

关于影石创新科技股份有限公司  
《首次公开发行股票并在科创板上市的  
发行注册环节反馈意见落实函的专项核查意见》

容诚专字[2024]518Z1015 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·北京

关于影石创新科技股份有限公司  
《首次公开发行股票并在科创板上市的  
发行注册环节反馈意见落实函的专项核查意见》

容诚专字[2024]518Z1015 号

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为影石创新科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”、“影石创新”）的申报会计师，已对发行人发行注册环节反馈意见落实函的有关问题展开了专项核查并出具核查报告。现回复如下，请予审核。

## 问题一

申请材料显示，（1）发行人报告期营业收入整体增幅较高，2019 年营业收入增长 127.64%，2020 年为 44.85%，高于同行业可比公司；（2）发行人经销销售模式分为买断式及代销模式；（3）发行人 2018 年营业成本中无人工成本，主要是由于当年产品生产全部采用外协加工方式所致；（4）中介机构对发行人线上销售收入执行了 IT 审计，对经销商销售收入执行了相关核查程序。

请发行人：（1）就发行人营业收入增幅高于同行业可比公司进行风险提示；（2）补充披露买断式经销及代销模式销售收入情况，苹果公司指定其代销商代销发行人产品的原因；（3）补充披露发行人生产经营中产生的人员成本、费用的会计处理情况，完全不计入营业成本是否符合实际情况；（4）补充说明发行人主要原材料采购和消耗、人员成本费用与发行人营业成本的匹配性分析。请保荐机构和会计师核查并发表明确意见。

请保荐机构和会计师说明 IT 审计过程中全量核对发行人销售数据与支付数据、订单数据以及物流数据的方法、全量核对的含义，是否与实际情况一致，说明对经销商销售收入采取的各项核查措施的核查比例、核查方法。

回复：

### 1.1 发行人披露

#### 一、就发行人营业收入增幅高于同行业可比公司进行风险提示

公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（三）、财务风险”中进行了风险提示，补充披露如下：

#### “2、营业收入增幅高于同行业可比公司的风险

报告期内，公司营业收入分别为 132,831.87 万元、204,113.36 万元、363,639.23 万元和 **242,815.75 万元**，同比增幅分别为 53.66%、78.16%和 **50.27%**。报告期内，公司营业收入增速高于同行业可比公司，若未来国家产业政策发生不利变化、行业竞争加剧、公司产品迭代速度不及预期、市场开拓能力下滑，则公司营业收入增速可能出现放缓或下滑的风险。”

## 二、补充披露买断式经销及代销模式销售收入情况，苹果公司指定其代销商代销售人产品的原因

公司已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“一、公司主营业务和主要产品情况”之“（二）主要经营模式”之“3、销售模式”进行了补充披露，具体如下：

“公司主营业务收入按销售渠道构成情况如下：

单位：万元

模式	2024年1-6月		2023年度		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售								
公司官方商城	47,215.47	19.61%	62,373.07	17.36%	49,578.07	24.67%	31,729.53	24.18%
第三方电商平台	64,982.38	27.00%	93,531.46	26.04%	44,183.88	21.98%	25,782.66	19.65%
电商平台入仓	11,109.74	4.62%	12,608.14	3.51%	6,231.22	3.10%	6,801.99	5.18%
小计	123,307.58	51.23%	168,512.67	46.91%	99,993.17	49.75%	64,314.18	49.01%
线下销售								
线下经销	102,424.21	42.55%	172,249.39	47.95%	93,954.40	46.75%	63,978.89	48.76%
其中：买断式经销	101,871.34	42.32%	168,674.63	46.96%	92,381.92	45.97%	61,743.68	47.05%
代销	552.87	0.23%	3,574.76	1.00%	1,572.49	0.78%	2,235.21	1.70%
大型商超或专业销售渠道	13,682.16	5.68%	16,687.06	4.65%	5,444.65	2.71%	1,264.51	0.96%
线下直销	1,302.22	0.54%	1,754.83	0.49%	1,582.85	0.79%	1,664.13	1.27%
小计	117,408.59	48.77%	190,691.27	53.09%	100,981.89	50.25%	66,907.52	50.99%
合计	240,716.17	100.00%	359,203.95	100.00%	200,975.06	100.00%	131,221.70	100.00%

.....

### ③代销

a. 代销的具体安排，代销的物流资金流约定

报告期内，公司关于代销的具体安排形式如下：

公司与代销商签订年度代销框架合同，合同期满后如双方均无异议合同自动延长一年。公司与代理商定期以销售报告或代销清单结算代销数量及代销金额，并确认相应收入。

代销的货物流及资金流约定如下：

货物流：公司与代销商签订 DDP 条款，各条款交付签收前发生的运费及运输过程中货物的毁损灭失风险均由公司承担。

资金流：代理商完成销售后，定期向公司寄送销售清单，并与公司进行对账，对账无误后根据合同约定将代销款项转入公司账户。

#### b. 采用代销的原因

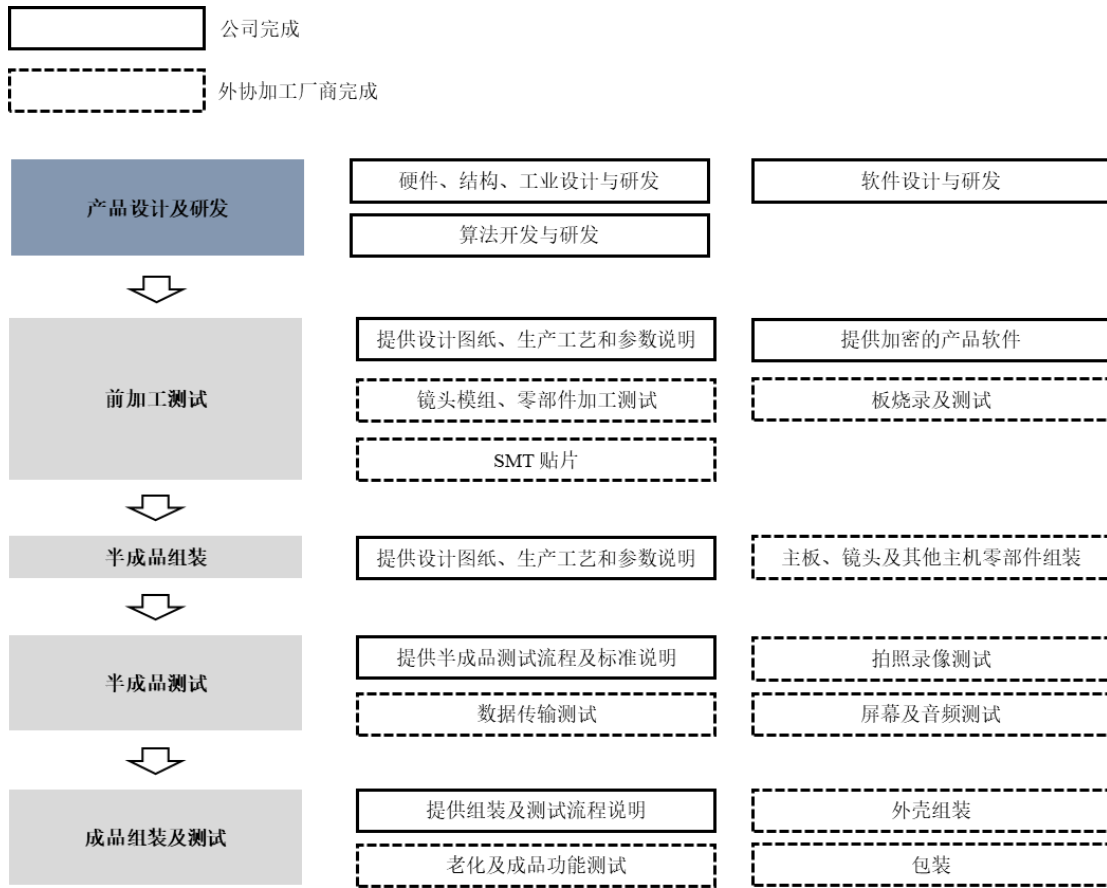
报告期内，公司代销商为苹果公司代理商 CMS Distribution Ltd.。公司自 2018 年开拓代销渠道，主要目的为通过与苹果代理商合作完善公司销售渠道，通过 Apple Store 零售店拓展用户群体，进一步提高公司品牌知名度。

苹果公司指定其代理商采购公司 Insta360 品牌产品，再通过 Apple Store 零售店进行销售，系考虑到苹果公司的采购涉及各个国家不同产品的供应商，且销售端亦涉及全球范围的众多 Apple Store 零售店，苹果公司先自行评估确定采购的品牌与供应商，再通过指定 CMS 等专业代理商进行采购，有利于提高其全球范围的采购、仓储及物流管理效率。公司 Insta360 品牌产品进驻 Apple Store 零售店系先由公司与苹果公司针对相关产品进行沟通与评估，待通过双方内部审批后，公司产品即成为苹果公司官方认证销售商品，再由苹果公司指定 CMS 等代理商采购公司产品，并进一步通过 Apple Store 零售店进行销售。

苹果公司指定其代理商采购公司产品，符合苹果公司 Apple Store 零售店的经营模式及商务合作实际情况，具有合理性。”

### 三、发行人生产经营中的非直接生产人员成本计入制造费用并结转至营业成本符合会计核算制度的规定且与实际情况相符

公司产品生产流程主要包括前加工测试、半成品组装、半成品测试、成品组装测试等步骤，公司通过外协生产和自主自产的生产流程图如下：



外协生产模式流程图



自主生产模式流程图

综合上述两种生产模式，公司以自主研发为基础，以市场需求为导向进行产品开发并对产品设计、工艺质量及软件要求持续改进。公司将硬件、结构、工业设计与研发、软件设计与研发和算法开发与研发等与研发活动相关的费用计入研发费用。公司将生产产线工人薪酬计入直接人工成本，将生产管理人员薪酬计入制造费用。此外，为保证外协厂商生产产品的质量，公司派驻部分质量管理人员到外协厂进行生产质量检测等工作，公司将上述质量管理部等为生产产品而发生的间接人工成本计入制造费用。

### （一）发行人生产经营中产生的人员成本、费用的会计处理情况

根据财政部 2013 年 8 月 16 日印发的《企业产品成本核算制度（试行）》第二十一条及第二十二条的规定，企业应当根据生产经营特点和管理要求，按照成本的经济用途和生产要素内容相结合的原则或者成本性态等设置成本项目。制造企业一般设置直接材料、燃料和动力、直接人工和制造费用等成本项目。其中：①直接材料，是指构成产品实体的原材料以及有助于产品形成的主要材料和辅助材料。②直接人工，是指直接从事产品生产的工人的职工薪酬。③制造费用，是指企业为生产产品和提供劳务而发生的各项间接费用，包括企业生产部门（如生产车间）发生的水电费、固定资产折旧、无形资产摊销、管理人员的职工薪酬、劳动保护费、国家规定的有关环保费用、季节性和修理期间的停工损失等。

2018 年，公司智能影像设备产品全部由外协加工厂商进行生产，不存在直接从事产品生产的工人，因此，公司营业成本中未归集直接人工成本。根据《企业产品成本核算制度（试行）》规定，公司将为生产产品而发生的间接人工成本计入制造费用。

自 2019 年 6 月开始，公司自建产线加工专业级产品 Pro 2，通过自主生产的比重较小。因此，自 2019 年开始公司营业成本中有少量直接人工成本。

报告期内，公司将生产产线工人薪酬计入直接人工成本，将生产管理人员薪酬计入制造费用。此外，为保证外协厂商生产产品的质量，公司派驻部分质量管理人员到外协厂进行生产质量检测等工作，公司将上述质量管理部等为生产产品而发生的间接人工成本计入制造费用。报告期内，公司营业成本中生产人员薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
生产人员总薪酬	626.64	1,149.86	787.40	600.67

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
其中：直接人工	441.88	816.47	469.35	337.48
制造费用-人工成本	184.77	333.39	318.05	263.20

综上，公司生产经营中产生的人员成本、费用的会计处理情况，符合实际情况且符合准则的规定。

## （二）发行人补充披露

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业成本构成及趋势分析”之“2、主营业务成本构成”进行了补充披露，具体如下：

“根据财政部2013年8月16日印发的《企业产品成本核算制度（试行）》第二十一条及第二十二条的规定，公司根据自身生产经营特点和管理要求，设置直接材料、直接人工、制造费用和外协加工费用等成本项目。其中：①直接材料，是指构成产品实体的原材料以及有助于产品形成的主要材料和辅助材料。②直接人工，是指直接从事产品生产的工人的职工薪酬。③制造费用，是指企业为生产产品和提供劳务而发生的各项间接费用，包括企业生产部门（如生产车间）发生的水电费、固定资产折旧、无形资产摊销、管理人员的职工薪酬、劳动保护费、国家规定的有关环保费用、季节性和修理期间的停工损失等。

报告期内，公司的主营业务成本主要由直接材料成本和外协加工费用构成，报告期各期占比分别为**95.54%**、**95.83%**、**96.22%**和**95.96%**，合计占比总体保持稳定。公司主要采用“自主研发设计+外协生产”的模式进行生产，除Pro系列、TITAN系列及部分消费级产品（房产版）组装生产环节由公司自主完成外，Pro系列、TITAN系列其他生产环节及除消费级产品（房产版）外其他产品均由外协加工厂商进行生产加工。报告期内，公司主营业务成本中外协加工费用占比较高，主要系2020年后公司推出新品ONER系列（含ONERS），该系列产品采用模块化设计来实现可自由拆卸切换全景、4K和徕卡镜头功能，且需做较为严密的防水处理，整体加工工艺较复杂；推出新品ONE X2、ONE X3及**ONE X4**，需做较为严密的防水处理，使得公司委托加工成本占比较高。”

## （三）同行业可比公司营业成本中人员成本、费用的会计处理情况

## 1、同行业可比公司营业成本中人员成本、费用的会计处理情况

公司与安克创新、极米科技在生产模式上有相似性。公司生产模式为外协生产为主，自主生产为辅；安克创新生产模式为“自主研发设计+外协生产”，全部产品的生产制造环节由合作的外协厂商完成；极米科技的生产及采购模式包括四类，分别为自主生产、外协加工、OEM和ODM。各公司营业成本中人员成本、费用的会计处理情况如下：

### ①安克创新

安克创新采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，全部产品的生产制造环节由合作的外协厂商完成。

其招股说明书披露：“公司产品全部由外协厂商负责生产，因此公司主营业务成本全部为外协产品成本。”并未区分直接材料、直接人工、制造费用等科目进行披露，而仅区分“外协产品成本”及“其他业务成本”。

### ②极米科技

公司投影整机及配件的生产及采购模式包括四类，分别为自主生产、外协加工、OEM和ODM。

其中：自主生产模式下营业成本按性质构成包括原材料、加工费、人工成本及制造费用，加工费主要包括自主生产领用的PCBA板的加工费等，人工成本主要为组装（封装）、测试等直接人工；外协生产模式下营业成本按性质构成包括原材料及加工费，无人工成本及制造费用；ODM、OEM的成本构成主要系材料采购成本，视领用或销售的具体情况计入原材料成本或直接结转销售成本。

综上所述，安克创新完全采用外协加工方式生产，营业成本中人员成本、费用未单独披露；极米科技采用自主生产、外协加工、OEM和ODM方式生产，自主生产模式下，为组装（封装）、测试等直接人工计入人工成本，外协加工模式下，营业成本中无直接人工成本。公司营业成本中人员成本、费用的会计处理与极米科技的会计处理无重大差异。

## 2、公司及同行业可比公司结构设计等人员工资会计处理情况

### (1) 公司结构设计等人员工资会计处理情况

根据 2015 年 11 月财政部、国家税务总局和科技部发布的《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）的规定“研发活动，是指企业为获得科学与技术新知识，创造性运用科学技术新知识，或实质性改进技术、产品（服务）、工艺而持续进行的具有明确目标的系统性活动”，符合研发费用加计扣除的范围包括新产品设计费等直接投入。公司研发活动主要包括硬件研发、软件研发以及算法研发。其中硬件研发中的结构设计主要针对新品上市前产品的外形、散热、强度和可靠性等需求，进行产品的堆叠设计、骨架设计、结构件 3D 设计、材质和成型工艺选择等工作，并形成相关设计图纸、生产工艺及参数设定等，属于产品研发活动中的一个环节。因此，根据相关法规，公司将结构设计部的薪酬计入研发费用具备合理性。报告期，公司结构设计部工资分别为 879.23 万元、1,752.93 万元、**3,301.88 万元**和 **2,549.05 万元**，整体金额较小。公司结构设计部工资逐年增加主要系随着公司业务规模的扩大及产品种类的增加，公司加大对产品硬件及结构设计等的投入。

## （2）同行业可比公司结构设计人员工资会计处理情况

### ①安克创新

安克创新以自主研发为主，以市场为导向进行产品开发并对消费电子产品设计、工艺及质量要求持续改进。安克创新研发流程分为概念评估、可行性评估、产品设计、试产验证、小批量生产等阶段。安克创新研发中心主要负责产品各部件的硬件研发工作。其中，电子部主要负责产品电路设计与研发，其中包括产品电路功能设计、元器件选型、原理图设计、调试测试与可靠性验证等工作；结构部主要负责产品外观与内部结构的设计，以及开模与装配验证。项目管理团队对产品项目的完成情况负责，主要工作职责包括项目进度的跟进与监控、项目风险管控、产品成本控制以及项目资金管控，同时负责协调电子部、结构部与软件、测试部门的工作与进度管控。安克创新将与产品结构设计等与研发活动相关的支出计入研发费用，与公司产品结构设计的会计核算不存在重大差异。

### ②极米科技

极米科技新产品研发主要包括立项阶段、计划及设计阶段、EVT 阶段、DVT 阶段、PVT 阶段等各环节，其中，计划及设计阶段主要完成产品开发需求细化和研发任务分解，并完成主要设计方案。项目管理部门负责组织分解研发任务并汇集研发进度计划，同时定期跟进项目进展；研发部门负责各项主体研发工作，需完成外观设计、

结构设计及硬件电路设计，并制定软件方案和产品性能测试方案；产品部门负责根据市场情况对设计关键方案提供建议；采购部门进行供应商关系建立、代工厂产能评估和物料可供应性评估，并负责研发部门与供应商之间的技术对接及样品验收。极米科技将与产品结构设计等与研发活动相关的支出计入研发费用，与公司产品结构设计的会计核算不存在重大差异。

综上，公司将结构设计人员工资计入研发费用与可比公司的会计核算无重大差异。

## 1.2 发行人说明

### 一、补充说明发行人主要原材料采购和消耗、人员成本费用与发行人营业成本的匹配性分析

#### （一）发行人主要原材料采购和消耗与发行人营业成本的匹配性情况

对公司主要原材料采购、消耗和公司营业成本进行匹配性分析，具体情况如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
原材料采购①	<b>109,024.62</b>	159,725.55	99,602.98	59,827.51
外协采购②	<b>10,029.91</b>	15,701.15	8,686.35	6,318.94
营业成本③	<b>100,928.81</b>	143,129.14	87,889.88	58,277.31
采购金额占营业成本比重④= (①+②)/③	<b>117.96%</b>	122.57%	123.21%	113.50%
原材料消耗⑤	<b>88,256.40</b>	122,378.73	71,912.71	<b>47,547.95</b>
原材料消耗金额占营业成本比 重⑥=⑤/③	<b>87.44%</b>	85.50%	81.82%	<b>81.59%</b>

注：营业成本包含主营业务成本（不含合同履行成本、售后服务费）及其他业务成本。

报告期内，公司以外协生产为主，公司采购主要包括原材料及外协采购。随着公司生产经营规模的不断扩大，公司原材料采购金额逐年增加，相应地也增加了外协采购的投入。报告期内，公司原材料及外协采购金额占营业成本比重分别为 113.50%、123.21%、122.57%和 **117.96%**。公司原材料及外协采购金额占营业成本比例均高于 100%，主要系随着公司的产品线不断丰富，公司加大了对原材料及委托加工物资的储备。

报告期内，原材料消耗金额占营业成本比例分别为 **81.59%**、81.82%、85.50%和

**87.44%**，原材料消耗金额占营业成本比例**呈现总体上升趋势**，主要系随着公司产品不断升级及性能提升、生产经营规模不断扩大，公司直接材料成本占比逐渐提升。

综上，公司主要原材料采购与营业成本、原材料消耗与公司营业成本均具有匹配性。

## （二）人员成本费用与发行人营业成本的匹配性情况

公司为更好地聚焦于技术研发、产品设计与销售等高价值产业环节，在生产环节主要通过加工厂商合作的模式进行外协生产。针对高客单价、组装复杂的专业 VR 全景相机，公司设有产线自主负责该类产品的组装生产环节。公司生产相关的人员成本费用主要包括直接计入生产成本的生产人员薪酬，以及计入制造费用的生产管理人员薪酬、派驻在外协厂执行生产质量检测工作的质量管理人员的薪酬。报告期内，公司人员成本费用与营业成本的匹配性情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
生产人员总薪酬①	<b>626.64</b>	1,149.86	787.40	600.67
营业成本②	<b>100,928.81</b>	143,129.14	87,889.88	58,277.31
生产人员总薪酬占营业成本比重③=①/②	<b>0.62%</b>	0.80%	0.90%	1.03%

注：生产人员总薪酬包含直接人工和间接人工；营业成本包含主营业务成本（不含合同履约成本、售后服务费）及其他业务成本。

报告期内，生产人员总薪酬金额分别为 600.67 万元、787.40 万元、1,149.86 万元和 **626.64 万元**。公司与生产相关的人员成本费用整体金额较小，随着生产经营规模的不断扩大，公司生产人员总薪酬逐步增加。公司生产人员总薪酬占营业成本比重分别为 1.03%、0.90%、0.80%和 **0.62%**。公司生产人员总薪酬占营业成本比重较小且**呈现总体下降趋势**。报告期内，生产人员总薪酬总额随营业规模上涨。

综上，报告期内，公司主要原材料采购和消耗、人员成本费用与发行人营业成本具有匹配性。

## 1.3 中介机构核查情况及意见

### 一、核查情况

（一）申报会计师说明 IT 审计过程中全量核对发行人销售数据与支付数据、订单数据以及物流数据的方法、全量核对的含义，是否与实际情况一致，说明对经销商

销售收入采取的各项核查措施的核查比例、核查方法。

1、申报会计师说明 IT 审计过程中全量核对发行人销售数据与支付数据、订单数据以及物流数据的方法、全量核对的含义，是否与实际情况一致

(1) 核对发行人销售数据与支付数据、订单数据以及物流数据的方法及全量核对含义

① 核查平台范围

发行人产品通过线上、线下渠道相结合的方式销往全球各地，其中线上销售模式包括官方商城、第三方电商平台及电商平台入仓模式。在电商平台入仓模式下，公司的客户为京东自营等电商平台。与商品相关的控制权自公司与电商平台结算时发生转移。公司依据与电商的结算清单确认销售收入，在收到代销商销售清单时确认销售收入，因此电商平台入仓不在 IT 审计核查范围内。

基于此，申报会计师会同 IT 审计团队核查的主要线上渠道包括公司官方商城、亚马逊、天猫、京东、抖音等。报告期内，各期纳入核查范围的平台收入占公司剔除第三方电商平台入仓模式后的线上收入占比分别为 99.14%、98.67%、98.93%和 98.85%。

② 针对各平台的核查方式申报会计师会同 IT 审计团队对公司线上销售业务中不同平台、不同销售模式的业务流程进行了数据核查，以确保线上交易数据的完整性和准确性。数据核查基于上述不同模式下的不同业务流程，以及所对应的不同外部业务数据，充分考虑外部数据的客观性、完整性所能提供的真实性保证程度，进行了内外部数据全量明细级别核对，以验证公司内部与记账收入相关数据的完整性和准确性。

A. 核查数据源

根据不同线上销售平台的订单数据来源和发货类别制定了不同的核查程序，各线上销售平台的订单数据类型和发货类型详情如下表：

销售模式	线上销售平台	平台系统订单数据类型	发货类别
官方商城	官方商城	自有系统数据	自发货
第三方电商平台	天猫、京东、抖音等平台	外部交易平台数据后台导出	自发货
	亚马逊	外部交易平台数据后台导出	平台物流

	速卖通	外部交易平台数据后台导出	自发货&平台物流
--	-----	--------------	----------

各线上销售平台的核查程序如下表：

销售模式	线上销售平台	核查程序		
		订单数据核查	支付数据核查	物流数据核查
官方商城	官方商城	订单与入账销售明细数据逐笔匹配、核对	订单与支付账单逐笔匹配	订单与物流商账单明细逐笔匹配、核对
第三方电商平台	天猫、京东、抖音等平台	订单与入账销售明细数据逐笔匹配、核对	外部平台订单包含结算信息无需核对	订单与物流商账单明细逐笔匹配、核对
	亚马逊	订单与入账销售明细数据逐笔匹配、核对	外部平台订单包含结算信息无需核对	交易平台发货无需核对
	速卖通	订单与入账销售明细数据逐笔匹配、核对	外部平台订单包含结算信息无需核对	订单与物流商账单明细逐笔匹配、核对(自发货部分)

核查数据来源如下表：

销售模式	线上销售平台	获取订单数据来源	获取外部物流数据来源	获取外部支付数据来源
官方商城	官方商城	自有系统数据	物流公司对账单	支付账单明细
第三方电商平台	天猫、京东、抖音等平台	外部交易平台数据后台导出	物流公司对账单	-
	亚马逊	外部交易平台数据后台导出	-	-
	速卖通	外部交易平台数据后台导出	物流公司对账单（自发货部分）	-

注：第三方电商平台根据发行人当期线上销售收入占比比例，在后续核查更新中存在调整。

## B. 核查程序

### a. 公司官方商城

公司官方商城模式下线上销售平台为公司自有系统，可获取订单数据源为公司自有数据，公司拥有后台数据库操作权限，自有数据具备可操作性，因此，为确认公司自有数据（如订单编号，卖家支付金额等字段）的完整性和准确性，IT 审计在执行了信息系统一般性控制测试的基础上，从发行人报告期官方商城后台数据库导出报告期内所有订单数据，利用数据库技术，针对公司自有订单交易数据与外部支付数据按订单编号进行一致性匹配。

申报会计师会同 IT 审计团队在验证了公司自有订单交易数据与外部支付数据的一致性的基础上，将订单数据与电商业务系统下入账销售明细数据按订单编号进行逐

一匹配，以确认公司入账销售明细数据与业务订单数据的一致性。

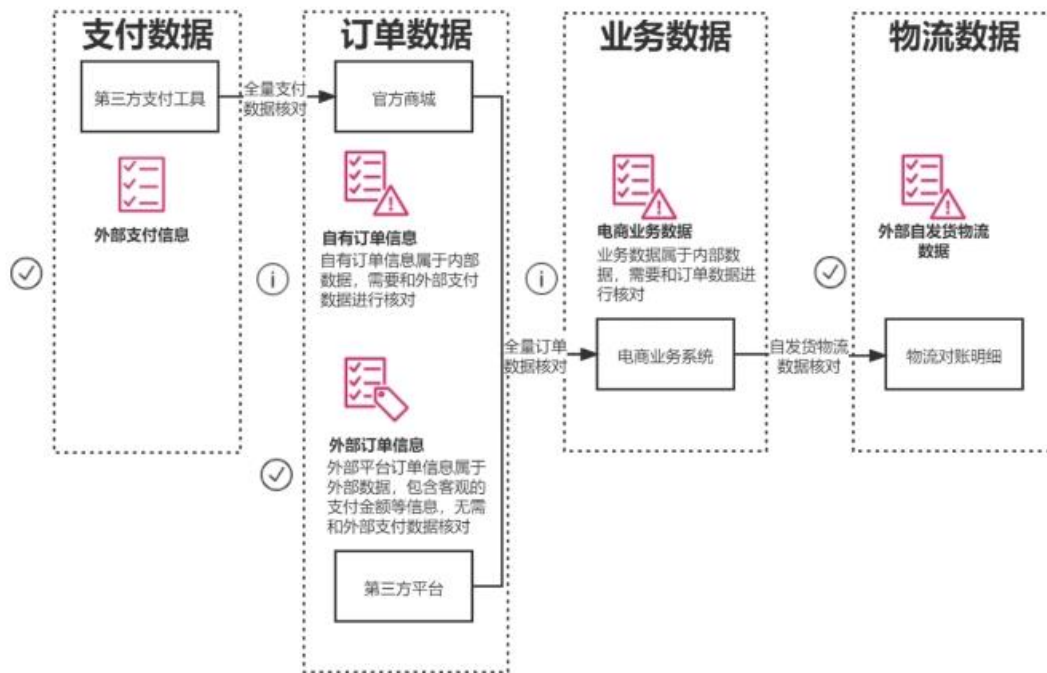
由于公司官方商城渠道下物流为自发货模式，申报会计师会同 IT 审计团队获取了官方商城渠道下外部物流商物流明细数据，通过电商业务系统数据订单号与运单号映射关系，将公司电商业务系统下入账销售明细数据与各外部物流商物流明细数据按照运单号逐一匹配验证，以确认关键数据字段（运单号、配送地址、计费重量）的一致性。

#### b.第三方电商平台

公司第三方电商平台模式下线上销售平台为外部平台系统，报告期内发行人合作的第三方电商平台主要为亚马逊、天猫、京东、抖音、阿里巴巴等知名电商，可获取订单数据源为对应平台店铺后台下载数据，是外部电商平台提供的订单销售、账单结算数据，包含部分买家支付信息字段。因此该模式下无需针对订单数据进行匹配校验。申报会计师会同 IT 审计团队直接获取头部第三方电商提供的全量订单数据，利用数据库将订单数据按照订单编号与电商业务系统下入账销售明细数据进行匹配核对，以确认公司入账销售明细数据与业务订单数据的一致性。

公司第三方电商平台模式下物流分为自发货模式及平台物流模式。自发货模式下公司直接对接物流商，平台物流模式下为电商平台对接物流商，电商平台执行线上销售商品的分拣与发货动作。如亚马逊平台，发行人使用亚马逊 FBA 仓储和物流服务，后续针对终端消费者销售所涉及的拣货、配送、收款、客服和等相关产品服务皆由亚马逊负责完成，发行人定期获取亚马逊平台的物流配送报告核对。因此，申报会计师会同 IT 审计团队获取了自发货部分外部物流对账单明细作为外部数据，通过电商业务系统映射关系，按运单号匹配发行人入账销售明细数据，包含物流发货地址，计费重量、发货时间等信息。

上述数据核对过程如下图所示：



C. 具体核查方法

首先，通过外部支付平台的支付账单进行官方商城的订单完整性验证

线上销售平台	支付数据核查			
	核查工具	匹配方式	核查方法	核查目的
官方商城	mysql 数据库	1、将所获取的核查期间内全量平台销售订单和外部支付平台支付明细数据导入mysql数据库； 2、通过订单号逐笔匹配进行数据关联；	1、检查是否存在未匹配到支付记录的销售订单，对于未匹配到支付记录的销售订单进行人工匹配，仍未匹配到订单的销售明细进行统计并检查原因，判断原因的合理性； 2、设置检查公式，逐笔检查销售订单金额和支付账单的金额。	1、核查是否存在已确认收入的线上订单没有真实的客户付款记录； 2、核查已确认收入的线上订单金额与客户支付金额一致。
亚马逊、天猫等第三方电商平台	通过外部平台直接获取的订单信息包含客户结算信息，订单金额即为客户结算金额，因此无需核对			

申报会计师会同 IT 审计团队在验证了公司自有订单交易数据与外部支付数据的一致性的基础上，将订单数据与电商业务系统下入账销售明细数据按订单编号进行逐一匹配，以确认公司入账销售明细数据与业务订单数据的一致性。

线上销售平台	订单数据核查			
	核查工具	匹配方式	核查方法	核查目的
公司官方商城	mysql 数据库	1、将所获取的核查期间内全量平台销售订单和入账销售明细数据导入 mysql 数据库； 2、通过订单号逐笔匹配进行数据关联。	1、检查是否存在未匹配到订单记录的销售明细数据，对于未匹配到订单数据的销售明细进行人工匹配，仍未匹配到订单的销售明细进行统计并检查原因，判断原因的合理性； 2、设置检查公式，逐笔检查销售订单和账销售明细的金额。	1、核查是否存在已确认收入的线上订单并非来自于线上平台订单； 2、核查已确认收入的线上订单金额与线上平台订单金额一致。
亚马逊、天猫等第三方电商平台				

申报会计师会同 IT 审计团队获取了自发货部分外部物流对账单明细作为外部数据，通过电商业务系统映射关系，按运单号匹配发行人入账销售明细数据，包含物流发货地址，计费重量、发货时间等信息。

线上销售平台	物流数据核查			
	核查工具	匹配方式	核查方法	核查目的
官方商城	1、mysql 数据库 2、tableau 数据工具	1、将所获取的核查期间内入账销售明细数据和自发货物流商物流配送明细数据导入 mysql 数据库； 2、进行数据清洗，通过 SQL 命令，将物流数据中记录的收货地址字段进行统一规范，替换空格、符号等有可能影响核对结果的非正常字符，尽可能确保相同的信息在销售明细和物流数据中以相同的格式、记录方式存在，以便于匹配检查； 3、通过销售订单中记录的运单号与物流配送明细中的运单号逐笔匹配进行数据关联。	1、检查是否存在未匹配到物流记录的销售明细数据，对于未匹配到物流记录的销售明细进行人工匹配，仍未匹配到物流记录的销售明细进行统计并检查原因； 2、设置检查公式，逐笔检查销售明细中发货地址、计费重量、发货时间与物流配送货集中的一致性。对于不一致的记录进行区间匹配或人工匹配。仍然不一致的记录，会进行统计并进一步检查原因。	1、核查是否存在已确认收入的线上订单未发货； 2、核查已确认收入的线上订单物流发货地址，计费重量、发货时间等信息是否与物流信息一致。
亚马逊				

各线上销售平台核查程序的核查比例如下：

线上销售平台	核查期间	核查比例		
		订单数据核查	支付数据核查	物流数据核查

官方商城	2021年-2024年6月	100%	100%	100%
亚马逊	2021年-2024年6月	100%	-	-
天猫	2021年-2024年6月	100%	-	100%
京东旗舰	2021年-2024年6月	100%	-	100%
乐天	2021年-2024年6月	100%	-	100%
阿里巴巴	2021年	100%	-	100%
速卖通	2021年-2024年6月	100%	-	自发货部分 100%
抖音	2022年-2024年6月	100%	-	100%

## (2) 核查结论

### ① 支付数据

发行人官方商城支付方式主要有支付宝、微信、银行卡和 PayPal。针对发行人官方商城前台全量的订单交易结算数据与第三方账单结算数据一致性进行核对，两者数据差异极小，具体情况如下：

核对数据字段	支付宝	微信	信用卡	Paypal	checkout
支付金额匹配率	99.99%	99.99%	99.91%	99.97%	99.70%
订单编号匹配率	99.75%	99.27%	99.76%	99.91%	99.99%

报告期内，发行人各支付渠道支付数据匹配率较高，差异原因为时间差异。发行人官方商城订单数据中的交易金额与微信、支付宝、信用卡和 PayPal 的账单数据中的交易金额具备一致性，获取的官方商城订单数据具备完整准确性。

### ② 订单数据

经测试，发行人电商业务系统的中台业务数据与各渠道前端订单数据差异较小，主要差异原因为：前台订单按照订单创建时间导出，与订单实际付款时间存在时间差，致使极少数订单无法匹配。发行人各线上平台内外部数据差异在合理范围内，且具备一致性。具体情况如下：

渠道 年度	官方商城	亚马逊	其他第三方电商平台	总计
2024年1-6月	-0.01%	-0.17%	-0.05%	-0.08%
2023年度	-0.06%	0.05%	小于0.01%	-0.02%
2022年度	-0.10%	-0.01%	0.09%	-0.04%
2021年度	0.27%	-0.07%	-0.46%	0.03%

## ③物流数据

报告期内，发行人通过第三方物流公司安排发货，申报会计师会同 IT 审计团队获取了外部物流对账单明细作为外部数据，通过电商业务系统数据，按运单号匹配发行人收入明细数据，包含物流发货地址，计费重量、发货时间等信息。经外部物流数据的匹配测试，发行人电商业务系统数据、财务明细数据和外部物流商对账单明细具备一致性，详情如下：

年度	销售平台	运单号匹配率	物流重量匹配率	收货地址匹配率
2024年1-6月	官方商城	99.98%	98.62%	96.48%
	天猫旗舰店	99.99%	99.84%	99.97%
	抖音专卖店	99.99%	99.76%	99.93%
	京东旗舰店	99.86%	99.66%	99.84%
	其他第三方电商平台	47.61%	19.81%	25.20%
	合计	97.67%	95.47%	94.29%
2023年	官方商城	99.99%	98.85%	98.94%
	天猫旗舰店	99.99%	99.82%	99.82%
	抖音专卖店	98.93%	98.75%	98.75%
	京东旗舰店	99.99%	99.75%	99.75%
	其他第三方电商平台	91.12%	20.62%	21.46%
	合计	99.49%	94.79%	94.90%
2022年	官方商城	99.82%	99.65%	99.72%
	天猫旗舰店	99.15%	99.14%	99.15%
	京东旗舰店	99.28%	98.86%	99.05%
	抖音专卖店	99.04%	99.04%	99.04%
	日本乐天	99.97%	96.92%	98.19%
	其他第三方电商平台	69.36%	69.36%	69.36%
	合计	99.40%	99.20%	99.28%
2021年	官方商城	99.67%	99.32%	99.46%
	天猫旗舰店	99.69%	99.65%	99.65%
	日本乐天	99.99%	98.98%	99.99%
	京东旗舰店	98.29%	92.43%	97.63%
	其他第三方电商平台	75.36%	75.08%	74.48%
	合计	98.77%	98.23%	98.56%

注：上述平台未包含亚马逊平台。针对亚马逊平台，发行人使用亚马逊 FBA 仓储和物流服务，后

续针对终端消费者销售所涉及的拣货、配送、收款、客服等相关产品服务皆由亚马逊负责完成，发行人定期获取亚马逊平台的物流配送报告并核对

上述各期物流数据匹配率中，2021年至2022年其他第三方电商平台物流数据匹配率较低，主要原因为2018年起，其他第三方电商平台中速卖通平台改变了物流运输方式：2018年前，该平台客户下单后，由发行人直接向客户发出商品；2018年后，发行人将商品发至速卖通官方仓库，该平台客户下单后，再由该平台官方物流配送至客户，因此发行人无法从物流商处获取相关字段信息进行匹配。2023年后，速卖通、LAZADA与乐天渠道下平台配送比例进一步提升，导致第三方电商平台物流数据匹配率较低，针对上述平台，发行人可从电商平台销售订单页面中查看物流签收数据，确认产品已被用户签收。2024年后，除平台配送原因外，乐天平台物流数据已超过时效性，因此导致其他第三方电商平台物流数据匹配率较低。

综上所述，经核查，发行人上述类型系统数据和对应外部数据具备一致性，无重大异常。

## 2、申报会计师对经销商销售收入采取的各项核查措施的核查比例、核查方法情况

(1) 获取并查阅发行人与经销商管理制度，评价其设计是否有效。访谈公司财务及销售部门的主管人员，了解发行人经销商准入制度、日常管理制度、销售结算制度、定价方式、返利政策及货物运输流转等具体经销商管理方式；

(2) 获取发行人与主要经销商签订的相关协议或订单，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款，核查是否与内部控制制度相符。获取的经销商合同家数为**35家**，报告期内上述经销商销售总金额为**272,202.21万元**，核查比例为（占经销商收入比例）**62.92%**；

(3) 获取报告期内主要客户的工商信息，对主要客户的成立时间、经营范围、股东构成、董监高等基本情况进行了核查，并与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等关联方的任职情况和对外投资情况进行比对，以确定主要客户与发行人之间是否存在关联方关系。获取的经销商工商信息家数为**61家**，报告期内上述经销商销售总金额为**46,880.98万元、57,942.43万元、112,377.44万元和60,476.24万元**，核查比例为（占经销商收入比例）**73.28%、61.67%、65.24%和59.04%**；

(4) 选取报告期内主要经销商（报告期各期前二十大经销商客户）进行穿行测试，取得完整的穿行测试的原始资料，包括销售框架协议、订单合同、出库凭证、报关凭

证、运输凭证、销售发票及付款凭证等，并与销售收入明细账进行比对。

(5) 针对报告期经销商收入执行细节测试，抽样检查与产品销售收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售合同、出库单、运输记录、销售发票、报关单等，对存在异常的单据进行追查，对其收入的真实性提出质疑并查找证据，从而验证收入的真实性。同时，抽取部分原始单据，查看其是否入账，以验证收入的完整性。

(6) 针对报告期发行人营业收入进行截止性测试。经销商客户分为买断式经销商和代销商：①买断式经销商模式下，对于境内销售，公司于线下经销商确认收货后确认销售收入，获取发行人报告期内境内买断式经销商销售订单、出库单、物流单、签收单，对报告期各期资产负债表日前后 15 天的销售收入进行截止性测试。对于境外销售，在 FOB 模式下，以报关单出口日期确认收入，获取发行人报告期内境外买断式经销商销售订单、出库单、报关单，对报告期各期资产负债表日前后 15 天的销售收入进行截止性测试；在 DDP 模式下，产品运送至客户指定地点时确认收入，获取发行人报告期内境外经销商销售订单、出库单、签收单，对报告期各期资产负债表日前后 15 天的销售收入进行截止性测试。②代销商模式下，公司在收到代销商销售清单时确认销售收入，获取发行人报告期各期资产负债表日前后 15 天的代销商收入数据并与结算清单进行核对，核实销售收入是否计入正确会计年度；

(7) 选取报告期内销售金额超过 100 万元的经销商客户进行函证，报告期各期函证数量分别为 91、130、82 家和 82 家；除对上述销售金额较大的经销商客户进行函证外，对销售金额小于 100 万元的，重点关注是否为新增客户、销售金额、应收账款期末余额等因素，抽取部分销售金额超过 50 万的新增客户或期末余额超过 50 万的客户进行函证，函证数量分别为 7、4、0 家和 1 家。申报会计师对主要经销商的具体函证情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
线下经销商收入①	<b>102,424.21</b>	172,249.39	93,954.40	63,978.89
经销商发函金额②	<b>91,336.54</b>	149,031.31	89,075.70	55,236.06
经销商发函金额占比③=②/①	<b>89.17%</b>	86.52%	94.81%	86.33%
经销商回函确认金额④	<b>90,138.95</b>	144,033.46	85,669.20	53,052.91
经销商回函确认金额占比⑤=④/②	<b>98.69%</b>	96.65%	96.18%	96.05%

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
对未回函经销商执行替代测试金额 ⑥	1,197.59	4,997.84	3,406.50	2,183.14
替代测试确认金额⑦	1,197.59	4,997.84	3,406.50	2,183.14
替代测试确认金额占执行金额比例 ⑧=⑦/⑥	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
替代测试确认金额占比⑨=⑦/②	1.31%	3.35%	3.82%	3.95%
回函确认金额及替代测试确认金额 占发函金额比例⑩=⑤+⑨	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期各期，未回函经销商比例分别为 3.95%、3.82%、3.35%和 **1.31%**，占比相对较小。对未回函经销商执行替代程序以验证未回函经销商收入真实性，经替代测试，可确认全部未回函经销商收入真实。针对未回函部分执行的具体替代程序如下：

- 1) 获取未回函经销商销售明细，检查未回函经销商的销售合同或订单、发票、出库单、客户签收记录或报关单等原始凭证；
- 2) 对未回函经销商进行回款检查，检查客户回款的银行单据，核对回款方与客户名称是否一致，回款性质与收入是否相关；
- 3) 获取资产负债表日后的有关销售退回、销售换货记录，检查是否存在差异订单期后退回或换货的情况；
- 4) 检查未回函经销商客户的期后回款情况，进一步验证收入真实性。

(8) 对发行人报告期各期前十大经销商客户进行访谈（境内主要经销商客户进行实地走访；境外经销商客户，采用了视频访谈等方式进行核查；除已停止合作无法访谈的客户，共 **13家**），了解发行人客户与发行人的业务合作情况、业务模式、交易金额变动的原因、经销商判断市场需求及最终客户是否需要及时更换产品的依据、经销商确定库存的依据、经销商期末存货的期后销售情况、经销商客户向下游终端客户销售公司产品的情况、公司产品在客户同类产品中的占比、客户与发行人的关联关系、非经营性资金往来、主要交易条款及信用期安排等情况。报告期内该等主要经销商收入占发行人线下经销收入的比例分别为 32.93%、36.58%、43.76%和 37.10%；

(9) 对期末经销商应收款余额进行期后回款检查，报告期各期，公司经销商回款 100.00%、100.00%、99.28%和 **99.62%**，核对收款凭证的付款人与客户信息是否一致，付款金额与账面记录是否一致；

(10) 核查发行人报告期内经销商的退换货情况，获取发行人各期经销商数量情况，分析各期经销商变动原因；

(11) 针对公司外销经销商收入，获取公司报告期内运输费用清单、出库单据、出口单证、海关报关数据及出口退税数据等，对公司主要产品出口销售与运费、海关报关数据、出口退税数据等的匹配关系进行分析复核；

(12) 公司产品被销售给终端用户后，用户在智能手机上下载与产品相适配的控制 App，并通过手机接口、WiFi 或蓝牙信号连接手机 App 和相机产品。用户首次通过 App 来操控产品时，App 会通过内嵌的程序以网络方式向云服务器数据库回传产品序列号和激活信息。统计分析截至 2024 年 11 月 14 日，报告期内各期前五大主要线下客户消费级智能影像设备系统记录激活率情况并分析其合理性；

(13) 除以上程序外，还通过资金流水核查、财务数据分析性复核等多种方式对境内外主要经销商与发行人业务往来的真实性等进行了核查。

## (二) 针对发行人说明的核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人与主要代销商签订的相关协议，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款；

2、访谈发行人销售部门主管人员，了解发行人代销模式的情况、代销的原因、与各代销商的合作历史及变动原因；

3、获取发行人与苹果公司往来邮件，了解公司与苹果公司的合作模式及合作历史；

4、对发行人主要代销商客户进行视频访谈，了解代销商与苹果公司及发行人合作方式、客户与发行人的关联关系、非经营性资金往来、主要交易条款及信用期安排等情况；

5、获取主要代销商客户的代销清单，核查发行人报告期内代销商的退换货情况，核实账面收入的准确性；

6、选取报告期内主要代销商客户，执行函证程序，函证确认销售收入情况；

7、对期末代销商客户应收款余额进行期后回款检查，核对收款凭证的付款人与客户信息是否一致，付款金额与账面记录是否一致；

8、了解公司成本核算方法，获取公司产品成本计算表并进行复核，评价公司采用的成本核算方法是否符合相关会计准则；

9、针对直接人工和制造费用中的职工薪酬，基于对报告期内人工成本的实质性分析程序，核查人工成本在各费用和成本的结转情况是否正确，关注直接人工及制造费用中职工薪酬变动情况；通过抽样，查阅工资费用会计凭证并与相关工资社保计算表、工资及社保支付凭证进行比较；

10、查询案例，了解采用委外加工生产及自主生产等生产方式的上市公司营业成本中人工成本、费用的核算方式，与发行人进行对比，检查相关成本、费用入账方式是否与相关企业存在重大差异；

11、获取发行人原材料采购明细表，统计报告期主要采购内容、采购价格、金额及占比，分析发行人主要供应商采购金额、占比及各期的变动情况，了解变动原因；

12、对主要供应商的原材料采购、外协加工情况进行细节测试，抽查采购合同/加工合同、入库单、发票等原始单据，并与入账信息核对一致；

13、获取发行人主要原材料领用记录，分析主要原材料消耗情况；

14、针对直接人工和制造费用中的职工薪酬，基于对报告期内人工成本的实质性分析程序，核查人工成本在各费用和成本的结转情况是否正确，关注直接人工及制造费用中职工薪酬变动情况；通过抽样，查阅工资费用会计凭证并与相关工资社保计算表、工资及社保支付凭证进行比较；

15、对制造费用的归集及分摊情况进行核实，验证其是否符合准则规定；

16、对报告期内的营业成本实施分析程序，对比分析报告期内各类产品成本中直接材料、外协加工费用、直接人工、制造费用各项目占比的合理性，复核制造费用分配是否合理；查阅营业成本结转明细清单，比较计入营业成本的品种、数量与主营业务收入的口径是否一致，是否符合配比原则。

## 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已就营业收入增幅高于同行业可比公司补充进行风险提示；

2、苹果公司指定其经销商代销发行人产品具有合理性，发行人已补充披露买断式经销及代销模式销售收入情况；

3、发行人对营业成本中的人工成本、费用的核算方式符合会计准则规定，与同行业公司会计处理不存在重大差异，生产经营中产生的人员成本、费用通过制造费用归集并分摊，符合发行人实际情况；

4、发行人已补充披露生产经营中产生的人员成本、费用的会计处理情况；

5、发行人主要原材料采购和消耗、人员成本费用与发行人营业成本的匹配具有合理性。

## 问题二

申请材料显示，2019 年度及 2020 年，发行人分别确认股份支付费用 7,125.34 万元及 813.55 万元。

请发行人补充披露：（1）股权激励条款是否设置了锁定期、限售期、离职限制等条款，如有，说明具体内容，是否构成等待期以及发行人关于股份支付会计处理的合理性；（2）股份支付费用分别计入研发费用、销售费用以及管理费用的依据，相关分摊金额是否准确。请保荐机构和会计师核查并发表明确意见。

回复：

### 2.1 发行人说明

一、股权激励条款是否设置了锁定期、限售期、离职限制等条款，如有，说明具体内容，是否构成等待期以及发行人关于股份支付会计处理的合理性

#### （一）公司股权激励的锁定期、限售期、离职限制等条款

公司 2019 年度、2020 年度通过持股平台澜烽管理、澜烽一号、北京岚锋、岚烽管理、岚泮管理向被激励对象进行股权激励。

其中，北京岚锋按照控股股东要求锁定 36 个月，未对限售期、离职限制等进行约定。岚泮管理、岚烽管理、澜烽管理和澜烽一号为员工持股平台，约定锁定期均为 36 个月，限售期、离职限制具体约定如下：

序号	对应持股平台	限售期	离职限制条款
1	澜烽管理	锁定期内，激励对象受让的持股平台财产份额应予锁定，激励对象不得转让、赠与、质押或以其他方式处分持股平台的财产份额，但经持股平台执行事务合伙人书面同意的除外	激励对象在与任职单位约定的服务期限未满足情况下自己主动申请辞职的，自乙方主动申请辞职之日起三十个工作日内，执行事务合伙人或其指定第三方均有权以乙方实际支付的原始出资额扣除乙方已分得的全部利润回购价格回购乙方持有持股平台出资份额；在公司首次公开发行股票并上市成功前，如激励对象自己主动申请辞职的，公司将予以回购或处置安排
2	澜烽一号		
3	岚烽管理		
4	岚泮管理		

#### （二）公司股权激励条款是否构成等待期以及股份支付会计处理的合理性

## 1、北京岚锋

北京岚锋按照控股股东要求锁定 36 个月，未对限售期、离职限制等进行约定，不存在等待期，公司将相关的股份支付费用采取一次性计入发生当期，即在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

## 2、澜烽管理、澜烽一号、岚烽管理和岚泮管理

经过对公司股权激励的相关文件与 2021 年 5 月财政部发布的《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》、科创板发行上市审核动态 2022 年第 4 期关于股份支付的案例分析等进行对照分析，公司认为持股平台澜烽管理、澜烽一号、岚烽管理和岚泮管理原有股权激励方案中离职条款对离职员工转让股权的时限约定不明确。为规范公司原有股权激励方案，对公司前期股权激励方案的离职条款约定进行了明确及完善。根据《<股权激励计划>补充说明》，员工在公司上市前发生离职的，不能享受按公允价格转让股权的收益，该条款构成可行权条件中的服务期限条件，相应的，公司股权激励会计处理由授予日一次性确认股份支付更正为在等待期（授予日至预计上市日（2022 年 12 月 31 日））内分期摊销确认股份支付，即在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

综上，公司控股股东北京岚锋未对限售期、离职限制等进行约定，不存在等待期，公司将相关的股份支付费用采取一次性计入发生当期；公司持股平台澜烽管理、澜烽一号、岚烽管理和岚泮管理股权激励中设定的锁定期、限售期、离职限制等条款构成等待期，在等待期内的每个资产负债表日分期摊销确认股份支付。公司关于股份支付会计处理符合准则规定具有合理性。

**二、股份支付费用分别计入研发费用、销售费用以及管理费用的依据，相关分摊金额是否准确。**

### （一）股份支付费用归集依据

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。权益工具的公允价值，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入

相关成本或费用，相应增加资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

公司根据授予对象的职能，归集对应的股份支付费用类型，授予管理职能、销售职能、研发职能的期权所产生股份支付费用对应的计入管理费用、销售费用、研发费用。

## （二）股份支付费用分摊金额

公司根据授予对象的职务及具体职能，归集对应的股份支付费用类型，授予管理职能、销售职能及研发职能的股权所产生股份支付费用对应的计入管理费用、销售费用和研发费用。公司市场中心、销售中心、品牌中心、行业应用中心、业务支持中心、电商中心等部门为公司主要的销售职能部门，公司将授予对象对应的股份支付金额计入销售费用；公司业务发展部、人力资源部、供应链中心、财务部、法务部等部门为公司主要的管理职能部门，公司将授予对象对应的股份支付金额计入管理费用；公司研究院中心、技术中心、产品中心等部门为公司主要的研发职能部门，公司将授予对象对应的股份支付金额计入研发费用。

经过对公司股权激励的相关文件与财政部于 2021 年 5 月发布的《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》、科创板发行上市审核动态 2022 年第 4 期关于股份支付的案例分析等进行对照分析。公司认为持股平台澜烽管理、澜烽一号、岚烽管理和岚沣管理原有股权激励方案中离职条款对离职员工转让股权的时限约定不明确。为规范公司原有股权激励方案，对公司前期股权激励方案的离职条款约定进行了明确及完善。根据《<股权激励计划>补充说明》，员工在公司上市前发生离职的，不能享受按公允价格转让股权的收益，该条款构成可行权条件中的服务期限条件，相应的，公司股权激励会计处理由授予日一次性确认股份支付更正为在等待期（授予日至预计上市日（2022 年 12 月 31 日））内分期摊销确认股份支付，并进行追溯调整。经调整后，报告期内，公司股份支付费用分摊金额如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
销售费用	-	-	356.84	359.95

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度	2021年度
管理费用	74.25	46.83	514.69	403.32
研发费用	-	-	574.51	551.86
合计	74.25	46.83	1,446.04	1,315.13

注：2023年、2024年1-6月股份支付金额系实控人收回离职股权激励对象所持股权确认的股份支付费用

综上，公司股份支付费用分别计入研发费用、销售费用以及管理费用的依据充分，且相关分摊金额准确。

## 2.2 发行人披露

公司已在招股说明书“第四节 公司基本情况”之“十九、公司已执行的股权激励及其他制度安排和执行情况”之“（二）股权激励相关安排”中补充披露如下：

### “6、股权激励的锁定期、限售期、离职限制等条款

公司2019年度、2020年度通过持股平台澜烽管理、澜烽一号、北京岚锋、岚烽管理、岚泮管理向被激励对象进行股权激励。

其中，控股股东北京岚锋主要是创始团队的持股平台，按照控股股东要求锁定36个月，未对限售期、离职限制等进行约定。岚泮管理、岚烽管理、澜烽管理和澜烽一号为后期加入员工的持股平台，约定均锁定36个月，限售期、离职限制具体约定如下：

序号	对应持股平台	限售期	离职限制条款
1	澜烽管理	锁定期内，激励对象受让的持股平台财产份额应予锁定，激励对象不得转让、赠与、质押或以其他方式处分持股平台的财产份额，但经持股平台执行事务合伙人书面同意的除外	激励对象在与任职单位约定的服务期限未满情况下自己主动申请辞职的，自乙方主动申请辞职之日起三十个工作日内，执行事务合伙人或其指定第三方均有权以乙方实际支付的原始出资额扣除乙方已分得的全部利润回购价格回购乙方持有持股平台出资份额；在公司首次公开发行股票并上市成功前，如激励对象自己主动申请辞职的，公司将予以回购或处置安排
2	澜烽一号		
3	岚烽管理		
4	岚泮管理		

”

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“六、重要会计政策及会计估计”之“11、股份支付”中补充披露如下：

“（3）股份支付计划实施的会计处理

以权益结算的股份支付

1) 授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日以权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

2) 完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入成本或费用和资本公积。

公司根据授予对象的职务及具体职能，归集对应的股份支付费用类型，授予管理职能、销售职能及研发职能的股权所产生股份支付费用对应的计入管理费用、销售费用和研发费用。”

## 2.3 中介机构核查情况及意见

### 一、核查情况

申报会计师履行了如下核查程序：

1、审阅公司股权激励计划及相关决议文件，获取并核对被激励对象名单，检查股权激励计划授予文件及公司《<股权激励计划>补充说明》；

2、获取并检查发行人股份支付费用计算表，核实发行人确定股份支付公允价值的依据及计算过程，检查发行人股份支付费用计算的准确性；

3、查看员工花名册，并访谈人力资源部门负责人，了解激励对象任职情况及具体岗位职能；

4、检查发行人股份支付的会计核算，核实各期股份支付费用相关会计处理及费用归集是否符合企业会计准则的规定。

### 二、核查意见

经核查，申报会计师认为：


1、发行人控股股东北京岚锋未对限售期、离职限制等进行约定，不存在等待期，发行人将相关的股份支付费用采取一次性计入发生当期；发行人持股平台澜烽管理、澜烽一号、岚烽管理和岚沣管理股权激励中设定的锁定期、限售期、离职限制等条款构成等待期，在等待期内的每个资产负债表日分期摊销确认股份支付。发行人股份支付会计处理具有合理性；

2、报告期内，发行人股份支付费用分别计入研发费用、销售费用及管理费用的依据充分，相关分摊金额准确。

(此页无正文，为影石创新科技股份有限公司容诚专字[2024]518Z1015 号报告之签字盖章页)



中国·北京

中国注册会计师: 任晓英   
任晓英(项目合伙人)

中国注册会计师: 杨三生   
杨三生

2024 年12月22日