否稳定，贸易摩擦和海外疫情是否影响发行人原材料供应的稳定性

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（一）1、产品、原材料和服务采购金额”中补充披露：

公司的核心原材料主要包括芯片、元器件、光模块等，各期采购金额占原材料采购金额的比例分别为 62.99%、68.84%和 70.65%。

报告期内，公司采购的芯片主要应用于交换机（主要指数据中心交换机、园区与城域网交换机，不包括 SMB 交换机，具体按照应用场景和技术难度又可分为接入交换机、汇聚交换机和核心交换机）、无线产品和 SMB 产品。在上述产品中，SMB 产品对芯片技术难度的要求较低，80%以上使用国产芯片，无线产品约有 50%使用国产芯片。交换机细分类别中，接入交换机、汇聚交换机 50%左右使用国产芯片，上述产品所采用的芯片不存在进口依赖；核心交换机芯片基本以国外厂商供应为主，2018 年至 2020 年度，公司核心交换机销售收入占营业收入的比例分别为 13.04%、14.62%和 16.94%。报告期内，公司与供应链公司及芯片原厂的合作关系稳定，芯片供应对公司业务未产生重大不利影响。

报告期内，公司采购的元器件、光模块国内采购的金额占比分别超过 30%和 90%，不存在进口依赖。

截至目前，海外疫情使得进口核心原材料的采购周期有所延长，公司针对性进行提前备货，海外疫情和贸易摩擦未对公司生产经营产生重大不利影响。但如果未来贸易摩擦和海外疫情进一步加剧，使得国际经济贸易形势出现重大不利变化，公司将面临核心原材料供应不足的风险，可能对公司生产经营产生不利影响。针对上述风险，公司已采取相关措施，具体包括：1）在产品立项阶段，从芯片的设计工艺、晶圆的产地和封测工艺等环节，评估芯片供应的稳定性，优先选择供应稳定性强的芯片；2）适当加大核心原材料库存，以使客户的重要业务运行不受供应波动的相关影响；3）与芯片厂商签署协议，优先保障其对公司的产品交付。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“四、部分芯片依赖进口的风险”中披露了芯片采购的相关风险。

三、结合期后业绩情况，量化分析并披露 2021 年主要原材料价格变动对发行人业绩的影响，相关风险提示是否充分

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、（一）2、主要产品及原材料价格变动情况”中补充披露：

(2) 原材料

.....

5) 2021 年 1-6 月主要原材料价格变化及对发行人业绩的影响

2021 年 1-6 月，公司主要原材料平均采购价格与 2020 年相比均有一定程度的下降，具体对比情况如下：

单位：元/pcs

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	变动幅度
芯片	60.08	67.04	-10.38%
元器件-存储器	17.02	22.67	-24.92%
元器件-接插件	7.83	8.81	-11.12%
元器件-散热器	18.92	21.91	-13.65%
光模块	119.93	129.09	-7.10%
电路板	107.51	112.78	-4.67%
电源模块	13.34	14.12	-5.52%
结构件	2.17	2.73	-20.51%

整体上看，2021 年 1-6 月，公司主要原材料平均采购价格下降的主要原因系：

①对于部分采购金额相对较大的主要原材料型号，公司一般先与供应商就该等原材料的采购价格进行商议，采购价格往往参照当时的市场行情由双方协商确定，且在后续一段时间内保持稳定。采购价格确定之后，公司根据相关产品生产计划、原材料的库存水平等情况按需执行采购，因此原材料实际入库的时点与采购价格确定的时点之间往往间隔一段时间。为积极应对新冠疫情与贸易摩擦可能对 2021 年原材料价格波动产生的潜在影响，公司早在 2020 年底之前与供应商商议确定了部分计划在 2021 年完成采购入库的原材料价格。受计划采购规模较大等因素的影响，双方针对 2021 年拟采购入库的原材料所商议的价格与此前相比有一定幅度的下降。2021 年 1-6 月，公司按照实际需求以前述双方商议的价格实际执行采购入库，使得平均采购价格与 2020 年相比有所下降。

②受产品销售结构和销售趋势预判的变化、产品生产模式切换等因素的影响，公司原材料采购结构有一定变化，导致价格相对较低的原材料型号采购金

额占比有所提升，拉低了平均采购价格。公司在 SMB 中小企业市场等领域不断积累、持续开拓市场，销售规模快速提升。2021 年 1-6 月，公司 SMB 产品销售收入同比增速为 143.33%，并仍将保持快速增长态势。基于上述情况，公司相应调整原材料采购结构，SMB 产品所使用的原材料型号采购占比有所提升，且该等产品所使用的原材料单价相对较低。此外，对于部分数据中心交换机及园区网交换机产品，由于其产品成熟度不断提升，生产方式由纯代工方式切换为代工代采方式。该等产品所使用的部分原材料的采购单价相对较高，代工代采模式下，一般由代工厂商负责原材料的直接采购，生产模式的切换使得公司采购该等产品所使用的原材料的规模有所下降。上述原材料采购结构的变化使得平均采购价格有所下降。

原材料细分类别中，价格下降幅度超过 10%的包括芯片、元器件（主要包含存储器、接插件和散热器）和结构件，上述细分类别的价格变动情况具体如下：

①芯片

2021 年 1-6 月，公司芯片平均采购价格与 2020 年相比有所下降，主要原因系：

I、受前述采购定价模式影响，部分芯片采购价格由公司及其供应商在 2020 年底之前商议确定，且采购价格与此前相比有一定幅度的下降。从具体型号来看，2020 年采购金额排名前十大的芯片料号合计占比为 61.27%，普遍价格呈下降趋势，其中仅第一名与第六名料号（合计占比为 23.74%）2021 年 1-6 月的平均采购价格与 2020 年相比有所上升。

II、对于部分采购价格相对较高的园区与城域网交换机所使用的主芯片，公司已于 2020 年进行备货，2021 年 1-6 月采购量较低，亦使得芯片平均采购价格有所下降。

②元器件（主要包含存储器、接插件和散热器）

2021 年 1-6 月，公司存储器、接插件和散热器的平均采购价格与 2020 年相比均有所下降，主要系前述采购定价模式影响所致。采购金额占比相对较高的主要原材料型号的采购价格大多由公司与供应商在 2020 年底之前商议确

定，且采购价格与此前相比有一定幅度的下降。从具体型号来看，2020 年采购金额排名前十大的接插件料号合计占比为 35.57%，前十大散热器料号合计占比为 55.50%，上述原材料 2021 年 1-6 月的平均采购价格与 2020 年相比均有所下降；2020 年采购金额排名前十大的存储器料号合计占比为 52.24%，普遍价格呈下降趋势，其中仅第九名料号（采购金额占比为 2.64%）2021 年 1-6 月的采购价格与 2020 年相比有所上升。

③结构件

2021 年 1-6 月，公司结构件平均采购价格与 2020 年相比有所下降，主要原因系：

I、公司 SMB 产品销售收入持续快速提升，且仍将保持快速增长态势。基于上述情况，公司加大 SMB 产品所使用的结构件采购规模。同时，对于部分数据中心交换机及园区网交换机产品，由于其产品成熟度不断提升，生产方式由纯代工方式切换为代工代采方式。该等产品所使用的机箱、插箱、挡板等结构件的采购单价相对较高，代工代采模式下，一般由代工厂商负责原材料的直接采购，生产模式的切换使得公司采购该等产品所使用的原材料的规模有所下降。上述原材料采购结构的变化使得结构件的平均采购价格有所下降。

II、为降低生产成本，公司与供应商协商调整了部分插箱及挡板生产工艺，由之前的切割式生产改为开模后批量进行生产，生产规模提升使得该等结构件生产成本及采购单价有所下降。

III、针对部分单价较高的数据中心交换机所使用的机箱等结构件，公司对其进行结构和材料上的优化，降低其生产成本及采购价格，进一步使得结构件的平均采购价格有所下降。

2021 年开始，特别是第二季度以来，受市场供需等因素的影响，公司所用部分主芯片、元器件及结构件等原材料市场价格开始出现一定上涨趋势。基于上述市场形势变化，公司与各类原材料主要供应商重新进行议价，确定向其采购的价格调整幅度和生效时间，各类原材料涨价生效时间均集中于 2021 年下半年。预计在 2021 年下半年，随着公司与各类原材料供应商的调价协议逐渐生效，公司所采购部分原材料的价格将呈现不同程度上涨。以采购占比较高

的主芯片为例，2021 年下半年价格上涨情况具体如下：

类型	主要涨价幅度
数据中心交换机用部分主芯片	5%-20%
园区与城域网交换机用部分主芯片	5%-20%
SMB 交换机用部分主芯片	15%-20%
无线产品用部分主芯片	10%-15%

同时，针对芯片、元器件、结构件等原材料近期价格上涨的趋势，公司合理调高了对应部分产品的销售价格，该部分产品价格平均上涨幅度主要在 5%-25%左右，预计未来原材料价格波动对公司的业绩影响相对有限。但如果后续原材料价格继续保持上涨，且公司未能采取有效措施降低成本或相应提高产品售价，公司业绩将受到不利影响。

针对上述情况，公司在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、（七）原材料价格上涨的风险”中补充披露如下：

公司主要原材料包括芯片、元器件、光模块、电路板、电源模块、结构件等。报告期各期，公司原材料采购的金额较大，分别为 111,545.68 万元、155,002.73 万元和 250,368.60 万元，占公司采购总额比例分别为 45.65%、50.81%和 50.79%。报告期内，随着公司业务规模快速发展，原材料采购规模不断提升，公司议价能力不断增强；同时，公司亦在通过优化原材料结构和材料设计等措施降低原材料采购成本，以提高公司产品盈利能力。2021 年第二季度以来，受市场供需因素的影响，公司主要原材料市场价格开始出现上涨。基于上述市场形势变化，公司与主要原材料供应商重新进行议价，调价协议生效时间主要集中在 2021 年下半年，预计公司所采购主要原材料价格将出现不同程度上涨。为应对原材料的价格上涨趋势，公司合理调高了部分对应产品的销售价格，该部分产品价格平均上涨幅度主要在 5%-25%左右，预计未来原材料价格波动对公司的业绩影响相对有限。但如果后续原材料价格继续保持上涨，且公司未能采取有效措施降低成本或相应提高产品售价，公司业绩将受到不利影响。

4.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、访谈发行人数据中心接入交换机采购相关人员，并获取发行人数据中心接入交换机各期采购单价构成明细，了解报告期内采购成本下降的主要原因及合理性。

2、访谈了发行人采购负责人，了解发行人核心原材料进口依赖的程度，芯片供应的稳定性，以及贸易摩擦和海外疫情对发行人原材料供应稳定性的影响程度。

3、获取发行人 2021 年 1-6 月原材料平均采购价格；访谈发行人采购负责人及财务负责人，了解发行人 2021 年主要原材料平均采购价格变化及对发行人业绩影响，以及原材料采购价格变化趋势及对发行人业绩影响；获取发行人 2021 年 1-6 月原材料采购明细。访谈发行人销售负责人，了解发行人应对原材料涨价趋势采取的销售策略，分析核心原材料价格波动对于发行人未来业绩的影响。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，公司数据中心接入交换机采购价格持续下降，主要系公司针对型号一与型号二两种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，采购成本下降原因合理。

2、公司的核心原材料主要包括芯片、元器件、光模块等，除核心交换机芯片主要依赖进口之外，元器件、光模块和其他芯片不存在进口依赖。报告期内，公司所用芯片供应稳定，贸易摩擦和海外疫情未对公司生产经营产生重大不利影响。若未来贸易摩擦和海外疫情进一步加剧，使得国际经济贸易形势出现重大不利变化，公司将面临核心原材料供应不足的风险，可能对公司生产经营产生不利影响。针对上述风险，公司已采取相关措施。

3、2021 年 1-6 月，公司主要原材料平均采购价格与 2020 年相比均有一定程度的下降，主要受原材料采购定价模式及原材料采购结构的影响所致。2021

年二季度以来，发行人部分原材料价格开始出现一定上涨趋势，如后续原材料价格继续保持上涨，且发行人未能采取有效措施降低成本或相应提高产品售价，公司业绩将受到不利影响。针对上述情况，发行人已补充提示原材料价格上涨的风险。

问题 5：关于成本

申报文件及首轮问询回复显示：

对于同时采用纯代工模式和代工代采模式的部分产品，纯代工产品平均单位成本大于代工代采产品。

请发行人披露自主生产产品同类型产品与纯代工模式、代工代采模式单位成本的差异；分析纯代工产品平均单位成本大于代工代采产品的合理性，纯代工产品和代工代采产品的销售毛利率是否存在差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

5.1 发行人回复

（一）请发行人披露自主生产产品同类型产品与纯代工模式、代工代采模式单位成本的差异

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）2、生产模式”补充披露：

（4）自主生产模式与纯代工、代工代采模式下成本差异

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。2020 年，公司自主生产的产品型号相对较少，同时，由于数据中心交换机主要采用纯代工方式进行生产，因此自主生产产品仅个别型号与代工代采模式下生产产品存在重叠，且重叠型号生产数量较少，单位成本不具备可比性。

2020 年 10-12 月，公司自主生产模式和纯代工模式下主要产品的单位成本差异情况如下表所示：

单位：元/台

产品名称	2020 年 10-12 月		
	自主生产	纯代工	差异率
产品四	36,515.74	37,940.33	-3.75%
产品五	10,875.88	11,330.64	-4.01%
产品六	9,671.67	9,989.87	-3.19%

注：差异率=（自主生产单位成本-纯代工单位成本）/自主生产单位成本。

自主生产模式下产品单位成本包括原材料、人工及制造费用，纯代工模式下产品单位成本包括原材料以及代工服务费，代工服务费的定价包括受托加工企业的人工费用、制造费用以及合理的加工利润，故通常情况下自主生产的单位成本低于纯代工的单位成本，具有合理性。

(二) 分析纯代工产品平均单位成本大于代工代采产品的合理性，纯代工产品和代工代采产品的销售毛利率是否存在差异

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、(四)2、生产模式”补充披露：

(3) 纯代工模式与代工代采模式下成本差异

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，仅有少数型号产品同时采用上述两种生产模式。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。

报告期内，对于产品一及产品三，纯代工模式和代工代采模式下采购量均较高，采购成本较为接近，不存在较大差异。对于产品二，纯代工模式平均单位成本高于代工代采模式，主要原因为生产线切换产品型号时需更换相关辅助装置并对装置进行相应的设置调整，且相关费用通常摊销至产品采购价格中，由于该型号产品纯代工模式采购量较低，单位产品的摊销金额较大。

公司纯代工模式和代工代采模式生产的产品在入库后按照产品型号进行统一管理及销售，后续不再根据采购来源差异进行区分。如向同一客户销售同一笔订单发货产品同时包含纯代工模式和代工代采模式产品，则两种模式产品销售价格相同。由于对于同一型号产品，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，对应毛利率不存在较大差异。

5.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、访谈发行人生产负责人，了解发行人各生产模式下生产的产品类型，以及与纯代工模式和代工代采模式下产品生产的成本差异。

2、访谈发行人采购负责人，了解部分同时采用纯代工与代工代采模式生产的产品，纯代工模式平均单位成本高于代工代采模式的原因，及两种模式生产的产品后续入库及销售情况。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，自主生产产品仅个别型号与代工代采模式下生产产品存在重叠，且重叠型号生产数量较少，单位成本不具备可比性；对于同时采用自主生产和纯代工模式生产的产品，由于纯代工模式下代工服务费的定价包括受托加工企业的人工费用、制造费用以及合理的加工利润，故通常情况下自主生产的单位成本低于纯代工的单位成本，具有合理性。

2、报告期内，对于产品二，纯代工模式平均单位成本高于代工代采模式，主要原因为生产线切换产品型号相关费用通常摊销至产品采购价格中，由于该型号产品纯代工模式采购量较低，单位产品的摊销金额较大。报告期内，对于同时采用纯代工模式和代工代采模式生产的产品，两种模式生产产品毛利率不存在较大差异。

问题 6：关于毛利率

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人网络设备直销毛利率分别为 47.07%、30.55%和 29.15%，渠道销售毛利率分别为 44.19%、47.91%和 46.58%，而同一型号产品直销价格大于渠道销售价格。

（2）报告期内，发行人数据中心交换机毛利率分别为 35.57%、30.17%和 28.05%，呈下降趋势主要系毛利率相对较低的产品销售占比有所提升。

（3）报告期内，发行人 SMB 安全网关毛利率分别为 57.96%、54.74%和 30.05%，主要系 EW 系列产品销售收入占比迅速上升。

（4）报告期内，发行人网络安全产品和云桌面毛利率均低于同行业可比公司。

请发行人：

（1）量化分析并披露网络设备直销毛利率 2019 年和 2020 年大幅低于渠道销售毛利率的合理性。

（2）量化分析并披露报告期内数据中心交换机毛利率下降的原因。

（3）量化分析并披露 SMB 安全网关毛利率大幅下降的原因；结合期后毛利率，分析并披露 SMB 安全网关毛利率是否存在进一步下滑的风险。

（4）分析并披露发行人网络安全产品、云桌面与可比公司是否存在直接竞争关系，发行人是否存在产品大幅降价刺激销售的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

6.1 发行人回复

一、量化分析并披露网络设备直销毛利率 2019 年和 2020 年大幅低于渠道销售毛利率的合理性

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、（四）1、销售模式”中补充披露：

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。不同类型的网络设备按照直销和渠道划分的毛利率对比情况如下：

产品类型	细分产品类型	2020 年				2019 年			
		直销		渠道		直销		渠道	
		收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
交换机	数据中心交换机	80.15%	26.24%	18.47%	32.88%	72.89%	25.89%	12.88%	37.23%
	园区与城域网交换机	12.19%	41.61%	31.71%	57.93%	14.51%	48.88%	41.30%	57.14%
	SMB 交换机	-	-	17.03%	27.80%	-	-	11.56%	24.76%
无线产品	放装型无线接入点	2.72%	31.82%	8.15%	55.43%	2.76%	46.75%	9.64%	54.71%
	场景化部署无线接入点	2.48%	31.12%	6.37%	41.13%	4.56%	26.79%	8.08%	41.78%
	SMB 无线接入点	-	-	10.23%	29.17%	-	-	6.80%	28.83%
路由器	-	1.76%	58.28%	4.74%	53.93%	4.34%	36.77%	4.97%	54.52%

注：对于销售收入占比较低的部分细分产品类别，由于受到单个客户、各别产品型号等差异的影响，毛利率不具备可比性，且对整体毛利率趋势的影响较小，此处未做列示

由上表可见，数据中心交换机、园区与城域网交换机、放装型无线接入点及场景化部署无线接入点的直销销售毛利率均低于渠道销售毛利率，主要系直销和渠道销售的客户类型不同引致的议价能力差异所致。根据公司采用的销售政策，直销模式主要针对销售金额较大、需求集中的大型客户，如大型互联网企业、运营商客户等。该类客户下单规模相对较大，在同类别产品的采购中可能获得一定的价格优惠，以致直销的毛利率水平低于渠道销售。需求集中、单个客户采购规模较大在数据中心交换机的销售过程中体现得尤为明显，因此其直销模式下的毛利率处于公司网络设备中的较低水平。直销模式下，毛利率相对较低的数据中心交换机收入占比较高，2019 年及 2020 年分别为 72.89%和 80.15%，而同类产品在渠道销售模式下的占比仅为 12.88%和 18.47%，使得直销模式的毛利率低于渠道销售模式。

路由器产品 2019 年直销销售毛利率水平低于渠道销售，且低于 2020 年直销销售毛利率，主要系 2019 年运营商客户大规模采购，对应销售收入毛利率水平较低所致。

二、量化分析并披露报告期内数据中心交换机毛利率下降的原因

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）3、分产品毛利构成及毛利率情况”中补充披露：

2018 年至 2020 年及 2021 年 1-3 月，公司数据中心交换机按照细分品类划分的销售收入占比及毛利率情况如下所示：

细分产品品类	2021 年 1-3 月		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	收入占比	毛利率
数据中心核心交换机	38.42%	28.37%	38.54%	21.32%	39.17%	19.53%	34.82%	40.85%
数据中心接入交换机	39.14%	30.42%	44.41%	29.79%	44.18%	37.58%	45.09%	25.70%
其他	22.44%	39.05%	17.04%	38.75%	16.65%	35.56%	20.09%	48.58%
合计	100%	31.57%	100%	28.05%	100%	30.17%	100%	35.57%

由上表可见，报告期内数据中心交换机的细分产品结构较为稳定，其中数据中心核心交换机和数据中心接入交换机的合计收入占比较高，维持在 80%左右，上述两类细分产品的毛利率波动是影响数据中心交换机整体毛利率变动的主要原因，具体情况如下：

2019 年，数据中心核心交换机毛利率下降的影响大于数据中心接入交换机毛利率上升的影响，使得数据中心交换机整体毛利率有所下降。从细分品类来看，公司数据中心核心交换机产品毛利率由 2018 年的 40.85%下降至 19.53%，主要原因系当年该类型产品在定价时考虑对部分新增销售规模较大的客户进行了较大的价格优惠，对毛利率水平造成了一定的影响；数据中心接入交换机由 2018 年的 25.70%上升至 37.58%，主要原因系销售收入占比较高的系列产品所使用的电路板和接插件优化，同时存储器采购价格下降，因此成本有所下降，而客户结构和销售价格整体保持稳定，导致毛利率有所上升。

2020 年，数据中心核心交换机毛利率略有上升，但数据中心接入交换机毛利率有所下降，使得数据中心交换机整体毛利率有所下降。随着数据中心 25G 接入交换机产品客户群体进一步拓展，实现更大规模销售，2020 年该品类产品的销售收入同比增长 141.74%，其销售单价有一定程度下降，使得数据中心接入交换机的毛利率由 2019 年的 37.58%下降至 29.79%。

2021 年 1-3 月，公司数据中心核心交换机毛利率从 2020 年的 21.32%增长至 28.37%，使得数据中心交换机整体毛利率水平有所回升。一方面，毛利率相对较高的 100G 数据中心核心交换机及配套模块销售收入占比较 2020 年有所增加；另一方面，部分产品型号的客户结构变化也在一定程度上导致毛利率的提升。

综上，公司数据中心交换机产品毛利率水平受到行业客户结构、产品结构及成熟度、原材料成本波动等多种内外部因素的综合影响，未来变动趋势在一定程度上具有不可预见性。关于公司毛利率水平进一步下降的风险详见招股说明书“重大事项提示”之“五、毛利率下降及业绩下滑的风险”。

三、量化分析并披露 SMB 安全网关毛利率大幅下降的原因；结合期后毛利率，分析并披露 SMB 安全网关毛利率是否存在进一步下滑的风险

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）3、分产品毛利构成及毛利率情况”中补充披露：

2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-3 月，公司 SMB 安全网关产品中的 EW 系列收入占比及毛利率情况如下所示：

产品系列	2021 年 1-3 月		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	收入占比	毛利率
EW 系列	50.86%	2.12%	33.13%	-0.30%	0.78%	-6.92%	-	-
其他	49.14%	34.95%	66.87%	45.09%	99.22%	55.22%	100.00%	57.96%
合计	100.00%	18.25%	100.00%	30.05%	100.00%	54.74%	100.00%	57.96%

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。除 EW 系列之外，其他 SMB 安全网关产品的毛利率在 2018-2019 年保持稳定，2020 年起毛利率有所下降，主要原因系 EG 系列中毛利率较高的 EG2000F、EG2100-P、EG3000 等

型号产品销量占比有所下降。公司 2020 年 1-6 月安全网关毛利率下降主要系产品结构变化所致，与行业趋势无直接关系。

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、（二）综合毛利率”中补充披露：

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 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，如果毛利率相对较低的产品收入占比进一步提升，公司将面临 SMB 安全网关产品平均毛利率水平进一步下降的风险。

四、分析并披露发行人网络安全产品、云桌面与可比公司是否存在直接竞争关系，发行人是否存在产品大幅降价刺激销售的情形

1、网络安全产品、云桌面与可比公司是否存在直接竞争关系

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（三）4、同行业可比上市公司毛利率比较”中补充披露：

公司网络安全产品包括硬件安全产品和软件安全产品，可比公司主要为启明星辰、奇安信、天融信等。公司网络安全产品与启明星辰、奇安信、天融信存在直接竞争关系。

.....

公司云桌面解决方案产品的可比公司主要为深信服等，公司与深信服存在直接竞争关系。

2、发行人是否存在产品大幅降价刺激销售的情形

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、（一）2、报告期内主要产品销售价格变动情况”中补充披露：

报告期内，公司网络安全产品中 SMB 安全网关类产品向小微企业市场拓展。为提高公司在相关市场的品牌知名度和市场占有率，公司推出了性价比较高的 EW 系列产品并进行了市场推广。该系列产品主要针对小微企业、商户及别墅无线上网等应用场景，产品定价本身相对较低。推出该系列产品系出于市

场和产品策略的考虑，非大幅降价以刺激销售。

报告期内，公司安全网关主要产品系列平均单价具体情况如下：

产品系列	平均单价（元）		
	2020 年	2019 年	2018 年
EW 系列	114.68	115.56	-
中小场景网关 EG 系列	246.85	240.25	209.37
行业网关 EG 系列	3,680.84	1,810.86	4,342.00
NBR 系列	1,062.11	1,057.42	1,156.76

注 1：上表仅列示公司安全网关产品系列中销售规模较大的代表性产品系列，其它产品系列因数目较多且销售规模较小未进行逐个列示；

注 2：行业网关 EG 系列 2019 年平均单价较低主要系受到个别大规模订单项目中标价相对较低的影响。

除 SMB 安全网关外，报告期内公司其他网络安全产品亦不存在通过大幅降价刺激销售的行为。

.....

报告期内，公司云桌面解决方案不存在通过大幅降价刺激销售的行为。

6.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、获取报告期内发行人收入及成本明细数据，分析各类型产品的毛利率在不同销售模式下的差异以及各期变动的原因。

2、访谈发行人销售部门及财务部门负责人，了解各类型产品的毛利率在不同销售模式下的差异以及各期变动的原因，并与数据分析结果进行比对。

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，与发行人进行比较，分析其差异情况及合理性。

4、访谈发行人安全网关、云桌面业务相关负责人，了解发行人产品与可比公司的竞争情况、报告期内销售策略及价格变动情况，并查阅可比公司公开资料进行复核。

5、获取发行人安全网关、云桌面业务主要产品各期销售价格，分析是否存在产品大幅降价的情况。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、网络设备中，数据中心交换机、园区与城域网交换机、放装型无线接入点及场景化部署无线接入点的直销销售毛利率均低于渠道销售毛利率，主要系直销和渠道销售的客户类型不同引致的议价能力差异所致。直销模式下，毛利率相对较低的数据中心交换机销售占比较高，使得网络设备直销模式的毛利率水平低于渠道销售。

2、报告期内，数据中心核心交换机和数据中心接入交换机的合计收入占数据中心交换机整体收入的比例较高。2019年，数据中心核心交换机毛利率下降的影响大于数据中心接入交换机毛利率上升的影响，使得数据中心交换机整体毛利率有所下降。2020年，数据中心核心交换机毛利率略有上升，但数据中心接入交换机毛利率有所下降，使得数据中心交换机整体毛利率有所下降。

3、SMB安全网关毛利率大幅下降，主要系毛利水平较低的EW系列产品销售收入占比迅速上升所致；未来，如果毛利率相对较低的产品收入占比进一步提升，发行人将面临SMB安全网关产品平均毛利率水平进一步下降的风险。

4、发行人网络安全产品、云桌面与可比公司存在直接竞争关系。报告期内，发行人不存在网络安全产品或云桌面产品大幅降价刺激销售的情形。

问题 7：关于存货

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期末，发行人库存商品余额分别为 41,415.99 万元、33,978.95 万元和 86,363.66 万元，订单覆盖率分别为 5.08%、9.14%和 4.86%。

（2）发行人网络设备和网络安全产品生产周期通常为 15-30 天，截至 2021 年 4 月 30 日，2020 年末库存商品期后发货比例为 65.93%；截至 2021 年 4 月 30 日，2020 年末发出商品期后确认收入比例为 63.49%。

（3）保荐人、申报会计师对公司 2020 年 12 月 31 日存货余额的监盘比例为 47.72%。

请发行人：

（1）量化分析并披露库存商品余额 2020 年末大幅增长的原因，库存商品订单覆盖率较低且 2020 年末下降的原因。

（2）结合生产备货周期，分析并披露截至 2021 年 4 月 30 日，库存商品期后发货比例较低的合理性；结合设备安装调试时间，分析截至 2021 年 4 月 30 日，2020 年末发出商品期后确认收入比例较低的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明存货监盘比例较低的原因，对未监盘存货实施的替代程序，相关程序是否足以支持核查结论。

回复：

7.1 发行人回复

一、量化分析并披露库存商品余额 2020 年末大幅增长的原因，库存商品订单覆盖率较低且 2020 年末下降的原因

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、（一）7、存货”中补充披露：

（1）存货构成及变动分析

.....

2) 库存商品构成及变动情况分析

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所延长，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。

2020 年末，公司主要产品库存商品余额变动以及与库存商品产品类别对应的 2021 年 1-3 月销售收入同比变化情况如下：

单位：万元

库存商品 产品类别	存货账面价值			与库存商品产品类别对应的销售收入		
	2020 年末	2019 年末	同比增长	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比增长
网络设备	70,577.07	26,280.89	168.55%	88,068.31	37,888.59	132.44%
网络安全产品	7,828.31	3,423.31	128.68%	12,275.65	3,540.18	246.75%
云桌面解决方案	6,980.29	3,145.44	121.92%	8,558.53	3,194.11	167.95%
其他	978.00	1,129.31	-13.40%	2,375.10	626.81	278.92%
合计	86,363.66	33,978.95	154.17%	111,277.60	45,249.69	145.92%

随着公司业务快速发展，公司销售规模持续提升，2021 年 1-3 月公司主要产品销售收入较 2020 年同期均有较大提升。2020 年下半年，公司基于对市场需求增长预测及业务发展规划，相应提前增加产品备货，存货规模有较大提升。

.....

③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。

对于部分园区与企业网交换机、无线接入点产品、SMB产品及云桌面解决方案等，客户需求较为广泛，销售频率较高且交货周期通常相对较短，公司亦准备一定的安全库存用于后续接收订单后直接销售。

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%

2020年末，公司库存商品订单覆盖率较2019年末有所下降，主要系2020年末公司库存商品余额增长较高所致。除已有在手订单的部分之外，公司有明确销售需求覆盖的库存商品还包括无订单但已有框架协议或已中标的部分。报告期各期，公司有明确销售需求覆盖的库存商品占比持续提升，分别为13.79%、15.02%和18.01%。

二、结合生产备货周期，分析并披露截至2021年4月30日，库存商品期后发货比例较低的合理性；结合设备安装调试时间，分析截至2021年4月30日，2020年末发出商品期后确认收入比例较低的合理性

（一）结合生产备货周期，分析并披露截至2021年4月30日，库存商品期后发货比例较低的合理性；

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、（一）7、存货”中补充披露：

（1）存货构成及变动分析

.....

2) 库存商品构成及变动情况分析

④期后发货及收入确认情况

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%

截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年末库存商品已发货部分占比为 65.93%，剩余未发货部分主要为交换机与无线产品。对于该等产品，其核心原材料备货周期通常在 3 个月至 1 年左右，生产周期通常为 15-30 天；2020 年，受新冠疫情影响，核心原材料采购周期延长，同时部分品牌商基于原材料供应形势增加产品备货，代工厂产能相对紧张，生产排期提前预约时间有所延长。由于客户要求交付周期通常较短，为降低新冠疫情对生产影响，公司较往年进一步增加交换机、无线产品等主要产品备货。

2021 年，公司按照既定预测需求进行发货，截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年末库存商品发货比例属于正常范围。截至 2021 年 6 月 30 日，公司 2020 年末库存商品已发货部分占比已达 88.62%。

（二）结合设备安装调试时间，分析截至 2021 年 4 月 30 日，2020 年末发出商品期后确认收入比例较低的合理性

2020 年末，公司发出商品对应主要客户为中国移动、中国电信与国铁吉讯科技有限公司。上述客户采购公司产品主要用于自身信息系统建设，并通常在信息系统建设完成后统一对各系统构成设备进行验收并出具验收单，因此公司向上述客户发出商品通常还需 2-12 个月完成验收，时间较长。上述因素使得截至 2021 年 4 月 30 日，2020 年末发出商品期后确认收入比例较低。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司 2020 年末发出商品期后确认收入比例已达 87.87%。

三、说明存货监盘比例较低的原因，对未监盘存货实施的替代程序，相关程序是否足以支持核查结论

（一）存货监盘比例较低的原因

2020 年末，公司存货监盘比例较低，主要原因系库存商品监盘比例较低。公司库存商品类别较多，各类别亦包含多种型号产品，其中 SMB 交换机、无线产品、安全网关等单个产品平均单价较低、数量较多，盘点难度较大。此外，公司库存商品分层叠放在仓库货架上，需要仓管员使用叉车到高处进行盘点，相对于原材料等存货的盘点而言需要耗费更多的时间。为保证年终存货盘点的准确性，公司、保荐人、申报会计师将期末存货监盘时点安排在资产负债表日结账之后，并要求仓库停止收发料，全力配合监盘存货。为避免仓库停止收发料时间过长对公司经营造成较大影响，盘点持续时间在客观上受到一定的限制。因此，在期末进行存货监盘时，保荐人、申报会计师选取期末单价较高、库存金额较大的库存商品进行重点监盘，并对未监盘的存货实施充分的替代程序。

（二）对未监盘存货实施的替代程序，相关程序是否足以支持核查结论

截至 2020 年 12 月 31 日，公司期末存货账面余额为 155,794.14 万元。保荐人、申报会计师对期末存货主要执行了函证、监盘等实质性核查程序，并针对未执行实质性核查程序的存货实施了替代程序，具体情况如下：

1、函证、监盘等实质性核查程序

执行函证、监盘等实质性核查程序的存货金额合计 85,142.99 万元，占期末存货账面金额的比例合计共 54.65%。其中：

（1）函证：对于期末委托加工物资和发出商品，执行函证程序。回函及替代程序确认金额合计 20,648.40 万元，占期末存货账面金额的比例为 13.25%。

（2）监盘：对于期末存货剔除执行函证程序之外的部分，执行监盘程序。监盘存货金额 64,494.59 万元，占剔除执行函证程序之外的期末存货金额的比例为 47.72%，占期末存货账面金额的比例为 41.40%。

2、替代程序

对于未执行实质性核查程序的存货，保荐人、申报会计师主要执行了以下替代程序：

（1）了解公司存货盘点管理制度及相关的内部控制制度，实施控制测试确定存货盘点制度和内部控制的有效性。

（2）获取公司年终盘点计划、存货盘点表等，并将盘点结果与期末账面存货库存核对，存货账实相符。

（3）对存货的出入库情况进行检查，对存货采购从账面追查至入库单、采购发票、采购合同等支持性文件；对存货出库从账面追查至发货单、销售发票、物流签收单、销售合同等支持性文件，以确定资产负债表日账面数据准确。

（4）对存货实施出入库截止性测试，对资产负债表日前后的存货入库单和出库单等进行双向核对，检查是否存在跨期情况。

（5）对未监盘的存货获取期后存货收发存报表，核查期后领用、销售等出库情况。核查存货金额 48,610.34 万元，占期末存货账面金额的比例为 31.20%。

上述替代程序足以支持核查结论。

7.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、访谈发行人采购负责人，了解发行人主要产品生产周期、备货政策，以及 2020 年末存货大幅增长的原因；获取发行人 2021 年 1-3 月销售收入明细，2020 年末库存商品 2021 年 1-6 月发货及收入确认明细，以及 2020 年末发出商品 2021 年 1-6 月收入确认明细。

2、访谈发行人销售负责人，了解中国移动、国铁吉讯及中国电信等客户采购公司产品验收周期。

3、对期末委托加工物资和发出商品，执行函证程序。

4、对于期末存货剔除执行函证程序之外的部分，执行监盘程序，具体如

下:

(1) 了解发行人存货盘点管理制度及相关的内部控制制度,实施控制测试确定存货盘点制度和内部控制的有效性。

(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,向发行人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) 在发行人存货盘点结束前,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;获取发行人存货盘点表,并对存货盘点表进行复核,形成存货监盘小结。

5、对于未执行实质性核查程序的存货,执行了替代程序,具体情况请详见本题“7.1 发行人回复”之“三、(二)2、替代程序”。

二、核查意见

经核查,保荐人、申报会计师认为:

1、2020 年末,公司库存商品余额有较大幅增长,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所延长,同时部分品牌商基于原材料供应形势增加产品备货,代工厂商产能相对紧张,生产排期提前预约时间有所延长,为降低新冠疫情影响,公司进一步增加产品备货。

公司库存商品订单覆盖率较低,主要原因系公司通常在客户发出实际订单前即准备一定安全库存,用于后续产品的及时交付。2020 年末,库存商品订单覆盖率有所下降,主要原因为 2020 年末库存商品余额增长较高所致。考虑到库存商品中无订单但已有框架协议或已中标部分,报告期各期末公司有明确销售需求覆盖的库存商品占比持续提升,分别为 13.79%、15.02%和 18.01%。

2、截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年末库存商品仍有部分产品未发货，主要原因为受新冠疫情影响，核心原材料采购周期及代工厂商生产排期提前预约时间均有所延长，公司进一步增加产品备货所致。截至 2021 年 4 月 30 日，公司 2020 年末库存商品发货比例属于正常范围。截至 2021 年 6 月 30 日，公司 2020 年末库存商品已发货部分占比已达 88.62%。截至 2021 年 4 月 30 日，公司发出商品期后确认收入比例较低，主要系发出商品对应的主要客户验收周期较长所致。截至 2021 年 6 月 30 日，公司 2020 年末发出商品期后确认收入比例已达 87.87%。

3、2020 年末，公司存货监盘比例较低，主要原因系库存商品监盘比例较低。对于未执行函证、监盘等实质性核查程序的存货，保荐人、申报会计师已实施替代程序，足以支持核查结论。

问题 8：关于应收账款

申报文件及首轮问询回复显示：

报告期各期末，保荐人和申报会计师对应收账款发函比例分别为 74.84%、82.80%和 75.68%，客户回函占发函金额比例分别为 64.62%、77.34%和 77.73%。

请保荐人、申报会计师说明回函比例较低的原因，按客户类型的分类函证情况，对未回函客户执行的替代程序。

回复：

8.1 保荐人、申报会计师说明

一、回函比例较低的原因

按照销售模式划分，发行人客户可分为直销客户和渠道商。其中直销客户的回函比例相对较低，使得报告期内应收账款函证的整体回函比例较低。未回函的直销客户主要包括大型运营商及金融企业，该等客户的行业地位高、公章管理严格，内部盖章流程审批较长且复杂，因此客户回函意愿不强。渠道商方面，报告期各期的回函比例分别为 100%、95.04%及 98.25%，维持在较高水平。对于报告期内未回函的客户，中介机构执行了充分的替代程序。

二、按客户类型的分类函证情况

报告期各期，按客户类型分类的应收账款函证情况如下：

客户分类	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销客户	期末应收账款余额①	66,006.80	40,622.18	30,411.90
	发函金额②	49,760.73	33,521.99	22,735.07
	发函比例③=②/①	75.39%	82.52%	74.76%
	回函金额④	37,697.58	24,285.70	13,904.83
	回函占发函金额比例 ⑤=④/②	75.76%	72.45%	61.16%
	替代测试金额⑥	12,063.15	9,236.29	8,830.24
	合计可确认比例 ⑦=（④+⑥）/②	100.00%	100.00%	100.00%
渠道商	期末应收账款余额①	6,069.27	11,061.35	2,936.04
	发函金额②	4,788.98	9,272.07	2,222.94
	发函比例③=②/①	78.91%	83.82%	75.71%

客户分类	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	回函金额④	4,705.13	8,812.59	2,222.91
	回函占发函金额比例 ⑤=④/②	98.25%	95.04%	100.00%
	替代测试金额⑥	83.85	459.48	0.03
	合计可确认比例 ⑦= (④+⑥) /②	100.00%	100.00%	100.00%

三、对未回函客户执行的替代程序

针对未回函客户，保荐机构及申报会计师主要执行了以下替代程序：

1、结合客户的信用账期，检查期后回款情况，确定回款记录的及时性、回款单位是否与客户一致、回款金额与合同或者订单约定是否一致。

报告期各期末，发行人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	63,195.45	48,010.17	31,618.88
期后回款比例	87.68%	92.89%	94.82%

注：期后回款统计截止时间为 2021 年 6 月 30 日。

2、检查相关的销售合同和订单、出库单、运输单、客户验收或签收单、销售发票、出口报关单（如有）以及银行收款凭证等资料，确认收入的真实性、准确性。

3、对发行人客户进行实地走访或视频访谈，了解客户和发行人之间的合作模式、结算方式等，通过访谈确认发行人与客户业务和交易的真实性。

4、了解发行人与客户之间的验收、结算流程，并对具体业务环节中的关键控制点进行控制测试。

8.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

- 1、重新梳理函证回函，对梳理后的函证回函情况进行统计。
- 2、再次了解客户未回函的原因，并评估其合理性。
- 3、对未回函的客户，检查原执行替代程序获取审计证据的充分性、适当性。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人直销客户的回函比例相对较低，使得报告期内应收账款函证的整体回函比例较低。未回函的直销客户主要包括大型运营商及金融企业，该等客户的行业地位高、公章管理严格，内部盖章流程审批较长且复杂，因此客户回函意愿不强。

2、对于未回函的客户，已采取充分、适当的替代程序进行补充核查和确认。

问题 9：关于销售费用

申报文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人销售人员平均薪酬分别为 29.08 万元/人、36.71 万元/人和 35.79 万元/人，2020 年有所下降，主要系疫情影响，公司为员工承担的社保支出有所下降。

（2）报告期内，发行人市场推广费分别为 7,506.89 万元、8,552.65 万元和 7,363.27 万元，市场推广费的服务商数量较多。

（3）报告期各期，发行人差旅业务费占销售费用比分别为 16.95%、13.92% 和 11.71%，主要因为销售人员的人均销售金额有所提升、发行人提升了远程服务及客户自助服务占比。

（4）发行人主要通过外包给各地第三方服务商的形式实施售后服务，报告期内售后服务费分别为 8,428.85 万元、9,175.96 万元和 9,315.46 万元。

请发行人：

（1）量化分析并说明销售人员平均薪酬 2019 年大幅增长 26.23%而 2020 年小幅下降 2.51%的原因。

（2）说明市场推广费用是否真实发生、是否存在商业贿赂，市场推广活动的服务商与发行人及其关联人、发行人客户是否存在关联关系。

（3）量化分析并说明报告期内差旅业务费占销售费用比例持续下降的原因。

（4）披露售后服务外包的主要第三方服务商，与发行人及其关联人、发行人客户是否存在关联关系，交易价格是否公允，发行人与第三方服务商、客户之间是否发生过纠纷。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明是否存在关联方或第三方代发行人垫付成本费用情形。

请发行人律师对问题（2）、（4）发表明确意见。

回复：

9.1 发行人回复

一、量化分析并说明销售人员平均薪酬 2019 年大幅增长 26.23%而 2020 年小幅下降 2.51%的原因

公司销售人员平均薪酬主要包括基本薪酬、奖金、社保、公积金等组成部分。报告期各期，公司销售人员平均薪酬构成的情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
基本薪酬	20.80	20.44	19.32
奖金	10.93	10.41	4.95
社保	1.23	2.98	2.53
公积金	2.00	1.92	1.70
其他	0.83	0.96	0.59
合计	35.79	36.71	29.08

受 2018 年度公司绩效考核指标完成度较低的影响，当年的销售人员奖金相对较低。2019 年，公司绩效考核指标完成度较高，销售人员奖金有较大幅度提升，使得销售人员平均薪酬有较大幅度增长。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。

二、说明市场推广费用是否真实发生、是否存在商业贿赂，市场推广活动的服务商与发行人及其关联人、发行人客户是否存在关联关系

（一）市场推广费用真实发生

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。2018-2020 年，公司各年举办的线下活动场次超过 2,000 场，服务商数量较多，费用分布较为分散。广告宣传费指除线下市场活动费用外，公司还通过线上网络广告推广、媒体传播、制作印刷宣传材料或视频等方式面向目标市场进行品牌推广和宣传而发生的相关费用。

公司建立了完善的市场推广费用内部控制体系。从审批流程来看，市场和产品营销部门依据市场需求制定相应的营销推广计划及预算，并在营销管理系

统提交申请，依据公司《市场推广管理制度》规定，经审批后进行计划落地实施。若在计划实施过程中需要有外部服务商采购，则根据《锐捷网络采购招标管理制度》的要求进行服务商采购。待服务商及采购金额确认后，在系统中提交与服务商签订的合同，合同内容由公司法务部门审核签发。市场推广活动结束并经采购验收后，在营销费用管理系统中进行费用结算。结算规则需依据《费用核销手册》规定提交包括合同、发票、费用明细单据等相关证明文件。报告期内，上述内控制度得到了有效执行。

综上所述，报告期内公司市场推广费用具有真实的业务背景，系真实发生。

（二）不存在商业贿赂

公司凭借自身稳定的产品质量、对客户需求的快速响应能力和将技术与应用充分融合的创新优势，通过合法合规的市场营销活动、销售拓展、渠道覆盖等方式获取客户。公司在日常经营中积极采取各种措施防范商业贿赂行为，包括制定廉政制度、与渠道合作伙伴签署廉洁诚信协议等，上述措施均得到了良好的执行。报告期内，公司销售过程中不存在商业贿赂违法违规行为，不存在董事、监事、高级管理人员、销售人员因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形。

（三）市场推广活动的主要服务商与公司及公司关联人、公司客户之间的关系

报告期内，公司市场推广服务商与公司及公司关联人之间不存在关联关系。

公司的产品遍及网络建设中的各主要层级，广泛应用于局域网、城域网、广域网等各类型计算机网络中，承担网络通信及保障网络安全的重要作用。基于业务实际需要，部分市场推广服务商或其关联方出于自身网络运营或技术支持的需要，同时采购公司的产品，具有商业合理性。因此，公司少数市场推广服务商同时为公司的客户，或与公司主要客户之间存在关联关系。报告期各期，公司向该等服务商的采购金额占公司市场推广费的比例较小，且公司与市场推广服务商之间发生的合作均基于真实业务背景，不存在通过市场推广服务商与公司客户进行不正当利益输送的情形。公司主要市场推广服务商（指 2018-2020

年累计合作金额超过 10 万元）与公司主要客户之间的关联关系情况如下：

序号	市场推广服务商名称	服务内容	各期费用金额 (万元)		所涉客户名称	公司向相关客户销售的主要产品	各期销售金额 (万元)		市场推广服务商与公司主要客户之间的关系
1	阿里云计算有限公司	2018 杭州云栖大会参展展位费	2020 年	-	阿里巴巴	网络设备	2020 年	68,659.49	市场推广服务商及其关联公司同时为客户的客户
			2019 年	-			2019 年	25,040.35	
			2018 年	10.26			2018 年	6,696.58	
2	北京希艾欧管理技术有限公司	互联网等行业 CIO 论坛会议服务费	2020 年	12.26	北京杰云智信科技有限公司	网络设备、网络安全产品	2020 年	365.04	北京杰云智信科技有限公司持股 100%的股东李红军持有北京希艾欧管理技术有限公司 9.5644%股份
			2019 年	25.00			2019 年	437.04	
			2018 年	11.32			2018 年	751.85	

注 1：公司主要客户的合计收入在报告期各期均覆盖公司营业收入的 90%以上，下同。

注 2：上表中公司向相关客户的各期销售金额按同一控制下合并口径计算。

三、量化分析并说明报告期内差旅业务费占销售费用比例持续下降的原因

公司差旅业务费由差旅费及业务招待费构成。报告期各期，公司差旅业务费具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
差旅费	5,500.21	7,168.51	6,782.30
业务招待费	7,810.12	8,691.18	9,096.51
合计	13,310.33	15,859.70	15,878.81

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人员数量、营业收入不具备明显的线性关系。

2019 年，公司业务招待费金额同比小幅下降 4.46%，主要原因系：1）公司在销售过程中保持适度的业务招待水平，不断提升运营效率；2）公司直销销售收入及 SMB 经销收入合计金额快速提升，由 2018 年的 98,562.18 万元增长至 141,352.55 万元，同比提升 143.41%。上述模式销售过程中发生的业务招待费与收入规模相关性较低，在销售规模高速增长的同时相关的业务招待费基本保持稳定。差旅费方面，受整体业务规模增长、直销销售收入占比提升、远程服务占比增长等因素的综合影响，公司差旅费与 2018 年相比小幅提升 5.69%，但增幅小于营业收入增长率 21.89%及销售人员数量增长率 6.22%。整体上看，2019 年公司业务招待费小幅下降，差旅费则小幅增长，差旅业务费总体保持稳定。但当年销售人员的奖金同比有较大提升，使得 2019 年公司销售费用总额同比有所增长，致使 2019 年公司差旅业务费占销售费用的比例有所下降。

2020 年，受疫情影响，公司员工差旅和业务招待减少，使得差旅业务费占销售费用的比例进一步下降。

四、披露售后服务外包的主要第三方服务商，与发行人及其关联人、发行

人客户是否存在关联关系，交易价格是否公允，发行人与第三方服务商、客户之间是否发生过纠纷

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（四）1、销售费用”中补充披露：

报告期各期，公司前十大售后外包服务商情况具体如下：

1) 2020 年前十大服务商

服务商名称	采购金额（万元）	占售后服务费的比例
杭州弧聚科技有限公司	647.61	6.95%
北京虹信万达科技有限公司	570.33	6.12%
北京神州邦邦技术服务有限公司	492.57	5.29%
阳光雨露信息技术服务（北京）有限公司	329.58	3.54%
北京神州数码有限公司	313.63	3.37%
杭州速柏科技有限公司	311.84	3.35%
北京环网讯达通信工程有限公司	221.71	2.38%
福建海峡人力资源股份有限公司	215.90	2.32%
北京威达泰克信息技术有限公司	174.10	1.87%
湖南冠都信息技术有限公司	155.49	1.67%
合计	3,432.78	36.85%

2) 2019 年前十大服务商

服务商名称	采购金额（万元）	占售后服务费的比例
杭州弧聚科技有限公司	881.26	9.60%
武汉瑞兆优联网络科技有限公司	535.59	5.84%
苏柏科技有限公司	359.03	3.91%
北京滴水十方网络科技有限公司	320.52	3.49%
湖北政企通信息技术有限公司	263.04	2.87%
北京思普峻技术有限公司	255.40	2.78%
福建海峡人力资源股份有限公司	219.00	2.39%
北京虹信万达科技有限公司	200.33	2.18%
北京威达泰克信息技术有限公司	197.37	2.15%
西安速应网络科技有限公司	189.26	2.06%
合计	3,420.79	37.28%

3) 2018 年前十大服务商

服务商名称	采购金额（万元）	占售后服务费的比例
福建中锐网络股份有限公司	1,987.81	23.58%
苏柏科技有限公司	404.75	4.80%
福建弧聚网络科技有限公司	284.94	3.38%
北京明朝万达科技股份有限公司	283.34	3.36%
北京虹信万达科技有限公司	260.20	3.09%
西安速应网络科技有限公司	197.06	2.34%
福建海峡人力资源股份有限公司	182.04	2.16%
杭州弧聚科技有限公司	160.18	1.90%
上海泉瀚信息科技有限公司	143.32	1.70%
北京永诚华网络技术有限公司	143.28	1.70%
合计	4,046.93	48.01%

报告期内，公司售后外包服务商与公司及公司关联人之间不存在关联关系。

公司部分客户除销售公司产品之外，亦具备向用户提供相关售后服务的能力，因此公司在一些项目的实施过程中向该等具有售后服务能力的渠道客户采购售后外包服务，具有商业合理性。基于以上真实业务背景，公司部分售后外包服务商同时为公司的主要渠道客户，或与公司主要渠道客户之间存在关联关系。2018-2020 年累计采购金额超过 100 万元的售后外包服务商中，同时为公司主要客户的包括北京神州数码有限公司、北京威达泰克信息技术有限公司、成都泽顺科技有限责任公司、福建中锐网络股份有限公司、广州市宏方网络科技有限公司和上海南天电脑系统有限公司。其中，北京神州数码有限公司及其关联公司为公司的总代理商，报告期各期销售金额分别为 56,151.03 万元、75,420.70 万元及 60,285.13 万元，但公司向其采购的外包服务费金额远小于其贡献的销售收入，三年合计采购外包服务费金额占三年累计销售收入的比例仅为 0.16%。除北京神州数码有限公司之外，其他 2018-2020 年累计采购金额超过 100 万元的售后外包服务商各期贡献的收入金额合计占公司整体营业收入的比例较低，各期均在 1% 以下。公司不存在通过售后外包服务商与公司客户进行不正当利益输送的情形。

公司已建立《新服务商认证管理程序》，对售后外包服务商的选聘流程予

以规范。发行人服务运营中心根据业务需求协同售后区域服务中心/专项服务中心/网络青年、服务质量流程组组成评审小组对拟合作的售后服务商进行评审，评审指标包括服务商的商务条件、能力资质、质量管理体系等。经评审合格后的服务商将纳入公司售后外包服务商资源池，当公司业务运营中发生售后服务采购需求时，公司优先选择与资源池中的合格服务商合作并签署合作协议、服务商廉洁协议、保密协议等。

公司主要从服务商的商务条件、质量管理体系的完善程度、服务商自身技术及服务优势等方面对服务商进行择优选择。其中，商务条件指标主要包括企业资质、组织能力、成本优势、企业信誉调查等；质量管理体系指标主要包括质量策划情况、文件控制、纠正预防机制、问题处理机制、追随管理等；服务商技术及服务指标主要包括服务团队情况、服务管理制度规范流程、技术资质等。

报告期内，公司的售后服务主要包括维保服务、网络优化、应急保障、基础交付实施、系统运维、驻场服务等。公司与主要售后外包服务商之间的交易价格系在各业务类型定价方式基础上由双方谈判确定，且不同售后外包服务商之间同类型业务的基础费用价格不存在显著差异，价格公允。

报告期内，公司与第三方服务商、主要客户之间未发生过纠纷。

9.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、保荐人、申报会计师针对上述问题的核查过程及核查意见

（一）核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

- 1、查阅了发行人的销售费用明细数据。
- 2、查阅了发行人客户销售明细。
- 3、访谈了发行人财务负责人、负责市场推广和售后服务的相关人员。
- 4、访谈了发行人报告期各期的主要市场推广服务商、售后外包服务商，并以随机抽查的方式对发行人部分新增的服务商、设立时间较短即与发行人合

作的服务商以及除上述类别之外的其他服务商进行了访谈。

5、获取发行人与上述市场推广服务商、售后外包服务商签署的相关合同，并核查了相关发票、凭证、结算单等单据。

6、查阅了发行人的廉政制度、与渠道合作伙伴签署廉洁诚信协议。

7、查阅了发行人的《市场推广管理制度》《锐捷网络采购招标管理制度》《费用核销手册》《新服务商认证管理程序》等相关制度文件。

8、查阅了发行人董事、监事、高级管理人员填写的调查表。

9、通过网络核查的方式查验了服务商的工商登记情况，查询服务商与发行人及其关联人、发行人客户是否存在关联关系，查询发行人与第三方服务商、客户之间是否发生过纠纷。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、受 2018 年度公司绩效考核指标完成度较低的影响，当年的销售人员奖金相对较低。2019 年，公司绩效考核指标完成度较高，销售人员奖金有较大幅度提升，使得销售人员平均薪酬有较大幅度增长。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。

2、发行人市场推广费用真实发生、不存在商业贿赂，市场推广服务商与发行人及其关联人之间不存在关联关系，部分发行人市场推广服务商与部分发行人客户之间存在关联关系，但不存在不正当利益输送的情形。

3、整体上看，2019 年发行人业务招待费小幅下降，差旅费则小幅增长，差旅业务费总体保持稳定。但当年销售人员的奖金同比有较大提升，使得 2019 年发行人销售费用总额同比有所增长，致使 2019 年发行人差旅业务费占销售费用的比例有所下降。2020 年，受疫情影响，发行人员工差旅和业务招待减少，使得差旅业务费占销售费用的比例进一步下降。

4、发行人售后服务外包的主要第三方服务商与发行人及其关联人之间不存在关联关系。部分发行人售后外包服务商与部分发行人客户之间存在关联关

系，但不存在不正当利益输送的情形。发行人与售后外包服务商之间的交易价格公允。发行人与第三方服务商、主要客户之间未发生过纠纷。

二、保荐人、申报会计师对是否存在关联方或第三方代发行人垫付成本费用情形执行的核查程序、核查过程及核查结论

（一）核查过程

针对是否存在关联方或第三方代发行人垫付成本费用的情形，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、全面梳理报告期内的关联交易情况，了解相关交易的背景及是否存在异常波动和大额异常交易，审核关联方交易的合同、单据等相关交易，并验证关联交易发生的合理性及定价公允性。

2、获取发行人及子公司的资金流水，核查发行人与供应商是否存在异常资金往来。

3、走访发行人报告期内的主要供应商，了解其与发行人交易的流程、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，是否存在发行人关联方代垫费用的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：不存在关联方或第三方代发行人垫付成本费用的情形。

9.3 发行人律师核查过程及核查意见

一、核查过程

针对问题（2）、（4），发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人与服务商、客户之间签署的相关合同文件以及与市场推广及售后服务相关的发票、凭证、结算单等单据。

2、查阅了发行人的廉政制度、与渠道合作伙伴签署廉洁诚信协议。

3、查阅了发行人的《市场推广管理制度》《锐捷网络采购招标管理制度》

《费用核销手册》《新服务商认证管理程序》等相关制度文件。

4、查阅了发行人董事、监事、高级管理人员填写的调查表。

5、通过网络核查的方式查验了发行人与服务商、客户之间的诉讼纠纷情况、服务商与发行人及其关联方、发行人客户的关联关系、服务商的工商登记情况。

6、访谈了发行人财务负责人、负责市场推广和售后服务的相关人员。

7、访谈了发行人报告期各期的主要市场推广服务商、售后外包服务商，并以随机抽查的方式对发行人部分新增的服务商、设立时间较短即与发行人合作的服务商以及除上述类别之外的其他服务商进行了访谈。

二、核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、发行人市场推广费用真实发生、不存在商业贿赂，市场推广服务商与发行人及其关联人之间不存在关联关系，部分发行人市场推广服务商与部分发行人客户之间存在关联关系，但不存在不正当利益输送的情形。

2、发行人售后服务外包的主要第三方服务商与发行人及其关联人之间不存在关联关系。部分发行人售后外包服务商与部分发行人客户之间存在关联关系，但不存在不正当利益输送的情形。发行人与售后外包服务商之间的交易价格公允。发行人与第三方服务商、主要客户之间未发生过纠纷。

问题 10：关于研发费用

申报文件及首轮问询回复显示，报告期内发行人研发人员占比分别为 50.15%、49.53%和 50.94%，高于迪普科技、奇安信、深信服，研发费用率分别为 17.22%、16.71%和 15.20%，低于迪普科技、奇安信、深信服。

请发行人分析并披露研发人员占比高于可比公司而研发费用率低于可比公司的原因，是否存在母公司代发行人垫付研发费用的情形或部门研发职能由母公司代替的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

10.1 发行人回复

以下内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（四）3、研发费用”中补充披露：

报告期内，公司研发人员占比高于可比公司迪普科技、奇安信、深信服，但研发费用率低于上述三家可比公司，主要系收入规模、研发人员平均薪酬、产品分布、所处发展阶段、研发投入策略等方面存在差异，具体情况如下：

1) 收入规模

报告期内，公司与迪普科技、奇安信和深信服收入规模的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
深信服	545,839.52	458,989.89	322,445.05
奇安信	416,117.41	315,412.92	181,677.28
迪普科技	89,126.66	80,383.92	70,405.56
平均值	350,361.20	284,928.91	191,509.30
本公司	669,783.71	521,995.53	428,240.89

注：可比公司数据来源于 Wind 资讯。

如上表所示，公司收入规模大于上述三家可比公司，因此研发费用率的分摊基数更大。

2) 研发人员平均薪酬

公司与可比公司研发人员平均薪酬对比如下：

单位：万元

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
深信服	45.09	48.01	46.70
奇安信	36.29	36.07	36.66
迪普科技	未披露	未披露	25.06
平均值	40.69	42.04	36.14
本公司	29.02	28.37	24.61

注 1：可比公司的研发人员薪酬总额及研发人员数量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：可比公司研发人员平均薪酬=研发费用中的职工薪酬/（（期初研发人员数量+期末研发人员数量）/2）。迪普科技 2020 和 2019 年报未披露研发费用中的人工费用金额。

公司研发人员平均薪酬低于上述三家可比公司，主要原因系公司的研发人员主要工作地点位于福州市，薪酬水平参照所在地域的职工薪资水平，而可比公司迪普科技、奇安信、深信服注册地分别位于杭州、北京、深圳等城市，当地薪酬水平相对较高。

虽然公司研发人员数量占比高于上述三家可比公司，但受研发人员平均薪酬相对较低、收入规模相对较大等因素的影响，公司研发费用中人工费用占营业收入的比例低于上述三家可比公司。公司和三家可比公司的研发费用率按人工费用和其他进行划分的比较情况如下：

项目	本公司			三家可比公司的平均值			差异		
	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年
人工费用	11.22%	12.80%	12.36%	22.84%	23.88%	25.00%	-11.62%	-11.08%	-12.64%
其他	3.98%	3.91%	4.86%	5.74%	5.15%	5.55%	-1.76%	-1.25%	-0.68%
合计	15.20%	16.71%	17.22%	28.58%	29.03%	30.54%	-13.38%	-12.32%	-13.32%

注：迪普科技 2020 和 2019 年报未披露研发费用中的人工费用金额，故 2020 和 2019 年三家可比公司平均值不包含迪普科技数据。

3) 产品分布、所处发展阶段、研发投入策略

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。

综上所述，与迪普科技、奇安信、深信服相比，公司收入规模相对较大，研发人员平均薪酬相对较低，产品分布、所处发展阶段、研发投入策略与上述可比公司存在一定的差异。受以上因素的影响，报告期内公司研发费用率低于上述同行业可比公司，具有合理性，不存在母公司代公司垫付研发费用或部门研发职能由母公司代替的情形。

10.2 保荐人、申报会计师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、实地查看公司办公经营场所，对公司研发部门负责人进行访谈，了解公司研发机构设置、研发部门职责、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，比对发行人与同行业可比公司在营业收入、研发费用中的职工薪酬、产品分布、所处发展阶段、研发投入策略等方面的差异，分析其合理性。

4、访谈发行人财务负责人，了解各项研发费用构成情况及报告期内金额

及占比变动原因。

5、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。

6、获取发行人及全部子公司资金流水，核查发行人与关联方之间是否存在异常资金往来。

二、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、与迪普科技、奇安信、深信服相比，公司收入规模相对较大，研发人员平均薪酬相对较低，产品分布、所处发展阶段、研发投入策略与上述可比公司存在一定的差异。受以上因素的影响，报告期内公司研发费用率低于上述同行业可比公司，具有合理性。

2、报告期内，不存在母公司代发行人垫付研发费用的情形或部门研发职能由母公司代替的情形。

问题 11：关于股东信息核查

请发行人按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的规定，真实、准确、完整披露股东信息，并补充出具专项承诺。同时，请更新招股说明书，按要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论。

请保荐人、发行人律师按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

回复：

11.1 发行人回复

一、公司已披露股东信息、核查情况及结论并出具专项承诺

公司已按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的规定，在《招股说明书》“第五节 发行人的基本情况”部分披露了股东信息、核查情况及结论，并按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的规定出具了专项承诺。

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”中披露：

（一）控股股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，星网锐捷持有公司 25,500.00 万股股份，占公司股本总额的 51.00%，为公司的控股股东，其基本情况如下：

.....

（五）其他持有发行人 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，锐进咨询持有公司 24,500.00 万股股份，占公司总股本的 49.00%，其基本情况如下：

.....

以下内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十八、（一）员工持股平台的设立、权益授予及委托持股情况”中披露：

3、员工持股平台的委托持股关系的解除及新增权益的授予

（1）员工持股平台的委托持股关系的解除

截至 2020 年 10 月，锐进咨询工商登记的出资人与实际权益人委托持股关系已全部解除，锐进咨询的 582 名实际权益人作为有限合伙人通过直接持有锐进一号至锐进十二号等合计 12 家有限合伙企业出资额的方式持有锐进咨询相应的权益，实际权益人与工商登记的出资人已全部保持一致，该等人员真实持有锐进咨询相应的权益，不存在委托、受托持股的情形。

为明确前述委托持股关系解除之前锐进咨询实际权益人持有权益的真实性，以及该等委托持股关系建立、解除的合法合规性等事项，锐进咨询及其实际权益人出具书面文件确认：1）锐进咨询的实际权益人系以自有资金向锐进咨询出资并持有锐进咨询的权益；2）锐进咨询工商登记的出资人与实际权益人之间的代持关系真实，且代持关系的建立、解除不存在法律纠纷；3）锐进咨询的实际权益人知悉锐捷网络拟申请在中国境内首次公开发行股票并上市事宜；4）前述委托持股关系终止后，锐进咨询的实际权益人真实持有持股计划权益，不再委托名义出资人或其他任何第三人持有持股计划权益。

.....

综上，锐进咨询不存在因其工商登记的出资人与实际权益人之间委托持股关系的建立、解除而导致公司或锐进咨询的股份或出资额存在法律争议或潜在纠纷的情况。截至本招股说明书签署日，锐进一号至锐进三十三号的工商登记的出资人即为锐进咨询的实际权益人，锐进咨询、锐进共创、锐进一号至锐进三十三号不存在股权代持的情形。

以下内容已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、（七）其他承诺”中披露：

4、关于股东情况的承诺

公司作出如下承诺：

“（1）发行人由福建星网锐捷网络有限公司于 2016 年 1 月以整体变更方式设立。

截至本承诺函出具之日，发行人股东共两名，分别为福建星网锐捷通讯股份有限公司、北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）。其中，福建星网锐捷通讯股份有限公司系一家深圳证券交易所上市公司，为发行人控股股东；北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）为发行人员工持股平台，其最终出资人获取权益时均为发行人员工。

（2）截至本承诺函出具之日，发行人股东福建星网锐捷通讯股份有限公司、北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）均依法有效存续，具备法律、法规和规范性文件规定的担任发起人或对发行人进行出资的资格。福建星网锐捷通讯股份有限公司为深圳证券交易所上市公司，其股票在二级市场正常交易；除此之外，北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形；本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员与福建星网锐捷通讯股份有限公司、北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）以及直接或间接持有北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）出资额的最终出资人不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排，也不存在直接或通过北京锐进东方信息咨询合伙企业（有限合伙）间接持有发行人股份的情形；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

（3）发行人及发行人各股东已经及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查；发行人已经在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息；发行人及发行人各股东已经依法履行了信息披露义务。

（4）本承诺系发行人真实意思表示，自签署之日起生效。”

二、保荐人、发行人律师已按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行核查并出具专项核查说明

保荐人、发行人律师已按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第2号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并出具了专项核查说明。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：1、发行人直接股东及其穿透后的最终持有人不存在证监系统离职人员入股的情况；2、截至专项核查意见签署日，不存在关于《监管规则适用指引——发行类第2号》所称的“离职人员”持有发行人股份的相关媒体报道。

11.2 保荐人、发行人律师核查过程及核查意见

一、核查过程

保荐人、发行人律师就上述问题履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人历次股权演变全套工商登记资料、增资协议、股权转让协议、公司章程、董事会决议、股东会/股东大会决议、历次增资/股权转让涉及的验资文件或支付凭证、员工花名册。

2、查阅了发行人历次增资/股权转让涉及的批复、评估及备案文件、确认文件、验资文件或支付凭证。

3、查阅了发行人控股股东星网锐捷的《营业执照》、公司章程、年度报告、招股说明书等公告信息，以及锐进咨询、锐进东方、锐进一号、锐进二号……锐进三十三号的合伙协议、营业执照、工商登记资料。

4、取得发行人股东锐进咨询就其自身及其各级出资人的出资来源、是否存在代持、是否存在证监系统离职人员入股等情况的承诺函。

5、取得发行人出具的专项承诺。

6、取得发行人现有股东向上穿透至最终持有人的名单，并对前述名单通过国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方网站进行了复核。

7、登录国家企业信用信息公示系统、中国证券投资基金业协会、证券期货市场失信记录查询平台、中国执行信息公开网、信用中国等网站就股东的相

关情况进行了查询。

8、登录证监会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司及证监会系统其他会管单位等网站查询其历任领导班子成员、发审委员等证监会系统人员名单等信息。

9、取得了中国证监会福建监管局出具的证监会系统离职人员信息查询比对的结果。

10、访谈了发行人股东相关负责人及部分员工。

二、核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人已按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第2号》的规定，在《招股说明书》披露了股东信息、核查情况及结论，出具了专项承诺。

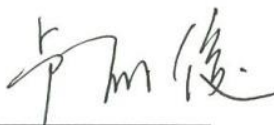
2、保荐人、发行人律师已按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和《监管规则适用指引——发行类第2号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并出具了专项核查意见。发行人直接股东及其穿透后的最终持有人不存在证监系统离职人员入股的情况。截至专项核查意见签署日，不存在关于《监管规则适用指引——发行类第2号》所称的“离职人员”持有发行人股份的相关媒体报道。

（本页无正文，为《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第二轮审核问询函>之回复报告》之发行人盖章页）



（本页无正文，为《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第二轮审核问询函〉之回复报告》之保荐机构签章页）

保荐代表人：



卢丽俊



王彬



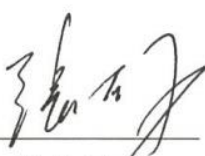
中信证券股份有限公司

2021 年 7 月 19 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读锐捷网络股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长：


张佑君



2021 年 7 月 19 日