

深圳市道通科技股份有限公司

中信证券股份有限公司

关于

《深圳市道通科技股份有限公司  
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》

之

回复报告

保荐机构（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）

**上海证券交易所：**

贵所于 2019 年 9 月 27 日出具的《关于深圳市道通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》(以下简称“问询函”)收悉，中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”)作为深圳市道通科技股份有限公司（以下简称“道通科技”、“公司”或“发行人”)首次公开发行股票并在科创板上市的保荐机构（主承销商），会同道通科技、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”)、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”)等相关各方对问询函相关问题逐项进行了落实，现对问询函回复如下，请审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称与招股说明书所用简称一致。

---

---

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问题的回答	宋体（不加粗）
引用原招股说明书内容	楷体（不加粗）
<b>对招股说明书的修改、补充</b>	<b>楷体（加粗）</b>

---

---

# 目录

问题一 关于销售模式.....	4
问题二 关于市场竞争.....	27
问题三 关于股份支付-员工持股平台.....	55
问题四 关于股份支付-职工、客户、供应商间接持股.....	65

## 问题一 关于销售模式

根据二轮问题7的回复，公司列示了两个直销模式主要客户的基本情况，其中一个为境外客户。电商主要客户UUC及深圳联科合并口径下有较多规模较小的单体客户。请发行人：（1）说明直销模式主要客户的认定标准，上述两个主要客户报告期各期的各自的销售占比，若占比较低，请进一步补充直销模式主要客户的情况；（2）说明对电商客户UUC及深圳联科的销售收入主要集中在哪些单体客户，上述单体客户是否仅向发行人采购产品；（3）说明同类型产品同期在直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户间的销售价格是否一致，销售定价的公允性及定价依据的合理性。

请保荐机构及申报会计师：（1）对上述事项核查并发表意见；（2）说明问题7之核查程序中，“获取公司报告期内海关数据及出口退税数据等……”该段表述结论认为“经分析，具有匹配关系，差异能够合理解释”中所指差异的具体情况，首轮问询三十九之核查意见亦未说明存在差异；（3）进一步分产品按出货时间说明累计激活率的核查情况，并核查报告期内各产品的累计激活率波动原因是否合理。

请保荐机构进一步核查发行人境内外客户与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排，核查境外规模较小的直销及一般经销客户是否仅向发行人采购，若是，进一步核查上述客户是否与实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员存在关联关系。

回复：

### 1.1 发行人说明

一、说明直销模式主要客户的认定标准，上述两个主要客户报告期各期的各自的销售占比，若占比较低，请进一步补充直销模式主要客户的情况

（一）直销模式主要客户的认定标准，上述两个主要客户报告期各期的各自的销售占比

第二轮问询回复报告中直销客户主要客户的认定标准为：报告期内年销售额在 500 万元以上的直销客户。

由于公司的直销客户相对较为分散，年销售额在 500 万元以上的客户仅有中国平安财产保险股份有限公司和 Protech Electronics, LLC 两家，其他直销客户的销售金额相对较小。报告期内各期，上述两家客户的销售收入及占公司直销收入的比例如下：

单位：万元

客户名称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
中国平安财产保险股份有限公司	603.45	19.63%	-	-	-	-	-	-
Protech Electronics, LLC	411.79	13.40%	980.88	30.33%	494.23	22.11%	-	-
合计	<b>1,015.24</b>	<b>33.03%</b>	<b>980.88</b>	<b>30.33%</b>	<b>494.23</b>	<b>22.11%</b>	-	-

**(二) 若占比较低，请进一步补充直销模式主要客户的情况**

报告期内，公司直销模式收入占比分别为 1.94%、3.21%、3.63%和 5.85%，占比很低。同时，考虑到公司直销客户的销售金额总体上较小且较为分散，公司按照报告期内年销售额 100 万元以上的标准补充披露如下直销客户的基本情况：

序号	合并口径客户	区域	成立时间	是否持续经营	注册资本	主营业务	经营规模	股权结构	与公司开始合作时间
1	中国平安财产保险股份有限公司	国内	2002-12-24	是	2,100,000 万元	财产保险业务	中国第二大财产保险公司, 2018 年度实现保费收入 2,474.44 亿元	中国平安 (601318.SH) 持股 99%	2019 年
2	Protech Electronics, LLC	北美	1993 年	是	未公开	汽车维修服务	未公开	SCOTT GRANT 持股 100%	2017 年
3	Avis Budget Group, Inc.	北美	1958 年	是	250 万美元	是一家汽车租赁商, 是美国四大租车公司之一	美国上市公司(上市代码: CAR.O), 《财富》世界 500 强企业; 2018 年营业收入 91.24 亿美元, 员工人数约 3 万人	SRS Investment Management, LLC 持股 21.37%, BlackRock, Inc. 持股 10.41%, The Vanguard Group 持股 8.65%	2019 年
4	河南万国科技股份有限公司	国内	2008-09-03	是	1,000 万元	从事机动车检测设备的研发设计、生产、销售、安装、售后服务及软件控制系统、网络工程方案的解决	公司已成立 10 余年, 为我国机动车检测行业具有影响力的主流厂商之一; 2018 年销售额约为 1.3 亿元, 员工人数约 60 人	丰保梅持股 96.00%, 王亚斌持股 4.00%	2019 年
5	TBC Corporation	北美	1956 年	是	未公开	提供汽车轮胎及汽车维修服务	是北美市场最大的轮胎销售商之一, 运营超过 3,200 家服务门店	未公开	2018 年

序号	合并口径客户	区域	成立时间	是否持续经营	注册资本	主营业务	经营规模	股权结构	与公司开始合作时间
6	四川野马汽车销售有限公司	国内	2010-10-19	是	1,000 万元	公司系四川野马汽车的全资子公司，四川野马汽车主要从事汽车整车的制造、销售	野马汽车创建于1988年，专注于SUV车型的研发制造30余年，已布局成都基地、成都新能源基地和绵阳基地三大整车生产基地，年产能超过50万辆	四川野马汽车股份有限公司持股100%。四川野马汽车股份有限公司的前身为四川汽车工业集团有限公司	2018年

报告期内，上述6家直销客户的销售额占公司直销收入的比例分别为0.00%、26.62%、39.78%和44.04%。2016年公司直销模式收入占总收入比重为1.94%且客户较为分散，无销售额超过100万的直销客户；2017年之后公司陆续开发了规模相对较大的直销客户，因而直销客户的集中度有所提高。

二、说明对电商客户UUC及深圳联科的销售收入主要集中在哪些单体客户，上述单体客户是否仅向发行人采购产品

(一)说明对电商客户 UUC 及深圳联科的销售收入主要集中在哪些单体客户

### 1、深圳联科

深圳联科成立于 2010 年，是汽车、消费类智能硬件跨境电商企业，位列 2018 年中国跨境电商出海品牌 30 强。深圳联科的业务聚焦于汽车诊断、汽车电子领域，经营品牌包括道通科技及元征科技等，主要借助于亚马逊、eBay 以及阿里速卖通等第三方平台销售，是目前与公司合作的两家主要跨境电商之一。公司自 2013 年起与深圳联科开始进行业务合作。

报告期内，深圳联科销售收入的单体构成情况如下：

单位：万元

单体客户名称	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
深圳市联科科技有限公司	371.10	6.60%	2,614.84	26.93%	1,593.52	30.27%	363.29	9.64%
湖南联科电子商务有限公司	556.33	9.90%	4,205.52	43.31%	-	-	-	-
湖南联科科技有限公司	3,464.89	61.64%	537.59	5.54%	-	-	-	-
LIANKE BUSINESS	392.52	6.98%	1,238.36	12.75%	57.16	1.09%	0.02	0.00%
深圳市东方嘉盛供应链股份有限公司	836.03	14.87%	1,112.99	11.46%	3,612.82	68.64%	3,404.37	90.36%
<b>合计</b>	<b>5,620.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,709.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,263.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,767.69</b>	<b>100.00%</b>

由于深圳联科主要采取从境内提货、自行发货至海外的模式，且跨境物流需耗费一定的时间，深圳联科平均需保持 3-4 月以上的库存以满足其业务需求。在合作初期业务规模相对较小的情况下，深圳联科通过供应链服务公司处理跨境物流及货款支付等事项，并向供应链服务公司提供一定的融资服务费用。2016-2017 年，深圳联科的经营规模相对较小，与公司的交易大部分通过供应链服务公司深圳市东方嘉盛供应链股份有限公司来完成；2017 年之后，随着公司对跨境电商的渠道管理策略发生变化，跨境电商的集中度增强，深圳联科与公司的业务规模扩大。随着业务规模的扩大，深圳联科寻求供应链公司的融资服务成本显著增加，



大幅压缩了其利润空间，因而其对采购公司产品存在降价诉求。公司在综合考虑客户诉求、历史合作关系、信用资质等多方面条件，同时避免降低公司产品的销售价格，在总体风险可控的情况下，决定自 2017 年 11 月起调整深圳联科的信用政策，给予其 30% 货款预付，70% 货款 120 天账期的信用政策。在上述背景下，2017 年之后深圳联科与公司的业务主要通过深圳市联科科技有限公司、湖南联科电子商务有限公司、湖南联科科技有限公司等主体来完成。

自 2018 年起，深圳联科与公司的交易主要通过湖南联科电子商务有限公司、湖南联科科技有限公司完成，主要是因为上述两家公司均获得了当地政府的支持（分别注册于湖南长沙和湖南常德），有一定的资金支持或税收优惠。

## 2、UUC

UUC 成立于 2008 年，专注于汽车后市场高质量、多功能、性价比高的诊断设备和汽车电子产品销售，主要借助于亚马逊和 eBay 等第三方平台销售，是目前与公司合作的两家主要跨境电商之一。

报告期内，UUC 销售收入的单体构成情况如下：

单位：万元

单体客户名称	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
UUC Technology Co., Limited	2,153.47	98.12%	2,364.64	65.11%	-	-	-	-
LIN HENG(HK) TECHNOLOGY	-	-	1,102.64	30.36%	1,122.25	44.78%	-	-
深圳市奥嘉斯科技有限公司	8.22	0.37%	30.37	0.84%	-	-	-	-
常德市德亿通贸易有限公司	-	-	7.18	0.20%	-	-	-	-
深圳市蓝海骆驼网络股份有限公司	33.03	1.51%	126.92	3.49%	1,383.96	55.22%	395.65	100.00%
<b>合计</b>	<b>2,194.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,631.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,506.21</b>	<b>100.00%</b>	<b>395.65</b>	<b>100.00%</b>

与深圳联科类似，由于 UUC 主要采取从境内提货、自行发货至海外的模式，且跨境物流需耗费一定的时间，UUC 平均需保持 3-4 月以上的库存以满足其业务需求。在合作初期业务规模相对较小的情况下，UUC 通过供应链服务公司处理跨境物流及货款支付等事项，并向供应链服务公司提供一定的融资服务费用。2016 年，由于业务规模相对较小，为利用供应链服务公司的渠道和成本优势，UUC 与公司的交易全部通过供应链公司蓝海骆驼完成；2017 年之后，随着公司

对跨境电商的渠道管理策略发生变化，跨境电商的集中度增强，公司与 UUC 之间的交易规模持续扩大。随着业务规模的扩大，UUC 寻求供应链公司的融资服务成本显著增加，大幅压缩了其利润空间，因而其对采购公司产品存在降价诉求。公司在综合考虑客户诉求、历史合作关系、信用资质等多方面条件，同时避免降低公司产品的销售价格，在总体风险可控的情况下，决定自 2017 年 11 月起调整 UUC 的信用政策，给予其 30% 货款预付，70% 货款 120 天账期的信用政策。在上述背景下，UUC 的业务主体逐渐转移至 UUC Technology Co., Limited、LIN HENG(HK) TECHNOLOGY（该公司系 UUC 实际控制人郑钧文的朋友持股，根据郑钧文以及 LINHENG (HK) TECHNOLOGY 的确认，报告期内该公司与道通科技的交易系郑钧文实际控制）两个主体。

从 2018 年开始，UUC 与公司的业务主体由 LIN HENG(HK) TECHNOLOGY 逐渐转移至 UUC Technology Co., Limited，主要是因为 2017 年以前 UUC 与公司的业务规模相对较小，UUC 考虑到交易、结算等的便利性，通过朋友的公司 LIN HENG(HK) TECHNOLOGY 与公司进行交易；2018 年之后随着 UUC 与公司交易规模的扩大，考虑到交易的安全性和管理的统一性，UUC 将交易主体逐步转移至 UUC Technology Co., Limited。

## （二）上述单体客户是否仅向发行人采购产品

### 1、深圳联科

深圳联科属于综合性跨境电商，经营汽车诊断产品、电子数码产品、智能硬件等多种产品。根据公司向深圳联科及各家单体客户的书面询证，深圳联科各单体客户除向公司采购产品外，还向元征科技、奥尼科技等厂商采购产品，没有仅向发行人采购产品的单体客户。在销售价格上，公司向深圳联科旗下各单体客户统一执行深圳联科的整体价格，不存在销售价格显失公允的情形。

### 2、UUC

报告期内，公司对 UUC 的销售额分别为 395.65 万元、2,506.21 万元、3,631.75 万元和 2,194.73 万元，占公司营业收入的比例分别为 0.68%、3.47%、4.03%和 4.12%，总体较小。

根据公司向 UUC 及各家单体客户的书面询证，报告期内，UUC 的下列单体客户仅向发行人采购产品：

合并口径	单体口径客户名称	仅向公司采购的原因
UUC	UUC Technology Co., Limited	UUC 与公司的业务合作始于 2016 年，且 UUC 专注于销售道通产品，一方面系公司的产品质量高，客户认可度较高；另一方面系 UUC 在合作初期规模较小，后来在公司跨境电商渠道调整过程中脱颖而出，对道通的品牌忠诚度较高。
	深圳市奥嘉斯科技有限公司	
	常德市德亿通贸易有限公司	

报告期内，UUC 与公司的业务主体大部分均仅向公司采购，主要是因为 UUC 与公司的合作较为紧密，UUC 对道通的品牌认可度和忠诚度较高，且 UUC 专注于汽车诊断产品领域的跨境电商销售。

#### (1) 公司与 UUC 的业务开拓过程、合作历史及专注经营道通产品的原因

UUC 成立于 2008 年，从 2010 年开始经营汽车诊断产品业务，鉴于道通在汽车诊断产品领域的知名度，UUC 通过朋友关系接触公司的销售业务人员，从 2016 年开始与公司建立业务合作关系。

在合作初期，UUC 与公司的业务规模相对较小，2016 年公司对 UUC 的销售额为 395.65 万元；随着国内跨境电商的快速发展，公司产品线上价格与线下价格，以及线上不同卖家之间的价格竞争日趋激烈，为避免潜在的恶性价格竞争，自 2017 年，公司加强了对跨境电商渠道管理，并通过产品区分逐步将合作跨境电商的数量进行收缩。经过 2016 年以来的业务合作，UUC 凭借在人才、资金实力和市场推广能力等方面的优势，获得公司的认可，因而在公司跨境电商渠道调整的过程中脱颖而出，市场份额逐步扩大。

国内行业知名品牌主要是道通科技和元征科技。品牌厂家为了方便管理，通常只会选择少数几家电商渠道长期合作；由于历史原因，元征科技已经选定了两家长期合作电商，因此，UUC 选择专注经营道通科技产品。

#### (2) 公司向 UUC 销售的产品价格对比情况

2017 年公司对跨境电商渠道进行调整后，以深圳联科和 UUC 作为核心客户，为避免线上价格的竞争，公司在产品上对二者进行划分，但有部分产品重叠。以重叠的产品型号作为比较对象，报告期内各期公司向 UUC 销售的主要产品的

价格差异率情况如下（差异率的计算方法为：（UUC 的售价-深圳联科的售价）/深圳联科的售价）：

产品型号	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
DS808	8.21%	1.75%	5.92%	-
MP808	10.07%	-	-	-
MS908	-6.06%	-16.25%	-1.03%	-
MS908P	-	-	1.53%	3.96%
ML629	2.59%	-4.80%	-	-
AL301	-	1.37%	-2.50%	-
AL319	-	-	5.74%	2.29%
AL419	-	-	-1.83%	0.95%
AL519	-	-	-12.92%	1.63%
平均	<b>3.70%</b>	<b>-4.48%</b>	<b>-0.73%</b>	<b>2.21%</b>

注：上述比较以深圳联科同型号产品的销售价格为比较基数

由上表可知，报告期内各期，公司向 UUC 的销售单价与深圳联科的销售单价的差异率普遍在 10%以内，不存在重大差异。

经过对 UUC 的关联关系、销售收入、应收账款、期后回款、最终销售实现、客户最终销售回款、存货余额及存货周转情况、销售价格公允性等方面的核查（详见后续核查程序），公司与 UUC 及其实际控制人不存在关联关系及其他利益安排，公司对其销售真实准确，公司向 UUC 销售的价格与公司向其他同类客户的销售价格不存在显著差异，不存在销售价格显失公允的情形。

### 三、说明同类型产品同期在直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户间的销售价格是否一致，销售定价的公允性及定价依据的合理性

#### （一）说明同类型产品同期在直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户间的销售价格是否一致

公司的产品价格差异主要体现在区域上。总体来看，内销按公司国内市场产品统一价格执行，同类产品低于境外销售价格；境外销售针对不同区域（主要系销售大区，例如北美、欧洲等）采取有一定差异的产品价格，同类产品价格高于国内市场，同一区域内根据客户规模、信用条件、市场策略在授权范围内区别定价，同一区域内不同客户销售价格存在一定差别。

## 1、国内市场

在国内市场，除中国平安财产保险股份有限公司、河南万国科技股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司等少数客户为直销客户外，其他客户均为一般经销商。根据公司针对国内市场的价格参考体系，以及公司与国内一般经销商的销售合同和订单，公司对国内一般经销商的销售价格体系基本一致，一般经销商之间不存在重大差异。

## 2、北美市场

北美市场是公司布局最早也最为成熟的市场，客户类型最为丰富，包括大型连锁客户、一般经销客户、直销客户等。在北美市场，公司针对不同类型客户的定价原则总体上基本一致，但是由于不同类型客户的自身资质、渠道能力等的差异，价格存在一定的差异。报告期内，北美市场直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户的平均销售价格的具体情况如下：

单位：元

年份	产品类别	主流机型	直销	大型连锁	电商经销	一般经销
2019年 1-6月	汽车智能 诊断电脑	MS906TS	7,942	7,395	7,138	6,745
		MaxiSys Elite	15,895	13,596	13,352	14,150
		MaxiCheck MX808	1,665	1,765	1,869	1,764
		MS908S	-	11,717	-	9,980
		MS908SP	-	14,961	-	13,228
2018年	汽车智能 诊断电脑	MS906TS	8,565	7,499	6,965	7,016
		MaxiSys Elite	15,429	13,287	14,087	13,786
		MaxiCheck MX808	1,698	1,762	1,902	1,708
		MS908S	11,825	10,579	-	11,931
		MS908SP	-	13,913	-	15,303
2017年	汽车智能 诊断电脑	MS906TS	8,059	7,621	7,079	7,334
		MaxiSys Elite	14,726	13,491	12,473	13,441
		MaxiCheck MX808	-	1,841	-	1,726
2016年	汽车智能 诊断电脑	MS906TS	-	7,715	-	8,048
		MaxiSys Elite	-	14,543	-	13,067

由上表可知，北美市场主流机型直销、一般经销、电商经销、大型连锁的销

售价格整体上不存在重大差异。部分机型的价格在不同类型客户之间存在小幅差异，具体原因如下：

（1）MS906TS 和 MaxiSys Elite，直销客户的销售单价高于其他类型客户，主要系直销客户采购 MS906TS 和 MaxiSys Elite 的数量较小，因而单价相对较高；

（2）MaxiCheck MX808，直销客户的销售单价略低于其他类型客户，主要系 MaxiCheck MX808 系公司 2017 年新推出的产品型号，产品定位于中低端，主要通过经销渠道销售，2018 年之后面向部分直销客户搭配销售，价格相对较低；

（3）MS908S 和 MS908SP，大型连锁客户的单价 2018 年低于一般经销客户，而 2019 年 1-6 月高于一般经销客户，主要系 MS908S 和 MS908SP 系公司 2018 年新推出的产品型号，公司首批向大型连锁客户进行推广，价格相对较低，2019 年之后价格逐步恢复正常。

### 3、欧洲市场

在欧洲市场，公司主要客户均为一般经销商，直销和大型连锁客户很少。根据公司针对欧洲市场的价格参考体系，以及公司与欧洲一般经销商的销售合同和订单，公司对欧洲一般经销商的销售价格体系基本一致，一般经销商之间的销售价格不存在重大差异。

综上所述，公司根据不同区域（国内、北美、欧洲等）的经济发展水平、客户销售习惯等确定不同的销售价格，总体来说国内的售价低于欧美等海外市场的售价；国内市场和欧洲市场的客户以一般经销商为主，公司总体上执行统一的定价策略，销售价格不存在显著差异；北美市场的客户相对较为丰富，包括直销、大型连锁、电商经销和一般经销，总体上看各类型客户之间的售价不存在显著差异，部分机型的价格差异主要系销售规模、客户资质、销售推广策略等因素的影响。

#### （二）销售定价的公允性及定价依据的合理性

公司主要依据销售渠道以及不同区域的市场竞争、客户规模、经济条件等因素进行产品定价。其中，内销按公司国内市场产品统一价格执行，同类产品低于

境外销售价格；境外销售针对不同区域采取略微不同的产品价格，同类产品价格高于国内市场，同一区域内根据客户规模、信用条件、市场策略在授权范围内区别定价，同一区域内不同客户销售价格略微存在差别。

总体上来看，公司不同销售模式客户的销售价格存在一定的差异，主要是因为公司针对不同区域的客户执行不同的价格体系，公司制定上述差异化的定价标准与各个区域的市场竞争环境、经济条件等综合性因素相关，定价依据具有合理性，销售价格公允。

## 1.2 保荐机构和申报会计师核查过程和核查意见

### 一、对上述事项核查并发表意见

针对上述问题，保荐机构和申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期内与中国平安财产保险股份有限公司和 Protech Electronics, LLC 等主要直销客户的销售记录；

2、查阅发行人直销模式下的销售明细表，并补充取得销售额在 100 万元以上的客户的基本信息；

3、针对发行人主要电商客户深圳联科和 UUC，履行了如下核查程序：

#### (1) 关联关系核查程序

1) 查阅工商信息及其股东情况，了解电商客户深圳联科和 UUC 是否与公司存在关联关系；

2) 通过访谈公司管理层、走访深圳联科和 UUC 的实际控制人以及函证等核查程序，了解电商客户深圳联科和 UUC 是否与公司存在关联关系；

#### (2) 收入及应收账款核查程序

1) 获取并检查公司与电商客户深圳联科和 UUC 签订的经销商合同，检查合同主要条款，并取得销售订单，追查至出库单、签收记录、发票等原始单据；

2) 对电商客户深圳联科和 UUC 进行函证和走访以核实其收入及应收账款准确性和真实性，经函证及走访程序，深圳联科和 UUC 的收入及应收账款准确、

真实；

### （3）公司回款情况核查

结合公司银行流水及银行回单等原始单据，对深圳联科和 UUC 销售回款进行检查，2016 年至 2018 年期后 6 个月回款比例均为 100%，回款情况良好；

### （4）最终销售情况核查

取得电商客户深圳联科和 UUC 报告期内在各个平台的销售明细表，抽取部分月份在其电商后台管理系统查看在各个平台的销售记录，经检查，电商后台销售记录真实、完整，电商经销商的终端销售情况良好，未见异常；

### （5）客户销售回款、存货余额及存货周转情况核查

在函证、走访的基础上，又向电商客户深圳联科和 UUC 发放《经销商调查函》，根据其回复，公司产品在报告期内销售回款比例在 85-100%之间，销售回款比例较高。存货余额处于合理区间，存货周转期在 3-4 个月左右，深圳联科和 UUC 设置了 3-4 个月左右的库存，主要有两个原因：1) 深圳联科和 UUC 主要通过亚马逊、eBay 等电商平台销售给海外终端用户，在海外设有仓库，其在采购公司产品后大部分通过海运方式运输至各个海外仓库，清关及海运时间在 1-2 个月左右；2) 考虑到电商客户的特点及物流周期的影响，一般需准备 2 个月左右的库存。因此，其库存周转天数在 3-4 个月具有合理性。深圳联科和 UUC 的库存设置情况与走访了解到的情况一致；

### （6）价格公允性核查

1) 对公司管理层及销售人员进行访谈，了解公司产品的定价策略，公司主要依据销售渠道以及不同区域的市场竞争、客户规模、经济条件等因素进行产品定价。公司对深圳联科和 UUC 的产品定价符合公司定价策略，具有一惯性；

2) 对公司整体毛利率及电商客户毛利率进行分析，电商客户毛利率与公司整体毛利率较为接近，不存在因价格公允性导致的毛利率异常的情况。

4、获取发行人不同销售模式下分产品的销售明细表，据此计算发行人在直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户间的销售价格，判断其是否一致，并结



合对发行人业务负责人、财务负责人的访谈，了解部分价格差异的具体原因；

5、访谈发行人业务负责人、财务负责人，了解发行人的销售定价策略。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：（1）直销模式中国平安财产保险股份有限公司和 Protech Electronics, LLC 两家客户的认定标准为报告期内年销售额在 500 万元以上，发行人已按照年销售额 100 万元的标准补充了部分直销客户的基本情况；（2）电商客户深圳联科和 UUC 在报告期内与发行人的交易主体有所变动，且部分单体客户仅向发行人采购，主要系其自身的业务规划等考虑，具备合理性；发行人与电商客户深圳联科及 UUC 之间不存在关联关系，收入及应收账款真实准确，发行人对其销售回款情况良好，电商客户深圳联科及 UUC 最终销售情况良好，客户销售回款良好，存货余额及存货周转天数处于合理区间，发行人对其销售价格公允；（3）报告期内，发行人同类型产品同期在直销、一般经销、电商经销、大型连锁客户间的销售价格存在一定的差异，主要系发行人的定价体系与客户的销售模式不存在必然关系；发行人的定价体系主要针对销售区域，不同区域的销售价格存在一定的差异，主要与各个区域的市场竞争环境、经济发展水平等因素有关，发行人的销售定价依据合理，定价公允。

**二、说明问题7之核查程序中，“获取公司报告期内海关数据及出口退税数据等……”该段表述结论认为“经分析，具有匹配关系，差异能够合理解释”中所指差异的具体情况，首轮问询三十九之核查意见亦未说明存在差异**

#### **（一）差异具体情况的说明**

首轮审核问询函问题三十九（三）中对海关出口统计数据、出口退税、物流费用、销售订单、出库单等数据与公司销售收入的匹配关系及差异说明如下：

##### **1、海关出口统计数据与境外销售收入的匹配关系及差异说明**

报告期内，公司境外销售主要为由公司直接对外出口销售（不包括对子公司的销售）和通过海外子公司对外销售；海关出口统计数据主要为道通科技母公司对外出口的销售，包括了道通科技母公司对客户的销售和对子公司的销售，因此两者口径存在差异。通过将道通科技母公司对外出口销售额与各年度海关出口统计数据进行对比，道通科技出口销售与海关出口统计数据总体上基本匹配。

### (1) 美元海关出口统计数据与账面数据对比情况

单位：万美元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
海关出口统计数据	4,083.12	9,318.98	5,772.81	3,884.77
母公司外销收入数据	4,278.37	9,210.67	6,007.33	3,930.91
差异	-195.25	108.31	-234.52	-46.14

报告期内，美元海关出口统计数据与公司账面数据存在差异的原因如下：

单位：万美元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年	小计
无需报关的软件升级收入差异	-32.03	-47.96	-69.03	-51.40	-200.42
报关错误引起的差异[注 1]	-53.41	-	-	-	-53.41
时间性差异[注 2]	-109.81	156.27	-165.49	5.26	-113.77
合计	<b>-195.25</b>	<b>108.31</b>	<b>-234.52</b>	<b>-46.14</b>	<b>-367.60</b>

注 1：2019 年 3-4 月道通科技母公司向子公司 Autel 越南出售主板和芯片等 9 种原材料，实际报关单价低于订单约定单价，导致 2019 年 1-6 月报关金额比账面收入实际少 53.41 万美元，由于重新报关手续复杂，道通科技母公司已于 2019 年 7 月冲回上述差异，但不影响合并财务数据。

注 2：公司账面根据合同约定，以 FOB 贸易方式下的交易以货物装船离港并取得提单，而海关出口统计数据以货物报关出口的日期为口径统计，两者统计口径存在时间性差异。各期合计差异金额为-113.77 万美元，占对应合计销售比为-0.49%，比例较小，处于合理区间。

### (2) 欧元海关出口统计数据与账面数据对比情况

单位：万欧元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
海关出口统计数据	1,396.53	1,952.76	1,184.20	873.73
母公司外销收入数据	1,449.40	1,901.23	1,184.62	873.81
差异	-52.87	51.53	-0.42	-0.08

报告期内，欧元海关出口统计数据与公司账面数据差异主要亦为时间性差异。

综上所述，公司海关出口统计数据与各期道通科技母公司外销收入数据差异主要为无需报关的软件升级收入差异及时间性差异，差异得到合理解释，两者能够匹配。

### 2、出口退税数据与境外销售收入的匹配关系及差异说明

报告期内，公司合并口径出口退税与境外销售情况对比如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
公司出口退税金额	3,003.87	8,186.62	5,666.88	3,521.36
公司外销收入金额	39,348.34	74,204.27	48,524.69	33,223.23
出口退税额占外销收入比例	7.63%	11.03%	11.68%	10.60%

报告期内，除2019年1-6月外，公司出口退税额占外销收入比例在11%左右，基本稳定。2019年1-6月出口退税额占外销收入比例有所下降，主要系2019年4月国家对增值税税率及相应的出口退税率进行了下调，导致该期间出口退税额占外销收入比有所下降。因此，出口退税数据与境外销售收入基本配比。

### 3、物流费用与营业收入的匹配关系及差异说明

报告期内，公司合并口径物流费用与营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
物流费用	788.26	1,537.97	1,267.17	1,334.90
营业收入	53,280.22	90,025.46	72,162.32	58,464.22
运费占收入比例	1.48%	1.71%	1.76%	2.28%

报告期各期公司物流费用占营业收入的比重分别为2.28%、1.76%、1.71%和1.48%，呈现逐年下降的趋势，主要原因如下：2016年运费率较高，主要系无人机运费率偏高所致，2016年无人机业务运费为624.87万，收入为6,159.08万元，运费率10.19%；2017年1-8月无人机业务运费266.72万元，收入为2,130.56万元，运费率12.53%。无人机产品主要销售给网商平台及零售，需由公司承担运费，导致运费率较高。

报告期内，备考口径下物流费用与营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
物流费用	788.26	1,537.97	1,000.45	710.03
营业收入	53,280.22	90,025.46	70,127.97	52,453.04
费用占收入比例	1.48%	1.71%	1.43%	1.35%

剔除无人机业务后，报告期各期公司物流费用占营业收入的比重整体变动平稳，仅 2018 年偏高，主要系 2018 年下半年为了应对中美贸易摩擦的影响，公司增加了对美国子公司的备货，导致物流费用增加所致。

#### 4、销售订单与销售收入的匹配关系及差异说明

报告期内，公司主要的海外销售区域为北美和欧洲，以下选取报告期各期北美市场的前五大客户和欧洲市场的前五大客户说明销售订单与销售额的匹配性。具体情况如下：

单位：万元

年度	销售区域	单位名称	销售额	订单金额	差异率	是否匹配
2019 年 1-6 月	北美	Advance	3,163.01	3,270.93	3.41%	匹配
		Medco Tool	2,602.35	2,676.82	2.86%	匹配
		ISN	2,443.43	2,419.33	-0.99%	匹配
		Cornwell	2,362.49	2,487.77	5.30%	匹配
		沃尔玛	2,288.26	2,347.07	2.57%	匹配
	欧洲	Karnetic Limited	1,375.19	1,389.48	1.04%	匹配
		Equipataller SL	1,330.94	1,344.34	1.01%	匹配
		PROCYON	1,197.48	1,339.20	11.83%	匹配
		A. Tech Italia SRL	989.92	904.62	-8.62%	匹配
		Brainstorm EUROPE, UAB	565.43	579.09	2.42%	匹配
2018 年 度	北美	Advance	6,112.76	6,154.10	0.68%	匹配
		Medco Tool	4,449.53	4,513.33	1.43%	匹配
		ISN	3,609.83	3,620.65	0.30%	匹配
		Cornwell	3,295.29	3,242.21	-1.61%	匹配
		沃尔玛	2,724.79	2,724.79	0.00%	匹配
	欧洲	PROCYON	2,187.10	2,187.10	0.00%	匹配
		Karnetic Limited	2,166.50	2,164.41	-0.10%	匹配
		Equipataller SL	2,158.38	2,141.66	-0.77%	匹配
		A. Tech Italia SRL	1,890.56	2,112.04	11.72%	匹配
		Brainstorm EUROPE, UAB	940.65	923.63	-1.81%	匹配
2017 年 度	北美	Medco Tool	4,033.49	4,330.46	7.36%	匹配
		Advance	3,301.16	3,302.24	0.03%	匹配
		Harbor Freight Tools	3,110.95	2,828.06	-9.09%	匹配

年度	销售区域	单位名称	销售额	订单金额	差异率	是否匹配
2016 年度		ISN	3,093.55	3,170.02	2.47%	匹配
		沃尔玛	2,538.97	2,538.97	0.00%	匹配
	欧洲	A. Tech Italia SRL	1,948.08	1,975.30	1.40%	匹配
		Karnetic Limited	1,640.36	1,692.56	3.18%	匹配
		Equipataller SL	1,627.06	1,643.49	1.01%	匹配
		PROCYON	933.00	919.52	-1.44%	匹配
		Smeets Solutions B.V.	812.57	812.57	0.00%	匹配
	北美	Advance	4,774.74	4,763.79	-0.23%	匹配
		Harbor Freight Tools	4,013.13	4,274.21	6.51%	匹配
		Medco Tool	3,613.68	3,645.89	0.89%	匹配
		ISN	3,502.98	3,635.12	3.77%	匹配
Cornwell		2,107.32	2,105.86	-0.07%	匹配	
欧洲	Karnetic Limited	1,312.66	1,348.73	2.75%	匹配	
	Equipataller SL	994.39	994.39	0.00%	匹配	
	A. Tech Italia SRL	909.59	941.20	3.48%	匹配	
	PROCYON	639.40	652.33	2.02%	匹配	
	Smeets Solutions B.V.	499.90	499.90	0.00%	匹配	

由上表可知，大部分客户销售金额与销售订单金额差异较小，具有匹配关系。

少数客户销售金额与销售订单金额存在较大差异，具体原因如下：

单位：万元

年度	区域	客户名称	销售金额	订单金额	差异额	差异率	差异原因
2019 年	欧洲	PROCYON	1,197.48	1,339.20	-141.72	11.83%	2019 年 6 月订单 2019 年 7 月客户签收后确认收入 16 万欧元，返利扣减收入金额 2.5 万欧元，折合人民币 141.50 万元，与差异额接近
2019 年	欧洲	A. Tech Italia SRL	989.92	904.62	85.30	-8.62%	2018 年订单 2019 年发货确认收入金额 21.3 万欧元，返利扣减收入金额 10.18 万欧元，合计 11.12 万欧元，折合人民币 85.05 万元，与差异额接近

年度	区域	客户名称	销售金额	订单金额	差异额	差异率	差异原因
2018年	欧洲	A. Tech Italia SRL	1,890.56	2,112.04	-221.48	11.72%	2018年订单 2019年发货确认收入金额 21.3 万欧元，返利扣减收入金额 7.7 万欧元，合计 30 万欧元，折合人民币约 234.34 万元，与差异额接近
2017年	北美	Harbor Freight Tools	3,110.95	2,828.06	282.89	-9.09%	2016年订单 2017年报关出口确认收入金额为 247 万元，与差异额接近

综上，报告期内公司主要境外客户的销售额与订单金额总体上相匹配，少数客户存在小幅差异，主要系跨期以及返利等因素的影响，差异均能够合理解释。

#### 5、出库单数据与境外销售收入的匹配关系及差异说明

公司销售出库明细中销售出库单与公司境外销售额对比如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
道通科技对境外出库（注）	11,776.62	19,263.44	21,846.69	17,649.64
境外子公司出库	37,650.91	59,942.29	42,806.68	35,480.56
合计出库	49,427.53	79,205.73	64,653.37	53,130.20
境外销售额	44,500.38	72,965.44	60,709.38	50,491.65
差异	4,927.15	6,240.29	3,943.99	2,638.55
其中：软件收入递延导致差异	2,382.60	3,482.73	1,497.46	1,231.94
返利、跨期等导致差异	2,544.55	2,757.56	2,446.53	1,406.61

注：道通科技对境外出库不含对境外子公司出库

报告期内，公司各期出库金额分别为 53,130.20 万元、64,653.37 万元、79,205.73 万元、49,427.53 万元，与公司境外销售额的差异为 2,638.55 万元、3,943.99 万元、6,240.29 万元、4,927.15 万元，具体差异说明如下：

（1）软件收入分摊确认导致的差异。公司所提供的免费和收费软件升级在服务期按直线法确认收入，收入确认时间晚于实际出库时间。报告期内该差异金额分别为 1,231.94 万元、1,497.46 万元、3,482.73 万元、2,382.60 万元。

（2）收入确认时点与出库时点不同导致的差异。公司以 FOB 贸易方式进行的出口销售以将产品装运上船（飞机）并取得货运提单作为收入确认时点，境外

子公司直接销售以将产品交付客户并由其接收确认后作为收入确认时点，与出库时间存在时间性差异。

(3) 经销商返利、折扣等导致的差异。境外销售额中包含承诺给经销商的返利、补贴，与出库数据存在差异。

因此，除免费期软件升级服务递延、返利和跨期的影响外，报告期内公司各期境外销售出库金额与境外销售额两者数据相匹配，不存在差异。

## (二) 对首轮问询三十九之核查意见的补充

首轮问询函回复问题三十九(六)中根据上述相关数据与境外收入的匹配关系对销售真实性发表意见，涉及到的差异未明确发表意见，此处补充发表核查意见如下：

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人外销销售与海关出口统计数据、出口退税、物流费用、销售订单、出库单等数据匹配，差异能够合理解释，发行人境外销售真实。

## 三、进一步分产品按出货时间说明累计激活率的核查情况，并核查报告期内各产品的累计激活率波动原因是否合理

### (一) 核查程序

通过执行 IT 核查程序，对汽车智能诊断电脑和 ADAS 这两大类产品激活数据进行分析，统计报告期内公司汽车智能诊断电脑和 ADAS 这两大类产品出货设备量与出货后 6 个月内、出货后 12 个月内、出货后 18 个月内以及出货 18 个月以上的累计注册数量的匹配关系，如下表：

产品	6 个月内累计激活率	12 个月内累计激活率	18 个月内累计激活率	18 个月以上累计激活率
汽车智能诊断电脑	76.50%	87.22%	89.92%	93.18%
ADAS 产品[注 1]	75.89%	87.50%	-	-
<b>总计[注 2]</b>	<b>76.50%</b>	<b>87.22%</b>	<b>89.92%</b>	<b>93.18%</b>

注 1：ADAS 产品系 2018 年 6 月开始销售，截至数据统计截止日 2019 年 6 月 30 日尚无 18 个月内累计激活率指标；

注 2：总激活率与汽车智能诊断电脑激活率一致主要系 ADAS 产品单位价值高，销售量较少，总激活数量与汽车智能诊断电脑激活数量相接近所致。

由上表可知，报告期内各产品的累计激活率随着出货时间增加呈现上升趋势，出货 18 个月以上累计激活率达到 93%及以上，具备合理性。汽车智能诊断电脑的累计激活率与 ADAS 产品对应出货期间的累计激活率基本一致，不存在异常。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人分产品按出货时间累计激活率不存在异常，报告期内各产品的累计激活率波动原因具有合理性。

**四、请保荐机构进一步核查发行人境内外客户与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排，核查境外规模较小的直销及一般经销客户是否仅向发行人采购，若是，进一步核查上述客户是否与实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员存在关联关系**

**（一）进一步核查发行人境内外客户与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排**

关于发行人境内外客户与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或其他利益安排，保荐机构履行了如下核查程序：

1、对发行人主要境内外客户进行实地走访，询问其是否与发行人及其关联方之间存在关联关系或其他利益安排，并取得访谈笔录；保荐机构和申报会计师对上述主要客户进行实地走访的总体覆盖比例如下：

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
走访已核实比例	64.36%	67.68%	56.54%	51.91%

根据走访所了解的情况，上述走访客户与发行人及其关联方均不存在关联关系或其他利益安排。

2、对发行人主要境内外客户进行函证，询问其是否与发行人及其关联方之间存在关联关系或其他利益安排；函证的金额覆盖比例如下：

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
应收账款函证已确认比例	82.61%	85.06%	80.96%	65.19%
收入已函证确认比例	79.55%	82.58%	77.69%	73.49%

根据回函结果，上述函证客户与发行人及其关联方均不存在关联关系或其他



利益安排。

3、通过查询国家企业信用信息公示系统，查询境内客户的股权结构、董监高等信息，验证其是否与发行人及其关联方之间是否存在关联关系；

4、通过查询境外各国（或各州、各地区）的工商信息网站，了解境外客户的股权结构等信息，验证其是否与发行人及其关联方之间是否存在关联关系；

5、访谈发行人董监高，了解发行人董监高及其关联方是否与发行人发生业务往来，是否存在其他利益安排。

经核查，保荐机构认为：发行人境内外客户与发行人及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排。

**（二）核查境外规模较小的直销及一般经销客户是否仅向发行人采购，若是，进一步核查上述客户是否与实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员存在关联关系**

针对发行人境外规模较小的直销及一般经销客户，保荐机构履行了如下核查程序：

1、筛选发行人报告期内销售金额在 100-1,000 万元之间的直销客户及一般经销客户，对其发放函证，了解其是否仅向发行人采购，以及与发行人实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员是否存在关联关系。保荐机构共向 68 家直销及一般经销客户发放函证，截至本回复报告出具日，共收回 55 家客户的回函。函证的具体统计结果如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年	2017年	2016年
发函收入金额	15,491.91	29,635.14	20,177.80	11,852.16
发函收入占比	29.08%	32.92%	27.96%	20.27%
回函收入金额	14,802.05	27,405.22	17,417.60	9,691.15
回函占发函比例	95.55%	92.48%	86.32%	81.77%

在已回函的 55 家直销及一般经销客户中，有 16 家回复仅向发行人采购产品，上述 16 家客户均确认与发行人及其实际控制人、董监高及家庭关系密切成员不存在关联关系。

报告期内,发行人对上述 16 家经销商的销售额分别为 4,182.96 万元、7,451.85 万元、8,985.83 万元和 4,812.48 万元, 占公司营业收入的比例分别为 7.15%、10.33%、9.98%和 9.03%。

针对发行人与上述 16 家经销商的销售价格的公允性, 保荐机构履行了如下核查程序: (1) 访谈发行人业务负责人及财务负责人, 了解发行人对上述 16 家经销商的定价策略; (2) 访谈发行人对上述 16 家经销商的具体销售人员, 了解发行人与上述 16 家经销商之间的交易背景和过程等基本情况; (3) 获取发行人与上述 16 家经销商的销售合同、销售明细表, 据此计算发行人向其销售产品的单价, 并与发行人向同一区域其他经销商销售同类型产品的单价进行对比, 判断销售单价是否一致, 并结合对发行人业务负责人、财务负责人的访谈, 了解是否存在价格有失公允的情况。

2、通过查询境外各国(或各州、各地区)的工商信息网站, 了解境外客户的股权结构、董监高等信息, 了解其是否与发行人实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员存在关联关系;

3、访谈发行人董监高, 并发放了调查表了解发行人董监高及其家庭关系密切成员是否与发行人客户发生业务往来, 是否存在其他利益安排。

经核查, 保荐机构认为: 发行人有少量(上述 16 家)境外规模较小的直销及一般经销客户在报告期内仅向发行人采购, 发行人向上述客户的销售价格与同区域内其他客户定价原则一致, 价格不存在明显差异, 交易价格公允; 上述客户与实际控制人、董监高及其家庭关系密切成员不存在关联关系。

## 问题二 关于市场竞争

根据二轮问题8的回复，报告期内发行人各类产品的平均单价均大幅下降，主要原因包括中低端型号占比提高、电子产品的价格整体上呈下降趋势、促销策略、开拓市场等；根据二轮问题9的回复，报告期内应收账款余额存在超额增长，主要由于少部分客户适用的信用政策提升、公司与中信保合作对部分海外客户提升信用政策及国内客户信用政策提升。公司对国内经销商在2017年以前均采取全额预收的政策，因而不存在应收账款；从2017年开始公司结合国内市场的竞争形势及客户需求等，逐步对部分经销商给予一定的信用额度，因而报告期内国内客户的应收账款余额逐年增加。

请发行人：（1）在招股说明书营业收入结构及趋势分析部分按产品分境内外披露销售收入情况；（2）在重大事项提示中补充披露产品价格下降的风险；（3）列表说明同类产品对境内外客户的售价情况并分析差异原因，结合主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况，说明境外市场的竞争是否加剧，境外销售的产品是否存在降价风险，公司各类产品毛利率是否存在下降风险，是否存在影响经营业绩的重大不利因素，若存在境外销售产品降价、毛利率下降等风险，请在重大事项提示中补充提示；（4）结合报告期内各类产品价格大幅下降、客户信用期放宽等情况，进一步披露所处的国内外竞争环境的变化及发展趋势，并在重大事项提示中补充披露信用政策提升、信用额度变化导致应收账款增长的相关风险；（5）请发行人补充说明与中信保的合作模式、部分海外客户的范围、投保的具体内容，相关业务未来的开展规模，是否充分披露相关业务的风险；（6）请发行人列示增加信用额度的经销商客户，说明上述客户应收账款的可回收性、逾期情况及期后回收比例。

请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

回复：

### 2.1 发行人说明

一、在招股说明书营业收入结构及趋势分析部分按产品分境内外披露销售收入情况

公司已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“七、（一）营业收入结构及趋势分析”部分补充披露如下：

## 7、分产品的主营业务收入境内外构成情况

报告期内，公司分产品的主营业务收入（备考口径）境内外构成情况如下：

单位：万元

期间	产品	境内收入	境外收入	境内外合计
2019年 1-6月	汽车综合诊断产品	7,633.97	25,180.64	32,814.61
	TPMS 产品	65.74	8,296.83	8,362.57
	软件升级服务	89.48	5,856.51	5,945.99
	其他汽车电子产品	228.14	5,166.40	5,394.54
	合计	8,017.33	44,500.38	52,517.71
2018年	汽车综合诊断产品	14,049.45	45,629.81	59,679.27
	TPMS 产品	1,029.89	13,318.77	14,348.66
	软件升级服务	107.29	9,259.71	9,367.01
	其他汽车电子产品	845.39	4,757.14	5,602.53
	合计	16,032.02	72,965.44	88,997.46
2017年	汽车综合诊断产品	10,966.72	40,466.16	51,432.88
	TPMS 产品	897.52	6,958.64	7,856.15
	软件升级服务	-	7,165.31	7,165.31
	其他汽车电子产品	535.23	2,698.73	3,233.96
	合计	12,399.46	57,288.85	69,688.31
2016年	汽车综合诊断产品	7,070.53	32,389.23	39,459.76
	TPMS 产品	336.35	3,471.91	3,808.26
	软件升级服务	-	5,545.99	5,545.99
	其他汽车电子产品	336.91	3,022.27	3,359.18
	合计	7,743.79	44,429.39	52,173.18

2019年1-6月，公司境内TPMS产品的销售收入大幅下降，主要是因为公司在境内市场采取促销策略，对于购买指定型号的汽车智能诊断电脑产品的客户，相应赠送TPMS产品（包括TPMS系统诊断匹配工具和胎压传感器），上述促销赠送的TPMS产品并不确认收入，因而TPMS产品2019年1-6月的销售收入下

降幅度较大。

2018年及2019年1-6月，境内的软件升级服务收入主要系公司针对国内规模相对较大的直销客户提供的定制化软件开发服务，系偶发性业务，销售收入金额相对较小。

## 二、在重大事项提示中补充披露产品价格下降的风险

公司已在招股说明书重大事项提示部分补充披露产品价格下降的风险，具体如下：

### (五) 产品价格下降的风险

报告期内，由于新产品型号的推出、新市场的开拓所导致的公司产品的结构性变化，公司主要产品的价格整体上呈下降趋势，具体如下：

单位：元

产品大类	二级分类	平均单价				年均价格变动
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年	
汽车综合诊断产品	汽车智能诊断电脑	4,256.07	4,452.96	5,254.94	5,980.11	-12.77%
	读码卡	147.27	183.24	219.45	288.60	-18.25%
TPMS产品	TPMS系统诊断匹配工具	570.38	584.62	977.20	1,165.56	-24.92%
	胎压传感器	90.76	87.88	94.82	99.85	-5.99%

注：表中价格变动为2016-2018年的单价年均下降幅度

报告期内,公司产品价格下降的最主要原因系价格相对较低的新产品型号的推出、价格相对较低的新兴市场的开拓所导致的公司产品的结构性变化。具体如下:(1)公司针对部分市场推出了单价相对较低的新产品型号,且受到市场的广泛认可,上述单价较低的新产品型号占比提高,使得整体单价有所下降;(2)公司在报告期内大力拓展在新兴市场的业务布局,尤其是在国内市场,而新兴市场的产品销售单价相对于欧美市场低,从而拉低了整体单价水平。

为拓展在 TPMS 领域的布局,公司针对部分市场进行了促销,在欧美市场的促销策略为对购买胎压传感器的客户赠送指定型号的 TPMS 系统诊断匹配工具,在国内市场的促销策略为对购买指定型号的汽车智能诊断电脑产品的客户赠送胎压传感器和 TPMS 系统诊断匹配工具,因而使得 TPMS 产品的单价整体呈下降趋势。

若从公司单款产品型号来看,报告期内公司主流型号的产品价格下降幅度不大,报告期内的年均下降幅度均在 5-10%以内。

综上,公司销售单价下降主要是因为价格相对较低的新产品型号的推出、价格相对较低的新兴市场的开拓所导致的公司产品的结构性变化,是公司主动进行产品和业务布局的结果,公司单款产品型号本身并不存在单价大幅下降的情形。但是,公司产品的平均单价下降客观上会使得公司的收入增长受到影响,加上竞争加剧等外部因素的影响,可能对公司的盈利能力造成一定的不利影响。

三、列表说明同类产品对境内外客户的售价情况并分析差异原因,结合主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况,说明境外市场的竞争是否加剧,境外销售的产品是否存在降价风险,公司各类产品毛利率是否存在下降风险,是否存在影响经营业绩的重大不利因素,若存在境外销售产品降价、毛利率下降等风险,

## 请在重大事项提示中补充提示

### （一）列表说明同类产品对境内外客户的售价情况并分析差异原因

公司主要依据销售渠道以及不同区域的市场竞争、客户规模、经济条件等因素进行产品定价。由于欧美等境外汽车后市场发展历史悠久、竞争门槛较高以及客户自身实力较强，其对产品性能、服务、品牌和实力要求高的同时对价格的敏感性相对较低，优质的产品和服务通常能获得较高的价格，因此同类产品境外销售价格高于国内市场。公司销售产品主要是汽车综合诊断产品和 TPMS 产品，报告期各期收入占全部汽车电子业务主营业务收入的比重分别为 82.85%、85.07%、83.18%和 78.40%。

因此，主要对汽车综合诊断产品和 TPMS 产品的相同型号对境内外客户的售价进行分析，具体如下：

#### 1、汽车综合诊断产品

公司汽车综合诊断产品收入中主要是汽车智能诊断电脑。报告期内各期，汽车智能诊断电脑收入占全部汽车电子业务的收入比重分别为 60.08%、59.20%、57.91%和 55.39%，占汽车综合诊断产品的收入比重分别为 79.61%、80.22%、86.36%和 88.65%。因而此处对同时在境内和境外销售的汽车智能诊断电脑的主要机型进行分析，具体如下：

单位：元

产品型号	销售区域	平均单价			
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
MS908SP (MS908P 迭代机型)	境内	7,389.34	7,250.04	7,507.90	-
	境外	10,515.97	11,399.32	-	-
	境内外价差	-29.73%	-36.40%	-	-
MS906	境内	2,514.73	2,408.63	2,484.52	3,014.89
	境外	4,102.43	4,350.82	4,863.06	5,082.57
	境内外价差	-38.70%	-44.64%	-48.91%	-40.68%
MS908P	境内	-	-	7,417.55	7,666.45
	境外	-	10,785.33	11,263.70	11,874.00
	境内外价差	-	-	-34.15%	-35.43%

产品型号	销售区域	平均单价			
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
MS908S (MS908 迭代机型)	境内	4,557.69	4,774.87	-	-
	境外	8,935.72	9,792.78	-	-
	境内外价差	-48.99%	-51.24%	-	-

注：境内外价差=（境内单价-境外单价）/境外均价

如上表所示，汽车智能诊断电脑的主要产品型号境内平均单价均低于境外平均单价，幅度基本在30%-50%之间，符合境内外市场的特点和环境。不同产品境内外价格差异幅度不同，主要系受公司产品定位以及竞争策略影响。MS908SP机型2019年境内平均单价上升，境外单价呈正常下降趋势，主要系由于增值税税率下调，在含税价格不变情况下，境内平均单价略有上升；MS906机型系国内低端市场的主推机型，其2017年和2018年境内平均单价降幅大于境外平均单价，主要原因系该机型2017年和2018年的境内促销力度较大；MS908P机型和MS908S机型境内外平均单价均下降，趋势一致。

## 2、TPMS 产品

公司TPMS产品主要系胎压传感器产品，境内外的单价波动情况如下：

单位：元

产品型号	销售区域	平均单价			
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
MX-Sensor	境内	69.07	67.72	93.11	102.03
	境外	97.41	96.78	99.44	103.46
境内外价差		-29.09%	-30.03%	-6.36%	-1.38%

注：1、境内单价为剔除境内促销赠送影响后的单价；

2、境内外价差=（境内单价-境外单价）/境外均价

报告期内，TPMS产品的主要产品型号境外平均单价均高于境内平均单价。境内销售价格波动幅度大于境外价格，主要系公司出于提前布局国内TPMS市场的考虑，于2018年将胎压传感器产品的定价大幅下调。

**（二）结合主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况，说明境外市场的竞争是否加剧**



## 1、主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况

### (1) 汽车综合诊断产品主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况

#### ①实耐宝

实耐宝成立于 1920 年，位于美国，是全球最大的专业工具及汽车保修设备制造商之一。实耐宝的业务主要在北美和欧洲，根据实耐宝 2018 年年报，其收入构成中 69.30%来自于北美市场，19.20%来自于欧洲市场。

#### ②博世

博世是德国最大的工业企业之一，世界 500 强企业；汽车诊断检测设备及相关软件的研发、生产和销售是其细分业务板块之一。根据博世 2018 年年报，其收入构成中 53%来自于欧洲，17%来自于美洲，30%来自于亚太。

#### ③元征科技

元征科技在海外市场有一定的布局，根据元征科技 2018 年年报，2018 年其海外收入占比约为 40%。元征科技在德国拥有一家子公司，并在欧洲、美洲、亚洲发展了两百多家经销商。在汽车综合诊断产品领域，元征科技与公司的海外竞争主要在欧洲和美国。

### (2) TPMS 产品主要竞争对手在境外市场的拓展及布局情况

公司在 TPMS 产品领域的主要竞争对手是为升电装。

为升电装最大海外市场为美国，根据为升电装 2018 年年报，其 2018 年收入构成中，美国占比达到 53.73%，台湾内销为 29.11%。根据为升电装 2018 年年报，其 TPMS 业务的重心亦主要在美国市场，因为美国是全球最早立法将胎压传感器列为标准配件的国家，市场空间较大，后装市场的替换需求较为稳定。

## 2、境外市场的竞争是否加剧

### (1) 汽车综合诊断产品境外市场的竞争

欧美市场的汽车后市场发展历史悠久，经过长期发展，一方面，境外汽车维修行业的专业化程度和从业人员的技术水平较高，因而对汽车智能诊断、检测产

品的功能要求相对高，另一方面，行业集中度也显著高于国内，市场发展出了一批如 AutoZone、Advance Auto Parts 等规模大、覆盖区域广、实力强的汽车维修零售连锁巨头，该等行业核心客户对产品性能、服务、品牌和供应商实力等的综合要求较高，从而大大提高了市场的进入门槛，上述情况导致境外主流市场通常是德国博世、美国实耐宝和道通科技等少数一线品牌在参与市场，实力较弱的二线厂商较难参与其中。因而，汽车综合诊断产品市场的竞争格局相对较为稳定，包括公司在内的一线主流品牌占据市场主要地位，新进入者对市场份额的影响较为有限。

## （2）TPMS 产品境外市场的竞争

欧美 TPMS 市场的需求空间较大，增长速度维持在较高水平。美国率先将 TPMS 立法列为新车的标准配置，并在 2007 年实现新车 100%配置，每年 OE 整车厂配套市场的 TPMS 需求量估计在 5,000 万套，TPMS 的寿命在 5-10 年，2012-2017 年迎来首个 TPMS 更换高峰期，2016 年美国乘用车 OE 市场 TPMS 需求达近 1,200 万套。欧盟 2012 年通过新法案，规定新汽车平台加装 TPMS，欧盟 OE 市场每年需求量约为 1,800 万套。

由于市场空间巨大，市场参与者相对较多，但是各自的技术水平存在一定的差异。公司通过在行业内长期的技术积累，是全球少数具备同时自主研发生产 TPMS 系统诊断匹配工具与 TPMS 胎压传感器能力的厂商之一，产品能与各类车型实现完美兼容，并通过诊断匹配工具进行读写编程，TPMS Sensor 覆盖面广、准确度高，在兼容性方面有明显优势。因此，对于公司而言，TPMS 市场面临一定的竞争，但是公司具备较为明显的竞争优势，报告期内在欧美市场 TPMS 业务增速很快。

综上所述，公司所处的境外市场竞争环境相对较为平稳，不存在竞争显著加剧的情形。

**（三）境外销售的产品是否存在降价风险，公司各类产品毛利率是否存在下降风险，是否存在影响经营业绩的重大不利因素，若存在境外销售产品降价、毛利率下降等风险，请在重大事项提示中补充提示**

### 1、境外销售的产品是否存在降价风险

报告期内，公司境外销售产品的单价情况如下：

单位：元

产品大类	二级分类	平均单价				单价年均变动
		2019年1-6月	2018年	2017年	2016年	
汽车综合诊断产品	汽车智能诊断电脑	4,673.04	4,816.74	6,220.40	6,681.82	-13.96%
	读码卡	147.27	183.24	219.45	278.60	-17.11%
TPMS 产品	TPMS 系统诊断匹配工具	602.73	697.59	957.46	1,105.16	-18.44%
	胎压传感器	94.01	93.62	96.33	100.48	-3.41%

注：表中价格变动为2016-2018年的单价年均下降幅度

由上表可知，报告期内，境外销售产品中，汽车智能诊断电脑、读码卡、TPMS系统诊断匹配工具整体上均呈下降趋势，胎压传感器的单价相对较为稳定。汽车智能诊断电脑、读码卡、TPMS系统诊断匹配工具单价下降的原因如下：

#### （1）汽车智能诊断电脑单价下降的原因

境外市场汽车智能诊断电脑单价下降的原因主要系：1）汽车智能诊断电脑属于电子产品，受电子产品消费周期、劳动生产率提高、原材料成本下降等多方面因素的综合影响，其价格整体上会呈下降趋势；2）针对欧美市场部分客户的需求，公司于2017年推出了功能相对简单的中低端综合诊断电脑系列产品，使汽车智能诊断电脑的产品布局从以中高端为主向高中低端全面发展的方向延伸，上述中低端型号产品自投入市场以来，销量占比大幅增加，从而拉低了整体销售价格。

#### （2）读码卡单价下降的原因

境外市场读码卡产品单价呈逐年下降趋势，主要系：1）产品结构性因素的影响。由于读码卡产品是公司早期产品，已不是主流核心产品，且市场竞争较为激烈，为提高公司的销售效率，节约公司的营销资源，公司有选择性的与采购数量较大的大客户进行战略合作。2017年起，公司与Walmart合作，主要向其销售中低端型号读码卡，平均价格相对偏低；与此同时，由于销售数量较大，公司给予Walmart一定的价格优惠，上述因素使读码卡产品的整体单价下降。2）市场竞争使得产品价格呈下降趋势。读码卡产品系早期产品，技术门槛相对较低，众

多竞争对手陆续进入该市场，且目前已不是公司的业务战略重点，为应对市场竞争，公司主动调整部分市场或型号的销售价格，因而使得产品单价有所下降。

### (3) TPMS 系统诊断匹配工具单价下降的原因

报告期内 TPMS 系统诊断匹配工具的单价持续下降，主要系公司自 2017 年起为大力推广胎压传感器，先后在北美、欧洲等市场采取促销策略，对购买胎压传感器的客户赠送指定型号的 TPMS 系统诊断匹配工具，上述促销使得 TPMS 系统诊断匹配工具的平均单价显著下降。

如前述，若从公司单款产品型号来看，报告期内公司主流型号的产品价格下降幅度不大，报告期内的年均下降幅度均在 5-10%以内，单款产品并不存在价格大幅下降的风险。

## 2、公司各类产品毛利率是否存在下降风险

### (1) 汽车综合诊断产品毛利率变化趋势

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司汽车综合诊断产品的毛利率分别为 64.75%、63.18%、60.30%和 59.31%，总体上呈小幅下降趋势。分产品的毛利率变动情况及原因如下：

#### 1) 汽车智能诊断电脑

报告期内，汽车智能诊断电脑的毛利率分别为 67.63%、67.10%、63.57%和 62.82%，呈小幅下降趋势。毛利率下降的主要原因包括：(1) 新产品型号占比提高。报告期内，公司针对细分目标市场特点和客户需求，推出了部分功能相对简单的中低端型号产品，例如 MS906S、MK808 系列、Maxicheck MX808 系列等，使汽车智能诊断电脑的产品布局从以中高端为主向高中低端全面发展的方向延伸。上述中低端型号产品自投入市场以来，得到了较好的反馈，销量增长较快。与 MaxiSys Elite、MS908P 等高端型号相比，上述中低端型号的单价和毛利率均相对较低，因而从整体上使汽车智能诊断电脑的毛利率水平有所下降。(2) 新市场的开拓。报告期内，公司在国内市场加大了开拓力度，国内销售占比逐年提高。公司在国内市场销售的产品中低端型号占比较高，且面临着较多本土品牌的竞争，使得国内市场的销售单价和毛利率水平均相对较低，使得汽车智能诊断电脑的整

体毛利率水平有所下降。

从整体来看，公司汽车智能诊断电脑的毛利率下降主要是因为公司在产品和市场战略上的主动拓展，并非市场竞争、供应链等外部因素所导致的被动结果，公司在产品策略和竞争策略上存在较大的灵活度和主动性。因而，公司汽车智能诊断电脑产品的毛利率不存在大幅下降的风险。

## 2) 读码卡

报告期内，读码卡产品的毛利率分别为 53.56%、47.25%、39.54%和 31.84%，呈下降趋势，主要系产品结构性因素的影响。由于读码卡产品在公司整体业务中的战略地位有所下降，且市场竞争较为激烈，为提高公司的销售效率，节约公司的营销资源，公司有选择性的与采购数量较大的大客户进行战略合作。2017 年起，公司与 Walmart 合作，主要向其销售中低端型号读码卡，平均价格相对偏低；与此同时，由于销售数量较大，公司给予 Walmart 一定的价格优惠，使得读码卡产品的整体单价和毛利率水平下降。通过与 Walmart 的合作，报告期内公司在北美市场的读码卡销量大幅增加，提高了公司在中低端零售市场的份额，同时为后续的 to C 潜在业务拓展创造了机会。

因此，读码卡产品毛利率的下降是公司在北美市场主动与 Walmart 进行战略合作的结果，是公司基于未来业务发展战略所进行的主动选择；与此同时，读码卡的收入占比逐年下降，2019 年 1-6 月仅占 7.09%，对整体收入的影响较小。因而，公司读码卡产品的毛利率变化合理。

## (2) TPMS 产品毛利率下降的原因及变化趋势

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，公司 TPMS 产品的毛利率分别为 54.84%、54.43%、46.04%和 50.74%。分产品的毛利率变动情况及原因如下：

### 1) TPMS 系统诊断匹配工具

报告期内，公司 TPMS 系统诊断匹配工具的毛利率分别为 62.80%、57.01%、29.65%和 27.79%。2018 年和 2019 年 1-6 月，TPMS 系统诊断匹配工具的毛利率水平显著下降，主要系公司为胎压传感器的大力拓展所进行的战略性促销。公司 TPMS 系统诊断匹配工具与公司自产胎压传感器存在较强的依存关系，采取赠送

TPMS 系统诊断匹配工具的促销方式，并有助于未来公司胎压传感器产品的持续销售。因此，公司自 2017 年起先后在美国、欧洲和国内均针对性地进行促销，其中在欧美市场的促销策略为对购买胎压传感器的客户赠送指定型号的 TPMS 系统诊断匹配工具，在国内市场的促销策略为对购买指定型号的汽车智能诊断电脑产品的客户赠送胎压传感器和 TPMS 系统诊断匹配工具。上述促销措施使得 TPMS 系统诊断匹配工具的毛利率显著下降。

从公司的业务发展战略来看，上述促销虽然在短期内使得 TPMS 系统诊断匹配工具有所下降，但是能够为公司未来胎压传感器业务的增长提前布局，有助于公司未来 TPMS 业务整体的快速增长。

## 2) 胎压传感器

报告期内，公司胎压传感器的毛利率分别为 43.80%、52.32%、52.77%和 56.85%，毛利率整体上保持稳定，呈小幅上升趋势，主要系单位成本下降的影响，单位成本下降主要是因为随着公司胎压传感器销量的快速增加，规模效应逐渐体现出来，公司在原材料采购价格下降以及生产效率提高等方面均有明显的改善。报告期内，在公司 TPMS 业务的整体促销策略下，胎压传感器的销量快速增长，收入占比逐年提高，已从 2016 年的 3.07%提高至 2019 年上半年的 12.58%，公司已在北美、欧洲等主要市场奠定竞争基础，报告期内的促销策略效果明显。

从长期来看，境外市场 TPMS 业务的竞争格局相对较为稳定，同时市场的汽车保有量水平也较为稳定，胎压传感器的替换需求较为稳定，胎压传感器的毛利率预计可以维持在稳定水平；对于中国境内市场而言，随着胎压传感器强制安装政策的落地执行，预计未来 3-5 年市场需求量会大幅增加。因此，从长期来看，胎压传感器的毛利率不存在大幅下降的风险。

综上所述，报告期内，公司各类产品的毛利率变化趋势合理，部分产品的毛利率呈小幅下降趋势，主要系公司自身业务布局或战略调整的结果，公司各类产品的毛利率不存在大幅下降的风险。

**3、是否存在影响经营业绩的重大不利因素，若存在境外销售产品降价、毛利率下降等风险，请在重大事项提示中补充提示**

如前文分析，报告期内，公司产品价格呈一定的下降趋势，部分产品的毛利率亦小幅下降，但是均系公司主动进行业务布局或战略调整的结果，对公司的整体经营业绩不存在重大不利影响。

针对产品价格下降的风险，公司本次已在招股说明书中作重大事项提示，具体见本问题之“二”的相关内容。

针对毛利率下降的风险，公司已在申报招股说明书中披露“毛利率波动的风险”，公司本次已在招股说明书中作重大事项提示如下：

#### **(六) 毛利率波动风险**

**2016年、2017年、2018年及2019年1-6月，公司主营业务毛利率分别为59.37%、61.26%、60.74%和60.95%，总体维持在较高的水平。但产品价格受到诸多因素的影响，相关主要因素包括但不限于：(1)同一产品价格随着时间推移，受到下游客户的价格压力会缓慢下滑；(2)持续推出盈利能力较强的新产品，有利于改善公司收入结构，维持较好价格水平；(3)行业竞争情况和公司竞争策略会影响整体的价格水平；(4)汇率变动对公司以本位币计量的价格会产生影响。因此，产品价格受上述因素影响存在波动风险。此外，产品生产成本主要受原材料市场价格、劳动力成本、业务规模和生产效率的影响，中长期看产品生产成本呈下降趋势，但短期可能仍存在一定波动。**

**总体来看，未来如影响公司产品价格和成本的相关因素出现重大不利变化导致公司产品价格下降较多，或成本上升较快，则公司毛利率存在下滑的风险。**

四、结合报告期内各类产品价格大幅下降、客户信用期放宽等情况，进一步披露所处的国内外竞争环境的变化及发展趋势，并在重大事项提示中补充披露信用政策提升、信用额度变化导致应收账款增长的相关风险

(一) 结合报告期内各类产品价格大幅下降、客户信用期放宽等情况，进一

## 步披露所处的国内外竞争环境的变化及发展趋势

### 1、报告期内公司各类产品价格下降、部分客户信用期放宽等具有合理原因，并非因外部竞争而进行的被动调整

#### (1) 公司各类产品价格下降主要系业务结构和战略的主动调整

报告期内，公司各类产品价格下降主要系公司自身的产品结构变化及业务拓展，主要包括：1) 公司针对部分市场推出了单价相对较低的新产品型号，且受到市场的广泛认可，新产品型号占比提高，使得整体单价有所下降；2) 公司在报告期内大力拓展在新兴市场的业务布局，尤其是在国内市场，而新兴市场的产品销售单价相对于欧美市场低，从而拉低了整体单价水平；3) 为拓展在 TPMS 领域的布局，公司针对部分市场进行了促销，在欧美市场的促销策略为对购买胎压传感器的客户赠送指定型号的 TPMS 系统诊断匹配工具，在国内市场的促销策略为对购买指定型号的汽车智能诊断电脑产品的客户赠送胎压传感器和 TPMS 系统诊断匹配工具，因而使得 TPMS 产品的单价整体呈下降趋势。

因此，公司产品价格下降主要系业务结构和战略的主动调整，并非外部竞争所导致的被动降价。

#### (2) 放宽部分客户的信用期主要系公司根据客户的实际情况及公司业务需求所进行的主动调整

报告期内，公司针对个别大客户的实际需求、新产品的需求及业务和市场特点等，对少部分客户的信用政策进行了相应调整。主要情况包括：1) 根据跨境电商客户客观需要进行的信用政策合理提升。2017 年，公司加强了对跨境电商渠道的管理，并通过产品区分逐步将合作跨境电商的数量进行收缩，在调整过程中，深圳联科和 UUC 凭借其在跨境电商领域的资源和渠道优势脱颖而出，规模逐步扩大，相应的其此前所使用的供应链服务成本也迅速提高，大幅压缩了其利润空间，因而其对采购公司产品存在降价诉求。公司在综合考虑客户诉求、历史合作关系、信用资质等多方面条件，同时避免降低公司产品的销售价格，在总体风险可控的情况下，决定自 2017 年 11 月起调整深圳联科和 UUC 的信用政策。2) 公司在新产品开拓过程中根据个别大客户的规则给予较长信用期。报告期内，公司在欧美市场大力推广 TPMS 产品和 ADAS 产品等新产品。由于部分大型连



锁经销商对零部件产品采取较为严格的供应商管理制度，对于零部件产品的采购一般均要求采用较长的信用期，公司为进入上述大型连锁经销商的供应链体系，对 TPMS 和 ADAS 等新产品只能根据客户要求给予其相对更长的账期，典型代表为 Advance。3) 公司与中信保合作对部分海外客户提升信用政策。2018 年 4 月开始，公司与中信保合作，根据中信保对海外客户的信用额度和期限的审批情况，增加了部分海外客户的信用额度。4) 国内客户信用政策合理提升。公司在拓展国内市场之初，为控制风险，实行全额预收的货款支付政策。随着对国内市场和客户的深入了解，公司逐步适应国内商业环境和行业惯例，对部分主要经销商客户给予 50-100 万元不等的信用额度。

综上，报告期内公司放宽部分客户的信用期主要系根据客户情况和业务需要所进行的主动调整，并非因外部竞争所导致的被动调整。

## 2、公司所处的国内外竞争环境变化趋势

### (1) 公司所处的国内竞争环境变化趋势

#### ①汽车综合诊断产品境内市场的竞争环境

根据中经产业研究所《2014-2020 年中国汽车检测行业市场前景及投资咨询研究报告》研究显示，我国汽车诊断分析行业的整体发展市场化水准还相对较低，市场潜力有待大力发掘。

在竞争环境方面，公司在国内市场的主要竞争对手是博世及其在中国的子公司及附属机构、元征科技等厂商。与博世等国外品牌相比，公司的产品存在一定的价格优势；与国内其他品牌相比，公司的产品品质相对更高，具有明显的产品质量优势。因此，在国内市场竞争中，公司的汽车综合诊断产品具有一定的竞争优势。

#### ②TPMS 产品境内市场的竞争环境

随着我国 TPMS 强制安装法规的颁布与实施，TPMS 在安全和环保方面的作用被消费厂商逐步认可，前装和后装市场对 TPMS 的需求将迅速增长，国内 TPMS 前装市场需求有望于 2021 年实现巨大增长，从 2019 年 1 月 1 日起，中国市场所有新认证乘用车必须安装 TPMS；从 2020 年 1 月 1 日起，所有在产乘用车开始

实施强制安装要求，该项标准待正式发布实施。

在竞争环境方面，国内 TPMS 市场的参与者目前大多面向汽车前装市场，例如保隆科技、万通智控等，公司与上述针对前装市场的厂商一般不存在直接的竞争；在后装市场，公司在国内市场的竞争对手包括伟力通、铁将军等品牌。与上述厂商相比，公司 TPMS 系统匹配诊断工具及胎压传感器产品的覆盖面广、准确度高，在兼容性方面有明显优势。

综上所述，公司所处的国内市场竞争环境相对较为复杂，面临着部分海外品牌及较多国产中小品牌的竞争，但是公司产品在性能、价格等方面具有一定的优势，不存在国内市场恶性竞争的情形。

## （2）公司所处的国外竞争环境变化趋势

### ①汽车综合诊断产品境外市场的竞争环境

欧美市场的汽车后市场发展历史悠久，经过长期发展，一方面，境外汽车维修行业的专业化程度和从业人员的技术水平较高，因而对汽车智能诊断、检测产品的功能要求相对高，另一方面，行业集中度也显著高于国内，市场发展出了一批如 AutoZone、Advance Auto Parts 等规模大、覆盖区域广、实力强的汽车维修零售连锁巨头，该等行业核心客户对产品性能、服务、品牌和供应商实力等的综合要求较高，从而大大提高了市场的进入门槛，上述情况导致境外主流市场通常是德国博世、美国实耐宝和公司等少数一线品牌在参与市场，实力较弱的二线厂商较难参与其中。因而，汽车综合诊断产品市场的竞争格局相对较为稳定，包括公司在内的一线主流品牌占据市场主要地位，新进入者对市场份额的影响较为有限。

### ②TPMS 产品境外市场的竞争环境

欧美 TPMS 市场的需求空间较大，增长速度维持在较高水平。美国率先将 TPMS 立法列为新车的标准配置，并在 2007 年实现新车 100%配置，每年 OE 整车厂配套市场的 TPMS 需求量估计在 5,000 万套，TPMS 的寿命在 5-10 年，2012-2017 年迎来首个 TPMS 更换高峰期，2016 年美国乘用车 OE 市场 TPMS 需求达近 1,200 万套。欧盟 2012 年通过新法案，规定新汽车平台加装 TPMS，欧盟 OE

市场每年需求量约为 1,800 万套。

由于市场空间巨大，市场参与者相对较多，但是各自的技术水平存在一定的差异。公司通过在行业内长期的技术积累，是全球少数具备同时自主研发生产 TPMS 系统诊断匹配工具与 TPMS 胎压传感器能力的厂商之一，产品能与各类车型实现完美兼容，并通过诊断匹配工具进行读写编程，TPMS Sensor 覆盖面广、准确度高，在兼容性方面有明显优势。因此，对于公司而言，TPMS 市场面临一定的竞争，但是公司具备较为明显的竞争优势，报告期内在欧美市场 TPMS 业务增速很快。

综上所述，公司所处的境外市场竞争环境相对较为平稳，不存在竞争显著加剧的情形。

## （二）在重大事项提示中补充披露信用政策提升、信用额度变化导致应收账款增长的相关风险

公司在第二轮问询回复时已在招股说明书重大事项提示部分补充披露“（三）报告期内公司信用政策调整的风险”，进一步补充和修订如下：

### （三）报告期内公司信用政策提升导致应收账款增长的风险

报告期内，**由于营业收入的增长以及公司出于市场特点、产品推广及客户需求考虑对部分客户信用政策的提升，公司应收账款整体上呈增长趋势。**具体变化情况如下：

单位：万元

项目	2019-06-30/ 2019年1-6 月	2018-12-31/ 2018年度	2017-12-31/ 2017年度	2016-12- 31/ 2016年度
应收账款①	20,586.19	22,281.46	15,228.49	10,302.12
营业收入②	53,280.22	90,025.46	72,162.32	58,464.22

项目	2019-06-30/ 2019年1-6 月	2018-12-31/ 2018年度	2017-12-31/ 2017年度	2016-12-31/ 2016年度
①/②	38.64%	24.75%	21.10%	17.62%
应收账款较前期增幅	-7.61%	46.31%	47.82%	-
营业收入较前期增幅	-	24.75%	23.43%	-

报告期内，公司应收账款呈增长趋势，一方面系营业收入的持续增长，另一方面系公司针对个别大客户的实际需求、新产品的需求及业务和市场特点等，对少部分客户的信用政策进行了相应调整，包括提高信用额度或延长信用期限。虽然公司调整部分客户信用政策均系业务实际发展需要，且上述客户在信用政策调整后均能如期还款，报告期内未发生坏账风险，但是，若该部分客户未来进一步要求提高信用政策，或者因其自身原因未能及时还款，可能导致公司应收账款余额进一步增加，并可能使得公司应收账款坏账准备计提的金额有所提高，从而对公司的净利润造成不利影响。

五、请发行人补充说明与中信保的合作模式、部分海外客户的范围、投保的具体内容，相关业务未来的开展规模，是否充分披露相关业务的风险

#### （一）公司与中信保的合作模式

自2018年4月起，公司与中信保开展合作，按照年度购买中小企业综合保险，对出口业务产生的应收账款收汇风险进行投保。公司对单个客户授信超过5万美元，需要事先向中信保提出投保金额申请，中信保根据境外客户公司成立时间、公司规模、财务状况、承保历史等因素批复信用限额及信用期，并在批复的额度内承保；对单个客户授信额度不超过5万美元，公司可以自行决定是否授信。目前，公司与中信保的中小企业综合保险合同的有效期为2019年4月1日

至 2020 年 3 月 31 日，年度投保额度为 8800 万美元。

## （二）部分海外客户的范围

公司就海外客户向中信保提出投保申请后，中信保会对信用限额进行批复。当中信保批复的信用限额大于公司自行评估的信用限额，且客户提出增加信用额度的申请时，公司会酌情提升该客户的信用额度，但最高不超过中信保批复的信用限额。截至 2019 年 6 月 30 日，公司向中信保申请有效限额的客户为 101 家，中信保批复的信用限额为 4,104.50 万美元，公司据此评估增加了 24 家客户的信用额度，具体清单如下：

单位：万美元

客户名称	客户区域	投保前信用额度	投保后信用额度	信用额度提升
ADVANCE	北美	340.00	505.00	165.00
GRUPO	南美	30.00	88.00	58.00
STAMPJET-INDUSTRIA E COMERCIO LTDA	南美	-	20.00	20.00
GYNPROG DIAGNOSTICO AUTOMOTIVO EIRELI	南美	10.00	30.00	20.00
SERVITEK SA DE CV	南美	0.30	20.00	19.70
SKANTZBIL HANDELSBOLAG	欧洲	-	18.00	18.00
ZETRONICA S.A.	南美	-	15.00	15.00
NILO & ARROYO CHILELIFT LIMITADA	南美	-	12.00	12.00
O'REILLY AUTOMOTIVE STORES, INC.	北美	38.00	50.00	12.00
HERRAMIENTAS Y EQUIPOS DANIELS ECATEPEC SA DE CV	南美	5.00	15.00	10.00
ROMERO BARRIONUEVO DORIS ALEXANDRA	南美	-	10.00	10.00
EMASA COMERCIAL S.A.	南美	-	10.00	10.00
NEU TOOL & SUPPLY CORP	北美	-	10.00	10.00
ALFATEST INDUSTRIA E COMERCIO DE PRODUTOS ELETRONICOS S/A	南美	10.00	20.00	10.00
AIN AL SHAMS W SHOP EQUIP & TOOLS TR LLC	IMEA	60.00	70.00	10.00
MARTIN DORAU	欧洲	-	7.20	7.20
SUPER REPUESTOS EL SALVADOR SA DE CV	南美	5.00	12.00	7.00
SISTEMA AUTOMOTRIZ SAC	南美	5.00	12.00	7.00
BB-EP GMBH	欧洲	18.00	25.00	7.00
INTEREQUIP PTY LTD	亚太	10.00	15.00	5.00

客户名称	客户区域	投保前信用额度	投保后信用额度	信用额度提升
WCV - EQUIPAMENTOS ELETRONICOS LTDA	南美	5.00	10.00	5.00
INTERPOOL DISTRIBUTING CORP.	北美	5.00	10.00	5.00
EASTMEN TIRE SUPPLIES, INC.	北美	5.00	9.60	4.60
TROPICAL AUTOMOTIVE SOLUTIONS, INC.	北美	5.00	6.00	1.00
合计			<b>999.80</b>	

如上表所示，2018年4月公司与中信保合作后，公司对相关海外客户的信用额度累计提升了448.50万美元。其中Advance和GRUPO信用额度提升较多，分别为165万美元及58万美元，上述两个客户均系公司长期合作客户，具有较好的资质和回款能力，未发生过重大的信用风险。

### （三）投保的具体内容

公司向中信保投保的险种为中小企业综合保险，为公司及其境外子公司与境外客户签订合同的出口业务对应的货款进行投保。可保风险为商业风险（买方破产或无力偿付债务、买方拖欠货款的风险）和政治风险，上述风险的赔付比例为90%，且公司最高获赔限额为700万美元。

### （四）相关业务未来的开展规模

公司本年度投保金额系参考上年度出口总额并考虑未来年度的增长比例确定，中信保会根据历史出口额及赔付情况等给公司关于下一年度投保金额的建议，公司按此确定投保金额。2018年4月-2019年3月，年度投保金额为6,270万美元，2019年4月-2020年3月，年度投保金额为8,800万美元，增长比例为40.35%。

### （五）中信保业务的相关风险

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”中补充披露中信保业务相关的风险。具体如下：

### （八）中信保业务相关风险

**自2018年4月起，公司与中信保开展合作，按照年度购买中小企业综合保险，对出口业务产生的应收账款收汇风险进行投保。公司与中信保合作，在为公**

司境外应收账款提供保障的同时，也存在一定的业务风险，主要包括：

## 1、拒绝赔偿的风险

按照公司与中信保签订的投保合同，中信保对于以下情形不承担赔付责任：

(1) 由于合同约定不明确，或因公司、境外关联公司自身行为导致双方均不能确立对买方的债权引起的损失，中信保不承担赔付责任；(2) 公司提交《索赔申请书》时，应注明“境外关联公司签约”字样，同时境外关联公司应以自己的名义提供相关证明材料，否则中信保有拒绝承担赔偿责任；(3) 公司和境外关联公司有义务按照中信保的要求全力配合和协助其实施海外调查和追偿，若该义务未履行或未完全、适当履行，则中信保有拒绝承担赔偿责任；(4) 公司和境外关联公司应将赔偿涉及的合同项下的权益合法转让给中信保，以保证其实施代位追偿。如公司或境外关联公司未将上述权益转让给中信保，或因上述转让权益的瑕疵而导致中信保无法实施追偿，中信保有拒绝承担赔偿责任。

在上述情形下，公司可能无法获得中信保的赔付，因而可能会面临一定的赔付风险。

## 2、索赔逾期风险

按照公司与中信保签订的投保合同，中信保将应收账款的回收风险归为两类：拖欠风险和非拖欠风险。拖欠风险是指客户在中信保批复的信用期限内 30 天内仍未支付货款，导致应收账款无法收回的风险。对于拖欠风险，公司需在风险发生后 30 天内向中信保提出索赔；非拖欠风险是指除拖欠风险以外的其他所有风险，公司需在风险发生后 10 个工作日内提出索赔。超过上述索赔期限，影响中信保权益的，中信保有降低赔付比例，但事先经中信保书面同意的除外。

**按照上述规定，若公司未在中信保规定的索赔期限内提出索赔申请，则可能导致中信保赔付比例降低的风险。**

### **3、无法获得全额赔付的风险**

**根据公司与中信保签订的投保合同，中信保的最高赔付比例为 90%，因而当公司发生应收账款回收风险并向中信保索赔时，仍有 10%的应收账款无法收回。截至 2019 年 6 月 30 日，公司不存在由于上述风险导致应收账款无法收回的情况。**

**六、请发行人列示增加信用额度的经销商客户，说明上述客户应收账款的可回收性、逾期情况及期后回收比例**

报告期内，公司增加信用额度的国内经销商客户应收账款逾期及期后回款情况如下：



单位：万元

客户名称	信用额度	2019年6月30日			2018年12月31日			2017年12月31日		
		应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款
武汉凯瑞兴机电设备有限公司	100.00	33.02	-	33.02	37.28	-	37.28	-	-	-
深圳市车艺汽修设备工具有限公司	50.00	-	-	-	-	-	-	16.50	16.50	16.50
南昌驭航贸易有限公司	50.00	-	0.70	-	-	-	-	25.43	25.43	25.43
上海佳纳汽修设备有限公司	50.00	28.19	-	28.19	18.59	-	18.59	-	-	-
甘肃鑫天龙商贸有限公司	50.00	19.95	-	19.95	-	-	-	-	-	-
济南云畅车驰汽车维修设备有限公司	100.00	26.17	-	26.17	56.56	-	56.56	9.42	9.42	9.42
南京达齐汽车配件有限公司	300.00	160.80	117.50	160.80	28.72	8.83	28.72	-	-	-
长沙昌祺机电设备有限公司	100.00	70.13	50.64	70.13	61.01	30.75	61.01	-	-	-
泉州市利华汽修设备有限公司	60.00	10.01	10.01	10.01	37.09	37.09	37.09	-	-	-
北京泰宝之星汽车科技有限公司	300.00	179.06	-	179.06	59.58	-	59.58	10.19	10.19	10.19
广州市骏亿汽车检测维修设备有限公司	100.00	61.05	61.05	61.05	-	-	-	9.01	9.01	9.01
乌鲁木齐喜瑞隆商贸有限公司	50.00	12.48	-	12.48	-	-	-	-	-	-
长春市海大机电设备有限公司	100.00	16.56	-	16.56	11.25	-	11.25	-	-	-
郑州壮大商贸有限公司	100.00	81.76	81.76	81.76	55.46	-	55.46	-	-	-
郑州明协商贸有限公司	100.00	37.16	0.03	37.16	89.78	-	89.78	-	-	-
成都精沛科技有限公司	150.00	49.64	-	49.64	-	-	-	-	-	-

客户名称	信用额度	2019年6月30日			2018年12月31日			2017年12月31日		
		应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款
南宁市中联汽保设备销售有限公司	80.00	44.07	16.00	44.07	42.73	-	42.73	-	-	-
成都市中大丰泰科技有限公司	50.00	18.85	-	18.40	-	-	-	-	-	-
贵州浩新贸易有限公司	50.00	15.49	-	15.49	39.37	-	39.37	-	-	-
沈阳鑫子昌机电设备有限公司	150.00	53.68	53.68	53.68	-	-	-	13.24	13.24	13.24
重庆市赢途商贸有限公司	90.00	41.45	-	26.45	11.94	16.50	11.94	-	-	-
四川鑫胜利商贸有限公司	50.00	9.20	-	9.20	33.57	20.00	33.57	-	-	-
昆明智盛慧达贸易有限公司	80.00	31.97	-	31.97	34.33	34.33	34.33	-	-	-
荆州诚泰汽车检测设备有限公司	50.00	26.93	-	26.93	15.00	15.00	15.00	-	-	-
贵阳泛兴汽车保修设备有限责任公司	80.00	34.75	-	34.75	25.72	25.72	25.72	-	-	-
郑州顺力电子科技有限公司	80.00	43.93	-	43.93	-	-	-	-	-	-
济南云豪汽车科技有限公司	250.00	134.52	96.00	134.52	65.53	-	65.53	-	-	-
阜阳市金林汽车维修技术服务有限公司	150.00	70.52	-	70.52	-	-	-	-	-	-
黑龙江润源汽车设备有限公司	100.00	84.55	11.91	84.55	74.85	4.67	74.85	-	-	-
重庆渝得宝机电设备销售有限公司	50.00	11.83	11.83	11.83	-	-	-	-	-	-
昆明旭升科技有限公司	50.00	37.83	9.56	37.83	-	-	-	-	-	-
南昌市诚安汽车检测设备有限责任公司	50.00	32.27	20.50	32.27	-	-	-	-	-	-

客户名称	信用额度	2019年6月30日			2018年12月31日			2017年12月31日		
		应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款	应收余额	逾期金额	期后回款
杭州鼎乾机电设备有限公司	100.00	49.92	-	49.92	-	-	-	22.27	22.27	22.27
深圳市定点汽修供应链有限公司	50.00	-	-	-	-	-	-	17.36	17.36	17.36
安徽松广汽车技术服务有限公司	50.00	-	-	-	-	-	-	27.29	27.29	27.29
保定兴国汽车维修设备销售有限公司	100.00	-	-	-	47.23	-	47.23	6.02	6.02	6.02
杭州汉马汽配有限公司	70.00	-	-	-	37.14	37.14	37.14	9.67	9.67	9.67
四川野马汽车销售有限公司	72.00	37.80	37.80	10.00	37.80	37.80	10.00	53.88	7.13	52.08
<b>合计</b>	<b>3,612.00</b>	<b>1,565.54</b>	<b>578.97</b>	<b>1,522.29</b>	<b>920.53</b>	<b>267.83</b>	<b>892.73</b>	<b>220.28</b>	<b>173.53</b>	<b>218.48</b>

注：上述期后回款均系截至2019年9月30日的回款情况；除四川野马汽车销售有限公司系直销客户外，其余均为经销商客户。

公司对国内经销商在 2017 年以前均采取全额预收的政策，故 2016 年 12 月 31 日以上客户应收账款无余额。2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末上述客户应收账款逾期金额分别为 173.53 万元、267.83 万元及 578.97 万元，占上述客户应收账款期末余额的比例分别为 78.78%、29.10%及 36.98%，占比整体呈下降趋势，且单个客户逾期金额较小，均在信用额度以内，一般不会形成坏账。2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末的应收账款截至 2019 年 9 月 30 日的回款金额分别为 218.48 万元、892.73 万元及 1,522.29 万元，期后回款比例分别为 99.18%、96.98%及 97.24%，期后回款情况较好。

2017 年、2018 年末及 2019 年 6 月末公司对上述客户应收账款已计提的坏账准备均能覆盖截至 2019 年 9 月 30 日未收回的逾期应收账款。

## 2.2 保荐机构和申报会计师核查过程和核查意见

保荐机构和申报会计师就上述问题履行了如下核查程序：

1、取得发行人按地域及产品分类的销售明细表，并与发行人账面记录进行核对比照；

2、对发行人管理层、销售人员及财务人员进行访谈，了解发行人在各个区域的产品定价策略、产品价格波动原因、市场竞争情况、毛利率波动原因、针对不同市场区域各类客户的信用政策，以及信用政策制定和变化依据；

3、获取报告期内发行人主要产品型号各个区域的销售数量、销售单价、销售收入等信息，并抽取部分机型的售价与合同、订单等进行比较；

4、针对市场情况、竞争对手在境外市场的拓展和布局情况，查询了相关的网站、行业杂志、研究报告等，对发行人财务负责人、具体业务负责人等进行访谈，并在此基础上评估产品下降、毛利率下降等风险对公司业绩的影响；

5、获取公司与中信保签订的保险合同，查询中信保对相应险种的详细阐释，对发行人财务负责人及相关人员就投保业务进行访谈，并详细核查中信保投保记录，以对中信保业务的风险进行评估；

6、获取增加信用额度的经销商客户报告期各期末的应收账款余额、逾期情

况并核实其期后回款情况，分析逾期原因并评估逾期款项的坏账风险。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人已在招股说明书营业收入结构及趋势分析部分按产品分境内外披露销售收入情况；

2、发行人已在重大事项提示中补充披露产品价格下降的风险；

3、对发行人同类产品在内境外客户的售价情况进行列表分析，其价格差异主要原因系公司依据销售渠道以及不同区域的市场竞争、客户规模、经济条件等因素对产品进行区别定价，且不同产品市场定位和竞争策略不同所致，差异原因符合发行人实际经营情况。发行人所处的境内外竞争环境总体上较为稳定，不存在竞争显著加剧的情形。发行人产品价格呈一定的下降趋势，部分产品的毛利率亦小幅下降，但是均系发行人主动进行业务布局或战略调整的结果，对发行人的经营业绩不存在重大不利影响。发行人已在招股说明书中就产品价格下降、毛利率下降风险作出重大事项提示；

4、发行人已结合报告期内各类产品价格大幅下降、客户信用期放宽等情况，进一步披露所处的国内外竞争环境的变化及发展趋势，并在重大事项提示中补充披露信用政策提升、信用额度变化导致应收账款增长的相关风险；

5、发行人已补充说明与中信保的合作模式、部分海外客户的范围、投保的具体内容，相关业务未来的开展规模，不存在异常情形。发行人与中信保合作相关的风险均属于可控风险，不会对应收账款的回收情况产生重大不利影响，发行人已充分披露相关业务的风险；

6、发行人已列示增加信用额度的经销商客户。报告期内，发行人对部分客户的信用期放宽、信用额度改变，对发行人应收账款逾期及期后回款不存在重大不利影响，均具有可回收性。2017年末、2018年末及2019年6月末，增加信用额度的经销商客户应收账款逾期金额分别为173.53万元、267.83万元及578.97万元，占上述客户应收账款期末余额的比例分别为78.78%、29.10%及36.98%，整体呈下降趋势，且单个客户逾期金额较小，均在信用额度以内。上述客户2017年末、2018年末及2019年6月末的应收账款截至2019年9月30日的回款金额

分别为 218.48 万元、892.73 万元及 1,522.29 万元,期后回款比例分别为 99.18%、96.98%及 97.24%, 期后回款情况较好。

### 问题三 关于股份支付-员工持股平台

根据二轮问题 10 的回复，根据 2012 年和 2014 年股权激励方案的约定，上述授予的股份自上市之日起 3 年后开始解锁，分 2 年解锁，每年解锁 50%。公司按与公司股票上市时间挂钩的期限分期摊销确认股份支付费用。公司预计 2017 年底实现上市，因此，2012 年股权激励确定的摊销期限分别为 50%按 97 个月、50%按 109 个月，2014 年股权激励确定的摊销期限分别为 50%按 73 个月、50%按 85 个月；根据 2018 年股权激励方案中员工持股平台合伙协议约定，合伙企业处置所持有公司股份时应遵循以下条件：各合伙人应当自首次签订合伙协议之日（即入伙之日）起，保证在道通科技或其子公司至少服务七年，其中至少服务五年方能处置其所持合伙企业份额，若服务期限未满五年即离职，需将所持份额转让给公司实际控制人李红京或其指定的第三人，转让价格包含出资成本和相应利息。

请发行人说明：（1）2012 及 2014 股权激励方案中，除锁定期外，股权激励方案文件未明确约定具体服务期，以锁定期代替服务期确定摊销期限的会计处理是否准确，是否符合企业会计准则的规定；（2）2012 及 2014 股权激励方案股份支付未一次性确认对报告期期初及股改时未分配利润的影响，在整体变更为股份有限公司时，净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面相关计算和处理是否准确，对股改是否有影响；（3）2018 年股份支付未按照服务期摊销是否符合企业会计准则的规定。

请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

回复：

#### 3.1 发行人说明

一、2012 及 2014 股权激励方案中，除锁定期外，股权激励方案未明确约定具体服务期，以锁定期代替服务期确定摊销期限的会计处理是否准确，是否符合企业会计准则的规定

##### 1、准则及解释有关服务期的规定

《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条规定，“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”。

《企业会计准则解释第 3 号》问题五规定，“……可行权条件是指能够确定企业是否得到职工或其他方提供的服务、且该服务使职工或其他方具有获取股份支付协议规定的权益工具或现金权利的条件；反之，为非可行权条件。可行权条件包括服务期限条件或业绩条件。服务期限条件是指职工或其他方完成规定服务期限才可行权的条件……”。

根据国际会计准则的相关规定：在授予日，公司应基于最可能的业绩结果，估计预期给予期间（服务期）的长度。

## **2、合伙协议条款的约定**

根据 2012 年和 2014 年股权激励方案中员工持股平台合伙协议，其除了对锁定期进行约定外，还对激励对象解锁前离职必须退伙进行了约定，具体如下：

根据合伙协议约定，当合伙人在道通科技出现任何离职情况（包括但不限于与公司的劳动合同期限届满且双方不再续约、向公司提出辞职或自行离职、公司根据相关法律法规及公司制度规定提前解除与激励对象的劳动合同）的，必须退伙（若合伙人因特殊情况离职，由公司总经理办公会建议并经普通合伙人同意，可以保留其持有本合伙企业的全部或者部分出资额），由普通合伙人或普通合伙人指定的第三方按合伙协议约定的条款进行收购，收购价为在公司股票挂牌交易前离职的按本金加相应利息减去从合伙企业获得的累计分红；在公司股票挂牌交易后满一年内离职的按本金加相应利息；在公司股票挂牌交易后第二、三年离职的按本金加公司累计可分配利润之和；在公司股票挂牌交易满三年后离职的按先约定的售股比例范围内，以售股所得向合伙人退还其相应的财产份额，剩余部分按本金加公司累计可分配利润之和。

## **3、合伙协议条款实质构成准则规定的服务期的分析**

2012 年及 2014 年股权激励方案虽未明确约定具体服务期，但其约定的锁定



期并非仅仅要求股权激励对象履行一般意义上的原股东限售义务，而是需要根据合伙协议的约定在公司任职，否则所授予的股份将会被收回。公司认为，上述条款（锁定条款和离职退伙条款）对获取股权激励的员工具有强制性的服务期限约束，使得股权激励方案中所述的锁定期等同于对激励对象作实质约定的服务期限。

综上所述，2012年及2014年股权激励方案中所述的“锁定期及离职退伙”相关约定等同于对激励对象作实质约定的服务期限，尽管合伙协议中没有明确的“服务期”约定，但公司选择以锁定期代替服务期确定摊销期限的会计处理，符合企业会计准则的规定。

## 二、关于公司2012年及2014年股权激励方案与2018年股权激励方案股份支付处理不一致的说明

公司2012年及2014年股权激励方案与2018年股权激励方案虽然都构成了没有明确约定的“服务期”的情况，但股份支付处理方式不一致，特说明如下：

### 1、两次股份支付处理方式不一致

(1) 2012年及2014年股权激励方案采用按服务期分期摊销，并在2016年亏损不符合上市条件时，将尚未摊销完毕的股份支付余额一次性确认计入2016年损益。

(2) 2018年度股权激励方案采用在2018年12月授予日一次性确认股份支付费用计入2018年损益。

### 2、公司采用不同的处理方式的主要原因

#### (1) 2012年及2014年处理方式

① 尽管合伙协议没有明确服务期约定，但公司结合合伙协议中“锁定期及离职退伙”的条款，实质构成服务期，且公司在2015年申报时能够合理估计上市时间，并以此作为股份支付的分摊期限进行分期摊销。

② 在2016年末出现较大亏损，摊销期限无法合理估计的情况下，公司将尚未摊销完毕的股份支付余额一次性确认计入了2016年损益。

③ 上述历史年度相关股份支付的会计处理是在当时未颁布《首发业务若干

问题解答二》的监管环境下作出的，判断并无不妥，符合会计准则的相关规定。

④ 若追溯调整到股份授予当期一次性处理，会增加报告期的净利润，不够谨慎，因此公司保留了历史的会计处理方式，符合谨慎性原则。

## （2）2018 年处理方式

根据 2018 年股权激励方案的约定，合伙企业处置所持有公司股份时应遵循以下条件：① 各合伙人应当自首次签订合伙协议之日（即入伙之日）起，保证在道通科技或其子公司至少服务七年，其中至少服务五年方能处置其所持合伙企业份额。② 合伙人只有在满足入伙满五年且公司股票挂牌交易满三年的情况下才可以按公司股票的市价退伙转让，否则需要接受合伙协议约定的指定价格退伙，无法享有被授予股份的全部市场收益。因此，合伙人除了需要遵守“至少服务七年”的约束外，还受公司上市时间的影响，故服务期限实质上同时受前述双重条件的约束，所以 2018 年股权激励方案对应的服务期限并不明确。具体约束条件详见本题回复四之说明。

根据会计准则的规定，公司如果可以根据上述条件对服务期进行合理估计，应在估计的服务期内对股份支付费用进行分期确认。

但根据中国证监会于 2019 年 3 月颁布的《首发业务若干问题解答（二）》的规定，“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期等限制条件的股份支付，股份支付费用可采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益”。

公司认为，2018 年股权激励方案的服务期限有双重条件约束，较为复杂，合理估计存在一定难度，且属于《首发业务若干问题解答（二）》明确规定的“没有明确约定服务期”的情形。因此，公司在参考了上交所科创板申报公司关于类似股权激励事项的相关案例之后，选择采用将股份支付费用一次性计入 2018 年度费用。一次性确认是目前科创板主流处理方式，相对谨慎，符合《首发业务若干问题解答（二）》和企业会计准则的相关规定。

综上，公司对前后各次股权激励在都构成了没有明确约定的“服务期”的情况下作出了不同的会计处理，是根据企业会计准则的基本要求，及最新监管精神和谨慎性原则作出的，具有合理性。此外，公司目前对 2012 年及 2014 年和 2018

年股权激励采取的处理方式尽管不一致，但均是减少了报告期的利润，是相对谨慎的。

### 3、如前后均采用一次性处理对申报财务报表的影响

若参考《首发业务若干问题解答（二）》的监管精神对 2012 年及 2014 股权激励方案追溯到授予日一次性确认，则对报告期内财务影响情况如下：

单位：万元

年 度	2012 年及 2014 年一次性处理影响
2016 年净利润	5,915.90
2016 年初未分配利润	-4,635.50
2016 年末未分配利润	1,280.41

注：关于 2012 年及 2014 年股权激励方案假设在授予日一次性确认的财务影响具体影响详见本题回复三之说明

由上表可知，2012 年及 2014 年股权激励方案假定在授予日一次性确认，则将冲回 2016 年度确认的股份支付费用 5,915.90 万元，相应增加 2016 年度利润 5,915.90 万元，增加 2016 年末未分配利润 1,280.41 万元。

**三、2012 及 2014 股权激励方案股份支付未一次性确认对报告期期初及股改时未分配利润的影响，在整体变更为股份有限公司时，净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面相关计算和处理是否准确，对股改是否有影响”的说明**

#### 1、结论性说明

2012 年及 2014 年股权激励初始确认股份支付费用总额分别为 2,365.75 万元、6,617.39 万元。假定 2012 年及 2014 年股权激励方案股份支付在发生当期一次性确认，相关影响如下：

##### （1）对未分配利润的影响

对报告期期初未分配利润、股改前未分配利润和报告期 2016 年末未分配利润影响金额分别为-4,635.50 万元、-2,129.17 万元、1,280.41 万元，且不会导致股改前未分配利润为负。

##### （2）对股改的影响

假定 2012 年股份支付在发生当期一次性确认，在减少股改时点未分配利润和盈余公积的同时，会增加资本公积，因而对股改时点的净资产没有影响，在整体变更为股份有限公司时，折股后净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面相关计算和处理正确，对股改没有影响。

### (3) 对报告期内损益的影响

会冲回 2016 年度已确认的股份支付费用 5,915.90 万元，从而相应增加 2016 年净利润 5,915.90 万元。

具体说明如下：

## 2、假定 2012 及 2014 股权激励方案股份支付一次性确认对股改的影响

根据公司股改方案，以截至 2013 年 10 月 31 日公司经审计的净资产 227,475,916.35 元折为 15,000 万股，每股面值 1 元，溢价部分计入资本公积。因此 2014 年股权激励方案股份支付对公司股改不产生影响。假定 2012 年股权激励方案股份支付一次性确认对未分配利润及股改的影响情况说明如下：

假定 2012 年股权激励方案股份支付费用在授予日一次性确认，则应确认初始股份支付费用为 2,365.75 万元，并分别计入授予日管理费用和资本公积。上述假设对股改时净资产各项目的列示影响金额及调整测算过程列示如下：

单位：万元

项目	现有处理对股改净资产影响		一次性处理对股改净资产的影响			
	股改前金额[注]	股改后金额	股改前金额①	2012 一次性确认影响②	股改前调整后金额③=①+②	股改后金额
实收资本/股本	1,262.96	15,000.00	1,262.96	-	1,262.96	15,000.00
资本公积	8,126.25	7,747.59	8,126.25	2,365.75	10,492.00	7,747.59
盈利公积	2,223.34	-	2,223.34	-236.57	1,986.76	-
未分配利润	11,135.04	-	11,135.04	-2,129.17	9,005.87	-
<b>合计</b>	<b>22,747.59</b>	<b>22,747.59</b>	<b>22,747.59</b>	<b>-</b>	<b>22,747.59</b>	<b>22,747.59</b>

注：公司在确定股改净资产时，未对 2012 年股权激励方案按股份支付的相关要求进行处理

由上表可知，对上述调整后净资产按约定的折股比例进行折股的结果与

2012 年股权激励方案股份支付未一次性确认的结果一致。

综上所述，假定 2012 年股权激励方案股份支付一次性确认对股改时未分配利润的影响金额为-2,129.17 万元，在公司股改时，股改后净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面相关计算和处理正确，对股改没有影响。2014 年股权激励方案股份支付未一次性确认对公司股改不产生影响。

### 3、假定 2012 及 2014 股权激励方案股份支付一次性确认对报告期期初（即 2015 年末）未分配利润的影响

公司现有处理对报告期初未分配利润的影响（即在 2012 至 2015 年期间分期摊销确认的股份支付费用）和假定 2012 年及 2014 年一次性处理对报告期初未分配利润的影响对比情况如下：

单位：万元

项目	现有处理			假定一次性处理			一次性处理对现有报表报告期初未分配利润的影响⑦=③-⑥
	截至 2015 年末确认费用金额①	股改前确认费用金额②	对报告期初未分配利润的影响③=(①-②)*90%	截至 2015 年末确认费用金额④	股改前确认费用金额⑤	对报告期初未分配利润的影响⑥=(④-⑤)*90%	
2012 年股权激励确认费用情况	753.07	221.27	478.62	2,365.75	2,365.75	-	478.62
2014 年股权激励确认费用情况	935.04	-	841.54	6,617.39	-	5,955.65	-5,114.12
<b>合计</b>	<b>1,688.11</b>	<b>221.27</b>	<b>1,320.16</b>	<b>8,983.14</b>	<b>2,365.75</b>	<b>5,955.65</b>	<b>-4,635.50</b>

注：1、股改前确认股份支付费用因股改折股的原因对报告期期初未分配利润不产生影响；  
2、假定盈余公积计提比例按净利润的 10%，即对报告期初未分配利润的影响=（截至 2015 年末确认费用金额-股改前确认的费用金额）\*90%。

由上表可知，假定 2012 年及 2014 年股权激励方案股份支付一次性确认，对现有财务报表报告期初未分配利润的影响金额为-4,635.50 万元，占报告期初未分配利润（18,341.16 万元）比例为 25.27%，对报告期初未分配利润无重大影响。

### 4、假定 2012 及 2014 股权激励方案股份支付一次性确认对报告期损益及 2016 年末未分配利润的影响

2016 年度，公司对 2012 年及 2014 年股权激励方案按正常摊销确认股份支付费用 1,002.06 万元，2016 年末一次性转销计入损益的股份支付余额 4,913.84 万元，两者合计确认管理费用 5,915.90 万元，相应确认资本公积 5,915.90 万元。

假设 2012 年及 2014 年股权激励方案股份支付费用分别在授予日（即 2012 年末和 2014 年末）一次性确认，则冲回报告期 2016 年度已确认的股份支付费用 5,915.90 万元，相应增加 2016 年净利润 5,915.90 万元。同时，结合报告期初的未分配利润影响，合计对 2016 年末未分配利润的影响金额为 1,280.41（-4,635.50+5,915.90，2016 年亏损不考虑盈余公积的影响）万元。

因此，2012 年及 2014 年股权激励方案股份支付假设一次性确认对报告期损益的影响金额为增加 2016 年度净利润 5,915.90 万元，并增加 2016 年末未分配利润 1,280.41 万元。所以公司对 2012 年和 2014 年股权激励方案现有的会计处理较在发生当期一次性确认的会计处理更为谨慎。

#### 四、2018 年股份支付未按照服务期摊销是否符合企业会计准则的规定

根据道合通泰合伙协议第 15 条规定，合伙企业处置所持有公司股份时应遵循以下条件：各合伙人应当自首次签订合伙协议之日（即入伙之日）起，保证在道通科技或其子公司至少服务七年，其中至少服务五年方能处置其所持合伙企业份额（即“可解锁”）。

同时，合伙协议对合伙人离职退伙的，对应财产份额回购或退还价格作了约定，具体情况如下：

合伙条款	离职退伙时间	回购或退还价
第 38 条（一）	入伙起满五年且公司尚未递交上市材料	1. 已解锁部分：本金加对应份额的公司累计可分配利润与本金加利息减已获得分红孰高 2. 未解锁部分：本金加利息减已获得的分红
第 38 条（二）	入伙起满五年且公司已递交上市申请材料但股票尚未挂牌交易，合伙财产份额冻结，并在公司上市挂牌交易满一年或公司上市申请被拒、撤回后	同第 38 条（一）
第 39 条	入伙起满五年且公司股票挂牌交易后三年内离职，合伙财产份额冻结，并在上市交易三年期满后回购	1. 已解锁部分：对应份额的公司净资产减相应税费与本金加利息减已获得分红孰高 2. 未解锁部分：本金加利息减已获得的分红

第 40 条	入伙起满五年且公司股票挂牌交易满三年后	1.已解锁部分：按第 15 条的约定，处置其出资额对应的公司股份，以市场价退还 2.未解锁部分：本金加利息减已获得分红
--------	---------------------	--

综上，合伙人只有在满足入伙满五年且公司股票挂牌交易满三年的情况下才可以按公司股票的市价退伙转让，否则需要接受合伙协议约定的指定价格退伙，无法享有被授予股份的全部市场收益。因此，合伙人除了需要遵守“至少服务七年”的约束外，还受公司上市时间的影响，故服务期限实质上同时受前述双重条件的约束，所以 2018 年股权激励方案对应的服务期限并不明确。

根据会计准则的规定，公司如果可以根据上述条件对服务期进行合理估计，应在估计的服务期内对股份支付费用进行分期确认。中国证监会根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》的相关规定制定了有关股份支付处理的监管解答，并于 2019 年 3 月公布了《首发业务若干问题解答（二）》。该问题解答规定，“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期等限制条件的股份支付，股份支付费用可采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益”。

公司认为，2018 年股权激励方案的服务期限有双重条件约束，较为复杂，合理估计存在一定难度，且属于《首发业务若干问题解答（二）》明确规定的“没有明确约定服务期”的情形。因此，公司在参考了上交所科创板申报公司关于类似股权激励事项的相关案例之后，选择采用将股份支付费用一次性计入 2018 年度费用。一次性确认是目前科创板主流处理方式，相对谨慎，符合《首发业务若干问题解答（二）》的监管精神和企业会计准则的相关规定。

综上，公司将 2018 年股份支付费用一次性计入发生当期，具备合理性，符合《首发业务若干问题解答（二）》和企业会计准则的相关规定。

### 3.2 保荐机构和申报会计师核查过程和核查意见

保荐机构和申报会计师针对上述问题履行了如下核查程序：

1、查阅 2012 年和 2014 年持股平台合伙协议，根据有关锁定期及解锁期的

条款约定以及激励对象出现离职等情况下的相应退伙条款，判断在历史年度以锁定期代替服务期确定摊销期限是否合理；

2、检查发行人股改时对应的股改方案、审计报告、验资报告等文件，并复算假设 2012 年及 2014 年股权激励方案在授予日一次性确认对发行人报告期初及股改时未分配利润的影响，复算对折股时净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面的影响；检查对股改的影响情况；复算对报告期内损益的影响情况；

3、查阅 2018 年持股平台合伙协议，检查对应的有关服务期的约定条款，并判断未按照服务期摊销是否符合企业会计准则和《首发业务若干问题解答（二）》的规定。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、2012 年及 2014 年股权激励方案中所述的锁定期及离职退伙相关约定等同于对激励对象作实质约定的服务期限，发行人以锁定期代替服务期确定摊销期限的会计处理是准确的，符合企业会计准则的规定；

2、假定 2012 年及 2014 年股权激励方案股份支付一次性确认，对报告期期初未分配利润、股改前未分配利润和 2016 年末未分配利润影响金额分别为-4,635.50 万元、-2,129.17 万元、1,280.41 万元，且不会导致股改前未分配利润为负。在股改时点减少未分配利润和盈余公积的同时，会增加资本公积，因而对股改时点的净资产没有影响，在整体变更为股份有限公司时，股改后净资产、资本公积等财务报表科目列示及折股比例等方面相关计算和处理正确，对股改没有影响。对报告期内损益影响为冲回 2016 年度已确认的股份支付费用 5,915.90 万元，相应增加 2016 年净利润 5,915.90 万元。发行人对 2012 年和 2014 年股权激励方案现有的会计处理较在发生当期一次性确认的会计处理更为谨慎；

3、2018 年股份支付未约定明确的服务期，采用一次性摊销符合《首发业务若干问题解答（二）》和企业会计准则的规定。



#### 问题四 关于股份支付-职工、客户、供应商间接持股

根据二轮问题 10 的回复，私募股权投资者海宁嘉慧之股东存在李红京（持股 2.7273%）。

请发行人进一步补充提供李红京通过海宁嘉慧持有发行人股份承诺锁定 36 个月的可操作的具体措施。请保荐机构和发行人律师发表核查意见。

请发行人说明李红京通过海宁嘉慧入股的背景、原因，入股价格的公允性，认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因及合理性。请保荐机构及申报会计师核查并发表意见。

请保荐机构及申报会计师对发行人设立至今是否存在应确认未确认的股份支付全面核查并发表意见，而非对主要变动发表核查意见。

回复：

#### 4.1 发行人说明

一、请发行人进一步补充提供李红京通过海宁嘉慧持有发行人股份承诺锁定 36 个月的可操作的具体措施

1、李红京已于 2019 年 9 月 30 日出具书面承诺，就其持有公司股份承诺锁定 36 个月事宜，进一步承诺如下：

“本人进一步承诺：自发行人股票上市之日起 36 个月内，本人不会从海宁嘉慧退伙，亦不转让本人持有的海宁嘉慧的财产份额。

如本人违反上述承诺内容的，本人将承担以下义务和责任：（1）将违反上述承诺所得的一切收益归发行人所有；（2）给发行人或者投资者造成损失的，依法赔偿损失；（3）根据届时法律法规及上海证券交易所规定的可以采取的其它措施。”

2、海宁嘉慧已于 2019 年 9 月 30 日出具书面承诺，具体内容如下：

“在发行人的实际控制人李红京承诺的锁定期（自发行人股票上市之日起 36 个月）内，本企业不为其办理退伙或者财产份额的转让手续，亦不为其办理出售其间接持有的发行人股份的请求。

在发行人股票上市之日起 12 个月后、36 个月内，本企业仅可对李红京之外的其他合伙人间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份进行出售，且不会向李红京分配任何与股份出售相关的收益。

如本企业违反上述承诺内容的，本企业将承担以下义务和责任：（1）将违反上述承诺所得的一切收益归发行人所有；（2）给发行人或者投资者造成损失的，依法赔偿损失；（3）根据届时法律法规及上海证券交易所规定的可以采取的其它措施。”

3. 李红京作为公司的实际控制人，就海宁嘉慧作出的上述承诺，进一步承诺如下：

“若海宁嘉慧因违反其作出的关于股份锁定期的承诺，致使发行人或投资者遭受损失，本人同意向发行人或投资者承担连带赔偿责任。”

**二、请发行人说明李红京通过海宁嘉慧入股的背景、原因，入股价格的公允性，认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因及合理性**

### **1、李红京通过海宁嘉慧入股的背景和原因**

#### **（1）李红京投资海宁嘉慧的情况和背景原因**

海宁嘉慧设立于 2013 年 11 月 21 日，出资额为 110,000 万元，系由浙江昊德嘉慧投资管理有限公司（担任执行事务合伙人，与李红京无关联关系）管理的私募投资基金，备案基金编号为 SD5102，投资领域主要为私募股权。海宁嘉慧的有限合伙人包含开山股份、冠城大通、东江环保等众多知名企业的企业家和高管。

2013 年李红京作为有限合伙人认购了海宁嘉慧基金份额 3,000 万元，占比 2.7273%，其不参与海宁嘉慧的日常管理和投资决策，其投资海宁嘉慧基金份额的原因主要系：希望配置部分优质的私募股权投资基金，以期未来获取良好的投资回报；同时考虑到海宁嘉慧的有限合伙人包含众多知名企业的企业家或高管，参与投资一定程度上有利于培养人脉资源。

#### **（2）海宁嘉慧入股公司的情况和背景原因**

2015年3月,海宁嘉慧由于看好公司未来发展前景以7,950万元认购了公司2.65%的股权,入股价格对应投前整体估值为28.13亿元,与当时一同引入的其他机构投资人达晨创丰、达晨财信入股价格一致。

根据海宁嘉慧出具的说明,其2015年投资入股公司的原因主要系看好公司未来发展前景,并按基金管理规定履行了独立的投资尽调和决策程序,其投资决策行为未受到李红京的影响和干扰。

综上,李红京系海宁嘉慧持股2.7273%的有限合伙人,不参与海宁嘉慧的日常管理和投资决策。海宁嘉慧基于自身独立的投资尽调和决策程序后,由于看好公司未来发展因而于2015年投资入股公司。

## **2、海宁嘉慧入股价格公允**

海宁嘉慧入股公司的价格与同期公司引入的达晨创丰、达晨财信入股价格一致,为每股18.75元,该次引资的投前估值为28.13亿元,对应2014年的市盈率倍数为23.67倍。因此,海宁嘉慧入股价格公允。

## **3、认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因及合理性**

根据企业会计准则的相关规定,股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。而李红京该次间接入股的主要原因系海宁嘉慧看好公司未来发展前景,公司吸收海宁嘉慧入股与吸收达晨创丰、达晨财信入股的目的相同,是为了引入业务发展所需资金,增强资本实力,并非是为了获取李红京服务的目的。同时,如前所述海宁嘉慧入股价格公允。因此,李红京通过海宁嘉慧间接取得的股份不适用于股份支付。

综上所述,认定李红京间接取得的股份不适用于股份支付的主要原因为:该次间接入股系海宁嘉慧基于自身独立的投资尽调和决策程序后看好公司未来发展而投资的,并非是公司为了获取李红京服务,其通过海宁嘉慧入股价格公允,具备合理性。

## **4.2 保荐机构、发行人律师和申报会计师的核查过程和核查意见**

**一、请发行人进一步补充提供李红京通过海宁嘉慧持有发行人股份承诺锁定36个月的可操作的具体措施。请保荐机构和发行人律师发表核查意见**

保荐机构和发行人律师针对上述问题履行了如下核查程序：

1、查阅发行人的工商档案、海宁嘉慧合伙协议等相关文件，了解实际控制人通过海宁嘉慧的间接持股情况；

2、取得并查阅李红京及海宁嘉慧出具的书面承诺，进一步了解李红京通过海宁嘉慧持有发行人股份承诺锁定的可操作措施。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：李红京及海宁嘉慧出具的上述承诺未违反法律法规的规定，合法有效，对其具有法律约束力，如其违反相关承诺，相关收益将归发行人所有，并赔偿发行人或投资者的损失，因此李红京通过海宁嘉慧持有发行人股份承诺锁定 36 个月具有可操作性。

**二、请发行人说明李红京通过海宁嘉慧入股的背景、原因，入股价格的公允性，认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因及合理性。请保荐机构及申报会计师核查并发表意见**

保荐机构和申报会计师针对上述问题履行了如下核查程序：

1、访谈李红京并取得海宁嘉慧有关说明，了解李红京通过海宁嘉慧入股的背景和原因；

2、计算海宁嘉慧入股价格，并与同期引入的达晨创丰、达晨财信入股价格进行对比，检查是否存在较大差异；

3、结合企业会计准则有关股份支付的认定规定、李红京此次间接入股的原因、入股价格，分析认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因是否合理。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：李红京通过海宁嘉慧入股的背景和原因主要系海宁嘉慧基于自身独立的投资尽调和决策程序后由于看好公司未来发展因而于 2015 年投资入股公司，入股价格公允；认定间接取得的股份不适用于股份支付的原因为李红京该次间接入股的目的并非是公司为了获取李红京服务，其通过海宁嘉慧入股价格公允，故不适用股份支付具备合理性。

**三、请保荐机构及申报会计师对发行人设立至今是否存在应确认未确认的股份支付全面核查并发表意见，而非对主要变动发表核查意见**

## （一）核查情况说明

### 1、核查情况总结

结合对发行人股权变动、各员工持股平台财产份额变动以及李红京持有海宁嘉慧财产份额变动情况的全面核查：（1）报告期内发行人不存在应确认未确认的股份支付；（2）报告期外，发行人存在由于发行人、员工持股平台道合通达和道合通旺个别股权变动应确认未确认股份支付的情形，具体情况如下：

①发行人设立至今除 2010 年 3 月李红京将持其持有道通有限 10%的股权转给李宏未确认股份支付外，不存在其他应确认未确认股份支付的情形。

2010 年 3 月李红京将其持有道通有限 10%的股权转给李宏未确认股份支付的原因为该事项距离此次申报期时间较久，当时发行人经营规模很小，且发生在发行人股改基准日之前；因股改的原因，股份支付处理与否对发行人申报期财务数据不产生影响，对报告期初未分配利润没有影响。

②员工持股平台道合通达和道合通旺设立至今除 2015 年 6 月和 7 月员工离职财产份额转让至李华军未确认股份支付外，不存在其他应确认未确认股份支付的情形。

2015 年 6 月和 7 月，李华军从离职员工处取得道合通达和道合通旺财产份额对应的发行人股份比例合计为 0.37%，按最近一次机构投资人引入投后估值 30 亿元测算，涉及的股份支付金额为 961.29 万元，该费用如确认在 2015 年将减少 2016 年初未分配利润 961.29 万元，占报告期初未分配利润（18,341.16 万元）比例为 5.24%，对报告期初未分配利润无重大影响。

综上，经全面核查，发行人设立至今除上述已说明事项外，不存在其他应确认未确认股份支付的情形。上述发行人设立至今应确认未确认股份支付的事项均发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，故发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神：“对于报告期前的股份支付事项，如对期初未分配利润造成重大影响，也应考虑是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》”。

### 2、核查情况具体说明

有关发行人股权变动、各员工持股平台财产份额变动以及李红京持有海宁嘉慧财产份额情况核查及股份支付适用性分析具体如下：

**(1) 核查发行人设立至今（2019年6月30日）股权变动是否存在应确认未确认的股份支付情况**

经核查，公司设立后至今涉及股权变动的共有 15 次，其中涉及应确认未确认的股份支付情况的有 1 次，主要情况如下：

序号	时间	股权变动事项简述	是否属于应确认未确认股份支付
1	2010年3月，道通有限第二次股权转让	李红京将其所持道通有限 10% 的股权以总价款 1 元转让给李宏	是

李宏为发行人高管，李红京与李宏之间的股权转让是为了对发行人核心管理人员实施股权激励，属于企业会计准则规定的适用股份支付情形，但该事项距离此次申报期时间较久，当时发行人经营规模很小，且发生在发行人股改基准日之前，因股改原因，股份支付处理与否对发行人申报期财务数据不产生影响，故发行人未就该次股权转让按股份支付的要求进行处理。

**(2) 核查员工持股平台道合通达设立至今（2019年6月30日）财产份额变动是否存在应确认未确认的股份支付情况**

道合通达系为实施 2012 年股权激励方案设立的员工持股平台，设立时员工取得的财产份额涉及股份支付并已确认。

经核查，道合通达设立后至今涉及其合伙人财产份额变动的有 10 次，其中涉及应确认未确认的股份支付情况的有 2 次，主要情况如下：

序号	时间	合伙企业财产份额变动事项简述	是否属于应确认未确认股份支付	说明
1	2015年6月，道合通达第六次出资份额转让	翁海敏、赵文源离职退伙，将份额转给李华军	是	1、发行人已根据退伙等情况重新测算离职率，调整 2014 年股权激励方案初始确认的股份支付总费用； 2、本次李华军取得财产份额未做股份支付处理
2	2015年7月，道合通达第七次出资份额转让	颜家松离职退伙，将份额转给李华军	是	1、发行人已根据退伙等情况重新测算离职率，调整 2014 年股权激励方案初始确认的股份支付总费用； 2、本次李华军取得财产份额未做股份支付处理

2015年6月和7月，李华军从离职员工处取得道合通达财产份额对应的发行

人股份比例为 0.29%，按最近一次机构投资人引入投后估值 30 亿元测算，涉及的股份支付金额为 766.51 万元，对报告期初未分配利润的影响比例为 4.18%。考虑到上述事项发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神。

另，经核查，因深圳市市场和质量监督管理委员会要求合伙企业财产份额变动需变动双方面签公证，而实际控制人李红京公务繁忙且出差频繁，历史上（2015 年 11 月至 2018 年 12 月期间）出于变更手续办理方便考虑，根据合伙协议，其指定李华军负责收回离职员工的财产份额。在前述期间内，李华军共收回陈发展等 4 名离职员工财产份额合计 18.78 万元，相关财产份额已于 2018 年 12 月全部转回至李红京名下，前述变动实质系李红京履行合伙协议收回离职员工份额，不涉及股份支付。

综上，除 2015 年 6 月和 7 月李华军从离职员工处取得道合通达财产份额未作股份支付处理以外，发行人已就道合通达设立至今其合伙人财产份额变动涉及股份支付及确认作了恰当的处理，不存在应确认未确认的股份支付情况。考虑到 2015 年 6 月和 7 月李华军从离职员工处取得道合通达财产份额事项发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神。

### （3）核查员工持股平台道合通旺设立至今（2019 年 6 月 30 日）财产份额变动是否存在应确认未确认的股份支付情况

道合通旺系为实施 2014 年股权激励方案设立的员工持股平台，设立时员工取得的财产份额涉及股份支付并已确认。

经核查，道合通旺设立后至今涉及其合伙人财产份额变动的有 10 次，其中涉及应确认未确认的股份支付情况的有 2 次，主要情况如下：

序号	时间	合伙企业财产份额变动事项简述	是否属于应确认未确认股份支付	说明
1	2015 年 6 月，道合通旺第一次出资份额转让	陈松海离职退伙，将份额转给李华军	是	1、发行人已根据退伙等情况重新测算离职率，调整 2014 年股权激励方案初始确认的股份支付总费用； 2、本次李华军取得财产份额未做股份支付处理

2	2015年7月， 道合通旺第二次 出资份额转让	李文喜、吴秀华、 谢水莲、杨想林离 职退伙，将份额转 给李华军	是	1、发行人已根据退伙等情况重新 测算离职率，调整2014年股权激 励方案初始确认的股份支付总费 用； 2、本次李华军取得财产份额未做 股份支付处理
---	-------------------------------	--	---	--

2015年6月和7月，李华军从离职员工处取得道合通旺财产份额对应的发行人股份比例为0.08%，按最近一次机构投资人引入投后估值30亿元测算，涉及的股份支付金额为194.78万元，对报告期初未分配利润的影响比例为1.06%。考虑到上述事项发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神。

另，经核查，因深圳市市场和质量监督管理委员会要求合伙企业财产份额变动需变动双方面签公证，而实际控制人李红京公务繁忙且出差频繁，历史上（2015年11月至2018年12月期间）出于变更手续办理方便考虑，根据合伙协议，其指定李华军负责收回离职员工的财产份额。在前述期间内，李华军共收回张浩等21名离职员工财产份额合计200万元，相关财产份额已于2018年12月全部转回至李红京名下，前述变动实质系李红京履行合伙协议收回离职员工份额，不涉及股份支付。

综上，除2015年6月和7月李华军从离职员工处取得道合通旺财产份额未作股份支付处理以外，发行人已就道合通旺设立至今其合伙人财产份额变动涉及股份支付及确认作了恰当的处理，不存在应确认未确认的股份支付情况。考虑到2015年6月和7月李华军从离职员工处取得道合通旺财产份额事项发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神。

#### **（4）核查员工持股平台道合通泰设立至今（2019年6月30日）财产份额变动是否涉及股份支付及确认情况**

道合通泰系为实施2018年股权激励方案设立的员工持股平台，设立时员工取得的财产份额涉及股份支付并已确认。

经核查，道合通泰设立后至今涉及其合伙人财产份额变动的有2次，发行人已就道合通泰设立至今其合伙人财产份额变动涉及股份支付及确认作了恰当的处理，不存在应确认未确认的股份支付情况。



**(5) 核查财务投资者海宁嘉慧设立至今（2019年6月30日）财产份额变动是否涉及股份支付及确认情况**

海宁嘉慧于2013年11月21日，设立时公司实际控制人李红京持有合伙企业财产份额为3000万元，持股2.7273%。截至2019年6月30日，李红京持有海宁嘉慧合伙企业财产份额为3000万元，持股2.7273%，从设立至今未发生变动。因此，李红京所持的海宁嘉慧财产份额未发生变动，不涉及股份支付的情形。

**(二) 对上述事项核查过程和核查意见**

保荐机构和申报会计师针对上述问题履行了如下核查程序：

1、检查发行人、各员工持股平台、海宁嘉慧的工商登记资料，了解从发行人、各员工持股平台、海宁嘉慧设立至今股权或财产份额变动情况；

2、检查发行人股权转让协议、合伙企业财产份额转让协议等资料，了解各次股权、财产份额变动的原因，各方作价的依据等；

3、根据股份支付的相关规定对各次股权变动、财产份额变动是否适用股份支付作出评估，对于适用股份支付的变动则追查至发行人账面记录，检查账面是否已按股份支付的规定作出了恰当的会计处理，确认了相应的股份支付费用；

4、结合上述程序，检查发行人从设立至今，是否存在应确认股份支付而未确认的情形。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人设立至今除前述已说明事项外，不存在其他应确认未确认股份支付的情形。前述发行人设立至今应确认未确认股份支付的事项均发生在报告期外，且对报告期初未分配利润无重大影响，发行人未做股份支付处理，符合《首发业务若干问题解答（二）》的相关精神。

（本页无正文，为《深圳市道通科技股份有限公司、中信证券股份有限公司关于<关于深圳市道通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>之回复报告》之签署页）

深圳市道通科技股份有限公司




2019年10月30日

（本页无正文，为《深圳市道通科技股份有限公司、中信证券股份有限公司关于<关于深圳市道通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>之回复报告》之签署页）

保荐代表人：



黄新炎



金田

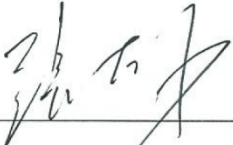


2019年10月30日

## 保荐机构管理层声明

本人已认真阅读深圳市道通科技股份有限公司本次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，问询函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、及时性承担相应法律责任。

董事长：

  
张佑君

中信证券股份有限公司



2019年10月30日