证券代码：603355　证券简称：莱克电气　公告编号：2021-030

莱克电气股份有限公司 关于对上海证券交易所《关于莱克电气股份有限公司2020年年度报告的信息披露监管工作函》的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

莱克电气股份有限公司（以下简称“公司”或“莱克电气”）于2021年6月2日收到上海证券交易所《关于莱克电气股份有限公司2020年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2021】0581号）（以下简称“工作函”）。公司就《工作函》关注的相关问题认真落实核查，现就有关问题回复如下：

问题1.前期，公司子公司莱克香港与高盛国际因远期结售汇衍生金融产品业务发生争议，香港国际仲裁中心于2020年11月对上述事项作出裁决，判定公司支付高盛国际4,034.20万美元，公司对此全额计提预计负债，折合人民币263亿元，占2019年公司净利润的44.91%。高盛国际已申请查封或冻结公司等值资产。2020年度，公司将莱克香港100%股权以0港币转让给Peihua Trading Co.,Ltd。请公司补充披露：（1）上述仲裁结果在境内法院的承认及执行进度，以及公司在境内提起诉讼的开展情况，包括款项金额、管辖权、担保效力的确认情况等；（2）公司计提预计负债的依据，包括最佳估计数的确认依据及过程，管理层预计未来现金流出的概率等，说明在境内诉讼尚未判决时全额计提是否审慎；（3）列示公司被查封或冻结资产的情况，包括所在位置、性质、用途、账面价值、保全期限等，说明是否将对公司生产经营造成影响；（4）结合莱克香港现有业务及资产情况，说明本次零对价转让股权的背景和定价的公允性，并核实莱克香港及公司是否存在其他约需承担担保责任或义务。请年审会计师对上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】

（一）上述仲裁结果在境内法院的承认及执行进度，以及公司在境内提起诉讼的开展情况，包括款项金额、管辖权、担保效力的确认情况等；

1、仲裁结果在境内法院的承认及执行进度

2021年4月20日，公司收到江苏省苏州市中级人民法院（以下简称“苏州中院”）寄来的《应诉通知书》（案件编号：（2021）苏06认港1号），就Goldman Sachs International（以下简称“高盛国际”或“申请人”）向苏州中院申请认可和执行香港特别行政区仲裁裁决予以受理。具体详见公司于2021年4月22日披露的《关于公司香港仲裁裁决的进展公告》（公告编号：2021-013）。

截至本工作函回复之日，苏州中院尚未对认可和执行香港特别行政区仲裁裁决作出裁定。

2、公司在境内提起诉讼的开展情况

2019年，公司已向苏州中院对申请人提起诉讼，具体情况如下：

1）（2019）苏05民特94号申请确认仲裁协议效力

关于高盛国际向香港国际仲裁中心提起针对公司的仲裁申请，对此，公司认为，由于双方均认可采取担保方式的前提为担保方案通过苏州外管局的审批备案，而因最终该方案未同意备案，同时担保函样稿未签字及签署日期。此后，高盛亚洲提出以支付保证金的形式进行交易的方案，莱克香港先后两次各支付250万美元保证金，并拟此进行了远期结售汇衍生金融产品交易，故双方既未就担保关系成立未达成4,000万美元或者等值其他外币的担保函成立，效力与高盛亚洲、高盛国际达成合意，也未对其中的仲裁协议达成合意。因此双方之间并不存在成立或生效的仲裁协议约定。

公司已向苏州中院提起诉讼并于2019年6月21日收到了受理通知书（（2019）苏05民特94号），请求确认申请人莱克电气股份有限公司出具的《担保函》中的仲裁条款无效（包括对不成立或未生效的确认）。具体内容详见公司于2020年1月22日披露的《关于累计诉讼的公告》（公告编号：2020-001）。

高盛亚洲和高盛国际对本案提出了管辖权异议，2020年6月2日，公司收到苏州中院关于（（2019）苏05民特94号的《民事裁定书》，驳回高盛亚洲、高盛国际对本案管辖权提出的异议，具体内容详见公司于2020年6月4日披露的《关于诉讼进展的公告》（公告编号：2020-021）。

2020年7月10日，公司收到苏州中院寄来的《管辖权异议上诉状》，高盛亚洲不服苏州中院作出的（2019）苏05民特94号的《民事裁定书》，向江苏省高级人民法院（以下简称“江苏高院”）提出上诉，具体内容详见公司于2020年7月14日披露的《关于诉讼进展的公告》（公告编号：2020-027）。

2020年9月7日，江苏高院对高盛亚洲、高盛国际及公司传唤，进行法庭询问了解案件。

2021年4月23日，公司收到江苏高院寄来的《民事裁定书》（（2020）苏民辖终83号），关于高盛亚洲、高盛国际对本案提出管辖权异议的上诉，江苏高院认为：（1）一审法院对本案有管辖权；（2）一审法院应当受理莱克公司的申请；（3）本案不应当中止诉讼。江苏高院裁定：驳回上诉，维持原裁定，本裁定为终审裁定。具体内容详见本公司于2021年4月24日披露的《关于诉讼进展的公告》（公告编号：2021-014）。

截至本工作函回复之日，（2019）苏05民特94号申请确认仲裁协议效力案苏州中院尚未开庭审理。

2）（2019）苏05民初443号侵权责任

莱克香港与高盛国际进行了远期结售汇衍生金融产品交易，公司认为，高盛亚洲在进行产品推介和提供咨询服务时，其未在中国内地注册登记，未经中国人民银行批准允许其在内地从事金融业务活动，也未经国家外汇管理局批准领取经营外汇业务许可证，违反了相关法律、法规的规定，存在严重的违法金融活动，其侵权行为是原告发生相应损失的根本原因。

公司及莱克香港已向苏州中院提起诉讼于2019年10月14日收到了受理通知书（（2019）苏05民初443号），请求判令高盛亚洲赔偿公司及莱克香港经济损失壹亿5,000,000.00元（以美元与人民币1:6.8827汇率计算，折合成人民币34,413,500.00元）及人民币本金4,820,000元及承担本案诉讼费用。具体内容详见公司于2020年1月22日披露的《关于累计诉讼的公告》（公告编号：2020-001）。

高盛亚洲和高盛国际对本案提出了管辖权异议，2020年6月2日，公司收到苏州中院关于（（2019）苏05民初443号的《民事裁定书》，驳回高盛亚洲、高盛国际对本案管辖权提出的异议，具体内容详见公司于2020年6月4日披露的《关于诉讼进展的公告》（公告编号：2020-021）。

2020年7月10日，公司收到苏州中院寄来的《管辖权异议上诉状》，高盛亚洲不服苏州中院作出的（2019）苏05民初443号的《民事裁定书》，向江苏省高级人民法院（以下简称“江苏高院”）提出上诉，具体内容详见公司于2020年7月14日披露的《关于诉讼进展的公告》（公告编号：2020-027）。

2020年9月7日，江苏高院对高盛亚洲、高盛国际及公司传唤，进行法庭询问了解案件。

截至本工作函回复之日，江苏高院尚未对（2019）苏05民初443号侵权责任管辖权异议作出裁定。

（二）公司计提预计负债的依据，包括最佳估计数的确认依据及过程、管理层预计未来现金流出的概率等，说明在境内诉讼尚未判决时全额计提是否审慎；

2020年11月25日，公司及莱克香港收到香港国际仲裁中心发来的《裁决书》（案件编号：HKIAC/A19016和HKIAC/A19015），判定公司支付高盛国际4,034.20万美元。经过公司法务、财务部及管理层的讨论，财务部综合考虑各方意见，基于谨慎性原则，根据香港仲裁裁决结果，财务部建议在2020年度计对该境外仲裁裁决事项全额计提预计负债USD 40,342,030.97（债项USD34,521,044.89+债项金额的利息（2018年10月20日至2020年10月19日）USD3,462,104.48+应付HKIAC/A19016仲裁案件的仲裁费用USD1,566,783.61+应付HKIAC/A19015仲裁案件的仲裁费用USD802,097.99），这符合上市公司充分披露信息和风险，并能起到提前预警风险和化解风险的作用，同时财务报表使用者和中小投资者充分提供及时披露的会计信息，其披露社会方案程公证重要意。

5、2020年公司境内业务收入下降及毛利率变动的原因

（1）境内业务收入下降原因

公司境内业务主要包括自主品牌、国内ODM和核心零部件。2020年境内收入下降主要是因为国内ODM销售收入下降，较同期下降39%。下降的主要原因为公司战略调整，逐步放弃与小米生态链公司的合作。

（2）毛利率变动原因

1）公司持续推动自动化升级，生产效率提升；

2）公司驱动收入结构优化，更重视自主品牌业务的开展，提升毛利率水平；

3）公司积极打造四大核心零部件生态，除电机业务外，大力发展精密压铸、提升精密模具自营销售，新兴领域普遍具备更高的毛利率水平。

（二）补充披露公司6个品牌的市场定位、业务开展情况、主要经营区域等，说明部分品牌在吸尘器、烹饪机、电饭煲等产品具有重合的原因及背景；

公司针对消费分层分级和满足线上、线下分化的特点，采取多品牌战略。

1、公司5大品牌市场定位及业务开展情况

（1）“LEXY莱克”的品牌高端定位，目标客户是中高消费人群，主要产品是家居环境清洁、空气净化及空气舒适类产品和个护产品，主要包括立式无线吸尘器、空净、智能空调扇、除湿机、熨烫机和水离子电吹风，以线下渠道为主。

（2）“Jimmy吉米”品牌是定位年轻人消费的环境清洁类的互联网品牌，主要包括超轻便无线吸尘器、除螨机、洗地机等，同时通过跨境电商的销售形式，迅军海外市场，重点发展东欧、俄罗斯、东南亚市场。

当米除螨机在天猫、京东等互联网渠道销售，目前处于数一数二的地位，吉米手持式吸尘器在跨境电商渠道也取得非常成功。2021年已经推出洗地机等新品类，并以定点喷水、洗过即干、地板不留水渍的概念切入市场，市场反响良好，上市二个月，出货万多台。2020年及2021年一季度，吉米品牌收入同比增长均超过100%。

（3）“Bewinch碧云泉”品牌定位是中高端台式饮安装智能净水机，像咖啡机一样自带水箱，不需安装，集RO过滤、智能检测显示水的质量、智能调控温度、智能提醒滤芯更换、快捷加热于一体的智能净水机，碧云泉创立于2014年，专注于高端净水，国内首创，主要包括台式智能净水机、智能茶艺机等。线上，线下协同发展，目前是这一细分行业领先品牌，线上，线下市占率均名列第一。2020年及2021年一季度，碧云泉品牌线上收入同比增长均超过100%。

（4）“theSuns三食黄小厨”是2020年创立厨房小电互联网品牌，为单身都市青年及新婚家庭提供各类创意小厨电产品，主要产品包括智能烹饪机、多功能平底煎锅、火锅、双胆饭煲、小烤箱产品。

厨房小家电市场品类可拓展空间更为丰富，目产品更小型化、更为适合新婚小家庭，公司通过烹饪机爆款切入小厨电市场，已经有较好的市场表现，2021年一季度，三食黄小厨实现销售约3,000万元，有望快速提升品牌知名度，并拉动各个细分品类高速增长。

（5）“SieMatic西曼帝克”定位高端厨电品牌，主推高端智能烹饪机、智能电饭煲、破壁机等，同时也包括商用产品系列，为便利店提供早餐服务的一整套产品解决方案。

2、主要经营区域

全国市场布局：线上、线下全国渠道覆盖渗透，线下高端化，线上年轻化、刚需化。公司5大品牌市场定位存在差异，但不区分经营区域。

（1）线上业务

公司目主品牌已经实现了主流网络销售平台（天猫、京东等）的全覆盖，并扩大至电视购物渠道，B2B渠道（银行、保险等行业）等新兴业态。2020年即使疫情背景下，碧云泉和吉米品牌线上也实现100%增长。

同时在2019年出现跨境电商渠道，深耕以俄罗斯、意大利、以色列等欧洲国家为主的海外市场，2021年一季度实现150%增长。

（2）线下业务

公司已经建立覆盖全国的销售网络，形成直营分公司深耕核心城市，区域销售商覆盖并拓展其它城市及周边市场的渠道布局；在此基础上进驻了5000多家零售门店。

加强市场覆盖的广度和深度建设。GDP 1300亿以上地级城市200个全部开发到位，并聚焦4省2市发达地区，抓150（全国200）个百强区/百强县渠道下沉。

销售渠道向多元化和个体化发展。大连锁3C渠道、地方连锁、购物中心、流量超市、专卖店（浴街专卖店、厨具专卖店、家居广场专卖店）建设。

公司通过提供全程营销培训服务（包含品牌营销、活动推广、门店运营、产品销售、用户沟通等），让品牌价值始终如一传递到终端。

3、部分品牌在吸尘器、烹饪机、电饭煲等产品具有重合的原因及背景

“LEXY莱克”与“Jimmy吉米”产品品类是重合的，但客户定位与渠道重点不同。“LEXY莱克”聚焦高端，侧重线下；“Jimmy吉米”具有更高的性价比，侧重线上，包括跨境电商。

“SieMatic西曼帝克”与“theSuns三食黄小厨”也是品类相同，定位不同。

（三）对比同行业其他公司产品。分析说明公司在不同业务及产品下所处的行业地位及竞争优势。

1、公司在行业中的竞争地位

（1）小家电产品

自2009年下半年进入国内市场，公司潜力打造技术领先型的高端家用电器形象，随着国内营销网络体系的不断完善和品牌知名度的不断提升，公司自主品牌小家电产品逐步实现出较强的市场竞争力。

经过长期的品牌建设和投资，公司产品逐渐获得国内市场消费者认可，同时在产品研发方面，公司通过品类创新来打造品牌，研究消费者的潜在需求，通过差异化竞争策略，创造全新的产品细分品类，并发出与国际主流品牌与众不同的创新产品，为消费者带来能够感知到的、独特的品牌体验。

1）吸尘器

吸尘器中，莱克品牌是高端、高价格段中唯一能与戴森竞争的品牌。公司独创立式多功能无线吸尘器，拥有18项发明专利，成为莱克高端品牌定位的支撑产品。以魔洁立式吸尘器为例，它颠覆了传统无线吸尘器的设计理念，独特的立式设计克服了传统手持无线吸尘器使用手感重、操作不方便的痛点，为用户带来了更轻便的家居清洁体验，在高端立式吸尘器市场取得了良好的用户口碑和市场成绩。先后荣获“中国家电科技进步一等奖”、“红顶奖”、“德国工业设计红点奖”、“美国IDEA设计大奖”等多项国内外重磅奖项。2020年，莱克魔洁M12max荣获“2020年韩国好设计大奖”、“中国家电院好产品奖”、2020“科技创新产品南山奖”，由钟南山院士亲自颁奖，成为第一个获此殊荣的吸尘器产品。根据中怡康统计数据显示，近三年来，公司吸尘器市场占有率一直稳居国内前三，其中立式吸尘器在细分市场中销售额占有率稳居第一。

近三年公司吸尘器国内零售市场排名及市场占有率情况

2020年			2019年			2018年		
排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率
1	戴森	49.10%	1	戴森	39.79%	1	戴森	39.86%
2	科沃斯	15.06%	2	科沃斯	15.53%	2	莱克	18.16%
3	莱克	9.99%	3	莱克	12.53%	3	科沃斯	12.32%

数据来源：中怡康[1]

2本回复函中提及的市场排名、市场占有率数据均来自中怡康定期向市场参与主体提供的市场监测报告，其中，国内零售市场均指线下零售市场，非针对本公司定制化的报告。

备注：中怡康数据主要来自于苏宁、国美等线下渠道，莱克品牌在地方家电、五星渠道市场占有率更高于上述数据。

近三年公司吸尘器国内立式吸尘器零售市场排名及市场占有率情况

2020年			2019年			2018年		
排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率
1	莱克	72.25%	1	莱克	91.54%	1	莱克	87.57%
2	添可	25.12%	2	飞利浦	3.69%	2	飞利浦	5.26%
3	飞利浦	1.28%	3	福维克	1.06%	3	惠而浦	2.66%

数据来源：中怡康

2）空气净化器

公司创造性地把吸尘器的高效离心技术和PM0.3高效过滤技术应用到空气净化器产品，结合甲醛分解技术，使莱克空气净化器（K9）在去除PM2.5、甲醛等四项核心性能指标方面处于全球空净行业的领先水平，连年市场占有率稳居第一。莱克空气净化器（K9）荣获中国家电协会红顶奖、艾兰奖，中国家电院“智军之选”众多大奖，2020年更是被轻工联合会授予空净行业唯一消费升级产品大奖

近三年公司空气净化器国内零售市场排名及市场占有率情况

2020年			2019年			2018年		
排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率
1	惠而浦	20.49%	1	惠而浦	19.03%	1	惠而浦	19.49%
2	莱克	13.33%	2	飞利浦	17.92%	2	飞利浦	12.70%
3	飞利浦	12.52%	3	A.O.史密斯	11.89%	3	A.O.史密斯	12.63%
4	…	…	4	莱克	9.97%	4	莱克	12.53%

数据来源：中怡康

3）净水机

公司在国内首创了台式智能净水机，后续又发明了台式智能茶艺净水机，填补了免安装净水机市场的空白，能在无直接水源情况下，提供移动式速热净水的全新体验，解决了办公室、客厅等场所的饮水难题，创造了新的净饮需求。该产品先后获得中国红顶奖、中国家电艾普兰奖、中国净水金鼎奖、中国家电院“智军之选”奖等多项大奖。 根据中怡康统计数据显示，2020 年，碧云泉净水机占台式直饮机市场零售额比例为77.23%，占有率遥遥领先。

近三年公司碧云泉净水机国内台式直饮机零售市场排名及市场占有率情况

2020年			2019年			2018年		
排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率	排名	品牌	销售额占有率
1	莱克·碧云泉	77.23%	1	莱克·碧云泉	38.43%	1	美的	34.23%
2	海尔	8.24%	2	美的	25.55%	2	沁园	24.04%
3	惠而浦	7.61%	3	惠而浦	11.98%	3	莱克·碧云泉	22.01%

数据来源：中怡康

（2）电机产品

莱克自主研发的高速微波无电刷、高速无刷数码电机技术一直走在世界同行业技术发展的前沿。率先研发了国内第一台每分钟3万转、4万转、8-12万转高速吸尘器电机。公司最新研发成功的每分钟12万转高速高效50W直流无刷数码电机，吸入功率达到了320AW（国际领先水平为210AW），效率达到65%（国际领先水平为50%）。一直以来，主要性能指标一直处于世界领先水平，从而奠定了莱克产品在行业中的技术领先地位。公司电机年生产量达3,600万台，公司的电机智能制造工厂被国家工信部认定为智能制造试点示范工厂，公司又被工信部授予“2020年制造业吸尘器及电机单项冠军示范企业”的荣誉称号。

2、公司的竞争优势

通过主动把握消费升级和技术进步两大趋势，持续的为目标客户创造价值，逐渐形成了企业的五大核心优势，提升了企业在行业保持领先的竞争优势：

（1）科技创新不断迭代

科技创新是莱克的核心竞争力，20多年来专注吸尘器研发为莱克打造高速吸尘器电机的核芯科技，以此为依托莱克不断迭代的创新产品，持续引领世界吸尘器发展趋势。

2020年，公司成功推出了莱克魔洁M12 Max，其搭载了莱克创新50W高效数码电机，续航时间长达80分钟，整机吸入功率高达200AW，性能再创业界新高。它颠覆了传统无线吸尘器的设计理念，以其独特的立式设计和卓越性能，克服了传统手持无线吸尘器使用手感重、操作不方便的痛点，为用户带来了更轻便的家居清洁体验，在高端立式吸尘器市场取得了良好的用户口碑和市场成绩。莱克魔洁立式无线吸尘器先后荣获“中国家电科技进步一等奖”、“红顶奖”、“德国工业设计红点奖”、“美国IDEA设计大奖”等多项国内外重磅奖项。

公司正重研发的持续投入，拥有专业化的设计研发团队，设计研发工程师超过600人，每年推出新品超过100多款，2020年申请的专利数量超过300多项，截至2020末，公司已获得授权专利超过1,700多项，其中发明专利230项。

公司采取关键零部件自制的生产战略，有效整合供应链，增强自我配套能力，生产基地内配套无刷数码电机研发部门、电机生产厂、精密机械厂、模具厂、注塑厂和总装厂等部门，目前已形成了电机自主研发能力、电机自动化智能制造、精密模具&注塑、精密压铸&加工、电池包生产系统、新材料和整机组装等完整的全产业链业务体系。此外，公司以高速数码电机、铝合金精密压铸和CNC精密加工、精密模具智能制造和锂电池组件包为核心零部件为下游产品及外围延伸业务提供具有核心竞争力的全产业链协同。

公司在高速数码电机、压铸件、锂电池组件包和精密模具方面均具有长期而成熟的配套经验；汽车零部件方面已经具备TS16949质量认证，而且公司目前同行生产的零部件与汽车行业有较强的相关性，因此，公司认为依靠家电零部件的研发和生产能力进而拓展新能源汽车零部件业务，公司具有一定的先发优势，未来新能源零部件产能持续投放。

（二）在上述领域的已有或在建产线情况，包括资产规模、建设周期、设计产能、产能利用率等，并明确未来投资计划；

1、已有产线情况

（1）资产规模

目前，公司已有产能建筑面积12万平米，设备投资超1亿元，设计规模年销售额3亿元。

（2）产能利用率

目前，公司新能源汽车、太阳能、5G通讯、工业自动化等核心零部件业务部分产能利用率为90%左右。

2、未来投资计划

公司2021年成立江苏莱克新能源科技有限公司，生产新能源汽车、5G 通信、工业自动化产业配套的关键零部件。

目前公司在与政府招商沟通，争取在上地资源，以扩大在该细分领域的投资。同时，公司在生产线的智能化改造、厂房扩建、精密模具以及精密压铸设备等方面不断投入，提升竞争门槛。

项目详细信息如下：

（1）项目名称：年产8,000万件新能源汽车、5G通信设备和工业自动化产业配套的关键零部件新建项目。

（2）项目选址：苏州高新区

（3）项目预期投资额：152,776亩（以实测为准）

（4）项目总投资

约135,000.00万元，主要包括建设投资57,000.00万元、设备投资65,900.00万元、预备费投资6,100.00万元和铺底流动资金6,000.00万元。

（5）建设规模

拟扩建152万亩土地，新建厂房10.50万平方米用于建造新能源汽车、5G通信、工业自动化产业配套的关键零部件生产的标准化厂房及配套设施，项目达产后，每年生产8,000万件产业核心零部件。

（6）项目实施进度

本项目建设期2年，第2年开始生产，第5年达产。本项目建设期分如下四个阶段工作实施：

第一阶段为工程阶段，历时4个月，主要工作为生产车间主体工程施工；

第二阶段为设备采购阶段，历时5个月，主要是设备采购；

第三阶段为人员招聘及培训阶段，历时4个月，主要是结合生产工序需要配备人员并完成人员的培训；

第四阶段为设备调试及试产阶段，历时4个月，主要是工艺流程投产准备、工程试运营投产等。

（三）上述核心零部件业务经营发展所面临的风险及不确定性。

（1）新能源汽车行业发展没有达到预期增长速度的风险。

（2）竞争加剧，导致此行业整体盈利水平降低的风险。

问题5.年报披露，公司2020年末应收账款余额为13,71亿元，同比增长46.63%，主要系销售增长所致；其中前五名应收账款汇总金额6.86亿元，占年末余额的49.83%，期末应收款项融资余额为3,240.61万元，同比下降62.49%，主要系银行承兑汇票减少所致。请公司补充披露：（1）各业务模式下款项收付政策、付款周期等，并分析公司应收账款余额增长比例远高于营业收入增幅的原因及匹配性；（2）前五名应收账款客户的具体情况，包括名称、关联关系、交易背景、产品类型、金额、账期等，并说明应收余额集中度较高的原因；（3）说明公司票据使用政策、贴现和背书情况，分析银行承兑汇票变动的背景。请年审会计师对上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】

（一）各业务模式下款项收付政策、付款周期等，并分析公司应收账款余额增长比例远高于营业收入增幅的原因及匹配性；

1、各业务模式下款项收付政策、付款周期

公司建立了严格的销售信用政策，以收款方式、信用期和赊销额度进行多重管控。对于每个客户依据其实际情况进行信用评估，定期调整赊销额度。

主要客户的付款周期为：

跨国公司、上市公司等大型优质企业的账期为60-90天；中型企业一般执行部分预付+出货前付；规模较小的中小企业执行先款后货。

2、公司应收账款余额增长比例远高于营业收入增幅的原因及匹配性

1）公司年末应收账款余额同比增长46.63%，余额增长主要源于本年度第四季度销售增长。2020年初开始由于新冠疫情，一季度订单明显较少，二季度开始恢复正常，三季度较快增长，四季度实现猛增，订单的增长带来本年四季度销售较2019年度四季度同比增长36.77%。应收账款余额的增幅与第四季度销售的增幅基本一致。

单位：万元

项目	2020年第四季度	2019年第四季度	同比增长额	增长率
营业收入	203,992.25	149,148.19	54,844.06	36.77%

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	同比增长额	增长率
应收账款	137,061.93	93,475.46	43,586.47	46.63%

2）此外，公司自2020年1月1日起执行新收入准则，根据准则调整了首次执行新收入准则2020年1月1日的财务报表：对于2019年12月31日按客户结所有的应收账款及预收款项进行抵销，而2020年仅对同一合同（订单）项下的应收账款及预收款项进行抵销。剔除此会计准则变更因素，在同一口径下，2020年末应收账款较年初数同比实际增长28.92%。详见年度审计报告附注33：重要会计政策和会计估计变更。

单位：万元

项目	2019年12月31日	会计准则调整	2020年1月1日
应收账款	93,475.46	12,842.46	106,317.92

在新收入准则下，2020年12月31日应收账款账面价值为13,71亿元；同口径调整2020年初数，应收账款账面价值为10.63亿元，2020年末应收账款较年初数同比实际增长28.92%。

单位：万元

项目	2020年12月31日	2020年1月1日	同比增加额	增长率
同口径下应收账款	137,061.93	106,317.92	30,744.01	28.92%

（二）前五名应收账款客户的具体情况，包括名称、关联关系、交易背景、产品类型、金额、账期等，并说明应收余额集中度较高的原因；

1、应收账款前五名客户的名称、产品类型、金额

应收账款客户前5位	金额	关联关系	产品名称及类型
客户1	22,778.34	无关联关系	吸尘器、小家电
客户2	21,221.45	无关联关系	吸尘器
客户3	13,843.49	无关联关系	吸尘器、小家电
客户4	6,965.30	无关联关系	吸尘器、园林工具、电机
客户5	3,762.64	无关联关系	吸尘器、小家电
小计	68,571.22		

公司前五位应收账款客户均为海外ODM客户，均属于国际一线大客户，公司与其签订保密协议，约定在任何情况下不能公布与其合作关系。而且，由于上述客户均为境外客户，公司名称均为外文，其名称涉及英语、德语等多种语言，具有极高的辨识度，因此出于保密考虑，以客户1、客户2、……的方式代称应收账款客户前位的客户。

2、关联关系

2020年末，应收账款余额前5位的客户均为境外国际一线大客户，与公司不存在关联关系。

3、交易背景

公司应收账款余额前5位的客户均为国际一线品牌，其中部分为世界五百强企业，公司与该5位客户合作关系均超过8年。在长期的合作中，公司通过ODM的形式助力客户在吸尘器、园林工具等产品领域的业务拓展，实现了共赢。自合作以来，该5位客户合作国外市场的规模一直处于稳定增长状态。

4、应收余额集中度较高的原因

公司应收账款余额集中度较高，主要是相关客户的销售占比较高同时同比四季度收入增幅较其他客户高共同影响所致。

（三）说明公司票据使用政策、贴现和背书情况，分析银行承兑汇票变动的背景。

公司将既以收取合同现金流量为目的，又以出售为目的的银行承兑汇票分类为应收款项融资。

根据公司财务部制定的《银行承兑汇票管理规定》，财务出纳收到银行承兑汇票后，对银行承兑汇票的内容进行审核，包括：票据类型、付款人、金额、到期日、承兑行、背书是否连续等；对农村信用合作社、地方银行等所开具的银行承兑汇票，各业务部门必须取得客户出具的原诺书或经财务副总审批同意方可收取；对金额较大或有疑问的票据，公司应签发单位开户行进行核实，确认无误后给对方开具收票收据；出纳将所收电子票据在网银上进行票面以及打印存档，同时将打印后的电票及收据及时进行账务处理并将纸质票证进档。

根据付款需要，经财务经理审核后对票据进行背书，被拒绝承兑的票据、拒绝付款的票据和超过提示付款期限的票据不得背书；

根据企业资金流动需求量，经财务经理审批后可以贴现（票据法）的有关规定在公司网银申请对所收票据（除同头票）进行线上贴现；

（四）说明公司票据使用政策、贴现和背书情况，分析银行承兑汇票变动的背景。请年审会计师对上述事项进行核查并发表意见。

【公司回复】

（一）说明公司票据使用政策、贴现和背书情况，分析银行承兑汇票变动的背景

1、公司票据使用政策

公司对票据的管理流程，从购料动态市场调研、供应商筛选、认证、质量审核、跟踪与控制等环节进行供应链管理。

采购订单下达后，各分厂采购部通过ERP管理系统订单执行状态跟踪；物料到达后质检人员对物料进行抽检，并将抽检结果录入供应商评价系统；检验合格的物料交给各分厂仓储部门后进入仓库。

公司采用ERP管理系统管理物料，各部门相互配合，对采购过程各环节进行全程有效的覆盖，按时、保质、保量地采购到所需物料。

2、票据贴现

公司主要产品为无刷数码电机和家用电器，其中：无刷数码电机、外转电器以及内销ODM采用“订单生产”的模式。

公司根据客户每月预计订单制定未来一段时间内的生产计划，并且按照排产计划制定物料采购计划；接收到客户的确认订单后，由采购部门购进原料，再由各生产部门按照生产要求的型号、数量以及交货期组织生产，快速响应客户需求。

公司接到新项目后，研发中心根据客户要求对新项目产品进行研究开发，公司技术研发中心与生产部门紧密配合，及时改进研发和设计方案，新产品的小批量试产经检验合格以及客户确认后，再进行新产品的大批量生产。公司凭借自身较强的研发实力，能够为客户进行产品前期开发和设计，满足客户个性化需求。

（3）销售模式

针对电机业务以及家用电器ODM业务，公司作为原始设计制造商（ODM）参与全球化产业分工合作，根据客户产品规划和订单需求，进行产品前期设计和开发，产品开发方案经客户认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，公司负责提供符合方案要求的样品，通过客户最终确认后组织批量生产，发货至客户指定仓库。

2、主要客户

公司始终坚持全球化市场发展战略，一切从市场和客户需求出发，坚持与国际高端品牌和地区性知名品牌的战略合作关系，把莱克的技术优势、制造优势与世界五百强企业的品牌优势互相结合，实现业务的高速持续增长。

公司由于产品品质和用户口碑好，产品也通过欧盟CE、德国GS、T u V、英国BEAB、美国UL、澳大利亚RCM、中国CCC、COC、且本PSE等认证，拥有行销全球的通行证，主要为国外知名品牌。合作客户主要包括Shark（鲨客）、BISSELL（必胜）、Philips（飞利浦）、TTI（创科实业）、Bosch（博世）、Husqvarna（胡斯华纳）、Karcher（凯驰）、Electrolux（伊莱克斯）、MTD（美特达）、Hitachi（日立）等全球知名企业，供应包括吸尘器、园林工具、微特电机等产品。

3、市场竞争格局

海关总署数据显示，2020年我国累计来源地出口的33.9亿台，同比增长14.2%，出口金额约4,582亿元人民币，同比提升24.2%；其中，吸尘器行业产品出口规模为14,773万台，同比增长25.7%，出口金额为397.2亿元人民币，同比增长30.8%。

公司在国外市场销售的环境清洁电器主要为吸尘器，主要竞争对手为江苏美的清洁电器股份有限公司、科沃斯机器人股份有限公司、苏州爱普电器有限公司等一批家用电器设计制造商。

公司凭借多年累积的先进制造工艺技术，产品设计和研发能力，在海外市场长期与众多世界500强企业开展业务合作，公司处于吸尘器行业领先地位。

4、海外需求增长驱动因素及可持续性

（1）2020年海外需求大幅增长，主要有以下驱动因素：

1）持续推行高端化、无线化和智能化产品升级策略，提升客单价；

2）不断开发新品类、新客户、新市场。

（2）海外需求增长的可持续性

1）持续推行高端化、无线化、智能化策略，提升客单价，带来海外市场销售收入的持续增长。

通过提高产品档次、增加产品附加值的方式，提升产品单价，从而提升产品收入和利润水平。以吸尘器行业为例，全球每年的需求约1亿台，目前美国家庭的存量吸尘器以有线为主，而参考欧洲吸尘器市场的发展史，未来无线化将是不可逆转的趋势，2020年，公司无线化产品占比大约为30%，根据无线化趋势，未来可达80%左右。目前无线吸尘器的客单价约为有线吸尘器的2.5-3倍，这一转化过程，必然可以带来海外市场销售收入的持续增长。

2）不断开发新品类、新客户、新市场，海外ODM业务具有很大的发展空间，海外收入将持续增长。

公司不断开发新品类，空气净化器、洗地机、水离子吹风机、智能厨电、智能净水等新品类产品，扩充了新增长点。2020年，公司空净产品出口大幅增长340%，同时伴随着新客户和新市场的开发，未来海外市场具有很大的发展空间，海外收入将持续增长。

（二）结合公司海外业务的款项收付政策及合同约定，说明海外业务生产及供货周期、收入确认时点、收款期等，明确回款是否存在风险；

1、生产及供货周期

公司订单周期为1-3个月滚动。公司采取“订单生产”与“库存补货”相结合的方式，安排生产和供货。

2、收入确认时点

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得

几乎全部的经济利益。具体原则如下：

公司出口商品主要采用FOB模式结算，在商品已报关并完成装运出港时确认收入的实现。

3、收款账期

公司建立了严格的销售信用政策，以收款方式、信用期和赊销额度进行多重管控。对于每个客户依据其实际情况进行信用评估，定期调整赊销额度。

主要收款账期为：

跨国公司、上市公司等大型优质企业的账期为60-90天；中型企业一般执行部分预付+出货前付；规模较小的中小企业执行先款后货。

4、回款风险可控

公司财务部成立了专门的销控科实时跟踪每个客户的信用情况、下单额度、发货额度和回款情况，并将跟踪结果实时反馈其他各团队进行及时的追踪把控。

公司目前合作的大多是世界五百强等大型企业，客户信用良好。此外，在内部风险控制方面，公司会根据各客户与公司的过往交易记录、财务状况、未来订单预期、交期、付款周期等给与各客户授信额度，并实时监控各客户的下单、发货、回款情况。因此，公司认为目前客户回款不存在风险。

（三）结合公司海外业务的战略安排及具体经营计划，说明未来拟投入的资源及建设目标，可能面临的风险及障碍，以及预期达到的效果。

1、海外业务的战略安排

国外市场抓外循环，为应对日趋复杂的国际贸易摩擦关系，公司在东南亚建立了生产基地。公司将适时加大越南生产基地建设投入、优化产业价布局，提升公司整体竞争实力和盈利能力。

2、海外投入的资源和建设目标

2019年，公司通过“走出去”建立越南生产工厂，以应对变化的国际贸易环境。2020年，越南基地产能近200万台，产量近80万台，实现越南生产基地盈利。

目前，公司拟进一步扩大在越南的产能，拟将越南项目总投资提高至不超过4,000万美元；相关投资已经得到了国家商务、发改等部门的审批；购地扩产协议正与越南土地提供方洽谈中。

3、可能面临的风险、障碍及应对措施

越南投资目前可能面临的风险和障碍包括：

（1）基础设施薄弱，产品配套能力低，交通运输、电力供应等方面欠缺；

（2）政府部门行政效率低，执法不严、政府干预行为普遍；

（3）越南劳动力虽然丰富，但具有熟练技能的工人相对缺乏。

针对上