证券代码:301043　　证券简称:绿岛风　　公告编号:2021-022

广东绿岛风空气系统股份有限公司关于对深圳证券交易所2021年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

广东绿岛风空气系统股份有限公司(以下简称“公司”或“绿岛风”)于2022年5月13日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对广东绿岛风空气系统股份有限公司的2021年年报问询函(创业板年报问询函【2022】第332号》(以下简称“问询函”),公司对此高度重视,遵照问询函的要求及时组织相关机构及人员对相关问题进行核查,现将回复内容公告如下:

问题1. 报告期内,公司实现营业收入5.51亿元,同比上升33.74%,分地区看,华中、华北、西北地区营业收入分别同比上升51.47%、54.69%、59.29%,上升幅度高于其他地区。综合毛利率为28.91%,同比下降6.41个百分点。

(1)请结合行业环境、公司具体生产经营情况、主要客户变动情况等说明报告期内营业收入同比上升的原因及合理性。

(2)请补充说明近两年前五大客户的基本情况,包括客户名称、销售内容、金额、回款情况,与公司、实际控制人、控股股东、董监高是否存在关联关系,如相关客户2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性。

(3)请结合公司业务拓展、订单获取、主要客户情况等说明报告期内华中、华北、西北地区营业收入大幅上升的原因及合理性,上升幅度高于其他地区的原因及合理性。

(4)请结合具体产品销售价格、成本变动等说明毛利率同比下降的原因及合理性,与同行业公司是否一致,如否,说明原因及合理性。公司在《招股说明书》中是否充分提示相关风险。

请年审机构核查并发表明确意见。

【公司回复】

(1)请结合行业环境、公司具体生产经营情况、主要客户变动情况等说明报告期内营业收入同比上升的原因及合理性。

1、行业环境方面

公司室内通风系统产品可广泛应用于国民经济各个领域,如民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等,这些应用领域的持续发展推动了室内通风系统产品需求的不断增长。据华经产业研究院统计,近年来我国新风行业成长性显现,2013-2020年快速规模不断增长,新风系统行业在国内处于快速成长期,在2020年疫情的催化下,新风系统逐步受到消费者的追捧,整体市场规模达到200亿元,近六年复合增长率超30%。据奥维云网数据,2021年中国新风系统销量预计将达311万套,同比增长47.39%,销售额预计将达291亿元,同比增长46.23%。

公司2021年度营业收入为55,145.49万元,同比增长33.74%,公司营业收入增长情况与新风系统行业预计的增长情况趋向一致。

2、公司生产经营情况

在产品渠道拓展方面,公司利用信息化的技术加强渠道开拓与管控,同时引入渠道下沉的销售战略,不断开发新客户,通过广告投放、展会/推广会、聘请明星为公司品牌形象大使等方式提升公司品牌知名度;加大在电商平台的资源投入,增加电商平台推广费用、增加人员配置、扩展电商产品线;在产品应用设计方面,公司以市场为导向,不断提升公司研发实力,持续创新产品,提供优质的产品应用解决方案,以满足多样化应用场景的通风需求,巩固了公司的市场口碑;在产品生产方面,公司2021年下半年增加生产线扩大产能,增加车间生产员工169人以匹配产能的扩大。

3、公司主要客户变动情况

公司2021年度前十大客户的收入变动情况如下:

单位:万元

客户名称	2021年度销售额	2020年度销售额	变动额	变动率
广州建朝环境科技有限公司	3,554.08	3,523.43	30.65	0.87%
广州杰泰贸易有限公司	3,080.09	1,918.13	1,161.96	60.58%
杭州风行机电设备有限公司、杭州华哲科技有限公司、南京福将电气有限公司、南京绿装环境科技有限公司	1,880.01	1,632.99	247.02	15.13%
江门市亿恒再生资源有限公司	1,482.67	705.83	776.84	110.06%
长沙绿润电器贸易有限公司	1,274.12	946.46	327.66	34.62%
苏州市德东五金机电设备有限公司	1,113.03	823.96	289.07	35.08%
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	1,102.00	896.24	205.76	22.96%
上海雷力电器有限公司	1,062.88	674.75	388.13	57.52%
重庆嘉代通风设备有限公司	1,032.65	860.77	171.88	19.97%
山东高泰净化设备有限公司	1,031.53	740.04	291.49	39.39%
合计	16,613.06	12,722.60	3,890.46	30.58%

公司2021年度营业收入较2020年度增长13,911.39万元,增长率为33.74%。公司2021年度前十大客户的销售额占营业收入比例为30.13%,前十大客户的总体销售增长率为30.58%,与公司营业收入增长保持同步。

江门市亿恒再生资源有限公司是公司的钢材边角料销售商,销售额增长较快主要是公司本年产量增加相应钢材边角料增多,同时钢材采购单价上涨钢材边角料的收购价也相应上涨(2021年CSPI国内钢材价格指数平均值较上年同期增长36.46点,增长34.53%,数据来源:钢铁工业协会),钢材边角料销售额有所增长。

广州杰泰贸易有限公司的主要销售区域是广州及周边地区,上海雷力电器有限公司的主要销售区域是上海,其销售增长率较快主要是2021年度是公司加大了在广州南站、上海虹桥高铁站的广告投入力度,带动了相关区域的快速增长。

综上所述,公司2021年度销售额增长的主要原因有:①公司本年继续推进对经销渠道实施了“下沉”策略,对于原未覆盖的县市区域通过经销授权方式实现渠道覆盖。同时公司本年聘请了刘涛作为公司的形象大使,加大了在高铁站的广告推广,并且公司本年在创业板上市,公司品牌影响力得到一定的提升,带动公司销售收入的增长;②公司新客户开发情况良好,带动销售额增长3,353.71万元;③公司本年加大在电商平台的资源投入,加大电商平台推广费用、增加人员配置、扩展电商产品线,线上销售收入增长较快,2021年度线上销售额为1,107.90万元,较去年增长了1,002.68万元,同比增幅952.90%。

(2)请补充说明近两年前五大客户的基本情况,包括客户名称、销售内容、金额、回款情况,与公司、实际控制人、控股股东、董监高是否存在关联关系,如相关客户2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性。

①近两年前五大客户的基本情况,与公司、实际控制人、控股股东、董监高是否存在关联关系

公司近两年前五大客户的基本情况如下:

客户名称	成立时间	注册地址	注册资本(万元)	从事业务	股权结构	董监高	是否存在关联关系
广州建朝环境科技有限公司	2012年5月31日	广州市白云区广州大道北同和中路28号之一金圣大厦10楼	2,000	通风设备、风口管道配件等	王全99%、王匡1%	王全(执行董事兼总经理)、王匡(监事)	否
广州杰泰贸易有限公司	2003年7月1日	广州市天河区车陂北街29号502室(仅限办公)	300	通风设备	郝廷佳55%、吴康泉45%	郝廷佳(执行董事兼总经理)、吴康泉(监事)	否
杭州风行机电设备有限公司	2004年12月1日	中国(浙江)自由贸易试验区杭州市滨江区西兴街道丹枫路788号1幢701室	510	通风设备、开关照明类业务	张开泉50%、于雪艳50%	于雪艳(执行董事兼总经理)、张开泉(监事)	否
杭州华哲科技有限公司	2010年4月20日	浙江省杭州市滨江区西兴街道丹枫路788号1幢704室	1,500	通风设备、开关照明类业务	于雪艳63.67%、张开泉33.33%、杭州风行机电设备有限公司3%	张开泉(执行董事兼总经理)、于雪艳(监事)	否
南京福将电气有限公司	2005年11月23日	南京市建邺区应天西路168号10幢201室	50	通风设备、开关照明类业务	张开泉70%、周小林30%	周小林(执行董事兼总经理)、张开泉(监事)	否
南京绿装环境科技有限公司	2019年3月21日	南京市雨花台区凤集大道15号61幢B03栋108室	510	通风设备、开关照明类业务	张宇坤70%、王洪磊15%、张开元15%	王洪磊(执行董事)、张开元(监事)	否
江门市亿恒再生资源有限公司	2018年12月13日	江门市新会区罗坑镇芦中村委会安和后(土名)	100	再生资源回收	陈茂盛99%、刘平花1%	陈茂盛(执行董事、经理)、刘平花(监事)	否
长沙绿润电器贸易有限公司	2016年4月1日	长沙市开福区沙坪街道中青路1318号佳海工业园B11栋603房	50	通风设备	罗昕明100%	罗昕明(执行董事兼总经理)、杨元香(监事)	否
苏州市德东五金机电设备有限公司	2002年11月19日	苏州市城北西路1599号D9幢105室	50	通风设备	王银森80%、王颖20%	王银森(执行董事)、王颖(监事)	否
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	2008年11月18日	深圳市龙华区龙华街道松和社区东吴工业区厂房十一1层	100	通风设备	胡家杰100%	胡家杰(执行董事、总经理)、张海涛(监事)	否

注:杭州风行机电设备有限公司、杭州华哲科技有限公司、南京福将电气有限公司、南京绿装环境科技有限公司是张开泉控制的企业。

公司实际控制人、控股股东、董监高与公司近两年前五大客户均不存在关联关系。

②近两年前五大客户的销售内容、金额、回款情况,如相关客户2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性。

公司近两年前五大客户的销售额及回款情况如下:

单位:万元

客户名称	销售内容	2021年销售额(含税)	2021年回款额	销售回款率	2020年销售额(含税)	2020年回款额	销售回款率
广州建朝环境科技有限公司	新风系列产品、风幕机	4,051.79	4,046.81	99.88%	3,933.85	4,239.11	107.76%
广州杰泰贸易有限公司	新风系列产品、风幕机	3,511.42	3,192.10	90.91%	2,178.14	2,288.90	105.09%
杭州风行机电设备有限公司、杭州华哲科技有限公司、南京福将电气有限公司、南京绿装环境科技有限公司	新风系列产品、风幕机	2,142.48	2,139.12	99.84%	1,864.93	1,928.09	103.39%
江门市亿恒再生资源有限公司	钢材边角料	1,675.42	1,675.42	100.00%	797.59	797.59	100.00%
长沙绿润电器贸易有限公司	新风系列产品、风幕机	1,452.54	1,389.18	95.64%	1,071.59	1,160.43	108.29%
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	新风系列产品、风幕机	1,371.67	1,451.80	105.84%	1,022.32	1,044.20	102.14%
合计		14,205.32	13,894.43	97.81%	10,868.42	11,458.32	105.43%

公司2020年度和2021年度前五大客户的平均销售回款率分别为105.43%和97.81%,销售回款情况良好。公司近两年前五大客户销售金额变动较大的客户主要有广州杰泰贸易有限公司和江门市亿恒再生资源有限公司,变动原因参见第1题第(1)问的相关回复。

(3)请结合公司业务拓展、订单获取、主要客户情况等说明报告期内华中、华北、西北地区营业收入大幅上升的原因及合理性,上升幅度高于其他地区的原因及合理性。

公司境内销售以经销模式为主,兼有部分直销、电商模式;公司境外销售以ODM模式为主。经销模式下,经销商向公司以买断形式采购产品后,通过买断式交易方式向下游进行销售,直接销售或通过分销商销售至以五金店、建材店、灯饰店、暖通店等为主的全国各地终端销售网点,或将产品销售至房地产公司、建筑公司、安装公司等,在向公司采购价的基础上增加合理毛利空间以获取经济利益。直销模式下,公司将产品销售至房地产公司、建筑公司、安装公司等客户,或者销售至酒店、餐饮机构、工厂等需要自用公司产品的客户。

在内销方面公司业务拓展的策略主要有:①下沉经销渠道,自行或与经销商共同扩展终端网点;②通过聘请形象大使、广告推广、开设体验店等方式提升品牌在终端消费者中的知名度,增强“绿岛风”品牌的影响力。公司通过提升品牌影响力增加客户的下单量。

公司开拓外销客户的主要途径为参加国内外的展会活动,通过广泛参加大中型展会向客户展示公司产品,提供产品技术规格、产品报价等,在展会上达成初步合作意向。在展会活动结束后,主要通过邮件、微信等社交软件方式与客户进行沟通获取订单。

报告期内公司销售分区的销售收入情况如下:

单位:万元

分区	2021年度销售额	2020年度销售额	变动额	变动率
华东	16,752.63	12,728.89	4,023.74	31.61%
华南	18,926.70	14,237.73	4,688.97	32.93%
华中	4,245.01	2,802.62	1,442.39	51.47%
华北	5,614.25	3,629.45	1,984.80	54.69%
西南	3,562.38	2,725.55	836.83	30.70%
西北	1,601.81	1,005.59	596.22	59.29%
东北	613.70	543.33	70.37	12.95%
境外	3,829.01	3,560.94	268.07	7.53%
合计	55,145.49	41,234.10	13,911.39	33.74%

公司2021年度在华中地区、华北地区和西北地区销售增长率分别为51.47%、54.69%和59.29%,高于公司整体的销售增长率,各地区增长较快的原因如下:

1)华中地区:2019年12月新冠疫情在武汉爆发,2020年上半年对华中地区销售影响较大,公司2020年度在华中地区的销售额同比下降21.01%。2021年公司在华中地区的销售额回归正常的水平,2021年度华中地区销售额较2019年度增长19.64%。公司2021年度在华中地区销售增长率较快主要是2020年度华中地区受新冠疫情影响销售额较低,2021年度销售额恢复所致。

2)华北地区:2021年度公司在华北地区销售额增长较快主要原因有:①公司加大在电商平台的资源投入,增加电商平台推广费用、增加人员配置、扩展电商产品线,公司在京东商城的销售额从2020年的77.30万元增加至714.45万元,销售额快速增长;②公司直销客户中铁建工集团有限公司加大向公司的采购用于北京铁路枢纽丰台站南北区的相关工程,销售额从2020年的43.79万元增加至319.68万元,销售增长较快。

3)西北地区:公司在西北地区销售额基数较低,公司本年加大在西北地区的销售下沉力度,增加产品的推广力度,实现了西北地区销售额的较快增长。

(4)请结合具体产品销售价格、成本变动等说明毛利率同比下降的原因及合理性,与同行业公司是否一致,如否,说明原因及合理性。公司在《招股说明书》中是否充分提示相关风险。

公司各类产品的销售单价、单位成本的变动情况如下:

单位:元

类别	细分类型	项目	2021年度	2020年度	变动
新风系列产品	工业风机	毛利率	16.25%	28.90%	-12.65%
		销售单价	646.06	654.59	-1.30%
		单位成本	541.08	465.1	16.34%
	换气扇	毛利率	36.35%	40.24%	-3.89%
		销售单价	97.54	85.2	14.48%
		单位成本	62.08	50.91	21.94%
	建筑风机	毛利率	15.59%	20.49%	-4.90%
		销售单价	3,234.07	3,023.55	6.96%
		单位成本	2,730.01	2,413.45	13.12%
	新风交换机	毛利率	36.08%	43.15%	-7.07%
		销售单价	1,871.75	1,912.04	-2.11%
		单位成本	1,196.41	1,086.45	10.12%
风幕机	非加热型风幕机	毛利率	29.89%	37.19%	-7.30%
		销售单价	391.61	388.31	0.85%
		单位成本	274.54	243.88	12.57%
	热风幕机	毛利率	36.63%	42.66%	-6.03%
		销售单价	893.49	838.31	6.58%
		单位成本	566.16	480.66	17.79%

从上表可知,公司各类产品的毛利率均有不同幅度的下降,并且单位成本的增长率高于销售单价的增长率,公司毛利率同比下滑的主要原因是各类产品的单位成本上涨所影响。

公司原材料采购主要包括钢材、五金塑料制品、电子元器件、电机、铜质漆包线、塑料原料、包装材料等。报告期内主要原材料采购金额情况如下:

单位:万元

项目	2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比
钢材	11,838.21	36.25%	5,713.13	29.94%
五金塑料制品	3,749.26	11.48%	2,548.10	13.36%
电子元器件	2,492.58	7.63%	1,627.17	8.53%
电机	2,835.08	8.68%	1,703.45	8.93%
铜质漆包线	3,114.12	9.54%	1,807.90	9.48%
塑料原料	1,537.75	4.71%	922.83	4.84%
包装材料	2,179.42	6.67%	1,546.68	8.11%
其他	4,906.39	15.03%	3,210.24	16.83%
合计	32,652.82	100.00%	19,079.50	100.00%

由于公司的原料型号较多,不同原料的规格、型号、性能不同,单价存在较大差异,我们选取具有代表性的不同型号的原料的采购单价进行对比,具体情况如下:

单位:(元/公斤、元/件)

类别	型号	2021年度平均采购单价	2020年度平均采购单价	变动率
钢材	硅钢片/0.5(W800)	6.77	4.73	43.13%
钢材	冷轧钢板/1.0*C(宽度1300以下)	5.54	4.00	38.50%
钢材	镀锌板/1.0*1250*2500(鞍钢、无花哑光)	140.45	110.67	26.91%
塑料原料	注塑料(PP/EPC30R—H)	8.41	7.87	6.86%
塑料原料	注塑料(ABS/惠州LG—HP171)	15.11	10.63	42.14%
铜质漆包线	铜质漆包线	65.62	45.94	42.84%
五金塑料	风幕机风轮/离心/黑色、ABS(增韧剂)	3.24	3.10	4.52%
五金塑料	直流送风机进出风口/DPT25—76B(冲)	7.00	7.03	-0.43%
五金塑料	风轮/BPT15—4.5/φ180/ABS	6.35	5.99	6.01%
电子元器件	交换器/1474.7*1370*1382/1500	318.42	319.50	-0.34%
电子元器件	电脑板/FMA/风幕机/接收器线0.12M	21.47	20.43	5.09%
电子元器件	三扁插电源线/3*0.75*1.8M	3.92	3.23	21.36%
电机	电机/Y90L—6—YFK(1.1KW)	451.86	369.82	22.18%
电机	电机/YXF160M—4B5(一)(11KW)(Y2系列接线盒)	2,511.43	1,997.07	25.76%

从上表可知,公司2021年度主要原材料的平均采购单价较2020年度总体上是上涨趋势,其中钢材、塑料原料、铜质漆包线和电机的涨幅较大。公司各类产品的单位成本上涨主要是主要原材料采购单价的上涨所致。

2021年度同行业公司毛利率变动情况如下:

同行业可比公司	毛利率变动率	产品类别
亿利达	-3.35%	空调风机及配件
盈峰环境	-3.49%	智能装备
南风股份	-8.43%	通风与空气处理系统设备
金盾股份	7.84%	通风与空气处理系统设备
平均	-1.86%	
公司	-6.41%	

2021年度公司毛利率变动方向与同行业公司变动一致。

【会计师回复】

1、会计师核查过程

(1)访谈公司管理层,了解室内通风系统行业的行业环境、公司的经营情况,了解公司销售收入增长的原因;

(2)向公司管理层了解本年主要客户收入变动较大的原因以及华中、华北、西北地区销售收入增较快的原因,并判断其合理性;

(3)通过国家企业信用信息公示系统网站查询主要客户基本资料,包括成立时间、股权结构等;

(4)获取公司采购明细表,分析报告期内主要原材料平均采购价格的变动情况;

(5)查阅同行业上市公司年度报告,获取经营业绩相关数据,并与公司财务数据进行比较分析;

(6)获取公司销售收入明细表,复核各类产品销售单价和销售成本的变动趋势,向公司管理层了解毛利率下降的原因,并判断其合理性。

2、会计师核查结论

经核查,我们认为:

(1)公司室内通风系统产品广泛应用于民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等国民经济各个领域,这些应用领域的持续发展推动了室内通风系统产品需求的不断增长。本年公司加大产品推广力度、加大新客户的开拓,销售收入增长具有一定的合理性;

(2)公司近两年前五大客户与公司实际控制人、控股股东、董监高均不存在关联关系;

(3)公司在华中地区、华北地区、西北地区的营业收入快速增长具有一定的合理性;

(4)公司毛利率同比下降主要是主要原材料采购价格上涨导致单位成本上涨,与同行业可比公司情况基本一致。

问题2. 报告期内,公司境内经销模式下实现收入4.71亿元,占全年营业收入的88.04%。

(1)请结合行业特点、公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理性。

(2)请说明近两年前十大经销商的基本情况,包括但不限于注册资本、成立时间、与公司的合作历史、本期交易金额、毛利率、期后回款及退货金额等,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高是否存在关联关系,如相关经销商2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性。

请会计师核查并发表意见。

【公司回复】

(1)请结合行业特点、公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理性。

①公司以经销为主的销售模式具有合理性和优势

公司主营业务为室内通风系统产品的设计研发、生产及销售,产品主要应用于民用住宅、商业场所、工业厂房、市政公用场所等领域,终端客户数量众多,客户类型、所处地域较为分散,规模差异较大;此外,公司产品具有单价相对较低、单个订单金额相对较小、订单数量多的销售特点。因而公司若采用直销为主的销售模式来开拓维护客户将产生大量管理成本,并不经济亦不现实。

公司采用经销模式能够更好地满足终端客户对产品的实际需求。一方面,各区域经销商能够充分利用其在公司授权经销范围内所掌握的渠道资源,广泛收集市场信息,充分挖掘市场需求,更高效广泛地实现公司产品的推广、网点的开拓;另一方面,经销商从地理区域和信息沟通方面,更为贴近终端客户,能够根据客户需求针对性提供适合的产品、保证供货和售后的及时性和快速响应。公司长期以来的稳步发展也进一步验证了经销模式的合理性,经过多年发展积累,公司已形成一套稳定、高效的经销商管理体系,销售渠道覆盖华南、华东、华北、华中、东北、西南、西北等全国主要市场区域,终端销售网点遍布全国主要城市并逐步下沉渠道。

②公司以经销为主的销售模式符合行业惯例

公司主营业务为室内通风系统产品的设计研发、生产及销售,产品主要应用于住宅、写字楼、商场、酒店、高铁站、机场、工厂、学校、医院等。目前,A股市场并无与公司完全可比的上市公司,涉及大通风行业的上市公司主要包括亿利达(股票代码:002686)、南风股份(股票代码:300004)、金盾股份(股票代码:300411)、盈峰环境(股票代码:000967)等[松下集团(股票代码PCRFY)在美国上市,年度报告等公告文件未公开披露旗下通风业务板块财务数据]。该等公司在产品种类、客户类型、应用场景、销售模式等方面均与公司存在较大差异,不完全可比。

其中,亿利达的主要产品为中央空调风机,产品专用性强,下游客户为大型中央空调生产企业,目标客户集中,因此采用直销为主的销售模式。南风股份、金盾股份的通风设备产品主要供给核电、隧道等政府主导型基础投资建设项目,目标客户类型相对单一,因此采用直销为主的销售模式。盈峰环境主营业务为环卫装备、环卫服务和环境检测等,通风产品收入占比相对较小,业务范围覆盖核电、地铁、隧道、污水处理、脱硫脱硝、工民建等领域,其通风业务以直销为主、经销为辅。

综上所述,考虑到产品种类、客户类型、应用场景、销售模式等特点,亿利达、南风股份、金盾股份、盈峰环境等大通风行业上市公司与公司不完全可比。

在新风系统细分行业,公司主要竞争对手松下、百朗、兰舍等以经销模式为主;在风幕机细分行业,公司主要竞争对手松下、西奥多、美豪等以经销模式为主,因此公司以经销为主的销售模式符合公司产品特点,也与细分行业通用销售模式一致。

此外,公牛集团(股票代码:603195)、欧普照明(股票代码:603515)、三雄极光(股票代码:300625)、奥普家居(股票代码:603551)等上市公司产品应用场景与公司类似,主要附着商用、家用建筑物使用,该等上市公司产品涵盖开关插座、照明设备、浴霸、新风系统等,均以经销模式为主。

上述上市公司具体情况如下:

公司名称	主要产品	经销收入报告期内占比	经销商数量	下游网点数量
公牛集团	转换器、开关插座、LED照明设备等	2019年1-6月:86.41% 2018年:84.76% 2017年:84.81%	截至2019年6月底2,333家	截至2020年6月底,公司已在全国范围内建立了近75万个五金渠道网点、近12万个专业建材及灯饰渠道网点及18万多个数码配件渠道网点
欧普照明	家居照明灯具、光源、商业照明灯具、照明控制及其他	2015年:69.38% 2014年:74.37% 2013年:82.69%	截至2015年末2,162家	截至2019年末,全国流通网点数量超过14万个
三雄极光	绿色照明灯具、照明光源及照明控制类产品等	2019年:89.14% 2018年:89.13% 2017年:91.34%	350多家	截至2019年末,公司在全国拥有的销售终端已超过20,000家,其中专卖店4,000多家,灯饰店达到98家,全国领航店15家
奥普家居	浴霸、集成吊顶、集成墙面、晾衣机、照明、集成灶、新风系统等	2019年1-6月:75.06% 2018年:75.49% 2017年:85.80%	截至2019年末921家	截至2019年末,公司拥有经销商921家,经销商合计拥有专卖店1,659家

综上所述,亿利达、南风股份、金盾股份等大通风行业上市公司产品专用性强、目标客户相对集中,以直销模式为主,与公司并不完全可比;经对比细分行业竞争对手以及广义范畴的建筑通用设备上市公司,公司以经销为主、覆盖终端销售网点的销售模式整体符合产品属性及行业特点。

(2)请说明近两年前十大经销商的基本情况,包括但不限于注册资本、成立时间、与公司的合作历史、本期交易金额、毛利率、期后回款及退货金额等,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高是否存在关联关系,如相关经销商2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性。

①请说明近两年前十大经销商的基本情况,包括但不限于注册资本、成立时间、与公司的合作历史,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高是否存在关联关系

公司近两年前十大经销商的基本情况如下:

客户名称	成立时间	注册资本(万元)	主营业务	股权结构	实际控制人	与公司的合作历史	是否存在关联关系
广州建朝环境科技有限公司	2012年5月31日	2,000	通风设备、风口管道配件等	王全99%、王匡1%	王全	2012年至今	否
广州杰泰贸易有限公司	2003年7月1日	300	通风设备	郝廷佳55%、吴康泉45%	郝廷佳	2003年至今	否
杭州风行机电设备有限公司	2004年12月1日	510	通风设备、开关照明类业务	张开泉50%、于雪艳50%	张开泉	2004年至今	否
杭州华哲科技有限公司	2010年4月20日	1,500		于雪艳63.67%、张开泉33.33%、杭州风行机电设备有限公司3%		2015-2016年至今	否
南京福将电气有限公司	2006年11月23日	50		张开泉70%、周小林30%		2005-2006年至今	否
南京绿装环境科技有限公司	2019年3月21日	510		张宇坤70%、王洪磊15%、张开元15%		2019年至今	否
长沙绿润电器贸易有限公司	2016年4月1日	50	通风设备	罗昕明100%	罗昕明	2016年至今	否
苏州市德东五金机电设备有限公司	2002年11月19日	50	通风设备	王银森80%、王颖20%	王银森	2008年至今	否
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	2008年11月17日	50	通风设备	胡家杰100%	胡家杰	2009年至今	否
上海雷力电器有限公司	2006年9月27日	300	通风设备	胡美云80%、冯俊霞20%	胡美云	2008年至今	否
重庆嘉代通风设备有限公司	2012年10月15日	50	通风设备、风口管道配件等	陶炳50%、李艳芳50%	陶炳	2012年至今	否
山东高泰净化设备有限公司	2006年1月12日	280	空调、通风设备	王燕50%、庞作权50%	庞作权	2010年至今	否
合肥绿岛机电设备有限公司	2012年3月9日	500	通风设备	顾倩倩90%、叶涛10%	顾倩倩	2013年至今	否
深圳市辉迅达实业有限公司	1997年4月15日	500	通风设备、照明类产品	连远雄88.4%、深圳市显通达科技有限公司11.6%	连远雄	2012年至今	否

公司近两年前十大经销商与公司合作时间较长,与公司控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高均不否存在关联关系。

②近两年前十大经销的本期交易金额、毛利率、期后回款及退货金额情况如下:

客户名称	2021年销售额	毛利率	退货金额	应收账款余额	期后回款
广州建朝环境科技有限公司	3,554.08	26.99%	-	107.74	107.74
广州杰泰贸易有限公司	3,080.09	28.86%	2.97	-	-
杭州风行机电设备有限公司、杭州华哲科技有限公司、南京绿装环境科技有限公司、南京福将电气有限公司	1,880.01	36.43%	-	24.22	24.22
长沙绿润电器贸易有限公司	1,274.12	33.24%	-	-	-
苏州市德东五金机电设备有限公司	1,113.03	33.87%	-	-	-
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	1,102.00	35.69%	-	-	-
上海雷力电器有限公司	1,062.88	36.38%	-	-	-
重庆嘉代通风设备有限公司	1,032.65	32.73%	11.92	19.39	19.39
山东高泰净化设备有限公司	1,031.53	35.35%	-	-	-
合肥绿岛机电设备有限公司	868.68	37.94%	-	13.45	13.45
深圳市辉迅达实业有限公司	678.54	19.33%	0.43	58.67	58.67
合计	16,677.61		15.32	223.47	223.47

注:期后回款截止日为2022年4月30日。

公司近两年前十大经销商的退货率只有0.09%,退货率较低。期末应收账款的期后回款率为100%,期后回款情况良好。

③如相关经销商2021年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性

公司近两年前十大经销商的销售额变动情况如下:

单位:万元

客户名称	2021年销售额	2020年销售额	销售变动率
广州建朝环境科技有限公司	3,554.08	3,523.43	0.87%
广州杰泰贸易有限公司	3,080.09	1,918.13	60.58%
杭州风行机电设备有限公司、杭州华哲科技有限公司、南京绿装环境科技有限公司、南京福将电气有限公司	1,880.01	1,632.99	15.13%
长沙绿润电器贸易有限公司	1,274.12	946.46	34.62%
苏州市德东五金机电设备有限公司	1,113.03	823.96	35.08%
深圳绿导风通风系统有限公司(曾用名:深圳市风之都电器有限公司)	1,102.00	896.24	22.96%
上海雷力电器有限公司	1,062.88	674.75	57.52%
重庆嘉代通风设备有限公司	1,032.65	860.77	19.97%
山东高泰净化设备有限公司	1,031.53	740.04	39.39%
合肥绿岛机电设备有限公司	868.68	667.66	30.11%
深圳市辉迅达实业有限公司	678.54	877.72	-22.69%
合计	16,677.61	13,562.15	17.97%

公司近两年前十大经销商销售额总体增长率为17.97%,其中销售额变动较大的有广州杰泰贸易有限公司、上海雷力电器有限公司和深圳市辉迅达实业有限公司。广州杰泰贸易有限公司的主要销售区域是广州及周边地区,上海雷力电器有限公司的主要销售区域是上海,其销售增长率较快主要是公司加大了在广州南站、上海虹桥高铁站的广告投入力度,带动了相关区域的快速增长。深圳市辉迅达实业有限公司与其主要客户宝能控股(中国)有限公司合作的项目在2021年下半年接近尾声,向公司采购的消防风机有所下降,故2021年销售额降幅较大。

【会计师回复】

1、会计师核查过程

(1)查询同行业上市公司及与公司应用场景相类似的上市公司年度报告、招股说明书等,分析公司销售模式是否符合行业惯例;

(2)向公司负责人了解公司采用经销模式的合理性;

(3)获取公司销售台账,统计近两年前十大经销商的交易金额、毛利率、期后回款和退货金额;

(4)向公司管理层了解主要经销商的合作历史;

(5)向公司管理层了解近两年前十大经销商收入变动较大的原因,并判断其合理性;

(6)通过国家企业信用信息公示系统查询主要客户基本资料,包括成立时间、股权结构等。

2、会计师核查结论

经核查,我们认为:

(1)公司采用经销模式的具有必要性和商业合理性,符合行业惯例;

(2)近两年前十大经销商与公司控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高均不存在关联方关系。2021年销售金额同比变动较大的经销商具有合理性。

问题3. 年报显示,公司存货期末账面价值为1.30亿元,同比上升53.19%。公司产品种类、型号和规格众多,具有“小批多样”的特点,多为标准件,公司持有一定规模的库存。本期计提存货跌价准备0.02亿元。

(1)请结合行业环境、下游需求、在手订单、公司的安全库存等说明期末存货大幅上升的原因及合理性。

(2)请结合存货具体类别、库龄和成新率、市场需求、主要产品价格变化趋势、存货跌价准备的计提方法和测试过程、可变现净值、同行业可比公司情况等说明公司存货跌价准备计提的合理性和充分性,存货跌价准备计提比例是否处于合理水平。

请年审机构核查并发表明确意见。

【公司回复】

(1)请结合行业环境、下游需求、在手订单、公司的安全库存等说明期末存货大幅上升的原因及合理性。

2021年末公司在手订单对库存商品的支持率如下:

| 项目 | 库存商品期末余额 | 在手订单覆盖库存金额 | 在手订单支持率 |
|