

深圳华智融科技股份有限公司、民生证券股份有限公司  
关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票  
并在主板上市申请文件的审核问询函的回复



保荐人（主承销商）



二〇二三年六月

## 深圳证券交易所：

深圳华智融科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”、“华智融”）收到贵所于 2023 年 3 月 28 日下发的《关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函（2023）110054 号），公司已会同民生证券股份有限公司（以下简称“民生证券”、“保荐机构”、“保荐人”）、大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）和上海市方达律师事务所（以下简称“发行人律师”）进行了认真核查、研究和分析，并完成了《关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》（以下简称“问询回复”）。

除非文义另有所指，本问询回复中的简称与《深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本问询回复的字体说明如下：

反馈意见所列问题	<b>黑体（加粗）</b>
对问题的回答	宋体
对招股说明书的补充、修改	<b>楷体（加粗）</b>

本问询回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

## 目录

1. 关于主营业务.....	3
2. 关于股份代持、锁定期及股东穿透核查.....	25
3. 关于对赌协议及中介机构.....	39
4. 关于营业收入.....	52
5. 关于客户.....	112
6. 关于原材料采购和人员变动.....	144
7. 关于毛利率.....	168
8. 关于应收账款和存货.....	187
9. 关于其他财务事项.....	210
10. 关于财务内控.....	232
11. 关于资金流水核查.....	247

## 1. 关于主营业务

申报材料显示：

(1) 金融 POS 终端在安全性、保密性等方面面临严格的技术规范和认证要求，通常须取得与电子支付安全、芯片卡、非接触卡有关认证，认证程序较为复杂。(2) 报告期内，发行人国内客户主要为第三方支付机构和收单外包服务机构，上述国内客户的业务开展以第三方支付机构业务许可为前提。2015 年中国人民银行开始收紧对第三方支付机构的监管，对于出现违规情形的第三方支付机构，主要采取注销支付牌照、停止续展、限制许可业务类型、缩减业务区域范围、罚款等方式进行分级监管。(3) 国外客户对金融 POS 终端产品的配置和型号会提出特定的需求，一般其采购后还需进一步开发定制化应用软件。

请发行人：

(1) 说明金融 POS 终端在安全性、保密性等方面的技术规范和认证要求的具体情况，具体认证程序，境内和境外认证是否存在有效期及具体情况；发行人确保信息系统安全运行的内控措施、执行情况及其有效性，POS 终端管理的具体措施（含客户实名制），是否对“隔空盗刷”等 POS 机违法使用行为存在技术防控措施。(2) 说明第三方支付相关行业政策的变动情况，分析说明行业监管政策趋严对发行人产品销售和经营业绩的影响。(3) 结合业务模式说明发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径和控制方式，相关软件与境外各个国家和地区的适配过程及适配性，是否需要定制化改造和定期更新，是否符合当地监管要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、说明金融 POS 终端在安全性、保密性等方面的技术规范和认证要求的具体情况，具体认证程序，境内和境外认证是否存在有效期及具体情况；发行人确保信息系统安全运行的内控措施、执行情况及其有效性，POS 终端管理的具体措施（含客户实名制），是否对“隔空盗刷”等 POS 机违法使用行为存在技术防控措施。

(一) 说明金融 POS 终端在安全性、保密性等方面的技术规范和认证要求的

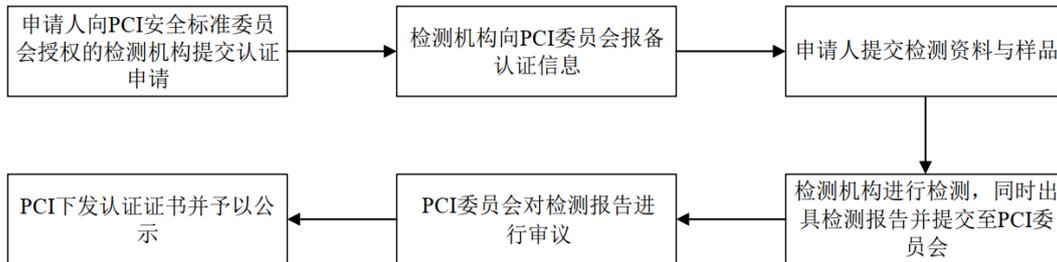
具体情况，具体认证程序，境内和境外认证是否存在有效期及具体情况

1、POS 终端产品在安全性、保密性方面应符合的技术规范以及认证情况如下：

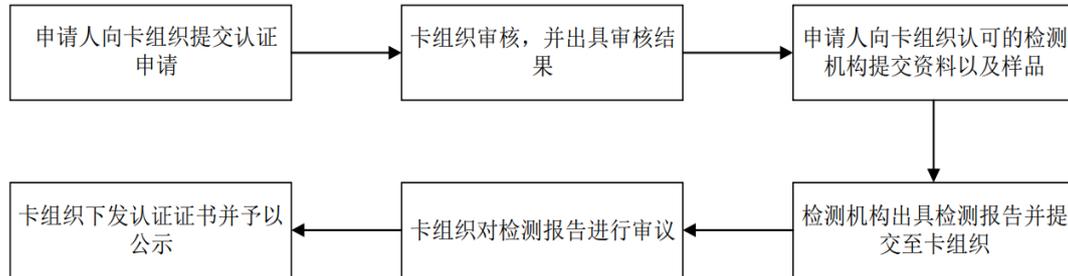
序号	适用范围	规范或认证名称	具体要求
1	境外	PCI 认证	设备应当满足基本功能与性能要求，满足物理安全、逻辑安全、通信与接口安全以及生产期间的设备安全管理、初始密钥注入安全等
2	境外	EMV 认证	主要包括 Level1 与 Level2 两部分认证，其中 Level1 认证的主要检测内容有：接触机械和电气特性测试、接触通信协议测试、非接触模拟信号测试、非接触通信协议测试（TypeA&TypeB）等；Level2 认证的主要检测内容有：数据元和命令、应用选择、安全方面、数据对象、认可的加密算法、金融交易接口文件、交易过程中使用的功能、生成应用密文命令编码和 IC 卡中错误和缺少的数据等
3	境内	中国银联支付终端设备安全认证	设备应当满足基本功能与性能要求、物理安全、逻辑安全、通信协议安全、系统安全、集成安全、设备管理安全等要求

取得和通过上述规范以及认证的具体程序情况如下：

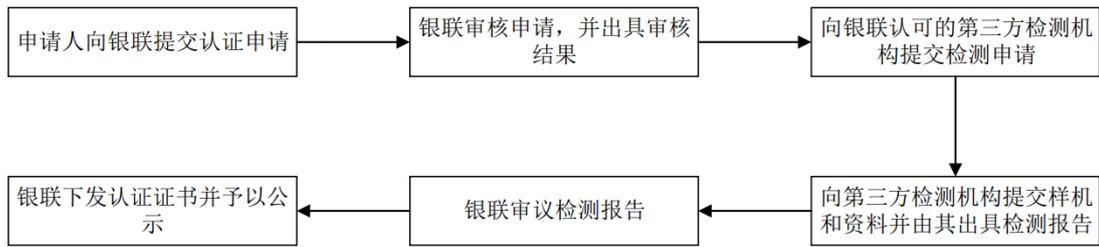
(1) PCI 认证



(2) EMV 认证



### (3) 中国银联支付终端设备安全认证



2、金融 POS 终端产品境内和境外认证存在有效期。

截至 2022 年 12 月 31 日，发行人境内外销售产品在安全性、保密性上均已完成了前述认证和规范并取得了相应的认证证书，且相关证书均在有效期内，具体情况如下：

#### (1) PCI 认证

序号	产品类型	证书编号	有效期限
1	NEW7210 系列 POS 终端产品	4-90031	2018.09.21-2026.04.30
2	NEW8210 系列 POS 终端产品	4-90033	2018.09.21-2026.04.30
3	NEW9210 系列 POS 终端产品	4-30294	2020.05.22-2026.04.30
4		4-30294	2017.12.18-2026.04.30
5		4-60205	2017.03.03-2024.04.30
6	NEW9220 系列 POS 终端产品	4-30291	2017.11.10-2026.04.30
7		4-90187	2022.02.25-2030.04.30
8		4-30436	2021.03.22-2026.04.30
9	NEW7220 系列 POS 终端产品	4-90163	2021.08.06-2030.04.30

#### (2) EMV 认证

序号	产品类型	认证分类	证书编号	有效期
1	NEW7210 系列 POS 终端产品	EMV Contact Level 1	16793 1119 430 43c 43c BCTS	2019.11.27-2023.11.14
		EMV Contact Level 2	2-04575-1-1C-BCTS-1019-4.3h 2-04575-1-2C-BCTS-1019-4.3h 2-04575-1-3C-BCTS-1019-4.3h 2-04575-1-4C-BCTS-1019-4.3h 2-04575-1-10S-BCTS-1019-4.3h	2019.10.30-2023.10.21
		EMV Contactless Level 1	16869 1219 260 26b 26b BCTS	2019.12.30-2023.12.16
2	NEW8210 系列 POS 终	EMV Contact Level 1	17992 0822 430 43d 43d BCTS	2022.08.26-2026.08.19
		EMV Contact	2-05124-1-1C-BCTS-1222-4.3k	2022.12.02-2026.11.18

序号	产品类型	认证分类	证书编号	有效期
	端产品	Level 2	2-05124-1-2C-BCTS-1222-4.3k 2-05124-1-3C-BCTS-1222-4.3k 2-05124-1-4C-BCTS-1222-4.3k 2-05124-1-10S-BCTS-1222-4.3K	
		EMV Contactless Level 1	16854 1219 260 26b 26b BCTS	2019.12.30-2023.12.04
3	NEW9210 系列 POS 终端产品	EMV Contact Level 1	17096 0820 430 43c 43c BCTS	2020.08.10-2024.07.28
		EMV Contact Level 2	2-04795-1-1C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-2C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-3C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-4C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-5C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-6C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-7C-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-10S-BCTS-0221-4.3i 2-04795-1-20S-BCTS-0221-4.3i	2021.02.08-2025.01.29
		EMV Contact Level 2	2-04472-1-1C-BCTS-0619-4.3h 2-04472-1-2C-BCTS-0619-4.3h 2-04472-1-3C-BCTS-0619-4.3h 2-04472-1-4C-BCTS-0619-4.3h 2-04472-1-10S-BCTS-0619-4.3h	2019.06.05-2023.05.27
		EMV Contactless Level 1	18013 0922 310 31a 31a BCTS	2022.09.02-2026.09.15
4	NEW9220 系列 POS 终端产品	EMV Contact Level 1	17660 1221 430 43c 43c BCTS	2021.12.07-2025.11.15
		EMV Contact Level 1	17095 0820 430 43c 43c BCTS	2020.08.10-2024.07.28
		EMV Contact Level 2	2-04954-1-1C-BCTS-0122-4.3j 2-04954-1-2C-BCTS-0122-4.3j 2-04954-1-3C-BCTS-0122-4.3j 2-04954-1-4C-BCTS-0122-4.3j 2-04954-1-5C-BCTS-0122-4.3j 2-04954-1-10S-BCTS-0122-4.3j	2022.01.13-2025.12.23
		EMV Contact Level 2	2-04794-1-1C-BCTS-0221-4.3i 2-04794-1-2C-BCTS-0221-4.3i 2-04794-1-3C-BCTS-0221-4.3i 2-04794-1-4C-BCTS-0221-4.3i 2-04794-1-10S-BCTS-0221-4.3i	2021.02.08-2025.01.14
		EMV Contact Level 2	2-04747-1-1C-BCTS-1020-4.3i 2-04747-1-2C-BCTS-1020-4.3i 2-04747-1-3C-BCTS-1020-4.3i 2-04747-1-4C-BCTS-1020-4.3i 2-04747-1-10S-BCTS-1020-4.3i	2020.10.12-2024.09.24
		EMV Contactless	17657 1221 300 30a 30a BCTS	2021.12.07-2025.11.08

序号	产品类型	认证分类	证书编号	有效期
		Level 1		
		EMV Contactless Level 1	16931 0120 260 26b 26b BCTS	2020.01.09-2023.12.26
5	NEW7220 系列 POS 终端产品	EMV Contact Level 1	17395 0421 430 43c 43c BCTS	2021.04.27-2025.04.12
		EMV Contact Level 2	2-04933-1-1C-BCTS-1221-4.3j 2-04933-1-2C-BCTS-1221-4.3j 2-04933-1-3C-BCTS-1221-4.3j 2-04933-1-4C-BCTS-1221-4.3j 2-04933-1-5C-BCTS-1221-4.3j 2-04933-1-10S-BCTS-1221-4.3j	2021.12.07-2025.11.15
		EMV Contact Level 2	2-04847-1-1C-BCTS-0721-4.3j 2-04847-1-2C-BCTS-0721-4.3j 2-04847-1-3C-BCTS-0721-4.3j 2-04847-1-4C-BCTS-0721-4.3j 2-04847-1-10S-BCTS-0721-4.3j	2021.07.16-2025.07.05
		EMV Contactless Level 1	17375 0421 300 30a 30a BCTS	2021.04.27-2025.04.15

(3) 中国银联支付终端设备安全认证

序号	产品类型	证书编号	有效期限
1	NEW9220 系列 POS 终端产品	CUP3527819	2022.06.08-2025.06.07
2	NEW7220 系列 POS 终端产品	CUP3527843	2022.04.24-2025.04.24
3		CUP3522497	2022.11.11-2025.04.24
4	NEW6220 系列 POS 终端产品	CUP3522190	2022.09.16-2025.09.16
5	NEW6200 系列 POS 终端产品	CUP3507092	2021.10.18-2024.10.18
6	NEW9210 系列 POS 终端产品	CUP3522372	2022.10.20-2025.10.20

(4) 发行人 POS 终端产品在上述认证项下应依据的相关规范如下：

序号	规范或认证名称	依据的规范名称
1	PCI 认证	《Payment Card Industry (PCI) PIN Transaction Security (PTS) Point of Interaction (POI)》
2	EMV 认证	《Integrated Circuit Card Specifications for Payment Systems》、《EMV Contactless Specifications for Payment Systems》
3	中国银联支付终端设备安全认证（原银联卡受理终端设备安全认证）	《中国银联支付终端安全技术规范》(UPTS3.0)(原为《银联卡受理终端安全规范》(UPTS2.0)，于2020年更新)

报告期内，发行人销售的 POS 终端产品历次版本更新后在安全性、保密性方面持续具备上述认证要求的标准和规范（包括更新后的认证标准和规范）。在发

行人现有版本产品在安全性、保密性认证所依据的上述主要技术规范未发生重大变化的情况下，发行人产品的技术指标均可持续满足上述相关认证的技术规范要求。此外，报告期内，上述主要技术规范存在变化或更新的情形，发行人的技术及研发能力确保其 POS 终端产品始终满足相关认证的技术规范要求，报告期内发行人销售的产品获得的认证不存在到期未续期的情形，在相关技术规范要求不发生实质性变化的情况下，发行人上述在安全性、保密性方面的认证到期后申请续期无法获批的风险较小。

**(二) 发行人确保信息系统安全运行的内控措施、执行情况及其有效性，POS 终端管理的具体措施（含客户实名制），是否对“隔空盗刷”等 POS 机违法使用行为存在技术防控措施**

### **1、发行人确保信息系统安全运行的内控措施、执行情况及其有效性**

发行人主要开展 POS 终端产品及相关软件的技术研发、生产、销售业务，在有关信息系统安全运行方面，发行人主要负责终端产品的软硬件技术安全与产品的质量，POS 终端产品实际使用过程中的运营责任由发行人客户或具体运营商（即第三方支付机构或收单外包服务机构等主体）按照中国法律法规的相关规定负责。

为确保金融终端产品的信息系统安全，中国银联股份有限公司（以下简称“中国银联”）、PCI 委员会以及各卡组织（如 VISA、MasterCard、American Express 等）均制定了相应的技术标准及其对应的认证，金融 POS 终端产品若拟在相关地区销售均需满足前述技术标准并取得相应的认证，包括但不限于最小配置操作系统、PIN 防穷举防探测、拆机触发、开机自检、签名验签、密钥算法 SCA 测试、应用隔离、敏感信息保护等技术标准。截至本问询回复出具之日，发行人目前于境内外销售的产品满足前述技术标准并已取得 PCI 认证、EMV 认证以及中国银联支付终端设备安全认证的相关证书。

同时，发行人为进一步保障产品研发与生产过程中的质量与安全，发行人建立了产品研发流程、固件与应用发布流程、生产安全管控流程等完善流程，同时通过了 ISO9001 质量体系认证、TQM 认证（受理 MasterCard 规范终端的质量管理）、银联卡受理终端企业资质认证/中国银联支付终端产品企业资质认证证书及中国银联每一年度的飞行与现场审查。

综上，发行人在信息安全系统运行方面负责终端产品的软硬件技术安全与产品的质量，在该等方面的相关措施具备有效性。

## 2、POS 终端管理的具体措施（含客户实名制），是否对“隔空盗刷”等 POS 机违法使用行为存在技术防控措施

“隔空盗刷”POS 机违法使用行为指银行卡开通闪付功能后，具备闪付功能的 POS 机在感应到银行卡的芯片后即可将银行卡内的资金转移，使用小金额消费时，无需输入密码或签名。闪付功能出现的初衷是作为便民支付方式而进行推广，但带来便利的同时也被一些不法分子加以利用。POS 机作为终端加载了该功能以满足支付需要，并非 POS 机的技术漏洞。根据银联官网披露，自 2015 年银行卡闪付业务开通以来隔空盗刷风险比率为千万分之二，总体而言风险比率较低。

发行人系 POS 终端产品制造商，向其客户提供符合标准的基础类产品，但不参与实际的支付运营；发行人国内主要客户为第三方支付机构或收单外包服务机构，由其负责对布放于商户处的设备进行运营与巡检管理。因此，发行人并不具体参与支付业务的运营及 POS 终端产品管理，就 POS 终端产品管理的具体措施（含客户实名制）以及实际运营中存在的“隔空盗刷”情形，系由发行人客户或其终端客户负责并按照中国法律法规的要求进行运营、管理和规范。

同时，为配合下游客户进行 POS 终端产品违法使用行为进行管理，在硬件方面，发行人对每台 POS 终端产品都会予以唯一且不可篡改的硬件序列号进行设备身份管理；在软件方面，通过 CID 签名对应用软件进行标识与认证，确保了每台终端只能装载与运行授权的应用程序；同时，发行人根据行业要求对每台 POS 终端产品提供定位信息功能，其可结合收单运营方的电子围栏技术，限制该商户 POS 终端产品可允许移动与正常交易的活动半径范围，对“隔空盗刷”进行事前防范；当发生“隔空盗刷”POS 机违法使用行为时，由于每台 POS 机均有唯一且不可篡改的硬件序列号和一台 POS 机只能对应一个特约商户（客户实名制）的管理措施，银联可以通过交易、结算数据溯源寻找到发生“隔空盗刷”的 POS 机和商户，同时，利用 POS 终端产品定位信息功能可以找到非法交易 POS 机的位置，对“隔空盗刷”进行事后控制。

综上，基于发行人采取的前述配合的技术措施，使得发行人的客户或其终端

客户可以对 POS 终端产品进行运营管理,以保障相关业务开展符合中国法律法规的相关规定。

## 二、说明第三方支付相关行业政策的变动情况,分析说明行业监管政策趋严对发行人产品销售和经营业绩的影响。

### 1、第三方支付相关行业政策的变动情况

近年来,国家相关部门出台的第三方支付相关行业政策主要情况如下:

政策名称	发布时间	执行时间	发布部门	主要要求和规则
《非金融机构支付服务管理办法》	2010年6月	2010年9月	央行	促进支付服务市场健康发展,规范非金融机构支付服务行为,防范支付风险
《银行卡收单业务管理办法》	2013年7月	2013年7月	央行	规范银行卡收单业务管理,防范支付风险,促进银行卡业务健康有序发展
《国家发展改革委中国人民银行关于完善银行卡刷卡手续费定价机制的通知》	2016年3月	2016年9月	国家发展改革委、央行	降低发卡行服务费费率水平,降低网络服务费费率水平,调整发卡行服务费、网络服务费封顶控制措施,对部分商户实行发卡行服务费、网络服务费费率优惠措施,收单环节服务费实行市场调节价
《中国人民银行关于加强支付结算管理防范电信网络新型违法犯罪有关事项的通知》	2016年9月	2016年9月	央行	加强账户实名制管理,加强转账管理,加强银行卡业务管理,强化可疑交易监测,健全紧急止付和快速冻结机制,加大对无证机构的打击力度,建立责任追究机制
《中国人民银行关于强化银行卡受理终端安全管理的通知》	2017年1月	2017年1月	央行	规范银行卡交易报文管理,加强银行卡受理终端注册管理,强化银行卡受理终端产品质量管理,加大银行卡受理终端支付风险防控力度
《条码支付业务规范(试行)》	2017年12月	2018年4月	央行	规范已开展条码支付业务的银行、支付机构,维护市场公平竞争环境
《中国人民银行关于加强支付受理终端及相关业务管理的通知》	2021年10月	2022年3月	央行	从支付受理终端业务管理、特约商户管理、收单业务监测三个方面入手,对收单机构和清算机构提出了一系列的管理要求
《中华人民共和国反电信网络诈骗法》	2022年9月	2022年12月	全国人民代表大会常务委员会	明确银行业金融机构、非银行支付机构在反电信网络诈骗的责任

近年来,随着下游消费市场的增长,以及商户对 NFC、扫码支付、电子钱包等多种主流支付需求的升级,第三方支付行业也随之蓬勃发展。出于对行业规范运作的要求,央行、国家发改委等主管部门出台了上述主要行业政策进行监管,根据央行官网披露,2020年1月1日至2022年12月31日,央行累计对第三方

支付公司开出 15 张千万级罚单，部分行业内第三方支付机构由于运营不规范受到行政处罚。同时，近年来在行业监管趋严的背景下，第三方支付牌照续展也呈现收紧态势，根据央行官网披露，2020 年、2021 年和 2022 年，支付机构分别注销 4 家、9 家和 23 家，呈现逐年上涨的态势，部分违规运营行为较多的企业逐步受到了市场的淘汰。截至本问询回复出具之日，根据央行官网披露，存续的支付许可机构为 192 家。

## 2、行业监管政策趋严对发行人产品销售和经营业绩的影响

第三方支付相关行业监管政策趋严对第三方支付行业的发展存在一定的影响，但不会对处于行业上游的发行人产品销售和经营业绩产生重大不利影响，主要有以下四方面原因：

### （1）行业监管的逐步规范促进了第三方支付行业的发展

行业监管所带来的规范管理有利于第三方支付行业的良性发展。根据凯捷咨询发布的《2021 年全球支付报告》统计，2016-2020 年，全球非现金支付交易量从 4,871 亿笔增长到 7,850 亿笔，无现金化支付发展趋势明显。从国内来看，近年来，经过第三方支付机构的大力推广，移动支付覆盖的支付场景的不断丰富，已经触及到日常的衣食住行等各个方面，移动支付规模也随之快速增加，根据央行数据统计，移动支付笔数由 2014 年的 45.24 亿笔增加至 2021 年的 1,512.28 亿笔，支付金额则由 2014 年的 22.59 万亿元增加至 2021 年的 526.98 万亿元，均保持了高速增长。因此，行业监管政策趋严不会对第三方支付行业的发展产生负面效应，反而能促使行业更为稳定、健康地发展。

### （2）行业的规范发展有利于市场份额向发行人等 POS 终端头部企业集中

国内行业监管政策的趋严，从根本上来看是为了规范供给端而不是去抑制需求端。报告期内，随着第三方支付机构的不规范运作行为逐步受到约束，一定程度上压缩了其利润空间，也会逐步传递到上游产业，并加剧 POS 终端生产厂商之间的竞争。对于一些中小 POS 终端生产厂商来说，监管政策的趋严使得生存空间进一步受到挤压，一部分可能会因此退出市场；而对于实力尚可的头部 POS 终端生产厂商凭借其过硬的产品品质、规模化的成本优势和广泛的市场渠道，也将是一个借此扩大市场份额的机会，且目前国内主要的 POS 终端生产厂商的头部规模

效应显著，凭借投入-产出-再投入的良性循环，保持可持续发展模式。

(3) 发行人产品能较好地覆盖行业内主流第三方支付机构

即使受到行业监管趋严的影响，导致第三方支付机构数量下降，但近年来第三方支付规模仍保持高速增长。即当某家第三方支付机构因违反监管政策受到行政处罚而使其市场份额缩减时，其他第三方支付机构则会抓住时机扩大市场份额，推动支付规模的上升。目前市场上主流的第三方支付机构合利宝、上海汇付、嘉联支付、银盛支付、拉卡拉等均为发行人的客户，即使某家客户因行业监管导致市场份额减少，其他第三方支付机构为了填补市场空缺，需要增加对 POS 机的采购，对发行人而言是新的市场机会，进而对发行人业绩产生保障。

(4) 发行人产品能符合行业内第三方支付机构的产品迭代需求

随着市场需求的不断升级，以及行业监管政策的趋严，第三方支付机构也要求其上游的 POS 机生产厂商具有更好的技术研发能力。报告期内，发行人为了满足下游客户的技术升级、产品迭代需求，研发上所作出的具体成果如下：

序号	项目	技术升级/产品迭代	研发时间
1	NEW9220	为了满足第三方支付企业收单需要，对 NEW9220 进行产品升级，支持更高的安卓版本。	2021 年 6 月-2022 年 5 月
2	N98	为了满足境外第三方支付企业收单需要，公司推出 N98，通过蓝牙连接手机上位机通讯，完成支付交易。	2020 年 8 月-2021 年 5 月
3	NEW6220	(1) 为了迎合深入推进移动互联网全面发展，对该机型进行升级，从 2G 升级到 4G。 (2) 为了满足第三方支付企业收单需要，对产品通讯模块及 USB 接口进行升级。	(1) 2020 年 8 月-12 月 (2) 2022 年 8 月-12 月
4	NEW7220	(1) 为了迎合深入推进移动互联网全面发展，对该机型进行升级，从 2G 升级到 4G。 (2) 为了满足海外市场第三方支付企业收单需要，对产品海外方案升级。	(1) 2020 年 8 月-12 月 (2) 2020 年 11 月-2021 年 8 月
5	NEW6260	为了满足银行、第三方支付企业收单需求，公司推出海外 CAT1 电签 POS NEW6260。	2021 年 9 月-2022 年 7 月
6	MDP810/MDP726	为了满足小微商户收单需要，公司推出云音箱产品 MDP810/MDP726，能够实时播报交易提醒。	2022 年 2 月-11 月
7	NEW9210H	为了进一步丰富智能 POS 终端产品线，且使价格更具竞争力公司推出 NEW9210H，该机型运用 4G CAT1 方案，搭载 5.0 英寸屏幕，运用 OpenHarmony 系统。	2022 年 1 月-11 月
8	基于 ACE 平台产品的仿真开发	为了解决 POS 真机开发存在频繁下载、UI 调试工作量大等弊端，采用 mock 模拟数据	2022 年 1 月-12 月

序号	项目	技术升级/产品迭代	研发时间
		技术的 ACE 仿真系统。	
9	可识读二代证的实名终端开发	通过跟身份证平台交互, 获取身份证信息, 用于商户实名注册, 支持读取二代身份证信息。	2022 年 1 月-12 月
10	物联网播报终端项目	搭建支付系统与播报终端之间信息交互的桥梁, 为各类商户的支付业务提供实时、高效的信息播报。	2022 年 1 月-12 月
11	外卡 MIS 终端研发项目	收单程序, 支持 VISA、MASTER、AMEX、DISCOVER 等外卡业务。	2021 年 1 月-8 月
12	融收银 POS 终端研发项目	解决市面上收银设备成本高昂, 为中小店铺提供简单、高效、方便和低成本而研发的基于云服务的收银系统。	2021 年 1 月-12 月
13	彩票 POS 终端研发项目	支持二维码购彩、线上购彩、线下刷卡支付。	2021 年 1 月-12 月
14	大额理财 POS 终端研发项目	(1) 支持传统银行卡大额消费、大额转账等业务; (2) 方便银行客户购买理财产品, 同时保证了转入资金的用途仅限于购买该行的理财产品或开设存款账户。	2021 年 4 月-12 月
15	斯里兰卡收单 POS 终端研发项目	满足境外银联卡用户与当地银行卡支付需求、商户管理需求、及银联跨境结算等需求; 提供主扫和被扫支付等功能。	2019 年 6 月-2020 年 2 月
16	苏里南收单 POS 终端研发项目	满足境外银联卡用户与当地银行卡支付需求、商户管理需求、及银联跨境结算等需求; 提供银行卡刷卡支付和银联扫码支付等功能。	2020 年 1 月-12 月
17	合付通终端研发项目	支持传统收单程序的所有功能和移动扫码(支付宝/微信扫码)等便民支付业务; 为了满足第三方支付机构收单需要而开发的综合收单程序。	2019 年 7 月-2020 年 3 月
18	国密认证研发项目	支持 MK/SK、Fixed 密钥管理模式; 支持国密 SM2、SM3、SM4、RSA2048 算法; 符合各大银行对终端产品的国密认证需求。	2019 年 7 月-2020 年 6 月
19	EMV Level 2 内核智能 POS 机研发项目	支持 EMV、PBOC、QPBOC, QUICS、MasterCard Paypass、VISA Paywave、American Express、JCB、Discover、PURE、RuPay contactless、Interac 等系列的内核。	2019 年 1 月-2020 年 12 月
20	自助售货 POS 终端研发项目	提供了一整套安全成熟便捷的无人自助售货解决方案; 包括自助设备端的应用、运营平台、商户手机端的运维应用等。	2019 年 8 月-2020 年 5 月
21	日本银商 POS 终端研发项目	支持银行卡和 QR 支付; 通过银行卡应用的收单行认证。	2019 年 8 月-2020 年 5 月
22	卡检测方法、计算机设备和计算机可读存储介质研发项目	增加 AP 检测 SP 有刷卡或者有插入 IC 卡的实时性; 减少使用物理串口通信频率, 减少待机功耗, 增强用户体验感。	2020 年 1 月-10 月
23	超级云 MIS POS 终端研发项目	搭建收银终端与 POS 终端之间的信息交互的桥梁; 实现收银系统和支付系统的互通。	2020 年 3 月-12 月

因此，发行人在行业内深耕多年，基于对研发的高度重视，使得发行人能基于产品技术的运用，能有针对性地设计出颇具竞争力的产品，通过目标市场的产品测试及反复研发改进，积累经验数据来对软件中的源代码进行优化，不断迭代出具有前沿功能及满足客户消费习惯的产品，能有效应对行业监管政策的要求。

综上所述，第三方支付相关行业监管政策趋严不会对发行人产品销售和经营业绩产生重大不利影响。

三、结合业务模式说明发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径和控制方式，相关软件与境外各个国家和地区的适配过程及适配性，是否需要定制化改造和定期更新，是否符合当地监管要求。

(一) 结合业务模式说明发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径和控制方式

发行人为 POS 终端产品提供的软件主要包括固件程序与应用程序，其中，固件程序即 POS 终端的操作系统，包括 BOOT 引导，硬件驱动，系统内核、系统接口及管理设置类的系统应用等，由于其也可直接对密钥等敏感信息的明文内容进行加解密处理，因此固件程序是 POS 终端的软件核心，发行人对其采用最高级别的安全保护措施，措施包括但不限于最小配置操作系统、PIN 防穷举防探测、拆机触发、开机自检、签名验签、密钥算法 SCA (Software Composition Analysis, 软件成分分析) 测试、应用隔离、敏感信息保护等。

1、结合业务模式说明发行人为 POS 终端产品提供软件的情况

软件类型	获取方式	安装方式	主要适用情形
固件程序	发行人自主开发	基本在发行人自有工厂安装	所有产品
应用程序	发行人自主开发	发行人自有工厂或外协厂安装	主要为境内产品
	发行人提供技术支持协助客户开发	发行人自有工厂	主要为境外产品
		客户本地自行安装	
OTA 应用市场远程升级安装			

(1) 固件程序

固件程序由发行人自主研发，固件程序须通过开发设计与编码、自测、代码评审、签名、测试、审核与发布流程，然后经过安装应用于 POS 终端。

具体到生产上，发行人通过固件发布流程将完成签名并通过审核的软件发布

到生产服务器中指定的目录，在生产时通过生产管控流程进行预装，只有包含签名的固件程序才能安装入 POS 终端，因此，通过签名管控使得固件程序安装的安全性能得到有效保障。

## （2）应用程序

应用程序有发行人开发提供、客户提供两种方式。其中，发行人开发提供的应用程序须通过开发设计与编码、联调与自测、代码评审、签名、客户验收、测试、审核与发布流程，然后经过安装应用于 POS 终端；客户提供的应用程序委托发行人生产预装的，发行人对其进行审核和发布，然后经过安装应用于 POS 终端。

在国内，大部分客户的应用程序由发行人负责定制开发，只有小部分客户基于安卓智能 POS 终端，自行开发部分的安卓应用。在国外，则主要由海外客户自行开发或找当地的服务商开发，发行人则需要提供相应的 SDK（Software Development Kit，即为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建立应用软件时的开发工具的集合）、文档以及编译工具，并协助客户编译范例程序和熟悉接口，解决客户在应用开发过程中反馈的问题、关于软件接口以及硬件使用方面的问题，协助客户解决查找客户代码以及认证检测时相关案例失败的问题。

具体到生产上，对于发行人提供或客户提供但委托发行人生产预装的应用程序，发行人通过应用发布流程将通过审核的应用程序发布到生产服务器中指定的目录。在发行人自有工厂或外协厂，通过生产授权 IC 卡对指定的 POS 终端预装对应的应用程序，由于发行人通过信息系统和限制使用时效等要素对生产授权 IC 卡进行管理，且只有包含签名的应用程序才能安装入 POS 终端，故应用程序安装的安全性能得到有效保障。

## 2、发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径

### （1）固件程序

发行人自主开发的固件程序须经过开发设计与编码、自测、代码评审、签名、测试、审核与发布流程，其流程具体如下：

阶段	角色	职责	流程
开发设计与编码	软件开发工程师	1. 根据软件项目需求进行开发设计。 2. 根据设计文档进行代码开发。	<pre> graph TD     A[开发设计与编码] --&gt; B[自测代码功能并上传代码]     B --&gt; C{代码评审是否通过}     C -- N --&gt; A     C -- Y --&gt; D[固件签名]     D --&gt; E[提交测试]     E --&gt; F[执行并输出结果提供测试报告]     F --&gt; G[审核流程]     G --&gt; H[发布流程] </pre>
自测	软件开发工程师	1. 根据软件功能要求对各自开发的模块功能与接口进行测试，确认各功能模块的单元测试与集成测试达到项目要求。 2. 整理自测报告，并与代码一起上传到该软件指定的研发服务器目录中。	
代码评审	软件开发/项目经理/部门经理等相关人员	1. 对上传的代码与自测报告进行评审。 2. 评审通过的代码才能进入下一阶段，否则须重新进行设计与自测。	
签名	软件负责人/部门经理	1. 软件负责人在研发服务器上对软件进行编译与打包。 2. 软件负责人在研发服务器上利用加密机对固件程序进行签名。	
提交测试	软件开发工程师	1. 提交固件、SDK 等相关软件和文档到研发服务器。 2. 邮件提供共享目录路径，发给测试经理，抄送部门相关领导和项目相关人员。	
	测试负责人	收到邮件后，从共享目录取出相应测试文档，分配给相关软件/硬件/应用测试人员测试。	
测试执行和结果反馈	软件/硬件测试工程师	根据测试流程执行测试，在原提交测试邮件上反馈测试结果，测试完成后提交测试报告。	
审核	软件/硬件开发/测试工程师/项目经理/部门经理等相关人员	对测试结果和测试报告进行审核。	
发布	软件开发/测试工程师/版本发布负责人	1. 版本发布负责人上传发布版本到生产服务器目录上。 2. 软件开发/测试相关人员填写发布单相关内容。 3. 审核通过后自动发布邮件给工厂。	

发行人自主开发的固件程序经上述流程研发成功后，会发布到生产服务器中指定的目录，并经安装后应用于 POS 终端。

(2) 应用程序

由发行人提供的应用程序须经过开发设计与编码、联调与自测、代码评审、签名、客户验收、测试、审核与发布流程，其流程具体如下：

阶段	角色	职责	流程
应用开发设计与编码	应用开发工程师	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据应用软件需求进行软件设计。</li> <li>2. 根据设计文档进行代码开发。</li> </ol>	<pre> graph TD     A[应用开发设计与编码] --&gt; B[自测应用代码功能并上传代码]     B --&gt; C{代码评审是否通过}     C -- N --&gt; B     C -- Y --&gt; D[应用签名]     D --&gt; E{客户验收是否通过}     E -- N --&gt; B     E -- Y --&gt; F[提交测试]             </pre>
应用联调与自测	应用开发工程师	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据应用要求对自开发的软件功能进行联调与测试，确认各功能模块符合项目要求。</li> <li>2. 整理自测报告，并与代码一起上传到该软件指定的应用服务器目录中。</li> </ol>	
应用代码评审	应用开发工程师/项目经理/部门经理等相关人员	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 对上传的代码与自测报告进行评审。</li> <li>2. 评审通过的代码才能进入下一阶段，否则须重新进行设计与自测。</li> </ol>	
应用签名	应用负责人/部门经理/应用签名负责人	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 应用负责人在应用服务器上对已评审的代码进行编译与打包，并提签名申请。</li> <li>2. 应用签名负责人利用签名 IC 卡对应用程序进行签名。</li> </ol>	
客户验收	客户	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 将签名的应用程序提交给客户相关验收人员进行功能验收。</li> <li>2. 若验收不通过，则须对验收问题进行修复与调整，并重新自测与评审，签名与再次验收。</li> <li>3. 若验收通过，则进入提交测试部测试的流程。</li> </ol>	
提交测试	应用负责人	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提交应用程序等相关软件和文档到共享目录。</li> <li>2. 邮件提供共享目录路径，发给测试经理，抄送部门相关领导和项目相关人员。</li> </ol>	
	测试负责人	收到邮件后，从共享目录取出相应测	

阶段	角色	职责	流程
		试文档，分配给相关应用测试人员测试。	
测试执行和结果反馈	应用测试工程师	根据测试流程进行测试执行，并在原提交测试邮件上反馈测试结果，测试完成后完成测试报告。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">           执行并输出结果 提供测试报告         </div>
审核 <sup>注</sup>	应用开发/测试工程师/项目经理/部门经理等相关人员	对测试结果和测试报告进行审核。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">           审核流程         </div>
发布 <sup>注</sup>	应用开发/测试工程师/应用发布负责人	1. 应用发布负责人上传发布版本到生产服务器目录上。 2. 应用开发/测试相关人员填写发布单相关内容。 3. 审核通过后邮件发布给工厂。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">           发布流程         </div>

注：客户提供的应用程序委托发行人生产预装的，发行人对其进行审核和发布。

应用程序选择以下三种安装方式中的某一种进行安装并应用于 POS 终端：①在发行人自有工厂或外协厂进行生产安装，采用这种安装方式的主要为产品销往境内的客户；②由客户通过本地 U 盘或 PC 下载工具与下载线在本地安装，采用这种方式的主要为产品销往境外的客户；③通过 OTA 应用市场进行远程升级安装，采用这种方式的主要为产品销往境外的客户。

### 3、软件的控制方式

#### (1) 软件签名、CID 的管控方式

根据 PCI、EMV、银联卡受理终端产品等安全认证相关要求，POS 终端的软件均需要采用 PKI (Public Key Infrastructure) 的签名认证机制来保证安装入 POS 终端的软件是合法且完整的。固件程序由发行人的加密机进行签名，而应用程序则采用签名 IC 卡方式进行签名，未经签名或非法签名的固件程序和应用程序无法安装进 POS 终端。其次，在应用程序上，无论是发行人自行开发安装还是客户开发但委托发行人生产安装，均需包含有 CID (Customer Identity, 客户 ID 编号) 信息，每个客户均对应唯一的 CID，确保 POS 终端软件安装的对应性。

因此，通过签名、CID 等管控方式，固件程序和应用程序的合法性及完整性能得到有效保障。

## (2) 软件下载的管控方式

### ① 固件程序的下载管控方式

固件程序的下载基本在发行人的自有工厂进行，由于固件程序的下载需在生产时通过生产管控流程进行控制，并需通过访问生产服务器才能进行软件的生产预装，只有包含签名的固件程序才能安装入 POS 终端，因此，固件程序安装的安全性能得到有效保障。

### ② 应用程序的下载管控方式

应用程序的下载主要采用发行人自有工厂或外协厂生产安装、客户本地自行安装、OTA 应用市场远程升级安装等三种方式。其中，上述三种方式均需由发行人或客户提供签名对应用程序进行管控，没有签名或非法签名的应用程序无法安装进 POS 终端。因此，应用程序的下载管控方式能保障其在 POS 终端上应用时的安全性。

**(二) 相关软件与境外各个国家和地区的适配过程及适配性，是否需要定制化改造和定期更新，是否符合当地监管要求。**

发行人的固件程序均由发行人自主研发，通过基于安卓、LINUX 等全球性的开源系统开发，具备通用性，适配境外当地的业务功能。发行人的应用程序均需要通过定制化开发或改造来适配当地的业务功能，主要分为发行人提供技术支持协助客户开发应用程序，或发行人自主为客户进行定制开发，具体如下：

首先，发行人提供技术支持协助客户开发应用程序的方式下，发行人提供与 POS 终端产品的技术支持协助客户定制化改造、更新应用程序以适配当地业务功能，该种方式下，相关应用程序与各个国家的适配过程一般由当地的支付硬件产品及解决方案提供商等进行开发实现；

其次，发行人自主为客户进行定制开发的方式下，发行人则主要根据客户需求并按照内部流程对相关应用程序进行开发或升级，从而适配当地的业务功能，并根据要求进行定期更新。

#### 1、应用程序与境外各个国家和地区的适配过程及适配性

无论是提供技术协助客户开发，还是自主开发的应用程序，在境外各国，对于运行在 POS 终端的应用程序来说，均需根据支付机构的需求，在如下主要方面

来进行适配性开发：

(1) 通信报文适配：需根据境外当地不同收单机构的前置服务平台的通信报文要求，对 POS 端的交易请求的通信方式及发送与接收数据包的报文格式进行定制开发，比如选择 TCP/IP、HTTP、HTTPS 等不同的通信方式；选择采用 8583、JSON(JavaScript Object Notation)等不同的报文格式，有时不同收单前置平台虽同样采用 8583 格式，但具体到不同数据域的内容与格式要求也不同，特别是一些自定义数据域；

(2) 加密功能适配：需根据当地不同收单机构的密钥体系要求，对应用进行不同密钥体系的密钥管理与加密功能开发；比如采用 MK/SK(Master Key/Session Key)密钥、DUKPT(Derived Unique Key Per Transaction)密钥；另外因不同厂商的加解密接口也存在差异，则应用程序在调用与处理此类接口的代码也不同；

(3) 开发工具包适配：需要接入不同厂商或机型的编译开发工具包，包括不同系统版本比如安卓 5、安卓 7、安卓 10 系统的 SDK 差异；

(4) 打印票据适配：需根据不同国家，或当地不同收单机构对打印票据的不同要求进行定制化改造，比如有：语言要求、格式要求、排版要求、数据内容要求、粗细字体要求差异等；

(5) EMV 内核适配：需适配不同 EMV 的接触式内核与非接触内核，并根据内核配置差异进行不同的交易设置；

(6) UI(User Interface)界面适配：需要针对终端不同显示屏的分辨率，多语言，图片格式，业务交互界面要求等进行适配调整；

(7) TMS 应用市场适配：考虑到 POS 终端应用的更新与远程升级要求，需要 POS 终端能接入 TMS 平台，不同 TMS 平台接口与处理流程存在差异；

(8) 其它硬件接口适配：有些应用需要使用终端的部分硬件接口功能，则需要接入不同厂商或不同机型的硬件驱动接口，比如按键、扫描枪或摄像头、通信、显示、读卡器等；

(9) 业务功能适配：需根据不同的业务功能要求，对应用程序进行增加或裁减一些业务功能，比如取款、会员、优惠券、分期等业务要求；对于境外不同

国家的支付（消费）习惯，不同地区之间也会存在较大的差别，比如移动互联网不发达的国家，除了银行卡消费，还存在转账、水电煤气、话费、彩票、教育、考试报名等类支付业务，且均是 POS 机上实现缴费；而对于一些发达地区，其常见的支付消费则是信用卡消费与酒店预授权类交易业务。

因此，应用程序根据上述支付机构的适配性要求开发后，最终均需通过当地支付机构的检测，以及产品认证后，才能装入 POS 终端并适用于境外当地的支付运营中去。

## 2、报告期内境外前五大客户应用程序的提供情况

报告期内，发行人为各期境外前五大客户提供技术支持协助客户开发应用程序，以及自主为客户进行定制开发的具体情况如下：

序号	主要客户	应用程序提供情况	应用程序支持、开发	适配性情况
1	Worldline India Private Limited	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 协助客户进行传统终端应用程序的收单行 AMEX 非接触 Level 3 认证； (2) 协助客户完成智能终端应用程序的适配工作； (3) 协助客户开发智能终端使用串口下载密钥的功能； (4) 协助客户完成 AppStore 服务器搭建工作； (5) 协助客户开发解决智能终端上 Rupay 卡片非接触交易失败问题； (6) 协助客户将应用程序从传统旧平台移植到新平台，协助客户完成新平台应用程序的收单行 Rupay Level 3 认证； (7) 协助客户开发智能终端上使用图片进行文本识别和 TTS 自动播报文本功能； (8) 协助客户搭建云喇叭 MIS 平台，测试云喇叭交易推送功能。	协助客户，由客户开发进行适配；
2	Advanced Mobile Payment Inc.	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 指导客户排查模块通讯问题和提供设置 APN 的代码，指导客户完成交易脱机 PIN 功能的开发； (2) 协助客户排查应用版本降级接口功能； (3) 协助客户移植导密钥程序到新的智能终端； (4) 支持客户开发智能终端上面使用 LAN 功能的代码； (5) 支持客户在智能终端上开发 GPS 定位功能； (6) 协助客户排查循环插卡导致应用崩溃问题。	协助客户，由客户开发进行适配；
3	World Pos Solutions LLC	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 支持客户进行智能终端应用程序的收单行 Diners Level 3 认证，协助解决客户应用进行 ADVT 认证时 Cashback 交易失败问题； (2) 协助客户完成智能终端从设备接自动售卖机功能的开发； (3) 支持客户完成传统终端应用程序的收单行 MasterCard 非接触 Level 3 认证； (4) 协助客户解决联机交易成功后二次授权失败的问题。	协助客户，由客户开发进行适配；

序号	主要客户	应用程序提供情况	应用程序支持、开发	适配性情况
			题； (5) 支持客户解决银联 UPI 卡非接触交易失败问题。	
4	Contact Design Ltd.	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 协助客户解决智能终端设置锁屏选项问题； (2) 协助客户开发完成智能终端上使用双模式 Mifare 卡功能； (3) 指导客户开发使用智能终端和传统终端上 SAM 卡交互功能和测试通讯时间； (4) 协助客户开发全功能底座，使用 LAN 和串口功能； (5) 提供通过 MPOS 读取非接触卡需求的范例。	协助客户，由客户开发进行适配；
5	Gargour Technologies	自主为客户进行定制开发	(1) 对接客户充值和账单支付后台，完成交易功能，支持英文/阿拉伯文菜单显示和打印功能； (2) 截至 2022 年 12 月 31 日，为客户开发的应用程序已发布版本有 5 个。	(1) UI 界面适配； (2) 打印票据适配； (3) 通信报文适配； (4) 加密功能适配； (5) 业务功能适配；
6	Trustworthy Hans International	自主为客户进行定制开发	(1) 开发对接尼日利亚国家银行收单系统 NIBSS 基于 ISO8583 协议的程序，对接客户后台基于 JSON 报文的协议； (2) 指导客户进行新 TMS 适配，迁移，测试以及对客户进行 TMS 操作培训工作； (3) 开发 USSD 支付功能； (4) 截至 2022 年 12 月 31 日，为客户开发的应用程序已发布版本有 7 个。	(1) 通信报文适配； (2) EMV 内核适配； (3) TMS 应用市场适配； (4) 业务功能适配；
7	Oma Emirates GEN. TR. Co. LLC	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 协助客户基于之前的注密钥方案，设计新的母 POS 导密钥方案，主要是关于 FK 工厂密钥的安全传输和导入方案； (2) 指导客户完成如何检测智能终端 USB 串口状态和测试底座网口，串口线材的功能； (3) 指导客户修改编译的 Makefile 文件，实现编译时自动获取系统时间生成版本号和自动打包程序的脚本； (4) 指导客户完成 SSL 双向认证相关代码开发工作； (5) 解决 Paypak 接触卡使用测试工具获取 APDU 日志时错位问题和 ODA 失败问题，指导客户完成改写 AID 应用优先级选择的代码； (6) 协助客户分析应用异常崩溃问题； (7) 指导客户完成 sftp 功能代码开发和解析 TLV 格式范例代码； (8) 协调解决客户反馈应用进行收单行 AMEX4.0 level 3 认证相关问题； (9) 协助客户移植程序到传统终端平台； (10) 协助客户处理智能终端上面 UPI 银联卡测试案例持卡人认证失败的问题； (11) 协助客户排查 AMEX 运通卡 CDCVM 案例失败问	协助客户，由客户开发进行适配；

序号	主要客户	应用程序提供情况	应用程序支持、开发	适配性情况
			题。	
8	Iconnic Software Pty Ltd	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 协助客户完成传统终端应用程序收单行的 UPI level 3 认证； (2) 修复应用加载旧参数文件导致参数格式错误问题，解决 TMS 下载 Logo 图片缺少后缀名问题； (3) 修复卡 BIN 数据较长时下载失败问题，增加应用更新后强制下载参数功能； (4) 修改交易明细清单小票； (5) 协助客户查看非接触交易限额问题； (6) 开发传统终端设备发送 SMS 短信功能； (7) 调查分析智能终端上面 MasterCard 非接触交易崩溃问题。	协助客户，由客户开发进行适配；
9	7 Labs SRL	提供技术支持协助客户开发应用程序	(1) 提供基于 PCI5. x 的传统机器平台的 SDK； (2) 提供智能机器平台的 SDK 和开发范例； (3) 提供智能机器基于 EMV 内核的接触和非接触范例程序。	协助客户，由客户开发进行适配；

如上表所示，报告期内，发行人向非洲领先的移动支付服务机构 Opay (Gargour Technologies、Trustworthy Hans International 均为其指定进口代理商) 提供了应用程序定制化开发来适配当地的业务功能，其余的均为发行人提供与 POS 终端产品的技术支持协助客户定制化改造、更新应用程序以适配当地业务功能，具体适配过程一般由境外当地的支付硬件产品及解决方案提供商等实现。此外，发行人销往境外的产品均通过了境外市场所需的认证，具体情况参见本问询回复“7. 关于毛利率”之“二、(一)、1、金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况”。

因此，报告期内，发行人向境外客户提供的应用程序定制化开发和技术支持服务均按照客户的要求进行，且境外销售的产品均获得了境外市场所必需的认证，报告期内未出现过违反当地监管要求的情况。

**保荐机构履行了如下核查程序：**

1、与发行人核心技术人员进行沟通，了解 POS 终端产品在安全性、保密性方面的技术规范应符合的规范以及认证情况，POS 终端管理的具体措施（含客户实名制），对“隔空盗刷”等 POS 机违法使用行为的技术防控措施；

2、对上述安全性、保密性方面的技术规范所涉及的认证程序、对应产品、有效期限进行查阅，确保发行人产品符合安全认证的要求；

3、与主要客户访谈，核实其与发行人在信息系统安全运行方面的分工情况；

4、查阅第三方支付行业政策，并通过与发行人管理人员进行访谈，了解其对第三方支付行业的影响，以及对发行人业务的影响；

5、与发行人核心技术人员访谈，核实报告期内，发行人为了满足下游客户的技术升级、产品迭代需求，研发上所作出的具体成果；

6、与发行人核心技术人员访谈，了解发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径和控制方式；

7、查阅报告期内，发行人为各期境外前五大客户提供应用程序定制化开发和技术支持服务的具体情况，并了解是否有违反当地监管要求的情况。

**经核查，保荐机构认为：**

1、发行人境内外销售产品在安全性、保密性上均已完成了 PCI、EMV、中国银联支付终端设备安全认证等认证和规范，金融 POS 终端产品境内和境外认证存在有效期，发行人境内外销售产品取得了相应的认证证书，且相关证书均在有效期内，发行人上述在安全性、保密性方面的认证到期后申请续期无法获批的风险较小；发行人在信息安全系统运行方面负责终端产品的软硬件技术与产品的质量，发行人相关在售 POS 终端产品均已取得前述认证符合其技术标准，在该等方面的相关措施具备有效性；发行人并不具体参与支付业务的运营及 POS 终端产品管理，就 POS 终端产品管理的具体措施（含客户实名制）以及实际运营中存在的“隔空盗刷”情形，系由发行人客户或其终端客户负责按照中国法律法规的要求进行运营、管理和规范；同时，发行人采取了唯一且不可篡改的硬件序列号、CID 签名、POS 终端产品定位信息功能等技术手段，使得发行人的客户可以更好地对 POS 终端产品进行运营管理，便于发行人的客户能有效应对“隔空盗刷”等违法行为；

2、行业监管政策趋严不会对第三方支付行业的发展造成不利影响，亦不会对发行人产品销售和经营业绩产生不利影响；

3、发行人为 POS 终端产品提供的软件主要包括固件程序与应用程序；固件程序均由发行人自主研发，主要由发行人自行安装且通用于不同国家与地区；针对境外客户，应用程序则以发行人提供技术支持协助客户开发应用程序为主，具体适配过程一般由境外当地的支付硬件产品及解决方案提供商等，通过定制

化开发或改造来适配当地的业务功能，并根据要求进行定期更新；发行人销往境外的产品均通过了境外市场所需的认证，因此相关软件适配境外各个国家和地区，并符合当地监管要求。

发行人律师认为：

1、发行人 POS 终端产品在安全性、保密性方面应符合的规范以及认证主要为 PCI 认证、EMV 认证、中国银联支付终端设备安全认证，截至 2022 年 12 月 31 日，发行人境内外销售产品在安全性、保密性上均已完成了前述认证并取得了相应的证书，且相关证书均在有效期内。鉴于报告期内发行人销售的产品获得的认证不存在到期未续期的情形并经发行人的书面确认，在相关技术规范要求不发生实质性变化的情况下，发行人上述在安全性、保密性方面的认证到期后申请续期无法获批的风险较小；发行人在信息安全系统运行方面负责终端产品的软硬件技术安全与产品的质量，发行人相关在售 POS 终端产品均已取得前述认证符合其技术标准，在该等方面的相关措施具备有效性；；

2、发行人主要开展 POS 终端产品及相关软件的技术研发、生产、销售业务，并不具体参与支付业务的运营及 POS 终端产品管理，就 POS 终端产品管理的具体措施（含客户实名制）以及实际运营中存在的“隔空盗刷”情形，系由发行人客户或其终端客户按照中国法律法规的要求进行运营、管理和规范；

3、中国境内支付行业监管政策趋严在报告期内未对发行人的产品销售以及经营业绩产生重大不利影响；

4、发行人为 POS 终端产品主要提供的软件为固件程序以及应用程序，发行人为 POS 终端产品提供前述软件具有相应的管控流程并通过签名认证机制予以控制。发行人的固件程序的开发以及定期更新系基于全球性的开源系统，无需进行适配以及定制化改造；针对与境外客户之间应用程序的适配主要根据提供方式确定，除由发行人负责协助由客户自主开发外，发行人将根据国家、地区进行适配并进行定制化改造和定期更新，相关产品均已取得了必要认证，符合当地监管要求。

## 2. 关于股份代持、锁定期及股东穿透核查

申报材料显示：

(1) 发行人历史沿革中存在 10 次股权代持情况，其中 8 次代持形成时未签订股权代持协议。

(2) 前次 IPO 申报招股说明书未披露杨华与其亲属间存在股权代持关系。

(3) 实际控制人亲属持有发行人股份。

请发行人：

(1) 说明历史沿革中多数代持未签订股权代持协议的原因及合理性，如何确认股权代持的真实性。

(2) 说明本次 IPO 申报股权代持信息与前次申报的具体差异情况，两次申报股权代持信息披露的真实性、准确性、完整性，本次申报股权代持是否彻底清理及相关证据的充分性。

(3) 说明实际控制人亲属的锁定期安排及承诺，是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明：

(1) 对股权代持真实性、是否彻底清理的核查方法、核查过程、取得的核查证据及核查结论。

(2) 是否按照《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求进行股东穿透核查，如否，请进行穿透核查并完善股东信息披露的专项核查报告。

回复:

一、说明历史沿革中多数代持未签订股权代持协议的原因及合理性，如何确认股权代持的真实性

发行人历史沿革中存在未签订股权代持协议的情形，具体原因及合理性、确认代持真实性的情况如下：

序号	项目	代持的形成及解除过程	是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法
1	杨晓东代陈攀持有股份	1、2013年5月26日，杨晓东与陈攀签署了《股份奖励与代持协议》，约定杨晓东将其所持华智融科技144万股股份作为奖励赠予陈攀。 2、2016年11月2日，陈攀与杨晓东签署了《和解协议》，杨晓东根据协议约定向陈攀支付381.88万元，双方代持关系解除。	是	-	1、杨晓东与陈攀之间签署的《股份奖励与代持协议》约定了双方代持关系； 2、访谈杨晓东进一步确认。
2	郑伟鹤代南海成长持有股份	1、2014年8月，南海成长将所持华智融有限562.5万元注册资本转让予郑伟鹤。 2、2015年8月5日，郑伟鹤与南海成长签署了《股权转让协议》，郑伟鹤将其代持的562.5万元注册资本转回予南海成长，双方代持关系解除。	否	郑伟鹤系南海成长执行事务合伙人，该代持主要系配合华智融科技境外上市的筹备进程，后续发行人变更上市计划后即进行了代持还原，因此未签署代持协议具备合理性。	1、访谈南海成长，确认代持关系、代持背景； 2、通过企查查查询确认郑伟鹤在南海成长的任职情况。
3	曾勇光代李永红持有股份	1、2014年10月30日，曾勇光与李永红签署《离婚协议书》，双方同意，登记于曾勇光名下的华智融有限二分之一股份，即401.625万股归属于李永红，并由曾勇光代李永红持有。 2、2015年11月、2016年11月，曾勇光累计向杨华、勤道汇盛、捷鑫网络转让华智融有限400万元的出资额，实际均系曾勇光、李永红各自转让一半，李永红亦认可前述股权处置并已取得了相应的财产收益。 3、截至2016年11月代持还原前，曾勇光持有华智融有限403.25	否	针对发行人的股权代持系曾勇光与李永红之间因离婚产生的财产分割所致，双方基于《离婚协议书》等文件进行分配，因此未签署代持协议具备合理性。	1、曾勇光与李永红之间签署的离婚协议，明确了股权代持关系； 2、分别访谈曾勇光、李永红进一步确认。

序号	项目	代持的形成及解除过程	是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法																																																																										
		<p>万元出资额，其中一半即 201.625 万元出资额系代李永红持有。</p> <p>4、2016 年 11 月，曾勇光将其名下所持有华智融有限 200 万元出资额以 200 万元转让予李永红，同时根据李永红及曾勇光确认剩余 203.25 万元出资额为曾勇光所有，双方代持关系解除。</p>																																																																													
4	杨华代其亲属持有股份	<p>1、2015 年 11 月，杨华受让曾勇光所持华智融有限 200 万元出资额，其中，杨华代其亲属持有 180 万元出资额，具体代持情况如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>被代持人</th> <th>与代持人关系</th> <th>出资额（万元）</th> <th>股权比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>杨欣</td> <td>兄弟</td> <td>70.00</td> <td>1.24%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>杨博</td> <td>侄子</td> <td>30.00</td> <td>0.53%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>杨莲香</td> <td>姐姐</td> <td>20.00</td> <td>0.36%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>杨行桂</td> <td>兄弟</td> <td>20.00</td> <td>0.36%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>杨彦才</td> <td>父亲</td> <td>10.00</td> <td>0.18%</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>杨行初</td> <td>兄弟</td> <td>10.00</td> <td>0.18%</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>杨行桃</td> <td>兄弟</td> <td>10.00</td> <td>0.18%</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>杨旺香</td> <td>姐姐</td> <td>10.00</td> <td>0.18%</td> </tr> <tr> <td colspan="3">合计</td> <td>180.00</td> <td>3.20%</td> </tr> </tbody> </table> <p>2、2016 年 11 月，杨华受让曾勇光所持华智融有限 100 万元出资额，其中，杨华代其亲属持有 92.5 万元出资额。本次股权转让完成后，杨华代持的具体情况如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>被代持人</th> <th>与代持人关系</th> <th>新增代持出资额（万元）</th> <th>出资额（万元）</th> <th>股权比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>杨欣</td> <td>兄弟</td> <td>50.00</td> <td>120.00</td> <td>2.13%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>杨博</td> <td>侄子</td> <td>-</td> <td>30.00</td> <td>0.53%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>杨莲香</td> <td>姐姐</td> <td>7.50</td> <td>27.50</td> <td>0.49%</td> </tr> </tbody> </table>	序号	被代持人	与代持人关系	出资额（万元）	股权比例	1	杨欣	兄弟	70.00	1.24%	2	杨博	侄子	30.00	0.53%	3	杨莲香	姐姐	20.00	0.36%	4	杨行桂	兄弟	20.00	0.36%	5	杨彦才	父亲	10.00	0.18%	6	杨行初	兄弟	10.00	0.18%	7	杨行桃	兄弟	10.00	0.18%	8	杨旺香	姐姐	10.00	0.18%	合计			180.00	3.20%	序号	被代持人	与代持人关系	新增代持出资额（万元）	出资额（万元）	股权比例	1	杨欣	兄弟	50.00	120.00	2.13%	2	杨博	侄子	-	30.00	0.53%	3	杨莲香	姐姐	7.50	27.50	0.49%	否	<p>杨华及被代持方均为发行人实际控制人杨晓东亲属，各方之间具备基于亲属间的信任关系，且前述人员不参与发行人的日常经营，由杨华一人代持股权有利于股东权利行使的便利性，因此未签署代持协议具备合理性。</p>	<p>1、查看代持关系形成后，杨华获取发行人现金分红后的资金流水转出情况；</p> <p>2、分别访谈杨华、杨彦才等人进一步确认。</p>
序号	被代持人	与代持人关系	出资额（万元）	股权比例																																																																											
1	杨欣	兄弟	70.00	1.24%																																																																											
2	杨博	侄子	30.00	0.53%																																																																											
3	杨莲香	姐姐	20.00	0.36%																																																																											
4	杨行桂	兄弟	20.00	0.36%																																																																											
5	杨彦才	父亲	10.00	0.18%																																																																											
6	杨行初	兄弟	10.00	0.18%																																																																											
7	杨行桃	兄弟	10.00	0.18%																																																																											
8	杨旺香	姐姐	10.00	0.18%																																																																											
合计			180.00	3.20%																																																																											
序号	被代持人	与代持人关系	新增代持出资额（万元）	出资额（万元）	股权比例																																																																										
1	杨欣	兄弟	50.00	120.00	2.13%																																																																										
2	杨博	侄子	-	30.00	0.53%																																																																										
3	杨莲香	姐姐	7.50	27.50	0.49%																																																																										

序号	项目	代持的形成及解除过程						是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法			
		4	杨行桂	兄弟	-	20.00	0.36%						
		5	杨彦才	父亲	-	10.00	0.18%						
		6	杨行初	兄弟	-	10.00	0.18%						
		7	杨行桃	兄弟	-	10.00	0.18%						
		8	杨旺香	姐姐	-	10.00	0.18%						
		9	方倩倩	兄弟之配偶	30.00	30.00	0.53%						
		10	杨欢欢	侄女	5.00	5.00	0.09%						
		合计			92.50	272.50	4.84%						
		3、2016年12月，华智融有限变更为股份公司，注册资本由5,625万元变更为7,500万元，杨华代持的具体情况如下：											
		序号	被代持人	与代持人关系	持股数(万股)	股份比例							
		1	杨欣	兄弟	160.00	2.13%							
		2	杨博	侄子	40.00	0.53%							
		3	杨莲香	姐姐	36.67	0.49%							
		4	杨行桂	兄弟	26.67	0.36%							
		5	杨彦才	父亲	13.33	0.18%							
		6	杨行初	兄弟	13.33	0.18%							
		7	杨行桃	兄弟	13.33	0.18%							
		8	杨旺香	姐姐	13.33	0.18%							
		9	方倩倩	兄弟之配偶	40.00	0.53%							
		10	杨欢欢	侄女	6.67	0.09%							
		合计			363.33	4.84%							
		4、2019年3月，杨华与方倩倩签署了《股权转让协议书》，杨华将所持发行人53.33万股股份转让予方倩倩，其中40万股系杨华代方倩倩持股的还原，其余13.33万股系杨华代杨彦才持有并将											

序号	项目	代持的形成及解除过程	是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法																																			
		<p>其赠与方倩倩，方倩倩、杨彦才与杨华的代持关系解除。</p> <p>5、2021年3月29日，杨华与相关受让方签署《股权转让协议书》，将代持股份全部还原至被代持人或被代持人的近亲属，至此代持关系均解除。代持还原情况具体如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>受让方</th> <th>被代持人</th> <th>受让方与被代持人的关系</th> <th>转让股份数(万股)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>杨行初</td> <td>杨行初</td> <td>本人</td> <td>13.33</td> </tr> <tr> <td>杨天</td> <td>杨行桂</td> <td>杨行桂之子</td> <td>26.67</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">杨博</td> <td>杨行桃</td> <td>杨行桃之子</td> <td>13.33</td> </tr> <tr> <td>杨博</td> <td>本人</td> <td>40.00</td> </tr> <tr> <td>杨欣</td> <td>杨欣</td> <td>本人</td> <td>160.00</td> </tr> <tr> <td>夏俊</td> <td>杨旺香</td> <td>杨旺香之子</td> <td>13.33</td> </tr> <tr> <td>熊海</td> <td>杨莲香</td> <td>杨莲香之子</td> <td>36.67</td> </tr> <tr> <td>杨欢欢</td> <td>杨欢欢</td> <td>本人</td> <td>6.67</td> </tr> </tbody> </table>	受让方	被代持人	受让方与被代持人的关系	转让股份数(万股)	杨行初	杨行初	本人	13.33	杨天	杨行桂	杨行桂之子	26.67	杨博	杨行桃	杨行桃之子	13.33	杨博	本人	40.00	杨欣	杨欣	本人	160.00	夏俊	杨旺香	杨旺香之子	13.33	熊海	杨莲香	杨莲香之子	36.67	杨欢欢	杨欢欢	本人	6.67			
受让方	被代持人	受让方与被代持人的关系	转让股份数(万股)																																					
杨行初	杨行初	本人	13.33																																					
杨天	杨行桂	杨行桂之子	26.67																																					
杨博	杨行桃	杨行桃之子	13.33																																					
	杨博	本人	40.00																																					
杨欣	杨欣	本人	160.00																																					
夏俊	杨旺香	杨旺香之子	13.33																																					
熊海	杨莲香	杨莲香之子	36.67																																					
杨欢欢	杨欢欢	本人	6.67																																					
5	陈明华代蓝志文持有股份	<p>1、2018年12月，陈明华、蓝志文分别受让南海成长所持有的华智融15万股股份，其中，蓝志文受让的15万股股份由陈明华代为持有。</p> <p>2、2021年3月23日，陈明华与蓝志文签署《股权转让协议书》，陈明华将华智融15万股股份还原至蓝志文，代持关系解除。</p>	否	陈明华与蓝志文二人为同事以及好友，具备相应的信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。	<p>1、查看代持关系形成时陈明华的资金流水；</p> <p>2、分别访谈陈明华、蓝志文进一步确认。</p>																																			
6	蔡伟旭代柴春峰持有股份	<p>1、2020年5月，柴春峰委托蔡伟旭受让冯雪莹所持华智融9万股股份。</p> <p>2、2021年3月23日，蔡伟旭与柴春峰签署《股权转让协议书》，蔡伟旭将代为持有的华智融9万股股份还原至柴春峰，代持关系解除。</p>	否	蔡伟旭与柴春峰二人为好友，具备相应的信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。	<p>1、查看代持关系形成时柴春峰的转账记录；</p> <p>2、分别访谈蔡伟旭、柴春峰进一步确认。</p>																																			
7	杨晓东代付斌持有股份	<p>1、2020年6月25日，杨晓东与付斌签署了《股权转让协议》，杨晓东将所持华智融197.6万股股份转让予付斌，同时在《股权转让协议》中约定由杨晓东代持上述股份。</p>	是	-	<p>1、杨晓东与付斌之间签署《股权转让协议》约定了双方代持关系；</p>																																			

序号	项目	代持的形成及解除过程	是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法
		2、2021年3月16日，杨晓东与付斌签署《股权转让协议书》，杨晓东将华智融197.6万股股份转让予付斌，代持关系解除。			2、查看代持关系形成时，杨晓东及其配偶方倩倩与付斌之间的资金流水； 3、分别访谈杨晓东、付斌进一步确认。
8	杨博代方倩倩持有靖东投资财产份额	1、2018年4月25日，王丽红与杨博签署了《财产份额转让协议书》，王丽红将其持有的靖东投资32.5386万元合伙份额转让予杨博，其中13.1625万元系杨博代方倩倩持有。 2、2018年11月，杨博将代方倩倩持有的靖东投资13.1625万元合伙份额转让并将所得款项支付予方倩倩，代持关系解除。	否	方倩倩与杨博为发行人实际控制人杨晓东亲属，具备基于亲属间的信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。	1、查看代持关系形成时方倩倩与杨博之间的资金流水； 2、访谈杨博、方倩倩进一步确认。
9	赵国栋、李伊净代杨晓东持有靖东投资财产份额	1、2019年5月28日，赵国栋与朱靖签署了《财产份额转让协议书》，赵国栋受让朱靖持有的靖东投资109.69万元合伙份额，其中97.50万元系赵国栋代杨晓东持有。 2、2019年6月20日，李伊净与赵国栋签署了《出资转让协议书》，赵国栋根据杨晓东指示将其所代持的靖东投资97.50万元合伙份额转让予李伊净。 3、2020年12月30日、2021年1月15日，李伊净与方倩倩分别签署了《财产份额转让协议书》以及《财产份额转让协议书之补充协议》，李伊净根据杨晓东的要求向方倩倩转让了其所持有的靖东投资97.50万元合伙份额并退出靖东投资，代持关系解除。	否	杨晓东为发行人实际控制人，赵国栋为发行人的董事、高级管理人员，具备相应的信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。  杨晓东与李伊净为好友，双方之间具备信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。	1、查看代持关系形成时赵国栋与杨晓东之间的资金流水； 2、分别访谈杨晓东、赵国栋进一步确认。  赵国栋将代持份额转给李伊净，未产生资金流水，分别访谈杨晓东、赵国栋、李伊净确认代持关系。
10	付鸿兵代李正银持有靖东投资财产份额	1、2019年7月19日，王超、付鸿兵签署《财产份额转让协议书》，付鸿兵受让王超所持有的发行人股东靖东投资31.5万元合伙份额，其中8.775万元系付鸿兵代李正银持有。 2、2021年3月，靖东投资作出合伙人决议，同意付鸿兵合伙份额由39.4875万元减少至30.7125万元，减资8.775万元部分系付	否	付鸿兵与李正银二人为好友，具备相应的信任关系，因此未签署代持协议具备合理性。	1、查看代持关系形成时付鸿兵与李正银之间的资金流水； 2、分别访谈付鸿兵、李正银进一步确认。

序号	项目	代持的形成及解除过程	是否签署代持协议	原因以及合理性	确认股权代持真实性的方法
		鸿兵代李正银持有。 3、2021年3月23日，靖东投资与李正银签署了《股权转让协议书》，靖东投资将减少的合伙份额对应的华智融9万股股份转让予李正银，代持关系解除。			

在上述股权代持中，杨晓东分别与陈攀、付斌签署了相应的代持协议，保荐机构通过查看代持相关协议，并对代持相关方进行访谈以及通过资金流水予以佐证可以确认股权代持的真实性。

除上述已签署代持协议外，部分未签署代持协议的情形（具体包括郑伟鹤为南海成长代持、曾勇光为李永红代持、杨华为其亲属代持、陈明华为蓝志文代持、蔡伟旭为柴春峰代持、杨博代方倩倩持有靖东投资财产份额、赵国栋及李伊净代杨晓东持有靖东投资财产份额、付鸿兵代李正银持有靖东投资财产份额），主要基于亲友或同事之间的信任关系、任职关系、离婚协议约定等原因，具备合理性。

针对曾勇光为李永红代持情形，保荐机构查看了《离婚协议书》关于代持的相关约定，并结合访谈等形式予以核查；针对郑伟鹤为南海成长代持、李伊净代杨晓东持有靖东投资财产份额情形，保荐机构主要通过访谈等形式予以核查；针对其他未签署代持协议的情形，保荐机构查看了代持形成或代持期间现金分红后续流向相关的资金流水，并对代持相关方进行访谈，确认股权代持的真实性。

综上，保荐机构认为可以确认上述发行人历史沿革中股权代持的真实性。

## 二、说明本次 IPO 申报股权代持信息与前次申报的具体差异情况，两次申报股权代持信息披露的真实性、准确性、完整性，本次申报股权代持是否彻底清理及相关证据的充分性

### （一）说明本次 IPO 申报股权代持信息与前次申报的具体差异情况，两次申报股权代持信息披露的真实性、准确性、完整性

针对发行人历史沿革中存在的股权代持情况，除杨华代其亲属持有股份（代持相关方均为发行人实际控制人杨晓东近亲属，该等代持实质为亲属间的财产分配）、郑伟鹤代南海成长持有股份（由于南海成长向郑伟鹤转让股权时及郑伟鹤向南海成长转让股权时均支付了相应的股权转让款，因此前次申报未认定为代持；前述转让的背景实际系为推动华智融有限境外上市及华智融有限终止筹划境外上市，虽然支付了转让对价，但根据本次申报过程中对南海成长的访谈确认，前述股权转让系为股权代持）于前次申报未披露外，其余代持关系均为在发行人前次申报后形成（前述表格第 5-10 项股权代持情况）或与前次申报的信息披露不存在差异（前述表格第 1 项和第 3 项股权代持情况）。

综上，前次申报对于股权代持的信息披露在完整性上存在一定遗漏，截至本问询回复出具之日，发行人历史沿革中存在的股权代持均已清理，本次申报文件中的股权代持信息披露真实、准确、完整。

### （二）本次申报股权代持是否彻底清理及相关证据的充分性

针对本次申报时发行人股权中是否存在代持情况，保荐机构取得了现有股东填制的调查表并予以访谈、发行人的工商档案、股东名册，并核查发行人实际控制人、持股 5%以上股东以及部分员工股东报告期内的资金流水，经核查，发行人本次申报时股权代持已经彻底清理。

针对历史上存在的股权代持，代持解除及相关证据的具体情况如下：

序号	股权代持情况	解除情况	彻底清理的核查方法以及证据
1	杨晓东代陈攀持有股份	2016 年 11 月，陈攀与杨晓东签署《和解协议》，自杨晓东按照前述协议的约定支付款项后，代持关系解除。	1、取得并查阅了陈攀提交仲裁的相关材料、双方签署的和解协议、上海仲裁委出具的决定书； 2、取得并查阅了杨晓东为履行和解协议向陈攀支付的款项凭证； 3、取得并查阅了杨晓东填制的调查表； 4、查看杨晓东报告期内的资金流水，核查

序号	股权代持情况	解除情况	彻底清理的核查方法以及证据
			发行人现金分红款后续流向； 5、访谈杨晓东进一步确认代持关系解除情况。
2	郑伟鹤代南海成长持有股份	2015年8月，郑伟鹤与南海成长签署了《股权转让协议》将上述代持股权转让回予南海成长，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案； 2、取得并查阅了郑伟鹤与南海成长就代持还原签署的经深圳联合产权交易所见证后的股权转让协议； 3、访谈南海成长进一步确认代持关系解除情况。
3	曾勇光代李永红持有股份	2016年11月，曾勇光将其名下所持有华智融有限403.25万元出资额中200万元转让予李永红，同时根据李永红及曾勇光确认剩余203.25万元出资额为曾勇光所有，自此双方关于登记在曾勇光名下的华智融有限股权财产分割完成，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案； 2、取得并查阅了前述代持解除经深圳联合产权交易所见证后的股权转让协议； 3、分别访谈曾勇光、李永红，进一步确认代持解除情况。
4	杨华代其亲属持有股份	1、2019年3月，杨华与方倩倩签署了《股权转让协议书》，杨华将所持发行人53.33万股股份转让予方倩倩，其中40万股系杨华代方倩倩持股的还原，其余13.33万股系原杨华代杨彦才持有，系杨华根据杨彦才指示将该等股份赠予方倩倩。上述股份转让完成后，方倩倩、杨彦才与杨华的代持关系解除。 2、2021年3月，杨华与相关受让方签署《股权转让协议书》，根据协议将代持股份全部还原至被代持人或被代持人的近亲属，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案以及杨华、方倩倩等受让方填制的调查表； 2、取得并查阅了前述代持解除经广东省深圳市深圳公证处公证后的股权转让协议； 3、查看方倩倩等部分代持股份的受让方报告期内的资金流水，核查发行人现金分红款后续流向； 4、分别访谈杨华、杨彦才等被代持人，进一步确认代持解除情况。
5	陈明华代蓝志文持有股份	2021年3月，陈明华与蓝志文签署《股权转让协议书》，陈明华将华智融15万股股份还原至蓝志文，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案以及陈明华、蓝志文填制的调查表； 2、取得并查阅了陈明华与蓝志文之间针对代持还原经广东省深圳市深圳公证处公证后的股权转让协议； 3、查看陈明华报告期内的资金流水，核查发行人现金分红款后续流向； 4、分别访谈陈明华、蓝志文，进一步确认代持解除情况。
6	蔡伟旭代柴春峰持有股份	2021年3月，蔡伟旭与柴春峰签署《股权转让协议书》，蔡伟旭将华智融9万股股份还原至柴春峰，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案以及蔡伟旭、柴春峰填制的调查表； 2、取得并查阅了蔡伟旭与柴春峰之间针对代持还原经广东省深圳市深圳公证处公证后的股权转让协议；

序号	股权代持情况	解除情况	彻底清理的核查方法以及证据
			3、查看蔡伟旭报告期内的资金流水，核查发行人现金分红款后续流向； 4、分别访谈蔡伟旭、柴春峰，进一步确认代持解除情况。
7	杨晓东代付斌持有股份	2021年3月，杨晓东与付斌签署《股权转让协议书》，杨晓东将华智融197.6万股股份转让予付斌，代持关系解除。	1、取得并查阅了发行人工商档案以及杨晓东、付斌填制的调查表； 2、取得并查阅了杨晓东与付斌之间针对代持还原经广东省深圳市深圳公证处公证后的股权转让协议； 3、查看杨晓东报告期内的资金流水，核查发行人现金分红款后续流向； 4、分别访谈杨晓东、付斌，进一步确认代持解除情况。
8	杨博代方倩倩持有靖东投资财产份额	2018年11月，方倩倩拟退出靖东投资，杨博据此转让了其所持有的靖东投资全部合伙份额，并将退伙款支付给方倩倩，代持关系解除。	1、取得并查阅了靖东投资工商档案以及方倩倩、杨博填制的调查表； 2、取得并查阅了代持关系解除时，杨博与受让方签署的股权转让协议； 3、查看代持关系解除时杨博与方倩倩的资金流水； 4、分别访谈杨博、方倩倩，进一步确认代持解除情况。
9	赵国栋、李伊净代杨晓东持有靖东投资财产份额	1、2019年6月，李伊净、赵国栋就前述合伙份额转让事项签署了《出资转让协议书》，赵国栋与杨晓东之间的代持关系解除，形成了李伊净与杨晓东之间的代持关系。 2、2020年12月、2021年1月，李伊净与杨晓东配偶方倩倩分别签署了《财产份额转让协议书》以及《财产份额转让协议书之补充协议》，李伊净根据杨晓东的要求向方倩倩转让了其所持有的靖东投资97.50万元合伙份额并退出靖东投资，代持关系解除。	1、取得并查阅了靖东投资工商档案，以及赵国栋、杨晓东以及方倩倩填制的调查表； 2、取得并查阅了代持关系解除时，各方签署的股权转让协议； 3、分别访谈赵国栋、李伊净、杨晓东以及方倩倩，进一步确认代持解除情况。
10	付鸿兵代李正银持有靖东投资财产份额	2021年3月，靖东投资作出合伙人决议，同意付鸿兵合伙份额由39.4875万元减少至30.7125万元，减资部分系付鸿兵代李正银持有；同时靖东投资将减少合伙份额对应的华智融9万股股份以股份转让形式还原至李正银。2021年3月，靖东投资与李正银就此签署《股权转让协议书》，代持关系解除。	1、取得并查阅了靖东投资工商档案以及李正银、付鸿兵填制的调查表； 2、取得并查阅了靖东投资减资的合伙人决议； 3、取得并查阅了李正银以及靖东投资之间针对代持解除经广东省深圳市深圳公证处公证后的股权转让协议； 4、分别访谈付鸿兵、李正银，进一步确认代持解除情况。

截至本问询回复出具之日，发行人历史沿革中的股权代持均已彻底清理，发

行人现有股东所持有的发行人股份不存在权属争议，相关证据充分。

### **三、说明实际控制人亲属的锁定期安排及承诺，是否符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定**

根据《证券期货法律适用意见第 17 号》问题二的相关规定，发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属（依据《民法典》相关规定认定）、一致行动人所持股份应当比照控股股东和实际控制人所持股份进行锁定。

截至本问询回复出具之日，直接持有发行人股份且为实际控制人亲属的股东包括杨博、杨欣、熊海、杨华、杨天、杨行初、夏俊以及杨欢欢，前述股东均已出具股份锁定承诺，承诺“自公司的股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人已持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份”。

综上，发行人实际控制人亲属的锁定期安排及承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

### **四、对股权代持真实性、是否彻底清理的核查方法、核查过程、取得的核查证据及核查结论**

#### **（一）针对股权代持真实性的核查**

针对发行人历史沿革中股权代持的真实性，保荐机构履行了如下核查程序：

（1）取得并查阅发行人及员工持股平台的工商档案、发行人的股东名册等，了解发行人历次股权变更情况；

（2）访谈发行人历史上股权代持涉及的相关方，了解股权代持形成的背景、演变及解除情况；

（3）取得并查阅发行人股权代持涉及的股权转让协议、代持协议、资金流水等相关资料，针对未签署代持协议的情形，重点核查相关方在代持形成时及现金分红款后续流向相关的资金流水，以进一步验证代持的真实性，具体参见本问询回复“2. 关于股份代持、锁定期及股东穿透核查”之“一、说明历史沿革中多数代持未签订股权代持协议的原因及合理性，如何确认股权代持的真实性”。

## **（二）针对股权代持是否彻底清理的核查**

针对发行人历史沿革中的股权代持事项是否已彻底完成清理，保荐机构履行了如下核查程序：

（1）取得并查阅发行人及员工持股平台的工商档案、发行人的股东名册等，了解发行人最新股权结构；

（2）访谈发行人现有股东，取得并查阅其填写的股东调查表，确认截至本问询回复出具之日，公司现有股东全部为真实持股，不存在代持情形；

（3）取得并查阅发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内的银行流水，查看其从发行人处获取现金分红的情况。经核查，发行人前述股权代持清理完成后，上述人员从发行人处获取的现金分红与其持股比例、分红决议文件核对一致；上述人员获取的现金分红款，不存在转给其他人员且无合理解释的异常情形；

（4）针对历史上存在的股权代持，代持清理的核查过程参见本问询回复“2. 关于股份代持、锁定期及股东穿透核查”之“二、（二）、本次申报股权代持是否彻底清理及相关证据的充分性”。

## **（三）核查结论**

经核查，保荐机构认为：发行人披露的股权代持情形真实；截至本问询回复出具之日，发行人已对股权代持进行彻底清理，现有股东所持有的发行人股份不存在权属争议。

**五、是否按照《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求进行股东穿透核查，如否，请进行穿透核查并完善股东信息披露的专项核查报告**

保荐机构已进一步根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》中针对股东穿透核查的规定进行了穿透核查，完善了股东信息披露的专项核查报告，具体详见《民生证券股份有限公司关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的股东信息披露之专项核查意见》。

**保荐机构履行了如下核查程序：**

1、取得并查阅了发行人及员工持股平台的工商档案、股东名册；

2、取得并查阅了发行人历次股权变动所涉及的相关协议、支付凭证、验资报告、三会决议及外部审批程序；

3、取得并查阅了发行人历史上股权代持相关的协议、资金流水、公证或见证书及其他相关文件；

4、取得并查阅了发行人现有股东填制的调查表并访谈了发行人现有股东及部分历史股东，了解股权代持情况；

5、取得并查阅发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内的银行流水；

6、取得并查阅了发行人实际控制人亲属关于股份锁定的承诺函。

**经核查，保荐机构认为：**

1、发行人历史沿革中存在部分股权代持方与被代持方之间未签订股权代持协议的情形，相关原因合理，股权代持真实；

2、除杨华为其亲属代持股份、郑伟鹤为南海成长代持股份在前次申报未披露外，其余代持均为在发行人在前次申报终止后出现的代持情形或与前次申报的信息披露不存在差异，前次申报对于股权代持的信息披露在完整性上存在一定遗漏；截至本问询回复出具之日，发行人历史沿革中存在的股权代持均已彻底清理，相关证据充分，本次申报文件中的股权代持信息披露真实、准确、完整；

3、发行人实际控制人亲属的锁定期安排及承诺符合《证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定；

4、截至本问询回复出具之日，发行人已对股权代持进行了彻底清理，发行人现有股东所持有的发行人股份不存在权属争议；

5、保荐机构已进一步根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》的要求进行了穿透核查，完善了股东信息披露的专项核查报告。

**发行人律师认为：**

1、发行人历史沿革中存在股权代持方与被代持方之间未签订股权代持协议的情形，但各方基于亲属关系、朋友关系以及控制关系，具备合理性以及真实性。

2、除杨华与杨彦才等人之间的代持以及南海成长与郑伟鹤之间代持前次申报未披露外，其余代持关系均为在发行人前次申报终止后出现的代持关系或与前次申报的信息披露不存在差异；本所未参与前次申报工作；前次申报对于股权代持的信息披露在完整性上存在一定遗漏，本次申报前，发行人历史沿革中存在的股权代持均已清理，本次申报文件中的股权代持信息披露真实、准确、完整。

3、发行人实际控制人亲属均已承诺将其所持股份锁定三十六个月，符合《（首发）证券期货法律适用意见第 17 号》的相关规定。

4、本所律师综合采取了取得并查阅相关代持协议、代持形成的资金流水凭证等文件并对代持方以及被代持方访谈等核查方式对发行人股权代持及清理情况进行了核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人已对股权代持进行了彻底清理，发行人历史沿革中的股权代持真实，相关代持均已彻底清理。

5、本所律师已根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》中针对股东穿透核查的规定进行了股东穿透核查，并进一步完善了股东信息披露的专项核查报告。

### 3. 关于对赌协议及中介机构

申报材料显示：

（1）发行人曾与中投建华、中投嘉华、华翰裕源等股东签署对赌协议，后通过签署补充协议的方式解除，并由实际控制人与相关方签署对赌协议，承担对赌义务。（2）前次申报时发行人的保荐人为兴业证券。2020 年 12 月至 2021 年 12 月辅导备案期间，发行人的保荐人为中信建投，2022 年 5 月变更为民生证券。（3）2022 年 3 月，民生投资增资入股发行人（持股比例 1.47%），民生证券持有民生投资 100%股权。

请发行人：

（1）逐条对照《监管规则适用指引——发行类第 4 号》4-3 的相关规定，说明发行人对赌协议的解除是否符合要求，实际控制人是否存在因承担对赌义务而承担大额负债的风险，是否影响发行人控制权的稳定性。（2）说明保荐人

变更的背景和原因，现任保荐人是否与前任保荐人沟通，前任保荐人在核查过程中有无发现异常情形；民生证券实质开展发行人上市工作的时间，参与的具体活动、时间、主要工作内容及对应人员情况，尽职调查工作是否独立、充分、客观。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、逐条对照《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3的相关规定，说明发行人对赌协议的解除是否符合要求，实际控制人是否存在因承担对赌义务而承担大额负债的风险，是否影响发行人控制权的稳定性。

（一）逐条对照《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3的相关规定，说明发行人对赌协议的解除是否符合要求

截至本问询回复出具之日，发行人或发行人实际控制人与现有股东中的杉创投资、中投建华、中投嘉华、华瀚裕源、弘润高新、民生投资、创识科技、金雷曼、小榄镇工业资产公司、联成投资、陈作为、刘经星、逢永红等13名财务投资者历史上或目前存在对赌等股东特殊权利条款的情形，该等特殊权利条款的约定及履行/清理情况如下：

序号	股东名称/姓名	约定情况	履行/清理情况
1	杉创投资	2020年2月，发行人、杨晓东与杉创投资签署了《有关深圳华智融科技股份有限公司之增资协议》及《补充协议书》，约定了业绩对赌、回购权、优先受让权与共同出售权、强制售股权、反稀释权等股东特殊权利条款。	2021年3月，发行人、杨晓东与杉创投资签署了《有关深圳华智融科技股份有限公司之增资协议之补充协议（二）》，将股东特殊权利条款全部解除且自始无效。
2	中投建华、中投嘉华、华瀚裕源	2020年6月，发行人、杨晓东与中投建华、中投嘉华、华瀚裕源签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书》，约定了业绩承诺、股份回购等股东特殊权利条款。	2021年3月，发行人、杨晓东与中投建华、中投嘉华、华瀚裕源签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书之解除协议》，将股东特殊权利条款全部解除且自始无效。 2022年5月，杨晓东与中投建华、中投嘉华、华瀚裕源签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书（二）》，约定了股份回购，其中回购义务人为杨晓东。同时约定相关回购条款自IPO申报之日起中止执行。若发行人IPO申

序号	股东名称/ 姓名	约定情况	履行/清理情况
			请被否决或发行人自行撤回申请，则相关条款恢复执行。如果实现上市，则自上市交易之日起自动失效。
3	弘润高新	2020年7月，发行人、杨晓东、方倩倩与弘润高新签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书》，约定了业绩承诺、股份回购等股东特殊权利条款。	2021年3月，发行人、杨晓东、方倩倩与弘润高新签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书之解除协议》，将股东特殊权利条款全部解除且自始无效。2022年7月，杨晓东、方倩倩与弘润高新签署了《深圳华智融科技股份有限公司股份认购补充协议书（二）》，约定了股份回购，其中回购义务人为杨晓东、方倩倩。同时约定相关回购条款自IPO申报之日起中止执行。若发行人IPO申请被否决或发行人自行撤回申请，则相关条款恢复执行。如果实现上市，则自上市交易之日起自动失效。
4	民生投资	2022年3月，发行人、杨晓东、方倩倩与民生投资签署了《〈关于深圳华智融科技股份有限公司之投资协议〉之补充协议》，约定了股权回购、反稀释、优先认购权、随售权、最优惠待遇等股东特殊权利条款，其中回购义务人为杨晓东、方倩倩。	2022年9月，发行人、杨晓东、方倩倩与民生投资签署了《〈关于深圳华智融科技股份有限公司之投资协议〉之补充协议（二）》，约定了（1）股权回购（回购义务人为杨晓东、方倩倩）、随售权自IPO申报之日起中止执行。若发行人申请被否决或发行人自行撤回发行申请，则相关条款恢复执行。如果实现上市，则自上市交易之日起自动失效。（2）反稀释、优先认购权、最优惠待遇等股东特殊权利终止且自始无效。
5	创识科技	2022年6月，杨晓东、方倩倩分别与前述主体签署了《关于股权回购等相关事项之协议》，约定股权回购，其中回购义务人为杨晓东、方倩倩。	根据杨晓东、方倩倩分别与前述主体签署的《关于股权回购等相关事项之协议》约定，相关回购条款自IPO申报之日起中止执行。若发行人IPO申请被否决或发行人自行撤回申请，则相关条款恢复执行。如果实现上市，则自上市交易之日起自动失效。
6	金雷曼		
7	小榄工业资产		
8	联成投资		
9	陈作为		
10	刘经星		
11	逢永红		

如上表所述，发行人及其实际控制人与杉创投资签署的对赌协议已彻底终止，与其他股东签署的对赌协议中，股份回购条款处于中止状态，且股份回购义务人均均为发行人实际控制人；涉及发行人承担义务的其他特殊股东权利条款已彻底终止。前述处于中止状态的股份回购条款均符合《监管规则适用指引——发行类第

4号》之“4-3对赌协议”的相关要求，具体如下：

序号	条款内容	对赌协议执行情况
1	发行人不作为对赌协议当事人	股份回购义务的承诺人均均为发行人实际控制人，不涉及发行人作为对赌当事人
2	对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定	若协议恢复效力并触发回购条款，均为实际控制人回购外部投资人所持股份，从而实际控制人的持股增加，不存在导致发行人控制权变化的情形
3	对赌协议不与市值挂钩	对赌协议的相关条款所涉及的回购触发的情形均不存在与市值挂钩的情形
4	对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形	对赌协议的相关条款均以实际控制人为对赌义务人，不存在损害发行人持续经营能力的情形，同时，对于目前处于中止状态的相关对赌协议，自发行人上市之日起将自动失效，因此未来上市后也不存在其他严重影响投资者（尤其是中小投资者）权益的情形

经核查上述对赌协议，除尚存的实际控制人股份回购及随售权条款处于中止状态外，其他股东特殊权利条款均在报告期内解除且经股东确认自始无效，发行人报告期内无需承担任何对赌义务，因此，报告期内发行人就此无需确认相应的金融负债，发行人收到的相关投资款在报告期内可确认为权益工具。

在与现有外部股东签署的对赌协议中，除与民生投资签署的协议外，其他存在发行人作为协议签署主体的对赌协议均已终止且自始无效；与民生投资签署的对赌协议虽然存在发行人作为协议签署主体，但不存在发行人作为对赌义务人的情形。

综上，与现有外部股东签署的对赌协议中，其中涉及约定发行人为对赌义务人的条款均已彻底终止且自始无效，处于中止状态下的对赌条款均为实际控制人作为对赌义务人，符合《监管规则适用指引——发行类第4号》之“4-3对赌协议”的要求。

## （二）实际控制人是否存在因承担对赌义务而承担大额负债的风险，是否影响发行人控制权的稳定性

根据实际控制人承担对赌义务的相关有效协议的约定，假设中投建华、中投嘉华、华翰裕源等股东在出现相关协议约定情形时要求发行人实际控制人杨晓东及其配偶方倩倩回购前述股东所持有的发行人股份，根据相关协议约定实际控制人可能承担的债务总额约为1.4亿元；根据发行人实际控制人的个人征信报告、其就个人资产情况出具的书面说明，除持有发行人的股份外，截至本问询回复出具之日，杨晓东及其配偶名下拥有的一套市场价值约为1.6亿元的房产，且双方

均未承担大额债务，因此杨晓东及其配偶的资产价值高于前述对赌义务项下可能产生的债务金额。

综上，实际控制人不存在因承担对赌义务而无法偿还大额负债的风险，不会影响发行人控制权的稳定性。

二、说明保荐人变更的背景和原因，现任保荐人是否与前任保荐人沟通，前任保荐人在核查过程中有无发现异常情形；民生证券实质开展发行人上市工作的时间，参与的具体活动、时间、主要工作内容及对应人员情况，尽职调查工作是否独立、充分、客观

### （一）保荐人变更的背景和原因

公司曾聘请兴业证券股份有限公司（以下简称：兴业证券）作为保荐机构，于2017年5月23日向中国证监会报送创业板IPO申请材料，于2018年1月24日未通过2018年第22次发审委会议审核，并于2018年7月22日收到中国证监会出具的《关于不予核准深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请的决定》（证监许可[2018]1161号）。其后公司与兴业证券终止合作。

2019年，发行人经过对新产品的开发及对国内市场的大力开拓，经营业绩扭亏为盈，于2020年重新启动上市计划，并于2020年下半年与中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投”）建立合作关系，中信建投于2020年9月进场开展尽职调查工作，并于2020年12月向深圳证监局申请辅导备案登记，其后双方因申报计划进度发生分歧，于2021年12月终止合作。

根据与发行人、中信建投经办人员的访谈，后续变更保荐人为民生证券主要有两方面的背景和原因：

1、原本双方约定计划于2021年6月末之前申报材料，但由于中信建投在辅导期间与发行人及内核沟通上所花费的时间较长，最终未能按时申报材料，中信建投作为辅导机构与发行人合作至2021年底；

2、2021年8月，民生投资开始与发行人接洽并表达了入股意向，2022年3月，民生投资完成了对发行人的增资，民生投资在与发行人接洽入股时向发行人推荐了民生证券担任本次发行上市项目的保荐机构，此背景下，在民生投资完成

投资后，发行人与民生证券保荐业务团队开始接触，综合考虑项目团队经验、人员安排后最终选定民生证券担任本次主板 IPO 的保荐机构。

## （二）现任保荐人是否与前任保荐人沟通，前任保荐人在核查过程中有无发现异常情形

民生证券作为现任保荐人，与前任保荐人兴业证券、中信建投的沟通情况如下：

### 1、兴业证券

发行人前次 IPO 申报覆盖报告期为 2014-2017 年 6 月，与本次申报覆盖报告期不存在重叠，经与兴业证券经办人员沟通，由于时间较为久远，且其已从兴业证券离职，无法就当时的申报情况代表保荐机构发表意见。

### 2、中信建投

经与中信建投经办人员沟通，其所履行的核查程序，以及核查中所发现的异常情形及整改情况如下：

#### （1）核查过程

2020 年 9 月进场后，中信建投项目组按监管机构、中信建投的核查要求开展尽调工作，主要工作包括对发行人股权状况进行全面彻底的核查、完善资产权属、完善法人治理结构、协助发行人建立、健全财务会计管理体系及制度、督促发行人形成明确的业务发展战略目标和战略规划并及时传递资本市场发行与审核动态的信息，以使发行人董事、监事、高管和持有发行人 5%以上股份的股东及时了解资本市场新变化和国内监管要求等。

#### （2）异常情形及整改情况

中信建投在核查中所发现的异常情形主要包括：以供应商返还形式发放员工薪酬、杨华与其亲属间存在股权代持关系、与外部投资机构签署对赌协议、东莞分公司租赁的厂房无产权证、使用财务人员个人银行卡代收代付少量款项、发行人与关联方存在资金拆入和拆出。

##### ① 以供应商返还形式发放员工薪酬的情形

2018 年-2020 年上半年，发行人出于为员工减轻个人所得税税负的目的，以供应商返还形式向主要管理人员及销售支付薪酬。整改情况为：发行人支付

的上述技术服务费实际用于向员工支付薪酬，发行人将上述费用全部计入职工薪酬，对应增值税进行进项税额转出，相关员工按照从华智融获取薪酬的口径累计补缴个人所得税及滞纳金，同时，督促发行人针对该事项开具专项税务无违规证明。

#### ② 杨华与其亲属间存在股权代持关系的情形

经核查，杨华与其亲属间存在的股权代持关系形成过程来源于两部分，2015年11月受让曾勇光所持华智融有限200万元出资额，以及2016年11月受让曾勇光所持华智融有限100万元出资额。整改情况为：杨华与相关受让方签署《股权转让协议书》，根据相关协议将代持股份全部还原至上述被代持人或被代持人的近亲属，股份代持至此解除，并由广东省深圳市深圳公证处对本次杨华转让股权进行公证并出具《公证书》。

#### ③ 与外部投资机构签署对赌协议的情形

发行人与中投建华、中投嘉华等股东签署过对赌协议，对赌协议中存在发行人对股份回购价款支付承担连带责任的条款和发行人承担义务的其他特殊股东权利条款。整改情况为：发行人与中投建华、中投嘉华等股东签署过的涉及发行人承担义务的其他特殊股东权利条款已彻底终止。

#### ④ 东莞分公司租赁的厂房无产权证的情形

东莞分公司向东莞市塘厦申田五金制品厂租赁的位于东莞市塘厦镇平山188工业区新龙头路8号的工厂，租赁期限为2017年7月1日至2023年6月30日，该租赁房产无产权证。整改情况为：东莞市城市管理和综合执法局塘厦分局、东莞市塘厦镇人民政府、东莞市人民政府分别出具无违规证明对该事项予以确认。

#### ⑤ 使用财务人员个人银行卡代收代付少量款项的情形

2018年-2020年，考虑到零星收付款以及取现的灵活便利性，发行人使用员工王娜的两张个人卡作为公司卡管理和使用。上述两张个人卡主要用于代收零星货款、供应商赞助年会费用等，代付公司年会费用等，单笔金额较小。整改情况为：发行人为了加强资金管理的规范性，停止使用上述个人卡，并将相关银行流水调整至公司账目，并于2020年12月将个人卡予以注销。

#### ⑥ 发行人与关联方存在资金拆入和拆出的情形

2018年-2020年，发行人实际控制人杨晓东曾出于临时资金周转原因，与公司发生非经营性资金往来。整改情况为：杨晓东按照银行一年期商业贷款利率4.35%计算利息，并向公司归还了本金和利息。上述关联方资金拆借对发行人生产经营没有造成重大影响，公司已严格依照法律规定及《公司章程》履行了相关审议程序，不存在损害发行人和发行人股东利益的情形。

**(三) 民生证券实质开展发行人上市工作的时间，参与的具体活动、时间、主要工作内容及对应人员情况，尽职调查工作是否独立、充分、客观**

**1、民生证券实质开展发行人上市工作的具体情况**

民生投资于2022年3月完成了对发行人的增资入股，在民生投资的介绍下，民生证券保荐业务团队与发行人接洽并达成合作协议。民生证券保荐业务团队于2022年4月初进场开展发行人上市工作，于2022年5月9日完成内部立项工作，并于2022年5月13日与发行人签订《首次公开发行股票辅导协议》。

民生证券实质开展上市工作，参与的具体活动、时间、主要工作内容及对应人员情况具体如下：

时间	主要工作内容	主要对应人员
<b>1、建立合作关系，进行初步尽职调查，并协助公司优化治理结构，完善内部控制制度</b>		
2022年4月-5月	对公司进行初步尽职调查，根据尽职调查情况，协助公司进行规范整改，同时民生证券内部进行立项；完成内部立项后，签订首次公开发行股票辅导协议。	张家文、何立衡、林聪、陆文泽
2022年4月-5月	在组织项目人员对公司进行初步尽职调查的过程中，通过现场和远程相结合的方式对以下事项进行了重点核查： (1) 历次股权转让、增资事项是否合法、有效； (2) 核查发行人与下属子公司及其他关联方关联交易； (3) 调查发行人所处行业发展前景； (4) 发行人董事、监事、高级管理人员是否发生重大变化； (5) 与发行人讨论确定募投项目可行性研究报告； (6) 向中国证监会深圳监管局报送辅导备案登记材料； (7) 核查发行人及董监高等关键人员的银行账户资金流水等； (8) 对发行人银行存款、银行借款等进行函证； (9) 核查经营业绩的真实性，并对重大客户、供应商进行函证； (10) 对发行人的存货、固定资产等进行监盘； (11) 核查发行人通过发票报销以及供应商返还发放	张家文、何立衡、林聪、陆文泽

时间	主要工作内容	主要对应人员
	薪酬事项； (12) 核查股权代持事项，通过访谈，获取确认函、股权转让协议书和公证书等确认股权代持真实性。	
2022年4月-5月	协助公司进一步优化治理结构，特别是建立完善的公司内部控制制度和加强公司的规范运行等事项，主要包括以下工作： (1) 协助公司建立相应的内部控制制度； (2) 协助公司拟定重大事项三会决议； (3) 协助公司完成汇算清缴等工作。	张家文、何立衡、林聪、陆文泽
<b>2、上市辅导及申报阶段</b>		
2022年6月-7月	组织项目人员对公司展开全面尽职调查，同时对以下事项采取了包括对相关人员进行访谈、查阅相关资料、访谈发行人会计师和律师意见、召开中介协调会等多种方式进行了重点核查： (1) 核查报告期发行人员工社会保险和住房公积金缴交情况； (2) 获取董事、监事、高级管理人员等员工调查表，核查其对外投资、履历等情况； (3) 通过查询企业信用信息公示系统等方式取得重要客户供应商工商信息，包括历任公司股东、董监高成员等，并与发行人主要股东、董监高等对外投资、近亲属信息比对，核查是否存在关联关系； (4) 核查商标、专利、软件著作权等资产权属； (5) 核查经营业绩的真实性，并对重大客户、供应商进行走访； (6) 取得报告期发行人收入及成本明细表、期间费用明细表，核查发行人报告期内产品成本、收入、期间费用是否存在明显变化； (7) 获取发行人报告期收入合同台账，核查合同、验收单、回款等单据，确认收入真实性、准确性；核查报告期发行人成本核算、归集方法，确认发行人成本核算准确性； (8) 核查报告期各期发行人的综合毛利率、分产品或服务的毛利率变动分析，同行业上市公司中与发行人相同或相近产品或服务的毛利率对比情况，分析差异原因；核查报告期各期发行人的费用率，与同行业上市公司进行比对，分析差异原因； (9) 查阅发行人各项期间费用明细表，并核查期间费用的完整性、合理性，以及存在异常的费用项目；核查报告期内税收政策的变化及对发行人的影响； (10) 核查报告期各期发行人员工工资总额、平均工资及变动趋势与发行人所在地区平均水平或同行业上市公司平均水平之间存在显著差异及差异的合理性； (11) 核查报告期发行人应收账款主要客户与发行人主要客户是否匹配，新增客户的应收账款金额与其营业收入是否匹配； (12) 组织项目组成员及其他中介机构通过集中授课	张家文、何立衡、张鑫、林聪、陆文泽

时间	主要工作内容	主要对应人员
	<p>的形式组织发行人被辅导人员集中学习相关法规、制度；</p> <p>(13) 与发行人讨论确定募投项目可行性研究报告；</p> <p>(14) 督促其他中介机构出具相应申报文件；</p> <p>(15) 主要关联方进行走访、访谈，核查发行人与关联方关联交易合理性、公允性和必要性；</p> <p>(16) 走访发行人工商、税务、住建、社保公积金等主管部门，取得工商、税务、住建等有关部门对发行人的无违规证明，检索工商、税务、住建等主管部门网站，取得发行人是否存在违规行为的检索结果；</p> <p>(17) 制作招股说明书等申报文件。</p>	
2022年7月22日-8月25日	<p>(1) 提交现场质量验收申请；</p> <p>(2) 组织项目人员配合质量控制部门考察人员及相关人员的现场考察和审核工作；</p> <p>(3) 组织项目人员依照质量控制部沟通反馈意见对《招股说明书（申报稿）》等申请文件进行修改，并对沟通反馈意见进行回复，对相关重点关注事项进一步核查；</p> <p>(4) 参加内核会议；</p> <p>(5) 根据内核会意见修改和完善申报材料。</p>	张家文、何立衡、张鑫、林聪、陆文泽
2022年8月-9月	<p>(1) 申请证监局辅导验收，报送辅导总结材料；</p> <p>(2) 组织项目人员修改、完善申报材料；</p> <p>(3) 通过证监局辅导验收；</p> <p>(4) 组织项目人员修改、完善申报材料，会同发行人及其他中介机构对申报材料审阅确定定稿，完成申报工作。</p>	张家文、何立衡、张鑫、林聪、陆文泽、陈曦

民生证券开展的尽职调查工作主要包括资料收集、与发行人沟通、现场调研及测试、中介机构沟通协调、实地走访或函证发行人主要客户与供应商、对发行人盈利能力进行充分而审慎的核查、工作底稿制作及审验和准备上市申报文件。项目组成员方面，民生证券组建了由张家文、何立衡、张鑫、林聪、陆文泽、陈曦等人组成的项目组，对公司进行全面尽职调查，并根据项目组成员的工作经历、业务经验及专业特长对尽职调查工作进行有效分工。质量控制和内核人员方面，民生证券投行业务管理及质量控制部、内核委员会办公室审核人员通过对项目组提交的工作底稿、申请文件等进行检查，并了解项目进展情况，掌握项目中出现的问题，并对申请材料的完整性及合规性等进行了审查。

对于尽职调查过程中发现的核心问题，内部审核会议进行逐一问询。为保证项目进程稳步推进，保荐机构项目组成员及内部核查部门均合理利用周末及节假日时间完成相关工作。

## 2、民生证券尽职调查工作独立、充分、客观

(1) 民生投资入股发行人符合相关规定

在了解本次投资机会后，民生投资于 2021 年 8 月开始进场开展投资前的尽职调查工作，并于 2022 年 3 月 2 日经投资决策委员会审议通过关于投资华智融的决议。

2022 年 3 月 14 日，民生投资与发行人及发行人控股股东杨晓东签订《关于深圳华智融科技股份有限公司之投资协议》，民生投资以 2,000.00 万元对发行人进行增资入股，获得 1,261,829 股股份。2022 年 3 月底双方完成增资款划转及工商变更登记手续。

民生证券保荐业务团队于 2022 年 4 月初开始对发行人进行尽职调查，于 2022 年 4 月 13 日第一次组织召开中介机构协调会，民生证券于 2022 年 5 月 13 日与发行人签订《首次公开发行股票辅导协议》，于 2022 年 9 月 22 日与发行人签订《关于首次公开发行股票之保荐协议》。

综上所述，民生证券保荐业务团队正式进场开始尽职调查工作晚于民生投资入股发行人的时间，民生投资入股发行人符合《证券公司另类投资子公司管理规范》的相关规定。

(2) 民生证券按照有关规定进行利益冲突审查、出具合规审核意见，并按规定充分披露

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》、《证券公司投资银行类业务内部控制指引》、《证券公司私募投资基金子公司管理规范》及《证券公司另类投资子公司管理规范》等相关法律法规规定，民生证券严格进行利益冲突审查，制定了《民生证券私募投资基金服务业务隔离墙管理实施细则》、《民生证券股份有限公司信息隔离墙管理办法》、《民生证券股份有限公司跨墙管理实施细则》、《民生证券股份有限公司墙上人员管理实施细则》等相关规章制度，建立了信息隔离体系，对不同业务开展实施风险隔离。

2022 年 4 月 8 日，民生证券投行部华智融项目组按照公司规定进行了利益冲突自查，并提交了《利益冲突自查表》。

2022 年 4 月 28 日，民生证券投资银行业务管理及质量控制部、合规管理总部审核通过对民生证券担任华智融的保荐机构的利益冲突审查，并出具了合规

审核意见，经核查，除民生投资持有华智融 1.47%股份外，该项目与民生证券其他业务或项目不存在利益冲突。

民生投资作为民生证券关联方持有发行人 1.47%股份的情况已在招股说明书中充分披露，同时民生证券已在发行保荐书、保荐工作报告等申报材料中对上述情况进行了充分披露。

综上，民生证券已按照《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关规定进行利益冲突审查、出具合规审核意见，并按规定充分披露，符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。

### （3）民生证券尽职调查工作贯穿于本次保荐工作的全过程

本次申报，民生证券保荐业务团队自 2022 年 4 月正式进场后，严格按照《保荐人尽职调查工作准则》《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012]14 号）等相关法律法规规定的要求对本次发行及上市进行了独立审慎的尽职调查。

对于前任保荐人中信建投在核查过程中发现的异常情形如以供应商返还形式发放员工薪酬以及杨华与其亲属间存在股权代持关系等，民生证券保荐业务团队独立进行了核查，主要通过查阅相关资料、访谈等方式核查上述情形及整改情况，同时，在此基础上，民生证券保荐业务团队在核查过程中还发现发行人通过发票报销发放员工薪酬的情况，针对该情况，民生证券保荐业务团队通过获取发行人员工报销明细账，查看报销的记账凭证、报销单、发票等原始凭证，并通过访谈发行人员工，了解报销的真实性，并督促发行人员工按照薪酬口径补缴个人所得税。

民生证券保荐业务团队尽职调查工作贯穿于本次保荐工作的全过程，包括立项、辅导、内核、申报材料制作与申报等各阶段。

综上所述，民生证券尽职调查工作独立、充分、客观。

#### **保荐机构履行了如下核查程序：**

1、取得并查阅发行人与股东签署的对赌协议及相关补充协议，并对比分析《监管规则适用指引——发行类第 4 号》之“4-3 对赌协议”；

2、查阅发行人实际控制人的个人征信报告、并取得其就个人资产情况出具

的书面说明；

3、与发行人管理人员、中信建投项目负责人访谈，了解历次保荐人变更的背景和原因，以及通过与中信建投项目负责人的访谈，核实在核查过程中有无发现异常情形；

4、罗列民生证券项目组实质开展上市工作的时间，参与的具体活动、时间、主要工作内容及对应人员情况；

5、查阅《证券公司另类投资子公司管理规范》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关规定，核实民生投资入股发行人符合《证券公司另类投资子公司管理规范》的相关规定，并且民生证券项目组已按照《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关规定开展工作。

**经核查，保荐机构认为：**

1、经逐条对照《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3的相关规定，发行人对赌协议的解除符合《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3中规定的要求；实际控制人不存在因承担对赌义务而无法偿还大额负债的风险，不会影响发行人控制权的稳定性；

2、保荐人变更的背景和原因符合发行人实际情况，前任保荐人中信建投在核查过程中发现的异常情况在本次申报前均已整改完毕，民生证券尽职调查工作独立、充分、客观。

**发行人律师认为：**

1、经逐条对照《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3的相关规定，发行人对赌协议的解除符合《监管规则适用指引——发行类第4号》4-3中规定的法律方面的要求；截至本补充法律意见书出具日，实际控制人的资产价值高于因承担对赌义务而可能需偿付的债务金额，不存在因不能偿付大额负债而影响发行人控制权的稳定性的情形。

2、发行人两次保荐人变更主要系因发行人前次申报被否决以及申报计划发生分歧所致；现任保荐人已与中信建投证券项目经办人员予以沟通，相关异常情况发行人已完成整改或规范并在《招股说明书》等申报文件中予以披露；民生证券实质开展发行人上市工作的时间为2022年4月，民生证券项目组确认其

相关尽职调查工作独立、充分、客观。

#### 4. 关于营业收入

申报材料显示：

(1)报告期各期,发行人主营业务收入分别为 122,389.87 万元、114,582.32 万元和 121,831.32 万元。发行人前次 IPO 申报覆盖报告期为 2014-2017 年 6 月,本次 IPO 申报覆盖报告期为 2019-2022 年,两次申报报告期内收入和利润均呈现增长趋势,但 2018 年发行人业绩大幅下滑,出现亏损。同行业可比公司 2018 年业绩未出现大幅下滑,部分公司当年业绩大幅增长。

(2)2022 年,发行人营业收入同比增长 6.40%,扣非后归母净利润同比增长 41.12%。

(3)报告期各期,发行人境外收入分别为 19,316.45 万元、37,536.15 万元和 43,391.43 万元,不同国家和地区收入波动较大,如非洲和中东地区。

(4)报告期各期,原材料和半成品出口金额分别为 1,096.17 万元、2,026.52 万元和 10,484.08 万元,主要因为部分境外地区对原材料、半成品进口给予了关税、外汇等方面的支持。

请发行人：

(1)说明金融 POS 终端销售给客户后在其终端客户的部署和启用情况,POS 机产品启用信息及软件升级信息与实际销售情况的匹配性,是否存在长期未启用的情形,发行人产品是否实现终端销售,是否存在压货情形;结合境内外金融 POS 终端的竞争格局、支付方式的变革趋势、同行业可比公司业绩变动、商户覆盖率、POS 机使用寿命和更新周期、目前在手订单情况等,说明主营业务收入是否稳定,是否存在收入大幅下滑风险。

(2)说明 2014 年以来发行人收入和利润变动趋势与同行业可比公司的差异情况及合理性,特别是 2018 年发行人出现亏损的原因及合理性,是否存在调节收入和利润的情形。

(3)充分说明 2022 年扣非后归母净利润同比增幅大幅高于营业收入增幅的原因及合理性。

(4) 按国家或地区列示报告期内营业收入金额及占比、毛利率、对应主要客户和产品情况，详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性，相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策及是否存在进出口管制；进一步说明报告期内境外销售收入大幅增长的原因及可持续性；说明境外销售由中信保承保的具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；结合同行业可比公司境外销售的具体情况，说明发行人销售区域与可比公司是否存在明显差异及差异原因。

(5) 详细说明境外地区对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面支持的具体情况，是否存在关税、外汇等方面的合规性风险，结合相关情况进一步分析原材料和半成品出口金额大幅增加的原因及合理性，增长是否具有持续性；原材料和半成品出口是否附带软件系统，如是，说明软件安装方式及终端控制方式。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

(1) 对收入真实性及产品在终端客户部署和启用情况的核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论。

(2) 是否按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-14 的要求对开展业务的信息系统进行专项核查及具体情况。

回复：

一、说明金融 POS 终端销售给客户后在其终端客户的部署和启用情况，POS 机产品启用信息及软件升级信息与实际销售情况的匹配性，是否存在长期未启用的情形，发行人产品是否实现终端销售，是否存在压货情形；结合境内外金融 POS 终端的竞争格局、支付方式的变革趋势、同行业可比公司业绩变动、商户覆盖率、POS 机使用寿命和更新周期、目前在手订单情况等，说明主营业务收入是否稳定，是否存在收入大幅下滑风险。

(一)说明金融 POS 终端销售给客户后在其终端客户的部署和启用情况，POS 机产品启用信息及软件升级信息与实际销售情况的匹配性，是否存在长期未启用的情形，发行人产品是否实现终端销售，是否存在压货情形

1、国内市场的终端客户部署和启用情况

国内市场方面，在收单业务产业链中，发行人作为金融 POS 终端提供商，在将金融 POS 终端销售给第三方支付机构或其指定的收单外包服务机构后，由其向下游商户铺设 POS 终端。

当终端商户进行认证激活时，为保证监管清算机构、收单机构对后续收单业务的管控，商户手中的 POS 终端序列号将与收单机构代码、特约商户编码、特约商户结算账户等信息相关联，且该关联对应关系在支付全流程中具备一致性和不可篡改性。因此，通过了解 POS 终端产品在第三方支付机构系统中的激活情况即可验证发行人销售情况的真实性和匹配性。而 POS 终端的软件升级系针对不同客户、不同环境、不同机型的需要而产生，具备一定的偶然性和针对性，与发行人的实际销售情况缺乏匹配关系。

根据中介机构对发行人报告期内主要 9 家客户的访谈确认，发行人销售的 POS 终端在终端客户的启用情况具体如下：

单位：万台

直接客户	客户性质	对应第三方支付机构	销售情况						启用情况
			2022 年		2021 年		2020 年		
			数量	占比 <sup>注1</sup>	数量	占比 <sup>注1</sup>	数量	占比 <sup>注1</sup>	
合利宝	第三方支付机构	-	221.60	27.04%	97.08	12.30%	106.69	9.58%	80%左右
商雅达	贸易商	乐刷科技	154.88	18.90%	94.86	12.02%	46.19	4.15%	70%左右
汇付支付	第三方支付机构	-	80.19	9.79%	106.16	13.45%	152.77	13.72%	70%-90%
嘉联支付	第三方支付机构	-	79.08	9.65%	98.99	12.54%	-	-	高于行业激活率 <sup>注2</sup>
盛投	收单外包服务机构	银盛支付	98.54	12.03%	44.98	5.70%	62.18	5.58%	80%以上 <sup>注3</sup>
银盛支付	第三方支付机构	-							
付临门	第三方支付机构	-	21.57	2.63%	27.09	3.43%	62.49	5.61%	60%-90%
银迅科技	收单外包服务机构	中付支付	7.68	0.94%	45.46	5.76%	156.76	14.08%	80%左右
拉卡拉	第三方支付机构	-	5.67	0.69%	70.99	8.99%	286.27	25.71%	高于行业激活率 <sup>注2</sup>
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>669.21</b>	<b>81.67%</b>	<b>585.61</b>	<b>74.19%</b>	<b>873.35</b>	<b>78.43%</b>	<b>-</b>

注 1：占比为发行人向客户销售的 POS 终端数量占发行人国内 POS 终端销售总量的比例

注 2：嘉联支付及拉卡拉仅表明其激活率高于行业水平。此外，根据嘉联支付的母公司新国都 2018 年 11 月《关于深圳市新国都技术股份有限公司公开发行可转换公司债券申请文

件的反馈意见》的回复披露，新国都参照自身历史数据和行业情况预测其拟投产并对外投放的传统 POS 终端和智能 POS 终端的最终激活率分别为 85.20%和 88.00%

注 3：该比例系银盛支付确认的自身及其收单外包服务机构盛投公司从发行人采购的 POS 终端的总体激活情况

由上表可知，国内市场普遍存在部分金融 POS 终端长期未启用（即激活率未达 100%）的情形，这主要与第三方支付机构的运营策略相关。

第三方支付机构的业务收入规模主要取决于用户数量和单位用户的平均收入。在渠道推广过程中，其分别通过在拿货和铺货环节对收单外包服务机构进行绩效管理，以保证用户数量的增长和单位用户平均收入的稳定，进而为日后营收规模的增长提供保障。

其中，收单外包服务机构及与其合作的下游渠道代理的铺货速度是用户数量增长的决定性因素。为追求更高的铺货效率，实现领先于竞争对手的铺货速度，因此在拿货环节，第三方支付机构通过将后续收单分润与收单外包服务机构拿货数量相挂钩的方式，刺激收单外包服务机构拿货以实现快速覆盖终端商户的目的，并以此保证用户基数的增长。

而单位用户的平均收入则与收单外包服务机构及渠道代理铺货过程中的真实用户激活率之间存在较高的关联度，真实用户比例越高，意味着日后单位用户的平均收入越高。因此，第三方支付机构通过提供对收单外包服务机构和终端商户的激活奖励来鼓励商户激活 POS 终端。但面对各第三方支付机构间对中小商户资源的激烈争夺，且在前期已充分刺激收单外包服务机构拿货的背景下，必然使得部分 POS 终端不能有效投放至终端商户。因此，第三方支付公司会结合当前市场情况和历史经验数据，预测当下真实的激活率水平，并设定该激活率标准下对收单外包服务机构的奖惩机制，在达到激活率标准后，对超出标准部分的激活奖励额度予以降低，甚至不再给予，从而达到抑制收单外包服务机构虚假激活 POS 终端的冲动。所谓虚假激活，即通过引导商户产生一次性交易并获取激活奖励后将机器闲置，最终使得第三方支付机构蒙受损失。根据中介机构对多家第三方支付机构的访谈，该激活率水平大致维持在 60%-90%之间。

因此，POS 终端存在长期未启用的原因主要因第三方支付行业推广策略所致，发行人自身不存在向第三方支付机构或收单外包服务机构压货的情形。

## 2、国外市场的终端客户部署和启用情况

国外市场方面，除部分客户已取得当地支付牌照独立开展支付业务，其通过贸易商或与发行人直接建立业务联系外，发行人一般不直接对接当地支付机构，而是主要通过支付硬件产品及解决方案提供商进入当地市场，即由发行人向客户出售 POS 终端，再由其根据当地市场需求开发软件并加装至 POS 终端后销售给下游支付机构。

上述境外销售模式使得发行人在了解和核查终端客户部署和启用情况时存在一定难度，一方面，境外产品及解决方案提供商对发行人和中介机构通过与下游支付机构的访谈进而建立直接联系较为排斥；另一方面，境外支付机构多为银行等中大型金融机构，其自身信息保密性要求较高，对于未直接与其开展业务往来的发行人来说，直接获取其 POS 终端的采购及启用信息难度较高。同时，由于软件主要由支付硬件产品及解决方案提供商向下游提供，中介机构亦无法通过详细的软件升级信息获取其与销售情况的匹配关系。

鉴于上述情况，且考虑到境外机型多为定制机型，即发行人会根据境外产品及解决方案提供商的要求，印制带有支付机构 Logo 的 POS 终端，通过统计不同 Logo 下的发货数量，中介机构即可知晓销往境外 POS 终端的主要流向。

基于此，发行人采取以下方式对销往境外的 POS 终端的部署和启用情况进行核查：

(1) 对能够配合中介机构访谈的支付机构，中介机构优先采用访谈形式进行确认；

(2) 对无法接受访谈的支付机构，中介机构以境外产品及解决方案提供商的名义，通过向支付机构发送确认函的方式进行确认；

(3) 对于无法通过上述方式进行核查的，由于支付机构向提供商下达订单的时间与提供商向发行人下达订单的时间间隔较短，中介机构通过获取前者订单并与后者订单进行比对，确认交易真实性。

中介机构的核查情况具体如下：

单位：万台

直接客户	客户性质	对应支付机构	销售情况						启用情况	确认方式
			2022年		2021年		2020年			
			销量	占比 <sup>注1</sup>	销量	占比 <sup>注1</sup>	销量	占比 <sup>注1</sup>		
Advanced Mobile Payment Inc.	支付硬件产品及解决方案提供商	Parvakht Favavari Pasargad	10.00	12.81%	3.00	4.67%	2.00	6.79%	100% <sup>注2</sup>	访谈及确认函
		Sitca	2.19	2.81%	1.73	2.69%	3.19	10.83%	100% <sup>注2</sup>	确认函
Worldline Inida Private Limited	支付硬件产品及解决方案提供商	- <sup>注3</sup>	6.12	7.84%	6.03	9.38%	4.74	16.09%	约91%	确认函
Transsnet Financial Service Limited	支付机构	PalmPay	5.41	6.93%	2.06	3.21%	-	-	88.90%	确认函
Zeller Australia Pty Ltd	支付机构	-	1.85	2.37%	1.35	2.10%	-	-	80.00%	确认函
Ion S.A.	贸易商	LoyalTek/LoyalPay	0.94	1.20%	0.76	1.18%	0.61	2.07%	84.84%	确认函
Iconnic Software Pty Ltd	支付硬件产品及解决方案提供商	SHOP2SHOP	5.01	6.42%	1.30	2.02%	-	-	87.30%	确认函
Gargour Technologies	贸易商	OPay	2.10	2.69%	12.56	19.54%	-	-	超过90%	访谈
Trustworthy Hans International			0.20	0.26%	7.83	12.18%	-	-		
Nomhub Management Limited			-	-	2.99	4.65%	0.21	0.71%		
Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	销售POS机、提供后端卡的签发以及银行收单服务商	Habib Bank Limited	0.51	0.65%	1.50	2.33%	0.50	1.70%	未提供	订单
		Meezan Bank	1.81	2.32%	1.46	1.87%	0.29	0.37%	未提供	订单
Contact Design Ltd.	贸易商	Techservice Co. Ltd 等	0.85	1.09%	0.26	0.40%	1.41	4.78%	未提供	订单
<b>合计</b>	-	-	<b>34.80</b>	<b>47.39%</b>	<b>42.83</b>	<b>66.22%</b>	<b>12.95</b>	<b>43.34%</b>	-	-

注1：占比为发行人向客户销售的POS终端数量占发行人国外POS终端销售总量的比例，其中，销往国外的半成品数量通过主板数量折算成成品数量，下同；

注2：由于不同国家支付机构的运营模式存在差异，部分支付机构以是否完成向下游铺设而非激活率描述启用情况，使得其确认的启用情况达到100%；

注3：Worldline India在印度市场已获取支付牌照，因此，发行人销往Worldline India

的 POS 终端中部分为其自行铺设，上表列示销量即为其自行铺设数量。

此外，中介机构通过定制 Logo 知悉部分 POS 终端的流向，但未能获得相关支付机构的确认，中介机构通过查询其官网、维基百科、年度报告等公开信息判断银行等支付机构的真实性，具体如下：

直接客户	客户性质	对应支付机构	对应支付机构基本情况	销售情况					
				2022年		2021年		2020年	
				销量	占比	销量	占比	销量	占比
Advanced Mobile Payment Inc.	支付硬件产品及解决方案提供商	Behpardakht Mellat	成立于1980年，实收资本335亿里拉，伊朗最大的商业银行之一，跻身世界前1000家银行之列。	10.00	12.81%	-	-	-	-
Worldline Inida Private Limited	支付硬件产品及解决方案提供商	Axis bank	成立于1993年，于伦敦证券交易所上市。总资产528亿美元，2022年实现营业利润3亿美元。	5.38	6.89%	3.40	5.29%	4.75	16.12%
		Federal bank	成立于1931年，该银行在印度各州拥有1,370家分行。它还在阿布扎比、卡塔尔、科威特、阿曼和迪拜设有海外代表处。2020年实现净利润1.9亿美元。	-	-	0.40	0.62%	0.20	0.68%
		City Union Bank	成立于1904年，拥有725家分支机构，2022年，其市值约12亿美元，2022年实现净利润0.95亿美元。	0.20	0.26%	-	-	-	-
		South India Bank	成立于1928年，总部位于印度喀拉拉邦的大型私人银行，拥有933家分支机构，18家区域办事处，总资产93亿美元。	0.10	0.13%	-	-	-	-
		Yes Bank	于2004年成立于印度孟买，印度国家银行拥有其30%的股份，总资产约440亿美元。	0.60	0.77%	-	-	-	-
		Kotak Bank	成立于1985年，总部位于孟买，是印度市值第三大的私营部门银行，总资产780亿美元。	0.40	0.51%	-	-	-	-
Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	销售POS机、提供后端卡的签发以及银行收单	Mashreq Bank	成立于1967年，在海外13个国家设有16家分支机构，是中东地区成立时间最长的银行机构之一。	1.81	2.32%	1.46	2.27%	0.29	0.98%
		First Abu Dhabi Bank	阿联酋最大的银行，总资产约为3,022亿美元，注册资本约为30亿美元，2022年实现净利润约为36.5亿美元。	-	-	-	-	0.10	0.34%

直接客户	客户性质	对应支付机构	对应支付机构基本情况	销售情况					
				2022年		2021年		2020年	
				销量	占比	销量	占比	销量	占比
	服务商	Abu Dhabi Islamic Bank	于1997年在阿联酋成立，是全球排名第四的伊斯兰银行，总资产约为459亿美元，注册资本约为9.9亿美元，2022年实现净利润约为9.9亿美元。	0.76	0.97%	0.15	0.23%	-	-
		Oman Arab Bank	Oman Arab Bank于1984年在阿曼成立，并于2020年在马斯喀特证券市场上市。总资产约为95.6亿美元，注册资本约为4.3亿美元，2022年实现净利润约为0.42亿美元。	0.10	0.13%	0.10	0.16%	-	-
		Magnati	First Abu Dhabi Bank旗下的支付公司。	0.61	0.78%	0.51	0.79%	-	-
		Network International	Network International于1994年阿拉伯联合酋长国成立，是阿联酋银行的支付子公司，于2019年在伦敦证券交易所上市。注册资本约为0.7亿美元，总资产约为15.8亿美元，2022年实现营业收入约为4.4亿美元，净利润约为0.8亿美元。	3.49	4.47%	-	-	-	-
		Geidea	成立于2008年，总部位于沙特阿拉伯首都利雅得，是一家获得完全许可的支付服务提供商，为沙特阿拉伯超过70万支付终端提供支持。	0.45	0.58%	-	-	-	-
		National Bank of Oman	成立于1973年，是阿曼苏丹国的第一家注册银行，是马斯喀特证券市场上市公司。注册资本约为4.2亿美元，总资产约为112亿美元，2022年实现净利润约为1.25亿美元。	0.26	0.33%	-	-	-	-
		Doha Bank	成立于1979年，是卡塔尔国最大的商业银行之一，是卡塔尔证券交易所的上市公司。总资产约为268亿美元，注册资本约为8.5亿美元，2022年实现净利润约为2.1亿美元。	0.05	0.06%	-	-	-	-

直接客户	客户性质	对应支付机构	对应支付机构基本情况	销售情况					
				2022年		2021年		2020年	
				销量	占比	销量	占比	销量	占比
World Pos Solutions LLC	支付硬件产品及解决方案提供商	Red Enlace	成立于1988年，是玻利维亚一家支付行业的先驱公司，公司总资产约为2,379万美元，注册资本约为645万美元，2022年实现净利润约为354万美元。	0.26	0.33%	0.81	1.26%	0.51	1.73%
		Banco del Barrio	成立于1923年，是厄瓜多尔的一家上市银行，注册资本约为4.8亿美元，总资产约为68.9亿美元，营业收入约为5亿美元，2022年实现净利润约为1.1亿美元。	0.55	0.70%	0.70	1.09%	0.60	2.04%
		Banco Pichincha	成立于1906年，是厄瓜多尔最大的私营银行，该银行在厄瓜多尔有180万客户，总资产45亿美元，存款40亿美元，在该国还有200多家分行。	0.18	0.23%	-	-	0.37	1.26%
		Linkser S.A	成立于1993年，是玻利维亚的发卡及收单机构，主要与visa、万事达等合作开发业务，总资产约为1,300万美元。	0.56	0.72%	0.45	0.70%	0.25	0.85%
		Medianet	厄瓜多尔拥有19年历史的科技公司，提供包括Visa、万事达、美国运通、银联、Diners Club、Discover在内的信用卡的交易处理服务。	0.35	0.45%	0.50	0.78%	0.41	1.39%
合计	-	-	-	26.11	33.44%	8.48	13.19%	7.48	25.39%

(二) 结合境内外金融 POS 终端的竞争格局、支付方式的变革趋势、同行业可比公司业绩变动、商户覆盖率、POS 机使用寿命和更新周期、目前在手订单情况等，说明主营业务收入是否稳定，是否存在收入大幅下滑风险

1、境内外金融 POS 终端的竞争格局

(1) 国内市场的竞争格局

随着移动支付的兴起和“96 费改”的推出，分别从技术和成本上扩大了线下收单的应用场景，使得线下收单从主要以商业银行和银联商务等机构主导并通过银行卡刷卡支付形式应用于大额支付场景向拉卡拉、汇付等第三方支付机构主导并通过二维码支付应用于小额支付场景的方向迅速扩张。而线下收单应用场景的扩大也为处于电子支付行业上游的金融 POS 终端设备带来新的增长机会。

在国产金融 POS 终端厂商中，新国都和新大陆等凭借先发优势成为银联商务的核心供应商，而华智融、天喻信息等后发厂商则与拉卡拉、汇付等收单机构达成深度合作，在以中小微商户为代表的小额支付场景中持续发力。

以亚太区域出货量排名衡量国内市场的竞争情况，主要国产金融 POS 终端厂商在国内业务的竞争情况如下：

POS 厂商	基本情况	亚太区排名	
		2021 年	2020 年
新国都	新国都主要业务包括支付服务及场景数字化服务、电子支付产品销售、生物识别产品销售、审核服务业务等。2020-2022 年，电子支付产品实现销售收入为 7.70 亿元、8.97 亿元和 9.82 亿元。	9	7
新大陆	新大陆是一家拥有物联网设备、系统平台及大数据应用全产业链能力的数字化服务商。2020-2022 年，电子支付产品及信息识读产品实现销售收入 18.56 亿元、29.63 亿元和 33.35 亿元。	4	4
天喻信息	天喻信息从事的主要业务包括金融行业、智能支付终端、物联网、企业服务和智慧教育业务。2020-2022 年，金融 POS 终端实现销售收入 8.79 亿元、6.83 亿元和 6.89 亿元。	1	3
百富环球	百富环球是一家电子支付（EFT-POS）终端机解决方案供货商，主要从事开发及销售 EFT-POS 产品并提供相关服务。2020-2022 年，POS 终端实现销售收入 55.32 亿港元、70.15 亿港元和 78.37 亿港元。	11	13
华智融	公司主要从事金融 POS 终端产品及相关软件的技术研发、生产、销售，主要产品包括金融 POS 终端及相关配件等。2020-2022 年，公司 POS 终端实现销售收入 12.24 亿元、11.46 亿元和 12.18 亿元。	2	2

注：基本情况来源于各公司年报；亚太区域排名来源于 2020 及 2021 年《尼尔森报告》。

由上表可知，天喻信息及华智融排名较高。一方面，从数量上看，小微企业是中国市场工商业主体，小微企业在全国各类市场主体中的占比超过 90%，而二维码支付方式的普及促进了线下收单市场快速下沉，刺激金融 POS 终端需求的增长；另一方面，与大型商超、酒店相比，中小微商户属于价格敏感型客户群体，其对收单手续费的变动较为敏感，导致其对第三方支付机构的客户黏性较低，使得上述群体对 POS 终端的更新频率更快，从而促进了华智融、天喻信息等设备提供商的金融 POS 终端出货量。

## （2）境外市场的竞争格局

国外市场的竞争存在一定的区域差异，比如成立于 1981 年的 VeriFone、成立于 1980 年的 Ingenico 作为老牌的金融 POS 终端产品巨头，分别在美国市场、欧洲市场上占有主导优势，并通过金融、零售、酒店、石油、政府和医疗等行业客户渗透入各种支付场景，竞争地位较为稳固。

而拉丁美洲、中东、非洲等新兴市场，则成为近年来国内厂商拓展的重点区域。经历过国内激烈市场博弈的中国企业，拥有较强供应链保障能力和快速市场响应能力的同时又兼具产品性价比，逐步获得新兴市场的青睐。

根据《尼尔森报告》，主要金融 POS 终端厂商在拉丁美洲、中东-非洲区域业务的竞争情况如下：

POS 厂商	2021 年		2020 年	
	拉美区域排名	中东-非洲区域排名	拉美区域排名	中东-非洲区域排名
VeriFone	4	3	3	3
Worldline	2	13	2	10
百富环球	1	1	1	2
新国都	18	7	19	14
新大陆	3	2	5	9
天喻信息	34	30	23	21
华智融	21	12	21	22

注：上述排名来源于 2020 年及 2021 年《尼尔森报告》，其中，Ingenico 为 Worldline 子公司。

虽然 VeriFone、Ingenico 在国外市场的竞争力较强，但随着国内厂商持续

对拉丁美洲、中东-非洲区域等新兴市场的拓展，2021 年较 2020 年上述区域的出货量及排名整体均有上升。由于新兴市场的 POS 终端渗透率相对于发达市场仍处于较低水平，包括百富环球、新大陆、华智融在内的中国 POS 终端厂商针对海外市场的营收规模，特别是快速发展的新兴市场将极具增长潜力。

## 2、支付方式的变革趋势

支付方式以便捷化为目标、由笨重到灵活演进。2016 年以前，银行卡与现金“两分天下”，各自切分了大额批发和小额零售的消费支付市场。2016 年后，移动支付进入迅猛发展阶段，由此衍生的条码支付及 NFC 支付逐步占领线下交易市场，替代现金成为线下支付场景中的常见交易模式。近年来，依靠生物识别、机器视觉等技术实现的智能识别支付手段正悄然兴起。未来支付手段可能脱离支付载体，用户可依靠生物特征或所有物品专属标识实现支付，非现金支付也将占据线下消费场景的主体交易模式。随着非现金支付市场的发展成熟，产业链分工趋于细化，线下收单业务作为非现金支付商业链条上的重要一环，将发挥愈加重要的市场推动作用。而作为收单业务上游的金融 POS 终端提供商，在支付方式不断变革的过程中，其产品类型也逐渐由仅支持银行卡刷卡的传统 POS 向满足扫码支付、电子签名等需求的无线 POS、智能 POS 转变，并朝着支持人脸识别、扫脸支付的方向不断发展。

## 3、同行业可比公司业绩变动

报告期内，发行人与同行业可比公司的业绩变动情况如下：

单位：万元

可比公司	2022 年		2021 年		2020 年
	主营业务收入	变动率	主营业务收入	变动率	主营业务收入
新国都	98,170.33	9.42%	89,716.07	16.46%	77,033.69
新大陆	333,496.25	12.54%	296,332.20	59.69%	185,561.41
天喻信息	68,913.22	0.84%	68,341.08	-22.21%	87,855.25
百富环球	700,051.96	20.23%	582,265.67	18.35%	491,990.59
华智融	121,831.32	6.33%	114,582.32	-6.38%	122,389.87

注：在各可比公司主营业务收入统计中，由于可比公司存在多种业务，为保证数据可比性，分别选取新国都的电子支付产品，新大陆的电子支付产品及信息识读产品，天喻信息的终端产品，百富环球的电子支付终端进行比较。

由上表可知，从业务规模来看，报告期内，同行业可比公司中，新国都、新

大陆及百富全球的 POS 终端业务规模呈增长之势，天喻信息在下降后保持平稳，而发行人则呈先降后升趋势。这主要由国内外不同的市场环境和各可比公司在境内外销售情况的差异所致。

就市场环境而言，2021-2022 年，受到客观因素影响，亚太地区的 POS 终端出货量占全球出货量的比重由 2020 年的 68%下降至 2021 年 60%。而同期境外市场方面，在全球性供应链短缺的背景下，国内厂商凭借较为完备的产业链以及供应链长期积累的制造优势，电子支付设备的出口呈现大幅增长的态势。

就各公司在境内外的产品销售情况而言，百富环球的目标市场以海外 POS 终端市场为主，与国内厂商形成错位竞争，需求旺盛的海外市场推动其营收规模保持稳定增长。而新国都、新大陆则在稳固国内市场的同时，积极开拓海外市场。根据新国都及新大陆 2021 和 2022 年年报显示，新国都电子支付设备业务在海外市场收入分别增长 88.30%和 65.16%，出货量同比增加 96.82%和 282.22%；新大陆支付设备海外出货量超 310 万台和 400 万台，同比增长 176%和 29.03%。由于新国都、新大陆等国内 POS 终端厂商在海外市场布局较早，海外收入占比较高，海外销售收入的高速增长抵消了国内业务的不利影响，使得上述可比公司总体呈上升趋势。此外，可比公司中天喻信息的经营重心以国内市场为主，因此，其业务规模受国内市场环境影响较大，业务规模呈平缓趋势。

同一时期，发行人境外收入由 2020 年的 19,316.45 万元上涨至 2021 年的 37,536.15 万元，增长 94.32%，与可比公司新国都、新大陆保持一致，但由于海外收入规模尚小，且受芯片短缺影响，为优先满足海外订单，发行人境内收入由 103,073.42 万元下降至 77,046.17 万元，导致发行人 2021 年整体收入较 2020 年有所下降。2022 年，发行人国内业务收入企稳上涨，加之海外业务的继续扩张，整体业务规模稳中有升。

#### 4、商户覆盖率

根据《尼尔森报告》，以单个厂商在区域市场的 POS 终端出货量占该区域主要 POS 终端厂商总出货量的比例衡量各厂商在该区域市场的商户覆盖率，具体情况如下：

项目	2021 年			2020 年		
	亚太地区	拉美地区	中东-非洲地区	亚太地区	拉美地区	中东-非洲地区
VeriFone	2.66%	8.56%	7.12%	2.66%	12.17%	7.53%
Worldline	7.43%	11.48%	3.71%	6.85%	13.43%	4.38%
新国都	5.10%	0.87%	5.29%	5.61%	0.53%	3.50%
新大陆	9.22%	10.59%	7.76%	8.32%	4.74%	4.42%
天喻信息	12.86%	0.00%	0.05%	12.22%	0.34%	0.99%
百富环球	3.36%	28.45%	8.55%	2.64%	36.79%	8.42%
华智融	9.81%	0.44%	4.04%	12.40%	0.47%	0.80%
<b>合计</b>	<b>50.44%</b>	<b>60.39%</b>	<b>36.52%</b>	<b>50.70%</b>	<b>68.47%</b>	<b>30.04%</b>

由上表可知,上述地区中,作为世界范围内 POS 终端整体出货量最大的地区,亚太地区的市场份额由国内 POS 终端厂商牢牢占据,其中发行人分别以 12.40%和 9.81%的市场份额位居前列,市场地位稳健。而拉美、中东-非洲市场的市场潜力则十分巨大,根据《尼尔森报告》,2020 至 2021 年,拉美和中东-非洲市场的 POS 终端出货量增速分别达到 32.24%和 18.53%,其增速远超世界其他地区。随着国内厂商在海外市场布局的日益深化,VeriFone、Worldline 两大 POS 终端巨头在上述新兴市场的份额有所下降。针对中东-非洲市场,发行人通过加强与当地具有一定影响力的知名企业的合作进一步提升产品知名度和品牌力;针对拉美市场,2023 年,发行人已经设立巴西子公司,进一步将产品贴合拉美市场本地化需求,针对性地开发契合当地使用场景的专业化产品,获得海外客户的认可。

## 5、POS 机使用寿命和更新周期

金融 POS 终端的设计使用寿命普遍可达 5 年以上,而受市场端及政策端双重因素的影响,POS 终端的更新周期通常大大低于其使用寿命,具体分析如下:

### (1) 市场端因素

#### ① 主流支付方式的演变

2010 年以前,线下交易主要以银行卡和现金为主,金融 POS 终端普遍配备磁条卡和 IC 卡读卡器。2010 年后,中国银联“闪付”、“云闪付”的快速推进,“非接支付”开始深入大众生活,逐渐成为日常消费潮流趋势。2014 年开始,随着《关于在银联终端认证中增加非接功能要求的通知》等一系列政策文件的接

连发布，金融 POS 终端的“非接改造”工作日益深入，非接触式 IC 卡读卡器开始安装，并在安全认证、程序、交互、外观形态等方面进行对金融 POS 终端进行设计改造和产品调整，以满足非接触式支付的需求。

2015 年开始，支付宝、微信通过在线下消费场景中布放二维码，在移动支付领域取得成功突破。由于支付宝、微信的用户市场教育卓有成效，非现金支付模式成功打破了城市等级、消费水平、地域差异等限制，从一二线城市向三四线乃至更偏远的农村乡县覆盖。基于此，金融 POS 终端开始通过加装扫描头以满足扫码支付的功能。此外，智能手机的普及使得摄像头算法和工艺进一步成熟的同时成本有所下降，POS 终端的扫描头模块又逐步被摄像头模组取代。

2018 年开始，3D 结构光技术成熟应用，微信、支付宝、云闪付等支付机构开始大力补贴人脸识别终端。随着 5G 技术的落地，刷脸支付将通过产品创新及技术融合的方式发挥其安全性、便捷性及场景优势，拓展多维场景并深入渗透行业领域，其技术的突破或将推动 POS 终端进入新的发展阶段。

## ② 商户侧支付需求的转变

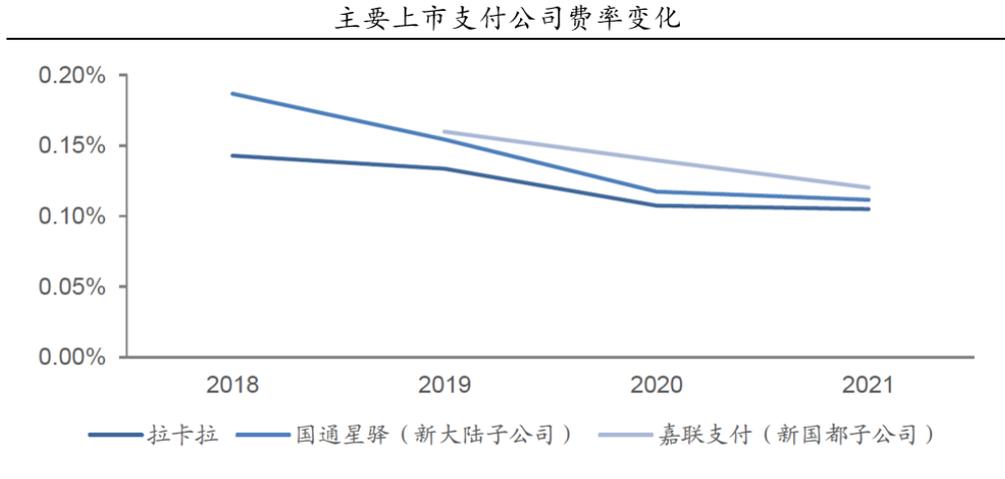
报告期内，公司聚焦中小微实体商户，与商超、酒店等大型客户注重金融 POS 终端的定制化增值应用服务不同，金融 POS 终端的便捷性、可操作性成为中小微实体商户的核心诉求，使得金融 POS 终端由大型传统 POS 向小型化、智能化趋势转变。以报告期内公司相继推出的 NEW7220、NEW6220 和 NEW6200 为例，公司在推出 NEW7220 机型后，于同年推出 NEW6220 机型，其在 NEW7220 的基础上去除打印机模组，使得机身较 NEW7220 更加小巧的同时，也满足部分商户的无纸化收单需求。此后，公司在 NEW6220 机型的基础上进一步推出了 NEW6200 机型，该产品以其纤薄、轻巧的特点，更好满足了用户存在的单手操作、口袋收单的需求而受到青睐。

## ③ 第三方支付市场的竞争

自 2011 年开放第三方支付牌照至 2022 年 6 月，央行已累计颁发了 271 张支付牌照，大量支付牌照的发放使得非现金支付迅速打通国内庞大的中小微商户交易市场的同时，也加剧了第三方支付机构对中小微商户资源的激烈争夺。由于中小微商户群体对支付费率的变动较为敏感，不断压低支付费率就成为各第三方机

构争夺支付市场份额的重要手段。

以支付业务收入/支付业务流水，得到第三方支付机构的平均费率来看，近年来，主要上市支付公司的平均费率均呈现下滑趋势，具体如下：



资料来源：公司财报

由于支付行业普遍实行“一机一户”制，即一台金融 POS 终端只能对应一个特约商户，也仅能由一家支付机构对该 POS 终端进行管理。因此，第三方支付公司间通过不断开发的产品及服务来争夺中小微商户资源，促进了中小微商户资源在上述服务机构间的流动，也在客观上大大加快了 POS 终端的更新迭代速度。

## (2) 政策端因素

### ① 网络通讯全面升级

为落实工信部《关于深入推进移动物联网全面发展的通知》，推动 2G/3G 物联网业务迁移转网，中国移动于 2020 年开始逐步停止新增 2G 物联网用户。发行人 POS 终端中的 2G 芯片由 4G CAT1 芯片方案替换，POS 终端也随之全面由 2G 通讯升级至 4G 通讯，同时由于芯片替换，原有软硬件架构设计均需进行同步改造升级。

### ② 监管力度逐步加强

自 2010 年央行发布《非金融机构支付服务管理办法》，正式履行对支付公司的监管以来，央行等第三方支付行业监管机构相继出台了多部法律法规以引导和规范第三方支付市场的有序发展。

以 2021 年央行发布《中国人民银行关于加强支付受理终端及相关业务管理

的通知》为例，其就支付受理终端业务、特约商户、收单业务监测等方面提出相应的管理要求。监管要求的不断趋严，对行业内违规行为打击力度的不断加强，使得部分支付机构面临合规转型阵痛，其原有市场份额被行业内其他竞争者通过新一轮 POS 终端渠道推广等方式快速挤占。

#### 6、目前在手订单

截至 2022 年 12 月末，发行人在手订单及去年同期情况具体如下：

单位：万台、万元

市场区域	2022 年末		2021 年末	
	在手订单量	在手订单金额	在手订单量	在手订单金额
国内市场	65.39	6,336.59	63.79	7,078.20
海外市场	9.74	4,999.80	6.34	3,515.39
<b>合计</b>	<b>75.13</b>	<b>11,336.39</b>	<b>70.13</b>	<b>10,593.59</b>

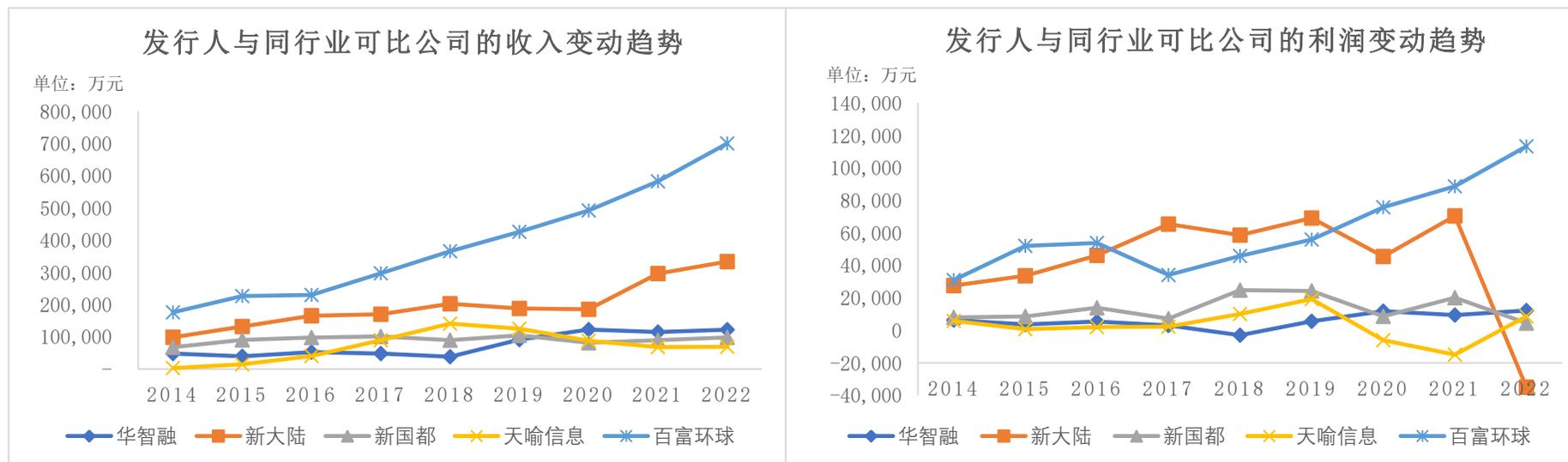
近年来，公司整体经营规模稳中有升，截至 2022 年 12 月 31 日，发行人已签约未完工订单量 75.13 万台，订单金额约 1.13 亿元，较去年同期分别增长 7.13% 和 7.01%。公司主要客户资信情况良好，上述订单为公司以后年度的营业收入和利润增长提供了可靠保障。

综上，发行人主营业务收入保持稳定，不存在收入大幅下滑的风险。

二、说明 2014 年以来发行人收入和利润变动趋势与同行业可比公司的差异情况及合理性，特别是 2018 年发行人出现亏损的原因及合理性，是否存在调节收入和利润的情形。

(一) 说明 2014 年以来发行人收入和利润变动趋势与同行业可比公司的差异情况及合理性

2014 年至 2022 年，本公司与同行业公司收入及利润变动情况如下：



注：此处营业收入列示口径同本题之“一、(二)、3、同行业可比公司业绩变动”

同行业公司的业务范围有所不同，除 POS 终端外，新大陆、新国都通过收购等方式将业务链延伸至第三方支付行业，并迅速成为其重要的利润来源，天喻信息则涉足通信智能卡、企业税控终端及软件平台、智慧教育平台等多项业务。由于同行业可比公司的利润来源相对复杂，与发行人单一 POS 终端业务缺乏可比性，因此，主要选取各可比公司的电子支付产品收入作重点分析。

由于行业内公司各自发展战略、定位，细分目标客户群体并不一致，因此呈现在营业收入变动趋势上亦有所差异。按发行人的发

展阶段划分，2014-2018 年，发行人整体处于调整期，国内业务量有所下滑，收入增量主要依赖海外市场，同时期可比公司抓住银联商务等大型支付机构推动的 POS 终端更新需求，业务规模整体上涨；2019-至今，发行人依靠产品创新重新确立在中小第三方支付机构中的市场地位，并与同行业可比公司共同推动中国 POS 终端厂商在海外市场的开拓。具体分析如下：

1、2014-2018 年

按客户结构分类，2014-2018 年，发行人境内外业务收入的具体情况如下：

单位：万元

客户分类	2018 年度		2017 年度		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比								
<b>境内业务</b>	<b>23,327.75</b>	<b>62.08%</b>	<b>13,606.85</b>	<b>28.20%</b>	<b>27,725.82</b>	<b>52.97%</b>	<b>26,578.67</b>	<b>67.61%</b>	<b>45,265.45</b>	<b>94.09%</b>
其中：银联商务、通 联支付	12,388.46	32.97%	5,187.48	10.75%	8,141.72	15.55%	5,081.19	12.93%	291.38	0.61%
其他中小第三方支付 机构及收单外包服务 机构	10,939.29	29.11%	8,419.37	17.45%	19,584.10	37.42%	21,497.48	54.68%	44,974.07	93.48%
<b>境外业务</b>	<b>14,250.99</b>	<b>37.92%</b>	<b>34,644.11</b>	<b>71.80%</b>	<b>24,613.85</b>	<b>47.03%</b>	<b>12,734.37</b>	<b>32.39%</b>	<b>2,843.92</b>	<b>5.91%</b>
<b>合计</b>	<b>37,578.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>48,250.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>52,339.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>39,313.04</b>	<b>100.00%</b>	<b>48,109.37</b>	<b>100.00%</b>

### （1）国内业务转型

自 2011 年央行开始正式发放第三方支付牌照以来，大量社会资金涌入收单市场，发行人凭借较高的产品质量和综合服务能力在中小型第三方支付机构市场获得了良好的口碑，中小型第三方支付机构的采购额逐步成为发行人营业收入的重要组成部分，2014 年，发行人对中小第三方支付机构及收单外包服务机构的销售规模占比已达到 93.48%。

但在中小型第三方支付机构在快速发展过程中，其对商户铺设及后续管理存在诸多不规范之处，并于当年爆发预授权风险事件，中国人民银行等监管机构对第三方支付行业监管有所加强，中小型第三方支付机构因业务规范问题受到冲击。考虑到中小第三方支付机构的抗风险能力较弱，发行人主动进行战略调整，业务重心开始转向银联商务等大型机构。

在此期间，发行人积极参与银联商务等客户的招标，主要产品如 NEW7210 系列产品入围银联商务的招标采购范围，推动对上述大型第三方支付机构的销售收入由 2014 年的 291.38 万元上升至 2016 年 8,141.72 万元。

2017 年开始，随着移动支付、二维码、云闪付、NFC 等新型支付方式不断兴起，银联商务等大型第三方支付机构开始推动对 POS 终端的智能化更新。发行人开始紧跟银联商务需求，开启智能 POS 产品的研发工作，但由于开发出的智能 POS NEW9210 与 NEW9220 研发认证时间有所延迟，其优化版本于当年年末方才通过中国银联的银联卡智能受理终端应用检测，受此影响，公司对银联商务等大型支付机构的销售收入在当年度有所下降，并于次年恢复增长。

2014 至 2018 年，由于发行人国内业务重心的调整，对银联商务、通联支付的销售规模由 291.38 万元上涨至 12,388.46 万元，销售规模占比由 0.61% 上涨至 32.97%，与此对应，中小第三方支付机构的占比由 93.48% 下降至 29.11%。

同一时期，百富环球、新大陆、新国都等同行可比公司，凭借先发优势成为银联商务的核心供应商，其抓住银联商务、银行等金融机构“非接改造”、智能机推广等契机，实现整体业务收入的快速增长，而华智融、天喻信息等后发厂商，因与银联商务合作时间较短，在银联商务 POS 采购中占据份额相对较小。为应对新国都、新大陆等国产厂商在 POS 终端的先发优势，与发行人将研发、销售

重心贴向大型支付机构不同，在这一时期，天喻信息着力推动 MPOS 在中小型第三方支付机构的开拓，业绩取得快速发展。

## （2）海外业务尝试

2014-2018 年，因看好海外的潜在市场需求和宽松的竞争环境，公司开始寻求在海外市场的开拓，公司通过积极参加展会、网络营销、客户拜访等方式进行客户拓展，截止至 2017 年末，公司海外市场已扩展至印度、东南亚、中东、非洲等地区，海外市场拓展成果显著。2018 年，受美国对伊朗制裁影响，公司对中东地区的主要客户 Advanced Mobile Payment Inc. 销售额大幅度下滑，直接导致发行人收入出现整体下降。具体分析参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“二、（二）2018 年发行人出现亏损的原因及合理性，是否存在调节收入和利润的情形”。

同一时期，同行业可比公司中新大陆、新国都等均开始海外业务的扩张，但受益于银联商务推动的国内市场 POS 终端需求提升，使得其海外业务占比尚处于较低水平。此外，同行业中的百富环球彼时主要的海外市场位于拉丁美洲，因此受伊朗制裁事件影响较小。而发行人面对在国内市场的整体萎缩，业绩增长逐步依赖海外市场的扩展，截至 2017 年，发行人海外业务收入占比已达到 71.80%，且多集中于中东地区，故公司整体营业收入所受影响也大于同行业公司。

## 2、2019 年-至今

2019 年，随着银联商务主导的智能 POS 终端需求逐步由大范围推广转入存量迭代，加之中小微商户线下收单市场快速发展，使得中小第三方支付机构以其优秀的推广能力和服务质量迅速发展壮大，国内业务方面，公司的目标客户群体开始回归中小第三方支付机构。

2019 年，发行人率先推出了 NEW7220 无线 POS、NEW6220 电签 POS 等创新产品，上述产品受到市场广泛认可，发行人顺势与国内拉卡拉、汇付等第三方支付机构建立了稳固的业务合作关系，境内收入规模大幅度上升，并在 2020 年延续上涨势头。凭借较高的产品性价比和该创新领域的先发优势，发行人的无线 POS、电签 POS 产品挤占了智能 POS、传统 POS 和 MPOS 的市场份额，加之相关因素的影响，导致同行业可比公司在国内市场出货量的下降，收入随之下滑。

2021年-2022年，国内市场整体保持稳定，发行人与同行业公司的海外业绩增长较快。相关分析参见本问询回复“4.关于营业收入”之“一、(二)、3、同行业可比公司业绩变动”。

(二) 2018年发行人出现亏损的原因及合理性，是否存在调节收入和利润的情形

2017-2018年，公司的经营情况具体如下：

单位：万元

项目	2018年		2017年
	金额	变动情况	金额
营业收入	38,209.11	-21.16%	48,461.85
减：营业成本	28,340.22	-6.43%	30,288.91
<b>其中：毛利</b>	<b>9,868.89</b>	<b>-45.69%</b>	<b>18,172.94</b>
<b>毛利率</b>	<b>25.83%</b>	<b>-11.67%</b>	<b>37.50%</b>
减：期间费用	13,107.68	-1.32%	13,282.54
信用减值损失	296.87	10.63%	268.35
资产减值损失	578.51	522.52%	92.93
其他	-203.47	-48.31%	-393.61
<b>利润总额</b>	<b>-3,910.70</b>	<b>-179.44%</b>	<b>4,922.74</b>
减：所得税费用	-934.39	-286.58%	500.81
<b>净利润</b>	<b>-2,976.30</b>	<b>-167.31%</b>	<b>4,421.93</b>

2018年公司出现亏损，主要由于发行人海外业务毛利率较高的情况下相关收入大幅下滑所致。2014-2017年，发行人海外主营业务收入占比由5.91%快速攀升至71.80%，且由于海外市场高速增长的POS终端需求加之较低的市场竞争强度，使得海外市场的POS终端销售毛利率普遍高于国内。因此，海外市场业务成为发行人利润规模的决定性因素。

2017年，发行人对客户Advanced Mobile Payment Inc.的销售规模占发行人境外收入的比重已达到64.68%，以其为代表的伊朗市场，是彼时支撑发行人海外市场业务发展的主要动力。2018年6月，受地缘政治影响，美国开始实施对伊制裁，伊朗市场作为发行人境外最大的单一市场，业务出现断崖式滑坡，使得发行人对Advanced Mobile Payment Inc.的收入由2017年的22,407.33万元萎缩至2018年的6,914.93万元，进而使得境外收入、毛利较2017年大幅下降。

具体分析参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“四、（一）1、……详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性”。

为缓解该风险事件对发行人业务开展的影响，发行人一方面与 AMP 积极磋商新型合作模式以维持在伊朗市场的存在；另一方面，发行人开始主动调整业务结构，加速重拾国内业务，其目标客户重新定位至中小第三方支付机构，发行人的管理、销售、研发团队瞄准中小微企业的潜在需求并围绕 MPOS、无线 POS NEW7220、电签 POS NEW6220 等新型产品开展工作。如 2018 年当年，发行人发生研发费用 5,710.34 万元，较上一年度小幅下降 9.91%，其研发投入力度并未因收入减少而大幅下滑。同时，在收入下降的情况下，为应对必要的日常资金需求，发行人通过银行流动资金贷款融资及应收账款保理融资以补充流动资金，融资金额较 2017 年有所上升，使得当期利息支出较高，发行人财务费用由 2017 年的 483.79 万元上涨至 2018 年的 996.30 万元。

因此，发行人期间费用整体未因收入的不可预见性波动而大幅下降。

此外，2018 年，发行人计提的资产减值损失较 2017 年增加 485.58 万元，主要由于提前购置和生产的大量原材料和定制化产品在收入下滑的背景下，存在减值风险，基于谨慎性考虑，发行人在当期足额计提了 578.51 万元的存货跌价准备。

综上所述，2018 年，发行人业绩亏损主要因地缘政治因素导致的正常 POS 终端销售业务受阻，并由此情形下发行人实施一系列应对措施使得相关费用并未明显下降，最终导致当年出现亏损情形，亏损原因具备合理性，不存在调节收入和利润的情形。

### 三、充分说明 2022 年扣非后归母净利润同比增幅大幅高于营业收入增幅的原因及合理性。

2021 年度及 2022 年度扣除非经常性损益后各利润表科目情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动情况
营业收入	121,991.23	114,654.12	7,337.11	6.40%
减：营业成本	94,811.42	91,995.83	2,815.59	3.06%
<b>其中：毛利</b>	<b>27,179.81</b>	<b>22,658.29</b>	<b>4,521.52</b>	<b>19.96%</b>

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动情况
毛利率	22.28%	19.76%	-	2.52%
减：期间费用	12,870.97	12,692.29	178.68	1.41%
其中：管理费用-辞退福利	-	1,138.79	-1,138.79	-100.00%
财务费用-汇兑损益	-550.51	157.58	-708.09	-449.36%
其他费用	13,421.48	11,395.92	2,025.56	17.77%
减：减值损失及其他	1,445.51	917.77	527.75	57.50%
利润总额	12,863.32	9,048.23	3,815.09	42.16%
减：所得税费用	948.72	605.05	343.67	56.80%
净利润	11,914.61	8,443.18	3,471.42	41.12%

注：上述项目已扣除非经常性损益，发行人非经常性损益主要包括计入管理费用的股份支付、计入投资收益的大额存单及理财收益、计入其他收益的政府补助等。

2022 年，公司扣非后归母净利润同比增幅大幅高于营业收入增幅的主要原因系：

#### 1、毛利及毛利率的提升

2022 年，发行人毛利较上期增加 4,521.52 万元，主要系 2022 年公司国外销售比例有所上升，特别是与 Advanced Mobile Payment Inc. 和 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC 两家公司合作的持续加深，对这两家公司的收入占公司主营业务收入占比从 2021 年的 5.86% 上升至 2022 年的 15.12%。具体分析参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“四、（一）1、……详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性”。同时，由于境外销售毛利率整体高于境内，进而推动发行人 2022 年毛利率较 2021 年上升 2.52%。具体分析参见本问询回复“5. 关于客户”之“一、（一）区分不同产品列示报告期各期前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率，说明同型号产品不同客户的毛利率差异情况及合理性（含与境内客户的对比）”。

#### 2、期间费用保持稳定

2022 年期间费用较 2021 年上涨 1.41%，变动较小。主要系：

（1）2021 年解除与前高管谢斌、李华的劳动协议，计提辞退福利 1,138.79 万元，导致 2021 年管理费用金额较大；

（2）2022 年美元相对人民币汇率上升，使得当期汇兑收益较上期明显增加。

2021-2022 年，人民币与美元的汇率变动情况如下：



数据来源：中国外汇交易中心

由上表可知，2021 年，美元相对于人民币尚处于贬值区间，2022 年，受美联储加息影响，美元相对人民币不断升值，其汇率由年初的 6.38 上升至 6.96，发行人汇率变动损益也由 2021 年的汇兑损失 157.58 万元转变为 2022 年的汇兑收益 550.51 万元。

除上述两项因素外，发行人期间费用由 11,380.31 万元上涨至 13,391.23 万元，涨幅 17.67%，但上述因素抵消了因业绩增长带动的期间费用的增长，使得 2022 年期间费用整体保持平稳，增幅仅为 1.41%。

此外，收入增长使得发行人应收账款规模有所扩大，进而导致信用减值损失有所上升，2021 至 2022 年，发行人信用减值损失计提金额由 222.36 万元增长至 624.08 万元，但因增长金额较小，对发行人利润规模的增长趋势影响有限。

综上所述，2022 年公司毛利及毛利率由于境外收入的增加有所上升，而期间费用虽随业绩上涨而有所上升，但由于辞退福利减少、汇兑收益增加的影响，使得整体期间费用较 2021 年变动不大，减值损失等其他因素较 2021 年有所上升，但金额相对较小。上述因素综合影响了 2022 年公司扣非后归母净利润，使其同比增幅大幅高于营业收入增幅，该情形具备合理性。

四、按国家或地区列示报告期内营业收入金额及占比、毛利率、对应主要客户和产品情况，详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性，

相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策及是否存在进出口管制；进一步说明报告期内境外销售收入大幅增长的原因及可持续性；说明境外销售由中信保承保的具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；结合同行业可比公司境外销售的具体情况，说明发行人销售区域与可比公司是否存在明显差异及差异原因。

（一）按国家或地区列示报告期内营业收入金额及占比、毛利率、对应主要客户和产品情况，详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性，相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策及是否存在进出口管制

1、按国家或地区列示报告期内营业收入金额及占比、毛利率、对应主要客户和产品情况，详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性

(1) 不同地区营业收入金额及占比、毛利率，营业收入大幅波动的原因及合理性

报告期内，发行人各期收入分别为 122,442.79 万元、114,654.12 万元和 121,991.23 万元，其中，其他业务收入主要为维修费、废料处理等收入，占各期营业收入的比重分别为 0.04%、0.06%和 0.13%，占比较小。因此，以下着重对各地区及主要国家的主营业务收入、占比及毛利率进行列示分析。报告期内，发行人的具体销售情况如下：

单位：万元

地区及主要国家	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
<b>亚太地区</b>	<b>89,444.87</b>	<b>73.42%</b>	<b>16.88%</b>	<b>86,391.82</b>	<b>75.40%</b>	<b>15.47%</b>	<b>109,221.82</b>	<b>89.24%</b>	<b>16.51%</b>
中国	78,439.89	64.38%	14.54%	77,046.17	67.24%	13.38%	103,073.43	84.22%	15.50%
印度	6,120.66	5.02%	25.86%	4,142.79	3.62%	24.21%	4,131.34	3.38%	23.63%
澳大利亚	2,106.68	1.73%	41.15%	1,553.22	1.36%	45.23%	1.23	0.00%	51.49%
巴基斯坦	618.16	0.51%	19.75%	2,764.62	2.41%	32.37%	549.46	0.45%	39.37%
日本	267.45	0.22%	58.09%	550.51	0.48%	58.09%	1,127.39	0.92%	59.03%
其他	1,892.03	1.55%	51.06%	334.51	0.29%	39.48%	338.97	0.28%	58.10%
<b>中东地区</b>	<b>15,094.92</b>	<b>12.39%</b>	<b>34.93%</b>	<b>3,319.87</b>	<b>2.90%</b>	<b>26.85%</b>	<b>1,550.79</b>	<b>1.27%</b>	<b>41.70%</b>
伊朗	8,945.50	7.34%	42.76%	1,327.85	1.16%	34.79%	655.21	0.54%	42.23%
阿联酋	5,295.62	4.35%	22.67%	1,799.00	1.57%	20.21%	432.85	0.35%	38.55%
其他	853.80	0.70%	28.93%	193.02	0.17%	34.07%	462.73	0.38%	43.89%
<b>非洲地区</b>	<b>7,250.17</b>	<b>5.95%</b>	<b>34.82%</b>	<b>14,952.36</b>	<b>13.05%</b>	<b>27.87%</b>	<b>1,851.59</b>	<b>1.51%</b>	<b>44.84%</b>

地区及主要国家	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
南非	2,309.75	1.90%	37.20%	894.17	0.78%	45.18%	354.00	0.29%	49.57%
尼日利亚	2,274.43	1.87%	39.18%	6,652.08	5.81%	30.94%	959.14	0.78%	41.78%
埃及	1,238.59	1.02%	15.87%	6,750.05	5.89%	20.90%	1.35	0.00%	60.76%
津巴布韦	1,221.40	1.00%	40.67%	404.52	0.35%	43.08%	401.75	0.33%	45.14%
其他	206.00	0.17%	39.28%	251.54	0.22%	47.73%	135.35	0.11%	53.10%
<b>拉美地区</b>	<b>7,520.19</b>	<b>6.17%</b>	<b>39.21%</b>	<b>7,574.40</b>	<b>6.61%</b>	<b>37.65%</b>	<b>5,513.31</b>	<b>4.50%</b>	<b>43.29%</b>
委内瑞拉	3,093.43	2.54%	41.64%	1,921.41	1.68%	35.80%	2,900.97	2.37%	42.49%
厄瓜多尔	1,708.78	1.40%	38.96%	1,627.32	1.42%	37.23%	986.28	0.81%	39.42%
玻利维亚	531.68	0.44%	33.21%	1,429.07	1.25%	35.71%	259.96	0.21%	38.12%
巴拉圭	690.28	0.57%	35.67%	1,081.05	0.94%	36.33%	6.80	0.01%	60.02%
其他	1,496.01	1.23%	38.25%	1,515.55	1.32%	43.21%	1,359.30	1.11%	48.69%
<b>欧洲地区</b>	<b>1,910.68</b>	<b>1.57%</b>	<b>53.35%</b>	<b>1,606.20</b>	<b>1.40%</b>	<b>63.66%</b>	<b>2,699.89</b>	<b>2.21%</b>	<b>56.37%</b>
比利时	1,191.12	0.98%	57.25%	1,075.28	0.94%	68.37%	869.57	0.71%	65.55%
俄罗斯	659.59	0.54%	45.66%	294.19	0.26%	52.51%	1,607.47	1.31%	51.00%
其他	59.96	0.05%	60.62%	236.73	0.21%	56.15%	222.85	0.18%	59.23%
<b>北美地区</b>	<b>610.50</b>	<b>0.50%</b>	<b>32.12%</b>	<b>737.66</b>	<b>0.64%</b>	<b>42.74%</b>	<b>1,552.47</b>	<b>1.27%</b>	<b>34.61%</b>
美国	3.34	0.00%	26.39%	0.15	0.00%	55.93%	1,508.96	1.23%	34.34%
加拿大	607.16	0.50%	32.15%	737.51	0.64%	42.74%	43.51	0.04%	44.16%

地区及主要国家	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
合计	121,831.32	100.00%	22.21%	114,582.32	100.00%	19.73%	122,389.87	100.00%	19.57%

注：印度、巴基斯坦等南亚次大陆国家纳入亚太地区统计

由上表可知，报告期内，发行人 POS 终端的主要销售地区集中于亚太地区、中东地区、非洲地区及拉美地区，上述地区占发行人主营业务收入比重分别为 96.52%、97.96%和 97.93%。

### ① 亚太地区

亚太地区以国内市场为主，2021-2022 年，受客观因素影响，线下支付场景需求受到冲击，部分消费场景由线下转移至线上，加之 2021 年发生的“芯片荒”影响，发行人国内销售收入在小幅下滑后保持稳定。报告期内，发行人国内业务收入规模分别为 103,073.42 万元、77,046.17 万元和 78,439.89 万元。

行业数据方面，根据央行统计的国内已联网的 POS 终端数量如下：



数据来源：中国人民银行

由上表可知，随着第三方支付机构在线下收单市场的快速下沉，国内 POS 终端的联网数量由快速增长期步入稳定期，同时，客观因素的影响使得联网数量在近年来出现了较大波动，其变动情况与发行人经营情况整体相符。

除国内以外，发行人亚太地区市场以印度市场为主，报告期内，受益于印度市场的旺盛需求，发行人对印度市场的销售收入分别为 4,131.34 万元、4,142.79 万元和 6,120.66 万元，销售规模稳中有升。

### ② 中东地区

中东地区作为发行人报告期内增长速度最快的区域，主要得益发行人与 Advanced Mobile Payment Inc. 和 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC 两家公司的合

作。报告期内，发行人对上述两家公司在中东地区的销售情况具体如下：

单位：万元

公司名称	主要终端销售市场	产品类型	销售情况					
			2022 年		2021 年		2020 年	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比
Advanced Mobile Payment Inc.	伊朗	半成品及原材料	8,945.50	59.26%	1,327.85	40.00%	655.21	42.25%
	中东其他地区	产成品	429.99	2.85%	289.26	8.71%	534.09	34.44%
小计	-	-	<b>9,375.49</b>	<b>62.11%</b>	<b>1,617.11</b>	<b>48.71%</b>	<b>1,189.30</b>	<b>76.69%</b>
Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	阿联酋	产成品	4,978.35	32.98%	1,535.73	46.26%	354.58	22.86%
合计	-	-	<b>14,353.84</b>	<b>95.09%</b>	<b>3,152.84</b>	<b>94.97%</b>	<b>1,543.88</b>	<b>99.55%</b>

注：上述公司的销售金额及占比为当年度在该地区的销售额及所占比例，下同

#### A. 与 Advanced Mobile Payment Inc. 的合作

由上表可知，发行人对 Advanced Mobile Payment Inc.（以下简称“AMP”）的收入在 2022 年度快速上涨，特别是半成品及原材料销售的快速上涨，主要与发行人和其合作模式的转变相关。

AMP 成立于 2010 年，主要从事 POS 终端的定制化软件开发业务，伊朗乃至中东地区为其主要经营地之一，根据中介机构访谈了解，其在中东地区已占据约 30% 的市场份额，并拥有大量优质客户资源。

自 2015 年通过展会与发行人建立合作以来，双方合作历史良好。由发行人向 AMP 出口 POS 终端，AMP 针对伊朗当地客户需求在发行人 POS 终端的系统上开发定制化软件后，销售给当地支付机构。

2015-2017 年，AMP 相继与 Iran Kish Credit Card Co.（伊朗上市公司）和 Behpardakht Mellat（伊朗第一大支付服务公司、伊朗央行附属银行）建立合作关系，推动发行人与 AMP 的合作规模由 2015 年的 9,872.56 万元上涨至 2017 年的 22,407.33 万元。

2018 年以来，美国对伊朗开启石油禁运，导致伊朗美元储备短缺。为维持必要的国际贸易交易结算，当地政府及外汇管理局对货物进口进行管制，2018 年 6 月，伊朗工业、矿业和贸易部发布禁令，宣布限制 1,399 种货物的进口，对未直接出现在货品清单的商品亦加大了审查力度，如加长进口环节的订单注册和

外汇审批流程，此举极大地影响了 POS 终端的进口贸易业务，其中在中东地区，2018 年上半年对 AMP 的销售收入为 6,133.48 万元，而下半年无销售收入。受此影响，2018-2019 年，发行人对 AMP 的销售收入分别跌至 6,914.93 万元和 3,836.86 万元，发行人与 AMP 的业务规模呈断崖式下跌。

鉴于上述情况，为降低对双方业务开展的影响，发行人与 AMP 积极推动对新型合作模式的探索。经双方协商，2020 年开始，由 AMP 向当地 POS 终端加工企业销售发行人的 POS 半成品及原材料，在加工企业负责生产组装、AMP 负责软件开发和产品认证后向伊朗当地销售。由于该合作模式可带动当地居民就业及政府税收，因此可获得政府在进口方面的审批支持。

对于当地 POS 终端加工企业的选择，AMP 最终选定 Fanap Technology 作为合作方，主要系其常年作为虹堡科技股份有限公司（中国台湾地区支付设备行业上市公司）的合作生产商，生产经验较为丰富，且 Fanap Technology 凭借多年的支付设备行业背景也拥有一定的客户资源。

2020 至 2021 年 10 月，该新型合作模式尚处于磨合阶段，通过不断进行的小批量生产，期间面临的诸多问题，如海外供应链的完善程度、海外劳工的技术水平、三方沟通协调机制等在此过程中被不断加以完善。同时，随着小批量生产的顺利推进，2020 年下半年，Fanap Technology 开始筹划新增 2 条生产线，专门用于发行人 POS 产品的生产组装，2021 年 5 月，新增产线建设完成。同年 10 月，在完成产线设备调试及试产后，该模式正式进入量产阶段并陆续向下游客户交付 POS 终端。

新型合作模式的顺利运转确保了发行人 POS 终端产品在伊朗地区的稳定供应，2022 年，发行人与 AMP 继续扩大合作范围，更多的 POS 终端采用此模式进行生产投放，极大的促进了发行人对 AMP 的销售规模。

#### B. 与 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC 的合作

报告期内，发行人与 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC（以下简称“OMA”）的合作程度的日益加深，销售规模呈逐年增长趋势。

OMA 成立于 1992 年，已拥有超过三十年的支付行业经验，其业务范围覆盖亚洲、中东、非洲地区，并在全球范围设立了 14 家分支机构。主要客户包含

Mashreq Bank（中东和北非领先的金融机构）、Network International（中东和非洲支付解决方案提供商）等大型支付机构。

2018年以前,OMA在POS终端领域的主要合作伙伴为Ingenico。2018年末,发行人通过展会与OMA建立合作关系,OMA通过采购发行人少量POS终端以测试下游市场反应,使得发行人在2019年实现收入66.42万元。2020-2022年,凭借优质的服务及下游支付机构良好的市场反馈,OMA逐步加大对发行人POS终端产品的采购以完成对Ingenico相关产品的替换迭代。同时,通过以OMA的名义对发行人产品申请PCI认证的方式,OMA得以以自有品牌参与当地市场的竞标活动,使得发行人的POS终端产品更具竞争力,也进一步强化了双方在支付领域的合作关系。2020-2022年,发行人对OMA在中东地区的销售规模由354.59万元攀升至4,978.35万元。

### ③ 非洲地区

报告期内,非洲地区的销售收入波动较大,主要与发行人在非洲地区的主要客户OPay战略经营策略的转变相关。同时,由于加强了与Transsnet Financial Service Limited、Iconnic Software Pty Ltd等客户的合作,缓解了发行人对单一客户的依赖,为发行人在非洲地区的持续发展提供保障。

报告期内,对上述客户的具体交易情况如下:

单位:万元

公司名称	主要终端销售市场	销售情况					
		2022年		2021年		2020年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
Gargour Technologies	埃及	1,238.59	17.08%	6,729.49	45.01%	-	-
Trustworthy Hans International	尼日利亚	107.91	1.49%	3,806.60	25.46%	-	-
Nomhub Management Limited	尼日利亚	-	-	1,264.36	8.46%	82.93	4.48%
<b>小计<sup>注</sup></b>	-	<b>1,346.50</b>	<b>18.57%</b>	<b>11,800.45</b>	<b>78.92%</b>	<b>82.93</b>	<b>4.48%</b>
Transsnet Financial Service Limited	尼日利亚	1,999.79	27.58%	915.00	6.12%	-	-
Iconnic Software Pty Ltd	南非、津巴布韦	3,252.50	44.86%	1,136.46	7.60%	633.04	34.19%
<b>合计</b>	-	<b>6,598.79</b>	<b>91.02%</b>	<b>13,851.91</b>	<b>92.64%</b>	<b>715.97</b>	<b>38.67%</b>

注：OPay 通过上述三家贸易商向发行人采购 POS 终端。

#### A. 与 OPay 的合作

作为一家专注非洲市场的金融科技公司，自成立以来，OPay 已获得由红杉中国、IDG 资本在内的知名投资机构参投的多轮融资。2021 年，OPay 完成由日本软银愿景基金领投的总金额高达 4 亿美元的新一轮融资，使得其成为非洲最大的移动支付机构之一。

随着海外市场客观因素的影响有所缓解，加之看好尼日利亚和埃及支付市场的广阔前景，OPay 利用新增投资顺势加强了其在尼日利亚和埃及市场的主导地位，推动 OPay 在上述市场的快速扩张。以埃及市场为例，根据中介机构访谈了解，2021 年，OPay 完成了在埃及市场从 0 到 1 的团队搭建，当年 POS 终端累计采购量突破 15 万台。2022 年，随着先前采购的 POS 终端逐步投入市场，OPay 运营重心由激进扩张转向精细化运营，其业务范围除覆盖传统支付业务外，还根据当地市场需求，推出了基于 POS 终端的生活缴费、球票购买等本地化衍生业务。对优质存量商户的精细化运营战略使得 OPay 可以将已投入运营的 POS 终端激活率维持在高水平的同时保持了较高的用户活跃度。上述运营策略的转变导致 2022 年发行人对 OPay 的收入规模明显下降。

#### B. 与 Transsnet Financial Service Limited 和 Iconnic Software Pty Ltd 的合作

在 OPay 开启精细化运营而扩张速度有所减缓的情况下，与 OPay 同在尼日利亚市场的支付公司 Transsnet Financial Service Limited 开始通过其旗下产品 PalmPay 加大推广力度，发行人对 Transsnet Financial Service Limited 的销售额由 2021 年的 915.00 万元上升至 2022 年的 1,999.79 万元，使得发行人在尼日利亚市场保持了一定的销售规模。

此外，2022 年，公司在南非的合作伙伴 Iconnic Software Pty Ltd 与 SHOP2SHOP 建立业务关系，作为南非知名的 POS 终端运营服务商，SHOP2SHOP 主要为中小商户提供 POS 收单和运营服务，由于其服务对象以中小城市及其周边乡镇的商户为主，发行人的 NEW7210 以相对低廉的价格获得青睐，得益于此，发行人对 Iconnic Software Pty Ltd 的销售规模由 2021 年的 1,136.46 万元上升至 2022 年的 3,252.50 万元。

#### ④ 拉美地区

在拉美地区,发行人与World Pos Solutions LLC和Advanced Mobile Payment Inc保持良好的合作关系,使得发行人在拉美地区的收入规模稳中有升。

报告期内,对上述客户的具体交易情况如下:

单位:万元

公司名称	主要终端销售市场	销售情况					
		2022年		2021年		2020年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
World Pos Solutions LLC	巴拉圭、厄瓜多尔、玻利维亚等	3,791.63	50.42%	4,718.13	62.29%	1,294.10	23.47%
Advanced Mobile Payment Inc.	委内瑞拉	2,089.72	27.79%	1,033.26	13.64%	2,226.76	40.39%
<b>合计</b>	-	<b>5,881.35</b>	<b>78.21%</b>	<b>5,751.39</b>	<b>75.93%</b>	<b>3,520.86</b>	<b>63.86%</b>

##### A. 与World Pos Solutions LLC的合作

World Pos Solutions LLC成立于2012年,自成立以来主要开展POS终端销售业务。自2015年通过发行人主动拜访与其建立合作关系以来,World Pos Solutions LLC与发行人已携手将业务范围拓展至玻利维亚、厄瓜多尔、哥伦比亚、秘鲁、巴拉圭等拉美地区。

2021年,World Pos Solution LLC相继与巴拉圭、玻利维亚两国的大型支付机构Bancard和Linser建立合作关系,使得发行人当年对上述地区分别实现收入1,079.53万元和1,429.07万元,推动拉美地区销售规模有所上升。

##### B. 与Advanced Mobile Payment Inc.的合作

除World Pos Solutions LLC外,发行人与Advanced Mobile Payment Inc.在委内瑞拉市场亦保持良好的合作关系,报告期内,其与委内瑞拉银行Bancoamca的稳定合作使得发行人对Advanced Mobile Payment Inc.在拉美地区的销售规模亦整体保持稳健。

报告期内,Advanced Mobile Payment Inc.在各国家的销售情况如下:

单位：万元

主要销售市场	2022年			2021年			2020年		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
伊朗	8,945.50	69.62%	42.76%	1,327.85	37.67%	34.79%	655.21	18.94%	42.23%
委内瑞拉	2,089.72	16.26%	44.95%	1,033.26	29.31%	38.15%	2,226.76	64.37%	42.79%
加拿大	607.16	4.73%	32.15%	737.51	20.92%	42.74%	43.33	1.25%	44.04%
沙特阿拉伯	347.62	2.71%	44.08%	26.31	0.75%	33.63%	453.38	13.11%	43.62%
泰国	201.51	1.57%	36.72%	-	-	-	-	-	-
其他	657.79	5.13%	23.34%	400.08	11.35%	32.46%	80.71	2.33%	38.24%
合计	12,849.29	100.00%	41.52%	3,525.01	100.00%	37.16%	3,459.40	100.00%	42.70%

根据中介机构访谈了解，创始人 Parsooa Bondar 拥有伊朗和加拿大双重国籍身份，Advanced Mobile Payment Inc. 凭借其创始人的人脉关系得以在伊朗和美洲地区顺利开展业务；同时，其从创立之时通过代理销售业内一些知名品牌的机型并进入市场后，致力于通过加装软件并以 AMP 品牌进行认证，借助自有品牌更好地参与到中东、拉美等区域的银行等客户的招标中去，因此，报告期内 Advanced Mobile Payment Inc. 的业务在基于伊朗、委内瑞拉的基础上，逐步向周边多个国家拓展。

从收入分布来看，中东及拉美地区是 Advanced Mobile Payment Inc. 主要的业务开展区域。从销售毛利率来看，2021 年因芯片等原料成本上涨使得销往各地区的毛利率水平有所下滑，2022 年，发行人对 Advanced Mobile Payment Inc. 的主销机型 NEW7210 的 4G 版本进行成本优化，并将 NEW7220I 等高毛利机型以原材料、半成品的模式投放其面向的中东市场，使得发行人对 Advanced Mobile Payment Inc. 的销售毛利率整体回升。

## (2) 不同地区对应的主要客户和产品情况

报告期内，发行人各销售区域的主要客户及主要产品情况具体如下：

地区	主要客户	主营业务	主要产品
亚太地区	广州合利宝支付科技有限公司	第三方支付服务	NEW6200 NEW6220 NEW7220
	深圳市商雅达科技有限公司	POS 机销售	
	上海汇付支付有限公司	第三方支付服务	
	嘉联支付有限公司	第三方支付服务	

地区	主要客户	主营业务	主要产品
	盛投（深圳）供应链管理有限公司	收单外包服务	
	拉卡拉支付股份有限公司	第三方支付服务	
	深圳银迅科技有限公司	收单外包服务	
	银盛支付服务股份有限公司	第三方支付服务	
	Worldline Inida Private Limited	提供支付硬件产品及解决方案	
中东地区	Advanced Mobile Payment Inc.	提供支付硬件产品及解决方案	NEW7210、NEW7220、 NEW9220 等型号的 半成品
	Oma Emirates GEN. TR.CO.LLC	销售 POS 机、提供 后端卡的签发以及 银行收单服务	NEW9220
非洲地区	Iconnic Software Pty Ltd	提供支付硬件产品及 解决方案	NEW7210 NEW9220
	Transsnet Financial Service Limited	提供支付硬件产品及 收单服务	
	Gargour Technologies	进出口贸易代理	
	Trustworthy Hans International	进出口贸易代理	
	Citiserive Limited	提供支付硬件产品及 解决方案	
拉美地区	World Pos Solutions	提供支付硬件产品及 收单服务	NEW7210 NEW8210 NEW9220
	Advanced Mobile Payment Inc.	提供支付硬件产品及 解决方案	
欧洲地区	Ion S. A.	POS 机销售	NEW8210 NEW9220
	Contact Design Ltd.	提供支付硬件产品及 解决方案	
北美地区	World Pos Solutions LLC	提供支付硬件产品及 收单服务	NEW9220
	Advanced Mobile Payment Inc.	提供支付硬件产品及 解决方案	

国内市场方面，发行人直接客户以第三方支付机构及收单外包服务机构为主，顺应下游中小微商户实体对 POS 终端便捷化需求，其采购的产品型号主要为 NEW7220、NEW6220 及 NEW6200。

国外市场方面，发行人通过支付硬件产品及解决方案提供商进入当地市场。在主要产品选择上，不同地区的经济发展水平、基础设施建设、当地治安环境、气候条件等多种因素均会对 POS 终端的型号选择产生影响。

以 NEW9220 为例，其属于大屏智能高端机型，价格相对较高，成为北美地区、

欧洲地区、中东地区的阿联酋引进的主要型号；而新兴市场地区面对的情况则更为复杂，除受自身经济发展水平这一因素限制外，如非洲大陆的热带沙漠气候导致的沙尘问题、拉美部分地区的治安环境等均导致大屏智能 POS 终端在此等条件下更易遭受损坏。因此，与 NEW9220 相比，NEW7210 以其价格较低、耐用性强且满足基本支付功能的特点成为当地部分商户的选择。此外，拉美部分地区、俄罗斯地区的网络建设相对滞后，无线 POS 终端无法满足部分大型商超的支付需求，使得其倾向采购 NEW8210 等拥有网线接口的 POS 终端以满足日常收银需求。

综上，报告期内，发行人各销售区域的主要客户及主要产品与各地区的市场环境相契合，与发行人实际经营情况相符。

## 2、相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策及是否存在进出口管制

相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策主要体现为进入当地市场前需取得的认证情况，相关认证具体参见本问询回复“7. 关于毛利率”之“二、（一）金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况……”

发行人主要的 POS 终端出口国与我国贸易关系较为稳定，除伊朗政府为应对美元短缺而出台贸易限制措施，影响了发行人对伊朗市场的成品整机出口外，不存在针对 POS 终端的特殊贸易限制或进出口管制。

### （二）进一步说明报告期内境外销售收入大幅增长的原因及可持续性

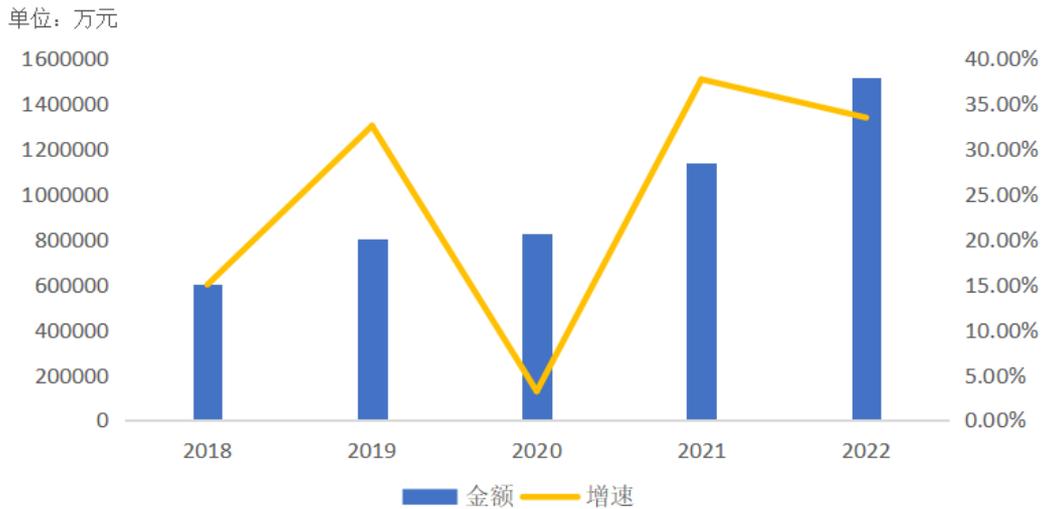
报告期内，发行人境外销售收入的增长原因及可持续性与宏观层面的全球供应链格局、中观层面的支付行业发展及微观层面的企业自身竞争力密切相关。

#### 1、全球供应链冲击下的供需失衡

2020 年开始，随着相关因素逐步蔓延至海外，物流受阻、芯片荒、劳动力短缺等问题导致全球供应链受到冲击，加之全球极度宽松的财政货币政策，使得消费需求的恢复速度明显快于生产能力。而国内一系列政策措施的实施使得相关影响得到快速控制，生产制造能力得以迅速调整和恢复，推动中国出口金额出现爆发式增长。

以 POS 终端的出口情况为例，2018-2022 年，中国 POS 终端年出口额及出口增速如下：

2018-2022年POS终端出口情况



数据来源：中国海关总署

由上表可知，从出口金额来看，近五年以来，POS 终端的外贸出口额保持上升趋势，截至 2022 年末，该金额已突破 150 亿元，POS 终端市场潜力巨大。

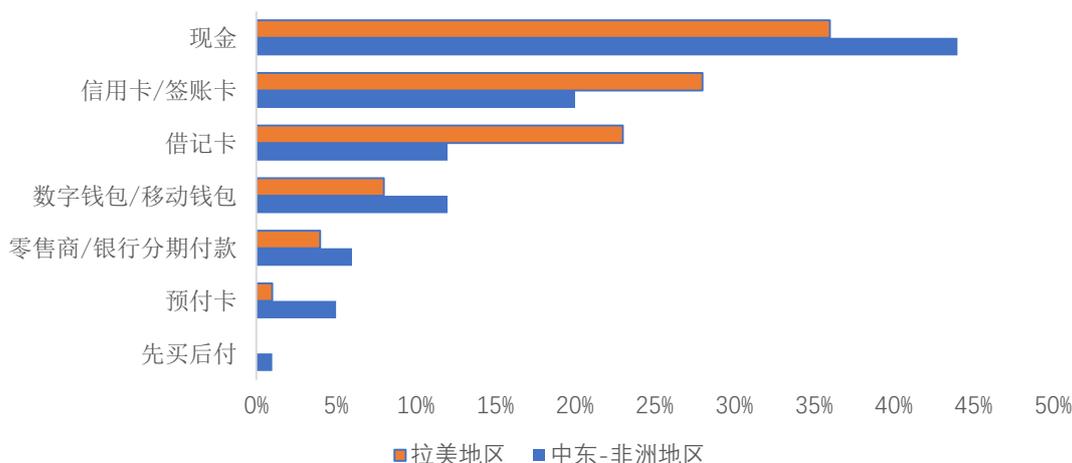
从出口增速来看，2020 年相关因素对国内生产经营造成一定影响，导致出口增速大幅下滑，2021 年，随着国内生产能力的率先恢复，外贸出口强劲反弹，出口额同比增长 37.67%。2022 年，虽然海外相关因素的影响有所缓解，但中国出口高景气现象并未明显转弱。就 POS 终端出口而言，在客观因素的促进下，国产厂商的海外市场进一步拓宽，其产品被更多的海外需求者熟悉与接受。虽然在其他国家工业生产逐步回归常态后，会出现部分外贸订单回流的风险，但国产厂商已凭借优异的产品性价比在海外市场站稳脚跟，海外进口商中短期内 POS 终端商品依然选择从中国进口的趋势不会改变。基于此，2022 年，中国 POS 终端出口增速仍维持在 30%以上。

## 2、非现金支付方式在线下场景中的加速普及

不同于中国收单市场借由条码支付通道和极低的交易费率完成了收单服务的深度下沉，海外市场目前仍以现金及银行卡作为线下支付的主要交易方式。

以报告期发行人主要经营的中东、非洲和拉美地区为例，根据 WorldPay（全球领先的独立支付业务运营商）发布的《2022 年全球支付报告》显示，2021 年，中东-非洲地区及拉美地区的线下支付方式占比如下：

2021年中东-非洲地区和拉美地区线下支付方式占比



注：除现金外，其他线下支付方式均需以 POS 终端为载体进行支付

由上表可知，上述市场的线下支付方式主要以现金为主，分别占比 44%和 36%。和国内及欧美发达经济体相比，中东-非洲地区及拉美地区普遍存在金融基础设施匮乏、银行账户覆盖不足、买卖双方对欺诈的担忧等一系列问题，导致现金支付比例处于较高水平。尽管如此，相关因素仍加速了全球从现金到银行卡、移动支付等消费支付习惯转换，加之各国对数字支付的政策支持，非接触支付在全球范围内将加快普及，现金的长期领导地位将逐渐消退。根据 WorldPay 的预测，2025 年，中东-非洲地区及拉美地区的线下交易方式中，现金占比将分别下降至 31%和 24%，相应份额将被信用卡、移动钱包等支付方式取代，亦将推动着上述区域对支付硬件设备的旺盛需求。

### 3、国产 POS 终端良好的产品竞争力

在激烈的国内支付市场竞争条件下生存下来的中国 POS 终端厂商，在面对海外移动支付和刷卡支付等应用场景时，凭借优秀的技术储备和产品化经验，加之国内完善的供应链体系塑造的成本管控能力，使得国产 POS 厂商在集体出海的浪潮中，海外市场份额迅速扩大。根据《尼尔森报告》，2021 年，中东-非洲市场及拉美市场合计出货量占全球出货量比重已达到 26%，成为除亚太地区外最大的 POS 终端市场。在上述市场出货量前十名厂商中，中国厂商分别占得 5 席和 7 席，市场份额均已突破 50%。

在众多国产 POS 终端厂商中，发行人已在全球 60 多个国家或地区实现产品

销售和解决方案等服务延伸。在不断推动研发创新，持续优化产品成本、快速响应客户服务需求的理念推动下，近年来，发行人海外市场份额已有所上升，客户满意度、市场认可度的提升将有效转化为公司在国际市场上的品牌价值和品牌识别度，为发行人海外业务的进一步发展提供充分的支持和保障。

除上述因素外，各国对实体经济的扶持力度不断加强也将对发行人境外 POS 终端的销售收入增长起到正面推动作用，如部分国家通过鼓励本地生产以吸纳当地就业、增加政府税收的方式推动实体经济发展。具体到 POS 终端业务，发行人与 AMP 现阶段的合作模式、巴西子公司都将以原材料、半成品形式出口并在当地完成组装的方式，支持当地经济发展的同时提高发行人 POS 终端在当地市场的竞争地位，促进当地对发行人 POS 终端需求量的进一步提升。

### **（三）说明境外销售由中信保承保的具体情况，主要境外客户的资信情况，海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因**

#### **1、境外销售由中信保承保的具体情况**

公司在评估境外销售业务产生的信用风险时，综合考虑境外客户整体实力，如行业知名度、经营规模、资金状况、资信评级、合作历史状况及各地外汇政策等因素，评估客户的信用风险判断给予相应的信用政策：（1）对于各期新增境外客户，公司采取先款后货的结算方式，不存在信用风险。（2）对于合作历史较久的境外客户，通过合作历史、经营规模、市场地位等综合评估其资信状况，给予一定的信用期。目前，上述历史回款情况良好，未发生过重大信用风险损失，因此公司未对境外销售业务购买中信保保险，无中信保相关数据可供查询。

## 2、主要境外客户的资信情况

报告期内，公司的境外各期前五大客户共涉及 9 名客户，销售收入合计占各期外销主营业务收入比例分别为 66.46%、61.35%和 73.49%，其资信情况如下：

序号	公司名称	前五大所属期间	主要资信状况							评估信用期
			注册地	成立时间	注册资金	经营规模	合作历史	主要经营地	历史合作/坏账情况	
1	Advanced Mobile Payment Inc.	2020-2022 年	加拿大	2010 年	不适用	每年约 2,000 万美元	2015 年开始合作	中东、拉美、北美等	合作良好，报告期末未发生坏账	发货后 60 天
2	Worldline India Private Limited	2020-2022 年	印度	1997 年	21,000 万印度卢比	每年约 4,820 万美元	2015 年开始合作	印度	合作良好，报告期末未发生坏账	发货后 60 天
3	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	2022 年	阿联酋	1992 年	50 万阿联酋迪拉姆	每年约 15,000 万阿联酋迪拉姆	2018 年开始合作	中东地区	合作良好，报告期末未发生坏账	发货后 45 天
4	World Pos Solutions LLC	2020-2022 年	厄瓜多尔	2012 年	未公布	-注	2014 年开始合作	拉美地区	合作良好，报告期末未发生坏账	款到发货
5	Iconnic Software Pty Ltd	2022 年	南非	2016 年	未公布	2022 年约 580 万美元	2017 年开始合作	南非、津巴布韦	合作良好，报告期末未发生坏账	款到发货
6	Gargour Technologies	2021 年	埃及	1973 年	5 亿元埃及镑	每年约 7.5 亿埃及镑	2021 年开始合作	埃及	合作良好，报告期末未发生坏账	款到发货
7	Trustworthy Hans International	2021 年	尼日利亚	2019 年	未公布	每年约 1,000 万美元	2021 年开始合作	尼日利亚	合作良好，报告期末未发生坏账	款到发货
8	Contact Design Ltd.	2020 年	俄罗斯	2003 年	未公布	每年约 250 万美元	2010 年开始合作	俄罗斯	合作良好，报告期末未发生坏账	发货前付 50%，发货 30 天后付 50%尾款
9	7 Labs SRL	2020 年	多米尼加共和国	2011 年	500 万美元	-注	2011 年开始合作	拉美地区	合作良好，报告期末未发生坏账	发货前付 50%，发货 30 天后付 50%尾款

注：部分客户出于商业保密原则，未提供经营规模相关数据。

(四) 结合同行业可比公司境外销售的具体情况, 说明发行人销售区域与可比公司是否存在明显差异及差异原因。

根据 2021 年《尼尔森报告》对主要 POS 终端厂商在各区域出货量的统计, 2021 年, 按销售区域划分, 公司及同行业可比公司在主要销售区域的出货量占其总出货量的比例具体如下:

项目	华智融	新大陆	新国都	天喻信息	百富环球
亚太地区	83.31%	84.17%	90.18%	98.77%	22.89%
中东及非洲地区	14.08%	3.63%	4.57%	0.66%	6.31%
拉美地区	1.51%	9.87%	1.76%	0.57%	59.43%
欧洲地区	0.95%	1.58%	3.38%	0.00%	8.04%
北美地区	0.14%	0.75%	0.11%	-	3.33%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注: 由于可比公司未单独披露境外区域销量, 因此亚太地区当中包含了向境内出货数据

由上表可知, 发行人与可比公司的业务范围均以亚太、中东及非洲、拉美地区为主, 而在欧洲及北美地区的出货量则相对较小。同时, 各可比公司基于其不同的海外布局, 在各地区的出货比例也不尽相同。

其中: 新大陆及百富环球在拉美地区出货量较高, 主要原因系上述两家公司在巴西市场的布局较早并深耕多年, 百富环球于 2013 年已进入巴西市场, 并占据拉美约 30% 的市场份额; 新大陆巴西子公司在 2019 年设立, 并在当年实现了海外产品的当地化改造与批量供货; 新国都的主要境外客户所在国家为墨西哥、印度、俄罗斯、保加利亚、尼日利亚等, 地区分布相对均匀; 而天喻信息则由于主营国内业务, 因此海外整体出货量较小。

与上述同行业公司相比, 发行人的海外市场以中东-非洲市场为主, 主要系 2021 年发行人与非洲移动支付公司 OPay 的合作使得发行人在该地区的出货量较高。

综上, 发行人与同行业各可比公司的海外业务在境外主要地区均有涉及, 但因其海外战略不同使得各公司在不同地区间的布局各有侧重, 其差异具备合理性。

五、详细说明境外地区对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面支持的具体情况, 是否存在关税、外汇等方面的合规性风险, 结合相关情况进一步分析

原材料和半成品出口金额大幅增加的原因及合理性，增长是否具有持续性；原材料和半成品出口是否附带软件系统，如是，说明软件安装方式及终端控制方式。

(一) 境外地区对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面支持的具体情况

报告期内，公司原材料、半成品配套出口并由客户于海外自行组装销售的主要客户情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Advanced Mobile Payment Inc.	8,945.50	1,327.85	655.21
GBR Components Da Amazonia LTDA	155.72	-	-
Gertec Brasil LTDA	102.86	-	-
合计	9,204.08	1,327.85	655.21

报告期内，公司原材料、半成品出口主要客户为 Advanced Mobile Payment Inc.、GBR Components Da Amazonia LTDA、Gertec Brasil LTDA。

其中，Advanced Mobile Payment Inc. 的原材料、半成品组装后销往伊朗市场，GBR Components Da Amazonia LTDA、Gertec Brasil LTDA 组装后销往巴西市场，上述市场的政策情况如下：

1、伊朗市场

伊朗为应对美国制裁导致的外汇储备短缺，限制了国内可生产产品的进口，同时鼓励投资者在伊朗境内设厂以带动当地居民就业及政府税收。关于伊朗海关、外汇方面的支持性措施的具体情况参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“四、（一）、1、（2）、② 中东地区”。

2、巴西市场

巴西市场上，GBR Components Da Amazonia LTDA、Gertec Brasil LTDA 均为公司于 2022 年新开拓的客户，公司在进入巴西市场时，了解到巴西的 POS 终端成品进口关税税率较高，与拉美其他市场如厄瓜多尔的进口关税税率 5% 相比，巴西市场的进口关税税率为 16%。但由于巴西对本地组装较为鼓励，一般原材料进口关税税率较低或为零，因此根据客户需求，上述两家客户均采用原材料、半成品的出口模式。

根据保荐机构在商务部网站外贸实物查询服务检索得到的关税信息，巴西金融 POS 终端进口关税和最主要的两类原材料进口关税信息如下：

类别	海关编码	名称	进口关税税率 <sup>注</sup>
成品	8470. 50. 10	金融 POS 终端	16%
原材料	8542. 39. 99、 8542. 31. 90、 8542. 32. 99	IC	0、5. 4%、7. 2%
	8534. 00. 59	PCB	9%

注：关税税额均以 CIF 价格乘以进口关税税率为计算基础。

从上表可以看出，由于巴西金融 POS 终端成品进口关税远高于原材料进口关税，因此公司根据客户需求，采取原材料、半成品出口，当地组装的形式进入巴西市场符合当地市场的实际经营情况，也符合当地的关税政策。

## （二）是否存在关税、外汇等方面的合规性风险

发行人部分客户为遵循伊朗、巴西等销售市场当地政策的要求、实现经济效益最大化等，采取向公司进口原材料、半成品，当地组装后销售的业务模式。原材料、半成品的出口模式和成品的出口模式一致，均采用 FCA 模式，即将货物在指定的地点交给买方指定的承运人，并办理了出口清关手续，即完成交货，后续的当地进口报关、外汇支付等相关事宜则均由客户自行办理。

在出口流程方面，公司建立了《税务管理制度》，在业务开展过程中严格遵守国内的海关、关税等各项法规。报告期内，公司已经取得上述业务模式的海关进出口货物收发货人备案回执，且通过查询《中华人民共和国出口管制法》、《商用密码出口管制清单》、中国出口管制信息网等相关信息，公司出口的原材料、半成品不属于中国限制出口的货物。

在伊朗、巴西进口流程方面，由于报关等相关事宜均由客户自行办理，因此通过访谈并查阅进口政策等方式对合规性进行确认。在伊朗，当地工厂 Fanap Technology 进口的原材料、半成品订单均已通过伊朗政府相关部门的审批，在巴西，发行人客户采用原材料、半成品模式所适用的低税率符合巴西进口关税政策；同时，报告期内，公司未收到上述采用原材料、半成品业务模式的客户所反馈的关于在进口环节的违法信息，且上述客户均有正常回款。因此在境外进口流程上的合规性上存在重大风险的可能性较小。

在外汇结算方面，公司建立了《销售与收款管理制度》，公司与境外客户、供应商的结算、跨境资金的流动、结换汇等业务属于经常性项目，均有真实、合法的交易背景。公司在办理具体贸易外汇收支时，通过具有外汇业务资格的银行办理，公司向银行提交相关业务合同等有效凭证和商业单据，并经银行审查后进行购汇付款。

此外，公司及子公司均取得了国内税务机关、海关出具的合规证明，报告期内不存在税务处罚和海关违法违规情况。经检索国家外汇管理局网站（www.safe.gov.cn）的“外汇行政处罚信息查询”，报告期内公司亦不存在外汇违规行政处罚记录。

综上所述，公司不存在关税、外汇等方面的合规性风险。

### **（三）结合相关情况进一步分析原材料和半成品出口金额大幅增加的原因及合理性**

报告期内，原材料和半成品出口大幅增加主要源于对 Advanced Mobile Payment Inc. 的原材料和半成品出口的增加。关于 Advanced Mobile Payment Inc. 原材料、半成品出口的增加的原因及合理性请参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“四、（一）、1、（1）、②、A 与 Advanced Mobile Payment Inc. 的合作”。

### **（四）原材料和半成品出口金额增长是否具有持续性**

原材料、半成品出口模式主要为根据下游客户需求所采取的生产组织方式，公司的销售模式未发生本质改变，因此在全球金融 POS 终端行业的蓬勃发展，以及公司对海外市场的持续开拓的背景下，同一客户无论是采用成品出口模式还是原材料、半成品出口模式，对公司的业绩增长都能带来相同的促进作用；同时，报告期内，公司与原材料、半成品出口的主要客户的合作关系较为稳定；因此，公司原材料、半成品出口收入具有一定的可持续性。

1、全球金融 POS 终端行业市场具有较大的发展空间。

根据《尼尔森报告》预测，2025 年全球金融 POS 终端出货量将达到 3.8 亿台，2021-2025 年的年复合增长率预计为 29.29%。其中海外新兴市场渗透率仍然偏低，新兴市场未来具备较强的成长潜力。根据国际清算银行发布数据显示，2020 年新加坡、加拿大、西班牙、瑞士每个居民 POS 终端拥有量分别为 0.056 台、0.045

台、0.039 台、0.037 台，而新兴市场经济体 POS 终端拥有量普遍较低，以阿根廷、墨西哥、南非、印尼、印度为例，2020 年当地每个居民 POS 终端拥有量分别为 0.019 台、0.012 台、0.007 台、0.005 台、0.003 台，相比之下 POS 终端渗透率偏低，未来发展空间巨大。公司原材料、半成品出口相对成品出口虽然形式不同，但其本质依然是由于海外支付市场的高速发展和对 POS 终端的巨大需求所导致。

## 2、公司掌握产业链核心环节，原材料、半成品出口更有利于产品拓展

金融 POS 终端作为安全性要求较高的软硬件一体化电子产品，其核心技术与竞争优势主要体现在硬件开发设计、软件开发以及在此基础上的产品资质认证等环节。原材料、半成品出口已经完成了上述核心环节，客户主要负责附加价值较低的组装等环节。通过这种形式，一方面公司把握住了产业链核心环节，另一方面又可迎合当地促进国内生产以带动就业、税收的政策导向，更有利于公司开拓海外客户。

## 3、公司已经和原材料和半成品出口的主要客户建立了稳固的合作关系

公司目前原材料、半成品出口的主要客户为 Advanced Mobile Payment Inc.，该公司 2015 年便与公司建立合作，合作关系稳固。根据中介机构访谈了解，Advanced Mobile Payment Inc. 在中东地区已占据约 30% 的市场份额，其中伊朗为其该地区的主要经营地，在当地具备一定市场资源和知名度，能够稳定地获取订单。作为中东地区主要经济体和全球主要的石油生产国，伊朗 POS 终端市场空间较大，在美国对伊朗开启石油禁运前，2017 年公司向其销售规模已经达到 22,407.33 万元。随着公司与 Advanced Mobile Payment Inc. 新型合作模式的顺利运转，公司对其的原材料、半成品出口销售具有可持续性。

## 4、当地企业尚不具备通过本土化生产，进而与公司竞争的实质

除附加值较低的生产组装之外，伊朗及巴西的当地企业在研发能力、供应链采购上尚不具备与公司竞争的实质，较难通过本土化生产来替代目前的原材料、半成品出口模式。

从研发能力来看，POS 终端涉及到社会公众和金融机构的支付安全，因此在产品的安全性、保密性、稳定性等方面都有着严格的技术规范和认证要求，比如

PCI、EMV 等认证，该类认证对于 POS 厂商的研发技术能力有较高的要求。类似伊朗当地厂商的研发水平在短时间内无法与拥有多年产品开发经验的国内头部企业相比，且研发成本及不能通过认证的风险均较高，因此，借助发行人的产品技术能使得当地支付机构获取市场份额的速度更快，风险更小。

从供应链采购来看，POS 终端制造涉及的供应商、物料众多。截至目前，发行人依靠国内成熟的电子元器件产业，和约 200 多家供应商建立合作，涉及采购的物料种类达到 3,000 多种左右，而伊朗、巴西国内电子元器件产业尚未达到我国的成熟程度，无法方便地就近获取合适的原材料，也无法形成像发行人大规模集中采购所具有的采购优势。因此，当地厂商难以在短时间内建立具有成本竞争优势的供应链。

此外，公司已经于巴西设立子公司，进一步通过原材料、半成品出口，当地组装的形式开拓巴西市场。巴西是拉美地区第一经济大国，也是拉美面积最大、人口最多的国家。拉美市场的线下支付方式主要以现金为主，POS 终端市场有较大的发展空间。根据《尼尔森报告》，2020 至 2021 年，拉美 POS 终端出货量增速达到 32.24%，增速远超世界其他地区。巴西广阔的 POS 终端市场为公司未来在该地原材料、半成品出口销售提供了保证。

综上所述，公司原材料和半成品出口收入具有可持续性。

**（五）原材料和半成品出口是否附带软件系统，如是，说明软件安装方式及终端控制方式。**

原材料和半成品出口附带的软件系统主要为固件程序，在发行人自有工厂固件已经烧录至处理器或者存储芯片中，应用程序安装则由客户进口后自行导入完成。关于固件的安装方式及终端控制方式具体请参见本问询回复“1. 关于主营业务”之“三、（一）结合业务模式说明发行人为 POS 终端产品提供软件的具体方式、具体路径和控制方式”的相关内容。

**六、对收入真实性及产品在终端客户部署和启用情况的核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论。**

针对发行人收入真实性及产品在终端客户部署和启用情况，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

(一) 了解内部控制并执行穿行测试：了解与销售相关的内部控制，在了解的基础上执行穿行测试，通过查阅公司内部控制制度、抽取公司销售合同/订单、成品出货检验报告、送货签收单、销售发票、出口报关单、货运提单、物流运输单、记账凭证和回款凭证等原始资料，评价公司与销售相关的内部控制设计有效性。

(二) 执行内部控制测试：对销售环节涉及的关键控制点进行测试，评价内部控制运行的有效性。

(三) 执行分析程序和实质性测试程序

#### 1、分析程序

通过访谈发行人管理层，结合同行业可比公司情况，分析发行人各类业务收入变动的原因及其合理性，包括不限于产品结构分析、产品价格分析、客户分析、同行业对比分析等；

#### 2、实质性测试程序

##### (1) 收入细节测试

获取发行人报告期各期收入明细表并执行细节测试，结合收入确认凭证，获取相关销售合同/订单、成品出货检验报告、送货签收单、销售发票、出口报关单、货运提单、物流凭证、记账凭证等，核查发行人收入确认的真实性、完整性及准确性，核查发行人业务分类是否准确，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
<b>内销</b>			
主营业务收入	78,439.89	77,046.17	103,073.42
细节测试金额	64,610.88	63,843.34	86,041.80
细节测试核查占比	82.37%	82.86%	83.48%
<b>外销</b>			
主营业务收入	43,391.43	37,536.15	19,316.45
细节测试金额	39,747.27	34,743.66	16,767.00
细节测试核查占比	91.60%	92.56%	86.80%
<b>合计核查占比</b>	<b>85.66%</b>	<b>86.04%</b>	<b>84.00%</b>

(2) 截止性测试

以收入明细账为起点抽取报告期各期截止日前后 3 个月或 1 个月的交易，检查其记账凭证入账时间与送货签收单、出口报关单、货运提单等是否在同一会计期间，关注销售收入的准确性以及是否计入恰当的会计期间，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
截止日前 3 个月测试金额①	21,024.29	23,619.82	24,797.49
截止日前 3 个月营业收入总额②	29,549.37	28,406.91	28,717.52
占比③=①/②	71.15%	83.15%	86.35%
截止日后 3 个月（或 1 个月）测试金额④	4,853.12	22,362.32	26,714.58
截止日后 3 个月（或 1 个月）营业收入总额⑤	6377.60	26,822.49	31,163.96
占比⑥=④/⑤	76.10%	83.37%	85.72%

注：2022 年测试截止日后 1 个月营业收入，2020、2021 年测试截止日后 3 个月营业收入。

公司依据境内外销售收入确认具体政策及依据确认销售收入，不存在跨期销售收入。

(3) 函证程序

选取报告期内交易额较大或新增的重要客户、应收账款余额较大的客户及随机选取交易额较小的客户执行函证程序。

单位：万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
内销	发函情况	发函金额①	71,135.61	75,319.80	97,667.19
		收入金额②	78,439.89	77,046.17	103,073.42
		发函比例③=①/②	90.69%	97.76%	94.75%
	回函情况	回函可确认金额④	70,321.72	74,360.75	94,222.67
		回函比例⑤=④/②	89.65%	96.51%	91.41%
	替代程序	实施替代程序金额⑥	813.88	959.05	3,444.52
实施替代程序比例⑦=⑥/②		1.04%	1.24%	3.34%	
外销	发函情况	发函金额①	38,533.47	34,510.42	17,482.09
		收入金额②	43,391.43	37,536.15	19,316.45
		发函比例③=①/②	88.80%	91.94%	90.50%

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
	回函情况	回函可确认金额④	38,533.47	32,111.56	17,382.15
		回函比例⑤=④/②	88.80%	85.55%	89.99%
	替代程序	实施替代程序金额⑥	-	2,398.86	99.93
		实施替代程序比例⑦=⑥/②	-	6.39%	0.52%
合计	发函比例	90.02%	95.85%	94.08%	
	回函比例	89.35%	92.92%	91.19%	
	替代程序比例	0.67%	2.93%	2.90%	

对上述函证中存在的回函不符和未回函的情况，具体核查程序如下：

针对回函不符的客户，中介机构获取并复核企业编制的差异调节表，并检查相关送货签收单、出口报关单、货运提单、发票、期后回款等证据，验证公司收入确认会计处理的恰当性、准确性，确认不符原因主要系双方账务处理存在时间性差异；针对未回函的客户，中介机构通过检查销售合同/订单、送货签收单、销售发票、出口报关单、货运提单、物流凭证、记账凭证、期后回款单据等执行替代程序，确认收入的真实性。

#### （4）走访程序

选取报告期内主要客户及本期收入较大的新增客户、收入增幅较大的老客户以及销售价格高于平均单价且收入金额较高的等类型客户执行走访程序。

保荐机构、申报会计师对 34 家客户进行了访谈，其中内销实地走访 18 家，视频走访 3 家；受外部环境影响，外销主要为线上视频访谈，视频访谈 11 家，实地走访 2 家。核查比例如下表所示：

单位：万元

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
内销	主营业务收入①	78,439.89	77,046.17	103,073.42
	访谈覆盖收入金额②	74,305.15	70,163.94	93,653.47
	访谈覆盖收入占比③=②/①	94.73%	91.07%	90.86%
	其中：实地访谈覆盖收入占比	89.53%	89.58%	90.34%
	视频访谈覆盖收入占比	5.20%	1.48%	0.52%
外销	主营业务收入①	43,391.43	37,536.15	19,316.45
	访谈覆盖收入金额②	39,273.04	33,021.27	15,333.89
	访谈覆盖收入占比③=②/①	90.51%	87.97%	79.38%

境内外	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	其中：实地访谈覆盖收入占比	42.51%	17.90%	22.58%
	视频访谈覆盖收入占比	48.00%	70.07%	56.80%
合计	访谈覆盖收入占比	93.23%	90.05%	89.05%
	其中：实地访谈覆盖收入占比	72.78%	66.10%	79.65%
	视频访谈覆盖收入占比	20.44%	23.95%	9.40%

其中，境外实地走访的两家客户为 Advanced Mobile Payment Inc. 和 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC。此外，保荐机构、申报会计师还实地走访了 Advanced Mobile Payment Inc. 在伊朗的 POS 终端加工企业 Fanap Technology。

#### （5）期后回款测试

截至 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末应收账款回款情况如下：

单位：万元

年度	应收账款余额	累计收回金额	回款比例
2022 年 12 月 31 日	47,548.44	33,367.97	70.18%
2021 年 12 月 31 日	34,726.50	34,109.05	98.22%
2020 年 12 月 31 日	32,407.19	32,283.99	99.62%

#### （四）针对发行人业务特点的专项核查

除对直接客户完成走访、函证等常规程序外，针对贸易商客户、外销客户、产品在终端客户部署和启用情况的核查，中介机构执行的专项核查程序如下：

##### 1、对贸易商客户的核查

（1）查询同行业可比公司公开信息，了解其销售模式，判断发行人采用贸易商模式是否具有合理性；了解发行人所处行业特点、分析发行人采取贸易商模式是否符合行业惯例；

（2）对报告期内深圳市商雅达科技有限公司、Gargour Technologies 等 6 家贸易商客户执行走访程序，确认客户是否真实经营，了解客户的基本情况、与发行人业务合作情况、对应的第三方支付机构、期末库存情况、与发行人是否存在借款等其他资金往来情况、与发行人是否存在关联关系和其他利益安排等信息，核查贸易商销售的真实性，具体走访覆盖比例及走访情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
走访的贸易商收入金额	18,167.04	20,136.92	4,381.69
贸易商收入金额	22,730.91	25,518.53	7,905.77
走访覆盖比例	79.92%	78.91%	55.42%

(3) 对报告期内发行人主要贸易商客户进行穿透核查，穿透核查的方式包括对贸易商对应的主要第三方支付机构进行访谈、获取贸易商的出口报关单等，报告期内核查情况如下：

序号	贸易商名称	注册资本	核查方式	对应的 主要第 三方支 付机构	对应的 主要第 三方支 付机 构客 户经 营规 模
1	深圳市商雅达科技有限公司	1,000 万元 人民币	访谈对应的 第三方 支付机构	乐刷科 技有限 公司	根据乐刷科技有限公司母公司深圳市移卡科技有限公司 2022 年报显示其一站式支付服务收入 27.54 亿元。
2	厦门富盛世荣商贸有限公司	5,000 万元 人民币	访谈对应的 第三方 支付机构	开店宝 支付服 务有限 公司	拥有超过 4.3 亿个人用户，每日交易金额超过 2.5 亿元
3	Gargour Technologies	5 亿元 埃及镑	访谈对应的 第三方 支付机构	OPay	OPay 在尼日利亚拥有超过 1800 万注册应用程序用户和 50 万名代理商。
4	Trustworthy Hans International	未提供			
5	Nomhub Management Limited	未提供			
6	深圳市飞峰科技有限公司	500 万元人 民币	抽查贸易 商相关 的出口 报关单	日本等 地客户	未公布

OPay 为非洲领先的移动支付服务机构，其主要通过 Gargour Technologies、Trustworthy Hans International、Nomhub Management Limited 等向公司采购 POS 终端。

上述贸易商客户中，飞峰科技提供了对下游客户的出口报关单，保荐机构、申报会计师抽查了其出口销售情况。根据保荐机构、申报会计师对贸易商客户的访谈，上述贸易商客户从公司采购的 POS 终端均已经实现销售。上述贸易商的终端客户经营规模都较大，拥有较大的消化公司产品的能力，贸易商一般按照下游

客户的需求向公司下达订单，不是专为发行人服务。

报告期内，对贸易商的穿透核查情况如下：

单位：万元

年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
穿透走访	17,455.42	19,977.27	3,933.36
出口报关单核查	-	1.08	205.93
<b>合计核查金额</b>	<b>17,455.42</b>	<b>19,978.36</b>	<b>4,139.29</b>
贸易商收入金额	22,730.91	25,518.53	7,905.77
<b>核查比例</b>	<b>76.79%</b>	<b>78.29%</b>	<b>52.36%</b>

(4) 获取主要贸易商出具的与发行人及其实际控制人、董监高等不存在关联关系的说明；

(5) 核查发行人银行账户资金流水及发行人控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员等自然人的资金流水，经核查发行人及上述自然人与其主要贸易商客户及其主要人员不存在异常资金往来。

## 2、境外客户的核查

(1) 了解发行人外销收入确认政策，并根据公开信息查看同行业上市公司境外业务的模式和境外销售收入的收入确认政策，检查发行人境外销售收入确认政策的合理性；

(2) 查阅行业资料以及部分同行业可比上市公司招股说明书、年度报告等公开资料，对比同行业公司境外销售情况与发行人的差异及合理性；

(3) 对发行人的境外销售数据与外部证据进行交叉核对，包括报告期各期海关统计报关明细、申报免抵退出口货物明细等与境外销售明细进行比对分析，分析差异原因，进一步核实外销收入的真实性；

(4) 获取境外客户的中国出口信用保险公司资信报告，对客户注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息进行了核查，核查其与公司之间是否存在关联关系，核实客户存在的真实性及其从事业务的相关性。上述程序核查境外客户的销售额占发行人报告期各期境外主营业务收入的比例分别为 52.25%、47.75%及 48.97%；

(5) 收集并整理境外前五大客户大额订单的邮件等沟通往来记录，核查发

行人与该客户接洽、技术商定、价格谈判、下单、发货、收货等环节的沟通过程。相关客户与发行人之间均有较完整的订单商洽、需求交流、交易、售后服务等留痕记录，佐证交易真实性；

(6) 核查发行人银行账户资金流水及发行人控股股东、实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员等自然人的资金流水，经核查发行人及上述自然人与境外客户及其主要人员不存在异常资金往来。

### 3、产品在终端客户部署和启用情况的核查

关于产品在终端客户部署和启用情况的核查具体请参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“一、(一) 说明金融 POS 终端销售给客户后在其终端客户的部署和启用情况，POS 机产品启用信息及软件升级信息与实际销售情况的匹配性，是否存在长期未启用的情形，发行人产品是否实现终端销售，是否存在压货情形”的相关内容。

**七、是否按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-14 的要求对开展业务的信息系统进行专项核查及具体情况。**

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-14 的要求，“发行人日常经营活动高度依赖信息系统的，如业务运营、终端销售环节通过信息系统线上管理，相关业务运营数据由信息系统记录并存储，且发行人相关业务营业收入或成本占比、毛利占比或相关费用占期间费用的比例超过 30%的，原则上，保荐机构及申报会计师应对开展相关业务的信息系统可靠性进行专项核查并发表明确核查意见。保荐机构及申报会计师应结合发行人的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级等进行判断。”公司的业务运营、终端销售环节均未高度依赖信息系统，其中关键控制节点以线下管理为主，故不适用上述监管规则，公司各环节的具体运营情况如下：

#### 1、业务运营：

##### (1) 材料采购

公司生产制造中心计划部根据生产计划和物料消耗情况核算出《欠料表》，采购经理根据《欠料表》在金蝶 K3 采购管理(供应链)系统(以下简称“金蝶系统”)下达《采购申请单》，经采购员复核确认物料规格、数量等信息并经采购经

理审核确认后，生成《购销合同》。

## （2）成本核算

直接材料在领用时的控制环节：东莞分公司生产部计划在系统内下发生产任务单，物料管理部经理从 ERP 系统导出《SMT 发料清单》、《组装发料清单》，交给仓管员发料。仓管员通知生产部 SMT 车间、组装车间物料员取料，物料管理部仓管员与车间物料员共同在发料清单上签字确认。物料管理部仓管员依据《生产任务单》在系统内制作《生产领料单》，列明物料名称、型号、成本对象、申请数量、实发数量。《生产领料单》由物料管理部经理在系统内审核，通过后，仓管员打印《生产领料单》。《生产领料单》一式三联，物料管理部仓管员、经理、车间物料员分别在《生产领料单》上签名确认，物料管理部经理留存根联，仓库、财务各留存一联。成本会计复核整个单据流转情况，无误后进行账务处理，财务部经理复核成本内容并审核对应的记账凭证。

直接人工：财务部根据总裁办审核的薪酬清单，计提当月工资，并按生产部门工资总额列入直接人工，财务部经理对直接人工金额进行复核。

制造费用：费用实际发生时，费用发生业务部门填写报销单等，其部门领导审核后，财务部复核单据内容、入账，财务部经理审核凭证。

## （3）费用控制

公司从 2022 年 9 月开始使用壬华费用控制系统，但其目的主要是查验发票真伪、方便费用归集，仍需财务部人工核实费用真实性、准确性等。报告期内其他时段主要以人工核对单据为主。

### 2、终端销售环节：

公司收到客户订单后，经销售总监审批，商务部门编制《备机需求单》，并交予生产部门，生产部门根据备机需求，结合库存材料情况，对交期作出合理预估，并通过商务部门反馈至客户，双方交期达成一致后生产部门按计划生产。

#### （1）国内销售业务出库与跟踪

生产完毕且收到客户的发货通知后，国内商务助理根据订单内容于 ERP 中下达发货指令，经国内商务主管审批后由国内商务助理点击审核生成《发货通知》，并形成相关联的单据编号。工厂客服部根据《发货通知》制作《销售出库单》并

推送至仓管员，仓管员根据 ERP 系统内的《销售出库单》，打印生成纸质《送货单》，签字后清单出货并留存一联，移交物流公司。

国内商务助理跟进货物到货情况，及时与客户沟通到货情况，并在各快递网站查询确认对方收货情况。货物到达客户并检验合格后，要求对方在《送货单》上签字确认，邮寄回工厂仓管员，仓管员将客户签收后的《送货单》整理提交到财务部进行账务处理。

## （2）海外销售业务出库与跟踪

海外商务助理根据客户订单内容填制《形式发票》。生产完毕且收到客户的发货通知后，海外商务助理根据《形式发票》于 ERP 中下达发货指令，经海外商务主管审批后由海外商务助理点击审核生成《发货通知》，并形成相关联的单据编号。工厂客服部根据《发货通知》制作《销售出库单》并推送至仓管员，仓管员根据 ERP 系统内的《销售出库单》，打印生成纸质《送货单》，由仓管部门主管审批签字后清单出货，并根据与客户商议的送货条款，主要分为以下两种情形进行出货：

① 由客户指定货运代理提货，提货时需在《送货单》上签字确认，仓管员将签收后的《送货单》整理提交到财务部；

② 交予代理报关公司报关后，移交至客户指定货运代理，由货代出具签收证明，代理报关公司将货代出具的签收证明提交至财务部。

获取上述单据后，财务部门从“中国国际贸易单一窗口”获取报关明细，与《送货单》或货运代理公司出具的签收证明进行核对，核对无误后，进行账务处理。

从上述流程可见，公司业务运营、终端销售等环节均未高度依赖信息系统，各关键流程、控制节点，均为人工控制，故不适用《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-14 的要求，故未对开展业务的信息系统进行专项核查。

### 针对上述事项，保荐机构实施了以下核查程序：

1、针对国内销售，访谈第三方支付机构，获取第三方支付机构出具的确认函，了解和确认其从发行人采购的 POS 终端的部署及启用情况，了解下游第三方支付机构的运营策略，分析 POS 终端激活情况和长期未启用情况的合理性；

2、针对国外销售，访谈发行人销售总监，了解发行人境外销售模式的原因及合理性，并根据境外直接客户的销售情况对下游支付机构进行穿透核查，获取支付机构出具的确认函，确认其从发行人采购的 POS 终端的部署及启用情况；通过中信保、公司官网等渠道查询支付机构的经营历史、经营规模、主要管理人员等，分析其采购 POS 终端的合理性和真实性；获取支付机构向发行人直接客户下达订单并与直接客户向发行人下达的订单进行比对，确认交易真实性；

3、访谈发行人管理层，了解境内外金融 POS 终端的竞争格局、支付方式的变革趋势、POS 机使用寿命和更新周期等对发行人业务开展的影响；获取同行业可比公司年报、尼尔森研究报告等公开资料，对比分析同行业业绩变动情况与发行人的经营情况，分析发行人在各地区的出货覆盖情况；统计发行人的境内外在手订单量，分析发行人收入的持续性；

4、访谈发行人管理层，了解 2018 年发行人出现亏损的原因，并通过访谈相关客户、查询相关国家的进出口政策，分析其对发行人销售业绩的影响；

5、访谈发行人管理层，了解 2022 年扣非后归母净利润同比增幅大幅高于营业收入增幅的原因，对境内外主要客户执行分析及实质性测试程序，确认收入的真实性，查看发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、关键岗位人员的报告期银行流水，核查是否存在体外代垫成本费用的情形；

6、访谈发行人管理层及相关境外客户，了解报告期内境外各地区销售规模波动的原因，分析其合理性；

7、查询相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策及相关贸易限制或进出口管制政策；

8、查询宏观经济资料、行业研究报告等公开资料，分析发行人境外销售增长的合理性及可持续性；

9、访谈发行人管理层，了解发行人海外销售业务未在中信保投保的原因；取得报告期各期前五大海外客户资信报告，了解客户资信情况；

10、获取同行业可比公司年度报告等公开资料，了解其海外发展战略，并与发行人的海外销售情况进行对比分析，分析两者的差异及合理性；

11、通过查阅中华人民共和国商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指

南》、中国国际贸易促进委员会发布的《企业对外投资国别（地区）营商环境指南》、公开网络信息等，获取巴西、伊朗的对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面具体政策，并与公司原材料、半成品出口收入的变动进行匹配分析；

12、查阅关税、外汇管理相关规定，核查公司出口模式是否符合关税、外汇管理规定；获取国内税务机关、海关对公司及子公司出具的合规证明，检索国家外汇管理局网站（www.safe.gov.cn）“外汇行政处罚信息查询”是否有发行人的行政处罚记录；

13、与发行人核心技术人员访谈，了解发行人原材料和半成品出口是否附带软件系统、软件安装方式及终端控制方式；

14、了解收入相关的内部控制并执行穿行测试、内部控制测试，执行分析程序，执行实质性测试程序包括：细节测试、截止性测试、函证、走访、贸易商穿透核查、产品在终端客户部署和启用情况核查、期后回款、检查与客户的商务沟通记录等。

**经核查，保荐机构和申报会计师认为：**

1、发行人已就金融 POS 终端销售给客户后在其终端客户的部署和启用情况进行列示，POS 机产品启用信息与实际销售情况具备匹配性，因市场竞争及第三方支付机构的运营策略，使得 POS 终端存在长期未启用的情形，发行人产品实现终端销售，发行人自身不存在向第三方支付机构或收单外包服务机构压货的情形；

2、发行人主营业务收入保持稳定，不存在收入大幅下滑风险；

3、2014 年以来发行人收入和利润变动趋势与同行业可比公司的差异系各公司自发展战略、定位，细分目标客户群体不同所导致，具备合理性，2018 年发行人出现亏损的原因系彼时发行人主要终端市场伊朗受到经济制裁导致，具备合理性，不存在调节收入和利润的情形；

4、2022 年扣非后归母净利润同比增幅大幅高于营业收入增幅的原因系境外收入占比提升使得毛利率有所提升，同时期间费用保持稳定引起，其原因具备合理性；

5、发行人已就各地区的营业收入及占比、毛利率、主要客户和产品情况进

行列示，境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因主要受发行人与客户合作程度、客户运营战略变动、客户对下游客户的开发力度等多重因素影响，其波动具备合理性；

6、相关国家或地区对金融 POS 终端产品的行业政策主要为进入当地市场前需取得的认证情况，除伊朗政府为应对美元短缺而出台贸易限制措施，影响了发行人对伊朗市场的成品整机出口外，不存在针对 POS 终端的特殊贸易限制或进出口管制；

7、报告期内，发行人境外销售收入大幅增长主要与全球供应链格局、支付行业发展和企业自身竞争力等因素相关，其增长具备持续性；

8、报告期内，发行人境外销售未由中信保承保，发行人已就主要境外客户的资信情况进行列示；

9、发行人与同行业各可比公司的海外业务在境外主要地区均有涉及，但因其海外战略不同使得各公司在不同地区间的布局各有侧重，其差异具备合理性；

10、发行人已经详细说明境外地区对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面支持的具体情况；发行人不存在关税、外汇等方面的合规性风险；发行人原材料和半成品出口金额大幅增加具有合理性，原材料和半成品出口具有持续性；原材料和半成品出口附带固件程序，固件程序基本在发行人自有工厂安装，并通过签名对其进行管控；

11、发行人报告期内收入真实，产品已实现终端销售，部分销售产品由于下游第三方支付行业经营特性而存在长期未启用的情形，具备商业合理性；

12、发行人业务运营、终端销售等环节均未高度依赖信息系统，不适用《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-14 的相关规定，故未对发行人信息系统进行专项核查。

## 5. 关于客户

申报材料显示：

(1) 报告期各期，境外前五大客户的销售占比分别为 66.46%、61.35%和 73.94%，部分客户经营规模较小，如 Contact Design Ltd. 经营规模为每年约

250 万美元。

(2) 报告期内，部分客户成立当年或次年即与发行人开展合作，如盛投（深圳）供应链管理有限公司 2021 年成立，当年即与发行人开展合作，销售金额为 3,986.14 万元。

(3) 发行人主要境外客户 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策为发货后 60 天，优于其他境外客户。

(4) 关联方颐付网络为第三方支付机构付临门的收单外包服务商，报告期内发行人同时存在对颐付网络和付临门的销售。

请发行人：

(1) 区分不同产品列示报告期各期前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率，说明同型号产品不同客户的毛利率差异情况及合理性（含与境内客户的对比），相关客户是否主要采购发行人产品，是否与发行人存在关联关系；说明部分境外客户经营规模较小的原因及合理性；结合上述情况进一步说明发行人与相关客户是否存在利益安排。

(2) 说明部分客户成立当年或次年即与发行人开展合作的背景和原因，报告期各期对相关客户的销售内容、金额、收入占比及毛利率情况，是否存在异常情形。

(3) 说明对 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策优于其他境外客户的原因及合理性，上述客户各期末的应收账款、期后累计回款金额及比例、回款进度是否与合同约定一致。

(4) 区分境内和境外说明客户开拓方式、具体过程和主要费用支出，结合报告期各期客户数量的变动情况，包括期初客户、本期增加减少客户、期末客户等，说明境内外客户开拓与销售费用的匹配性。

(5) 列示 2019 年至 2022 年颐付网络、付临门的销售金额及占比、毛利率情况，说明发行人与相关方合作模式是否发生变化及变化原因，同一型号前述两个客户的毛利率差异情况及合理性，主要合同条款（含信用期）的对比情况，是否存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复:

一、区分不同产品列示报告期各期前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率,说明同型号产品不同客户的毛利率差异情况及合理性(含与境内客户的对比),相关客户是否主要采购发行人产品,是否与发行人存在关联关系;说明部分境外客户经营规模较小的原因及合理性;结合上述情况进一步说明发行人与相关客户是否存在利益安排。

(一) 区分不同产品列示报告期各期前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率,说明同型号产品不同客户的毛利率差异情况及合理性(含与境内客户的对比)

报告期各期主要产品前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率及其与境内客户毛利率对比情况如下:

1、2022 年度

单位: 万元

产品型号	客户名称	主要销售区域 <sup>注1</sup>	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率 <sup>注2</sup>
NEW7220	Transsnet Financial Service Limited	尼日利亚	2,179.94	5.02%	39.94%	17.27%
	Worldline India Private Limited	印度	974.67	2.25%	42.81%	
	Asse Electronics Trading L. L. C.	中东地区	244.32	0.56%	42.29%	
	Takamol for Trading LLC	中东地区	17.86	0.04%	46.91%	
	LLC ECSAT-BEL	欧洲地区	5.58	0.01%	57.49%	
NEW7210	Iconnic Software Pty Ltd	南非	2,490.75	5.74%	34.32%	-
	Advanced Mobile Payment Inc.	拉美地区	1,269.70	2.93%	48.49%	
	Worldline India Private Limited	印度	754.51	1.74%	20.43%	
	Winfopay Pte Ltd	拉美地区	264.34	0.61%	39.56%	
	Africave Technologies Limited.	尼日利亚	99.87	0.23%	33.62%	
NEW8210	Advanced Mobile Payment Inc.	拉美地区	434.27	1.00%	47.39%	-
	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东、亚太地区	170.81	0.39%	38.20%	
	7 Labs SRL	拉美地区	114.54	0.26%	47.85%	
	Contact Design Ltd.	俄罗斯	80.45	0.19%	55.10%	
	Ion S. A.	比利时	79.02	0.18%	51.61%	

产品型号	客户名称	主要销售区域 <sup>注1</sup>	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率 <sup>注2</sup>
NEW9210	Worldline India Private Limited	印度	2,463.57	5.68%	21.74%	20.61%
	Advanced Mobile Payment Inc.	中东地区	418.65	0.96%	19.74%	
	Value Platforms Limited	日本	146.56	0.34%	61.43%	
	Merchant Support Co.,Ltd	日本	114.11	0.26%	51.58%	
	Trustworthy Hans International <sup>注3</sup>	尼日利亚	107.91	0.25%	20.92%	
NEW9220	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东地区	5,378.10	12.39%	22.51%	20.57%
	World Pos Solutions LLC	拉美地区	3,687.58	8.50%	36.06%	
	Zeller Australia Pty Ltd	澳大利亚	2,076.00	4.78%	41.06%	
	Worldline India Private Limited	印度	1,710.01	3.94%	23.21%	
	Gargour Technologies <sup>注3</sup>	埃及	1,230.94	2.84%	15.64%	

注1：仅列示该产品该客户主要的销售区域，金额较小的销售区域未列出，下同。

注2：报告期内，存在部分境内客户购买英文 POS 终端并最终销往境外市场的情形，计算境内毛利率时剔除了这部分销售额，下同。

注3：Gargour Technologies、Trustworthy Hans International、Nomhub Management Limited 均为 OPay 指定的进口代理商，下同。

## 2、2021 年度

单位：万元

产品型号	客户名称	主要销售区域	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率
NEW7210	Worldline India Private Limited	印度	2,822.18	7.52%	26.51%	27.24%
	Gargour Technologies	埃及	2,051.62	5.47%	28.10%	
	Trustworthy Hans International	尼日利亚	2,015.10	5.37%	28.83%	
	Nomhub Management Limited	尼日利亚	1,264.36	3.37%	29.31%	
	Transsnet Financial Service Limited	尼日利亚	912.21	2.43%	32.93%	
NEW8210	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东、亚太地区	1,208.05	3.22%	39.86%	-
	7 Labs SRL	拉美地区	551.53	1.47%	45.75%	
	Winfopay Pte Ltd	拉美地区	309.00	0.82%	38.72%	
	Ion S.A.	比利时	296.79	0.79%	55.04%	
	POS S.A	拉美地区	164.16	0.44%	36.41%	
NEW9210	Trustworthy Hans International	尼日利亚	1,791.49	4.77%	27.96%	21.70%
	Worldline India Private Limited	印度	1,274.39	3.40%	18.44%	

产品型号	客户名称	主要销售区域	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率
	Value Platforms Limited	日本	351.25	0.94%	56.14%	
	Merchant Support Co., Ltd	日本	52.43	0.14%	52.38%	
	Gertec Brasil LTDA	拉美地区	3.92	0.01%	44.75%	
NEW9220	Gargour Technologies	埃及	4,653.73	12.40%	17.49%	25.39%
	World Pos Solutions LLC	拉美地区	4,520.23	12.04%	36.25%	
	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东地区	1,586.45	4.23%	19.62%	
	Zeller Australia Pty Ltd	澳大利亚	1,444.36	3.85%	44.81%	
	Ion S.A.	比利时	676.35	1.80%	65.73%	

注：2021年，NEW7220在境外仅有0.13万元的收入，金额较小，其前五大客户数据可比性较低，故不列出。

### 3、2020年度

单位：万元

产品型号	客户名称	主要销售区域	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率
NEW7210	Worldline India Private Limited	印度	3,886.16	20.12%	24.11%	23.09%
	Advanced Mobile Payment Inc.	拉美地区	608.07	3.15%	44.84%	
	Iconnic Software Pty Ltd	南非	452.26	2.34%	45.72%	
	Winfopay Pte Ltd	拉美地区	192.55	1.00%	38.91%	
	Citiserive Limited	尼日利亚	162.61	0.84%	41.02%	
NEW8210	Advanced Mobile Payment Inc.	拉美地区	2,029.74	10.51%	42.72%	-
	7 Labs SRL	拉美地区	1,092.14	5.65%	47.93%	
	Contact Design Ltd.	俄罗斯	683.08	3.54%	54.53%	
	Winfopay Pte Ltd	拉美地区	527.67	2.73%	41.81%	
	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东、亚太地区	523.78	2.71%	39.03%	
NEW9210	Hongkong New Origin Technology Co., Limited	日本	523.32	2.71%	59.60%	22.51%
	Merchant Support Co., Ltd	日本	264.55	1.37%	56.32%	
	Value Platforms Limited	日本	263.31	1.36%	61.85%	
	Worldline India Private Limited	印度	15.24	0.08%	30.01%	
	POS S.A	拉美地区	3.05	0.02%	47.01%	
NEW9220	World Pos Solutions LLC	拉美、北美地区	2,785.11	14.42%	36.45%	22.75%
	Ion S.A.	比利时	453.71	2.35%	69.44%	

产品型号	客户名称	主要销售区域	销售金额	占境外主营业务收入比例	毛利率	境内销售毛利率
	Citiserve Limited	尼日利亚	365.04	1.89%	48.50%	
	Contact Design Ltd.	俄罗斯	360.84	1.87%	48.87%	
	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	中东地区	302.63	1.57%	37.87%	

一般而言，国内线下收单市场服务费率普遍偏低，客户对于 POS 终端的成本较为敏感，且国内客户订单规模较大，议价能力强，使得 POS 终端市场价格竞争较为激烈，毛利率较低。海外线下收单市场服务费率普遍较高，客户对于 POS 终端的成本相对不敏感，且 POS 终端市场竞争强度相对较低，使得海外市场的毛利率水平普遍较高。但其中印度市场较为特殊，由于印度人口众多，市场巨大，且发展迅速，根据 Worldline 出具的《印度电子支付年度报告 2022》，截止 2022 年末，收单银行投放的 POS 终端已经达到 755 万台，同比增长 37%。因此印度市场吸引了众多国内 POS 厂商进入，竞争较为激烈，竞争环境与国内较为类似，部分原材料如 4G-CAT4 通讯模块亦可与国内通用，在印度市场的销售毛利率与国内较为接近。

由于公司海外市场广泛分布于全球多个国家或地区，不同地区的发展水平、历史文化、消费习惯等因素影响各地区的需求，使得其对 POS 终端售价及利润水平的接受程度亦会有所区别。发达国家或地区，如欧洲、日本、澳大利亚等地，由于经济发展水平高，主要关注产品的品质而对价格相对不敏感，因此公司在该地区的销售价格和毛利率一般较高；中东、拉美、南非等国家或地区，依靠良好的矿产资源禀赋，人均 GDP 较高，加之超前消费意识，使得其对 POS 终端售价的接受水平显著高于其他地区，公司在该地区的毛利率亦较高。而印度、尼日利亚、埃及等地区经济发展水平和人均 GDP 较低，价格敏感度较高，使得该区域的毛利率水平明显较低。

公司同型号产品不同客户的毛利率受到销售区域、产品原材料成本、客户的采购规模等多种因素的影响，同型号产品不同客户的毛利率有一定差异，具体情况如下：

(1) NEW7220 产品

报告期内，NEW7220 前五大境外客户单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2022年	欧洲地区	LLC ECSAT-BEL	558.21	237.31	57.49%
	中东地区	Takamol for Trading LLC	446.56	237.08	46.91%
	中东地区	Asse Electronics Trading L.L.C.	305.78	176.48	42.29%
	尼日利亚	Transsnet Financial Service Limited	403.36	242.25	39.94%
	印度	Worldline India Private Limited	385.87	220.68	42.81%

境外销售的 NEW7220 主要为 2021 年新推出的 NEW7220I 产品，该产品在境外市场作为 NEW7210 的升级替换产品，定价上在 NEW7210 基础上有所下降，但由于大量进口芯片亦实现国产替代，使其成本较 NEW7210 大幅下降，2022 年 NEW7220 境外销售的平均单位成本为 230.07 元/台，相比之下 NEW7210 为 325.33 元/台。

从上表可以看出，除 Asse Electronics Trading L.L.C. 之外，销售至各客户的 NEW7220 单位成本较为接近，受境外不同地区价格接受水平等因素的影响，价格有所差异但相对而言均较高，使得该产品在各个地区的毛利率也较高。其中，销售给 Worldline India Private Limited 的毛利率较高，主要是因为 NEW7220I 采用 4G-CAT4 通讯模块，相比 2G 版本的 NEW7210，性能大幅提升，但价格仅较 2022 年 NEW7210 上涨 9.37 元/台，通过在印度市场上较为合理的定价以及成本较 NEW7210 大幅下降，使得该产品毛利率相对较高；销售给 Asse Electronics Trading L.L.C. 单价和单位成本均较低，主要是因为销售给该客户的 NEW7220 中有部分 NEW7220G，占对其收入的比例为 58.75%，其平均单位成本为 139.91 元/台，相比 NEW7220I 的单位成本低约 100 元/台，主要是因为 NEW7220G 使用 4G-CAT1（海外）通讯模块，2022 年平均采购单价为 42.57 元/个，而 NEW7220I 采用的 4G-CAT4（海外）通讯模块，其平均采购单价为 136.90 元/个。

## （2）NEW7210 产品

报告期内，NEW7210 前五大境外客户单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2022年	拉美地区	Advanced Mobile Payment Inc.	667.74	343.93	48.49%
	拉美地区	Winfopay Pte Ltd	573.40	346.56	39.56%

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
	南非	Iconnic Software Pty Ltd	496.96	326.38	34.32%
	尼日利亚	Africave Technologies Limited.	489.08	324.67	33.62%
	印度	Worldline India Private Limited	376.50	299.58	20.43%
2021 年	尼日利亚	Transssnet Financial Service Limited	442.99	297.13	32.93%
	埃及	Gargour Technologies	433.07	311.40	28.10%
	尼日利亚	Trustworthy Hans International	428.08	304.69	28.83%
	尼日利亚	Nomhub Management Limited	423.39	299.31	29.31%
	印度	Worldline India Private Limited	393.28	289.02	26.51%
2020 年	拉美地区	Advanced Mobile Payment Inc.	745.18	411.03	44.84%
	南非	Iconnic Software Pty Ltd	730.04	396.29	45.72%
	拉美地区	Winfopay Pte Ltd	641.85	392.08	38.91%
	尼日利亚	Citiserive Limited	542.03	319.67	41.02%
	印度	Worldline India Private Limited	429.01	325.59	24.11%

#### ① 单位成本差异

报告期内，NEW7210 境外前五大客户单位成本有所差异，主要是受到通讯模块版本影响，同时也受到产品型号、其他原材料价格波动等因素的影响。

报告期内，相关通讯模块的采购价格情况如下：

单位：元/个

分类	2022 年度	2021 年度	2020 年度
4G-CAT1（海外）	42.57	43.00	39.41
3G（海外）	58.82	66.14	91.42
2G（海外）	14.45	16.64	17.14

2020 年，Worldline India Private Limited、Citiserive Limited 主要采购 2G 版本的 NEW7210，其单位成本与其他客户采购的 3G 版本的 NEW7210 差异约在 65-90 元/台，主要源于通讯模块采购价格的差异，2G（海外）和 3G（海外）采购价格差异为 74.28 元/个。

2021 年，Worldline India Private Limited 主要采购 2G 版本的 NEW7210，其单位平均成本与其他客户采购的 4G 版本的 NEW7210 差异约为 10-25 元/台，其中主要是受到 2G（海外）和 4G-CAT1（海外）采购价格差异 26.36 元/个的影响。此外，Worldline India Private Limited 采购的 2G 版本 NEW7210 单位成本较

2020年下降了36.57元/台,主要是因为2021年发行人根据市场需求,对NEW7210进行了降成本设计,而该客户2021年均采购成本优化版本的NEW7210。

2022年,Worldline India Private Limited主要采购2G版本的NEW7210,其单位平均成本与拉美客户采购的3G版本差异约45元/台,其单位平均成本与南非、尼日利亚客户采购的4G版本差异约在25元/台,主要源于通讯模块采购价格的差异,2G(海外)和3G(海外)采购价格差异为44.37元/个,2G(海外)和4G-CAT1(海外)采购价格差异为28.12元/个。

### ② 单位价格及毛利率差异

报告期内,同一区域客户单价受产品成本、采购量等因素影响价格有所波动,但毛利率均保持稳定。NEW7210在南非、拉美地区销售单价较高,毛利率较高约在35%-45%之间;在印度、埃及、尼日利亚的客户的销售单价较低,销售毛利率较低约在20%-30%之间。

除上述基本情况之外,Iconnic Software Pty Ltd在2022年采购了5.01万台,相比2020年0.62万台大幅上升,使得价格和毛利率有所下降。在尼日利亚、埃及市场,OPay通过Gargour Technologies、Trustworthy Hans International、Nomhub Management Limited采购了大量NEW7210,仅2021年NEW7210采购量就达到12.43万台,公司给与了一定价格优惠使得2021年毛利率低于30%;而其余三家尼日利亚客户Africave Technologies Limited、Transsnet Financial Service Limited、Citiserve Limited由于采购量远低于OPay,价格和毛利率相对较高。

### (3) NEW8210 产品

报告期内,NEW8210前五大境外客户单价、单位成本及毛利率情况如下:

单位:元/台

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2022年	俄罗斯	Contact Design Ltd.	914.22	410.46	55.10%
	比利时	Ion S.A.	790.17	382.32	51.61%
	拉美地区	7 Labs SRL	881.04	459.45	47.85%
	拉美地区	Advanced Mobile Payment Inc.	824.04	433.52	47.39%
	中东、亚太地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	665.92	411.57	38.20%

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2021年	比利时	Ion S. A.	787.23	353.91	55.04%
	拉美地区	POS S. A	789.23	501.84	36.41%
	拉美地区	7 Labs SRL	736.94	399.80	45.75%
	拉美地区	Winfopay Pte Ltd	710.35	435.29	38.72%
	中东、亚太地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	686.39	412.77	39.86%
2020年	俄罗斯	Contact Design Ltd.	880.14	400.21	54.53%
	拉美地区	Advanced Mobile Payment Inc.	791.32	453.29	42.72%
	拉美地区	Winfopay Pte Ltd	781.62	454.84	41.81%
	拉美地区	7 Labs SRL	758.43	394.91	47.93%
	中东、亚太地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	683.96	416.99	39.03%

在单位成本方面，报告期内，该产品前五大客户采购的单位成本基本在400-450元/台，采购的主要是3G版本的NEW8210。其中Ion S. A.主要采购2G版本通讯模块的NEW8210，单位成本较同期其他采购3G版本的NEW8210客户低约50-80元/台，主要源于通讯模块的价格差异，2022年和2021年2G（海外）和3G（海外）采购价格差异分别为44.37元/个和49.50元/个。另外，2021年，POS S. A 采购的NEW8210配备有条码扫描头，该款扫描头的采购单价为60.18/个，使得其单位成本较高。

在单价和毛利率方面，报告期内，NEW8210的售价和毛利率均较高，其中在俄罗斯、比利时的毛利率可以达到50%以上，在中东、亚太、拉美地区，销售毛利率亦有40%-50%。NEW8210续航时间长，同时支持有线/无线通讯，可以满足诸如部分客户彩票、车票销售的收款和凭证打印的需求，亦可连接收银机以实现稳定收单。此外，部分境外地区网络建设相对滞后，通过采购拥有网线接口的NEW8210产品以满足日常支付需求。由于该类配置的产品在境外市场上供应逐步较少，竞争较不激烈，价格和毛利率总体较高。

#### （4）NEW9210产品

报告期内，NEW9210前五大境外客户单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2022	日本	Value Platforms Limited	1,395.77	538.35	61.43%

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
年	日本	Merchant Support Co.,Ltd	1,141.05	552.54	51.58%
	中东地区	Advanced Mobile Payment Inc.	707.77	568.04	19.74%
	尼日利亚	Trustworthy Hans International	539.56	426.66	20.92%
	印度	Worldline India Private Limited	551.78	431.81	21.74%
2021年	日本	Value Platforms Limited	1,147.87	503.46	56.14%
	日本	Merchant Support Co.,Ltd	1,059.17	504.36	52.38%
	拉美地区	Gertec Brasil LTDA	872.11	481.80	44.75%
	尼日利亚	Trustworthy Hans International	574.34	413.75	27.96%
	印度	Worldline India Private Limited	544.36	444.00	18.44%
2020年	日本	Hongkong New Origin Technology Co., Limited	1,282.64	518.13	59.60%
	日本	Merchant Support Co., Ltd	1,150.21	502.36	56.32%
	日本	Value Platforms Limited	1,286.32	490.73	61.85%
	拉美地区	POS S.A	922.94	489.06	47.01%
	印度	Worldline India Private Limited	627.28	439.01	30.01%

在单位成本方面，报告期内，该产品前五大客户中向印度、尼日利亚销售的NEW9210单位成本较低，主要是因为上述地区所销售的均为NEW9210国内版，包括采用国内版本的4G-CAT4通讯模块，以及国内版所配置的显示器、打印机；报告期内，NEW9210国内版的单位成本分别为439.01元/台、421.23元/台、431.84元/台，而NEW9210海外版的单位成本分别为505.56元/台、489.30元/台、536.12元/台，NEW9210海外版主要以日本、中东地区、拉美地区客户为主，相比国内版单位成本较高。

在单价及毛利率方面，报告期内，由于日本对金融POS产品品质、认证要求较高，导致该地区竞争厂商数量相对较少，公司销售的单价、产品毛利率也较高，其中毛利率可以达到50%以上；在印度、尼日利亚市场，分别由于竞争较为激烈、Opay通过代理商大规模采购的原因，使得售价较低，而毛利率也仅为20%-30%；2022年，销售至Advanced Mobile Payment Inc.的NEW9210毛利率较低，主要是该批产品为采用低版本安卓系统通讯模块的产品，由于所销往的部分中东地区市场已经开始迭代高版本安卓系统的产品，为了尽快清理低版本产品，销售价格较低，毛利率仅为19.74%。

(5) NEW9220 产品

报告期内，NEW9220 前五大境外客户单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/台

年度	主要销售区域	客户名称	单价	单位成本	毛利率
2022 年	澳大利亚	Zeller Australia Pty Ltd	1,121.56	661.10	41.06%
	拉美地区	World Pos Solutions LLC	780.67	499.14	36.06%
	中东地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	635.05	492.08	22.51%
	埃及	Gargour Technologies	586.27	494.59	15.64%
	印度	Worldline India Private Limited	537.44	412.68	23.21%
2021 年	比利时	Ion S.A.	1,300.66	445.73	65.73%
	澳大利亚	Zeller Australia Pty Ltd	1,073.08	592.22	44.81%
	拉美地区	World Pos Solutions LLC	781.75	498.36	36.25%
	中东地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	629.52	506.00	19.62%
	埃及	Gargour Technologies	595.00	490.92	17.49%
2020 年	比利时	Ion S.A.	1,452.34	443.78	69.44%
	俄罗斯	Contact Design Ltd.	969.22	495.55	48.87%
	拉美、北美地区	World Pos Solutions LLC	784.58	498.60	36.45%
	中东地区	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	759.03	471.58	37.87%
	尼日利亚	Citiserive Limited	960.64	494.75	48.50%

在单位成本方面，报告期内，Zeller Australia Pty Ltd 采购的 NEW9220 单位成本较高，主要是因为采用了 16G 内存的 4G-CAT4 通讯模块，2022 年、2021 年该模块的采购单价为 228.23 元/个、219.04 元/个，而 4G-CAT4（海外）的平均采购单价分别为 136.90 元/个、169.57 元/个，此外该客户的产品包装成本较其他客户高 60-70 元/台；Worldline India Private Limited 采购的 NEW9220 单位成本较低，主要是因为其采购的为 2022 年所推出的成本优化版本的 NEW9220U，在通讯模块、IC 等多个方面进行了降成本设计，2022 年 NEW9220U 的单位成本为 422.55 元/台，成本显著低于普通版本的 NEW9220。

在单价和毛利率方面，报告期内，澳大利亚、俄罗斯、比利时的销售单价较高，澳大利亚、俄罗斯的毛利率为 40%-50%，比利时的毛利率可以超过 60%；在

印度、埃及市场，分别由于竞争较为激烈、Opay 通过代理商大规模采购的原因，使得售价较低，且毛利率为 15%-25%。另外，Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC 为阿联酋国家全资控股的企业，该客户 2018 年开始小规模试用发行人产品，发行人凭借良好的服务、产品质量获得了其认可，为与该公司已有的供应商 Ingenico 竞争，发行人给与该公司的 NEW9220 价格较为优惠，使得销售收入从 2020 年的 302.63 万元上升至 2021 年的 1,586.45 万元、2022 年的 5,378.10 万元，但毛利率从 37.87% 下滑至 19.62%、22.51%；Citiserive Limited 虽然主要在尼日利亚经营业务，但由于采购量较少，价格和毛利率相对较高。

## （二）相关客户是否主要采购发行人产品，是否与发行人存在关联关系

报告期内，相关客户是否主要采购发行人产品及合作年限情况如下：

序号	名称	采购比例	是否主要采购发行人产品	开始合作年度
1	Worldline India Private Limited	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2015 年
2	Advanced Mobile Payment Inc.	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2015 年
3	World Pos Solutions LLC	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2014 年
4	Contact Design Ltd.	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2010 年
5	7 Labs SRL	占同类产品采购额比例 20%-50%	否	2011 年
6	Gargour Technologies	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2021 年
7	Trustworthy Hans International	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2021 年
8	Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC	占同类产品采购额比例 80%	是	2018 年
9	Iconnic Software Pty Ltd	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2017 年
10	Ion S. A.	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2010 年

序号	名称	采购比例	是否主要采购 发行人产品	开始 合作年度
11	Transsnet Financial Service Limited	占采购总额比例 30%-40%	否	2021 年
12	Zeller Australia Pty Ltd	占同类产品采购额比例超过 90%	是	2020 年
13	Nomhub Management Limited	占同类产品采购额比例超过 50%	是	2020 年
14	Asse Electronics Trading L. L. C.	占采购总额比例超过 80%	是	2021 年
15	Takamol for Trading LLC	占采购总额比例 10%-20%	否	2021 年
16	LLC ECSAT-BEL	占采购总额比例 20%-50%	否	2015 年
17	Winfopay Pte Ltd	占采购总额比例超过 80%	是	2019 年
18	Africave Technologies Limited.	-	-	2021 年
19	Value Platforms Limited	占采购总额比例 20%-50%	否	2019 年
20	Merchant Support Co., Ltd	占采购总额比例 20%-50%	否	2019 年
21	POS S. A	-	-	2016 年
22	Gertec Brasil LTDA	-	-	2021 年
23	Citiserve Limited	占采购总额比例超过 90%	是	2008 年
24	Hongkong New Origin Technology Co., Limited	占采购总额比例 1%-10%	否	2020 年

注：采购比例信息来自对客户的访谈问卷、邮件调查表。部分客户出于保密原因未提供采购比例及是否主要采购发行人产品的信息，以“-”表示。

如上表所述，报告期内，报告期各期主要产品前五大境外客户中存在部分客户主要采购发行人产品，主要是因为：

1、公司与大部分主要海外客户合作时间较早，部分客户在规模较小时就已经建立合作关系。在与客户的长期合作过程中，公司凭借有竞争力的价格、过硬的产品质量、及时的售后服务和有力的技术支持，取得了客户的信任并将公司作为主要的金融 POS 终端供应商。

2、由于销往海外的产品的应用程序主要由海外客户自行开发或找当地的服务商开发，若海外客户增加 POS 终端供应商，则需要重新适配开发应用程序并对所增加的产品进行本地化认证，同时会增加售后支持、供应商维护等方面的费用。出于成本效益原则，上述海外客户主要采用向一家供应商采购金融 POS 终端。

3、Gargour Technologies、Trustworthy Hans International、Nomhub Management Limited 均为 OPay 指定的进口代理商，上述三家公司未代理进口或少量代理进口其他公司的 POS 终端。

根据对除 Africave Technologies Limited.、POS S.A、Gertec Brasil LTDA 外上述客户的访谈记录、调查问卷或出具的无关联关系声明，上述客户与发行人不存在关联关系。针对 Africave Technologies Limited.、POS S.A、Gertec Brasil LTDA，中介机构查阅了发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内的银行流水，发行人实际控制人、现有股东、董事、监事、高级管理人员填写的调查表，前述客户与发行人不存在关联关系

### （三）境外客户经营规模较小的原因及合理性

报告期内，公司境外前五大客户中有两家经营规模较小，其基本情况如下：

名称	成立时间	主要销售区域	合作历史	经营规模
Contact Design Ltd.	2003 年	俄罗斯	2010 年开始合作	报告期平均约 250 万美元收入
Iconnic Software Pty Ltd	2016 年	南非、津巴布韦	2017 年开始合作	2022 年约 580 万美元收入

上述两家客户经营规模较小的原因如下：

Iconnic Software Pty Ltd 经营规模较小的主要原因为：在南非支付体系中，现金交易仍占据主导地位，根据南非支付协会、BankservAfrica 和普华永道联合出具的《支付游学报告 2019》，南非超过 50% 金额的消费者交易通过现金结算，而 POS 终端由于申请流程较为复杂、使用习惯等原因，在南非普及程度较低，尚处于发展阶段。因此，虽然 Iconnic 在当地具有一定的市场份额，但整体的经营规模受到了下游支付市场的影响。同样的情况，津巴布韦的 POS 终端普及程度也较低，处于发展阶段，根据津巴布韦储备银行（津巴布韦央行）出具的《2022 年 12 月末全国支付系统简要报告》，2022 年 12 月末在用 POS 终端仅为 13.52 万台，因此对上游机构经营规模产生了一定的影响。

Contact Design Ltd. 经营规模较小的主要原因为：同行业公司如 Verifone、百富环球等凭借先发优势和雄厚的资金实力，先行进入了俄罗斯银行、支付机构等的供应商体系，而公司在俄罗斯市场所采取的策略是与当地一些较小的客户建立合作关系；Contact Design Ltd. 下游主要客户为交通运输行业，用于车票销

售的收款和凭证打印，该市场规模整体有限也使得 Contact Design Ltd. 的经营规模也较小。

综上所述，报告期内公司部分境外前五大客户经营规模较小具有合理性。

#### （四）结合上述情况进一步说明发行人与相关客户是否存在利益安排

不同产品报告期各期前五大境外客户毛利率差异情况虽然存在差异，但主要受到销售区域、产品原材料成本、客户的采购规模等多种因素的影响，具有合理性。部分相关客户虽然主要采购发行人产品，但主要是出于长期合作的信任和供应商管理成本的考量，具有合理性，与发行人也不存在关联关系。报告期内公司部分境外前五大客户经营规模较小主要源于当地市场规模限制和公司经营战略的原因，具有合理性。

综上所述，发行人与相关客户不存在除货物销售之外的其他利益安排。

二、说明部分客户成立当年或次年即与发行人开展合作的背景和原因，报告期各期对相关客户的销售内容、金额、收入占比及毛利率情况，是否存在异常情形。

#### （一）说明部分客户成立当年或次年即与发行人开展合作的背景和原因

报告期内，成立当年或次年便与公司开展合作的公司情况如下：

单位：万元

客户名称	主营业务收入金额			主营业务毛利率			成立时间	开始合作时间
	2022年	2021年	2020年	2022年	2021年	2020年		
盛投（深圳）供应链管理 有限公司	5,524.10	3,986.14	-	14.58%	17.50%	-	2021	2021
深圳快银付 信息科技有限公司	314.53	895.50	384.71	20.45%	21.37%	16.54%	2019	2020
吉安讯销科 技有限公司	-	875.48	633.37	-	15.21%	14.71%	2019	2020
Zeller Australia Pty Ltd <sup>注1</sup>	2,106.47	1,554.58	2.21	41.15%	45.24%	56.45%	2019	2020
Nomhub Management Limited	-	1,264.36	82.93	-	29.31%	26.03%	2019	2020
其余 38 家客 户 <sup>注2</sup>	357.25	415.28	222.46	16.33%	26.73%	20.59%	-	-
<b>合计</b>	<b>8,302.35</b>	<b>8,991.34</b>	<b>1,325.68</b>	<b>21.83%</b>	<b>24.54%</b>	<b>17.00%</b>	-	-

注 1: Zeller Australia Pty Ltd 曾用名 NPCO Operations Pty Ltd, 其收入金额包含同一控制下的 NPCO PTY LTD。以成立和合作时间最早的 NPCO PTY LTD 作为该客户的成立和开始合作时间;

注 2: 发行人未获取部分境外客户的成立时间, 该部分客户销售金额较小, 占报告期营业收入的比例分别为 0.16%、0.38%和 0.35%。

#### 1、盛投（深圳）供应链管理有限公司（以下简称“盛投公司”）

盛投公司于 2021 年 4 月 30 日成立, 2021 年 7 月与公司开展合作并成为当年的第十大客户。

盛投公司的管理团队长期从事收单外包服务, 在行业内成熟的渠道及运营经验, 为与银盛支付开展合作, 该团队 2021 年设立了盛投公司。作为银盛支付的核心收单外包服务机构之一, 盛投公司当年业务迅速步入正轨, 为开展业务需要大量的 POS 金融终端需求。公司凭借在行业内的品牌影响力和与银盛支付的长期合作关系, 成为盛投公司的主要金融 POS 终端供应商, 盛投公司亦在成立当年即成为公司的第十大客户。

#### 2、深圳快银付信息科技有限公司（以下简称“快银付”）

快银付为第三方支付机构快钱支付清算信息有限公司的收单外包服务机构。快银付管理团队长期从事收单外包服务, 为与快钱支付清算信息有限公司开展合作, 该团队 2019 年设立了快银付并从发行人处采购 POS 终端。

#### 3、吉安讯销科技有限公司（以下简称“吉安讯销”）

吉安讯销为第三方支付机构联动优势科技有限公司(以下简称“联动优势”)的收单外包服务机构。联动优势 2015 年开始与发行人建立合作, 2020 年为进军线下收单业务与吉安讯销合作, 并引荐该公司成为发行人客户。

#### 4、Zeller Australia Pty Ltd（以下简称“Zeller”）

Zeller 为澳大利亚的金融科技初创企业。根据公开新闻, 近期 Zeller 以 10 亿澳元(约合 7.27 亿美元)的估值获得 1 亿澳元(约合 7270 万美元)B 轮融资。本次融资由 Headline 领投, 澳大利亚养老基金 Hostplus、现有投资者 Square Peg、Addition、Spark Capital 跟投。

Zeller 的产品路线涵盖全渠道商务功能, 包括与电子商务平台集成实现在线支付功能。此外, 该公司还计划为商家提供存储和管理资金的工具。该公司 2019 年成立后为开展业务需要, 于 2020 年向发行人采购了少量 POS 终端试用。

发行人凭借优秀的产品质量、性价比和服务等获得了客户认可，2021 年开始获得客户大额订单。

#### 5、Nomhub Management Limited

Nomhub Management Limited 为 OPay 的进口代理商。2020 年，OPay 开始与发行人开展合作，通过 Nomhub Management Limited 采购了少量 POS 终端。关于 OPay 与发行人的合作，具体请参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“四、(一)、1、(1)、③、A 与 OPay 的合作”。

#### (二) 报告期各期对上述公司的销售内容、金额、收入占比及毛利率情况，是否存在异常情形

报告期内，除吉安讯销科技有限公司、Nomhub Management Limited 外，发行人与上述公司建立合作关系后，对其销售收入均保持了一定规模。其中吉安讯销由于 2021 年末存在逾期贷款，2022 年发行人不再向其发货；另外，由于 OPay 在非洲地区的经营战略由激进扩张调整为精细化运营，因此 2022 年 Nomhub Management Limited 作为 OPay 的进口代理商不再向发行人采购金融 POS 终端。

报告期内，成立当年或次年即与发行人开展合作的客户毛利率分别为 17.00%、24.54%和 21.83%，2021 年毛利率有较大幅度上升，主要是因为当年 Zeller 向发行人采购了较多的金融 POS 终端，占当年上述客户销售收入总额的 17.29%，该客户当年毛利率为 45.24%，提升了整体毛利率。

关于上述客户销售情况的具体分析如下：

#### 1、盛投公司

报告期各期对盛投公司的销售情况如下：

单位：万元

年度	主要产品型号	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	同类产品境内销售毛利率
2022 年	NEW6220	2,448.34	2.01%	11.83%	12.59%
	NEW7220	3,075.76	2.52%	16.77%	17.27%
2021 年	NEW6220	1,678.49	1.46%	15.05%	12.52%
	NEW7220	2,307.65	2.01%	19.28%	16.51%

盛投公司 2021 年 7 月以来，向公司采购 NEW6220、NEW7220 两种型号的金融 POS 终端以开展收单外包服务。2022 年由于盛投公司全年均向公司采购金融 POS

终端，该年的销售金额和占比相比 2021 年均较大幅度上升。

2021 年公司对盛投公司的销售毛利率高于同类产品境内销售毛利率，一方面公司与银盛支付有良好的合作关系，作为银盛支付的收单外包服务机构，盛投公司倾向于使用公司的金融 POS 终端；另一方面 2021 年盛投公司处于业务启动推广阶段，希望借助公司金融 POS 终端的品牌影响力以顺利推广业务，使得公司具有一定的议价空间。综合影响下，使得 2021 年公司对盛投公司的销售毛利率高于同类产品境内销售毛利率。此后随着盛投公司业务的顺利开展，2022 年公司对盛投公司的销售毛利率与同类产品境内销售毛利率趋于一致。

## 2、快银付

报告期各期对快银付的销售情况如下：

单位：万元

年度	主要产品型号	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	同类产品境内销售毛利率
2022 年	NEW6200	79.65	0.07%	16.91%	16.33%
	NEW7220	234.88	0.19%	21.65%	17.27%
2021 年	NEW6220	4.67	0.00%	15.80%	12.52%
	NEW7220	890.83	0.78%	21.40%	16.51%
2020 年	NEW6220	384.71	0.31%	16.54%	15.64%

快银付毛利率普遍高于发行人境内同类产品毛利率，除了其希望借助公司产品打开市场，公司具有一定的议价空间之外，主要是由于该公司采购量较小，且信用期较短，综上使得该客户的毛利率较高。

## 3、吉安讯销

报告期各期对吉安讯销的销售情况如下：

单位：万元

年度	主要产品型号	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	同类产品境内销售毛利率
2021 年	NEW6220	774.11	0.68%	14.52%	12.52%
	NEW7220	101.37	0.09%	20.44%	16.51%
2020 年	NEW6220	606.42	0.50%	14.45%	15.64%
	NEW7220	26.95	0.02%	20.47%	15.64%

2020 年，吉安讯销所采购的 NEW6220 毛利率与发行人境内同类产品毛利率较为接近；2021 年，由于其部分货款出现逾期，使得该客户毛利率高于同类产

品境内销售毛利率。

#### 4、Zeller Australia Pty Ltd

报告期各期对 Zeller Australia Pty Ltd 的销售情况如下：

单位：万元

年度	主要产品型号	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	同类产品境外销售毛利率
2022 年	NEW9220	2,076.00	1.70%	41.06%	31.62%
2021 年	NEW9220	1,444.36	1.26%	44.81%	30.05%
2020 年	NEW9220	2.18	0.00%	53.73%	42.37%

Zeller Australia Pty Ltd 普遍高于发行人境内同类产品毛利率，一方面由于 Zeller Australia Pty Ltd 主要于澳大利亚开展业务，当地经济发展水平较高，相比对价格不敏感，且竞争厂商数量相对较少，因此发行人销售的产品毛利率也较高；另一方面，销售给 Zeller Australia Pty Ltd 的 NEW9220 产品配置了 16GB 内存的通讯模块，而发行人境外客户一般配置 8GB 内存的通讯模块，因此较高的配置也使得 Zeller Australia Pty Ltd 毛利率较高。

#### 5、Nomhub Management Limited

报告期各期对 Nomhub Management Limited 的销售情况如下：

单位：万元

年度	主要产品型号	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	同类产品境外销售毛利率
2021 年	NEW7210	1,264.36	1.10%	29.31%	31.93%
2020 年	NEW7210	82.93	0.07%	26.03%	30.39%

Nomhub Management Limited 为 OPay 的进口代理商，其普遍略低于发行人境内同类产品毛利率，一方面由于 Nomhub Management Limited 采购的 POS 终端主要用于尼日利亚，该地区经济发展水平和人均 GDP 较低，价格敏感度较高，使得该区域的毛利率水平较低；另一方面，OPay 整体的采购量较大，也使得其单价和毛利率较低，2021 年其通过 Gargour Technologies、Trustworthy Hans International、Nomhub Management Limited 采购用于埃及、尼日利亚市场的采购金额为 11,800.45 万元，占发行人境外收入比重为 31.44%。

三、说明对 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策优于其他境外客户的原因及合理性，上述客户各期末的应收

账款、期后累计回款金额及比例、回款进度是否与合同约定一致。

(一) 说明对 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策优于其他境外客户的原因及合理性

报告期内，公司对 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策均为发货后 60 天，优于其他主要境外客户。这主要是由于：

1、公司与上述两家客户合作时间久，具备良好的信任基础。公司 2015 年便与上述两家客户建立了合作关系，合作过程中未发生重大的货款、产品质量纠纷，历史上从未发生过坏账，双方具有良好的信任关系。此外，报告期内上述两家客户信用期的约定未发生变化，不存在放宽信用期刺激销售的情况。

2、Advanced Mobile Payment Inc. 系优秀的支付方案解决商、Worldline India Private Limited 所属 Worldline 集团为欧洲第四大支付公司。自合作以来，上述公司便为公司重要客户，报告期各期均为公司境外前五大客户。由于长期向公司下达较大的订单，有一定资金流转的需求，为维护与客户的良好合作关系，综合考虑下给予了一定账期。

3、公司与上述两家公司建立合作关系时，正值公司大力开拓海外市场，为顺利打开海外销售的局面，公司给予了采购量较大客户较长的信用期。随着公司海外市场开拓取得一定成果，公司在海外市场已经具备一定知名度，使得报告期内境外前五大客户信用期均短于上述两家客户。

4、发行人与 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 自合作以来的收入及毛利率情况

开始合作以来，发行人对 Advanced Mobile Payment Inc.（以下简称 AMP）、Worldline India Private Limited（以下简称 Worldline）的销售情况如下：

单位：万元

客户名称	年度	收入金额	占主营业务收入比例	毛利率
Advanced Mobile Payment Inc.	2015 年	9,872.56	25.11%	42.93%
	2016 年	18,318.66	35.00%	46.07%
	2017 年	22,407.33	46.44%	45.51%
	2018 年	6,914.93	18.40%	44.76%
	2019 年	3,836.86	4.21%	33.21%

客户名称	年度	收入金额	占主营业务收入比例	毛利率
	2020年	3,459.39	2.83%	42.70%
	2021年	3,525.02	3.08%	37.16%
	2022年	12,849.29	10.55%	41.56%
Worldline India Private Limited	2015年	470.12	1.20%	44.09%
	2016年	2,501.16	4.78%	52.36%
	2017年	8,355.77	17.32%	49.86%
	2018年	1,980.02	5.27%	31.67%
	2019年	4,199.61	4.60%	27.68%
	2020年	4,131.19	3.38%	23.63%
	2021年	4,249.88	3.71%	24.33%
	2022年	6,120.66	5.02%	25.86%

(1) 与 AMP 合作以来的收入、毛利率变动

自与 AMP 建立合作关系以来,发行人对 AMP 的销售规模呈稳步增长趋势,AMP 的销售市场主要位于伊朗等中东地区,以及委内瑞拉等拉美地区,2018 年,受美国对伊朗制裁影响,AMP 在伊朗的业务受到较大的冲击,发行人对其的收入占比由 2017 年的 46.44%下降至 2018 年的 18.40%,并在 2019 年之后持续下滑;2020 年至 2021 年,AMP 筹划通过新的交易模式来应对制裁的影响,在 2021 年完成新增产线后,2022 年销售至伊朗的收入随着大规模组装出货达到 8,945.50 万元,使得 AMP 收入占比也较 2020 年的 2.83%上升至 10.55%。发行人与 AMP 之间的业务合作情况具体参见本问询回复“4、关于营业收入”之“四、(一)、…详细分析境外不同国家或地区营业收入大幅波动的原因及合理性…”

此外,自 2015 年以来,双方的合作关系良好,发行人对 AMP 的销售毛利率也整体保持稳定。

(2) 与 Worldline 合作以来的收入、毛利率变动

2015-2017 年,发行人在印度市场的主要合作伙伴为印度支付公司 MRL Posnet Pvt.Ltd (以下简称“MRL”),其于 2008 年成立于印度金奈,是印度知名的支付平台之一;2015 年,发行人凭借小巧的 NEW6210 产品与 MRL 建立合作关系,由于当时市场上类似 NEW6210 这种带 GPRS、WiFi 通讯功能且不带打印功能的产品竞品较少,因此合作当年获取了较高的毛利率。

2016年-2017年，受到印度废钞事件的影响，即莫迪政府为了控制印度现金的合法流通，废止了大面额的印度现金，大额交易只能通过电子支付或小面额现金，受益于上述事件，印度市场的POS终端需求自2016年开始，保持旺盛增长态势，2017年，印度市场的POS终端存量较2016年增长约为100万台，接近翻倍；因此，2015年-2017年，发行人向MRL的销售收入由470.12万元增长至8,355.77万元，2017年，发行人对其的收入占比达到17.32%；同时，2015年-2017年，由于当地市场POS终端的供不应求，发行人基于产品认证的先发优势持续获得了较高的毛利率，2016年、2017年发行人毛利率分别为52.36%、49.86%，较2015年有所上升，主要是发行人向MRL开始销售毛利率较高的NEW7210产品。因此，2015年-2017年，发行人对MRL的销售毛利率总体维持在较高水平。

2017年10月，欧洲支付公司Worldline计划收购MRL Posnet Pvt.Ltd，并于2018年完成收购；发行人自此转为与Worldline建立合作关系，由于与新的合作主体建立联系，发行人的POS终端产品需与Worldline开发的应用软件进行适配性调整并重新认证，使得2018年销售规模有所下降；此外，随着印度支付市场持续的发展，更多类似Worldline、百富、新国都、新大陆等主流厂商开始进入印度市场，竞争逐步加剧，也使得2018年之后发行人向Worldline的销售收入较2017年有所下降，但随着产品调整及认证的完成，2019年-2021年销售收入分别为4,199.61万元、4,131.19万元、4,249.88万元，总体保持稳定；同时，由于Worldline本身从事POS终端的生产活动，加之看重Worldline在全球范围的影响力，发行人也适当降低了对Worldline的销售单价，2019年-2021年，毛利率分别为27.68%、23.63%、24.33%，销售毛利率均较以前年度有所下降。

2022年，由于合作关系的稳定，2022年收入增长至6,120.66万元，收入占比增长至5.02%，毛利率为25.86%，与2020年、2021年相比保持稳定。

**（二）上述客户各期末的应收账款、期后累计回款金额及比例、回款进度是否与合同约定一致**

报告期各期末，上述客户应收账款、期后累计回款金额及比例情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	应收账款原值	截止 2023 年 4 月 30 日回款金额	截止 2023 年 4 月 30 日回款比例
2022 年 12 月 31 日	Worldline India Private Limited	2,248.69	2,248.69	100.00%
	Advanced Mobile Payment Inc.	4,418.81	4,418.81	100.00%
2021 年 12 月 31 日	Worldline India Private Limited	1,118.02	1,118.02	100.00%
	Advanced Mobile Payment Inc.	1,991.65	1,991.65	100.00%
2020 年 12 月 31 日	Worldline India Private Limited	1,110.75	1,110.75	100.00%
	Advanced Mobile Payment Inc.	1,460.62	1,460.62	100.00%

上述两家客户由于经营规模较大，自身付款审批周期长、资金规划等原因，会出现回款进度与合同不一致、货款逾期的情形，但一般在 1-3 个月内支付逾期款项。

截止 2023 年 4 月 30 日，上述两家公司的应收账款均已经收回。截止本问询回复出具之日，这两家公司经营情况良好，相关业务合作正常。

四、区分境内和境外说明客户开拓方式、具体过程和主要费用支出，结合报告期各期客户数量的变动情况，包括期初客户、本期增加减少客户、期末客户等，说明境内外客户开拓与销售费用的匹配性。

(一) 区分境内和境外说明客户开拓方式、具体过程和主要费用支出

报告期内境内和境外客户开拓方式、具体过程和主要费用支出情况如下：

序号	客户开拓方式	具体过程	主要费用支出	境内外
1	公司主动拜访开拓	境内：公司从事 POS 终端行业多年，熟悉业内主要的第三方支付机构和收单外包服务机构，根据公司战略和主推产品，主动联系客户推介相关产品，积极促成合作； 境外：公司根据市场拓展战略，通过领英、公开信息检索等方式联系客户，并重点跟进客户反馈，积极促成合作。	业务招待费、差旅费	境内、境外
2	客户联系公司建立业务关系	境内：公司已经与境内主要的第三方支付机构及收单外包服务机构建立了合作关系，在业内享有一定知名度，客户可以通过官网、销售人员等方式与公司联系，销售部门持续跟进意向客户需求，积极促成合作； 境外：公司在谷歌、阿里巴巴等地投放广告，部分客户亦通过销售人员领英、公司官网联系，销售部门持续跟进意向客户需求，积极促成合作。	业务招待费、差旅费	境内、境外

序号	客户开拓方式	具体过程	主要费用支出	境内外
3	展会建立业务关系	1、公司根据市场拓展战略，确定参加的展会。一般而言，主要参加行业内重要展会和重点开拓国家或地区的展会； 2、在展会上，通过样机、产品手册等推介公司产品（如硬件性能、取得的认证情况、销售情况等），并留下潜在客户联系方式； 3、持续跟进潜在客户需求，如配合客户应用软件开发和认证等，积极促成合作； 4、客户下达订单，正式达成合作。	业务招待费、差旅费、展会费	境外
4	招投标	通过客户官方网站、行业网站获取招标信息，评估价格、成本、采购量等信息，选择客户投标并制作投标文件，通过投标评审后进入客户供应商名单。	招标文件制作等招投标费用	境内

(二) 结合报告期各期客户数量的变动情况，包括期初客户、本期增加减少客户、期末客户等，说明境内外客户开拓与销售费用的匹配性

1、报告期各期客户的变动情况

(1) 境内

报告期各期境内客户数量变动情况如下：

单位：位

年度	期初客户数量	本期增加客户数量	本期减少客户数量	期末客户数量
2022年	334	115	15	434
2021年	235	138	39	334
2020年	281	121	167	235

注：客户数量以合并披露口径统计，2020年期初客户数量为2019年的客户数量。报告期内当年首次产生收入的客户作为当年的增加客户，当年及之后年度无收入的客户作为当年的减少客户，下同。

报告期各期，境内当期增加客户的收入金额及占比、当期减少客户上一期的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

年度	本期增加客户当期的收入	占境内客户主营业务收入比重	本期减少客户上一期的收入金额	占上一期境内主营业务收入比重
2022年	3,260.37	4.16%	172.65	0.22%
2021年	15,299.56	19.86%	4,618.53	4.48%
2020年	7,856.70	7.62%	1,039.31	1.38%

2021年本期增加客户当期的收入较多，主要是因为开拓了嘉联支付和盛投资公司两个客户，当期分别贡献了8,642.81万元和3,986.14万元。

嘉联支付为新国都（300130）子公司，是国内知名的大型第三方支付机构。2021年嘉联支付实现营业收入约23.7亿元，嘉联支付累计处理交易流水约1.97万亿元。2021年发行人主动拜访嘉联支付，凭借优秀的产品质量、性价比和服务等与嘉联支付达成合作，开始大批量出货。关于盛投公司合作的具体情况参见本问询回复“5.关于客户”之“二、（一）、1、盛投（深圳）供应链管理有限公司”。

2021年本期减少客户上一期的收入金额较大，主要是因为不再与通联支付网络服务股份有限公司合作，该公司上一期主营业务收入3,802.72万元。

## （2）境外

报告期各期境外客户数量变动情况如下：

单位：位

年度	期初客户数量	本期增加客户数量	本期减少客户数量	期末客户数量
2022年	84	15	1	98
2021年	59	33	8	84
2020年	38	28	7	59

报告期各期，境外当期增加客户的收入金额及占比、当期减少客户上一期的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

年度	本期增加客户当期的收入	占境外客户主营业务收入的比重	本期减少客户上一期的收入金额	占上一期境外主营业务收入的比重
2022年	565.65	1.30%	61.83	0.16%
2021年	12,945.17	34.49%	130.98	0.68%
2020年	914.04	4.73%	14.65	0.09%

2021年本期增加客户当期的收入较多，主要是因为OPay在2021年开始通过Gargour Technologies和Trustworthy Hans International采购发行人产品，合计贡献了10,516.92万元，关于OPay与发行人的合作，具体请参见本问询回复“4.关于营业收入”之“四、（一）、1、（1）、③、A与OPay的合作”。

## 2、境内外客户开拓与销售费用的匹配性

### （1）境内

报告期各期，与境内客户开拓相关的销售费用情况如下：

单位：位、万元

年度	差旅费	业务招待费	招投标费用	其他	合计	本期增加客户数量	单位新增客户开拓费用
	a	b	c	d	e=a+b+c+d	f	g=e/f
2022年	24.95	187.96	2.31	8.50	223.73	115	1.95
2021年	33.29	166.76	1.55	3.35	204.96	138	1.49
2020年	39.44	165.90	1.66	1.59	208.58	121	1.72

由上表可以看出，报告期内，境内客户开拓的销售费用主要为差旅费、业务招待费、招投标费用及其他费用。2020年-2022年每增加一个客户所产生的费用分别为1.72万元、1.49万元及1.95万元，报告期内公司主要采取线上方式开拓新客户，减少了现场沟通的次数，使得单位新增客户开拓费用保持在较低的水平。此外部分客户是通过招投标建立合作，亦会产生一定的招投标费用，主要包括标书制作、中标服务等。其他费用主要为制定客户开拓计划产生的会议费以及业务宣传费等，占比较低。

## (2) 境外

报告期各期，与境外客户开拓相关的销售费用情况如下：

单位：位、万元

年度	差旅费	业务招待费	展会费用	其他	合计	本期增加客户数量	单位新增客户开拓费用
	a	b	c	d	e=a+b+c+d	f	g=e/f
2022年	31.27	48.91	51.15	5.79	137.12	15	9.14
2021年	13.09	97.07	-	2.96	113.12	33	3.43
2020年	5.71	52.75	6.18	2.76	67.39	28	2.41

由上表可以看出，报告期内，境外客户开拓的销售费用主要为差旅费、业务招待费、展会费用及其他费用。2020年-2022年每增加一个客户所产生的费用分别为2.41万元、3.43万元及9.14万元，2022年单位新增客户开拓费用较多，主要因为当年11月相关外部影响逐步消除，公司销售人员为开拓新客户，开始参加巴黎 TRUSTECH 等展会，相应的差旅和展会费用较多，但由于时间尚短，客户开拓成果尚不明显，导致2022年单位新增客户开拓费用较高。

综上所述，境内外客户开拓与销售费用匹配。

五、列示2019年至2022年颐付网络、付临门的销售金额及占比、毛利率情况，说明发行人与相关方合作模式是否发生变化及变化原因，同一型号前述两个

客户的毛利率差异情况及合理性，主要合同条款（含信用期）的对比情况，是否存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。

（一）列示 2019 年至 2022 年颐付网络、付临门的销售金额及占比、毛利率情况，说明发行人与相关方合作模式是否发生变化及变化原因

2019 年至 2022 年颐付网络、付临门的销售金额及占比、毛利率情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率
2022 年度	颐付网络科技（上海）有限公司	-	-	-
	付临门支付有限公司	1,840.80	1.51%	15.94%
	其中：NEW7220	271.60	0.22%	18.05%
	NEW6200	1,517.74	1.25%	15.91%
2021 年度	颐付网络科技（上海）有限公司	-	-	-
	付临门支付有限公司	2,380.30	2.08%	14.59%
	其中：NEW7220	126.18	0.11%	17.75%
	NEW6220	1,757.03	1.53%	15.10%
	NEW6200	493.91	0.43%	11.97%
2020 年度	颐付网络科技（上海）有限公司	112.78	0.09%	24.54%
	其中：N58	112.78	0.09%	24.54%
	付临门支付有限公司	5,092.06	4.16%	16.87%
	其中：N58	216.60	0.18%	-0.95%
	NEW7220	196.87	0.16%	24.62%
	NEW6220	4,658.73	3.81%	17.31%
2019 年度	颐付网络科技（上海）有限公司	9,130.09	10.01%	21.41%
	其中：N58	9,130.09	10.01%	21.41%
	付临门支付有限公司	2,198.96	2.41%	28.71%
	其中：N58	816.13	0.89%	19.18%
	NEW7220	1,382.35	1.52%	34.34%

2019 年之后，颐付网络销售金额大幅下降，2021 年及之后无销售。相应的付临门销售收入在 2020 年有较大幅度上升，并在此后年度保持了一定规模。这主要是因为颐付网络和付临门之间的合作模式发生变化。

颐付网络为第三方支付机构付临门的收单外包服务机构，2019 年双方就“银钱包”项目的推广开展合作，基于业务开展的需要，颐付网络向发行人采购 N58

系列 POS 终端。2019 年下半年，颐付网络“银钱包”项目的推广及收单业务量未达预期，该项目停止后续推广并与付临门就新项目“颐支付”展开合作。基于“颐支付”项目开展的需要，2019 年末，颐付网络向发行人下达了购买 N58 改装产品的订单，但由于前次的“银钱包”项目资金问题，同时由于付临门也采用了集中采购 POS 终端并提供给收单外包服务机构的模式，颐付网络决定开始更改模式，由资金情况较好的付临门来承担向厂家采购机具的成本。

无论是付临门，还是颐付网络向发行人采购 POS 终端，均为从发行人处采购 POS 机的正常购销行为，因此与发行人的合作模式不存在变化。双方经协商谈判后签订框架协议，后续按照需求签订采购订单，由发行人将货物直接发往其指定地址。

2019 年，付临门毛利率较高，主要是因为当年购买的 NEW7220 毛利率较高。NEW7220 为 2019 年 4 月推出的新产品，新产品上市时其定价相对较高，使得毛利率较高，付临门于 NEW7220 推出时便购买该产品，随上市时间的推移销售价格有所下降。

## （二）同一型号前述两个客户的毛利率差异情况及合理性

2019 年至 2022 年，对颐付网络销售的主要产品为 N58，对付临门销售的主要产品为 N58、NEW6200、NEW6220 和 NEW7220。其中 N58 同时存在对上述两家客户的销售，均发生在 2019-2020 年，其毛利率对比情况如下：

单位：万元、元/台

客户名称	项目	2020 年	2019 年
颐付网络	销售收入	112.78	9,130.09
	销售单价	52.21	46.17
	单位成本	39.40	36.28
	毛利率	24.54%	21.41%
付临门	销售收入	216.60	816.13
	销售单价	37.17	42.25
	单位成本	37.52	34.15
	毛利率	-0.95%	19.18%

从上表可以看出，N58 产品的单位成本较为接近，故颐付网络 N58 产品毛利率高于付临门，主要系颐付网络 N58 产品单价高于付临门。

2019 年至 2020 年，公司向颐付网络和付临门销售 N58 产品的月度单价情况如下：

单位：元/台

项目	颐付网络单价		付临门单价	
	2020 年	2019 年	2020 年	2019 年
1 月	-	47.72	37.17	-
2 月	-	46.30	37.17	-
3 月	-	46.44	37.17	-
4 月	52.21	45.35	-	43.36
5 月	52.21	43.36	37.17	43.36
6 月	-	43.36	37.17	43.36
7 月	-	43.36	37.17	43.36
8 月	-	43.36	37.17	43.15
9 月	-	-	37.17	43.36
10 月	-	-	37.17	43.36
11 月	-	-	37.17	42.85
12 月	-	-	37.17	37.17
<b>平均单价</b>	<b>52.21</b>	<b>46.17</b>	<b>37.17</b>	<b>42.25</b>

从价格变化趋势来看，2019 年，发行人向上述客户销售 N58 产品的单价均呈现总体下降趋势，2020 年，发行人销售的单价基本保持平稳，上述价格变动趋势与所处行业特征有关。一般情况下，公司所处金融 POS 终端行业中，新产品推出时，市场售价较高，而随着销售规模的扩大，以及行业内其他厂商的同类产品增加，会使得市场竞争加剧，导致产品的市场销售价格呈现逐渐下降的趋势；价格持续下降一段时间，由于市场竞争形态、销售规模、产品成本等因素趋于稳定，市场价格将会基本保持平稳。

2019 年，公司销售给颐付网络的单价高于付临门，主要是因为 2018 年底，中文版本 N58 型号产品推出后，2019 年销售单价呈逐步下降趋势，而颐付网络为该产品推出后的首批客户，销售主要集中在上半年，使得当年度销售单价相对较高，而同一月份销售至上述两家客户的单价基本一致。

2020 年，公司销售给颐付网络的单价高于付临门，主要是因为 2019 年末，颐付网络要求对前期未发货订单产品进行外壳改装，结合原材料成本、人工成本

等因素，公司与颐付网络重新约定的订货价格增加了改装费，该批次改装产品在2020年发货并确认收入；此外，颐付网络贷款出现逾期，公司向其销售价格相对较高。后续由于付临门与颐付网络之间的合作形式发生变更，采用由付临门集中采购POS终端并提供给收单外包服务机构的模式，因此上述改装过后的N58产品改由付临门采购，2020年下半年为了尽快清理N58产品库存，发行人按与付临门的合作价格销售，但该批次产品成本中包含了改装费，成本较高但销售价格较低，使得付临门毛利率为-0.95%。

综上，2019年、2020年颐付网络与付临门的N58产品毛利率差异主要由销售期间、付款信用期、下游之间合作形式变更等导致，具有合理性。

**（三）主要合同条款（含信用期）的对比情况，是否存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。**

报告期内，公司对颐付网络及付临门的主要合同条款及信用政策情况具体如下：

客户名称	主要合同条款	信用政策
颐付网络	<p>商品交付：颐付网络分批次下订货单和交验货。公司保证订货数量不超出5000台时，每批次的供货周期不大于15个工作日，并根据采购订单中指定的地址进行配送。</p> <p>付款方式：应通过银行转账方式付款，订单采购数量超过5000台时，交货日期和出具发票日期应由双方另行约定，并按双方公章或合同专用章盖章确认的采购订单执行。</p> <p>签收：公司依据采购订单将货物送到指定的交货地点后，颐付网络应当场验收货物或者最迟不晚于货物到达交货地点后5个工作日内进行验收货物，对货物数量、规格和外观破损的异议应在验收货物当场或验货期限内提出书面异议，公司将尽快补发货物或予以更换异议货物，若超过货物到达交货地点后15个工作日内未及对货物进行验收且向公司提出书面异议的，视为货物验收合格。</p> <p>保修期：一年</p>	<p>下达订单之日起5个工作日内支付15%预付款，发货后第四个月支付25%货款；发货后第五个月支付30%货款；发货后第六个月支付30%货款，公司于发货后第四个月月初开具的经双方对账确认的发货货款合格发票，但付款义务不以是否开票为前提。</p>
付临门	<p>商品交付：付临门分批次下订货单和交验货。公司保证订货数量不超出5000台时，每批次的供货周期不大于15个工作日，并根据采购订单中指定的地址进行配送。</p> <p>付款方式：应通过银行转账方式付款，订单采购数量超过5000台时，交货日期和出具发票日期应由双方另行约定，并按双方公章或合同专用章盖章确认的采购订单执行。</p> <p>签收：公司依据采购订单将货物送到指定的交货地点后，付临门应当场验收货物或者最迟不晚于货物到达交货地点后5个工作日内进行验收货物，对货物数量、规格和</p>	<p>在发货日起四个月内（含发货月，即T+3月）支付40%货款；发货日起五个月内（T+4月）支付30%货款，发货日起六个月内（T+5月），支付剩余30%货款，公司于发货后第四个月月初开具的经双方对账确</p>

客户名称	主要合同条款	信用政策
	外观破损的异议应在验收货物当场或验货期限内提出书面异议，公司将尽快补发货物或予以更换异议货物，若超过货物到达交货地点后 15 个工作日内未及时对货物进行验收且向公司提出书面异议的，视为货物验收合格。 保修期：一年	认的发货货款合格发票，但付款义务不以是否开票为前提。

注：上述客户均采用发货后第四个月初开具经双方对账确认的货款发票，主要是经与客户协商一致后约定于发货后第一次付款再开具增值税发票，实际执行中，上述客户当月签收的货物，发行人均于次月申报缴纳增值税。

由以上对比可知，颐付网络和付临门的主要合同条款无重大差异，信用期虽然存在一定差异，但均在正常商业信用范围内。一般情况下，公司与客户基于自身现金流、资信状况、产品市场情况等因素协商确定信用政策，颐付网络的信用政策符合公司总体情况，不存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。

**保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：**

1、获取发行人的销售明细表，统计报告期不同产品各期前五大境外客户的销售金额及占比、毛利率，分析其毛利率差异情况及合理性；统计报告期成立当年或次年即与发行人开展合作客户的销售内容、金额、收入占比及毛利率情况，分析存在异常情形；统计 2019 年至 2022 年颐付网络、付临门的销售金额及占比、毛利率情况；

2、通过访谈发行人销售人员、访谈境外客户、获取无关联关系声明等方式，了解报告期不同产品各期前五大境外客户是否主要采购发行人产品，是否与发行人存在关联关系，是否存在其他利益安排；

3、访谈发行人销售人员，了解部分境外客户经营规模较小的原因，并分析其合理性；了解部分成立当年或次年即与发行人开展合作的原因，并分析其合理性；了解 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策优于其他境外客户的原因；

4、获取发行人出具的与相关客户不存在利益安排的承诺函；

5、获取并复核 Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 各期末的应收账款、期后累计回款金额及比例，分析是否与合同约定一致；

6、获取发行人对境内和境外客户开拓方式、具体过程和主要费用支出的说

明，统计报告期各期客户数量的变动情况，并分析其与销售费用的匹配性；

7、分析发行人与颐付网络、付临门合作模式是否发生变化及变化原因，同一型号前述两个客户的毛利率差异情况及合理性；对比前述两个客户主要合同条款（含信用期），分析是否存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期各期，同型号产品前五大境外客户的毛利率差异（含与境内客户的对比）具有合理性，主要源于销售区域、采购规模和下游收单行业费率影响；部分客户虽然主要采购发行人产品，但主要是出于长期合作的信任和供应商管理成本的考量，具有合理性，与发行人也不存在关联关系。部分境外客户经营规模较小主要源于当地市场规模限制和公司经营战略的原因。发行人与相关客户不存在除货物销售之外的其他利益安排；

2、报告期内，部分客户成立当年或次年即与发行人开展合作具有合理性，其销售和毛利率情况不存在异常情形；

3、Advanced Mobile Payment Inc.、Worldline India Private Limited 的信用政策优于其他境外客户具有合理性，上述客户各期末的应收账款存在回款进度与合同约定不一致的情形，主要源于客户付款审批周期长、资金规划等原因，具有合理性；

4、报告期内，发行人境内外客户开拓与销售费用具有匹配性；

5、2019年至2022年颐付网络、付临门同一型号前述两个客户的毛利率差异情况具有合理性，主要源于销售期间、付款信用期、下游之间合作形式变更等；发行人与相关方合作模式发生变化主要源于客户自身经营规划变化的原因；前述两家客户除信用期存在一定差异外，主要合同条款不存在重大差异，不存在颐付网络对发行人进行利益输送的情形。

## 6. 关于原材料采购和人员变动

申报材料显示：

（1）报告期内，公司主营业务成本中直接材料占比分别为 88.05%、89.99% 和 90.27%，主要原材料包括通讯模块、显示器、IC、打印机、电池、PCB 及塑

胶料等。

(2) 金雷曼系发行人供应商，持有发行人 0.73%的股份，发行人将其视同为关联方。报告期内，公司在采购移远通讯模块共与 5 家代理商进行过合作。公司向金雷曼采购移远品牌通信模块的金额分别为 1,188.86 万元、16,667.70 万元和 10,012.11 万元。经比较，发行人向金雷曼采购的多数产品单价低于其他供应商。

(3) 报告期各期末，发行人员工人数分别为 399 人、354 人和 358 人，各期使用劳务派遣人数分别为 17 人、69 人和 37 人。

请发行人：

(1) 结合主要原材料（具体到型号）的采购单价和市场报价、相同原材料不同渠道采购单价等，量化分析主要原材料采购价格的公允性；说明不同类型产品单位成本料工费构成情况及波动原因。

(2) 对比金雷曼和其他移远通讯代理商的主要合同条款、同型号产品的采购单价，说明发行人向金雷曼采购单价的公允性，采购条款的合理性，是否存在利益安排。

(3) 结合员工构成及变动情况、用工需求、劳务派遣人员岗位等，说明报告期内员工人数整体减少的合理性，是否存在人为调节成本费用或体外代垫成本费用情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合主要原材料（具体到型号）的采购单价和市场报价、相同原材料不同渠道采购单价等，量化分析主要原材料采购价格的公允性；说明不同类型产品单位成本料工费构成情况及波动原因；

(一) 结合主要原材料（具体到型号）的采购单价和市场报价、相同原材料不同渠道采购单价等，量化分析主要原材料采购价格的公允性

公司主要原材料包括通讯模块、显示器、IC、打印机、电池、PCB 及塑胶料等，公司采购的原材料型号众多且定制化程度较高，无具体可比型号的市场公开价格，同类原材料的不同型号采购单价存在差异。采购过程中，采购部向符合条

件的多家供应商询价，根据技术、质量、成本、服务、交期等选择合适的供应商进行采购，并基于市场供求关系进行商务谈判以决定最终采购单价。

## 1、通讯模块

报告期内，公司累计采购额前五大通讯模块具体型号及其可替代料的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	4G 模块-移远-200211030000138	华商龙	123.19	30.80	-	-	-	-
			金雷曼	1,196.90	31.10	4,193.82	30.65	1.42	28.32
			路必康	843.45	31.24	-	-	-	-
	可替代料	4G 模块-合宙-200211030000129	中云信安	-	-	1,814.91	28.32	1,944.00	28.36
			华格科技	935.66	30.94	610.92	30.95	-	-
		4G 模块-翰瑞-200211030000152	贵州翰瑞	1.14	30.97	1,498.21	29.87	-	-
2	本料	GPRS 模块-盛必达- 200211070000008	华格科技	0.32	10.97	39.20	10.97	5,710.70	11.40
3	本料	GPRS 模块-夏新- 200211070000007	厦门夏新	0.15	11.15	0.72	11.15	3,583.56	11.56
			中国电子	-	-	45.72	11.15	1,746.16	11.15
4	本料	4G 模块-移远-200211030000144	华商龙	122.65	27.88	-	-	-	-
			金雷曼	2,468.61	23.67	1,442.81	27.83	-	-
	可替代料	4G 模块-合宙-200211030000145	佳瑞欣	3,057.77	22.80	-	-	-	-
			华格科技	80.68	24.13	755.98	28.41	-	-
5	本料	4G 模块-移远-200211030000132	华商龙	162.48	180.53	-	-	-	-
			金雷曼	743.84	167.15	2,832.94	165.02	138.92	166.37

序号	项目	型号	供应商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
	可替代料	4G 模块-龙尚-200211030000112	龙尚科技	0.15	162.07	-	-	-	-

注 1：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算采购额。

注 2：上述具体型号为公司内部指定唯一的物料编码，下同。

公司累计采购额前五大通讯模块具体型号中，1 号通讯模块为移远通信品牌的一款 4G-CAT1 模块，由上表可知，该型号产品采购单价在不同代理商之间不存在重大差异，且与其他品牌可替代料的采购单价亦不存在重大差异。2 号、3 号通讯模块分别为盛必达、厦门夏新品牌的 2G 通讯模块，该两款产品互为可替代料，其采购单价不存在重大差异（其中，中国电子旗下公司为厦门夏新代理商，由于公司直接向厦门夏新采购需款到发货，为优化现金流管理，2020 年开始公司改为采取向其代理商采购的模式采购其品牌产品）。4 号通讯模块为移远通信品牌的另一款 4G-CAT1 模块，2022 年公司向金雷曼采购该类产品的平均单价低于向华商龙的采购单价，主要系随着“芯片荒”的逐渐消退，该款 4G-CAT1 模块（内芯为紫光展锐品牌的成本优化版本且只支持中国移动网络，故其在公司采购的 4G-CAT1 模块中降价较快）2022 年 8 月开始有明显的降价，公司向华商龙采购该产品均集中在 7 月份，向金雷曼采购主要系在 8 月至 12 月。5 号通讯模块为移远通信品牌的一款 4G-CAT4 模块，该型号通讯模块主要用于 NEW9210、NEW9220 等海外安卓产品，报告期内其可替代料较少，仅在 2022 年向龙尚科技小批量采购了 0.15 万元的相似产品，2022 年公司向金雷曼采购该类型号的平均单价低于向华商龙的采购单价，主要系由于公司仅在当年 5 月向华商龙采购了一笔该型号通讯模块，该笔采购系公司在接到突发销售订单后的紧急采购，需要华商龙在短时间内进行调货，紧急调货需要加收调货费用，故采购单价相对较高。

## 2、显示器

报告期内，公司累计采购额前五大显示器具体型号及其可替代料的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	LCD-天马-200202039220103	深天马 A	1,721.23	83.31	1,109.96	82.73	445.23	69.83
2	本料	LCD-莫凡-200202039220104	莫凡光电	669.64	90.30	1,431.93	105.05	-	-
3	本料	LCD-龙芯光电-200202036220105	重庆中显	-	-	-	-	2,769.67	10.71
	可替代料	LCD-莫凡-200202036220103	莫凡光电	-	-	-	-	1,431.57	10.29
	可替代料	LCD-赣新辉-200202036220104	赣新辉	-	-	-	-	1,385.79	10.29
4	本料	LCD-天马-200202048200307	深天马 A	536.01	30.75	996.54	31.23	561.23	27.09
	可替代料	LCD-莫凡-200202038200104	莫凡光电	-	-	189.16	31.34	0.80	26.55
5	本料	LCD-赣新辉-200202016220102	赣新辉	50.66	9.19	2,009.68	9.27	-	-
	可替代料	LCD-瑞福达-200202017200101	润安光电	1.72	8.85	21.09	8.85	-	-
			瑞福达	223.29	8.85	326.91	9.04	-	-

注：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算采购额。

2021年，受宏观经济因素及工信部对平板玻璃新增产能调控的影响，再加之部分高性能显示器受“芯片荒”影响，显示器行业出现暂时性的缺货涨价情形，故公司采购的同型号产品在2021年的采购单价均较高。公司累计采购额前五大显示器具体型号中，1号显示器为应用于NEW9220产品的深天马A（000050.SZ）彩色LCD屏，其与2号显示器互为可替代料，但公司采购的莫凡光电品牌显示器单价高于深天马A，主要系由于2021年显示器行业缺货，而深天马A作为行业龙头国企品牌，其价格上涨幅度较小但货源紧俏，公司为保障生产紧急选择了莫凡光电的类似产品进行采购，2022年随着显示器行业供给的回稳，两者采购单价差异减少。3号显示器为主

要应用于 NEW6220 产品的龙芯光电（龙芯光电与重庆中显为同一实际控制人控制下的兄弟企业）品牌黑白 LCD 屏，公司采购该型号产品的采购单价与其他供应商的可替代料基本一致。4 号显示器主要应用于 NEW8210 产品，其采购单价与其他供应商的可替代料基本一致，不存在重大差异。5 号显示器主要应用于 NEW6220 和 NEW7220 产品，其采购单价与其他供应商的可替代料基本一致，不存在重大差异。

### 3、IC

报告期内，公司累计采购额前五大 IC 具体型号及其可替代料的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022 年		2021 年		2020 年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	CPU-国芯-100501010000045	中云信安	1,844.84	3.08	2,558.12	2.48	2,656.61	2.55
2	本料	CPU-BROADCOM- 100501010000021	茂宣企业	757.28	44.06	858.19	34.58	723.86	35.46
3	本料	IC-复旦微-100501060000018	复旦微电	720.66	1.05	855.49	0.95	35.05	0.80
4	本料	Flash-新芯- 100501020000071	富恒芯	-	-	39.08	2.65	-	-
			众芯汇	-	-	-	-	86.02	1.37
			新蕊科技	-	-	90.37	1.64	-	-
			武汉力源	-	-	262.26	1.95	964.08	1.26
	可替代料	Flash-博雅- 100501020000075	曜佳信息	-	-	-	-	167.84	1.30
5	本料	MCP 内存-ESMT-100501020000065	扬宇科技	257.92	17.45	482.48	14.03	295.91	11.56

注：受同一实际控制人控制的供应商已合并计算采购额。

公司采购的 IC 类产品包含的种类较多，例如 CPU、存储芯片、射频 IC、电源管理 IC 等，同用途的原材料规格型号种类也较为繁杂，不同性能、不同规格型号原材料之间存在着一定的采购价差。

公司累计采购额前五大 IC 具体型号中，1 号芯片为国芯科技(688262.SH)的 CUni360S-Z CPU 处理器，该产品主要应用于公司“AP+SP 双架构”的 POS 机产品，报告期内，公司未采购其他可替代料，根据《国芯科技：发行人及保荐机构关于发行注册环节反馈意见落实函的回复》中相关披露，中云信安在 2020 年度、2021 年 1-6 月向国芯科技采购 CUni360S-Z 芯片的单价分别为 2.22 元/个及 2.23 元/个，中云信安作为国芯科技代理商，在购入价基础上进行一定加成销售给公司，具有商业合理性，2022 年，公司向中云信安采购的单价上升，主要系由于受“芯片荒”影响，2022 年上半年博通等国际知名厂商的 CPU 产品仍处于不能按时交货状态，国产 CPU 需求旺盛价格上涨，综上，公司 1 号芯片采购单价具有公允性。2 号芯片为美国博通的芯片，该产品算力强单价较高，主要应用于 NEW7210、NEW8210 等单架构 POS 机产品，并且由于单架构不可借用通讯模块中的内存，该类机型还需专门配置 5 号 IC（MCP 内存），2021 至 2022 年该两类芯片受“芯片荒”影响，采购单价均出现不同程度的上涨，报告期内由于品牌国际认可度及认证限制，公司未采购 2 号芯片及 5 号芯片的可替代料，但茂宣企业及扬宇科技分别为美国博通、ESMT 的金融支付行业芯片亚洲权威代理，采购定价由品牌总公司决定，公司向其采购的定价系双方基于市场供求下的商务谈判结果，具有公允性。3 号芯片为复旦微电（688385.SH）品牌的非接触射频 IC，报告期内公司未采购其他可替代料，复旦微电系国内从事集成电路的设计、开发、测试的知名企业，其产品广泛应用于金融、社保、城市公共交通、电子证照等众多领域，公司向复旦微电采购的定价系双方基于市场供求下的商务谈判结果，具有公允性。4 号芯片为新蕊科技品牌 Flash 储存芯片，2020 年该型号产品采购单价在不同代理商之间不存在重大差异，且与其他品牌可替代料的采购单价亦不存在重大差异，2021 年受“芯片荒”影响，Flash 储存芯片市场价格出现波动，受具体采购时间影响，公司采购该型号原材料在不同供应商之间出现差异，其中富恒芯系公司在现有供应商无法及时提供货源的情况下，被动接受的新采购来源，其采购单价明显高于其

他供应商。

#### 4、打印机

报告期内，公司累计采购额前五大打印机具体型号及其可替代料的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	热敏打印机-精芯-200203020000104	宁波精芯	1,522.71	20.04	1,959.24	20.83	1,614.43	21.55
2	本料	热敏打印机-普瑞特-200203020000105	普瑞特	238.31	19.56	1,013.44	21.24	864.63	21.24
3	本料	热敏打印机-普瑞特-200203020000802	普瑞特	0.02	22.12	179.18	22.12	1,547.34	22.14
4	本料	热敏打印机-顶尖-200203020000106	厦门顶尖	535.25	19.78	1,027.71	20.35	-	-
5	本料	热敏打印机-精工-200203020000107	三信电气	609.68	24.13	606.60	22.06	0.45	22.59

报告期内，公司累计采购前五大的打印机具体型号间性能差异不大，均可互相替代，5号打印机为日本精工品牌进口产品（日本精工打印机与国产打印机主要差异在外观层面。由于外观专利和塑胶件开模成本考虑的限制，部分机型目前仍采用日本精工打印机），故采购单价略微高于其他型号，公司打印机采购单价不存在重大差异。

#### 5、电池

报告期内，公司累计采购额前五大电池具体型号及其可替代料的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022 年		2021 年		2020 年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	锂电池-安德丰-200206016220106	安德丰	1,350.86	4.01	998.11	3.23	61.35	3.08
	可替代料	锂电池-路华-200206016220105	路华电子	-	-	72.19	3.21	21.14	3.19
2	本料	锂电池-优特利-200206016220103	优特利	511.45	4.26	892.21	3.19	261.94	3.13
3	本料	锂电池-力科-200206017220105	广东力科	1,116.77	7.56	674.52	6.66	142.36	6.64
	可替代料	锂电池-优特利-200206017220104	优特利	97.70	8.50	439.52	6.47	235.92	6.64
4	本料	锂电池-安德丰-200206016220101	安德丰	0.03	3.95	0.12	3.95	1,443.80	4.07
5	本料	锂电池-优特利-200206010200101	优特利	-	-	-	-	1,202.19	4.11

2022 年受上游电芯价格波动的影响，锂电池行业出现价格上涨的情形，公司累计采购额前五大电池具体型号中，1 号电池及 2 号电池主要应用于 NEW6220 成本优化版本，其采购单价基本一致，不存在重大差异。3 号电池主要应用于 NEW7220 产品，2022 年 3 号电池采购单价低于其可替代料，主要系由于 2022 年锂电池价格波动，受具体采购时间及采购量不同的影响所致。公司采购的 4 号、5 号电池均为主要应用于 NEW6220 或其他小型 POS 机型，采购时间均主要集中在 2020 年（后续公司对 NEW6220 产品用料进行成本优化，2021 年及 2022 年采购量较小，基本系少量尾单，故 2022 年 4 号电池价格未见明显波动），该两款电池型号采购单价基本一致，不存在重大差异。

## 6、PCB

报告期内，公司累计采购额前五大 PCB 具体型号的采购金额、单价情况如下：

单位：万元、元/个

序号	项目	型号	供应商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	本料	PCB-奔创- 100100016220141	奔创电子	556.95	2.73	743.95	2.77	144.74	2.73
2	本料	PCB-博敏- 100100016220341	博敏电子	627.86	2.75	617.32	3.10	1.23	3.51
3	本料	PCB-博敏- 100100016220304	博敏电子	-	-	-	-	975.02	3.26
	同型不同厂	PCB-奔创- 100100016220104	奔创电子	-	-	-	-	434.40	3.09
	同型不同厂	PCB-奥士康- 100100016220604	奥士康	-	-	-	-	278.22	3.09
4	本料	PCB-奔创- 100100017220641	奔创电子	304.73	3.13	297.58	3.19	74.98	3.07
	同型不同厂	PCB-博敏- 100100017220441	博敏电子	193.61	2.98	-	-	0.30	6.00
5	本料	PCB-博敏- 100100019220302	博敏电子	155.33	14.31	332.34	13.93	80.56	13.17

主要产品 PCB 板均为公司自主设计后将图纸交付 PCB 生产厂家进行生产，对于销量较大的主流产品（例如 NEW6220、NEW7220 等），考虑到供应商产能及货源稳定等因素，公司会委托两家或以上厂家进行生产，1 号与 2 号 PCB 板均为 NEW6220 主板的 V41 版本，其图纸相同，2020 年及 2021 年公司向奔创电子采购的该型号 PCB 采购单价低于博敏电子，主要系由于 2020 年及 2021 年上半年，公司委托博敏电子生产的该型号 PCB 板量较少，其无法形成规模效益导致售价较高，2021 年下半年开始，随着博敏电子该型号采购量的上升，其采购单价逐步下降，2022 年两家供应商采购单价已基本一致，不存在重大差异。3 号 PCB 系 NEW6220 产品更早版本的主板线路，报告期内公司对其采购主要集中于 2020 年，公司向三家供应商采购的采购单价不存在重大差异。4 号 PCB 版为 NEW7220 主板的 V41 版本，报告期内，公司分别向奔创电子及博敏电子进行过该型号的采购，其中 2020 年向博敏电子采购单价较高，主要系由于公司在当年度向其采购了 0.30 万元该型号产品试制样品，未批量下单导致单价较高。5 号原材料为 NEW9220 产品主板，报告期内公司仅向博敏电子一

家采购了该型号原材料，但该产品采购单价计算方式（主要根据图纸中板料、板层、面积、打孔数等因素计算成本）与公司向博敏电子采购的其他 PCB 板一致，采购单价具备公允性。

## 7、塑胶料

报告期内，公司采购的塑胶料包括 POS 机产品的面壳、底壳、塑胶支架（用于支撑 POS 机内部结构）、纸斗、电池盖、镜片、塑胶按键等，每种塑胶料大小规格差异较大，不同型号的主营产品间的同类塑胶料大小也存在差异且根据下游客户的要求也会对塑胶料产品进行定制，故公司塑胶料具体型号繁多，以下选取公司主要产品 NEW6220 及 NEW7220 的主要塑胶料产品（面壳、底壳及塑料支架）在各供应商之间的采购单价进行对比，结果如下：

单位：万元、元/个

序号	机型	型号	供应商	2022 年		2021 年		2020 年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	NEW6220	底壳、面壳	景宏塑胶	1,421.32	1.54	1,688.05	1.54	2,305.23	1.37
			维高模塑	51.92	1.59	220.66	1.44	251.90	1.31
2	NEW6220	塑胶支架	景宏塑胶	397.93	0.53	670.85	0.58	989.45	0.58
			维高模塑	54.38	0.39	40.48	0.38	34.92	0.37
3	NEW7220	底壳、面壳	景宏塑胶	861.23	2.53	870.67	2.47	883.37	2.28
			信濠精密	-	-	3.57	2.14	98.95	1.94
4	NEW7220	塑胶支架	景宏塑胶	119.89	0.49	126.03	0.46	105.07	0.36
			信濠精密	-	-	-	-	11.27	0.42

报告期内，随着市场对 POS 机功能需求的改变（主要系受移动支付兴起影响，公司需在外壳、支架处增加设计摄像头孔、蜂鸣器

孔及笔孔等)，公司塑胶料主要原材料整体单价成上升趋势。

由上表可知，除 2020 年公司向信濠精密采购的 NEW7220 塑胶支架单价（主要系由于当期公司向景宏塑胶采购了部分专用摄像头支架，该原材料体积较小，单价较低）及 2022 年向维高模塑采购的 NEW6220 底壳、外壳单价（主要系当期公司向维高模塑采购的底壳、面壳总体金额较小，且其中挖孔较多的定制产品占比较高所致）高于景宏塑胶外，在其他对比中，公司向景宏塑胶采购的同型号产品单价均高于其他供应商，主要系由于景宏塑胶作为公司塑胶料第一大供应商，其产品质量稳定品控较优，但为了保持公司塑胶料采购价格的公允性及质量的稳定性，公司一直尽可能地引进其他供应商与景宏塑胶进行良性竞争，但引进的竞争供应商往往由于其营业规模、工艺水平、质量控制水平略劣于景宏塑胶而使得公司向其采购的单价更低。

综上所述，公司主要原材料的采购单价和市场报价之间、相同原材料在不同渠道采购单价之间不存在重大差异，公司主要原材料采购价格具备公允性。

## （二）说明不同类型产品单位成本料工费构成情况及波动原因

金融 POS 终端作为安全性要求较高的软硬件一体化电子产品，其核心技术与竞争优势主要体现在硬件开发设计、软件开发以及在此基础上的产品资质认证等环节，总体来说，POS 终端的生产加工环节技术难度相对较低，故公司各主要产品直接材料占成本的比例较高。非材料成本方面，由于外协厂商大批量产线的规模效应明显，出于成本考虑，公司将大部分国内销售产品委托外协厂商进行生产（根据市场需求情况，国内销售产品每笔订单规模相对较大，相对于国外销售产品更适合委托给擅长批量生产的外协厂商），而国外销售产品均为自产。

报告期内，公司主要产品单位料工费情况如下：

### 1、NEW7220 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	105.44	90.26%	101.09	89.83%	99.64	89.16%
直接人工	1.37	1.17%	0.71	0.63%	1.39	1.24%
制造费用	1.55	1.33%	1.17	1.04%	1.42	1.27%
委外加工费	8.46	7.24%	9.56	8.50%	9.31	8.33%
<b>合计</b>	<b>116.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>112.53</b>	<b>100.00%</b>	<b>111.75</b>	<b>100.00%</b>

NEW7220 产品作为国内销售的主力产品（除 2021 年下半年推出的 NEW7220I 产品主要面对海外市场），公司主要采取委外加工的生产模式，故其委外加工费占比相对较高。

2021 年度，NEW7220 产品单位直接人工与制造费用较 2020 年度有所下降，单位委外加工费上升，主要系由于 2021 年公司海外订单增多，为保障生产供给公司扩大了 NEW7220 产品委外生产比例所致。2022 年，由于针对海外市场的 NEW7220I 细分产品订单增加较快，该产品公司主要采取自产模式生产，使得 NEW7220 产品整体单位直接人工、制造费用上升，单位委外加工费下降。如若只考虑外协生产产品，报告期内，单位加工费分别为 10.93 元/台、10.33 元/台及 9.48/台，逐年小幅下降主要系外协生产产品中公司自贴片比例上升所致，符合公司实际生产经营情况。此外，随着 NEW7220I（其配备高通内芯的 4G-CAT4 通讯模块，单价较贵）销量占比的上升，2022 年 NEW7220 产品整体单位直接材料也较 2021 年上升 4.35 元/台。

## 2、NEW6220 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	64.43	88.38%	65.61	88.59%	57.68	87.76%
直接人工	1.13	1.55%	0.80	1.09%	0.75	1.14%
制造费用	1.46	2.00%	1.17	1.58%	0.57	0.87%
委外加工费	5.88	8.07%	6.47	8.74%	6.72	10.22%
<b>合计</b>	<b>72.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>74.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>65.72</b>	<b>100.00%</b>

NEW6220 产品去除了打印机模组，主要销售目标群体为国内小型餐饮、便利店等对纸质凭证需求不高的商户，该产品单位售价较低销量较高，报告期内，公司 NEW6220 主要采用外协加工的方式进行生产，故该产品单位委外加工费占单位成本的比例相对较高。

2021 年随着市场对 POS 产品通讯能力需求提高，配置 4G 芯片的 NEW6220 产品销量上升，使得 NEW6220 产品单位直接材料上升较快。非材料成本方面，公司 SMT 贴片生产线主要满足自产产品的生产需要，空余时对部分拟外协产品进行贴片后予以外协组装，2021 年 3 月份开始，为提高已有资产利用率节省成本，公司将 SMT 贴片生产线操作工时由每天的 12 小时调整至 22 小时，在自有贴片产能上升的情况下，更多 NEW6220 产品在贴片后交由外协厂商进行后续生产，故 2021 年开始该产品单位直接人工、制造费用逐渐上升，单位委外加工费逐渐下降。

## 3、NEW6200 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	56.67	87.69%	61.15	84.10%	-	-
直接人工	0.75	1.15%	4.90	6.74%	-	-
制造费用	1.14	1.76%	3.67	5.05%	-	-
委外加工费	6.07	9.40%	2.99	4.11%	-	-
<b>合计</b>	<b>64.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>72.71</b>	<b>100.00%</b>	-	-

2021 年 10 月，公司在 NEW6220 的基础上推出了 NEW6200。该产品相较于 NEW6220 尺寸更小且对内部结构与用料更加精简，故单位成本略低于 NEW6220，由于该产品系 2021 年下半年才推向市场，在生产初期由于生产数量较少，公司一半以上 NEW6200 系

自主生产，2022年随着订单量的增加，公司将绝大部分NEW6200产品委外生产。生产规模的上升与外协比例的提高，使得该产品单位直接人工、制造费用大幅下降，单位委外加工费大幅上升，且整体单位非材料费用下降，如若只考虑外协生产产品，报告期内单位加工费分别为6.62元/台、6.31元/台。此外，由于该产品主要面向国内市场，具备主打性价比优势的特征，2022年度公司根据市场需求对该产品用料情况进一步优化，使得其单位直接材料也有所下降。

#### 4、NEW7210产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	305.44	93.89%	286.23	93.66%	300.28	89.10%
直接人工	11.83	3.64%	11.75	3.84%	22.11	6.56%
制造费用	8.06	2.48%	7.64	2.50%	14.63	4.34%
委外加工费	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>325.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>305.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>337.01</b>	<b>100.00%</b>

NEW7210产品采用Linux操作系统，相较于NEW7220、NEW6220及NEW6200等产品，客户可进一步开发空间较大，且其采用国际市场知名度较高的博通CPU与高通内芯通讯模块，使得其在国外市场更为畅销，报告期内，公司对NEW7210产品均采用自产模式进行生产。

2021年，公司针对NEW7210产品进行了迭代优化设计，改良后，NEW7210产品的墙板（NEW7210等推出时间较早的“单架构”产品独有的内部结构件，用来保护敏感信号线和其他元件，以达到防止敏感信号被探测或攻击的目的）、电池等部件的焊接工艺可使用自动化焊接设备替换人工，大幅缩短了其耗用工时，使得该产品在2021年的单位直接人工、制造费用大幅下降。此外，公司根据市场需求更新了部分设计的同时着力于降低产品材料成本，2021年成本优化版本的NEW7210销售占比有较大的提升使得该产品单位直接材料下降。2022年由于NEW7210所采用的博通BCM5892芯片及ESMT的MCP内存作为国际知名品牌芯片产品受“芯片荒”影响时间较久，其采购单价的上升使得NEW7210产品整体单位直接材料上升。

## 5、NEW8210 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	344.66	90.36%	370.68	91.25%	377.03	90.12%
直接人工	21.77	5.71%	21.91	5.39%	25.26	6.04%
制造费用	14.98	3.93%	13.65	3.36%	16.09	3.85%
委外加工费	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>381.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>406.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>418.38</b>	<b>100.00%</b>

NEW8210 产品与 NEW7210 产品主要配置较为相似，其主要面向海外客户，故同样主要采取自产模式生产。

NEW8210 产品相较于同为“单架构”结构的 NEW7210 产品订单较少，考虑到重新设计的研发认证费用，公司未对 NEW8210 产品进行大规模的升级改造，2021 年开始，NEW8210 产品单位直接人工、制造费用较 2020 年略有下降，主要系由于公司对更多 NEW7220、NEW6220 等国内拟外协产品的贴片环节进行自产，分摊了更多人工与制造费用成本，使得 NEW8210 产品单位直接人工、制造费用略有下降。2022 年，NEW8210 产品单位直接材料下降主要系由于公司销售了部分不含非接刷卡、磁卡刷卡功能的定制 2G 版 NEW8210。

## 6、NEW9210 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	425.80	94.76%	413.16	95.44%	423.61	94.50%
直接人工	13.83	3.08%	12.28	2.84%	14.80	3.30%
制造费用	9.70	2.16%	7.44	1.72%	9.85	2.20%
委外加工费	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>449.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>432.89</b>	<b>100.00%</b>	<b>448.26</b>	<b>100.00%</b>

公司 NEW9210 产品销售面向国内市场、印度市场及其他海外地区，其中由于国内、印度市场 POS 终端行业竞争激烈，客户价格敏感性高，公司在该些市场主要销售售价更低的国内版本，国内版本用料、工艺复杂度略低于海外版，2021 年由于公司国内版销售占比较高，使得 NEW9210 产品整体单位直接材料、直接人工及制造费用也相对较低。

## 7、NEW9220 产品单位料工费情况

单位：元/台

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	单位成本	占比	单位成本	占比	单位成本	占比
直接材料	465.70	94.50%	475.23	94.81%	457.91	93.78%
直接人工	15.81	3.21%	15.50	3.09%	18.59	3.81%
制造费用	11.27	2.29%	10.50	2.09%	11.80	2.42%
委外加工费	-	-	-	-	-	-
合计	492.78	100.00%	501.22	100.00%	488.30	100.00%

报告期内，NEW9220 产品单位成本及其构成相对较为稳定，2021 年度该产品单位直接材料略有上升，主要系由于 2020 年公司销售的 NEW9220 产品主要配备 1G 运行内存+8G 机身内存的 4G-CAT4 通信模块，而 2021 年 Zeller Australia Pty Ltd 及 Oma Emirates Gen. TR. CO. LLC 两家客户向公司共计采购了 1.85 万台配备 2G 运行内存+16G 机身内存的 4G-CAT4 通信模块的 NEW9220 产品。2021 年该产品单位直接人工、制造费用略有下降，主要系由于公司对更多 NEW7220、NEW6220 等国内拟外协产品的贴片环节进行自产，分摊了更多人工与制造费用成本，使得 NEW9220 产品单位直接人工、制造费用略有下降。

综上所述，公司主要产品原材料单位成本料工费构成及波动符合公司实际生产经营情况，具有合理性。

二、对比金雷曼和其他移远通讯代理商的主要合同条款、同型号产品的采购单价，说明发行人向金雷曼采购单价的公允性，采购条款的合理性，是否存在利益安排。

（一）金雷曼和其他移远通讯代理商的主要合同条款对比及采购条款合理性分析

报告期内，公司在采购移远通讯模块共与 5 家代理商进行过合作，各代理商主要合同款情况如下：

代理商名称	信用政策	结算方式	物流运输	质量保证
深圳市金雷曼科技有限公司	月结 30 天	转账/电汇、银行承兑汇票期限 6 个月	乙方承担产品交付甲方前的一切费用及风险。	供货产品为全新，未使用的原厂合格品，能够充分实现、提供、具备相关产品说明中描述的功能、特点、内容和标准等，符合双方确认的质量标准及/或相关国家标准、行业标准。 产品包装须符合甲方认可的出厂标准或样品，不得违反国家及行业包装规范，并不得有破损或其他不利于产品保质保价、不符合产品使用要求的情况。 乙方需按甲方要求在装箱单上注明相关信息，包括生产厂家名称、产品品名、规格型号、生产日期、批号、质量保证期、订单号、件数、体积、重量、包装规格等，有特殊标识要求的（如限期使用、易损或可能危及人身、财产安全的产品等），乙方应在显著位置清晰地表示说明。 订购物品的质保期为 1 年（自货物验收合格之日起算）。

代理商名称	信用政策	结算方式	物流运输	质量保证
深圳市华商龙商务互联科技有限公司	月结 60 天	转账/电汇、银行承兑汇票期限 6 个月	将货物运送至甲方指定交货地点并交付给甲方指定收货人验收前的货物运输由乙方负责，相关运输费用、保险、保管、货物灭失及毁损风险亦有乙方承担。	乙方保证订货物品为全新、未使用的原厂合格品，能够充分实现、提供、具备产品承认书中描述的功能、特点和标准等，符合相关质量标准及技术要求。若订货物品非由乙方生产或开发，乙方应保证提供本协议项下的产品已获得产品原厂商的合法有效的许可或授权。为确保订货物品满足质量要求，乙方在制造或出货时，应实施必要检查。应甲方要求，乙方允许甲方阅览相关品质文件、检验标准及记录，如甲方有需求，乙方需向甲方提供检验、试验等记录的文件副本。乙方对订货物品的质量保证期限为 1 年(自订货物品验收合格之日起算)。
深圳市芯斐存储有限公司	月结 30 天	转账/电汇	由乙方承担	乙方保证订货物品为全新、未使用的原厂合格品，能够充分实现、提供、具备产品承认书中描述的功能、特点和标准等，符合相关质量标准及技术要求。若订货物品非由乙方生产或开发，乙方应保证提供本协议项下的产品已获得产品原厂商的合法有效的许可或授权。为确保订货物品满足质量要求，乙方在制造或出货时，应实施必要检查。应甲方要求，乙方允许甲方阅览相关品质文件、检验标准及记录，如甲方有需求，乙方需向甲方提供检验、试验等记录的文件副本。乙方对订货物品的质量保证期限为 1 年(自订货物品验收合格之日起算)。
深圳市路必康实业有限公司	月结 60 天	转账/电汇、银行承兑汇票期限 6 个月	将货物运送至甲方指定交货地点并交付给甲方指定收货人验收前的货物运输由乙方负责，相关运输费用、保险、保管、货物灭失及毁损风险亦有乙方承担。	乙方保证提供的产品符合法律、法规和法令以及双方约定的技术质量要求。 乙方保证提供的产品不侵犯第三方的专利、商标、版权等其他知识产权。 乙方保证提供的产品必须是全新制造，且生产日期不超过 1 年，否则甲方有权作为不合格来料退货处理。 乙方对订货物品的质量保证期限为 1 年(自订货物品验收合格之日起算)。
深圳市凯宏达科技有限公司	月结 30 天	转账/电汇	乙方承担产品交付甲方前的一切费用及风险。	供货产品为全新，未使用的原厂合格品，能够充分实现、提供、具备相关产品说明中描述的功能、特点、内容和标准等，符合双方确认的质量标准及/或相关国家标准、行业标准。 产品包装须符合甲方认可的出厂标准或样品，不得违反国家及行业包装规范，并不得有破损或其他不利于产品保质保价、不符合产品使用要求的情况。 乙方需按甲方要求在装箱单上注明相关信息，包括生产厂家名称、产品品名、规格型号、生产日期、批号、质量保证期、订单号、件数、体积、重量、包装规格等，有特殊标识要求的（如限期使用、易损或可能危及人身、财产安全的产品等），乙方应在显著位置清晰地表示说明。 乙方提供产品的质保期均不得低于 1 年，自货物验收合格的第二日起算。

报告期内，公司与金雷曼签订的采购合同主要条款与其他移远代理商的差异主要为金雷曼信用政策为月结 30 天，而华商龙、路必康信用政策为月结 60 天，该差异主要原因为：2022 年 3 月份开始公司要求将信用期由月结 30 天延长至月结 60 天，金雷曼自身资金无法承担，故移远通信向公司介绍了路必康及华商龙两家新代理商展开合作，其中路必康虽然提供了月结 60 天的结算条件，但限制了垫款规模，不能满足公司采购需求，仅与公司在 3、4 月份进行了短暂的合作，华商龙系上市公司英唐智控（300131.SZ）全资子公司，资金较为雄厚，但鉴于上市公司内部审批流程较为繁琐且华商龙代理品牌较多，其对公司采购计划的提前报备要求较高，一定程度限制了公司采购的灵活性，2022 年 7 月份开始，公司权衡账期压力与综合服务匹配程度，最终选

择与金雷曼按原信用期（月结 30 天）恢复了正常的采购合作。

除此之外，芯斐存储及凯宏达采购合同未规定可接受银行承兑汇票，主要系由于公司与芯斐存储、凯宏达合作主要集中在 2020 年度，当年公司为缓解业务增长带来的资金周转压力，初步开始与通讯模块供应商商谈使用票据结算，2020 年度公司仅于 12 月才开始向金雷曼开具了 305.08 万元票据，故芯斐存储、凯宏达结算方式与金雷曼不存在重大差异。

综上所述，金雷曼和其他移远通讯代理商的主要合同条款不存在重大差异。公司与金雷曼采购条款具有合理性。

## （二）金雷曼和其他移远通讯代理商同型号产品的采购单价对比及向金雷曼采购单价的公允性分析

报告期内，公司向金雷曼等移远通讯代理商采购的通讯模块具体型号较多，共计 50 余种，以下选取历年采购金额前五大的规格型号（三年共计 10 种，合计采购金额占公司向移远通讯代理商采购通讯模块总金额比例分别为 78.38%、68.56%及 68.88%）在不同代理商的采购单价进行对比，对比情况如下：

单位：万元、元/个

序号	型号	细分类型	移远代理商	2022 年		2021 年		2020 年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
1	3G 模块-移远 -200211030000117	3G 模块	金雷曼	0.13	97.35	68.22	97.35	194.49	97.35
			芯斐存储	-	-	-	-	97.35	101.77
2	4G 模块-移远 -200211030000140	4G-CAT4 模块	金雷曼	1,846.80	111.35	218.79	107.88	-	-
			华商龙	558.33	113.72	-	-	-	-
3	4G 模块-移远 -200211030000142	4G-CAT1 模块	金雷曼	421.54	29.22	935.05	32.30	-	-
			华商龙	1,249.16	29.39	-	-	-	-
			路必康	153.98	30.80	-	-	-	-
4	4G 模块-移远 -200211030000138	4G-CAT1 模块	金雷曼	1,196.90	31.10	4,193.82	30.65	1.42	28.32
			华商龙	123.19	30.80	-	-	-	-
			路必康	843.45	31.24	-	-	-	-
5	4G 模块-移远 -200211030000144	4G-CAT1 模块	金雷曼	2,468.61	23.67	1,442.81	27.83	-	-
			华商龙	122.65	27.88	-	-	-	-
6	4G 模块-移远 -200211030000125	4G-CAT4 模块	金雷曼	164.30	191.80	1,083.89	189.96	307.26	192.04
			华商龙	256.19	197.07	-	-	-	-
			芯斐存储	-	-	-	-	1.95	194.69

序号	型号	细分类型	移远代理商	2022年		2021年		2020年	
				采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
7	4G 模块-移远 -200211030000105	4G-CAT4 模块	金雷曼	-	-	305.98	190.04	-	-
			凯宏达	-	-	-	-	0.04	202.59
			芯斐存储	-	-	2.04	194.69	530.62	198.77
8	4G 模块-移远 -200211030000113	4G-CAT4 模块	金雷曼	4.89	144.71	139.70	139.82	111.45	139.82
			凯宏达	-	-	-	-	0.18	161.06
			芯斐存储	-	-	6.49	145.13	428.91	145.13
9	4G 模块-移远 -200211030000132	4G-CAT4 模块	金雷曼	743.84	167.15	2,832.94	165.02	138.92	166.37
			华商龙	162.48	180.53	-	-	-	-
10	3G 模块-移远 -200211028000501	3G 模块	金雷曼	0.03	80.17	204.45	80.17	76.10	80.17
			凯宏达	-	-	-	-	132.38	80.17

由上表可知，公司向金雷曼与向其他移远代理商采购的同型号产品单价大部分相同或者相近，部分产品采购单价存在一定差异主要系由于以下几点原因：一、采购时点差异，例如 2022 年度，公司向金雷曼采购的 5 号、6 号、9 号通讯模块单价低于华商龙，主要系由于当期公司向华商龙的采购均集中在 4 至 7 月，该段时间通讯模块仍受“芯片荒”影响，采购单价较高，而公司向金雷曼采购通讯模块主要集中在下半年（7 至 12 月采购额占全年向其采购额的比例为 81.58%），随着下半年“芯片荒”影响的消退，公司向金雷曼采购同型号产品的平均单价较低；二、采购量差异，公司部分通讯模块向金雷曼与向其他移远代理商采购的数量存在较大差异，导致采购单价存在差异，例如 2020 年公司向凯宏达采购的 8 号通讯模块数量极少，导致其采购单价高于向金雷曼的采购单价；三、紧急调货导致的采购单价差异，例如 2022 年向华商龙采购的 9 号通讯模块，公司仅在当年 5 月向华商龙采购了一笔该型号通讯模块，该笔采购系公司在接到突发销售订单后的紧急采购，需要华商龙在短时间内进行调货，紧急调货需要加收调货费用，故采购单价相对较高。

综上所述，公司向金雷曼与其他移远代理商采购的单价不存在重大差异，采购单价公允，公司与金雷曼的合作均为正常商业采购行为，不存在其他利益安排。

三、结合员工构成及变动情况、用工需求、劳务派遣人员岗位等，说明报告期内员工人数整体减少的合理性，是否存在人为调节成本费用或体外代垫成本费用情形。

报告期各期末，公司员工人数、结构及相关情况如下：

单位：人、小时、万台

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
销售人员	52	50	52
管理人员	41	38	37
研发人员	125	120	130
生产人员	140	146	180
公司员工合计	358	354	399
劳务派遣人数	37	69	17
用工人数合计	395	423	416
生产人员与劳务派遣合计	177	215	197
生产人员总工时（含本厂人员及劳务派遣人员）	758,776.98	723,918.22	690,610.33
其中：SMT贴片总耗用工时	101,716.60	78,891.92	51,030.00
主要产品自有产量情况	99.24	107.02	139.13

由上表可知，公司各期末人员数量波动主要系由于生产人员变动所致。相较于销售、管理及研发人员，生产人员由于其岗位性质及个人计划等原因本身流动性就相对较高，受2022年及2023年春节较早及宏观因素的影响，务工人员考虑到户籍地流动管控较为严格、春节交通运力紧张等情况，需提前准备返乡过年，待年后根据实际情况再考虑返回就业，上述情况在珠三角地区较为常见，也使得年末公司面临用工困难的情形，公司根据业务情况选聘部分劳务派遣人员作为补充用工方式，导致公司2021年及2022年底自有生产人员人数较上一年底有所减少。

2021年度以来，受宏观因素影响导致公司生产辅助性岗位人员流动性大且出现暂时性招工困难，公司采取了劳务派遣的用工方式予以弥补，劳务派遣人员主要从事SMT贴片、组装等操作简单、可替代性强的工作。报告期内本厂生产人员与劳务派遣人员合计总工时逐年上升，但自有产品产量逐年下降，主要原因有以下几点：

#### （一）产品结构变化

报告期内，公司主要产品自有产量情况如下：

单位：万台

主要产品	2022年度	2021年度	2020年度
NEW7220	17.31	9.64	30.81
NEW6220	32.09	30.99	79.09
NEW6200	4.94	4.05	-
NEW7210	9.86	25.88	11.35

主要产品	2022 年度	2021 年度	2020 年度
NEW8210	2.69	4.60	7.14
NEW9210	6.12	9.61	4.78
NEW9220	26.22	22.26	5.93
<b>合计</b>	<b>99.24</b>	<b>107.02</b>	<b>139.10</b>

公司主要产品中，NEW7220、NEW6220 及 NEW6200 主要面向国内市场，其工艺相对较为简单，而 NEW7210、NEW8210、NEW9210 及 NEW9220 产品主要面向海外市场，且其均配置 Linux 或安卓系统，硬件配置及制作流程更为复杂，故海外产品单位工时大于国内产品，2021 年开始，由于公司海外订单的增多，公司自产产能主要倾向于海外产品且将国内产品更多的委托给外协厂商进行生产，故虽然报告期内主要 POS 机产品整体自产数量下降，但总体消耗工时未出现下降。

## （二）自贴片量上升

公司 SMT 贴片生产线主要满足自产产品的生产需要，空余时对部分拟外协产品进行贴片后予以外协组装，2021 年 3 月份开始，为提高已有资产利用率节省成本，公司将 SMT 贴片生产线操作工时由每天的 12 小时调整至 22 小时，故 SMT 贴片车间工时消耗由 2020 年的 5.10 万小时上升到 2022 年的 10.17 万小时。

总体来说，公司采用劳务派遣人员弥补辅助生产人员不足的行为系在宏观因素下的被动选择，公司合作的劳务派遣公司均已取得《劳务派遣经营许可证》，均具有从事劳务派遣业务的相应资质，劳务派遣人员薪酬水平与正式员工较为接近，不存在人为调节成本费用情形。公司银行账户与劳务派遣公司的资金流水交易均为有真实交易背景的往来，控股股东、实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员的银行流水中无与劳务派遣单位或其主要股东往来，劳务派遣单位及其股东均未直接或间接持有发行人的股份，且劳务派遣公司的主要股东未在发行人及各分、子公司花名册中，不存在体外代垫成本费用情形。

综上所述，公司报告期内各期末员工人数减少主要系宏观因素导致的辅助生产人员流动所致，不存在人为调节成本费用或体外代垫成本费用情形。

### 保荐机构履行了如下核查程序：

- 1、访谈发行人采购部门负责人、查阅申报会计师的内控鉴证报告，了解发行人采购与付款、生产和仓储相关的流程及内控措施执行情况；
- 2、获取发行人报告期内的采购明细与主要采购合同，分析主要原材料采购单价、

采购数量的变动情况，比较发行人向不同供应商采购相同或相近产品采购单价的差异；

3、获取发行人报告期内主要供应商的采购构成，访谈了发行人的采购部门负责人，了解发行人与主要供应商在报告期内的合作情况和发行人的采购策略，分析主要供应商采购金额变动的原因；

4、对发行人主要供应商进行访谈工作，了解公司与主要供应商的合作背景，获取供应商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、发行人股东及其关联方不存在关联关系或其他利益安排的承诺函，取得并查阅了发行人实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员以及其他重要人员的个人银行流水，核实了上述人员与主要供应商及其关联方不存在资金流水往来；

供应商走访程序情况：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
原材料采购总额（万元）	76,033.71	93,797.20	86,595.75
访谈涵盖金额（万元）	62,711.97	77,537.57	77,537.57
涵盖比例	82.48%	82.67%	89.54%

5、对主要原材料供应商实施函证程序，并对函证的全过程进行控制，包括函证联系方式、发函地址、回函地址的确认、函证的寄出与收回等；

供应商函证程序检查数据情况：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
原材料采购总额（万元）①	76,033.71	93,797.20	86,595.75
发函金额（万元）②	66,056.10	88,502.25	80,144.95
发函比例③=②/①	86.88%	94.35%	92.55%
回函金额（万元）④	66,056.10	87,636.38	76,970.55
回函比例⑤=④/①	86.88%	93.43%	88.88%

6、细分产品分析营业成本构成并分析各细分产品单位成本结构变动的原因及合理性；

7、对金雷曼进行专项访谈，了解公司与其的合作背景，了解公司向其采购单价、合同条款与其他移远通信代理商差异的原因，获取其与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、实际控制人、发行人股东及其关联方不存在其他利益安排的承诺函；

8、获取发行人报告期内各期花名册与工资表，对其人员构成及变动情况进行分析；

9、访谈发行人生产部门、人事部门负责人，了解发行人生产人员（包含劳务派遣

人员)的变动背景;

10、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等平台查阅了劳务派遣的企业信息,查阅了发行人与劳务派遣公司的合同、劳务派遣公司的劳务派遣经营许可证、劳务派遣公司的劳动保障监察行政处罚告知书及发行人关于劳务派遣的规章制度,取得劳务派遣公司对于保险缴纳的说明函。

经核查,保荐机构和申报会计师认为:

1、发行人相同主要原材料不同渠道采购单价不存在重大差异,主要原材料采购价格具备公允性;

2、发行人不同类型产品单位成本料工费构成及波动符合公司实际经营情况,具备合理性;

3、金雷曼和其他移远通讯代理商的主要合同条款、同型号产品的采购单价不存在重大差异,发行人向金雷曼采购单价具有公允性,采购条款具有合理性,除金雷曼持有发行人 0.73%股份外,不存在其他利益安排;

4、发行人员工构成及变动情况符合实际用工需求,报告期各期末员工人数减少具有合理性,不存在人为调节成本费用或体外代垫成本费用情形。

## 7. 关于毛利率

申报材料显示:

(1) 报告期内,发行人原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率。(2) 报告期内,发行人境外销售毛利率分别为 41.30%、32.77%和 36.08%,境外毛利率较高主要是因为金融 POS 产品进入境外市场前,需要符合多种国际认证标准,具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒,导致境外 POS 行业竞争厂商较少。(3) 发行人既销售自产产品,又销售外协产品。

请发行人:

(1) 充分说明原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率的原因及合理性,与产业链价值的匹配性。(2) 说明金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况,结合竞争对手进入境外市场的具体情况,说明境外市场具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒的依据及其充分性,发行人是否存在被境外市场当地企业替代的风险及应对措施。(3) 区分境内和境外列示自产产品和外协产品的销售金额及占比、毛利率情况,分析毛利率差异原因及合理性。(4) 区分境内和境外列示新老客户的销售金

额及占比、毛利率情况，分析毛利率差异原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、充分说明原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率的原因及合理性，与产业链价值的匹配性。

(一)充分说明原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率的原因及合理性

在全球金融 POS 终端行业市场仍然具有较大的发展空间背景下，发行人积极开拓海外市场，根据客户的需求和当地的政策环境，通过成品出口或原材料和半成品出口等方式进入更多的国家或地区。报告期内，发行人原材料、半成品配套出口并由客户于海外自行组装的毛利率分别为 42.23%、34.79%、42.82%，成品出口的毛利率分别为 41.20%、32.36%、33.71%，原材料、半成品配套出口并由客户于海外自行组装的毛利率高于成品出口的毛利率。

报告期各期，公司原材料、半成品出口和成品出口，分地区的销售和毛利率情况如下：

2022 年度

单位：万元

地区	原材料、半成品出口金额 <sup>注1</sup>	原材料、半成品出口毛利率	成品出口金额	成品出口毛利率
亚太地区 <sup>注1</sup>	-	-	4,613.57	43.12%
印度	-	-	6,023.01	25.06%
中东地区	8,945.50	42.76%	6,043.74	23.60%
非洲地区	-	-	7,208.33	34.62%
拉美地区	258.58	44.95%	7,078.82	38.31%
欧洲地区	-	-	1,379.82	56.35%
北美地区	-	-	560.06	32.30%
合计	9,204.08	42.82%	32,907.35	33.71%

注 1：亚太地区收入金额不包含印度。

注 2：仅统计原材料、半成品配套出口并由客户于海外自行组装模式下销售收入和毛利率，不包含非配套出口的配件等。

2021 年度

单位：万元

地区	原材料、半成品出口金额	原材料、半成品出口毛利率	成品出口金额	成品出口毛利率
亚太地区	-	-	5,171.55	39.19%

地区	原材料、半成品 出口金额	原材料、半成品出口 毛利率	成品出口 金额	成品出口 毛利率
印度	-	-	4,087.72	23.57%
中东地区	1,327.85	34.79%	1,782.63	21.71%
非洲地区	-	-	14,925.22	27.81%
拉美地区	-	-	7,468.52	37.09%
欧洲地区	-	-	1,358.77	65.42%
北美地区	-	-	715.21	42.47%
<b>合计</b>	<b>1,327.85</b>	<b>34.79%</b>	<b>35,509.63</b>	<b>32.36%</b>

2020 年度

单位：万元

地区	原材料、半成品 出口金额	原材料、半成品出口 毛利率	成品出口 金额	成品出口 毛利率
亚太地区	-	-	1,991.25	53.40%
印度	-	-	4,113.44	23.67%
中东地区	655.21	42.23%	841.31	43.51%
非洲地区	-	-	1,840.95	44.72%
拉美地区	-	-	5,436.07	42.78%
欧洲地区	-	-	2,445.64	57.97%
北美地区	-	-	1,551.62	34.59%
<b>合计</b>	<b>655.21</b>	<b>42.23%</b>	<b>18,220.28</b>	<b>41.20%</b>

从上表可以看出，报告期内，原材料、半成品出口主要集中在中东地区，而成品出口遍布全球各地，其中印度、非洲地区等部分毛利率较低，但收入占比较高的区域拉低了整体的成品出口毛利率。除了上述区域对出口毛利率的整体影响之外，个别市场的客户不同以及原材料、半成品定价也会对毛利率产生影响，具体情况如下：

1、客户不同使得两种出口模式下毛利率存在差异

比如在中东地区，2021 年、2022 年，中东地区的成品销售收入中，来自 Oma Emirates GEN. TR. CO. LLC 收入的占比分别为 85.66%、81.78%，该公司是阿联酋国家全资控股的企业，为与该公司已有的供应商 Ingenico 竞争，发行人给予了较为优惠的价格，使得 2021 年和 2022 年对其销售收入大幅上升，但整体导致中东地区的成品出口毛利率远小于原材料、半成品出口毛利率。

2、原材料、半成品出口相对于成品出口去除了附加值较低的环节使得整体毛利率提高

报告期内，发行人原材料、半成品主要出口至中东地区的伊朗，出口时已经完成了硬件开发设计、软件开发以及在此基础上的产品资质认证等核心环节，物料上提供了通讯模块、显示器、IC、打印机、电池模块、PCB 等主要原材料，工序上已经完成了固件烧录、SMT 贴片等主要工序。与成品相比区别，主要是去除了附加价值较低的塑料外壳和组装、煲机、测试等环节。

因此发行人在与客户协商原材料、半成品出口价格时，会在成品价格的基础上，考虑外壳、组装等成本在价格上给予一部分折让，但这部分环节附加价值相对较低，使得整体毛利率有所上升。此外，由于伊朗、巴西分别给予进口原材料、半成品并于当地组装成品的业务模式外汇、关税的支持措施，客户可以在产品进口方面获得相当的便利，或节约一定的成本，因此发行人与客户亦具有较大的价格协商空间。伊朗、巴西具体的外汇、关税的支持措施请参见本问询回复“4. 关于营业收入”之“五、(一)、境外地区对原材料、半成品进口给予关税、外汇等方面支持的具体情况”相关内容。以 2022 年原材料、半成品出口收入占比最高的 NEW7220I 产品为例，同一型号产品以原材料、半成品出口形式出口的单价、单位成本和成品出口的单价、单位成本对比情况如下：

单位：元/台

成品型号	销售单价	单位成本	毛利率
原材料、半成品出口	388.92	210.29	45.93%
成品出口	417.29	240.30	42.41%
差异	-28.37	-30.01	3.52%

原材料、半成品出口形式下的 NEW7220I 单位成本相比成品下降了 30.01 元，但单价仅下降 28.37 元，使得原材料、半成品出口形式下的 NEW7220I 毛利率略高于成品。

## (二) 原材料和半成品出口毛利率与产业链价值的匹配性

发行人以原材料、半成品出口，相较于成品出口，主要是剔除了附加值较低的塑料外壳和组装、煲机、测试等环节，进而使得原材料、半成品出口毛利率较高。在 POS 终端的产业链中，价值创造产生于设计环节对客户需求和核心技术的掌握、生产环节对供应商选择和生产节点的把控、销售环节的资质认证和客户资源的控制等关键节点，具体分析参见本问询回复“9. 关于其他财务事项”之“三、(二)……进一步分析发行

人对外协厂商的依赖性，核心竞争力的具体体现”。

二、说明金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况，结合竞争对手进入境外市场的具体情况，说明境外市场具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒的依据及其充分性，发行人是否存在被境外市场当地企业替代的风险及应对措施。

(一) 金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况，结合竞争对手进入境外市场的具体情况，说明境外市场具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒的依据及其充分性

1、金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况

金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况如下：

认证项目	认证国家	认证机构	认证内容
PCI	无特定国家	PCI 委员会	全称 Payment Card Industry 认证，由 VISA、美国运通公司、发现金融服务公司、JCB 和万事达等五家国际信用卡组织联合推出的目前全球最严格、级别最高的金融机具安全认证标准，从金融机具的物理安全性、逻辑安全性、联机安全性、脱机安全性、生产期间的设备安全管理、初始密钥注入前的设备安全管理等六个方面进行严格细致的检测，保证支付安全。
EMV		EMVCo 组织	由国际三大银行卡组织—Europay（欧陆卡，已被万事达收购）、MasterCard（万事达卡）和 Visa（维萨）共同发起制定的银行卡从磁条卡向智能 IC 卡转移的技术标准，是基于 IC 卡的金融支付标准，目前已成为公认的全球统一标准。其目的是在金融 IC 卡支付系统中建立卡片和终端接口的统一标准，使得在此体系下所有的卡片和终端能够互通互用，并且该技术的采用将大大提高银行卡支付的安全性，减少欺诈行为。
TQM		TUV	终端质量管理（Terminal Quality Management），是 MasterCard 为确保成功通过 EMV 认证的产品始终能符合技术规范而提出的管理要求。达到这些要求的厂商可获得 TQM 标签。
VOC	埃及	NTRA	根据埃及国家电信管理局（以下简称 NTRA）所颁布的相关法规，所有在埃及境内使用的通信设备包括终端设备、无线电通信设备等皆需取得 NTRA 型式认证。2018 年，NTRA 更新了新的进口型式认可方案流程。
eftpos	澳大利亚	eftpos	eftpos 是澳大利亚的一个品牌（由 eftpos Payments Australia Ltd 运营），它使企业可以通过借记卡从澳大利亚客户的银行账户接收付款，从而允许在销售点进行电子支付。它适用于澳大利亚银行发行的所有 ATM 或借记卡。
ANATEL	巴西	ANATEL	ANATEL 为巴西国家电信局，其颁发的 ANATEL 认证系针对其国内市场上流通的电信类产进行的认证，其认证的目的在于为巴西消费者提供产品的质量和安全的保障，也是巴西市场内电信产品销售所必须取得的认证之一。
MIR	俄罗斯	nspk	MIR 支付体系是俄罗斯 2014 年为维护国家金融稳定推出的银行支付系统。2015 年 12 月起，俄罗斯开始发行

认证项目	认证国家	认证机构	认证内容
			MIR 系列银行卡。目前，俄罗斯银行及部分外国银行在俄分行已有 300 多家与 MIR 支付系统合作。
PURE	法国	PayCert	PURE 是法国泰勒斯 DIS 公司推出的一款符合 EMV™标准的现成支付应用程序。它专为国内方案和私人支付卡联盟设计，旨在提供基于芯片的安全性和快速上市时间。由于不与特定的全球支付方案绑定，私人品牌卡发行商和国家支付协会可以在无需与其他支付方案签订商务协议的情况下使用它。PURE 是一个综合的生态系统解决方案，合作伙伴提供符合 EMV™标准的非接触式支付 POS（销售点）终端的内核，测试和认证服务，所有这些组合在一起，提供一个现成可用的支付环境。
Interac	加拿大	Interac	Interac 是公认的世界领先的借记卡服务。负责 Interac 网络的开发和运营，Interac 网络是一个国家支付网络，允许加拿大人通过 Interac 现金服务和在加拿大境内的销售终端通过 Interac 借记服务在 ABM 上获得资金。Interac Debit 还包括 Interac Flash，这是一种安全的非接触式增强功能，允许加拿大人通过在支持 Interac Flash 的销售点阅读器上持卡支付产品。
American Express Expresspay	美国	American Express	美国运通（American Express）是一家总部位于美国纽约市的金融服务公司。该公司最著名的业务是信用卡、签账卡（charge card）以及旅行支票。处理 American Express 组织的设备，都需要满足 American Express 的要求，并通过 American Express 认证。
MasterCard PayPass		MasterCard	PayPass 认证为 MasterCard 组织推出的非接触式信用卡及借记卡系统，该系统的特色是不必将信用卡或借记卡交给店员，可有效减少盗刷机会。同类系统有 Visa payWave 及银联闪付。处理 MasterCard 组织的设备，都需要满足 PayPass 的要求，并通过 PayPass 认证。
VISA PayWave		VISA	Visa payWave，为 Visa 公司发行的感应式信用卡，为复合式芯片卡（Dual Interface），结合接触式（Contact）与非接触式（Contactless）功能，当 Visa payWave 卡用于一般刷卡机或触碰式读卡机时，芯片模组会依读卡机形态自行进行判断，发挥接触式或非接触式功能。2007 年 9 月，Visa 推出的 Visa payWave 非接触支付技术的功能，其支持持卡人将卡在非接触式支付终端前挥动而不需要物理刷卡或将卡插入一个销售点设备。同类型有银联卡的闪付、万事达卡的 MasterCard Paypass 和美国运通的 American Express，都使用无线电技术（RFID）。处理 VISA 组织的设备，都需要满足 VISA 的要求，并通过 Paywave 认证。
Discover		Discover	Discover 卡是一种在美国广泛使用的信用卡。目前主要服务对象在美国以及加勒比海地区，在北美持卡用户已超过六千万，Discover 公司也积极拓展亚洲市场。处理 Discover 组织的设备，都需要满足 Discover 的要求，并通过 Discover 认证。
FCC		TCB	美国 FCC 认证全称是 Federal Communications Commission，于 1934 年由 COMMUNICATION ACT 建立，是美国政府的一个独立机构，直接对国会负责。FCC 通过控制无线电广播、电视、电信、卫星和电缆来协调国

认证项目	认证国家	认证机构	认证内容
			内和际的通信。FCC 认证涉及美国 50 多个州、哥伦比亚以及美国所属地区为确保与生命财产有关的无线电和电线通信产品的安全性。美国 FCC 认证分为三种认证 FCC-ID 认证, FCC-DOC 认证, FCC-VOC 认证。
UL		UL	UL 是美国保险商试验所 (Underwriters Laboratories Inc.) 的简写。UL 安全试验所是美国极有威望的, 也是世界上从事安全试验和判定的较大的民间组织。它是一个独立的、盈利的、为公共安全做试验的专业组织。它采用科学的测验方法来研讨确定各种材料、装置、产品、设备、修建等对生命、产业有无危害和危害的程度; 确定、编写、发行相应的规范和有助于减少及防止造成生命产业遭到损失的材料, 一起展开实情调研事务。UL 认证在美国属于非强制性认证, 主要是产品安全功用方面的检测和认证, 其认证范围不包含产品的 EMC (电磁兼容) 特性。
CE		BALUN	在欧盟市场“CE”标志属强制性认证标志, 不论是欧盟内部企业生产的产品, 还是其他国家生产的产品, 要想在欧盟市场上自由流通, 就必须加贴“CE”标志, 以表明产品符合欧盟《技术协调与标准化新方法》指令的基本要求。这是欧盟法律对产品提出的一种强制性要求。
RoHS	欧盟	SGS	2003 年 1 月 27 日, 欧盟议会和欧盟理事会通过了 2002/95/EC 指令, 即“在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令”(The Restriction of the use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment), 简称 RoHS 指令。基本内容是: 从 2006 年 7 月 1 日起, 在新投放市场的电子电气设备产品中, 限制使用铅、汞、镉、六价铬、多溴联苯 (PBB) 和多溴二苯醚 (PBDE) 等六种有害物质。RoHS 指令发布以后, 从 2003 年 2 月 13 日起成为欧盟范围内的正式法律; 2004 年 8 月 13 日以前, 欧盟成员国转换成本国法律/法规; 2005 年 2 月 13 日, 欧盟委员会重新审核指令涵盖范围, 并考虑新科技发展的因素, 拟定禁用物质清单增加项目; 2006 年 7 月 1 日以后, 欧盟市场上将正式禁止六类物质含量超标的产品进行销售。
ATEX	欧洲	ATEX	ATEX 易爆环境 (ATmosphere EXplosible)。1994 年 3 月 23 日, 欧洲委员会采用“潜在爆炸环境用的设备及保护系统”(949/EC) 指令。新 ATEX 指令 2014/34/已于 2014 年发布, 并将于 2016 年 4 月 20 日强制执行, 中间没有过渡期。这个指令覆盖了矿井及非矿井设备, 与以前的指令不同, 它包括了机械设备及电气设备, 把潜在爆炸局险环境扩展到空气中的粉尘、可燃性气体、可燃性蒸汽与薄雾。在爆炸性环境设备的应用技术要求、基本健康、安全要求和设备在其使用范围内投放到欧洲市场前必须采用的合格评定程序。
JCB	日本	JCB	JCB 卡 (英语名: JAPAN CREDIT BUREAU CARD, 汉语名: 吉士美卡或日财卡) 是世界通用的国际信用卡, 是日本三和银行、日本信贩银行、三井银行、协和银行、大和银行在 1961 年联合发行的信用卡, 该信用卡目前 (2013 年) 已在世界 190 个国家及地区发行流通。JCB 认证应

认证项目	认证国家	认证机构	认证内容
			用在接触式智能卡、非接触式智能卡和 UICC 上的安全性评估。处理 JCB 组织的设备, 都需要满足 JCB 的要求, 并通过 JCB 认证。
FeliCa		JREM	FeliCa 是索尼公司推出的非接触式智能卡。FeliCa 已经在 JR 东日本的预付 IC 卡 Suica, bitWallet 的电子货币 Edy 等中被采用。在香港, 作为公共交通的共通 IC 卡 Octopus card 有 1200 万张以上被使用。
MIC		Area Compliance Labs Corp.	JRL (JAPAN RADIO LAW) (MIC): 无线产品进入日本的测试法规《日本电波法》。依据其电波法的要求有其对应的强制性认证如 MIC-Ministry of Internal Affairs and Communications 认证; MIC 认证包括 MIC Radio 和 MIC Telecom 认证。
Shaparak	伊朗	Shaparak	Shaparak 是伊朗的支付清算系统, 类似于中国银联支付清算系统。Shaparak 是将主要在伊朗的支付服务提供商及其 POS 终端等集中在 Shaparak 系统中, 通过统一管理和监控功能将促进卡支付网络的效率, 有效性和安全性。接入 Shaparak 支付清算系统的设备需要获得 Shaparak 认证。
BIS		BIS	BIS 即 The Bureau of Indian Standards, 印度标准局通过印度议会的 1986 年的印度标准法案, 授权其实施了一项产品认证计划, 向制造商提供执照, 产品范围涵盖农业, 纺织品到电子产业的各个行业领域。BIS 产品认证方案基本上是自愿性质的, 主要基于 ISO/IEC Guide 28, 该标准通过对工厂质量管理体系进行初始测试和评估以及验收, 来确定符合产品标准的第三方认证体系的一般规则。
RuPay Contactless	印度	NPCI	RuPay 为所有印度银行和金融机构提供电子支付服务。RuPay 卡已经在印度全国范围内发行给印度 1100 多家银行的储蓄账户和经常账户持有人。除主要的私营部门和公共部门银行外, RuPay 卡还由合作银行(定期合作银行, 区域合作银行, 国家合作银行, 城市合作银行)和印度区域农村银行发行。
WPC		WPC	印度 WPC-ETA 认证是印度通讯管理委员会针对在印度本土销售的电磁射的 RF 认证, 如 WIFL、蓝牙、2G/3G/4G 等相关设备。
CBI NSICC		NSICCS	印度尼西亚银行将国家标准印度尼西亚芯片卡规范 (CBI NSICC) 规定为印度尼西亚所有 ATM 卡和借记卡提供商使用的 ATM 卡和借记卡芯片技术国家标准。
SERTIFIKAT CERTIFICATE	印尼	SDPPI	印尼资源总局 SDPPI (Direktorat Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika) 是制定、规划及实施无线电和通讯领域中标准化方针政策的监管机构, 并具有公共服务的职能, 即可发放无线电频谱的牌照, 包括监管射频频谱的干扰与失调, 是具备无线/通讯测试和认证能力的机构, 出口印度尼西亚的无线产品, 必须通过印尼 SERTIFIKAT CERTIFICATE 的型式认证以及海关检验。

上表中无特定国家的认证适用于所有国家, 其他认证均为每个国家的主要认证, 因此, 进入境外各个国家或地区市场所需要的认证不尽相同, 扩展境外市场所需的认

证项目较多，很多认证对技术有一定的要求，且认证程序较为繁杂，对新扩展境外市场的企业具有一定难度。

**(二) 结合竞争对手进入境外市场的具体情况，说明境外市场具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒的依据及其充分性**

**1、境外市场的竞争对手情况**

境外市场的竞争存在一定的区域差异，比如成立于 1981 年的 VeriFone、成立于 1980 年的 Ingenico (Worldline 子公司) 作为老牌的金融 POS 终端产品巨头，分别在美国市场、欧洲市场上占有主导优势，并通过金融、零售、酒店、石油、政府和医疗等行业客户渗透入各种支付场景，竞争地位较为稳固。而拉丁美洲、中东、非洲等新兴市场，则成为近年来国内厂商拓展的重点区域，国内企业拥有较强的研发能力、供应链保障能力和快速市场响应能力，逐步获得新兴市场的青睐。

根据《尼尔森报告》，在近年来国内厂商重点拓展的拉丁美洲、中东-非洲区域，选取了 2020 年、2021 年的前五名厂商、发行人可比公司及发行人的排名情况如下：

国外/ 国内	POS 厂商	2021 年		2020 年	
		拉美区域 排名	中东-非洲区 域排名	拉美区域 排名	中东-非洲 区域排名
国外	Worldline	2	13	2	10
	Verifone	4	3	3	3
	Bitel	未上榜	未上榜	24	1
国内	百富环球	1	1	1	2
	新大陆	3	2	5	9
	鼎合远传技术(北京)股份有限公司	5	6	4	7
	虹堡科技股份有限公司	8	5	6	5
	艾体威尔电子技术(北京)有限公司	15	4	14	4
	新国都	18	7	19	14
	天喻信息	34	30	23	21
	华智融	21	12	21	22

注：上述排名来源于 2020 年及 2021 年《尼尔森报告》。

从上表可以看出，拉丁美洲、中东-非洲区域业务排名前五大的国外厂商主要为 Worldline 和 Verifone，排名前五大的国内厂商主要为百富环球、新大陆、鼎合远传技术(北京)股份有限公司和虹堡科技股份有限公司，基本变化不大，而上述厂商均具有相当的技术研发能力，其中鼎合远传技术(北京)股份有限公司目前正处于上市

辅导阶段，虹堡科技股份有限公司为中国台湾地区上市公司。同时，根据年报和官网信息，在拉丁美洲、中东-非洲区域，行业内主要企业如新国都和虹堡科技股份有限公司均在境外当地设立子公司参与当地经营，以更好地贴合境外当地市场需求及拓展市场。因此，境外市场上主要企业所确立的竞争优势有效树立了行业进入壁垒，使得后来者进入境外金融 POS 终端市场难度较大。

## 2、境外产品的技术研发情况

境外产品涉及研发及认证的周期较长，以发行人为例，其中新产品前期平台预研需要 10 个月左右，主要工作为芯片平台功能调试，攻克技术难点，确保技术方案可行；产品研发周期需要 10 个月左右，发行人新产品的研发周期包括需求阶段、立项阶段、设计阶段、开发阶段和验证阶段，其各阶段的工作内容及所需时间具体如下：

序号	研发阶段	工作内容	所需时间
1	P1 需求阶段	包括原有客户的调查，对手产品分析，内部需求收集（来自一线人员、开发人员等）。	0.5-1 个月
2	P2 立项阶段	包括编制立项报告，成立项目组，制定项目计划和配置管理计划，立项会议。	0.5-1 个月
3	P3 设计阶段	包括软件方案设计，硬件方案设计，结构方案设计，测试用例设计，评审（设计方案评审、测试用例评审）。	1-2 个月
4	P4 开发阶段	包括开发（软件编码、硬件实现、结构实现），开发者自测（软件、硬件、结构），工程样机集成、测试（测试代码编写、工厂硬件测试程序编写），评审（代码评审、结构/硬件评审、工程样机集成测试结果评审）。	2-3 个月
5	P5 验证阶段	包括工程样机测试与报告评审，试产：备料，作业指导书，工厂试产；试产样机测试与报告评审；发布软件版本；交付生产资料包。	3-5 个月

由于境外产品所对应的各个国家地区语言、客户需求不一样，具有多样性，因此，相比境内产品以标准机型为主，境外产品在研发、认证项目等各个阶段均会做相应的调整，所花费的时间相对较长。

以发行人 NEW9220 产品为例，其各个研发阶段和完成各项所需认证对应的时间具体情况如下：

序号	研发阶段/认证项目	所需时间
1	P1 需求阶段	1 个月左右
2	P2 立项阶段	0.5 个月左右
3	P3 设计阶段	2 个月左右
4	P4 开发阶段	3 个月左右
5	P5 验证阶段	4.5 个月左右
6	PCI	6 个月左右

序号	研发阶段/认证项目	所需时间
7	EMV Contact Level 1	2-3 个月
8	EMV Contact Level 2	2 个月左右
9	EMV Contactless Level 1	2-3 个月
10	VISA Paywave	1.5 个月左右
11	Mastercard Paypass	1 个月左右
12	American Express	1 个月左右
13	JCB	1 个月左右
14	Discovered	1 个月左右
15	MIR	2 个月左右
16	QPBOC	1 个月左右
17	RuPay Contactless	1 个月左右
18	PURE	1 个月左右
19	CBI NSICC	1 个月左右

注：上述认证环节主要在 P4 开发阶段和 P5 验证阶段并行完成。

从上表可以看出，产品进入境外市场所需通过的认证项目较多，耗时较长，各认证项目具有不同的认证难点与技术要求，同时，境外市场的技术要求和标准也在不断更新和升级，需要企业保持持续的技术研发和创新能力。

### 3、境外市场的认证情况

境外销售的产品通常须取得 PCI、EMV 等有关资质认证，境外市场的认证具体情况参见本问询回复“7. 关于毛利率”之“二、（一）、1、金融 POS 产品进入境外市场所需国际认证标准的具体情况”。除认证时间较长外，部分认证项目的技术难点具体如下：

序号	认证项目	技术难点
1	EMV	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) Level 1 读写卡的软件时序与硬件信号；</li> <li>(2) Level 1 高低温与高低电压环境下的检测；</li> <li>(3) Level 2 内核的多种不同配置组合；</li> <li>(4) Level 2 流程中的异常数据处理；</li> <li>(5) 认证标准与要求持续更新与升级。</li> </ul>
2	PCI	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 硬件防拆与入侵监测设计（如：多路串并行防拆 PCB 电路与结构设计、环境或电气异常变化监测设计等）；</li> <li>(2) 软件安全设计（如：操作系统的安全设计、应用的安全设计、密钥与算法的安全设计、敏感信息的安全设计等）；</li> <li>(3) SCA 检测；</li> <li>(4) 认证标准与要求持续更新与升级。</li> </ul>

序号	认证项目	技术难点
3	American Express Expresspay	(1) 100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求（基于双芯片架构产品，IC 卡指令交互是在两个芯片间进行，其要求芯片间的通讯速度必须做到极致才能满足该认证的检测要求）； (2) 不同硬件与系统平台的软件兼容与适配。
4	MasterCard PayPass	(1) 100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求； (2) 各种可读性不好的样卡适配测试。
5	VISA PayWave	(1) 100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求； (2) 各种可读性不好的样卡适配测试。
6	Interac	(1) 100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求； (2) 需根据当地卡组织制订的行业规范进行软件差异化设计与功能检测。
7	JCB	100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求。
8	Discover	(1) 100 毫秒的非接触读卡处理时间检测要求； (2) 各种可读性不好的样卡适配测试。
9	CE	(1) 需要产品验证最大输出功率的误差不超过指定的标称最大输出功率和容差规定的范围； (2) 最大输出功率过大可能会干扰其他通道或其他系统； (3) 对产品的无线部分做了严格的管控。
10	FCC	(1) 射频功率控制描述，需要明确产品各无线制式的功率范围； (2) 该功率范围会影响到 SAR 值，控制与实际测试报告功率在一个较小的范围。
11	FeliCa	(1) 性能测试以及功能性测试所需的卡片以及手机数量较多； (2) 样机提交给机构后，测试必须一次性通过。
12	TQM	(1) 产品需满足 EMV、MasterCard 认证要求； (2) 需满足终端生命周期的管控现场审核要求，现场审核要求发行人在终端的研发、生产等流程建立可控的制度并严格执行。

境外产品的推出需要行业内企业了解目标市场的不同认证标准和法规；同时，从上表可以看出，境外各认证项目具有不同的技术难点，对企业的研发能力有较高的要求，因此，境外市场的新进入者需要具有专业研发技术团队并花费较多的时间及成本，相对而言存在一定的技术壁垒。

### （三）发行人是否存在被境外市场当地企业替代的风险及应对措施

报告期内，发行人境外销售收入占比分别为 15.78%、32.76%和 35.62%，呈现逐年上升趋势，发行人不存在被境外市场当地企业替代的风险，主要原因如下：

#### 1、国内较为完善的产业链和成本优势

国内金融 POS 机产业链较为完善，在上游行业方面，我国金融 POS 终端相关的电子元器件制造业已经发展成熟，市场供给较为充分，金融 POS 机行业相关配套产业完备且可以满足行业的持续发展，生产成本具有竞争优势。

报告期内，发行人境外销售主要区域为拉丁美洲、中东、非洲等新兴市场，其电子元器件制造业与已经发展多年并逐步成熟的我国电子元器件制造业存在一定差距，

因此，上述区域的国家不具备具有竞争力的金融 POS 机产业链，且境外厂商短期内无法具备国内生产厂商的生产能力，由于缺乏技术积累和供应链管理，很多当地企业只能完成一些简单的 POS 机组装安装工作。同时，为了更好地贴合境外当地市场及拓展市场，参考百富环球和新国都等同行上市公司在境外设立子公司，发行人已经在巴西设立子公司参与当地经营。

## 2、金融 POS 终端行业已形成较为稳定的竞争格局

全球金融 POS 终端行业竞争格局较为稳定，根据《尼尔森报告》，2021 年全球 POS 终端出货量排名前十的厂商均为 2020 年前十厂商，行业内主要企业市场地位稳固。同时，根据《尼尔森报告》，2020 年、2021 年拉丁美洲、中东-非洲区域的 POS 终端出货量排名前十的厂商中，主要生产厂商均为国际、国内主流金融 POS 机厂商，包括 Worldline、Verifone、百富环球和新大陆等，近年来均持续在境外当地实现规模销售，而当地企业中上榜者较少，根据《尼尔森报告》，拉丁美洲只有 Gertec，而中东-非洲区域未有进入前十的当地企业。

无论是全球市场还是拉丁美洲、中东-非洲区域等境外当地市场，金融 POS 终端行业均已形成较为稳定的竞争格局，由于技术研发及认证周期较长，且存在一定的技术与认证壁垒，境外市场当地企业短期内要达到行业内主要企业如发行人的产品技术以及产品认证要求的难度较大，故该竞争格局短期内难以改变，境外市场当地企业短期内难以取代已在当地市场形成规模销售的行业内主要企业如发行人。

## 3、发行人的应对措施

报告期内，发行人为了更好地应对境外当地市场的产品竞争，做了以下应对措施：

(1) 通过扩大境外市场的覆盖范围和客户数量，截至目前，公司境外客户已逐步发展为以亚太地区、中东-非洲地区、澳洲、拉美地区等国家并存，公司产品远销 60 多个国家和地区；海外市场作为公司未来重要布局，公司将进一步加大对海外市场的开拓力度，通过主动拜访境外客户、参加展会展示公司产品、提升产品知名度等方式持续开拓海外市场；

(2) 结合客户的进口需求，通过原材料、半成品出口，国外客户组装的销售方式，以迎合部分境外市场对原材料、半成品组装形式在外汇、关税等方面的鼓励政策，优化双方的合作关系，提升盈利水平；

(3) 注重研发团队建设，提供了当地具有吸引力的薪酬水平吸引优秀研发人员加入公司，组建了较为强大的研发团队；加大产品研发投入，报告期内，研发投入分别

为 5,466.89 万元、5,856.73 万元和 6,842.68 万元；报告期内持续对境外产品进行更新迭代，报告期内累计更新软件数量超过一百个，持续地满足境外市场的需求；

(4) 为了更好地贴合境外当地市场及拓展市场，发行人已经在巴西设立子公司参与当地经营。

综上，发行人不存在被境外市场当地企业替代的风险。

### 三、区分境内和境外列示自产产品和外协产品的销售金额及占比、毛利率情况，分析毛利率差异原因及合理性。

报告期内，公司境内销售以外协生产为主，在自有产能存在暂时性富余的情况下，公司会自产一部分境内产品。境外销售均以自主生产，不涉及外协生产。其中，同时涉及自产与外协的产品为境内销售的 NEW7220、NEW6220 和 NEW6200。报告期内，各主要产品境内外自产和外协具体情况如下：

单位：万元

年度	成品型号	境内外	生产方式	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	
2022年度	NEW7220	境内	外协	20,590.18	16.90%	17.53%	
			自产	1,315.59	1.08%	13.15%	
		境外	自产	3,428.62	2.81%	41.01%	
	NEW6220	境内	外协	38,584.31	31.67%	13.07%	
			自产	3,213.45	2.64%	6.80%	
	NEW6200	境内	外协	10,483.97	8.61%	16.49%	
			自产	397.01	0.33%	11.90%	
	NEW7210	境内	自产		-	-	-
		境外		4,902.04	4.02%	36.15%	
	NEW8210	境内		817.39	0.67%	39.28%	
		境外		1,011.49	0.83%	47.50%	
	NEW9210	境内		676.65	0.56%	35.04%	
		境外		3,254.96	2.67%	24.31%	
	NEW9220	境内		594.84	0.49%	18.18%	
境外		17,702.76		14.53%	31.62%		
2021年度	NEW7220	境内		外协	20,324.70	17.74%	16.87%
				自产	1,593.50	1.39%	11.93%
		境外		自产	0.13	0.00%	-50.48%
	NEW6220	境内		外协	48,636.03	42.45%	12.70%

年度	成品型号	境内外	生产方式	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率		
			自产	2,770.40	2.42%	9.23%		
	NEW6200	境内	外协	247.80	0.22%	14.07%		
			自产	298.88	0.26%	9.46%		
	NEW7210	境内	自产	2.82	0.00%	43.00%		
		境外		11,683.53	10.20%	31.93%		
	NEW8210	境内		342.62	0.30%	49.72%		
		境外		3,012.51	2.63%	43.99%		
	NEW9210	境内		1,465.90	1.28%	25.11%		
		境外		3,487.05	3.04%	27.74%		
	NEW9220	境内		214.70	0.19%	26.04%		
		境外		15,323.03	13.37%	30.05%		
	2020年度	NEW7220		境内	外协	24,546.54	20.06%	15.22%
					自产	4,701.28	3.84%	17.78%
		NEW6220		境内	外协	60,403.01	49.35%	15.87%
自产					7,486.75	6.12%	13.80%	
NEW6200		境内		外协	-	-	-	
				自产	-	-	-	
NEW7210		境内	自产	147.47	0.12%	23.50%		
		境外		5,716.71	4.67%	30.39%		
NEW8210		境内		201.94	0.16%	45.62%		
		境外		6,039.70	4.93%	46.59%		
NEW9210		境内		2,282.30	1.86%	25.13%		
		境外		1,101.19	0.90%	59.83%		
NEW9220		境内		505.94	0.41%	23.68%		
		境外		4,393.11	3.59%	42.37%		

报告期内，公司外协产品的毛利率普遍高于自产产品。公司销售定价时并不区分自产产品和外协产品，一般而言自产产品和外协产品的价格不存在重大差异，外协产品的毛利率普遍高于自产产品主要是因为外协生产较低的单位生产成本，其原因主要如下：

1、公司合作的外协供应商均为广东地区具有一定规模的电子产品加工厂，除了POS产品加工业务外，还提供智能手机、平板电脑、医疗器械、安防设备等产品制造，外协供应商具备一定的规模，使得其成本相对较低。报告期内，公司委托外协厂商生

产主要产品的数量分别为 996.89 万台、748.77 万台、734.41 万台，与发行人相比，外协供应商具备明显的规模优势；此外，由于 NEW7220、NEW6220、NEW6200 等系列产品的定制化程度相对较低且订单需求量较大，发行人主要采用外协进行生产，该产品自产数量远低于外协数量，使得自产成本相对较高。

2、公司自产产品几乎包含了所有产品系列，而外协加工产品以 NEW7220、NEW6220、NEW6200 为主。由于不同系列产品的生产工序存在差异，自有工厂需按照生产计划频繁进行生产线的切换，使得公司单位自产产品分摊的人工和制造费用较高。

3、报告期内，发行人东莞分公司租赁位于东莞市塘厦镇的厂房作为生产场所，该地区租金成本较高，使得自产产品成本中分摊的固定成本相对较高。

其中，2020 年 NEW7220 外协生产毛利率低于自产生产，主要是因为拉卡拉支付股份有限公司、上海汇付支付有限公司、深圳银迅科技有限公司等毛利率较低的客户在当年外协产品收入中占比较高达到 13,992.71 万元，而自产产品收入仅 1,274.96 万元，使得外协生产毛利率较低。上述三家客户由于 NEW7220 采购量大，为与维持大客户的友好合作关系，价格和毛利率较低。

综上，发行人同类产品外协成品毛利率高于自产产品，具有合理原因。

四、区分境内和境外列示新老客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析毛利率差异原因及合理性。

报告期各期境内外主要产品的新老客户的销售金额及占比、毛利率情况如下：

1、2022 年度

单位：万元

境内外	产品型号	新老客户 <sup>注1</sup>	主营业务收入 <sup>注2</sup>	占主营业务收入比例	毛利率 <sup>注2</sup>
境内	NEW7220	老客户	21,293.50	17.48%	17.33%
		新客户	611.72	0.50%	15.08%
	NEW6220	老客户	39,377.72	32.32%	12.70%
		新客户	2,420.05	1.99%	10.74%
	NEW6200	老客户	10,755.99	8.83%	16.33%
		新客户	125.00	0.10%	15.79%
	NEW9210	老客户	400.58	0.33%	19.78%
		新客户	16.11	0.01%	41.35%
	NEW9220	老客户	396.06	0.33%	20.55%
		新客户	1.41	0.00%	25.96%

境内外	产品型号	新老客户 <sup>注1</sup>	主营业务收入 <sup>注2</sup>	占主营业务收入比例	毛利率 <sup>注2</sup>
境外	NEW7220	老客户	3,183.77	2.61%	40.91%
		新客户	245.39	0.20%	42.33%
	NEW7210	老客户	4,802.18	3.94%	36.20%
		新客户	99.87	0.08%	33.62%
	NEW8210	老客户	1,816.87	1.49%	43.73%
		新客户	12.01	0.01%	58.08%
	NEW9210	老客户	3,514.92	2.89%	26.82%
		新客户	-	-	-
NEW9220	老客户	17,853.08	14.65%	31.38%	
	新客户	47.06	0.04%	43.95%	

注1：以2019年作为基准期，当年首次产生收入的客户作为当年的新客户，以往年度已经产生收入的客户作为当年的老客户。

注2：报告期内，存在部分境内客户购买英文POS终端并最终销往境外市场的情形，统计境内外收入和毛利率时计入境外，下同。

## 2、2021年度

单位：万元

境内外	产品型号	新老客户	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率
境内	NEW7220	老客户	18,511.40	16.16%	15.96%
		新客户	3,405.71	2.97%	19.46%
	NEW6220	老客户	39,854.68	34.78%	12.19%
		新客户	11,551.76	10.08%	13.63%
	NEW6200	老客户	546.68	0.48%	11.55%
		新客户	-	-	-
	NEW7210	老客户	0.19	-	11.40%
		新客户	0.14	-	48.04%
	NEW9210	老客户	1,318.63	1.15%	21.30%
		新客户	17.71	0.02%	50.78%
NEW9220	老客户	160.22	0.14%	25.36%	
	新客户	5.67	0.00%	26.13%	
境外	NEW7220	老客户	-	-	-
		新客户	1.23	0.00%	34.31%
	NEW7210	老客户	6,426.45	5.61%	33.79%
		新客户	5,259.57	4.59%	29.66%
	NEW8210	老客户	3,136.57	2.74%	44.07%

境内外	产品型号	新老客户	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率
		新客户	218.56	0.19%	51.81%
	NEW9210	老客户	1,690.76	1.48%	27.51%
		新客户	1,925.85	1.68%	30.13%
	NEW9220	老客户	9,513.27	8.30%	37.28%
		新客户	5,858.57	5.11%	18.30%

### 3、2020 年度

单位：万元

境内外	产品型号	新老客户	销售金额	占主营业务收入比例	毛利率	
境内	NEW7220	老客户	28,501.37	23.29%	15.58%	
		新客户	746.45	0.61%	17.78%	
	NEW6220	老客户	61,060.56	49.89%	15.78%	
		新客户	6,829.21	5.58%	14.44%	
	NEW7210	老客户	127.81	0.10%	23.10%	
		新客户	1.82	0.00%	22.54%	
	NEW9210	老客户	2,049.64	1.67%	22.26%	
		新客户	25.98	0.02%	42.18%	
	NEW9220	老客户	459.09	0.38%	22.63%	
		新客户	8.14	0.01%	29.85%	
	境外	NEW7210	老客户	5,567.61	4.55%	30.51%
			新客户	166.94	0.14%	26.18%
NEW8210		老客户	6,052.00	4.94%	46.73%	
		新客户	189.64	0.15%	41.12%	
NEW9210		老客户	783.94	0.64%	57.78%	
		新客户	523.93	0.43%	59.59%	
NEW9220		老客户	4,404.31	3.60%	42.21%	
		新客户	27.51	0.02%	56.89%	

由上表可知，剔除部分销售收入金额较小的数据后，一般情况下，报告期内公司同一产品新合作客户的毛利率较高，出于维护与客户的良好合作关系，随着合作时间的推移毛利率会下降。

2022 年，境内 NEW6220 的新客户毛利率低于老客户，主要原因境内 NEW6220 新客户主要客户为厦门富盛世荣商贸有限公司，该客户产品主要销售给开店宝支付服务有限公司，其占境内 NEW6220 新客户收入比例为 64.45%，其信用期较短，优于主要老客

户 6 个月的信用期，其毛利率相对较低。

2021 年，境外 NEW9220 和 NEW7210 新客户毛利率低于老客户，主要是因为 2021 年的新客户 OPay 采购较多、占当年境外 NEW9220 和 NEW7210 新客户销售收入的比例分别为 90.04%和 77.32%，由于 OPay 主要于尼日利亚、埃及等地开展业务，对价格较为敏感且采购量较大，其毛利率较低。

2020 年，境内 NEW6220 新客户毛利率低于老客户，主要是因为 NEW6220 为 2019 年 10 月份新推出的产品，新产品推出时市场售价较高，此后市场销售价格呈现逐渐下降的趋势。新客户福建卡联电子商务有限公司等公司采购 NEW6220 集中在 2020 年第四季度，占当年该产品对新客户销售收入的 50.97%，价格和毛利率相对较低；而老客户采购集中在上半年，上半年的销售收入占当年该产品对老客户销售收入的 68.20%，价格和毛利率相对较高。

**保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：**

1、获取发行人对原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率的原因、与产业链价值的匹配性的说明，并分析其合理性；

2、取得境外产品的各项认证的具体说明；

3、根据《尼尔森报告》，了解境外市场的主要生产企业的排名情况；

4、与发行人核心技术人员访谈，核实境外产品涉及研发及认证的周期，并了解境外认证的技术难点；

5、获取发行人的收入成本明细表，统计报告期内境内和境外自产产品和外协产品的销售金额及占比、毛利率情况，分析毛利率差异原因及合理性；

6、获取发行人的收入成本明细表，统计报告期内境内和境外新老客户的销售金额及占比、毛利率情况，分析毛利率差异原因及合理性。

**经核查，保荐机构和申报会计师认为：**

1、发行人对原材料和半成品出口毛利率高于成品出口毛利率的原因，主要系销售区域不同、客户不同以及原材料和半成品出口去除了部分环节附加价值较低的环节使得整体毛利率上升，具有合理性，与产业链价值相匹配；

2、发行人金融 POS 产品境外市场具有较高的进入认证壁垒和技术壁垒的依据充分；发行人不存在被境外市场当地企业替代的风险；

3、报告期内境内和境外自产产品毛利率一般高于外协产品的毛利率，主要源于外协生产较低的单位生产成本，具有合理性；

4、报告期内境内和境外新老客户的毛利率差异具有合理性，一般新客户毛利率高于老客户，随着合作时间的推移，出于维护与客户的良好合作关系，老客户毛利率会下降。

#### 8. 关于应收账款和存货

(1) 报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 30,587.85 万元、32,791.48 万元和 44,971.52 万元，占营业收入比例分别为 24.98%、28.60%和 36.86%。发行人未披露应收账款回款方式。

(2) 报告期各期末，存货账面价值分别为 13,235.64 万元、23,281.97 万元和 12,695.38 万元。

(3) 报告期各期末，发行人 1 年以上存货账面余额分别为 1,274.70 万元、1,659.48 万元和 2,501.92 万元，占各期末存货账面余额的比例分别为 9.03%、6.68%和 17.93%。

(4) 报告期各期，公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平。

请发行人：

(1) 说明应收账款占营业收入比例逐年提高的原因及合理性；列示报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况；结合上述情况说明发行人是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。

(2) 按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式，并更新应收账款累计回款金额及比例。

(3) 更新各类别存货的期后累计结转金额及比例，说明是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；说明发行人存货计价方法，与同行业可比公司是否存在差异。

(4) 说明 2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因及合理性，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的的原因。

(5) 进一步分析存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性，说明存货跌价准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明应收账款占营业收入比例逐年提高的原因及合理性；列示报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况；结合上述情况说明发行人是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。

(一) 说明应收账款占营业收入比例逐年提高的原因及合理性

报告期内，发行人应收账款占营业收入比例如下：

单位：万元

年度	营业收入	应收账款	应收账款占营业收入比例 (%)
2022 年	121,991.23	44,971.52	36.86
2021 年	114,654.12	32,791.48	28.60
2020 年	122,442.79	30,587.85	24.98

2021-2022 年，应收账款占营业收入比例有所提高，主要系与商雅达、合利宝及盛投公司等信用期较长的客户的交易规模有所扩大导致。除考虑到客户自身采购量大、历史合作情况良好等因素，公司给予了其较为宽松的信用政策外，第三方支付机构根据市场情况制定自身的市场推广政策，亦会影响不同时期对发行人 POS 终端的采购量，使得应收账款占比波动较大。

报告期内，发行人对上述三家公司的销售情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度/2022 年末			2021 年度/2021 年末			2020 年度/2020 年末		
	营业收入	应收账款 余额	占比	营业收入	应收账款 余额	占比	营业收入	应收账款 余额	占比
商雅达	14,549.24	10,283.19	70.68%	8,176.82	4,233.58	51.78%	3,850.43	3,136.09	81.45%
合利宝	20,901.83	11,735.47	56.15%	10,325.79	3,946.38	38.22%	12,181.93	5,430.11	44.58%
盛投公司	5,524.10	2,959.76	53.58%	3,986.14	3,791.40	95.11%	-	-	-

1、与深圳市商雅达科技有限公司的合作

商雅达主要从事支付硬件的贸易业务，自 2018 年与发行人建立合作关系以来，由其向发行人采购 POS 终端后转卖给国内知名第三方支付机构乐刷科技有限公司。

从整体交易规模看，由于乐刷科技在第三方支付市场的交易规模不断扩大，使得商雅达对发行人的采购规模也在不断提高。根据乐刷科技母公司移卡有限公司 (09923HK) 披露的年报显示，2020-2022 年，其活跃支付服务商户数量分别为 550 万、730 万和 810 万，同比增长 32.5% 和 10.96%；支付交易金额分别达到 1.46 万亿、2.12

万亿和 2.23 万亿，同比增长 45.5%和 5.19%。

从市场推广政策看，2020 年，受相关因素影响，乐刷科技当年度的推广计划集中在下半年度，使得发行人当年应收账款占比较高，并在 2021 年度有所下降。2022 年，发行人对商雅达的销售收入主要集中在第四季度，使得应收账款占比有所抬升。根据中介机构对商雅达及乐刷科技的访谈了解，2022 年，监管趋严使得部分头部第三方支付机构亦遭受波及，其对业务扩张则较为谨慎。乐刷科技借此机会进一步扩大了市场份额，在当年四季度上线了为乐付、收款呗、乐助手等多款产品，并引进了大量渠道团队进行推广活动，推动了对发行人 POS 终端采购量的快速上涨，进而使得应收账款余额占比的提高。

## 2、与广州合利宝支付科技有限公司的合作

广州合利宝支付科技有限公司系上市公司仁东控股（002647.SZ）子公司，为国内知名的第三方支付机构。2019 年，发行人通过 NEW7220 和 NEW6220 两款产品成功与合利宝建立并保持了稳定的业务关系。根据中介机构对合利宝的访谈了解，2022 年初，由于其另一 POS 终端供应商产品质量出现问题，加之发行人开始向合利宝推广 NEW7220、NEW6220 等机型的彩屏版本，其相对于其他厂商的黑白屏机型更受终端客户青睐，合利宝顺势增加了对发行人 POS 终端的采购量。

## 3、与盛投（深圳）供应链管理有限公司的合作

盛投（深圳）供应链管理有限公司成立于 2021 年 4 月末，系第三方支付机构银盛支付的收单外包服务机构之一。基于与银盛支付良好的历史合作关系，发行人在盛投资公司成立当年即与其建立业务合作关系，并在当年下半年度实现销售，使得当年应收账款余额占比较高，并在 2022 年显著下降。

在剔除上述三家公司对发行人应收账款占比的影响后，发行人 2021 年和 2022 年的应收账款占营业收入的比例分别下降至 22.59%和 24.68%，与 2020 年持平。

综上，报告期内发行人应收账款占营业收入比例逐年提高系发行人给予不同客户的信用政策、客户的采购周期等因素综合影响的结果，其波动具备合理性。

**（二）列示报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况，结合上述情况说明发行人是否存在放宽信用政策刺激销售的情形。**

### 1、报告期各期前五大客户的销售结算模式及信用政策如下：

2022 年/2022 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	广州合利宝支付科技有限公司	发货后六个月付全款，相关款项通过银行转账支付
2	深圳市商雅达科技有限公司	预付 20%，发货后三个月付 40%，六个月付 40%，相关款项通过银行转账支付
3	Advanced Mobile Payment Inc.	发货后 60 天付全款，相关款项通过电汇方式支付
4	上海汇付支付有限公司	发货后三个月付全款；发货后六个月付全款，相关款项通过银行转账支付
5	嘉联支付有限公司	票到三个月付全款，相关款项通过银行转账支付

2021 年/2021 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	广州合利宝支付科技有限公司	同上
2	上海汇付支付有限公司	同上
3	嘉联支付有限公司	同上
4	深圳市商雅达科技有限公司	同上
5	拉卡拉支付股份有限公司	票到三个月付全款，相关款项通过银行转账或银行承兑汇票支付

2020 年/2020 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	拉卡拉支付股份有限公司	票到两个月付全款，相关款项通过银行转账和银行承兑汇票支付
2	深圳银迅科技有限公司	票到一个月付全款，相关款项通过银行转账支付
3	上海汇付支付有限公司	同上
4	广州合利宝支付科技有限公司	同上
5	银盛支付服务股份有限公司	货到三个月付全款，相关款项通过银行转账和银行承兑汇票支付

报告期各期前五大新增客户的销售结算模式及信用政策如下：

2022 年/2022 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	厦门富盛世荣商贸有限公司	预付 20%，发货后次月第一周支付剩余的 80%，相关款项通过银行转账支付
2	上海辰锐信息科技有限公司	预付 20%，开票后六个月内支付 80%，相关款项通过银行转账支付
3	深圳市前海说品电子商务有限公司	票到第六个月付款，相关款项通过银行转账支付
4	Asse electronics trading L.L.C.	款到发货，相关款项通过电汇方式支付
5	GBR COMPONENTES DA AMAZONIA LTDA	款到发货，相关款项通过电汇方式支付

2021 年/2021 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	嘉联支付有限公司	同上
2	Gargour Technologies	款到发货，相关款项通过银行转账支付
3	盛投（深圳）供应链管理有限公司	20%预付款，发货六个月付 80%，相关款项通过银行转账支付
4	Trustworthy Hans International	款到发货，相关款项通过电汇方式支付
5	Transsnet Finacial Service Limited	30%预付款，发货后三周付 70%，相关款项通过电汇方式支付

2020 年/2020 年末：

序号	客户	销售结算模式及信用政策
1	福建卡联电子商务有限公司	款到发货，相关款项通过银行转账支付
2	上海尤恩信息技术有限公司	预付 30%，下单后 6 个月内付剩余 70%，相关款项通过银行转账支付
3	浙江喔刷信息技术有限公司	预付 50%，发货后第 1-3 个月各付 10%，第 4 个月付 20%，相关款项通过银行转账支付
4	吉安讯销科技有限公司	预付 20%，发货后第 5-7 个月各 15%，第 8 个月付 35%，相关款项通过银行转账支付
5	黔南即富科技有限公司	款到发货，相关款项通过银行转账支付

从存量客户来看，发行人基本延用了以前年度与客户确定的信用政策与结算方式，相关政策未发生重大变化；从新增客户来看，发行人在综合考虑客户采购规模、付款方式、信用情况等因素后，逐个制定信用政策，信用期一般控制在 6 个月以内，与存量客户相比不存在重大差异。

报告期内，发行人信用政策保持稳定，不存在通过放松信用政策提高销售收入的情形。

**二、按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式，并更新应收账款累计回款金额及比例。**

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“十一、（二）流动资产分析”之“4、应收账款”补充披露如下：

**报告期内，公司应收账款回款方式包括银行转账、电汇回款、银行承兑汇票及保理回款四种回款方式。**

**报告期内，应收账款期后回款金额如下表所示：**

单位：万元

截止日期	应收账款余额	截至2023.4.30回款	应收账款回款方式				回款比例(%)
			银行转账回款	电汇回款	银行承兑汇票回款	保理回款	
2022年末	47,548.44	33,367.97	24,194.99	9,172.98	-	-	70.18
2021年末	34,726.50	34,109.05	27,191.84	5,468.61	889.06	559.54	98.22
2020年末	32,407.19	32,283.99	23,322.21	4,236.69	4,318.62	406.47	99.62

从回款方式来看，报告期内，公司应收账款回款以银行转账回款为主，电汇回款为境外公司的主流回款方式，银行承兑汇票回款主要系2020年及2021年银盛支付服务股份有限公司、拉卡拉支付股份有限公司等客户存在票据回款，保理回款主要系公司将银联商务股份有限公司应收账款进行保理融资借款，在满足终止确认应收账款条件后，保理融资机构回款所致。

从回款比例来看，截至2022年4月末，2020年末及2021年末的回款比例达到99.62%和98.22%，回款情况良好，2022年末的应收账款回款比例达到70.18%，主要系部分客户未达账期所致，与公司的实际经营情况相符。

三、更新各类别存货的期后累计结转金额及比例，说明是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；说明发行人存货计价方法，与同行业可比公司是否存在差异。

（一）更新各类别存货的期后累计结转金额及比例，说明是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形

发行人报告期各期期后存货结转情况如下：

单位：万元

报告期	存货类别	期末余额	期后结转金额	期后结转率
2022年12月31日	原材料	7,570.68	5,077.88	67.07%
	库存商品	3,389.75	2,719.50	80.24%
	发出商品	199.49	199.49	100.00%
	在产品	711.07	658.25	92.57%
	委托加工物资	2,084.99	1,929.28	92.53%
	合计	13,955.99	10,584.40	75.84%
2021年12月31日	原材料	12,908.30	11,757.36	91.08%
	库存商品	5,372.81	4,836.52	90.03%
	发出商品	1,081.71	1,081.71	100.00%
	在产品	878.22	874.84	99.62%

报告期	存货类别	期末余额	期后结转金额	期后结转率
	委托加工物资	4,618.34	4,472.67	96.86%
	<b>合计</b>	<b>24,859.38</b>	<b>23,023.10</b>	<b>92.61%</b>
2020年12月31日	原材料	5,260.99	4,911.19	93.35%
	库存商品	3,359.59	3,233.62	96.25%
	发出商品	665.27	665.27	100.00%
	在产品	705.11	702.20	99.59%
	委托加工物资	4,123.61	4,038.54	97.94%
	<b>合计</b>	<b>14,114.58</b>	<b>13,550.82</b>	<b>96.01%</b>

注：存货期后结转金额统计截至2023年4月30日。

报告期各期末，公司存货期后结转比例分别为96.01%、92.61%和75.84%，存货期后结转情况良好，2022年末公司存货结转比例相对较低，主要系期后时间较短所致。

截至2023年4月30日，公司2020年末和2021年末原材料（含委托加工物资）、库存商品和在产品存在少量长期未结转的情况，2020年末金额分别为434.87万元、125.97万元和2.91万元，占比分别为4.63%、3.75%和0.41%；2021年末金额分别为1,296.61万元、536.29万元和3.38万元，占比分别为7.40%、9.98%和0.38%，主要原因包括：（1）对于较难采购或者订货周期较长的原材料公司有一定备货，且基于订货成本的考虑，部分通用且无明显保质期的原材料公司单次采购量较大；（2）已停产产品的库存，对于该部分存货，公司已全额计提了存货跌价准备；以及因客户需求变更，订单需求变更或订单被取消的产品其库龄增长，该部分产品具有通用性且销路通畅，也可以通过改装销售予其他客户；（3）由于客户因业务安排未下达包装指令一直未完成包装的在产品，该部分存货数量极少。除上述情况外，公司不存在长期未结转的存货。

公司制定了完善的成本核算管理制度，对原材料采购入库、材料领用、成本归集、成本分配、成本结转、产品入库、产品发货等重要流程进行了详细的规范。公司能够对产品成本进行准确的归集、分摊和核算。在确认产品销售收入的同时，将对应产品的成本结转至营业成本。因此，公司不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形。

## （二）说明发行人存货计价方法，与同行业可比公司是否存在差异

公司存货计价方法为存货在取得时，按成本进行初始计量（包括采购成本、加工成本和其他成本），存货发出时按月末一次加权平均法计价，报告期内未发生过变更。经与同行业公司发出存货计价方法进行比较，同行业公司发出存货均采用加权平均法，

与发行人发出存货计价方法不存在重大差异，具体对比情况如下：

公司名称	存货计价方法
新国都	存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。
新大陆	存货取得时按实际成本计价，开发产品的实际成本包括土地出让金、基础配套设施支出、建筑安装工程支出、开发项目完工之前所发生的借款费用及开发过程中的其他相关费用。原材料、在产品、库存商品、发出商品等发出时采用加权平均法计价。
天喻信息	存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。
百富环球	加权平均法
本公司	存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

资料来源：同行业公司年度报告

四、说明 2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因及合理性，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的的原因。

（一）说明 2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因及合理性，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

1、2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因及合理性

报告期各期末，公司一年以上存货余额明细及变动如下：

单位：万元

存货明细	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
原材料	1,602.89	87.17%	856.36	-3.78%	890.01
库存商品	612.49	18.36%	517.47	300.89%	129.08
在产品	139.89	6.19%	131.73	-16.12%	157.05
委托加工物资	146.63	-4.75%	153.94	56.19%	98.56
<b>合计</b>	<b>2,501.92</b>	<b>50.76%</b>	<b>1,659.50</b>	<b>30.19%</b>	<b>1,274.70</b>

注：变动比例=（当期金额-上期金额）/上期金额\*100%

公司 2022 年末一年以上存货账面余额比 2021 年末增加 842.42 万元，同比增长 50.76%，主要原因为公司 2021 年受“芯片荒”影响对芯片类原材料大量备货，这些原材料未消耗的部分库龄在 2022 年末变为一年以上，从而使得 2022 年末一年以上原材料较 2021 年末增加 746.53 万元。

报告期内，公司原材料主要为通讯模块、显示器、IC、打印机、PCB、电池模块等电子类原材料，以及塑胶料等结构类原材料等。“芯片荒”背景下，公司为应对芯片类

原材料交期延长、供应不稳定以及价格上涨等问题，延长了相应的备货周期，提前对 IC 类、通讯模块等芯片类原材料进行大量备货，导致 2021 年末 IC 类、通讯模块等芯片类原材料余额大幅上升从而使得 2022 年末原材料一年以上余额增加较多。同时，金融 POS 终端从 2G 大面积切换至 4G，4G 通讯模块的成本高于 2G 通讯模块的成本，也使得 2021 年末通讯模块原材料余额上升并导致 2022 年末一年以上通讯模块原材料余额上升较多。由于前述原因，公司 2022 年末一年以上的通讯模块及 IC 等芯片类原材料较 2021 年末增加 723.50 万元。

综上所述，2022 年末一年以上存货账面余额大幅增加主要系公司 2021 年针对“芯片荒”而进行的战略性备料所致，具有合理性。

## 2、是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

根据本问询回复“8. 关于应收账款和存货”之“三、（一）更新各类别存货的期后累计结转金额及比例，说明是否存在长期未结转的情形…”及“四、（一）、1、2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因及合理性”，公司存货期后结转比例较高，存货周转速度较快，存在部分长库龄存货主要系公司进行战略性备料所致，不存在滞销情形，与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

报告期各期，公司退换货金额分别为 12.26 万元、66.58 万元和 341.02 万元，占各期营业收入的比例分别为 0.01%、0.06%和 0.28%，金额及占比均较低。2022 年退货金额较大主要系客户北京友小贝信息科技有限公司经营规划调整，经协商将机器退回，截至本问询回复出具之日公司与北京友小贝信息科技有限公司已将相关机器退回并结清款项，双方未发生纠纷。除此事项以外，不存在大额退换货情形。

综上所述，2022 年末一年以上存货账面余额大幅增加的原因具有合理性，不存在大量滞销或销售退回的情况，与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

## （二）不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的原因

公司主要产品为金融 POS 终端，公司按照“以销定产”的原则组织生产，采取“以产定购+合理储备”的方式进行采购；在销售周期方面，国内产品与国外产品无实质差别，从接收订单到获取客户签收回执或报关单、货运提单，所需时间一般为一周至三周，由于客户需求变更，订单需求变更或订单被取消则时间会有所延长；在生产周期方面，公司产品主要工艺流程包括 SMT 贴片、焊接组装、装载配置、整机测试、包装等，国内产品一般为 5 天左右，国外产品由于客户特殊的包装等要求会在此基础上有

所延长，由于国内外客户因业务安排未下达包装指令则会使产品生产周期有所增加。

公司产品平均销售周期与平均生产周期均较短，因此库龄主要集中在一年以内，报告期各期末库龄一年以内存货余额的占比分别为 90.97%、93.32%和 82.07%。

不同库龄存货金额变动的原因情况如下：

1、原材料（含委托加工物资）

报告期各期末，公司原材料（含委托加工物资）按类别汇总如下：

单位：万元

项目	2022.12.31				
	账面余额	1年以内	1年以上	1年以内占比	1年以上占比
通讯模块	2,444.53	1,948.32	496.21	79.70%	20.30%
显示器	1,096.77	1,047.17	49.60	95.48%	4.52%
IC	1,459.15	1,069.84	389.31	73.32%	26.68%
打印机	371.00	288.67	82.33	77.81%	22.19%
电池模块	475.72	363.39	112.33	76.39%	23.61%
PCB	334.37	199.54	134.83	59.68%	40.32%
塑胶料	345.40	234.88	110.52	68.00%	32.00%
其他 <sup>注</sup>	3,128.73	2,754.34	374.39	88.03%	11.97%
<b>合计</b>	<b>9,655.67</b>	<b>7,906.15</b>	<b>1,749.52</b>	<b>81.88%</b>	<b>18.12%</b>

单位：万元

项目	2021.12.31				
	账面余额	1年以内	1年以上	1年以内占比	1年以上占比
通讯模块	5,979.95	5,924.32	55.63	99.07%	0.93%
显示器	2,728.47	2,663.29	65.17	97.61%	2.39%
IC	3,375.63	3,269.24	106.39	96.85%	3.15%
打印机	308.98	226.24	82.75	73.22%	26.78%
电池模块	586.05	557.33	28.72	95.10%	4.90%
PCB	624.00	504.14	119.86	80.79%	19.21%
塑胶料	448.54	275.27	173.27	61.37%	38.63%
其他 <sup>注</sup>	3,475.01	3,096.51	378.50	89.11%	10.89%
<b>合计</b>	<b>17,526.64</b>	<b>16,516.34</b>	<b>1,010.29</b>	<b>94.24%</b>	<b>5.76%</b>

单位：万元

项目	2020. 12. 31				
	账面余额	1 年以内	1 年以上	1 年以内占比	1 年以上占比
通讯模块	2,050.60	1,996.12	54.48	97.34%	2.66%
显示器	1,447.77	1,329.97	117.80	91.86%	8.14%
IC	1,443.83	1,322.29	121.53	91.58%	8.42%
打印机	371.68	287.47	84.21	77.34%	22.66%
电池模块	372.60	344.29	28.31	92.40%	7.60%
PCB	690.84	584.18	106.66	84.56%	15.44%
塑胶料	411.26	293.20	118.06	71.29%	28.71%
其他 <sup>注</sup>	2,596.03	2,238.51	357.52	86.23%	13.77%
<b>合计</b>	<b>9,384.60</b>	<b>8,396.03</b>	<b>988.57</b>	<b>89.47%</b>	<b>10.53%</b>

注：上表中“其他”包括半成品。

报告期各期末，库龄在一年以上的原材料（含委托加工物资）金额分别为 988.57 万元、1,010.29 万元和 1,749.52 万元，占比分别为 10.53%、5.76%和 18.12%，2021 年占比下降而 2022 年占比上升主要系公司 2021 年为应对“芯片荒”而大量采购通讯模块和 IC 等芯片类原材料，使得 2021 年末一年以内原材料金额增加，一年以上原材料占比下降，同时，这些原材料未消耗的部分库龄在 2022 年末变为一年以上，增加了 2022 年末一年以上原材料占比。

库龄在一年以上的原材料主要是通用类的标准材料，针对库龄较长的原材料，公司进行了有效管理，一年以上原材料管理状况良好，预计后续仍可以使用，不存在因保管及管理不善导致材料损毁或灭失的情况。

## 2、库存商品

报告期各期末公司库存商品的具体构成如下：

单位：万元

项目	2022. 12. 31				
	账面余额	1 年以内	1 年以上	1 年以内占比	1 年以上占比
NEW7220	1,243.54	1,121.56	121.98	90.19%	9.81%
NEW6220	855.85	845.61	10.24	98.80%	1.20%
NEW6200	252.30	252.30	-	100.00%	-
NEW7210	0.45	0.19	0.26	42.22%	57.78%
NEW8210	0.44	0.36	0.09	81.82%	18.18%

项目	2022. 12. 31				
	账面余额	1年以内	1年以上	1年以内占比	1年以上占比
NEW9210	397.38	42.17	355.21	10.61%	89.39%
NEW9220	420.27	418.43	1.83	99.56%	0.44%
N58	122.13	-	122.13	-	100.00%
其他	97.39	96.62	0.75	99.21%	0.79%
<b>合计</b>	<b>3,389.75</b>	<b>2,777.24</b>	<b>612.49</b>	<b>81.93%</b>	<b>18.07%</b>

单位：万元

项目	2021. 12. 31				
	账面余额	1年以内	1年以上	1年以内占比	1年以上占比
NEW7220	1,653.42	1,653.21	0.21	99.99%	0.01%
NEW6220	2,246.62	2,243.47	3.15	99.86%	0.14%
NEW6200	23.68	23.68	-	100.00%	-
NEW7210	29.70	16.57	13.13	55.79%	44.21%
NEW8210	0.91	0.36	0.55	39.56%	60.44%
NEW9210	578.66	574.92	3.74	99.35%	0.65%
NEW9220	295.18	293.99	1.19	99.60%	0.40%
N58	370.00	-	370.00	-	100.00%
其他	174.64	49.14	125.50	28.14%	71.86%
<b>合计</b>	<b>5,372.81</b>	<b>4,855.34</b>	<b>517.47</b>	<b>90.37%</b>	<b>9.63%</b>

单位：万元

项目	2020. 12. 31				
	账面余额	1年以内	1年以上	1年以内占比	1年以上占比
NEW7220	784.89	783.55	1.34	99.83%	0.17%
NEW6220	1,628.19	1,628.19	-	100.00%	0.00%
NEW7210	92.40	82.99	9.41	89.82%	10.18%
NEW8210	1.53	1.18	0.35	77.12%	22.88%
NEW9210	43.39	39.14	4.25	90.21%	9.79%
NEW9220	5.30	4.10	1.20	77.36%	22.64%
N58	670.58	597.04	73.54	89.03%	10.97%
其他	133.31	94.32	39.00	70.75%	29.25%
<b>合计</b>	<b>3,359.59</b>	<b>3,230.51</b>	<b>129.08</b>	<b>96.16%</b>	<b>3.84%</b>

报告期各期末，库龄在一年以上的库存商品金额分别为 129.08 万元、517.47 万

元和 612.49 万元，占比分别为 3.84%、9.63%和 18.07%，其中，2021 年涨幅较大主要系当年已停产的 N58 产品尚有 370.00 万元未实现销售，其库龄增长所致，公司已对该部分产品全额计提跌价准备；2022 年涨幅较大主要系公司一批库存 353.65 万元的 NEW9210 产品由于客户需求变更取消订单，其库龄增长所致，该产品具有通用性且销路通畅，也可以通过改装销售予其他客户。

### 3、发出商品

报告期各期末，公司无库龄超过一年的发出商品。

### 4、在产品

报告期各期末，公司库龄一年以上的在产品金额分别为 157.05 万元、131.73 万和 139.89 万元，金额较小且波动不大，主要系客户因业务安排未下达包装指令所致。

综上所述，公司存货库龄主要在一年以内，超过一年的存货金额占比较小，与公司实际经营模式一致。

**五、进一步分析存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性，说明存货跌价准备计提的充分性。**

**（一）进一步分析存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性**

#### 1、公司的存货跌价计提政策

根据公司的会计政策，公司根据存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备，具体确认方法如下：

（1）产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，公司根据市场预期、客户需求等情况，综合判断该商品存货是否具备继续销售价值：

① 如该商品存货已停止销售，则全额计提存货跌价准备；

② 如该商品存货仍在正常销售，则以该存货的估计售价减去估计的销售费用和税费后的金额，确定其可变现净值，若低于该存货的成本金额，以差额计提存货跌价准备；

（2）需要经过加工的材料存货，公司根据市场预期、客户需求等情况，综合判断该材料存货所生产的产成品是否具备继续销售价值：

① 如该材料存货所生产的产成品已停止销售，则全额计提存货跌价准备；

② 如该材料存货所生产的产成品仍在正常销售，则以其估计售价减去至完工时估

计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，若低于该存货的成本金额，将分摊至该材料存货部分的差额计提存货跌价准备。同时，若该材料存货库龄大于一年，则综合考虑其出库量、物料状态、物料用途等因素，如发现存在其他减值迹象，在原价值基础上，补充计提存货跌价准备；

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

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

## 2、公司存货跌价计提具体情况

### (1) 原材料、委托加工物资跌价计提

单位：万元

存货类别	时间	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	2022年12月31日	7,570.68	787.15	10.40%
	2021年12月31日	12,908.30	830.98	6.44%
	2020年12月31日	5,260.99	679.22	12.91%
委托加工物资	2022年12月31日	2,084.99	220.57	10.58%
	2021年12月31日	4,618.34	149.71	3.24%
	2020年12月31日	4,123.61	57.62	1.40%

对于发行人原材料、委托加工物资，通过其适配的产成品机型销售情况判断是否存在减值迹象，若属于基本停售机型，则全额计提跌价准备。报告期各期末，属于上述情形的原材料及委托加工物资对应计提的存货跌价准备分别为240.07万元、688.26万元、456.64万元。

对于剩余材料存货所生产的产成品仍在正常销售情形，则以其估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，若低于该存货的成本金额，将分摊至该材料存货部分的差额计提存货跌价准备。同时，若该材料存货库龄大于一年，则综合考虑其出库量、物料状态、物料用途等因素，如发现存在其他减值迹象，在原价值基础上，补充计提存货跌价准备。报告期各期末，

属于上述情形的原材料及委托加工物资对应计提的存货跌价准备分别为 496.77 万元、292.43 万元、551.08 万元。

(2) 库存商品跌价计提

单位：万元

库存商品	时间	账面余额	跌价准备	计提比例
	2022 年 12 月 31 日	3,389.75	223.76	6.60%
	2021 年 12 月 31 日	5,372.81	500.59	9.32%
	2020 年 12 月 31 日	3,359.59	136.91	4.08%

由于 N58 系列、C 系列的部分细分型号产品在 2020 年以后基本停止销售，对于上述型号库存商品，若客户未下发订单，公司全额计提跌价准备。报告期各期末，上述全额计提跌价库存商品的账面余额分别为 136.31 万元、439.26 万元、183.63 万元。

除上述基本停售且无客户订单预定的产品外，公司按照库存商品对应型号的最近一年平均价格作为估计售价，减去估计的销售费用和相关税费后，存在少部分产品可变现净值低于账面余额的情形，报告期各期末，公司计提减值准备金额分别为 0.61 万元、61.32 万元、40.12 万元。

(3) 发出商品跌价计提

单位：万元

发出商品	时间	账面余额	跌价准备	计提比例
	2022 年 12 月 31 日	199.49	1.74	0.87%
	2021 年 12 月 31 日	1,081.71	-	-
	2020 年 12 月 31 日	665.27	2.06	0.31%

报告期内，公司按照订单进行发货，发出商品的估计售价为订单价，除 2020 年末和 2022 年末存在极少数订单产品因清理库存而以成本价出货，导致该订单的可变现净值低于账面余额外，其余订单所涉发出商品经测试后均未发生减值。

(4) 在产品跌价计提

单位：万元

在产品	时间	账面余额	跌价准备	计提比例
	2022 年 12 月 31 日	711.07	27.38	3.85%
	2021 年 12 月 31 日	878.22	96.13	10.95%
	2020 年 12 月 31 日	705.11	3.12	0.44%

在产品存在减值迹象的存货主要系部分已完成大部分工序，还需最终包装、安装配件的在产成品，因备机需求、客户订单、预测销售等因素的变动，未进行最终加工

出库的余量库存，公司按照其对应产成品机型的销售情况对其计提存货跌价准备。

2021年计提在产品存货跌价准备金额为96.13万元，主要系当期未生产完毕的旧版本NEW7210、NEW5210由于客户订单变更，预计无法销售，故分别全额计提存货跌价准备60.88万元以及24.26万元。2022年，旧版本NEW7210机型企业进行改装后实现销售，NEW5210仍未实现销售，故未进行最终加工。

### 3、与同行业可比公司存货跌价计提对比情况

#### (1) 与同行业可比公司的存货跌价计提政策对比

可比公司名称	存货跌价准备计提政策
新大陆	<p>资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。</p> <p>① 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础；</p> <p>② 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备；</p> <p>③ 存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提；</p> <p>④ 资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p>
新国都	<p>期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。</p> <p>以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p>

可比公司名称	存货跌价准备计提政策
天喻信息	<p>在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。</p> <p>计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p>
百富环球	<p>存货乃以其成本值及可变现净值两者中较低者列账。成本以加权平均法厘定。产成品及在产品的成本包括原材料、直接人工成本及有关生产经常性开支（按正常营运能力计算）。可变现净值为正常业务过程中的估计售价扣除估计必需的销售成本。</p>

由上表可见，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提政策不存在显著差异。

(2) 与同行业可比公司的存货跌价计提准备、计提比例对比

报告期内，同行业可比公司存货跌价准备、计提比例与公司对比情况如下：

2022年12月31日

单位：万元、%

项目	发行人			新大陆			新国都			天喻信息		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
原材料及半成品	7,570.68	787.15	10.40	40,237.33	4,568.24	11.35	16,672.12	3,102.60	18.61	41,941.22	14,298.95	34.09
委托加工物资	2,084.99	220.57	10.58	-	-	-	535.36	-	-	2,166.06	-	-
库存商品	3,389.75	223.76	6.60	37,644.97	3,414.98	9.07	8,295.92	1,628.96	19.64	5,678.11	2,200.00	38.75
在产品	711.07	27.38	3.85	4,929.31	246.79	5.01	310.28	0.47	0.15	806.26	-	-
发出商品	199.49	1.74	0.87	25,270.90	1,090.29	4.31	2,884.69	215.95	7.49	2,212.57	-	-
其他	-	-	-	7,326.37	-	-	-	-	-	486.39	-	-
<b>合计</b>	<b>13,955.99</b>	<b>1,260.61</b>	<b>9.03</b>	<b>115,408.87</b>	<b>9,320.30</b>	<b>8.08</b>	<b>28,698.37</b>	<b>4,947.98</b>	<b>17.24</b>	<b>53,290.60</b>	<b>16,498.96</b>	<b>30.96</b>

注1：其他包括合同履行成本、开发产品等本公司不存在的其他存货科目，下同；

注2：由于百富环球未披露其存货跌价准备计提情况，故未在表中列示分析，下同；

2021年12月31日

单位：万元、%

项目	发行人			新大陆			新国都			天喻信息		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
原材料及半成品	12,908.30	830.98	6.44	42,051.86	2,175.66	5.17	16,726.81	1,593.74	9.53	48,790.77	15,087.09	30.92
委托加工物资	4,618.34	149.71	3.24	-	-	-	535.36	6.08	1.14	1,875.59	-	-

项目	发行人			新大陆			新国都			天喻信息		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
库存商品	5,372.81	500.59	9.32	41,169.13	2,718.49	6.60	7,979.03	1,369.82	17.17	6,796.06	2,323.35	34.19
在产品	878.22	96.13	10.95	5,137.63	198.64	3.87	320.29	6.84	2.13	583.94	-	-
发出商品	1,081.71	-	-	22,993.28	965.22	4.20	2,884.69	235.46	8.16	319.98	-	-
其他	-	-	-	8,321.45	-	-	-	-	-	344.37	-	-
<b>合计</b>	<b>24,859.38</b>	<b>1,577.41</b>	<b>6.35</b>	<b>119,673.35</b>	<b>6,058.01</b>	<b>5.06</b>	<b>28,446.17</b>	<b>3,211.94</b>	<b>11.29</b>	<b>58,710.71</b>	<b>17,410.45</b>	<b>29.65</b>

2020年12月31日

单位：万元、%

项目	发行人			新大陆			新国都			天喻信息		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
原材料及半成品	5,260.99	679.22	12.91	29,234.25	2,338.37	8.00	10,955.08	2,011.65	18.36	27,856.55	12,841.51	46.10
委托加工物资	4,123.61	57.62	1.40	-	-	-	160.45	6.08	3.79	190.51	-	-
库存商品	3,359.59	136.91	4.08	26,462.70	2,357.55	8.91	6,555.75	1,531.13	23.36	6,359.31	1,922.80	30.24
在产品	705.11	3.12	0.44	2,823.15	104.46	3.70	127.72	6.84	5.35	426.48	-	-
发出商品	665.27	2.06	0.31	14,794.82	817.79	5.53	2,240.03	205.26	9.16	1,044.68	-	-
其他 <sup>注</sup>	-	-	-	22,589.89	-	-	-	-	-	5,625.84	-	-
<b>合计</b>	<b>14,114.58</b>	<b>878.94</b>	<b>6.23</b>	<b>95,904.81</b>	<b>5,618.17</b>	<b>5.86</b>	<b>20,039.03</b>	<b>3,760.96</b>	<b>18.77</b>	<b>41,503.37</b>	<b>14,764.31</b>	<b>35.57</b>

#### ① 公司存货跌价准备分析

原材料（含半成品）方面，2020 年年末原材料存货跌价准备计提比例为 12.91%，在报告期各期末处于较高水平，主要系 2020 年度公司部分机型基本停售，如 N58 系列、C 系列部分细分型号产品等，公司根据需要对已停售产品对应材料全额计提存货跌价准备；同时，2020 年度库龄 1 年以上的原材料及委托加工物资占比 10.53%，公司结合出库量、物料状态、物料用途等因素，对库龄较长的材料存货补充计提存货跌价准备；受上述两个因素的综合影响，使得当期原材料存货跌价准备计提比例较高；2021 年，公司原材料存货跌价准备计提比例明显下降，主要系 2021 年受“芯片荒”影响，本公司大量采购芯片类原材料，如通讯模块、IC 等物料，库龄在 1 年以内的原材料及委托加工物资的余额相较上年上涨 96.72%，而新增物料存在减值情形较少，故 2021 年各公司原材料存货跌价准备计提比例有所下降；2022 年，由于上年度公司大量采购芯片类原材料，部分芯片类原材料的库龄增长，使得 1 年以上原材料及委托加工物资的总金额占比从 5.76%大幅上升至 18.12%。芯片类原材料系公司生产的核心物料之一，公司在持续生产领用的同时，具备良好的保管体系，故该部分原材料在库龄增长的情形下，出现减值迹象的情形较少，同时，由于 2022 年以消耗库存原材料为主，使得 2022 年年末原材料余额较上期末减少 5,337.62 万元，在原材料跌价准备金额与 2021 年相比保持相当的情况下，使得计提比例上升至 10.40%。

委托加工物资方面，2020 年、2021 年，其存货跌价准备计提比例较低，主要系当年外协厂主要生产 NEW6220 以及 NEW7220 两款新机型，其对应物料也根据生产需求进行了更迭，存在减值迹象的物料相对较少；2022 年，存货跌价准备计提比例较高，主要系公司进一步完善备料模式，在 2021 年备料较多的情形下，合理规划物料采购，主要消耗库存备料，使得 2022 年年末委托加工物资余额较上期末减少 2,533.35 万元，下降幅度 54.85%，从而导致存货跌价准备金额仅上升 70.86 万元的情形下，计提比例上涨较大。

库存商品、发出商品以及在产品方面，2021 年年末其计提比例较报告期内其他年度相对较高，主要系当期 N58G 产品正式停售，年末对尚未实现销售的 370.00 万元 N58G 产品全额计提存货跌价准备所致，2020 年以及 2022 年库存商

品、发出商品以及在产品存货跌价准备计提比例相对稳定，且占比较小，主要为日常经营活动中产生的正常备机出现少量呆滞情形所致。

## ② 低于同行业可比公司平均水平的原因

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例低于可比公司平均计提比例，低于新国都及天喻信息，与新大陆较为相似。

根据天喻信息关于对深圳证券交易所 2019 年和 2021 年年报问询函回复的公告，天喻信息智能卡产品存货占比较高，主要为含有非接触支付功能的移动支付 SIM 卡和具有金融支付功能的支付类智能卡等卡产品的芯片和模块备货，且其整体库龄较长，同时，天喻信息金融卡业务近年出现亏损情形，导致该类物料可变现净值下降带来的存货跌价准备计提增加，因此报告期内天喻信息存货跌价准备计提比例较高。

报告期内，新国都的原材料及半成品、库存商品的存货跌价准备计提比例相对同行业可比公司较高，根据新国都关于其向不特定对象发行可转换公司债券申请文件审核问询函回复的公告，其较高原因主要系电子支付行业发展迅速，产品更新迭代速度较快，部分传统 POS 机型跟不上市场发展的需求，因此依据部分传统 POS 机具的库存商品及其原材料的可变现净值，充分计提其存货跌价准备导致。

## （二）说明存货跌价准备计提的充分性

### 1、公司存货整体库龄较短且期后结转良好

公司存货库龄主要集中在一年以内，报告期各期末库龄一年以内存货余额的占比分别为 90.97%、93.32%和 82.07%。截至 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末公司存货期后结转比例分别为 96.01%、92.61%和 75.84%，存货期后结转情况良好，期后结转情况参见本问询回复“8. 关于应收账款和存货”之“三、（一）更新各类别存货的期后累计结转金额及比例……”的回复内容。

### 2、公司制定了有效的采购模式和备料模式

公司采取“以产定购+合理储备”为主的采购模式，即根据产品生产周期以及原材料库存情况对上游原材料根据排产情况进行采购，部分原材料在市场供应暂时性紧张时会根据订单情况提前战略储备性采购，因此有效控制了出现大量呆滞料的风险。

公司实行“以销定产”的备料模式，即根据产品在手订单、预计销售情况和产成品库存情况安排生产计划，部分销路畅通的产品会根据市场需求进行备货，从而有效防范产品滞销的风险。

综上所述，一方面，可比公司新国都与天喻信息存货计提比例较高主要系其自身经营原因，与良好的金融 POS 终端行业发展无关，公司存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平具有合理性；另一方面，公司制定了有效的采购模式和备料模式并且期后结转良好，整体存货周转较快，不存在存货积压的情形，公司存货跌价准备计提比例处于同行业可比公司合理范围内，因此公司存货跌价准备计提合理、充分。

**针对上述事项，保荐机构实施了以下核查程序：**

1、获取发行人应收账款明细表及销售收入明细表，对相关客户进行访谈，了解其与发行人的交易规模、推广政策等信息。获取相关客户年度报告等公开资料，了解其实际运营情况。分析发行人应收账款占营业收入比例逐年提高的原因及合理性；

2、获取报告期各期发行人前五大客户、新增客户的销售结算模式及信用政策，分析其是否发生重大变化或存在重大差异；

3、获取公司存货收发存明细表，查看存货期后结转情况，了解存货长期未结转的原因；

4、获取发行人成本核算管理制度，确认发行人是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；

5、了解发行人存货计价方法，查阅同行业公司公开披露信息，比较发行人与同行业公司存货计价方法的异同；

6、访谈总经理、财务总监及业务负责人关于不同产品的平均销售周期、平均生产周期，及报告期各期末存货状态情况，是否存在滞销情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；

7、获取存货库龄明细表，了解报告期各期存货的构成情况及变动原因，了解存货库龄分布情况，了解存货库龄超过一年的具体构成及原因；获取公司报告期内客户的退换货清单，并了解其退换货的原因；

8、查阅同行业公司公开披露信息，了解其计提存货跌价准备的原因；

9、复核发行人存货跌价准备计提依据，核查存货跌价准备计提是否充分；访谈公司相关管理人员，了解公司存货跌价准备计提具体计算过程、存货跌价准备计提政策及方法，复核其合理性。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、应收账款占营业收入比例逐年提高的原因系与商雅达、合利宝及盛投公司等信用期较长的客户的交易规模有所扩大导致，其原因具备合理性；发行人已就报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、新增客户与存量客户信用政策情况进行列示，报告期内发行人信用政策未发生重大变化，新增客户与存量客户的信用政策不存在重大差异，发行人信用政策保持稳定，不存在通过放松信用政策提高销售收入的情形；

2、发行人已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式，并更新应收账款累计回款金额及比例；

3、发行人已更新列示各类别存货的期后累计结转金额及比例，除部分存货因发行人持有目的、备货策略等原因导致存货库龄较长外，报告期内发行人存货不存在长期未结转的情形，发行人对上述存货已足额计提了跌价准备，不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；发行人存货发出时按月末一次加权平均法计价，与同行业可比公司不存在重大差异；

4、发行人 2022 年末 1 年以上存货账面余额大幅增加的原因主要系发行人 2021 年针对“芯片荒”而进行的战略性备料所致，原因具有合理性，不存在滞销情形，因客户经营规划调整存在少量的销售退回，与客户不存在纠纷或潜在纠纷；不同库龄的存货金额变动具有合理性，与公司实际经营情况相符；

5、由于同行业上市公司新国都、天喻信息自身经营业务的影响，导致其存货跌价准备计提比例较高，发行人存货跌价准备计提比例与新大陆相比不存在差异；报告期内，发行人存货跌价准备计提合理、充分，且存货期后结转情况良好。

## 9. 关于其他财务事项

申报材料显示：

(1) 报告期各期，管理费用——股份支付金额分别为 1,238.43 万元、147.39 万元和 682.74 万元。发行人 2018 年以来历次股份支付金额均一次性计入当期费用。发行人认为历次股份支付事项均不涉及服务期、等待期的相关约定，也不属于隐含服务期情形。

(2) 报告期各期末，公司债权投资金额分别为 6,724.40 万元、28,057.98 万元和 24,332.82 万元，均为三年期的大额存单。

(3) 报告期各期，发行人主要产品产量（自产和外协）分别为 1,136.00 万台、855.80 万台和 833.65 万台。报告期内，发行人自有产能主要为东莞工厂承担，每年为 120.00 万台。发行人固定资产金额较小，固定资产成新率较低。

(4) 报告期内，发行人向华威高科和叶淑春采购市场拓展服务，发行人与华威高科约定的服务费率低于叶淑春，华威高科为基于实质重于形式原则认定的关联方。

请发行人：

(1) 说明历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数，历次股份支付事项既不涉及服务期、等待期也不隐含服务期的依据是否充分；模拟测算如按照合理期限分摊股份支付金额对报告期各期利润的影响。

(2) 列示大额存单对应的银行名称及金额，结合相关信用风险分析债权投资是否存在减值风险。

(3) 列示各期产品自产和外协的具体数量、销售收入，相关数据与自产成本和外协成本的匹配性，外协成本的完整性；结合发行人固定资产较小、成新率较低、外协产品较多的情况，进一步分析发行人对外协厂商的依赖性，核心竞争力的具体体现。

(4) 结合市场拓展服务费占相应产品单价的比例，进一步说明向华威高科采购市场拓展服务价格的公允性，是否存在代垫费用或体外支付费用的情形；叶淑春在境外市场拓展方面从事的主要工作及所起的作用，对其支付较高服务费的原因及合理性，相关服务费占相应产品单价的比例，是否存在商业贿赂情

形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数，历次股份支付事项既不涉及服务期、等待期也不隐含服务期的依据是否充分；模拟测算如按照合理期限分摊股份支付金额对报告期各期利润的影响。

(一) 说明历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数

发行人历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数如下表所示：

年度	股份支付事项	时间	股份支付费用 (万元)	公允价值 (元/股)	P/E 倍数 <sup>注1</sup>
<b>报告期以前发生的股份支付</b>					
2018年度	公司第十二次股权转让：曾勇光将 271 万股份转让给方倩倩、蔡伟旭等	2018.11	135.50	2.00	3.74
	公司第十三次股权转让：南海成长将 750 万股份转让给融家投资、杨博等	2018.12	375.00	2.00	3.74
	公司第十四次股权转让：李永红、王志妮等将 585.33 万股份转让给吴明霞	2018.12	292.67	2.00	3.74
	公司第十五次股权转让：王惠将 22.50 万股份转让给蔡伟旭、方倩倩	2018.12	7.50	2.00	3.74
2019年度	融家投资第九次股权转让：方倩倩将 11.25 万元出资份额转让给胡涛	2019.1	24.75	4.80	5.07 <sup>注2</sup>
	公司第十八次股权转让：丁芙蓉将 189 万股份转让给杨晓东	2019.4	576.45	4.80	
	靖东投资第九次股权转让：朱靖将 109.69 万元出资份额转让给赵国栋	2019.6	35.00	4.80	
	靖东投资第十次股权转让：赵国栋将 97.50 万元出资份额转让给李伊净；公司将 189.64 万元出资份额转让给方倩倩、蔡伟旭等	2019.6	280.00	4.80	
			533.94	4.80	
	公司第十九次股权转让：张硕文将 36 万股份转让给赵国栋	2019.7	27.00	4.80	
	靖东投资第十一次股权转让：赵国栋、王超将 165.75 万元出资份额转让给熊海、邢旭等	2019.7	498.10	4.80	
靖东投资第十二次股权转让：田刚将 4.39 万元出资份额转让给张作华	2019.7	12.60	4.80		
<b>报告期内发生的股份支付</b>					
2020年度	融家投资第十次股权转让：徐彬、白士华将 22.50 万元出资份额转让给杨乐乐、王青虹等	2020.4	139.20	14.08	14.86
	靖东投资第十三次股权转让：白士华、蔡伟旭将 25.35 万元出资份额转让给熊建、胡涛等	2020.5	241.28	14.08	14.86
	公司第二十次股权转让：陈如岷将 90 万股份转让给东倩科技	2020.5	749.38	14.08	14.86
	靖东投资第十四次股权转让：韦云、方倩倩等将 12.72 万元出资份额转让给杨更红、熊海等	2020.6	108.58	14.08	14.86

年度	股份支付事项	时间	股份支付费用（万元）	公允价值（元/股）	P/E 倍数 <sup>注1</sup>
2021年度	东倩科技第一次股权转让：屈孝龙将 10.44 万元出资份额转让给方倩倩	2021.4	17.93	15.85	12.05
	靖东投资第十六次股权转让：赵国栋、李飞将 10.97 万元出资份额转让给林自珍、南小文等	2021.7	112.05	15.85	12.05
	东倩科技第二次股权转让：曾吉斌将 10.44 万元出资份额转让给方倩倩	2021.9	17.41	15.85	12.05
2022年度	公司第二十二次股权转让：陈凯云将 15 万股份以 93 万元转让给杨晓东	2022.4	144.75	15.85	15.87
	公司第二十三次股权转让：李正银将 9 万股份以 55.80 万元转让给蔡伟旭	2022.5	86.85	15.85	15.87
	靖东投资第十七次股权转让：赵国栋、游小龙等将 24.13 万元出资份额转让给林自珍、向芬等	2022.5	238.84	15.85	15.87
	靖东投资第十八次股权转让：付鸿兵将 21.45 万元出资份额转让给蔡伟旭、林华新等	2022.6	212.3	15.85	15.87

注 1：P/E 倍数=每股公允价值/事项发生前一年度扣除非经常性损益归属于母公司所有者的每股收益；

注 2：由于发行人 2018 年度净利润为负，在计算 2019 年股份支付 P/E 倍数时，分母采用 2019 年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的每股收益。

发行人在历次股份支付授予日确认每股公允价值的时候，综合考虑所处行业发展前景、未来盈利性等因素，参考股份支付授予日前后新增外部投资者的入股价格作为股份公允价值确定依据。发行人按照股份支付授予日股份公允价值与员工实际受让价格的差额确认股份支付费用。

如上表所示，发行人历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数在 2018 与 2019 年相对较低，主要系发行人 2018 年出现亏损，整体估值处于相对较低水平，且 2018 年上半年发行人创业板上市被否后，部分财务投资人出于自身原因选择退出，发行人结合 2018 年 8 月末每股净资产 2.043 元/股，以及 2018 年 10 月原股东捷鑫网络退出发行人持股的价格 2.00 元/股，并综合考虑入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化等情况，综合评估确认公允价值 2 元/股，定价公允；2019 年度发行人扭亏为盈，经营状况逐渐向好，2020 年 2 月，外部投资者杉创投资看好发行人发展前景，与发行人协商确定增资价格 4.80 元/股，外部投资人增资价格系综合考虑公司所处行业发展前景、未来盈利性等因素确定，故 2019 年度发行人每股公允价值采用外部投资人增资价格 4.80 元/股，定价公允。2020 至 2022 年度，发行人每股公允价值对应的 P/E 倍数相比以前年度有所提高，稳定在 12 至 16 倍之间，与发行人发展状况稳定向好、成长性及预计未来盈利能力增强有关，公司整体估值与 2018 及 2019 年相比增幅较大。

综上所述，结合发行人实施股份支付当年的经营发展状况、实施前后外部投资者入股价格，发行人历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数较为合理，与历年来自身经营发展状况相符。

## （二）历次股份支付事项既不涉及服务期、等待期也不隐含服务期的依据是否充分

### 1、《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定

在上述发行人员工获得权益工具时，发行人均未制定相应的股权激励方案，在股份转让相关的决议文件、入股协议、持股平台合伙协议、员工劳动合同等相关文件中均未明确约定员工服务期、限售期、业绩条件等，亦不存在员工离职所涉的发行人回购权及回购价格等有关等待期的相关约定；根据发行人持股平台的合伙协议，自获取份额之日起，合伙人便能够根据合伙协议的约定转让其持有的份额，出资份额的转让价格不受限制；员工自直接或间接取得发行人股权起，即享有对应股权的分红权和收益权，且不因离职而丧失该权利。此外，截至本问询回复出具之日，公司现有股东均出具《关于股份锁定及减持的承诺》，该承诺所涉上市限售期安排系根据上市相关规定做出，与员工股东在公司的任职和服务时间无关。

在实际执行过程中，报告期内，发行人的离职员工均根据其自身意愿决定是否转让股权，转让价格系参考公司净资产或外部投资者增资入股价格，由转让双方协商确定，不存在持有期限、转让价格的限制约定；在报告期内发行人实施现金分红时，上述获得权益工具的员工，实际获得了相应的分红收益。

综上，根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”的相关规定，发行人实施股份支付时，不存在服务期或业绩条件约定，不构成隐含的可行权条件。

### 2、《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》相关案例

公司历次涉及股份支付的股权转让及持股平台相关约定与财政部会计司会计准则应用案例《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》具体条款比较情况如下：

项目	股份支付应用案例	发行人情况	对比分析
股权激励形式	甲公司实际控制人设立员工持股平台（有限合伙企业）以实施一项股权激励计划。实际控制人作为该持股平台的普通合伙人将其持有的部分甲公司股份以名义价格转让给持股平台，甲公司员工作为该持股平台的有限合伙人以约定价格（认购价）认购持股平台份额，从而间接持有甲公司股份。	员工以协商价格认购发行人或员工持股平台股权，从而直接或间接持有发行人股份。	与应用案例情形类似，均为员工直接或间接持有发行人股份。
股权激励对象服务期限限制条款	该股权激励计划及合伙协议未对员工的具体服务期限作出专门约定，但明确约定如果自授予日至甲公司成功完成首次公开募股时员工主动离职，员工不得继续持有持股平台份额，实际控制人将以自有资金按照员工认购价回购员工持有的持股平台份额，回购股份是否再次授予其他员工由实际控制人自行决定。 （该约定表明，甲公司员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限条件，而甲公司成功完成首次公开募股属于可行权条件中业绩条件的非市场条件。）	针对股权激励对象，发行人或持股平台未设定具体或隐含的服务期限要求，未对员工离职后的股份安排作出明确约定。 实践中，存在员工离职后并未转让或立即转让的情况；离职员工在转让股份前，享有正常的分红权收益。	与应用案例存在差异。
离职员工股份回购价格	回购股份价格为员工认购价	发行人或持股平台均未对员工离职后股份转让价格施加实质限制，转让价格系交易各方协商确定。	与应用案例存在差异。

发行人的股权激励与应用案例在离职员工是否从激励计划中获益上存在明显差异，应用案例中离职员工的股权回购价格为认购价格，离职员工未从股权激励计划中获益，而发行人离职员工从股权激励计划中可通过享有分红权利与获得分红的形式获益。此外，发行人及员工持股平台均未对员工股份锁定期和行权条件进行限制，员工能够自主决定转让其持有的股权，且转让价格不受限制。因此，发行人历次股份支付情形中，不存在服务期限或业绩条件等可行权条件。

综上所述，发行人历次股份支付事项既不涉及服务期、等待期，也不属于隐含服务期，相关依据充分。

### （三）模拟测算如按照合理期限分摊股份支付金额对报告期各期利润的影响

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》问题5-1的相关规定，设定等待期的股份支付，股份支付费用应采用恰当方法在等待期内分摊，并计入经常性损益。

#### 1、假设以上市后三十六个月作为等待期

假设公司于 2023 年 12 月完成股份发行并上市，并以授予日至上市之日后三十六个月作为等待期，分期确认上述股权激励相关股份支付费用，上述股份支付事项对报告期各期财务数据影响情况如下：

单位：万元

项 目	模拟测算 摊销期限	股份支付 金额合计	2020 年	2021 年	2022 年
2018 年股权激励	历次授予 日至 2026 年 12 月	810.67	101.16	101.16	101.16
2019 年股权激励		1,987.84	264.01	264.01	264.01
2020 年股权激励		1,238.43	110.05	188.06	188.06
2021 年股权激励		147.39	-	11.56	27.17
2022 年股权激励		682.74	-	-	85.72
<b>报告期各期股份支付费用（模拟测算）</b>			<b>475.22</b>	<b>564.79</b>	<b>666.12</b>
报告期各期申报财务报表股份支付费用			1,238.43	147.39	682.74
<b>报告期各期净利润（模拟测算）</b>			<b>12,554.76</b>	<b>8,969.91</b>	<b>12,212.04</b>
报告期各期申报财务报表净利润			11,791.55	9,387.31	12,195.41
<b>净利润差异率</b>			<b>6.47%</b>	<b>-4.45%</b>	<b>0.14%</b>
<b>报告期各期扣非后净利润（模拟测算）</b>			<b>10,022.37</b>	<b>7,878.39</b>	<b>11,248.49</b>
报告期各期申报财务报表扣非后净利润			10,497.59	8,443.18	11,914.61
<b>扣非后净利润差异率</b>			<b>-4.53%</b>	<b>-6.69%</b>	<b>-5.59%</b>

注：净利润差异率=(模拟测算的净利润-申报财务报表净利润)/申报财务报表净利润，下同。

## 2、假设以授予日后三年作为等待期

假设公司以股权激励授予日后三年作为等待期，分期确认上述股权激励相关股份支付费用，上述股份支付事项对报告期各期财务数据影响情况如下：

单位：万元

项目	测算摊销 期限	股份支付 金额合计	2020 年	2021 年	2022 年
2018 年股权激励	历次授予 日至授予 日后 36 个 月	810.67	270.22	266.46	-
2019 年股权激励		1,987.84	662.61	662.61	310.78
2020 年股权激励		1,238.43	241.66	412.81	412.81
2021 年股权激励		147.39	-	21.00	49.13
2022 年股权激励		682.74	-	-	130.88
<b>报告期各期股份支付费用（模拟测算）</b>			<b>1,174.50</b>	<b>1,362.88</b>	<b>903.60</b>
报告期各期申报财务报表股份支付费用			1,238.43	147.39	682.74
<b>报告期各期净利润（模拟测算）</b>			<b>11,855.48</b>	<b>8,171.81</b>	<b>11,974.55</b>

项目	测算摊销期限	股份支付金额合计	2020年	2021年	2022年
报告期各期申报财务报表净利润			11,791.55	9,387.31	12,195.41
净利润差异率			0.54%	-12.95%	-1.81%
报告期各期扣非后净利润（模拟测算）			9,323.10	7,080.29	11,011.01
报告期各期申报财务报表扣非后净利润			10,497.59	8,443.18	11,914.61
扣非后净利润差异率			-11.19%	-16.14%	-7.58%

### 3、假设以授予日后五年作为等待期

假设公司以股权激励授予日后五年作为等待期，分期确认上述股权激励相关股份支付费用，上述股份支付事项对报告期各期财务数据影响情况如下：

单位：万元

项目	测算摊销期限	股份支付合计金额	2020年	2021年	2022年
2018年股权激励	历次授予日至授予日后60个月	810.67	162.13	162.13	162.13
2019年股权激励		1,987.84	397.57	397.57	397.57
2020年股权激励		1,238.43	145.00	247.69	247.69
2021年股权激励		147.39	-	12.60	29.48
2022年股权激励		682.74	-	-	78.53
报告期各期股份支付费用（模拟测算）			704.70	819.99	915.40
报告期各期申报财务报表股份支付费用			1,238.43	147.39	682.74
报告期各期净利润（模拟测算）			12,325.28	8,714.71	11,962.76
报告期各期申报财务报表净利润			11,791.55	9,387.31	12,195.41
净利润差异率			4.53%	-7.16%	-1.91%
报告期各期扣非后净利润（模拟测算）			9,792.89	7,623.19	10,999.21
报告期各期申报财务报表扣非后净利润			10,497.59	8,443.18	11,914.61
扣非后净利润差异率			-6.71%	-9.71%	-7.68%

如上表所示，按照“上市后三十六个月”、“授予日后三年”或“授予日后五年”包含不同等待期的三种假设情形进行合理分摊后，对发行人报告期净利润未造成重大不利影响，亦不会对本次发行上市条件造成影响。

二、列示大额存单对应的银行名称及金额，结合相关信用风险分析债权投资是否存在减值风险。

报告期各期末，发行人持有的大额存单对应的银行名称及金额如下：

单位：万元

银行名称	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
<b>债权投资</b>	31,505.32	28,057.98	6,724.40
<b>大额存单</b>			
其中：北京银行股份有限公司深圳宝安支行	11,789.20	11,418.02	6,724.40
中国光大银行股份有限公司深圳龙岗南湾支行	9,519.02	9,222.02	-
杭州银行股份有限公司深圳深圳湾支行	8,664.08	7,417.96	-
中国银行股份有限公司深圳科技园支行	1,533.04	-	-
<b>大额存单小计</b>	<b>31,505.32</b>	<b>28,057.98</b>	<b>6,724.40</b>
<b>减：</b> 将于一年内到期的债权投资	7,172.50	-	-
<b>减值准备</b>	-	-	-
<b>合计</b>	<b>24,332.82</b>	<b>28,057.98</b>	<b>6,724.40</b>

上述银行资信状况如下：

单位：万元

银行名称	机构类型	信用评级	成立日期	注册资本
北京银行股份有限公司	城市商业银行/ 上市银行	BBB	1996-01-29	2,114,298.43
中国光大银行股份有限公司	股份制商业银行 /上市银行	BB	1992-06-18	4,667,909.50
杭州银行股份有限公司	城市商业银行/ 上市银行	BB	1996-09-25	593,020.04
中国银行股份有限公司	国有大型商业银 行/上市银行	A	1983-10-31	29,438,779.12

注：机构类型来源于《中国银行保险监督管理委员会银行业金融机构法人名单》；信用评级来源于《2022年度中国内地上市银行 Wind ESG 评级榜单》。

由上表可知，发行人购买的大额存单主要是由国有大型商业银行、股份制商业银行、城商行等上市银行发行的大额存单，相关银行成立时间早、资信状况良好、信用评级较高、违约风险低，具有较强的履行支付合同现金流义务的能力，对应发行的大额存单具有较低的信用风险。根据中国人民银行制定的《大额存单管理暂行办法》“第二条本办法所称大额存单是指由银行业存款类金融机构面向非金融机构投资人发行的、以人民币计价的记账式大额存款凭证，是银行存款类金融产品，属一般性存款。”可知，发行人所持有的大额存单具有保本保息、一般性存款的性质，本金损失风险较小。

综上，报告期各期末，发行人持有的各项大额存单具有较低的信用风险，出现减值的可能性较小。

三、列示各期产品自产和外协的具体数量、销售收入，相关数据与自产成本和外协成本的匹配性，外协成本的完整性；结合发行人固定资产较小、成新率较低、外协产品较多的情况，进一步分析发行人对外协厂商的依赖性，核心竞争力的具体体现。

(一) 列示各期产品自产和外协的具体数量、销售收入，相关数据与自产成本和外协成本的匹配性，外协成本的完整性；

1、列示各期产品自产和外协的具体数量、销售收入

报告期各期自产和外协明细数据如下：

单位：万台、万元、元/台

项目	2022 年度					
	自产			外协		
	数量	收入	单价	数量	收入	单价
NEW6200	5.20	397.01	76.35	135.67	10,483.97	77.28
NEW6220	38.65	3,213.45	83.14	462.46	38,584.31	83.43
NEW7210	9.62	4,902.05	509.57	-	-	-
NEW7220	18.67	4,744.21	254.09	153.78	20,590.18	133.89
NEW8210	2.69	1,828.88	679.88	-	-	-
NEW9210	6.46	3,931.61	608.61	-	-	-
NEW9220	25.55	18,297.60	716.15	-	-	-
其他	-	14,760.68	-	1.97	97.38	49.43
<b>总计</b>	<b>106.84</b>	<b>52,075.49</b>	<b>-</b>	<b>753.89</b>	<b>69,755.84</b>	<b>92.53</b>
项目	2021 年度					
	自产			外协		
	数量	收入	单价	数量	收入	单价
NEW6200	3.65	298.88	81.88	3.00	247.80	82.60
NEW6220	32.71	2,770.40	84.70	574.59	48,636.03	84.64
NEW7210	26.03	11,686.35	448.96	-	-	-
NEW7220	12.09	1,593.63	131.81	150.53	20,324.70	135.02
NEW8210	4.58	3,355.13	732.56	-	-	-
NEW9210	8.36	4,952.95	592.46	-	-	-
NEW9220	21.70	15,537.73	716.02	-	-	-
其他	-	5,178.72	-	-	-	-

总计	109.12	45,373.79	-	728.12	69,208.53	95.05
项目	2020年度					
	自产			外协		
	数量	收入	单价	数量	收入	单价
NEW6200	-	-	-	-	-	-
NEW6220	91.11	7,486.75	82.18	780.26	60,403.01	77.41
NEW7210	12.14	5,864.18	483.05	-	-	-
NEW7220	32.83	4,701.28	143.18	187.97	24,546.54	130.59
NEW8210	7.97	6,241.64	783.14	-	-	-
NEW9210	4.80	3,383.49	704.89	-	-	-
NEW9220	5.98	4,899.05	819.24	-	-	-
其他	-	4,863.93	-	-	-	-
总计	154.83	37,440.32	-	968.23	84,949.55	87.74

注：自产的其他中包含了大量原材料、半成品，数量口径与成品不一致，因此其数量与单价以“-”表示，同时，总计的数量中未包含原材料、半成品的数量

由上表可知，从自产及外协的销售收入来看，自产产品的销售比重逐步上升，由30.59%上涨至42.74%，发行人对外协厂商的依赖度呈下降趋势。从自产及外协产品的销售单价来看，2022年，NEW7220的自产及外协产品售价差异较大，主要系自产NEW7220产品以外销的NEW7220I为主，其产品结构与外协厂商加工的内销版本存在差异所致。除上述情况外，由于发行人在对外销售时并不对产品来源作特定区分，因此自产及外协产品的销售单价不存在重大差异。

## 2、相关数据与自产成本和外协成本的匹配性，外协成本的完整性；

### (1) 相关数据与自产成本和外协成本的匹配性

报告期内，外协产品及其所对应的自产产品的营业成本、销量、单位成本如下：

单位：万元、元/台、万台

产品型号	生产方式	2022年			2021年			2020年		
		营业成本	单位成本	销售数量	营业成本	单位成本	销售数量	营业成本	单位成本	销售数量
NEW7220	外协	16,980.30	110.42	153.78	16,896.92	112.25	150.53	20,809.55	110.71	187.97
	自产 <sup>注</sup>	1,142.16	115.61	9.88	1,402.41	116.02	12.09	3,865.27	117.72	32.83
NEW6220	外协	33,541.29	72.53	462.46	42,457.04	73.89	574.59	50,814.68	65.13	780.26
	自产	2,994.87	77.49	38.65	2,514.62	76.88	32.71	6,453.95	70.84	91.11

产品型号	生产方式	2022年			2021年			2020年		
		营业成本	单位成本	销售数量	营业成本	单位成本	销售数量	营业成本	单位成本	销售数量
NEW6200	外协	8,754.64	64.53	135.67	212.93	70.97	3.00	-	-	-
	自产	349.78	67.31	5.20	270.60	74.14	3.65	-	-	-

注：由于外协生产不包括 NEW7220I 等境外销售的产品，考虑数据的可比性，NEW7220 的自产成本、数量及单位成本均不包含 NEW7220I 等境外销售的产品。

从销量来看，报告期内上述三类产品均以外协生产为主，除 2021 年 NEW6200 作为当年推出的新产品，出货量较低使得外协生产较少之外，其余产品的外协生产量均远大于自主生产量，主要是由于外协生产具备规模效应，使得外协单位成本低于自产单位成本。因此，在上述三类产品大规模出货后，公司优选采用外协生产方式进行生产，报告期内，上述三类产品的销量分别为 1,092.17 万台、776.57 万台和 805.64 万台，其中的外协生产占比分别为 88.65%、93.76% 和 93.33%。

从单位成本来看，各年度自产单位成本均略高于外协单位成本，主要系外协生产的规模效应使得其拥有更低的单位人工及制造费用，因此其单位成本较自产更低。

## （2）外协成本的完整性

报告期内，公司主营业务成本中外协加工费用分别为 8,033.02 万元、5,516.43 万元和 5,272.38 万元，外协主要产品为 NEW6200、NEW6220 和 NEW7220。外协厂商提供的加工服务主要为 SMT 贴片、组装及包装和其他，各环节计价方式如下：SMT 贴片加工环节根据 PCB 板贴片的点数计价，组装及包装、其他环节根据耗用的工时计价。根据计价方式、计价单位价格及外协销售数量测算外协成本如下：

项目	2022 年度								
	NEW6200			NEW6220			NEW7220		
	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他
单位计价①	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒
单位耗时②	194.00 点	460.00 秒	40.00 秒	255.00 点	420.00 秒	80.00 秒	340.00 点	755.00 秒	85.00 秒
单位加工价格（元）③=①* ②	1.75	4.46	0.39	2.30	4.07	0.78	3.06	7.32	0.82
销售数量（万台）④	91.04	135.67	135.67	260.96	462.46	462.46	91.27	153.78	153.78
测算外协加工费（万元） ⑤=③*④	158.96	605.36	52.64	598.90	1,884.06	358.87	279.29	1,126.21	126.79
测算加工费合计（万元）⑥									5,191.08
销售成本中的委外加工费（万 元）⑦									5,272.38
差异率⑧=(⑥-⑦)/⑦									-1.54%

项目	2021 年度								
	NEW6200			NEW6220			NEW7220		
	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他
单位计价①	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒
单位耗时②	194.00 点	460.00 秒	40.00 秒	255.00 点	420.00 秒	80.00 秒	340.00 点	755.00 秒	85.00 秒

项目	2021 年度								
	NEW6200			NEW6220			NEW7220		
	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他
单位加工价格（元）③=①*②	1.75	4.46	0.39	2.30	4.07	0.78	3.06	7.32	0.82
销售数量（万台）④	2.98	3	3	452.76	574.59	574.59	146.59	150.53	150.53
测算外协加工费（万元）⑤=③*④	5.20	13.39	1.16	1,039.08	2,340.88	445.88	448.57	1,102.41	124.11
测算加工费合计（万元）⑥									5,520.68
销售成本中的委外加工费（万元）⑦									5,516.43
差异率⑧=(⑥-⑦)/⑦									0.08%

项目	2020 年度					
	NEW6220			NEW7220		
	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他
单位计价①	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒	0.0090 元/点	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒
单位耗时②	255.00 点	420.00 秒	80.00 秒	340.00 点	755.00 秒	85.00 秒
单位加工价格（元）③=①*②	2.30	4.07	0.78	3.06	7.32	0.82
销售数量（万台）④	780.26	780.26	780.26	185.14	187.97	187.97
测算外协加工费（万元）⑤=③*④	1,790.70	3,178.78	605.48	566.53	1,376.60	154.98

项目	2020 年度					
	NEW6220			NEW7220		
	SMT 贴片	组装及包装	其他	SMT 贴片	组装及包装	其他
测算加工费合计（万元）⑥						7,673.07
销售成本中的委外加工费（万元）⑦						8,033.02
差异率⑧=(⑥-⑦)/⑦						-4.48%

注：由于发行人自有 SMT 贴片设备优先满足自产产品的生产需要，并在产能富余时对拟外协产品进行贴片后予以外协组装，因此贴片环节的外协数量存在略低于其他环节的情况。

由上表可知，报告期内，经测算的加工费与发行人实际委外加工费的差异率分别为-4.48%、0.08%和-1.54%，主要系外协实际参与了少量其他型号 POS 终端的产生所致。此外，不同订单的报价、耗时略有波动亦会影响实际价格，但整体差异率较小，具体分析如下：

从生产环节来看，外协厂商报价已包含 SMT 贴片、组装等全部外协全流程环节，外协成本构成具备完备性。

从单位计价来看，报告期内，发行人外协生产各环节报价基本保持稳定，根据中介机构获取的深圳易方对发行人及第三方某充电桩产品的报价进行对比，具体如下：

深圳易方	对发行人 POS 终端产品	对第三方某充电桩产品
贴片环节报价	0.009 元/点	0.011 元/点
组装包装环节报价	0.0097 元/秒	0.0097 元/秒

由上表可见，除因产品不同导致的生产工艺差异，使得深圳易方对发行人及第三方客户所提供的贴片环节的报价略有不同外，发行人外协采购价格与外协企业向第三方提供服务的价格不存在较大差异，发行人外协定价具备公允性。

从单位耗时看，相较于 NEW6220 及 NEW6200，NEW7220 因配置打印机，使得其需匹配更多的元器件，电路焊点更多，使得贴片点数和组装时间高于 NEW6220 及 NEW6200，而 NEW6220 与 NEW6200 的生产工艺差异较小，因此整体耗时相近。外协厂商核定的单位耗时具备合理性。

综上，发行人外协成本具备完整性。

(二) 结合发行人固定资产较小、成新率较低、外协产品较多的情况，进一步分析发行人对外协厂商的依赖性，核心竞争力的具体体现。

#### 1、发行人对外协厂商不存在重大依赖

公司的生产工序主要包括 SMT 贴片、软件录入和组装。其中，软件录入及组装以人工为主，仅贴片工序需通过 SMT 贴片机进行，且发行人 SMT 贴片机的购入时间主要集中于 2012 至 2014 年，因此发行人固定资产规模较小且成新率较低。一方面，得益于设备的日常维护，使得机器的损耗程度不高，仍正常参与公司日常生产经营使用，未出现故障率提高等设备陈旧老化迹象，且可满足发行人自产需求。因此，发行人的固定资产较小、成新率较低并未加深发行人在贴片环节对外协厂商的依赖程度；另一方面，发行人计划通过“惠州 POS 终端扩产项目”再引进一批高质量的生产设备，在项目整体建成并达产后，将为公司新增 100 万台智能 POS 产能，进一步降低对外协厂商的依赖。

此外，虽然外协产品较多，但其外协加工工序均较为简单，发行人周边具备较为成熟且完善的电子加工产业集群，使得该等工序市场供给较为充分，不存在市场垄断，公司在外协供应商的选取上存在较大选择空间。报告期内，发行人委外加工费占主营业务成本的比例分别为 8.16%、6.00%和 5.56%，外协加工费用相对于公司整体采购规模较小且呈不断下降趋势。

综上，发行人对外协厂商不存在重大依赖。

#### 2、发行人核心竞争力的具体体现

发行人的核心竞争力主要体现在客户需求把控、核心技术研发、关键节点掌控、产品资质认证以及对原材料和客户资源的控制，具体如下：

##### (1) 客户需求把控

发行人具备准确的客户需求把控能力。通过定期或不定期的与客户保持沟通，一线销售人员将终端商户等对产品的期望需求、使用反馈等信息汇总至市场部门，市场部门结合市场竞品情况、特定市场的需求情况等，决定并组织软硬件工程师完成新产品的开发设计。发行人对客户需求的把控，是在多年深耕行业的基础上对行业发展趋势的研判，与外协加工厂商关联度较小。

以发行人主要的产品 NEW7220、NEW6220 为例，2018 年，彼时的中小第三方

支付机构因价格低廉而普遍推广 MPOS，但 MPOS 产品必须借助手机蓝牙并在手机上安装 APP 方能展开收单服务，且存在手机兼容性问题，在未来多元化的收单场景中应用受限。敏锐捕捉到无线 POS 的潜在需求，发行人开始着手 NEW7220 的研发，相比于 MPOS，NEW7220 支持无线通信功能，解决了 MPOS 需依靠蓝牙实现通信功能的技术痛点，且 NEW7220 支持银行卡、扫码、手机 PAY 等主流支付方式，与 MPOS 的基本收单功能相比，应用场景更为丰富。2019 年 4 月推出后，其以出色的性价比迅速获得了拉卡拉等支付机构的认可，并在终端商户中快速推广。同年 10 月，考虑到部分中小微商户主要面对小额收付需求，客户对纸质小票的需求度较低，发行人进一步在 NEW7220 的基础上去除了打印机模组，开发出电签 POS NEW6220，通过在 POS 终端上进行电子签名并上传至收单机构数据系统以保存消费者的消费记录，在满足持卡人利益和商户资金结算的同时也使得交易流程更加便捷高效。

## （2）核心技术研发

经过多年的研发投入和技术开发，发行人已经掌握了 AP+SP 双架构技术、全方位银行卡收单服务内核技术、摄像头扫码与预览技术、核心区安全保护技术等多项技术，并拥有 54 项已授权专利，构筑了以硬件开发设计、软件开发以及在此基础上的产品资质认证为核心的技术优势。发行人产品的生产核心环节在于上述技术路线的创新和应用，持续的技术创新能力与针对商业需求的技术产业化能力是公司保持核心竞争力的关键，该过程不依赖委外加工厂商的生产技术。

以 AP（应用处理器）+SP（安全处理器）双芯片架构技术为例，由于单架构方案（即 SP+Modem（通讯模块）方案）的软件开发难度小、开发周期短、上市速度快、且只需改造原有的 MPOS，因此行业内普遍采用单架构方案，但该方案中几乎所有交易应用程序和安全处理程序均在 SP 上运行，而 Modem 仅负责通信功能，因此单架构对安全处理器的算力要求较高。而双架构设计，即通过在 Modem 的基础上开发 AP（Application Processor 应用处理器），使其具备通信功能的同时可以将交易应用程序运行在 AP 上，而在 SP 上仅保留与安全处理相关的程序运行。从单架构设计到双架构设计的创新，使得发行人 POS 终端的整体数据运算处理性能领先于同类竞品的同时对 SP 芯片的算力要求大大降低，且由于双架构

设计可借用通讯模块中的自带内存进行数据存储，而无需单独配置，进一步提高了成本优化的空间。双架构技术的规模化应用亦是 NEW7220、NEW6220 等发行人主流产品热销的关键因素之一。

### （3）关键节点掌控

发行人建立了完善的生产关键节点控制体系，具体到外协生产上，发行人对合作的外协厂商均都进驻了物控，工程，品质和物流的专业人员，实施对外协生产流程中的全流程把控。在外协厂商接收发行人订单时，发行人仅向外协厂商提供工艺流程图、作业指导书、物料清单、电路板位号图等贴片、组装环节的必备生产资料，相关核心技术资料，如机器软件源代码、设计原图等均不会对外提供；在 POS 终端的生产过程中，外协厂商需使用发行人提供的权限 IC 卡片及使用设备，将 POS 终端和发行人控制的服务器链接，根据发行人驻厂工程师设定的路径进行软件下载和 S/N 码录入等工作，S/N 码作为唯一且不可篡改的硬件序列号，若无 S/N 码录入，POS 终端无法启动运行。在外协厂商完成生产后，将产成品交由发行人驻厂品控人员验收，验收合格后交由发行人驻厂物流人员，物流人员根据总部发货指令进行发货，外协厂商亦无法接触客户资料。因此，一旦离开发行人提供的生产环境和软件支持，外协厂商将无法进行 POS 终端的独立生产。

### （4）产品资质认证

从软硬件的设计开发阶段，发行人结合产品特性、客户需求等按照认证要求对各组件功能与性能、安全合规性等方面进行的专业调试与验证，到实验室检测阶段，针对验证提出的问题进行分析、修复。不论是针对金融机具设定的 EMV、PCI 等安全认证要求，还是针对不同区域客户提供定制化认证服务，均由全部由发行人独立完成，不涉及委外加工环节。

### （5）对关键原材料供应端的控制

委外加工模式下，由发行人提供产品生产所需要的主要原材料，主要原材料的询价过程、供应商的选取、采购价格的制定、合同的签订以及原材料的采购入库等关键环节由发行人进行控制，上述过程均不依赖于委外加工厂商的供应和采购体系。

以发行人与行业内的核心芯片供应商紫光展锐开展合作为例，2020 年，发

行人与展讯通信签署软件开源协议，展讯通信授权发行人在其母公司紫光展锐的芯片源代码基础上进行进一步开发，开源协议的签署使得发行人产品适配性进一步增强，也代表着发行人与核心供应商的合作进一步加深，在 2021 年芯片紧缺的大背景下，搭载紫光展锐芯片的通讯模块的供应能得到较好的保障。

#### (6) 对客户资源的控制

产品销售涉及的客户关系的建立和维护工作、产品的销售和发出等控制环节均由发行人完成，发行人产品的销售不依赖于委外加工厂商的客户资源和销售体系，截至本问询回复出具之日，发行人与超过 200 家客户建立了长期稳定的合作关系，销售区域广泛分布于亚太、中东-非洲及拉美等 60 多个国家和地区。

四、结合市场拓展服务费占相应产品单价的比例，进一步说明向华威高科采购市场拓展服务价格的公允性，是否存在代垫费用或体外支付费用的情形；叶淑春在境外市场拓展方面从事的主要工作及所起的作用，对其支付较高服务费的原因及合理性，相关服务费占相应产品单价的比例，是否存在商业贿赂情形。

(一) 结合市场拓展服务费占相应产品单价的比例，进一步说明向华威高科采购市场拓展服务价格的公允性，是否存在代垫费用或体外支付费用的情形

1、结合市场拓展服务费占相应产品单价的比例，进一步说明向华威高科采购市场拓展服务价格的公允性

报告期内，发行人向华威高科采购市场拓展服务，其相关服务费、相应产品单价情况如下：

单位：元/台

市场拓展服务提供方	产品型号	推广产品单价 <sup>注</sup>	服务费单价	服务费占产品单价的比例	2020 年度发行人向境内其他客户销售同型号产品的毛利率
华威高科	NEW6220	77.45	0.50	0.65%	15.89%
	NEW7220	142.74	1.00	0.70%	16.83%

注：推广产品单价=推广订单总收入/推广数量，下同。

报告期内，发行人与华威高科按照所拓展客户的订单销售台数来结算拓展服务费，服务费单价经双方协商约定 NEW6220、NEW7220 分别为 0.50 元/台、1 元/台，占相应产品单价的比例分别为 0.65%、0.70%，占比较低主要系华威高科在境内市场拓展业务，而发行人上述类型产品在境内销售的毛利率较低，因此上述

服务费定价合理、公允。

2、是否存在代垫费用或体外支付费用的情形

保荐机构获取了发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内的银行流水，并对发行人现有股东以及华威高科进行访谈，经核查，在采购华威高科服务过程中，发行人未通过第三方代垫服务费或体外支付上述服务费情形，华威高科亦未替发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排情形。

**(二) 叶淑春在境外市场拓展方面从事的主要工作及所起的作用，对其支付较高服务费的原因及合理性，相关服务费占相应产品单价的比例，是否存在商业贿赂情形**

1、叶淑春在境外市场拓展方面从事的主要工作及所起的作用，对其支付较高服务费的原因及合理性，相关服务费占相应产品单价的比例

叶淑春主要从事百货、电子及机械进出口贸易业务，在俄罗斯拥有良好的客户合作关系，叶淑春在境外市场拓展方面所起作用主要体现为其商务价值，具体工作如下：①在授权范围内，发挥自身的市场拓展优势，积极开展工作；②维护与拓展客户的合作关系、负责前期客户跟踪，及时向发行人反馈项目信息；③做好拓展客户与发行人的沟通协调工作，协助发行人收回合作客户货款。

发行人向叶淑春拓展客户销售的 POS 机产品均由发行人直接向该客户发货及报关出口。发行人对叶淑春支付较高服务费的原因：一是其境外合作客户采购的产品型号均为 NEW8210 产品，单位售价及毛利均较高；二是叶淑春对该境外客户交易促成具有不可替代性，因此公司向其支付 5 美元每台的服务费，相关服务费占推广产品单价的比例为 4.44%。发行人在收到境外合作客户销售回款后，按发货数量及机型服务费单价计算出服务费总额，与叶淑春进行结算。

2019 年和 2020 年，发行人向叶淑春采购市场拓展服务，其相关服务费、相应产品单价情况如下：

单位：万元、元/台

年度	产品型号	推广产品收入	推广产品单价	服务费单价 注	服务费占产品单价的比例	发行人向境外其他客户销售同型号产品的毛利率
2019 年	NEW8210	535.43	738.53	35.05	4.75%	42.00%

年度	产品型号	推广产品收入	推广产品单价	服务费单价 <sup>注</sup>	服务费占产品单价的比例	发行人向境外其他客户销售同型号产品的毛利率
2020年	NEW8210	324.54	889.14	35.05	3.94%	46.13%

注：发行人与叶淑春之间的服务费按照 NEW8210 每台 5 美元定价，上表中服务费单价系根据实际以人民币支付的服务费金额除以推广产品数量计算得出；服务费占产品单价的比例系按照合同约定的美元服务费金额/美元收入金额计算。

由上表可见，叶淑春市场服务费单价占产品单价的比例分别为 4.71%、3.87%，2020 年服务费占比下降主要系该拓展客户当期采购的 NEW8210 产品中，采用 3G 通讯模块的采购数量占比从 2019 年的 60.69% 上升至 89.32%，使得其单位成本和单价上涨所致。

总的来看，叶淑春市场服务费占单价比例较小，发行人向其拓展的俄罗斯客户销售产品时，扣除相关服务费后的产品毛利率分别为 44.16%、49.65%，与公司向同类市场其他客户销售的同型号产品毛利率差异较小，因此公司向叶淑春支付较高服务费具有一定的合理性。

## 2、是否存在商业贿赂情形

保荐机构对叶淑春进行访谈，确认与华智融交易服务费不存在商业贿赂情形；此外，保荐机构在中国裁判文书网、中国检察网、市场监督管理总局等公开网站查询发行人和叶淑春相关信息，均不存在商业贿赂相关情形。

综上，发行人向华威高科采购市场拓展服务的价格公允，不存在代垫费用或体外支付费用的情形；叶淑春在境外市场拓展方面主要工作系寻找客户及促成订单，发行人对其支付较高服务费的原因合理，不存在商业贿赂情形。

### 保荐机构履行了如下核查程序：

- 1、获取发行人股份支付相关的协议、支付凭证、三会决议等；
- 2、获取发行人股份支付公允价值相关的入股协议；
- 3、获取发行人员工持股平台合伙协议、员工劳动合同等；
- 4、获取发行人员工股东出具的《关于股份锁定及减持的承诺》；
- 5、获取报告期内发行人员工股东离职后的股权转让协议；
- 6、获取发行人报告期内购买的大额存单凭证，分析大额存单性质及其信用风险
- 7、获取报告期内发行人自产及外协产品的数量、销售收入及成本明细，分

析发行人自产及外协收入成本的匹配性；

8、获取发行人外协生产报价单，分析外协生产报价的公允性，外协工序的完整性，根据报价单估算外协成本并于发行人委外加工费用进行比对，分析发行人外协成本的完整性；

9、获取发行人与华威高科、叶淑春签订的服务费协议，以及华威高科、叶淑春拓展的订单销售明细；

10、对华威高科、叶淑春进行访谈，了解其提供市场拓展服务情况、是否存在代垫费用或体外支付费用、商业贿赂等情形；

11、在中国裁判文书网、中国检察网、市场监督管理总局等公开网站查询发行人和叶淑春相关信息，了解是否存在商业贿赂情形；

12、获取发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员报告期内的银行流水，核查是否存在代垫费用或体外支付费用。

**经核查，保荐机构和申报会计师认为：**

1、发行人历次股份支付每股公允价值对应的 P/E 倍数合理，历次股份支付事项既不涉及服务期、等待期也不隐含服务期的依据充分；按照合理期限模拟测算发行人股份支付费用后，净利润变动不会对本次发行上市条件造成影响；

2、报告期各期末，发行人持有的各项大额存单均为国有大型商业银行、股份制商业银行、城商行等上市银行发行的大额存单，具有较低的信用风险，债权投资出现减值的可能性较小；

3、发行人已就各期产品自产和外协的具体数量、销售收入进行列示，发行人自产及外协收入和成本的具备匹配性，发行人外协成本具备完整性；

4、发行人固定资产较小、成新率较低、外协产品较多等情况不会造成发行人对外协厂商的重大依赖，发行人核心竞争力主要体现为客户需求把控、核心技术研发、关键节点掌控、产品资质认证以及对原材料和客户资源的控制等方面，与外协厂商无关；

5、发行人向华威高科采购市场拓展服务的价格公允，不存在代垫费用或体外支付费用的情形；叶淑春在境外市场拓展方面主要工作系寻找客户及促成订单，发行人对其支付较高服务费的原因合理，不存在商业贿赂情形。

## 10. 关于财务内控

申报材料显示：

(1) 发行人在前次申报 IPO 后，仍然存在财务内控不规范情形，包含个人卡代收代付、体外代付员工薪酬、实际控制人资金拆借等。

(2) 发行人通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬，2019 年至 2022 年发放薪酬金额分别为 2,499.65 万元、1,556.19 万元、176.87 万元和 77.94 万元。

(3) 报告期各期，发行人第三方回款金额分别为 22,770.38 万元、7,661.65 万元和 4,546.07 万元，2020 年第三方回款金额较大，主要系拉卡拉通常采用集团公司或下属公司对外采购、集团公司统一付款的模式。报告期内，发行人对拉卡拉的销售收入分别为 23,728.08 万元、7,256.02 万元和 545.95 万元，第三方回款分别为 18,577.01 万元、261.30 万元和 1,046.33 万元。

请发行人：

(1) 说明前次申报是否存在个人卡代收代付、体外代付员工薪酬、实际控制人资金拆借等财务内控不规范的情形及具体情况，如存在，说明当时承诺的整改措施及执行情况，未进行彻底整改的原因及合理性。

(2) 说明本次 IPO 申报整改措施的充分性及有效性，2022 年仍然存在通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬的原因及合理性。

(3) 说明财务内控不规范行为受到处罚及潜在处罚的风险，税收合规性及税款补缴情况，内部控制制度是否健全且被有效执行。

(4) 说明报告期各期拉卡拉第三方回款金额与营业收入的匹配性；进一步分析拉卡拉销售收入逐年大幅下降的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对发行人财务内控不规范情形是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，并说明核查方法、核查程序、核查比例、取得的核查证据及核查结论。

回复：

一、说明前次申报是否存在个人卡代收代付、体外代付员工薪酬、实际控制

人资金拆借等财务内控不规范的情形及具体情况，如存在，说明当时承诺的整改措施及执行情况，未进行彻底整改的原因及合理性。

(一) 说明前次申报是否存在个人卡代收代付、体外代付员工薪酬、实际控制人资金拆借等财务内控不规范的情形及具体情况

1、个人卡代收代付及体外代付员工薪酬的具体情况

前次申报报告期内（2014年至2017年1-6月），发行人存在个人卡代收代付和体外代付员工薪酬的情形，主要涉及员工王娜个人卡以及实际控制人控制的亲属杨莲香账户，发生原因主要系通过个人卡零星收付款以及取现具备灵活便利性、为员工节省个税考虑、发行人相关人员规范意识薄弱等。前次申报报告期内，前述账户主要用于为发行人代收零星货款、供应商赞助费、支付员工薪酬、运输费用等，单笔金额较小；除此之外的其他往来均为与发行人、实际控制人杨晓东及其亲属之间的往来、银行利息及费用等。

针对前次申报个人卡代收代付和体外代付员工薪酬情形，发行人按照款项性质进行划分的具体情况如下：

(1) 员工王娜个人卡

单位：万元

项 目	2015 年度		2016 年度		2017 年度	
	金额 <sup>注1</sup>	占比 <sup>注2</sup>	金额 <sup>注1</sup>	占比 <sup>注2</sup>	金额 <sup>注1</sup>	占比 <sup>注2</sup>
<b>1、为发行人代收代付款项净额</b>	<b>7.55</b>	<b>0.17%</b>	<b>22.90</b>	<b>0.35%</b>	<b>51.31</b>	<b>1.04%</b>
①代收款项	7.55	0.02%	22.90	0.04%	93.60	0.19%
其中：零星货款	7.55	0.02%	18.86	0.04%	93.47	0.19%
年会赞助款	-	-	4.04	0.01%	0.13	0.00%
②代付款项	-	-	-	-	-42.29	-0.14%
其中：员工薪酬	-	-	-	-	-37.38	-0.12%
物流支出	-	-	-	-	-4.91	-0.02%
<b>2、与发行人往来款</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100.47</b>	<b>-</b>
<b>3、与杨晓东及其亲属往来款</b>	<b>-7.55</b>	<b>-</b>	<b>-13.01</b>	<b>-</b>	<b>-71.39</b>	<b>-</b>

注 1：金额均以净额列示，正数代表流入，负数代表流出；

注 2：代收款项的占比=代收款项金额/当期营业收入，代付款项的占比=代付款项金额/当期营业成本；代收代付净额占比=代收代付净额/当期利润总额；

注 3：员工王娜个人账户开立时间为 2015 年 1 月 9 日，注销时间为 2020 年 12 月 11 日。

(2) 实际控制人亲属杨莲香账户

单位：万元

项 目	2016 年度		2017 年度	
	金额 <sup>注1</sup>	占比 <sup>注2</sup>	金额 <sup>注1</sup>	占比 <sup>注2</sup>
1、为发行人代收代付款项净额	17.57	0.27%	-127.62	-2.59%
①代收款项	75.00	0.14%	629.63	1.30%
其中：零星货款	75.00	0.14%	629.63	1.30%
②代付款项	-57.43	-0.17%	-757.25	-2.50%
其中：员工薪酬	-57.43	-0.17%	-750.22	-2.48%
物流支出	-	-	-7.03	-0.02%
2、与杨晓东及其亲属往来款	-17.42	-	198.03	-

注 1：金额均以净额列示，正数代表流入，负数代表流出；

注 2：代收款项的占比=代收款项金额/当期营业收入，代付款项的占比=代付款项金额/当期营业成本；代收代付净额占比=代收代付净额/当期利润总额；

注 3：杨莲香账户开立时间为 2016 年 11 月 27 日，注销时间 2021 年 4 月 7 日。

综上，前次申报期内，发行人存在个人卡代收代付及体外代付薪酬的情形，整体交易金额较小，且系零星发生，上述代收代付行为对发行人以前年度相关财务指标不构成重大影响，对本次申报期期初未分配利润亦不构成重大影响。

2、实际控制人资金拆借

前次申报报告期内，发行人与相关关联方及实际控制人存在资金拆借情形，具体情况如下表：

单位：万元

关联方	公司拆出金额	借款日	还款日	用途	还款资金来源
绍兴新地	200.00	2015-06-15	2015-06-16	经营周转资金	自有资金
	250.00	2016-06-13	2016-06-15	经营周转资金	自有资金
	50.00	2016-06-13	2016-06-29	经营周转资金	自有资金
杨晓东	50.00	2015-04-30	2015-05-31	临时资金周转	自有资金
靖东投资	10.00	2016-11-03	2016-12-30	临时资金周转	自有资金
	40.00	2016-11-07	2016-12-30	临时资金周转	自有资金

2014 年-2017 年 6 月，公司实际控制人或其关联方出于临时性资金周转需要，存在向公司借款情形，相关资金拆借周期较短，且均已在本次申报各报告期内归还。

## （二）说明当时承诺的整改措施及执行情况，未进行彻底整改的原因及合理性

在前次申报时，发行人存在上述财务内控不规范的情形，由于发行人当时相关人员规范意识薄弱，未对前述财务内控不规范情形做出过整改承诺，亦未能对上述情形进行彻底整改。发行人实际控制人已出具《关于财务内控不规范事项的承诺函》，承诺若未来因前次申报财务内控不规范事项导致发行人受到任何损失，将由实际控制人承担。

在本次申报时，发行人已对本次申报报告期及报告期前 2018 年度内发生的上述相关不规范事项进行整改，并将与公司经营相关的收入及支出全部纳入公司财务核算体系，对报表相关科目进行了调整，及时注销个人卡并规范了相关财务管理制度；对涉及到的企业所得税、个人所得税、增值税等进行了申报、补缴及进项税转出，取得了税务主管部门出具的报告期内无重大税务违法记录证明，针对供应商返还形式体外代付员工薪酬的情形，同时取得了税务主管部门出具的专项证明。整改措施具体参见本问询回复“10. 关于财务内控”之“二、说明本次 IPO 申报整改措施的充分性及有效性，2022 年仍然存在通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬的原因及合理性”的相关内容。

此外，在本次申报中，公司组织董事、监事、高级管理人员及财务人员等深入学习《企业内部控制基本规范》《公司法》《深圳证券交易所股票上市规则》《监管规则适用指引》等相关法律法规，加强相关人员合规规范意识，杜绝再次出现财务内控不规范的情形。发行人控股股东、实际控制人杨晓东、方倩倩及全体董事、监事、高级管理人员（独立董事和外部董事除外）已出具《关于财务内控不规范情形整改情况的承诺函》，承诺将严格树立规范意识，杜绝各项财务内控不规范的情形出现。

**二、说明本次 IPO 申报整改措施的充分性及有效性，2022 年仍然存在通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬的原因及合理性。**

### （一）说明本次 IPO 申报整改措施的充分性及有效性

#### 1、整改措施的充分性

针对前述财务不规范情形，发行人做出了如下整改：

(1) 注销并停止使用个人卡以及体外发放薪酬的银行账户

报告期内，发行人使用公司员工王娜的两张个人卡作为公司卡管理和使用，2020年12月，发行人将个人卡余额转至公司银行账户后注销个人卡。

报告期内，发行人使用实际控制人控制的杨莲香、陆小平账户，用于收取供应商返还款并发放员工薪酬，2021年，发行人实际控制人将上述银行账户予以注销。

(2) 账务还原

对于个人卡代收代付交易，发行人按照真实交易性质逐笔进行账务还原，将报告期内收取的零星货款、呆滞料收入按照营业收入进行核算，同时计提增值税销项税，并将供应商赞助费、公司年会费用按照管理费用进行核算，将实际控制人往来款按照其他应收款进行核算。

对于通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬，发行人将相关费用全部调整为职工薪酬，并按照员工和费用归属情况分别计入销售费用、管理费用、研发费用等；同时将增值税进项税予以转出。

综上，报告期内，发行人上述交易相关收入和费用的确认准确、完整。

(3) 发行人及员工补缴相关税费

发行人及相关员工已经按照税法规定补缴相关税费，具体情况如下：

序号	财务不规范情形	税费补缴	缴纳税费金额 (万元)
1	个人卡代收代付	发行人计提增值税销项税额	10.46
2	发票报销抵账发放薪酬	员工补缴个人所得税及滞纳金	1,318.64
3	供应商返还发放薪酬	发行人增值税进项税额转出	109.87
4		发行人补缴滞纳金	35.99
5		员工补缴个人所得税及滞纳金	762.59

(4) 清理实际控制人资金拆借本金及利息

发行人按照央行公布的一年期商业贷款利率4.35%作为拆借利率，确认发行人实际控制人借款利息共14.93万元。2020年12月11日，发行人实际控制人归还全部借款本金，2021年3月31日，归还借款利息。

(5) 进一步完善公司内部控制

发行人进一步建立健全公司内部控制制度，为了杜绝个人卡使用与交易，建

立了《营运资金管理制度》《应收账款管理制度》《采购与付款管理制度》等制度，在银行账户、资金使用等方面形成了完善的管理体系，明确了财务部统一负责公司银行账户的开立与管理，新设账户需经过出纳、财务经理、财务总监、总经理逐级审批，必须使用公司名义开立的账户进行业务相关的收付款；员工薪酬必须通过本公司账户发放，不得使用其他公司账户或个人卡发放薪酬；对于实际控制人资金拆借的情况，发行人进一步完善《关联交易管理制度》，明确公司不得为实际控制人等关联方提供财务资助，且审议的关联交易事项不得导致控股股东、实际控制人非经营性资金占用。

针对员工报销的情况，发行人在《费用报销及借款管理制度》中规定，员工填报费用报销单必须注明报销内容或事由，不得报销与公司经营无关的费用发票；对于单张发票金额超过 1,000 元以上的报销支出，员工需同步提交支付记录供审核，支付记录的收款单位应与发票开具单位保持一致；员工提交的费用报销需依次提交部门经理、部门负责人、分管副总裁审批，对于单笔金额达到 5,000 元的报销，还需提交总经理审批。2022 年 3 月，发行人采购任华费控系统，用于报销预算管理、填报与审核、实时数据统计分析等，便于提高公司报销管理与决策效率。

#### （6）获取税务主管部门证明文件

① 针对供应商返还形式发放薪酬的情形，国家税务总局深圳市南山区税务局于 2022 年 9 月出具了专项证明，认为：华智融已经就上述涉税行为自行整改，主观上不存在骗取国家增值税款的非法目的，不具有实质社会危害性；

② 国家税务总局深圳市南山区税务局于 2022 年 6 月、2022 年 10 月、2023 年 1 月出具了《税务违法记录证明》，暂未发现发行人在 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间有重大税务违法记录。

#### （7）聘请专业机构开展财税合规整改

针对供应商返还形式发放薪酬事项，发行人聘请北京观韬中茂（深圳）律师事务所协助公司开展财税合规专项整改。北京观韬中茂（深圳）律师事务所结合发行人存在的合规风险点制定了相应的合规整改计划，并根据落实整改情况出具了总结：公司根据《合规尽职调查暨合规整改计划》，搭建了事前防范、事中控

制和事后应对的合规管理体系，已经完成合规建设和整改；

(8) 实际控制人出具相关承诺

发行人实际控制人杨晓东、方倩倩已出具承诺：①如公司因前述财务内控不规范的事项而发生任何损失，包括但不限于：因前述事项不符合相关法律法规的规定而导致公司被主管部门处罚需要承担任何罚款。本人将承担前述事项造成公司的任何损失，并在承担上述连带责任后不向公司追偿，保证公司不会因此遭受任何损失。②本人将督促公司严格按照相关法律法规的规定规范公司财务内控制度，保护公司合法权益。

2、整改措施的有效性

保荐机构访谈了公司董事长、财务总监等，查阅了报告期内发行人及其子公司的银行对账单、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行流水；获取发行人整改后的期间费用明细账，与以前年度对比分析员工报销金额的合理性，抽查员工大额报销相关的记账凭证、报销单、合同、发票、刷卡单等单据。经核查，上述整改完成后，发行人不存在使用个人卡的情形，上述员工不存在从实际控制人或其控制的账户、关联方账户或其他非华智融名义开立的账户获取发行人薪酬的情形；上述员工不存在以发票报销抵账获取薪酬的情形；发行人与实际控制人之间不存在资金拆借情形。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度的完整性、合理性及有效性进行了审核和评价，并出具了大华核字[2023]002146号《内部控制鉴证报告》，认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人上述不规范情形整改后实际运行情况良好，发行人整改措施充分有效，公司财务内控具备有效性。

**(二) 2022年仍然存在通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬的原因及合理性**

2019-2022年3月，发行人出于为员工节约个税的考虑，允许员工使用发票报销抵账获取薪酬。2022年4月初，保荐机构民生证券与发行人就上市保荐事项达成一致意向后，在尽职调查过程发现发行人存在前述不规范事项，随即与发

行人、申报会计师进行了初步沟通并迅速提出整改方案，发行人按照整改方案实施，立即停止了报销抵账行为。

综上，发行人在 2020 年已停止以供应商返还形式发放员工薪酬，在 2022 年 1-3 月仍存在通过发票报销形式发放薪酬的情形具有客观原因，发行人已经充分整改，进一步完善了公司内部控制。

**三、说明财务内控不规范行为受到处罚及潜在处罚的风险，税收合规性及税款补缴情况，内部控制制度是否健全且被有效执行。**

**（一）说明财务内控不规范行为受到处罚及潜在处罚的风险，税收合规性及税款补缴情况**

报告期内，发行人存在个人卡代收代付、通过发票报销及供应商返还形式发放薪酬、实际控制人资金拆借等财务不规范情形，具体情形如下：（1）考虑到零星收付款以及取现的灵活便利性，发行人曾使用员工王娜的两张个人卡作为公司卡管理和使用；（2）发行人出于为员工节约个人所得税目的，存在通过以下两种不规范形式发放薪酬的情形：一是通过发票报销，即允许员工自行收集发票来报销抵账的形式获取公司发放的薪酬，二是通过供应商返还等体外代付，即以技术服务费的形式将款项支付给供应商后，由供应商转回给杨晓东控制的关联方账户，并最终用于向员工发放薪酬；（3）出于临时资金周转原因，发行人与实际控制人之间存在资金拆借。

#### 1、发行人税款补缴情况

针对报告期内发生的个人卡代收代付、通过发票报销及供应商返还形式发放薪酬、实际控制人资金拆借等财务不规范情形，发行人已经进行了账务调整，发行人及员工补缴了相关税款及滞纳金，未造成国家税款损失，不具有危害性。发行人账务调整及税费补缴情况，具体参见本问询回复“10. 关于财务内控”之“二、（一）说明本次 IPO 申报整改措施的充分性及有效性”的回复内容。

#### 2、发行人税收合规性

（1）针对供应商返还形式发放薪酬的情形，国家税务总局深圳市南山区税务局于 2022 年 9 月出具了专项证明，认为：华智融已经就上述涉税行为自行整改，主观上不存在骗取国家增值税款的非法目的，不具有实质社会危害性；

(2)国家税务总局深圳市南山区税务局于2022年6月、2022年10月、2023年1月出具了《税务违法记录证明》，暂未发现发行人在2019年1月1日至2022年12月31日期间有重大税务违法记录；

(3)经查询国家税务总局深圳市税务局网站，发行人不存在重大税收违法失信行为。

根据《最高人民法院关于充分发挥检察职能服务保障“六稳”“六保”的意见》，注意把握一般涉税违法行为与以骗取国家税款为目的的涉税犯罪的界限，对于有实际生产经营活动的企业为虚增业绩、融资、贷款等非骗税目的且没有造成税款损失的虚开增值税专用发票行为，不以虚开增值税专用发票罪定性处理，依法作出不起诉决定的，移送税务机关给予行政处罚。

根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条，违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。

综上所述，发行人因财务内控不规范行为受到处罚及潜在处罚的风险较小。

## **(二) 内部控制制度是否健全且被有效执行**

针对前述财务不规范情形，发行人进一步完善《营运资金管理制度》《应收账款管理制度》《采购与付款管理制度》《费用报销及借款管理制度》《关联交易管理制度》等一系列内控制度，旨在规范公司运作与资金管理，杜绝个人卡使用与交易、发票报销及体外发放薪酬、实际控制人资金拆借等。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度的完整性、合理性及有效性进行了审核和评价，并出具了大华核字[2023]002146号《内部控制鉴证报告》，认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人内部控制制度健全且被有效执行。

**四、说明报告期各期拉卡拉第三方回款金额与营业收入的匹配性；进一步分析拉卡拉销售收入逐年大幅下降的原因及合理性。**

### **(一) 说明报告期各期拉卡拉第三方回款金额与营业收入的匹配性**

报告期内，拉卡拉第三方回款金额与营业收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入	545.95	7,256.02	23,728.08
<b>销售金额（含税）</b>	<b>616.93</b>	<b>8,177.40</b>	<b>26,838.98</b>
应收账款情况：			
期初应收款	896.26	1,301.05	6,022.74
本期回款	1,512.40	8,582.19	31,560.67
<b>其中：第三方回款</b>	<b>1,046.33</b>	<b>216.30</b>	<b>18,577.01</b>
其他	466.07	8,365.89	12,983.66
期末应收款	0.78	896.26	1,301.05
<b>第三方回款占销售金额（含税）的比例</b>	<b>169.60%</b>	<b>2.65%</b>	<b>69.22%</b>

报告期内，由于拉卡拉集团内部财务规划原因，使得其向发行人采购过程中存在下属公司采购、集团公司付款的情形，故发行人向拉卡拉销售存在第三方回款。2021 年，拉卡拉第三方回款金额占销售金额（含税）的比例下降至 2.65%，主要系当期拉卡拉集团内采购公司以自有账户付款的金额占比大幅提升所致，以拉卡拉集团内部采购金额较高的海南嘉驰科技发展有限公司为例，2020 年向发行人采购回款 20,281.31 万元，其中以自有账户支付 1,704.30 万元，2021 年采购回款 3,968.78 万元，全部以自有账户支付；2022 年，拉卡拉第三方回款金额占当期销售金额（含税）的比例上升至 169.60%，主要系 2021 年末公司对拉卡拉存在 896.26 万元应收款，2022 年拉卡拉采用第三方付款方式支付了一部分以前年度款项所致。

综上，报告期各期，拉卡拉第三方回款金额波动原因合理，与营业收入相匹配。

## （二）进一步分析拉卡拉销售收入逐年大幅下降的原因及合理性

根据公开资料及保荐机构对拉卡拉的访谈，拉卡拉向华智融采购金额大幅下滑，主要有两方面原因：一是拉卡拉间接参股云码智能（海南）科技有限公司（以下简称“云码智能”），该公司系 POS 终端制造商，可以满足拉卡拉的个性化采购需求。根据拉卡拉年度报告显示，自 2020 年起，拉卡拉逐步增加对云码智能的 POS 机等终端设备采购额，2020-2022 年不含税采购额分别为 739.71 万元、7,207.65 万元、29,747.19 万元；二是近年来拉卡拉逐步向零售门店数字化战略

转型，该类业务增加了对收银机等其他支付终端的需求。

综上，报告期内，华智融向拉卡拉销售收入逐年大幅下降，主要系拉卡拉增加对关联公司的 POS 终端采购以及拉卡拉经营转型所致，具有合理性。

**五、请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对发行人财务内控不规范情形是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，并说明核查方法、核查程序、核查比例、取得的核查证据及核查结论。**

#### **（一）核查过程**

针对发行人财务内控不规范情形，保荐机构、申报会计师予以了重点关注，具体核查过程如下：

##### **1、个人卡代收代付事项**

（1）访谈发行人财务总监，了解个人卡的使用背景和原因、使用情况、规范与整改情况等；

（2）获取发行人《营运资金管理制度》《应收账款管理制度》《采购与付款管理制度》等财务内控制度，了解公司关于银行账户、收付款相关的控制程序及执行情况；

（3）获取发行人报告期内使用的个人卡银行流水及销户证明，通过访谈财务总监了解报告期内是否存在发行人与他人共用的情形；

（4）访谈发行人财务经理及业务人员，逐笔核查个人卡交易流水的交易性质；

（5）对于代收货款交易，获取经发行人客户签字确认的送货单，查看送货日期、货物、金额等；对于供应商员工赞助年会费用，获取供应商营业执照、与发行人订单、往来邮件沟通记录、交易对方名片等资料，了解交易对方与供应商之间的关系，结合该类交易的银行流水摘要，验证流水交易性质；对于代付公司年会费用，获取发行人员工福利签收表，查看员工的签收时间与金额；对于部分金额较小且无法取得证据的交易流水性质，通过访谈业务人员予以确认；

（6）获取发行人记账凭证，并结合前述证明文件，验证账务处理的准确性；

（7）结合流水的实际交易性质，复核发行人应补缴的增值税金额，获取发行人增值税纳税申报表，核查是否完成补缴；

(8) 获取发行人控股股东、实际控制人、主要关联方、董事、监事、高级管理人员及关键岗位人员的报告期银行流水，查看并访谈了解是否存在其他为发行人代收代付的情形，并通过访谈发行人主要客户、供应商，了解发行人是否存在通过第三方银行账户收付款的情形；

(9) 针对前次申报期间发行人个人卡代收代付交易，获取个人卡从开户日至销户日的银行流水，访谈发行人实际控制人，逐笔核查个人卡交易流水的交易性质。

## 2、通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬

(1) 访谈发行人财务总监，了解通过发票报销及以供应商返还等方式发放薪酬的原因、涉及的相关员工、规范与整改情况；

(2) 获取发行人员工报销明细账，查看单笔 5,000 元以上报销的记账凭证、报销单、发票等原始凭证，并通过访谈发行人员工，了解报销的真实性。上述核查金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年	2020 年	2019 年
员工报销总金额①	211.21	1,121.27	2,162.81	2,584.17
核查金额②	175.45	893.28	1,921.37	2,408.30
核查比例③=②/①	83.07%	79.67%	88.84%	93.19%

注：上表统计规范整改前（2022 年 3 月 31 日前）的核查情况。

(3) 获取发行人《费用报销及借款管理制度》，了解发行人关于员工报销的控制程序及执行情况；

(4) 获取发行人整改后的员工报销明细账，抽查并查看记账凭证、报销单、发票等原始凭证，了解报销是否存在异常，核查整改的充分性；获取发行人整改后（2022 年 3 月后）的员工报销明细账，查看单笔 5,000 元以上报销的记账凭证、报销单、发票等原始凭证，了解整改前后的报销人、发票开票单位是否相同，报销人付款凭证是否齐全，核查整改的充分性。上述核查金额为 514.01 万元，占 2022 年 4-12 月员工报销总金额的比例为 76.28%；

(5) 获取发行人报告期银行对账单，了解大额流出资金的交易性质和业务背景；获取发行人期间费用明细账，结合交易摘要等信息，选取大额无实物形态

的资产或服务费用，查看记账凭证、合同等单据，核查报告期内是否存在其他无真实业务背景的供应商；

(6) 对发行人报告期采购与付款执行穿行测试，抽取金额较大的订单，查看采购订单合同、发货通知单、发票、入库单、银行回单等凭证；向供应商寄送询证函，并走访发行人主要供应商，了解双方合作背景、交易情况、关联关系等信息，验证采购业务交易真实性、采购金额的准确性；

(7) 获取发行人银行存款序时账，查看公司与上述无真实业务背景供应商之间全部的转账记录、记账凭证、发票等，核查发行人资金流向；

(8) 获取接受供应商返还的关联人银行账户流水，将发行人向供应商支付流水与供应商返还流水进行勾稽，验证供应商返还与发行人资金流出的对应关系；核查前述关联人银行账户流水的交易性质，通过访谈并获取相关证明文件，了解收到供应商返还款之后的资金用途；

(9) 对通过上述方式获取薪酬的主要员工进行访谈，并取得确认函，验证薪酬真实性；

(10) 获取发行人员工薪酬明细表，结合公司发展情况分析不同岗位员工薪酬波动的合理性；

(11) 获取主要员工的银行流水，了解获取上述薪酬后的后续资金流向是否存在异常，通过访谈并获取相关证明文件，核查资金后续用途的合理性；查看整改后的员工流水，核查了解整改是否充分；

(12) 获取发行人关于上述事项整改的记账凭证、缴税凭证、纳税申报表等，核查发行人是否进行财务整改、并按照税法规定进行申报纳税；

(13) 获取发行人员工补缴个人所得税的证明文件，包括完税凭证、个人所得税 APP 缴纳记录等；

(14) 获取国家税务总局深圳市南山区税务局针对供应商返还形式发放薪酬事项出具的专项证明文件，以及发行人在报告期内不存在重大税务违规记录的《税务违法记录证明》；

(15) 在国家税务总局深圳市税务局网站查询，发行人是否存在重大税收违法失信行为；

(16) 获取北京观韬中茂（深圳）律师事务所针对供应商返还形式发放薪酬事项出具的《关于深圳华智融科技股份有限公司财税合规项目之合规尽职调查暨整改计划报告》、《关于深圳华智融科技股份有限公司财税合规项目之合规整改报告》及相关附件，了解公司关于财税合规的整改情况；

(17) 获取发行人实际控制人杨晓东、方倩倩出具的关于财务内控不规范事项的承诺函；

(18) 针对前次申报期间发行人体外代发员工薪酬情形，获取发行人银行存款序时账，查看发行人是否与无真实业务背景供应商之间存在大额资金往来，核查公司资金流向是否存在异常；获取前次申报期内员工个人卡、发行人实际控制人控制的亲属银行账户流水，访谈公司实际控制人，核查是否存在体外代发员工薪酬情形。

### 3、实际控制人资金拆借情形

(1) 获取发行人与实际控制人发生资金拆借的明细表，与实际控制人银行流水进行比对；

(2) 访谈发行人财务总监，了解资金拆借背景、利率、规范与整改情况；

(3) 结合资金拆借明细表、双方约定的借款利率、借款期限等，计算借款利息，并取得拆借相关的记账凭证、银行回单，核查借款、还款和利息支付等拆借行为的真实性；

(4) 获取实际控制人的报告期银行流水、借款用途证明文件等资料，了解拆借资金的具体用途以及还款的资金来源是否存在异常；

(5) 查阅发行人关联资金拆借相关的董事会、监事会、股东大会文件，了解实际控制人资金拆借是否履行了相应的审批程序；

(6) 获取发行人整改后的《公司章程》《关联交易管理制度》，了解发行人对实际控制人资金拆借相关的内部控制程序，通过查看发行人往来明细账、实际控制人银行流水，并访谈发行人财务总监，了解上述相关制度的执行情形；

(7) 针对前次申报期间实际控制人资金拆借情形，查看前次申报会计师出具的《审计报告》，获取资金拆借明细表以及相关的记账凭证、银行回单，核查借款和还款等拆借行为的真实性，并检查关联资金拆借是否履行了相应的审批程

序。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构与申报会计师认为：发行人报告期内存在个人卡代收代付、通过发票报销及以供应商返还等方式发放员工薪酬、实际控制人资金拆借等财务不规范情形，发行人已经对上述不规范情形进行整改，整改措施充分有效，截至报告期末，公司财务内控具备有效性。

保荐机构履行了如下核查程序：

1、获取前次申报的招股说明书、审计报告及历次反馈回复文件，了解存在的财务内控不规范情形及整改措施；

2、获取个人卡交易和体外代发薪酬所涉相关人员在本次申报报告期内的银行流水，并访谈发行人实际控制人，核查交易流水是否与发行人相关；

3、查看发行人 2014-2017 年 6 月的银行存款序时账，了解是否存在无真实业务背景的供应商情形；

4、获取前次申报期内发行人与实际控制人等关联方之间的资金拆借明细表，查看记账凭证、银行回单等，核查资金拆借的真实性；

5、访谈发行人董事长，了解前次申报后未进行彻底整改的原因、2022 年仍然存在通过发票报销方式发放员工薪酬的原因；

6、关于本次申报财务内控不规范情形的核查程序参见本问询回复“10. 关于财务内控”之“五、（一）核查过程”；

7、获取报告期内发行人向拉卡拉销售收入、应收账款明细及拉卡拉第三方回款的明细；

8、访谈并查看拉卡拉定期报告，了解发行人向拉卡拉销售下滑的原因。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、前次申报时，发行人存在个人卡代收代付、体外代付员工薪酬、实际控制人资金拆借等财务内控不规范的情形，其中个人卡代收代付、体外代付员工薪酬整体交易金额较小，对本次申报期期初未分配利润不构成重大影响；在前次申报期间，由于发行人相关人员规范意识薄弱，未对前述财务内控不规范情形做出过整改承诺，亦未能对上述情形进行彻底整改；

2、本次 IPO 申报发行人整改措施充分、有效；发行人在 2020 年已停止以供应商返还形式发放员工薪酬，在 2022 年仍存在通过发票报销形式发放薪酬的情形具有客观原因，发行人已经充分整改；

3、发行人因财务内控不规范行为受到处罚及潜在处罚的风险较小；发行人已经进行了税款补缴，财务整改后税收合规；截至报告期末，发行人内部控制制度健全且被有效执行；

4、报告期各期拉卡拉第三方回款金额波动原因合理，与营业收入相匹配；拉卡拉销售收入逐年大幅下降主要系拉卡拉加大了对关联企业的采购及经营转型所致，具有合理性。

#### **11. 关于资金流水核查**

**请保荐人、申报会计师按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，并提交专项说明。**

**回复：**

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-15 资金流水核查”的相关要求，保荐机构、申报会计师对发行人及其控股股东、实际控制人、主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等主体的资金流水进行了核查，具体内容详见《民生证券股份有限公司关于深圳华智融科技股份有限公司及其他关键主体资金流水核查情况的专项说明》和《大华会计师事务所(特殊普通合伙)关于深圳华智融科技股份有限公司关键主体资金流水专项核查报告》。

（本页无正文，为深圳华智融科技股份有限公司《关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

深圳华智融科技股份有限公司

2023年6月9日



(本页无正文，为民生证券股份有限公司《关于深圳华智融科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人： 张家文                      何立衡  
张家文                                      何立衡



## 保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读深圳华智融科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核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：  
（代行）



景 忠

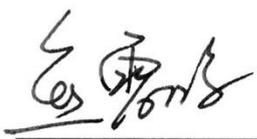


## 保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读深圳华智融科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核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。

保荐机构总经理：

（代行）



熊雷鸣

