



北京石头世纪科技股份有限公司董事会：

普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“普华永道”）接受北京石头世纪科技股份有限公司（以下简称“石头科技公司”或“贵公司”）委托，审计了石头科技公司的财务报表，包括 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日及 2019 年 3 月 31 日的合并及公司资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度及截至 2019 年 3 月 31 日止三个月期间的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及财务报表附注（以下简称“石头科技公司三年一期财务报表”）。我们按照中国注册会计师审计准则的规定执行了审计工作，并于 2019 年 6 月 6 日出具了报告号为普华永道中天审字(2019)第 11036 号的无保留意见的审计报告。

按照企业会计准则的规定编制石头科技公司三年一期财务报表是贵公司管理层的责任。我们的责任是在实施审计工作的基础上对石头科技公司三年一期财务报表发表审计意见。

《关于北京石头世纪科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函》提出的问题（以下简称“审核问询函”），我们以上述我们对石头科技公司三年一期财务报表所执行的审计工作为依据，对贵公司就审核问询函中提出的财务资料相关问题所作的答复，提出我们的意见，详见附件。本说明仅供贵公司用于回复审核问询函时参考。

附件：普华永道就北京石头世纪科技股份有限公司对审核问询函所做回复的专项意见

普华永道中天会计师事务所  
(特殊普通合伙)

2019 年 7 月 12 日

## 问题 8 关于存货

根据二轮问询回复对一轮问询回复的补充，小米模式下，公司采取订单生产模式，实现产销一致，其相应期末存货均有订单与之对应，无需大规模备货。自有品牌期末存货占收入的比例较低，分别为 18.44% 及 11.30%。

请发行人：（1）说明在小米模式下产销一致，报告期各期存货占收入比例波动较大的原因；（2）说明自有品牌存货占收入比例与同行业公司存在的差异并分析差异原因。

请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

问题 8 回复：

问题 8 关于发行人说明的部分

（1）说明在小米模式下产销一致，报告期各期存货占收入比例波动较大的原因

报告期各期，公司米家品牌存货占收入比例如下表所述：

单位：万元

品牌	项目	2019-3-31	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
米家品牌	存货-材料及整机	7,011.30	9,680.67	3,017.42	2,271.19
	收入	34,984.02	143,892.62	98,855.11	18,051.99
	存货占收入比例	20.04%	6.73%	3.05%	12.58%

小米模式下，公司根据小米订单需求安排生产计划，米家品牌各年末存货主要为满足次年初产品的销售需求。各期期末，米家品牌存货占收入比例分别为 12.58%、3.05%、6.73% 及 20.04%。

2017 年米家品牌存货占收入比例呈现下降趋势,由 2016 年末的 12.58%下降至 2017 年末的 3.05%。米家品牌产品于 2016 年 9 月上市销售,2016 年仅有一个季度销售,故 2016 年全年销售收入较低,导致期末存货占收入比例较高。2017 年米家品牌产品销售收入大幅增长,全年销售收入上升至 98,855.11 万元,上涨约 447.61%,导致期末存货占收入比例随之下降。

2018 年米家品牌期末存货占收入比例呈现上升趋势,由 3.05%上升至 6.73%,主要是由于公司期末米家品牌产品存货增加所致,2017 年及 2018 年末,米家品牌存货金额分别为 3,017.42 万元及 9,680.67 元,增长约 220.83%。存货的增加主要由于:1)一方面由于米家品牌产品上市后市场需求不断增加,随着米家品牌产品销售订单增加,公司按照以销定产的生产方式安排生产,故米家品牌产品存货随之增加。另一方面,由于元旦、新年等节假日的促销活动集中于年底及次年年初,且元旦、春节放假等因素会使得次年第一季度生产工人较为紧缺,因此小米为避免出现年初出现供不应求的现象,于 2018 年第四季度增加了需要公司生产的订单数量,导致米家品牌产品期末存货金额增加,占收入比例上升。2)小米模式下,公司根据小米发货指令从代工厂向小米发货,公司将产品交付至订单指定的交货地点,小米指定收货人对产品进行验收。2018 年底,公司按照小米销售订单生产完工的产成品尚未交付,故导致年底米家品牌存货金额较上年末相比增加,占收入比例上升。

2019 年第一季度米家品牌存货占收入的比例呈现上升趋势,由 6.73%上升至 20.04%,主要是由于 2019 年公司销售米家品牌产品产生的收入仅为一个季度销售收入,因此与 2018 年末米家品牌存货占收入比例不直接具有可比性。

## (2) 说明自有品牌存货占收入比例与同行业公司存在的差异并分析

### 差异原因

报告期内，自有品牌存货占收入的比例与同行业公司科沃斯差异情况如下表所述：

单位：万元

品牌	项目	2019-3-31	2018-12-31	2017-12-31	2016-12-31
自有品牌	存货-材料及整机	16,696.00	17,747.41	1,986.54	-
	收入	50,672.15	157,055.15	10,771.11	-
	存货占收入比例	32.95%	11.30%	18.44%	-
科沃斯	存货	100,702.05	117,464.83	63,211.98	58,174.74
	收入*	121,924.28	556,458.22	444,504.23	319,496.75
	存货占收入比例	82.59%	21.11%	14.22%	18.21%

注 1：上述收入数据均为公司及科沃斯销售商品产生的主营业务收入金额。

注 2：2019 年第一季度科沃斯季报中未披露主营业务收入金额，根据科沃斯 2017 年至 2018 年度财务数据，其主营业务收入占营业收入的两年平均比例约为 97.70%。2019 年第一季度科沃斯季报中披露的营业收入为 124,791.85 万元，公司对科沃斯 2019 年第一季度主营业务收入进行估计：主营业务收入=营业收入\*97.70%，约为 121,924.28 万元。

2017 年，自有品牌期末存货占收入比例为 18.44%，高于科沃斯的 14.22%，主要是由于自有品牌于 2017 年 9 月实现销售，因此销售期间较短，2017 年自有品牌销售收入较低，导致自有品牌期末存货占收入比例较高。

2018 年，自有品牌期末存货占收入比例为 11.30%，低于科沃斯的 21.11%，主要由于公司与科沃斯不同销售渠道销售占比差异造成。报告期内，公司自有品牌销售渠道包括线上销售（电商平台入仓和线上 B2C 销售）和线下经销。其中，电商平台入仓模式和线下经销模式下，公司根据客户的订单计划安排生产，期末存货备量较小。线上 B2C 销售模式，公司直接向终端消费者销售，因此需要保有备货量以保证及时向终端消费者发货。报告期内，自有品牌及科沃斯主要销售渠道收入比例如下：

单位：万元

销售模式	2019-3-31		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31	
	石头科技	科沃斯	石头科技	科沃斯	石头科技	科沃斯	石头科技	科沃斯
小米模式	43.83%	/	50.17%	/	90.36%	/	100.00%	/
电商平台入仓	10.30%	未披露	11.58%	未披露	1.78%	13.36%	-	12.41%
线上 B2C 平台	12.09%	未披露	12.87%	未披露	5.85%	26.36%	-	27.96%
线上分销商	/	未披露	/	未披露	/	5.76%	/	7.10%
线下销售	33.78%	未披露	25.38%	未披露	2.01%	54.52%	-	52.53%
<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>未披露</b>	<b>100.00%</b>	<b>未披露</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

注：小米模式主要为米家品牌产品；电商平台入仓、线上 B2C 平台、线上分销商、线下销售均为自有品牌。

2018 年，公司自有品牌线上 B2C 渠道销售收入比例为 12.87%。科沃斯虽未披露 2018 年线上 B2C 渠道销售比例，但根据 2016 及 2017 年数据，线上 B2C 销售渠道占比平均约为 27.16%，且保持稳定，以此数据相比较，科沃斯线上 B2C 销售渠道收入占比大幅高于公司自有品牌。同时科沃斯线下销售渠道中包含线下零售，由于线上 B2C 平台销售和线下零售需要提前备货，因此，科沃斯需要保有较大规模备货以满足终端消费者购买需求，导致其期末存货占主营业务收入的比例高于公司自有品牌。

## 问题 8 关于申报会计师核查的部分

### 请保荐机构及申报会计师核查并发表意见

#### (1) 申报会计师按执业要求履行的主要核查过程

- 1) 与发行人管理层进行访谈，了解与存货相关的内部控制；
- 2) 与发行人财务部访谈，了解发行人各期期末收入及存货变动的原因；
- 3) 检查存货的期后销售情况；
- 4) 对存放在欣旺达代工厂的原材料、委托加工物资及库存商品进行抽盘，查看存货的存放地点、存货状态等；
- 5) 对存放在第三方物流仓的存货情况进行函证。

## **(2) 申报会计师经核查发现的事实**

1) 小米模式下，发行人报告期内米家品牌存货占收入比例波动主要受市场整体及季节性需求波动，导致销售订单波动，具有商业合理性；

2) 由于公司自有品牌销售时间以及自有品牌不同销售渠道收入占比与可比公司科沃斯存在差异，发行人报告期内自有品牌存货占收入的比例与可比公司科沃斯存在差异是合理的。

## **(3) 申报会计师核查意见**

根据上述核查过程及核查发现的事实，申报会计师认为：

1) 发行人报告期内，米家品牌产品期末存货占主营业务收入比例波动较大具有合理性；

2) 发行人报告期内自有品牌存货占收入的比例与可比公司科沃斯存在差异是合理的。

## 问题 9 关于应收账款周转率

根据二轮问询回复对一轮问询回复的补充,报告期各期米家品牌的应收账款周转率分别为 2.93、4.73、5.54,2017、2018 年自有品牌的应收账款周转率分别为 2.68 和 12.65。

请发行人:(1)结合米家品牌按月结算、收票付款等销售、收款模式说明应收账款周转率存在较大波动的原因及合理性;(2)说明自有品牌应收账款周转率和同行业上市公司差异较大、变化趋势相反的原因及合理性。

请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

问题 9 回复:

### 问题 9 关于发行人说明的部分

(1)结合米家品牌按月结算、收票付款等销售、收款模式说明应收账款周转率存在较大波动的原因及合理性

2016 年公司米家品牌应收账款周转率为 2.93,低于 2017 年及 2018 年的 4.73 及 5.54。主要原因为米家品牌产品自 2016 年第四季度投向市场,2016 年度营业收入仅为第四季度营业收入,远小于 2017 及 2018 年全年收入金额;在计算应收账款周转率时使用的期初应收账款余额为 0。因此公司 2016 年米家品牌应收账款周转率与 2017 年及 2018 年不具有直接的可比性,数据小于 2017 及 2018 年。

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年	2017年	2016年
主营业务收入（米家品牌）	35,371.88	145,721.21	100,889.04	18,312.70
应收账款余额（米家品牌）	19,997.18	22,446.31	30,137.80	12,502.50
平均应收账款余额（米家品牌）	21,221.75	26,292.06	21,320.15	6,251.25
应收账款周转率	1.67	5.54	4.73	2.93

2018年米家品牌应收账款周转率比2017年有一定提升,从4.73增加至5.54,主要由于公司2018年度米家品牌营业收入较2017年度增长44.44%,但应收账款余额却下降25.52%。应收账款余额下降的原因主要为2017年末,受可开具发票数量所限,公司未能及时向小米开具发票并收款,导致2017年末小米品牌应收账款余额较大。2018年度无此因素影响,公司应收账款余额出现下降。因此,公司2018年比2017年应收账款周转率有所上升。

对于米家品牌的销售,通常在次月第五个工作日,小米通讯完成对账单的制作和核对。双方对账无误之后公司向小米通讯开发票。小米通讯通常在收到销售货款发票后30日内付款,在收到销售分成款发票后10个工作日内付款。因此,各报告期末,公司米家品牌的应收账款余额主要包括期末2个月的货款及期末1个月的分成款。结合实际运营过程中的正常波动,2017年及2018年应收账款周转率4.73及5.54具备商业合理性。

2019年1-3月米家品牌计算出的应收账款周转率为1.67,年化后为6.67,较2018年有所增加。原因为在计算2018年平均应收账款余额时,所使用的期初应收账款余额受2017年末公司未能及时与小米开票收款的影响金额较大,导致计算出的2018年米家品牌应收账款平均余额高于2019年1-3月的应收账款平均余额,因此计算得出米家品牌在2019年1-3月的应收账款周转率有所提高。公司米家品牌销售业务的实际结算流程没有发生重大变化。



## (2) 说明自有品牌应收账款周转率和同行业上市公司差异较大、变化趋势相反的原因及合理性

### 1) 自有品牌应收账款周转率与同行业上市公司差异较大的原因

报告期内各期公司自有品牌应收账款周转率与科沃斯应收账款周转率对比情况如下：

公司名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
科沃斯	1.52	7.86	8.47	7.95
石头科技	4.77	12.65	2.68	-

公司自 2017 年 10 月份起实现自有品牌销售，2017 年公司销售自有品牌产生的营业收入仅为第四季度营业收入金额，在计算应收账款周转率时使用的期初应收账款余额为 0，即 2017 年自有品牌应收账款周转率与科沃斯不具有直接的可比性。

2018 年公司自有品牌应收账款周转率为 12.65；2019 年 1-3 月公司自有品牌应收账款周转率为 4.77，均高于上市公司科沃斯。导致公司 2018 年及 2019 年 1-3 月自有品牌应收账款周转率高于科沃斯的主要因素为：

#### ① 科沃斯应收账款中包括部分产生自 OEM/ODM 业务的应收账款

根据科沃斯 2018 年年报披露，其应收账款中除了销售商品产生的应收账款，也同时存在因为向优罗普洛、创客实业及松下等客户提供 OEM/ODM 服务产生的应收账款。公司自有品牌与科沃斯产生应收账款的业务存在一定的区别。

#### ② 公司经销模式收入的增长

公司线下经销模式全部采用预收账款结算，不会产生应收账款余额。2017 年、2018 年及 2019 年 1-3 月，公司经销模式销售收入占自有品牌销售收入的比例分别为 20.76%、50.92%及 60.05%，呈逐年增长态势，采取预收款方式产生的销售收入占比逐年增加。而根据科沃斯招股说明书显示，对于境外分销商，一般情况下，科沃斯给予一定的信用期，待双方约定的信用期满后，由分销商向科沃斯付款。

综上，因此 2018 年公司自有品牌应收账款周转率高于科沃斯。

## 2) 自有品牌应收账款周转率与同行业上市公司变动趋势相反的原因及合理性

同行业上市公司科沃斯应收账款周转率从 2017 年的 8.47 至 2018 年的 7.86 呈下降趋势。公司自有品牌应收账款周转率从 2017 年的 2.68 至 2018 年的 12.65 呈上升趋势，与科沃斯趋势相反。

公司名称	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
科沃斯	1.52	7.86	8.47	7.95
石头科技	4.77	12.65	2.68	-

公司自有品牌应收账款周转率逐年上升。公司自 2017 年 10 月份起实现自有品牌销售，2017 年公司销售自有品牌产生的营业收入仅为第四季度营业收入金额。2018 年公司自有品牌全年均有销售收入，应收账款周转率较 2017 年有一定提升。同时 2018 年公司自有品牌通过线下经销模式的销售比例进一步提高，自有品牌应收账款周转率进一步提高。

公司自有品牌与科沃斯的业务模式以及应收账款的构成存在差异。根据科沃斯 2018 年年报披露信息显示，科沃斯的客户主要为优罗普洛、创科实业、京东、松下电器等。科沃斯对优罗普洛、创客实业及松下电器的业务均为代工业务，其应收账款中，除了销售商品产生的应收账款，也同时存在因为代工产生的应收账款。由于公司自有品牌应收账款和科沃斯应收账款构成存在差异，公司自有品牌与科沃斯的应收账款周转率变动趋势不一致存在商业合理性。

## 问题 9 关于申报会计师核查的部分

### 请保荐机构及申报会计师核查并发表意见

#### (1) 申报会计师按执业要求履行的主要核查程序

1) 与发行人管理层进行访谈，审阅发行人与主要客户之间的销售合同，了解发行人各销售模式下的交货方式、结算方式、付款与回款周期、信用政策安排及报告期内的变动情况；

2) 复核发行人计算的自有品牌及小米品牌应收账款周转率;

3) 查阅同行业上市公司的年报等公开文件, 查询应收账款周转率, 并与发行人数据进行比较分析。

## **(2) 申报会计师核查发现的事实和依据**

1) 米家品牌产品应收账款周转率 2016 年和 2017 年的波动原因为 2016 年发行人自第四季度开始销售, 应收账款周转率相对较低; 2017 年和 2018 年的波动原因为发行人 2018 年末对小米应收账款余额比 2017 年有所减少, 导致应收账款周转率提升;

2) 发行人自有品牌应收账款周转率与同行业其他上市公司相比较, 主要是由于业务模式及应收账款构成上存在差异, 发行人自有品牌应收账款周转率受此影响与科沃斯呈现变动方向不一致存在合理性。

## **(3) 申报会计师核查意见**

经核查, 申报会计师认为:

发行人的米家品牌应收账款周转率波动存在商业合理性, 自有品牌应收账款周转率和同行业上市公司差异较大、变化趋势相反具备合理性。

## 问题 10 其他问题

### (1) 关于小米定制产品销售分成

根据发行人及保荐机构对第二轮问询问题 2 的回复,公司按照成本价格将小米定制产品销售给小米,小米根据市场公平定价销售小米定制产品,并扣除小米对外销售过程中发生的成本以及相关费用后利润的 50%向公司进行分成。

请发行人补充披露小米对外销售过程中发生的成本以及相关费用如何确定,报告期内其构成、各部分的确定依据及占比是否发生重大变化。

请保荐机构和申报会计师进一步核查是否存在小米向发行人利益输送或调节利润的情形,是否存在小米损害其他股东利益的可能性,并发表明确核查意见。

### 问题 10 (1) 回复:

#### 问题 10 (1) 关于发行人说明的部分

请发行人补充披露小米对外销售过程中发生的成本以及相关费用如何确定,报告期内其构成、各部分的确定依据及占比是否发生重大变化

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”之“(二)主要经营模式”之“3、销售模式”补充披露如下:

#### 10) 小米对外销售过程中发生的成本以及相关费用

##### ①成本及相关费用的构成及确定依据

报告期内，小米对外销售发生的成本及相关费用主要包括小米定制产品的采购成本、物流费用及关税等销售相关费用。小米对外销售发生的采购成本及销售相关费用均遵循公平交易原则，定价公平合理。公司每月从小米获得其对外销售的分成对账单，并复核分成对账单中上述成本及相关费用的合理性。报告期内，小米的采购成本、物流费用及关税等与销售相关的费用确定原则如下：

### I、采购成本

根据公司与小米签订的《业务合作协议》约定，采购成本主要包含公司生产小米定制产品发生的原材料成本、代工费、模具摊销费以及将产成品运送至小米指定仓库而发生物流费用。公司定期向小米提供成本报价单，小米复核成本报价单中各项明细，确认无误后小米以报价单中约定价格作为其采购单价，小米每月根据其对外销售数量及采购单价，计算小米定制产品的采购成本。

### II、物流费用

小米对外销售过程中发生的物流费用主要为将小米定制产品运送至销售客户过程中发生的运输费用。物流费用依据运送货物的重量体积以及投递区域进行计费。

### III、关税

小米对外销售发生的关税主要为小米向台湾出口小米定制产品而缴纳的出口关税。出口关税以出口货物的价格作为计税依据。

### ②成本及相关费用的构成没有发生重大变化

报告期内，小米对外销售过程中发生的成本及相关费用构成如下：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
采购成本	97.23%	98.02%	97.53%	98.64%
物流费用	2.50%	1.68%	1.98%	1.36%
关税	0.23%	0.26%	0.47%	-
其他	0.04%	0.04%	0.02%	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，小米对外销售发生的采购成本、物流费用及关税等销售相关费用的占比没有发生重大变化。

小米对外销售发生的采购成本及销售相关费用均遵循公平交易原则，定价依据合理。报告期内，小米对外销售过程中发生的成本及相关费用构成及占比均未发生重大变化，不存在小米向发行人进行利益输送或调节利润的情形，亦不存在小米损害其他股东利益的可能性。

## 问题 10（1）关于申报会计师核查的部分

请保荐机构和申报会计师进一步核查是否存在小米向发行人利益输送或调节利润的情形，是否存在小米损害其他股东利益的可能性，并发表明确核查意见

### 1) 申报会计师按执业要求履行的核查程序

①查阅了公司与小米签署的《业务合作协议》及其相关附属协议，并就主要条款与公司小米销售负责人进行访谈，了解公司与小米的权利及义务，分成对账周期，分成计算方法以及扣减费用的计算依据等具体约定；

②登录小米为公司提供的小米分销系统账户界面，获取报告期内各月“分成款对账单”，与公司账面确认收入金额进行核对。抽取 2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年第一季度各月“分成款对账单”，检查公司各月分成款的开票记录及银行回单等单据，判断收入确认时点的准确性。

③检查报告期内公司与小米是否按照合同约定的分成款对账周期进行结算，公司是否存在通过调整对账周期或者对账金额的方式调整分成收入的确认期间。

④根据分成款对账单中的采购成本及销售相关费用明细，检查各月单位采购成本与成本报价单是否一致，检查单位物流费用及出口关税的合理性以及报告期内是否存在重大变化；

⑤根据获取的 2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年第一季度的“分成款对账单”，以分成款对账单中记录的销售数据为基础，对销售情况及扣减费用情况进行如下分析：

I、分析报告期内各季度发货及小米销售情况是否存在异常变动、所销售产品是否存在异常集中等情形；

II、计算报告期内各季度小米定制产品的平均销售单价，分析平均售价的合理性以及各季度平均售价是否存在异常波动；

III、分析报告期内小米定制产品的平均扣减费用是否合理，小米对外销售过程中发生的营业成本及扣减费用的占比是否存在重大变化。

⑥获取小米提供的《关于与石头科技合作情况的说明》，小米声明其向公司提供的米家产品分成结算单及对外销售数据等相关信息准确、客观，不存在小米为公司利益输送或调节利润的情形，亦不存在损害公司其他股东利益的情况。

## **2) 申报会计师经核查发现的事实和依据**

①公司与小米严格按照合同约定的分成款对账周期进行结算。对账单出具时间及对账金额均记录于小米供应商后台系统，公司无权限修改。公司不存在通过调整对账周期或者对账金额的方式调整分成收入的确认期间。

②公司通过复核分成对账单中的最终销售数量、对外平均销售价格、平均采购成本以及平均扣减销售费用的合理性，确保分成款对账单中扣减的采购成本及销售相关费用等数据的准确、客观。

③小米对外销售过程中发生的成本及销售相关费用主要包括小米定制产品的采购成本、物流费用及关税等费用，相关费用的扣费依据合理，且报告期内各项费用占比不存在重大变化。

### 3) 申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

小米对外销售过程中发生的成本及销售相关费用依据公平交易原则，定价公平合理。报告期内，相关成本及费用的构成及占比不存在重大变化。不存在小米向发行人利益输送或调节利润的情形，不存在小米损害其他股东利益的可能性；相关补充披露真实、准确、完整。

## (2) 关于一季度财务数据

请发行人对 2019 年一季度的经营状况、主要财务信息及财务指标与上年同期相比的变化情况作简单分析，若发生较大变化的，应披露变化情况、变化原因及由此可能产生的影响。

请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

请发行人、保荐机构及相关证券服务机构更新补充申请材料中与财务会计资料相关的其他文件。

**问题 10（2）回复：**

**问题 10（2）关于一季度分析的部分**

### 1) 2019 年第一季度的经营状况

近年来，全球智能扫地机器人行业处于快速发展阶段。随着居民生活水平的提高，人们消费观念和习惯的改变带来消费升级，消费者尤其是年轻一代对智能产品替代繁琐家务劳动的需求日趋强烈，激发了对智能扫地机器人产品的需求增长。与上年同期相比，2019 年第一季度公司的经营业务无重大变化，随着公司销售渠道的不断拓展和产品的市场认可度不断提高，公司产品销售保持增长态势。



2019年第一季度，公司小米模式及非小米模式的销售占比分别为43.83%和56.17%，公司总营业收入86,605.82万元，较上年同期增长31,631.44万元，涨幅57.54%；归属于母公司股东的净利润13,653.01万元，较上年同期增长4,743.37万元，涨幅53.24%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润13,360.91万元，较上年同期增长4,505.81万元，涨幅50.88%；截至2019年3月31日，公司净资产83,340.86万元，较上年末增长13,402.14万元，涨幅19.16%。公司总体经营保持持续稳定增长。

## 2) 2019年第一季度主要财务信息及财务指标变动、分析及披露情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”中补充披露如下：

### (四) 2019年第一季度主要资产负债科目及财务指标变动分析

公司对2019年3月末与上年期末相比变动金额超过300万元及变动幅度超过20%的各资产负债表项目、以及2019年第一季度的主要财务指标进行了分析，具体如下所示：

#### 1、合并资产负债表科目变动分析

单位：万元

项目	2019年 3月31日	2018年 12月31日	变动金额	变动比例	注释
流动资产：					
货币资金	36,404.59	2,587.29	33,817.30	1307.05%	II
交易性金融资产	29,570.62	-	29,570.62	/	I-i
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	42,842.57	-42,842.57	-100.00%	I-i
应收票据	-	839.46	-839.46	-100.00%	I-ii
应收账款	24,288.81	38,171.44	-13,882.63	-36.37%	I-iii
应收款项融资	400.00	-	400.00	/	I-ii
预付款项	293.86	150.67	143.19	95.03%	
其他应收款	5,380.84	5,524.02	-143.18	-2.59%	
存货	24,096.60	27,770.23	-3,673.64	-13.23%	
其他流动资产	1,391.80	1,644.69	-252.90	-15.38%	

流动资产合计	121,827.11	119,530.39	2,296.73	1.92%	
非流动资产:					
其他非流动金融资产	1,410.00	-	1,410.00	/	I-iv
固定资产	4,868.83	4,877.32	-8.49	-0.17%	
递延所得税资产	214.25	112.27	101.98	90.84%	
其他非流动资产	2,020.05	3,195.22	-1,175.17	-36.78%	I-iv
非流动资产合计	8,513.13	8,184.81	328.32	4.01%	
资产总计	130,340.25	127,715.20	2,625.05	2.06%	
流动负债:					
应付账款	39,311.48	40,402.23	-1,090.75	-2.70%	
预收款项	213.50	50.00	163.50	327.01%	
应付职工薪酬	1,836.89	3,929.16	-2,092.27	-53.25%	III
应交税费	3,286.12	10,401.09	-7,114.97	-68.41%	IV
其他应付款	1,812.99	2,636.79	-823.80	-31.24%	V
其他流动负债	538.40	357.20	181.20	50.73%	
流动负债合计	46,999.39	57,776.47	-10,777.09	-18.65%	
负债合计	46,999.39	57,776.47	-10,777.09	-18.65%	
股东权益:					
股本	5,000.00	5,000.00	-	0.00%	
资本公积	55,298.03	55,298.03	-	0.00%	
其他综合(亏损)/收益	-130.34	35.25	-165.59	-469.76%	
盈余公积	1,132.52	1,141.05	-8.53	-0.75%	
未分配利润	22,040.65	8,464.39	13,576.26	160.39%	VI
归属于母公司股东权益合计	83,340.86	69,938.72	13,402.14	19.16%	
股东权益合计	83,340.86	69,938.72	13,402.14	19.16%	
负债和股东权益总计	130,340.25	127,715.20	2,625.05	2.06%	

## I、采用新金融工具准则的影响

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等(以下合称“新金融工具准则”),公司已采用上述准则编制截至 2019 年 3 月 31 日止 3 个月期间的财务报表。根据新金融工具准则的相关规定,公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2019 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额,比较财务报表未重列。新金融工具准则主要影响以下科目:

### i、交易性金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

2019 年,公司采用新金融工具准则后,以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产报表项目不再适用,其原核算的短期理财产品转为在交易性金融资产科目列报。2019 年 3 月末,公司交易性金融资产余额 29,570.62 万元,较 2018 年末以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产余额 42,842.57 万元有所减少,主要是由于公司赎回了部分理财产品所致。

### ii、应收票据、应收款项融资

应收票据及应收款项融资科目核算的均为应收银行承兑汇票。公司视日常资金管理的需要,将银行承兑汇票进行贴现和背书,公司管理银行承兑汇票的业务模式既包括以收取合同现金流量为目标又包括以出售为目标。故于 2019 年 3 月 31 日,公司将应收银行承兑汇票余额 400.00 万元,列示为应收款项融资。2019 年 3 月末,公司应收款项融资余额 400.00 万元较 2018 年末应收票据余额 839.46 万元有所减少,系银行承兑汇票到期兑付所致。

### iii、应收账款

公司应收账款主要为产品销售应收款项。2019年3月末应收账款账面价值24,288.81万元，较2018年末38,171.44万元有所减少，主要是由于：①2019年3月末及2018年末，公司向苏宁销售商品形成的应收账款余额分别为5,051.38万元及9,029.50万元。由于公司主要以办理无追索权保理的业务模式管理对苏宁的应收账款，故于2019年3月31日，公司将对苏宁的应收账款5,051.38万元列示为交易性金融资产，比较期间2018年末未重列。②受季节性因素影响，公司2019年第一季度的销售收入较2018年第四季度有所降低，且随着公司天猫、淘宝等线上B2C直销模式及预收货款的线下经销模式的销售占比不断提高，导致2019年3月底的应收账款余额较2018年末有所降低。

### iv、其他非流动金融资产、其他非流动资产

2019年，公司采用新金融工具准则后，公司持有的附有优先权利的股权投资1,410.00万元从其他非流动资产重分类至其他非流动金融资产。

## II、货币资金

公司货币资金以银行存款为主。2019年3月末和2018年末，公司货币资金余额分别为36,404.59万元和2,587.29万元，2019年3月末货币资金余额增加主要是由于公司生产及销售智能扫地机器人及其配件产生经营活动现金净流入，以及赎回部分理财产品所致。

## III、应付职工薪酬

2019年3月末及2018年末，应付职工薪酬余额分别为1,836.89万元及3,929.16万元，余额减少主要为公司于2019年一季度支付2018年计提的员工年终奖金所致。

#### IV、应交税费

2019年3月末及2018年末，应交税费余额分别为3,286.12万元及10,401.09万元，余额减少主要为公司于2019年一季度支付2018年末应交所得税、增值税以及附加税余额，2019年第一季度的利润及销售规模较2018年第四季度有所减小，应交各项税费余额相应有所减少。

#### V、其他应付款

2019年3月末及2018年末，其他应付款余额分别为1,812.99万元及2,636.79万元，余额减少主要是由于公司2019年第一季度支付了中介及咨询服务费、退还了部分运输供应商的保证金所致。

#### VI、未分配利润

2018年末及2019年3月末，未分配利润余额分别为8,464.39万元及22,040.65万元，余额增加主要系2019年第一季度实现的净利润所致。

#### 2、合并资产负债表主要财务指标

主要财务指标	2019年3月31日	2018年12月31日	变动
流动比率(倍)	2.59	2.07	0.52
速动比率(倍)	2.08	1.59	0.49
资产负债率	36.06%	45.24%	-9.18%
归属于母公司股东的每股净资产(元)	16.67	13.99	2.68

2019年3月末的流动比率、速动比率较2018年末均有所提高，2019年3月末资产负债率较2018年末有所降低，主要是由于公司生产及销售智能扫地机器人及其配件产生经营活动现金净流入导致货币资金增加。

2019年3月末归属于母公司股东的每股净资产16.67元较2018年末的13.99元有所增加，主要是由于公司2019年第一季度实现的净利润所致。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”中补充披露如下：

### (七) 2019 年第一季度经营成果与上年同期比较分析

公司对 2019 年第一季度与上年同期相比变动金额超过 300 万元及变动幅度超过 20%的各利润表项目、以及 2019 年第一季度的主要财务指标进行了分析，具体如下所示：

#### 1、合并利润表科目变动分析

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年 1-3 月	变动金额	变动比例	注释
一、营业收入	86,605.82	54,974.38	31,631.44	57.54%	I
减：营业成本	60,164.48	39,182.05	20,982.43	53.55%	I
税金及附加	452.85	389.08	63.77	16.39%	
销售费用	5,235.46	2,514.05	2,721.41	108.25%	II
管理费用	1,031.30	625.68	405.62	64.83%	III
研发费用	3,793.63	1,947.89	1,845.74	94.76%	IV
财务费用-净额	-34.40	-112.90	78.50	-69.53%	
加：其他收益	88.47	-	88.47	/	
投资收益	256.40	64.16	192.24	299.62%	
公允价值变动收益	-55.75	-	-55.75	NA	
信用减值损失	28.45	—	28.45	NA	V
资产减值损失	-	-1.00	1.00	-100.00%	
二、营业利润	16,280.06	10,491.69	5,788.37	55.17%	
加：营业外收入	0.05	-	0.05	/	
减：营业外支出	-	-	-	/	
三、利润总额	16,280.11	10,491.69	5,788.42	55.17%	
减：所得税费用	2,627.10	1,582.05	1,045.05	66.06%	VI
四、净利润	13,653.01	8,909.64	4,743.37	53.24%	

注：2018 年 1-3 月财务数据未经审计。

## I、营业收入、营业成本、营业毛利及营业毛利率

公司销售渠道主要包括小米模式、线上及线下销售渠道。其中，线上销售渠道主要包括京东、苏宁、天猫以及有品等线上电商平台。线下销售渠道主要包括线下经销以及线下直销，线下经销为公司通过线下经销商对外进行分销，线下直销为通过直接对外销售。2019 年第一季销售收入为 86,605.82 万元,较 2018 年第一季度销售收入 54,974.38 万元增加 31,631.43 万元,增长幅度约为 57.54%。主要由于公司逐步开拓线下销售渠道,导致线下销售收入增长迅速。2019 年第一季度销售毛利率为 30.53%,较 2018 年第一季度销售毛利率 28.73%上升 1.80%,毛利率基本保持稳定。

## II、销售费用

2019 年 1-3 月,公司销售费用发生额为 5,235.46 万元,较上年同期增长 2,721.41 万元,增长比例 108.25%,主要变化情况及分析如下:

### i、广告及市场推广费用

2019 年 1-3 月,公司广告及市场推广费用发生额为 1,510.77 万元,较上年同期增长 1,042.07 万元,增长比例 222.33%,同时,广告及市场推广费用占营业收入比例由上年同期的 0.85%增长至 1.74%,主要是由于为促进产品销售增长和业务规模扩大,公司加大了在京东、天猫、苏宁等电商平台的营销推广力度所致。

### ii、平台服务费及佣金

2019 年 1-3 月,公司平台服务费及佣金发生额为 1,654.06 万元,较上年同期增长 780.63 万元,增长比例 89.38%。平台服务费及佣金增加主要是由于较上年同期公司新增美国亚马逊海外代销平台,且各代销平台销售额增加较大所致。2019 年 1-3 月,平台服务费及佣金占营业收入比例由上年同期的 1.59%增长至 1.91%,主要原因为公司自 2018 年 3 月末开始通过美国亚马逊开展代销业务,该平台服务费及佣金费率较高。由于上年同期公司通过美国亚马逊的代销业务刚开始开展、销售规模较小,2019 年 1-3 月公司通过该平台实现的销售额及占

营业收入的比例较上年同期都有所增加，导致公司平台服务费及佣金占营业收入的比例也相应增加。

### iii、职工薪酬费用

2019年1-3月，销售费用中职工薪酬费用的发生额为958.19万元，较上年同期增长626.82万元，增长比例189.16%。主要原因为2019年1-3月销售人员平均人数为119人，较上年同期增长86人，公司销售费用中的职工薪酬发生额随员工人数的增加而增加。同时，2019年一季度公司新增员工中，大部分属于售后服务人员，该类员工的平均薪酬较低，使得职工薪酬增长比例低于员工人数增长比例。

### III、管理费用

公司2019年1-3月管理费用发生额为1,031.30万元，较上年同期增长405.62万元，增长比例64.83%，主要是由于职工薪酬费用的增加所致。2019年1-3月管理人员平均人数为63人，较上年同期增长32人，公司管理费用中的职工薪酬发生额随员工人数增加而增加。

### IV、研发费用

2019年1-3月，公司研发费用发生额为3,793.63万元，较上年同期增长1,845.73万元，增长比例94.76%，主要变化情况及分析如下：

#### i、职工薪酬费用

2019年1-3月，公司研发费用中职工薪酬费用发生额为2,615.52万元，较上年同期增长1,159.77万元，增长比例79.67%。主要原因为公司注重研发投入，研发人员平均人数由2018年1-3月的88人增长至2019年1-3月的192人，公司研发费用中的职工薪酬费用发生额随员工人数增加而增加。



## ii、研发材料费用

2019年1-3月，公司研发材料费用发生额501.71万元，较上年同期增长423.50万元，增长比例541.51%，主要原因为公司重视研发投入，2019年1-3月，随着公司激光+视觉智能扫地机器人、激光导航扫拖一体智能机器人2代及手持吸尘器等研发项目的不断开展和深入，公司发生的研发材料费用相应增加。

## V、信用减值损失

2019年1-3月，因采纳新金融工具准则的影响，应收款项计提的坏账损失从“资产减值损失”调整到“信用减值损失”项目列示。

## VI、所得税费用

2019年1-3月，公司所得税费用较上年同期有所增加，主要是由于税前利润总额增长所致。

## 2、合并利润表主要财务指标变动分析

主要财务指标	2019年1-3月	2018年1-3月	变动
毛利率	30.53%	28.73%	1.80%
息税折旧摊销前利润(万元)	16,864.03	10,731.49	6,132.54
归属于母公司股东的净利润(万元)	13,653.01	8,909.64	4,743.37
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润(万元)	13,360.91	8,855.10	4,505.81
研发投入占营业收入的比例	4.38%	3.54%	0.84%
加权平均净资产收益率	17.82%	28.28%	-10.46%
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率	17.48%	28.11%	-10.63%
基本及稀释每股收益			
——归属于公司普通股股东的净利润(元)	2.73	1.78	0.95
——扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(元)	2.67	1.77	0.90

2019年1-3月息税折旧摊销前利润、归属于母公司股东的净利润、归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润、基本及稀释每股收益均较上年同期有所增加，主要系公司生产及销售规模不断扩大，产生的利润相应增加所致。

公司 2019 年 1-3 月研发投入占营业收入比例为 4.38%，上年同期为 3.54%。研发投入占营业收入的比例有所增加，主要原因为公司注重研发投入，研发人员平均人数由 2018 年 1-3 月的 88 人增长至 2019 年 1-3 月的 192 人，增长比例 118.18%，营业收入的增长幅度为 57.54%，研发人员平均人数的增长幅度较营业收入的增长幅度更大，使得研发投入占营业收入比例有所增加。

公司 2019 年 1-3 月加权平均净资产收益率较上年同期有所下降，主要原因为净资产基数较小，随公司利润增长，平均净资产增长率较大。

## **问题 10（2）关于申报会计师核查意见的部分**

### **请保荐机构及申报会计师核查并发表意见**

#### **1) 申报会计师按执业要求履行的核查程序**

①与发行人管理层访谈，了解 2019 年第一季度的主要经营情况；

②将 2019 年第一季度及 2018 年末的财务数据核对至经审计申报财务报表，复核主要财务指标计算的准确性；

③与发行人管理层进行访谈，了解发行人主要财务信息及财务指标与上年同期相比变化情况的原因；

④在对申报财务报表执行审计的基础上，对发行人 2019 年第一季度的经营状况、主要财务信息及财务指标与上年同期相比的变化情况进行分析，识别是否存在异常变动情况，以及与审计申报财务报表时所审核的会计资料及申报财务报表中所披露的相关内容在重大方面存在不一致的情况。

#### **2) 申报会计师经核查发现的事实和依据**

发行人 2019 年第一季度的经营状况稳定、经营业绩持续增长，主要财务信息及财务指标真实、准确反映了公司的经营情况。

### 3) 申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人对 2019 年第一季度的经营状况、主要财务信息及财务指标与上年同期相比的变化情况及其分析具有合理性，主要财务信息和财务指标真实、准确反映了公司 2019 年第一季度的经营情况。

### 问题 10（2）关于更新补充申请材料的部分

请发行人、保荐机构及相关证券服务机构更新补充申请材料中与财务会计资料相关的其他文件

发行人申报会计师已更新补充申请材料中与财务会计资料相关的其他文件。

### （5）关于股份支付

请保荐机构及申报会计师核查发行人各股东是否存在发行人职工、客户、供应商等持股，发行人设立至今发生的股份变动是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》，并对发行人是否存在应确认而未确认的股份支付全面核查并发表明确意见。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

**问题 10（5）回复：**

**问题 10（5）关于申报会计师核查的部分**

**1) 发行人各股东是否存在发行人职工、客户、供应商等持股**

报告期内，公司股东清单如下：

股东	股东性质
昌敬	自然人股东
天津金米	境内法人股东
上海赫比	境内法人股东
拉萨顺盈	境内法人股东
石头时代	境内法人股东
丁迪	自然人股东
高榕	境外法人股东
启明	境外法人股东
毛国华	自然人股东
吴震	自然人股东
无锡沃达	境内法人股东
万云鹏	自然人股东
张志淳	自然人股东
GIC	境外法人股东
顺为	境外法人股东

报告期内，自然人股东昌敬、毛国华、吴震、万云鹏及张志淳为员工直接持股。境内法人股东石头时代为股权激励员工持股平台，其股东全部为公司员工。境内法人股东天津金米为小米集团内企业，同时小米为公司的供应商和客户。除此之外，发行人其他股东不存在员工、客户及供应商持股。

**2) 发行人设立至今发生的股份变动是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》，并对发行人是否存在应确认而未确认的股份支付全面核查并发表明确意见**

报告期内，发行人增资和减资情况如下：

时间	增（减）资股东	增加（减少）注册资本
2014年7月	昌敬	122,400元
	毛国华	34,000元
	吴震	13,600元
	丁迪	30,000元
2015年3月	上海赫比	15,460元
	天津金米	92,720元
	丁迪	900元
2015年9月	石头时代	39,112元
2016年4月	高榕	17,254元
	启明	14,982元
	GIC	2,876元
	顺为	2,876元
	无锡沃达	4,940元
2016年9月	全体股东	808,880元
2018年3月	全体股东	8,800,000元
2018年12月	全体股东	40,000,000元
2019年3月	拉萨顺盈	(5,925,500)元
	顺为	5,925,500元

注：括号代表注册资本减少。

2014年7月，公司设立时注册资本为200,000元，由自然人股东昌敬、毛国华、丁迪及吴震共同出资设立，不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

丁迪与公司及创始人达成协议，丁迪有权继续以增资的方式认缴公司股权，但该部分继续认缴股权的价格应与丁迪已持有的公司3万股股权出资价格合并计算，实际投资价格为以人民币102.59元的对价认购公司每一元注册资本，入股价格公允，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

2015年3月，公司获得A轮融资，其中：上海赫比出资人民币2,190,000元，获得公司15,460份股权，入股价格为142元/股；天津金米出资人民币13,140,000元，获得公司92,720份股权，入股价格为142元/股；入股价格公允，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

2015年9月，设立北京石头时代信息咨询合伙企业（有限合伙）作为公司员工持股平台。员工持股平台持有公司10%股权（对应初始注册资本的金额为39,112元），分为20,000,000份期权份额。公司已根据企业会计准则相关规定，从相应的期权份额授予日开始按照授予激励对象股票期权的公允价值确认相应股份支付费用。

2016年4月，公司获得B轮融资，其中：高榕出资人民币65,391,301元，获得公司17,254份股权，入股价格为3,790元/股；启明出资人民币56,781,441元，获得公司14,982份股权，入股价格为3,790元/股；GIC出资人民币10,898,546元，获得公司2,876份股权，入股价格为3,789元/股；顺为出资人民币10,898,546元，获得公司2,876份股权，入股价格为3,789元/股；无锡沃达出资人民币18,727,667元，获得公司4,940份股权，入股价格为3,791元/股；各投资者入股价值基本一致，且与公司公允价值相近，入股价格公允，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

2016年9月及2018年3月，公司分别由资本公积转增注册资本808,880元及8,800,000元，不涉及股份支付，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

2018年12月，公司整体变更为股份有限公司，变更后股本为5,000万元，不涉及股份支付，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

2019年3月，股东拉萨顺盈减资退出公司，同时股东顺为以同等出资额对公司继续增资，此次减资、增资行为属于股东内部重组，不涉及股份支付，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

报告期内，发行人股权转让情况如下：

时间	转让方	受让方	转让股比	转让注册资本
2015年9月	毛国华	万云鹏	2.2001%	6,800元
		张志淳	2.2001%	6,800元
	天津金米	拉萨顺盈	14.9994%	46,360元
2016年3月	上海赫比	高榕	1.78%	6,213元
		启明	1.55%	5,395元
		GIC	0.30%	1,036元
		顺为	0.30%	1,036元
		无锡沃达	0.51%	1,780元
2017年9月	昌敬	高榕	0.30%	3,600元
	毛国华		0.30%	3,600元
	吴震	启明	0.30%	3,600元
	张志淳		0.30%	3,600元
	万云鹏	高榕	0.14%	1,645元
		启明	0.04%	481元
		GIC	0.12%	1,474元

2015年9月，毛国华将代持部分股权转让给万云鹏、张志淳，不涉及股份支付。天津金米将其持有公司的14.9994%股份转让给拉萨顺盈；2016年3月，上海赫比将其持有公司的4.44%股份转让给B轮投资者；2017年9月，公司自然人股东昌敬、毛国华、吴震、张志淳、万云鹏合计向高榕、启明及GIC转让1.50%股权；上述股权转让价格公允，不涉及股份支付，故不适用《企业会计准则第11号—股份支付》。

### 3) 请保荐机构及申报会计师核查并发表意见

#### ①申报会计师按执业要求履行的主要核查过程

I、获取并查阅公司各股东的股权结构资料，关注发行人股东是否存在公司员工、客户和供应商持股；

II、检查公司历次股份变动协议，董事会和股东会决议，关注其增资金额和持股比例等，关注是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》；

III、复核股份支付的会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号-股份支付》及其他相关规定，确认发行人按照企业会计准则相关规定对股份支付进行恰当的会计处理；对股份支付费用进行重新计算，确认发行人在报告期内确认股份支付费用是准确的。

### ②申报会计师经核查发现的事实和依据

I、通过查阅公司各股东股权结构资料，公司创始人股东昌敬、毛国华、吴震、万云鹏及张志淳为员工直接持股，股权激励对象通过员工持股平台石头时代间接持股；天津金米受小米最终控制，为供应商、客户控股。

II、2014 年 7 月，公司设立时，由自然人股东昌敬、毛国华、丁迪及吴震共同出资设立，不涉及股份支付；2015 年 3 月，公司进行 A 轮融资，A 轮投资者均以公允价值出资；2015 年 9 月，公司设立员工持股平台，员工持股平台在进行股权激励时已确认相关股份支付费用；2016 年 4 月，公司进行 B 轮融资，B 轮投资者均以公允价值出资；2016 年 9 月及 2018 年 3 月，公司进行资本公积转增实收资本，不涉及股份支付；2018 年，公司整体变更为股份有限公司，不涉及股份支付；2019 年 3 月，公司减资、增资行为属于股东内部重组，不涉及股份支付。

### ③申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

I、公司创始人股东昌敬、毛国华、吴震、万云鹏及张志淳为员工直接持股，股权激励对象通过员工持股平台石头时代间接持股；天津金米股权穿透后受小米最终控制，为供应商、客户控股。除此之外，其他股东均不存在员工、供应商及客户持股。

II、除公司员工持股平台进行股权激励而确认的股份支付费用外，公司设立至今发生的其他股份变动，均不适用《企业会计准则第 11 号-股份支付》，相应不存在应确认而未确认的股份支付费用。



## (6) 关于研发费用核算

根据二轮问询回复，公司独立承担产品的研发全部工作，除共有知识产权的注册及维护管理费用由公司与小米共担之外，研发费用由公司自行承担并单独核算。

请发行人说明报告期内共有知识产权的注册及维护管理费用由公司与小米共担的具体情况及金额。

请保荐机构和申报会计师核查是否存在公司为小米承担费用或成本的情况，研发费用核算是否准确，是否符合企业会计准则的规定。

**问题 10（6）回复：**

**问题 10（6）关于发行人说明的部分**

请发行人说明报告期内共有知识产权的注册及维护管理费用由公司与小米共担的具体情况及金额

报告期内，根据公司与小米的相关约定，公司与小米共有专利的国内注册及维护管理费用由小米承担，海外注册及维护管理费用由双方均摊。报告期内，共有知识产权的海外注册及维护管理费用共发生 139.59 万元，公司承担上述费用的 50%，共计 69.80 万元。

报告期内，公司承担共有知识产权的注册及维护管理费用的金额为：

单位：万元

年度	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
金额	17.64	36.39	15.77	-

## 问题 10（6）关于申报会计师核查的部分

请保荐机构和申报会计师核查是否存在公司为小米承担费用或成本的情况，研发费用核算是否准确，是否符合企业会计准则的规定

### 1) 申报会计师按执业要求履行的主要核查程序

①与发行人研发部门及财务部门负责人进行访谈，了解发行人研发投入归集和核算方法，获取并检查研发项目费用支出的归集明细；

②取得并查阅发行人研发活动的相关内部控制和管理制度，询问各内控环节的部门负责人内部控制的执行情况，对研发相关内部控制循环执行穿行测试及控制测试，包括有关研发支出列支的政策、用途和范围的规定、研发支出的审批等；

③检查与研发费用相关的支持性文件，包括：薪酬计提表、期权授予协议、研发材料领用单、费用合同及发票等，确认相关费用与项目研发活动相关。检查费用的性质，复核研发费用核算范畴，确认金额与支持性文件一致，结合《企业会计准则》、《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）相关规定，分析公司相关支出计入研发费用的合理性，复核研发费用分摊底稿的准确性、合理性；

④查阅发行人与小米签订的相关协议，了解合作研发的分工约定以及费用的分摊原则；

⑤访谈发行人参与定制产品合作的负责人和技术人员，了解具体合作研发分工与方式；

⑥访谈小米负责合作研发的产品经理，了解具体合作研发分工与方式以及费用的分摊原则；

⑦查阅发行人与小米合作研发流程中的相关业务记录，了解公司与小米共有专利注册及维护管理费用的承担方式；

⑧检查注册及维护管理费用的业务合同、对账单。

## 2) 申报会计师经核查发现的事实及依据

①报告期内，公司与小米共有专利的国内注册及维护管理费用由小米承担，海外注册及维护管理费用由双方均摊；

②公司制定的研发相关制度健全，均按照企业制定的内部控制流程及制度执行，且执行有效；

③报告期内，公司各研发项目的研发费用归集准确，研发费用的确认金额与支持性文件一致，相关数据来源和计算合规，且均与核心技术及其相关产品有关，不存在发行人为小米承担费用或成本的情况；

④公司研发费用的确认符合《企业会计准则》和《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）的规定。

## 3) 申报会计师核查意见

经核查，注册会计师认为：

发行人与小米按照相关约定承担专利的注册及维护管理费用；报告期内发行人的研发投入归集准确，相关数据来源及计算合规，研发投入主要围绕核心技术及其相关产品，公司研发费用的确认符合《企业会计准则》和《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）的规定，不存在发行人为小米承担费用或成本的情况。

## (7) 关于二轮问询回复

请保荐机构及相关证券服务机构对二轮回复问题 1 的第（5）

（6）小问及问题 2 的第（1）（5）小问发表核查意见。

保荐机构认为销售模式变化造成公司经营模式产生了变化，但不存在重大变化。请保荐机构核查发行人是否已在招股说明书中充

分披露经营模式变化的相关情况。

请保荐机构和申报会计师对问题 16 线上渠道终端销售收入是否真实、准确发表明确核查意见。

**问题 10（7）回复：**

请保荐机构及相关证券服务机构对二轮回复问题 1 的第（5）（6）小问及问题 2 的第（1）（5）小问发表核查意见

1) 二轮回复问题 1 第（5）问“请分析说明 2016 年管理人员平均年薪显著较低的原因及合理性”

**①申报会计师按执业要求履行的主要核查程序**

I、对发行人相关人员进行访谈，了解管理人员平均年薪报告期内发生变化的原因；

II、查阅了发行人资金流水；

III、查阅发行人报告期内的工资表及相关人员的劳动合同。

**②申报会计师经核查发现的事实和依据**

发行人 2016 年产生收入时间较短，同时管理人员规模较小，2017 年和 2018 年经营业绩大幅增长，管理员工资和年终奖随之上升。

**③申报会计师核查意见**

根据上述核查过程及核查发现的事实和依据，申报会计师认为：

2016 年管理人员平均年薪相比 2017 年、2018 年显著较低，主要由于公司于 2016 年 9 月推出首款产品，当年产生收入时间较短，且创业阶段管理团队规模较小，同时公司 2017 年、2018 年经营业绩较 2016 年有较大幅度增长，因此，2016 年管理员工资和年终奖低于 2017 年和 2018 年水平。上述原因合理。

2) 二轮回复问题 1 第 (6) 小问“请结合报告期各期质保金计提与实际发生的情况说明是否存在差异，质保金计提是否充分”

申报会计师在第二轮问询回复如下：

“报告期内，质保金的计提与实际发生情况如下：

单位：万元

项目	2019 年第一季度	2018 年度	2017 年度
预计负债期初余额	357.20	119.85	16.98
质保金当期计提金额	169.25	561.02	105.31
维修及返修费当期实际发生金额	111.10	428.47	52.97
预计负债期末余额	538.40	357.20	119.85

报告期各期末预计负债金额增加主要是由于公司销量增加导致的，2018 年公司销量由 874,232 台增加至 2,128,455 台，增长约 143.47%，预计负债金额随之增加约 198.04%。

2017 年度，公司计提质保金 105.31 万元，本期实际发生的维修及返修费用为 52.97 万元；2018 年度，公司计提质保金 561.02 万元，本期实际发生维修及返修费用为 428.47 万元；2019 年第一季度，公司计提质保金 169.25 万元，本期实际发生维修及返修费用为 111.10 万元。报告期内，公司计提质保金金额大于当年实际发生的质保费用，各期计提质保金金额能够覆盖各期的维修支出，公司质保金计提充分。”

在本轮问询答复中，申报会计师就问题 1 的第 (6) 小问发表核查意见如下：

①申报会计师按执业要求履行的主要核查程序

I、与发行人管理层访谈，审阅读发行人与主要客户的销售合同，了解发行人不同销售模式下的售后服务安排；

II、结合企业会计准则的相关规定，分析发行人与售后服务安排相关的会计处理及其对收入确认会计处理影响分析的合理性；

III、复核报告期内发行人质保金的计提依据及计算过程，并与实际发生情况进行比较，评估管理层对质保金计提的充分性。

## ②申报会计师经核查发现的事实和依据

I、发行人对各种销售模式下售后服务安排、售后服务相关支出及履行义务的说明与实际情况相符；

II、发行人对质保金计提的会计处理符合企业会计准则的规定；

III、报告期内，发行人各期计提质保金金额能够覆盖各期的维修支出，质保金计提充分。

## ③申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人计提质保金金额大于当年实际发生的质保费用，各期质保金计提与实际发生情况之间的差异具有合理性；各期计提质保金金额能够覆盖各期的维修支出，质保金计提充分。

3) 二轮回复问题 2 第 (1) 问中对“请具体回答小米模式下公司实际结转的成本与约定计价成本存在的差异及原因，并请说明小米对公司产品成本提供过哪些具体管理建议。”

### ①申报会计师按执业要求履行的核查程序

I、查阅了公司与小米签署的《业务合作协议》及其相关附属协议，并就约定计价成本的相关条款与公司小米销售负责人进行访谈，了解小米模式下双方约定计价成本的构成以及定期更新条款；

II、对比小米模式下公司实际结转成本与约定计价成本，向询问管理层询问存在差异的原因。根据管理层对差异原因的解释，检查相关合同约定并与相关部门负责人进行访谈，分析差异原因的合理性；

III、就小米向公司产品成本提供过哪些具体管理建议与发行人进行访谈，了解公司与小米合作期间，小米提供的相关管理建议。

## ②申报会计师经核查发现的事实和依据

I、小米模式下公司实际结转的成本与约定计价成本略有差异，主要由于以下两个原因导致：i、物流费用不计入公司实际结转的成本，但包含于与小米的约定计价成本，导致公司结转的产品成本略低于与小米约定的计价成本；ii、公司实际结转成本会根据原材料采购价格及委托加工费实时调整，而双方约定的计价成本调整存在滞后。由此，导致公司实际结转成本与双方约定的计价成本略有差异。

II、公司与小米合作期间，小米利用其管理经验，建议公司采用供应商价格竞争机制，对于通用件采购至少引入两家及以上供应商，达到控制成本，提高企业经济效益的目的。

## ③申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

I、在小米模式下，公司实际结转成本与约定计价成本略有差异，差异原因合理；

II、小米对公司产品成本提供过的建议公司采用供应商价格竞争机制的管理建议具有合理性。

4) 二轮回复问题 2 第 (5) 问“问题 26，第一小问请首先具体分析披露未来小米模式销售比重变化对销售费用的影响，再根据情况说明是否充分提示风险，若存在未充分提示风险的情况，补充披露相关风险。”

## ①申报会计师按执业要求履行的主要核查程序

I、对发行人相关人员进行访谈，了解销售费用各明细项目的性质及与收入规模变动的关系，分析其在报告期内发生变化的原因；

II、对小米模式销售比重变化对销售费用影响进行敏感性分析。

### ②申报会计师经核查发现的事实和依据

根据敏感性分析结果，在 2018 年整体销售费用率的基础上，假设未来公司销售费用和自有品牌产品收入同比例增长，未来小米模式销售比重每下降 10%，整体销售费用率将随之增长约 1.07%，存在影响未来经营业绩的风险。

### ③申报会计师核查意见

根据上述核查过程及核查发现的事实和依据，申报会计师认为：

根据发行人敏感性分析结果，在 2018 年整体销售费用率的基础上，假设未来公司销售费用和自有品牌产品收入同比例增长，未来小米模式销售比重每下降 10%，整体销售费用率将随之增长约 1.07%，存在影响未来经营业绩的风险。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、财务风险”中充分披露风险，披露内容真实、准确。

## 请保荐机构和申报会计师对问题 16 线上渠道终端销售收入是否真实、准确发表明确核查意见

针对问题 16 的第（2）小问，申报会计师在第二轮问询答复中按执业要求履行了核查程序，发现了以下事实和依据：

在线上 B2C 模式下，公司于天猫及有品平台的销售金额与回款金额核对一致，不存在异常情况。同时，根据分析结果显示，公司线上 B2C 模式下客户数量与订单数量与销售收入保持同步增长。报告期内，人均订单及平均销售价格保持相对平稳，全年累计消费金额低于 3,000 元以及累计消费次数低于 3 次的用户数量分别占用户总体的 96%以及 99%，占绝对多数。公司的线上销售收入真实、准确，不存在通过刷单等方式虚增销售收入的异常情况。



在电商入仓模式下，公司对京东及苏宁等电商销售收入金额与结算金额、开票金额以及期后回款金额核对一致。京东及苏宁等电商后台入库数量与物流单据核对一致，不存在异常情况。此外，通过分析电商入仓模式的终端销售，在电商入仓模式下终端消费客户数量同公司销售收入保持同步增长，人均购买次数保持相对平稳，用户数量、订单数量及客单量随着公司线上品牌知名度的提升而呈上升趋势，业务交易数据与财务销售数据变动趋势一致，公司在电商入仓模式下的销售收入真实、准确。

经核查，申报会计师认为：报告期内，销售收入不存在异常波动，不存在发行人通过刷单等方式虚增收入的情况。自有品牌线上销售终端销售收入真实、准确。