

关于浙江天振科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
发行注册环节反馈意见落实函的回复



保荐机构（主承销商）



深圳市福田区福田街道福华一路 119 号安信金融大厦

二〇二二年八月

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

根据深圳证券交易所转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕010507 号）（以下简称“落实函”）的要求，安信证券股份有限公司作为浙江天振科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“天振股份”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），专门组织人员会同发行人、审计机构对落实函的有关问题逐项进行讨论研究和落实回复，对涉及招股说明书的部分进行了修改及补充说明（楷体加粗部分为修改、补充的内容）。

发行人会计师立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”或“申报会计师”）也根据落实函对由其出具的相关申请文件进行了补充和说明，相关文件将作为本落实函回复说明的附件提交。

除另有说明外，本落实函回复中的简称与《招股说明书》中的简称具有相同的含义。

本落实函回复中的字体代表以下含义：

回复内容	字体样式
落实函所列问题	黑体
对落实函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改与补充	楷体（加粗）

目录

问题 1. 关于营业收入	4
--------------------	---

问题 1. 关于营业收入

请发行人说明：（1）报告期各期收入发函比例未明显变动情况下，回函比例大幅下降的原因及合理性，针对未回函差异执行的具体核查程序及收入最终核查比例。（2）发行人的获客方式及不同方式对应收入占比，发行人获客方式与同行业可比公司是否存在显著差异；居间商与发行人建立合作关系过程中涉及到的第三方是否与发行人存在关联关系或其他利益关系，是否存在商业贿赂的情形，居间商提供服务价格的公允性，与同行业可比公司是否存在显著差异。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复说明】

一、报告期各期收入发函比例未明显变动情况下，回函比例大幅下降的原因及合理性，针对未回函差异执行的具体核查程序及收入最终核查比例

（一）报告期各期收入发函、回函情况

报告期内，各期收入发函及回函的数据统计如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	318,098.65	224,305.65	172,775.58
收入发函金额	316,100.05	222,820.57	170,380.15
收入发函金额占营业收入比例	99.37%	99.34%	98.61%
收入回函金额	237,074.50	177,345.58	159,625.07
收入回函金额占营业收入比例	74.53%	79.06%	92.39%
收入已发函未回函金额	79,025.55	45,474.99	10,755.08
收入已发函未回函金额占营业收入比例	24.84%	20.27%	6.22%

其中，各年主要未回函客户（单体销售金额大于 500 万元）及未回函金额列示如下：

单位：万元

2021 年度			
客户名称	未回函金额		说明
	收入金额	应收账款余额	
Lumber Liquidators Services, LLC	40,709.66	2,814.62	对方根据其法务部门要求，不予回函
HOME LEGEND LLC	21,187.44	9,806.32	因疫情原因，回函时间较晚

			(回函金额相符), 披露的回函比例仅统计审计报告日前回函, 未包括此家。
Flooret LLC	6,632.53	573.97	已多次催促, 一直未回
MOHAWK INDUSTRIES, INC	4,508.66	-	已多次催促, 一直未回
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	1,619.96	214.95	已多次催促, 一直未回
Swiff Train	882.36	12.35	已多次催促, 一直未回
Internationales Parkett Centrum	745.87	259.69	已多次催促, 一直未回
Soho Studio LLC	705.16	426.92	已多次催促, 一直未回
合计	76,991.63	14,108.82	-
2020 年度			
客户名称	未回函金额		说明
	收入金额	应收账款余额	
Lumber Liquidators Services, LLC	29,033.76	1,521.19	对方根据其法务部门要求, 不予回函
MOHAWK INDUSTRIES, INC	10,768.56	3,159.72	已多次催促, 一直未回
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	3,680.58	1,053.48	已多次催促, 一直未回
Cali Bamboo LLC	1,247.37	-	已多次催促, 一直未回
合计	44,730.27	5,734.39	-
2019 年度			
客户名称	未回函金额		说明
	收入金额	应收账款余额	
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	3,389.24	942.95	已多次催促, 一直未回
Lumber Liquidators Services, LLC	3,216.35	433.09	对方根据法务部门要求, 不予回函
Cali Bamboo LLC	2,648.36	250.54	已多次催促, 一直未回
MOHAWK INDUSTRIES, INC	505.11	466.22	已多次催促, 一直未回
合计	9,759.06	2,092.80	-

注: 因函证按单体客户为主体发函, 上述客户及金额均为单体公司口径, 未按同一控制下口径进行合并。

上述未回函客户中, Lumber Liquidators 系纽约交易所上市公司 Lumber Liquidators Holdings, Inc.的子公司, 对方根据法务部门要求, 出于公司内控管理

考虑，不予回复公司函证，导致 Lumber Liquidators 的各期函证均未能回收。公司与 Lumber Liquidators 合作情况良好，报告期双方在合同履行中不存在任何争议或纠纷，Lumber Liquidators 也能按照合同约定及时回款，报告期各期末均不存在逾期款项。

报告期内，上述主要未回函客户各期末应收账款均于次年内全部收回，期后回款情况良好，上述主要未回函客户期后回款具体情况如下：

单位：万元

2021 年度			
客户名称	期末应收账款 余额	截止 2022.4.30 已回款金额	未回款金额
Lumber Liquidators Services, LLC	2,814.62	2,814.62	-
HOME LEGEND LLC	9,806.32	9,806.32	-
Flooret LLC	573.97	573.97	-
MOHAWK INDUSTRIES, INC	-	-	-
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	214.95	214.95	-
Swiff Train	12.35	12.35	-
Internationales Parkett Centrum	259.69	259.69	-
Soho Studio LLC	426.92	426.92	-
合计	14,108.82	14,108.82	-
2020 年度			
客户名称	期末应收账款 余额	截止 2021.12.31 已回款金额	未回款金额
Lumber Liquidators Services, LLC	1,521.19	1,521.19	-
MOHAWK INDUSTRIES, INC	3,159.72	3,159.72	-
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	1,053.48	1,053.48	-
Cali Bamboo LLC	-	-	-
合计	5,734.39	5,734.39	-
2019 年度			
客户名称	期末应收账款 余额	截止 2020.12.31 已回款金额	未回款金额
Tarkett Brasil Revestimentos Ltd	942.95	942.95	-
Lumber Liquidators Services, LLC	433.09	433.09	-
Cali Bamboo LLC	250.54	250.54	-
MOHAWK INDUSTRIES, INC	466.22	466.22	-

合计	2,092.80	2,092.80	-
----	----------	----------	---

注：因函证按单体客户为主体发函，上表中期末应收账款余额及回款金额均按照未回函主体口径统计，未按同一控制下口径进行合并。

针对公司与主要未回函客户的交易真实性情况，保荐机构和申报会计师主要实施了以下核查程序：1、查询了上述客户的年度报告、官方网站信息等公开披露信息资料，取得并查阅了中国出口信用保险公司出具的客户基本情况报告，详细了解客户的背景资料；2、结合公司明细账、公司各期出口报关清单等资料，执行了收入循环测试、截止性测试等程序；3、对于未回函的函证执行了替代程序，核查了原始的会计凭证、订单、出库单据、物流信息、报关单、提单、期后回款等资料，替代程序核查收入金额覆盖未回函金额比例为 100%；4、走访其中国办事处或直接访谈总部人员，访谈金额覆盖报告期各年主要未回函客户未回函收入金额比例分别为 100.00%、100.00%和 97.89%，通过访谈对接公司业务的负责人员，了解双方的合作情况，以及是否在履行销售合同方面有争议、纠纷以及诉讼等情况。

因此，发行人与主要未回函客户之间交易真实准确，不存在争议、纠纷以及诉讼等情况。

（二）回函比例大幅下降的原因及合理性

发行人主要客户为外销客户，且都是全球知名的一线地板品牌商、建材零售商，规模较大且内控较为严格，盖章签字审批流程较长。尽管中介机构已采用纸质件邮递及发送电子邮件的双重保障形式向主要外销客户发送函证，部分客户出于其内部管理要求，回函配合程度仍然较低。

近年来已上市或拟上市企业中，涉及境外销售的部分企业的回函情况如下：

公司名称	回函情况	未回函原因
均普智能 (688306.SH)	报告期回函金额占比分别为 20.45%、24.77%、33.74%和 21.99%	主要客户多为各领域的全球知名企业，涉及机密信息，大部分海外客户政策表明不予对公司外的第三方机构回函
瑜欣电子 (301107.SZ)	主要境外客户 Briggs & Stratton Corp 及 Generac Power Systems, Inc.均未回函	百力通、GENERAC 均系美国企业，根据其法务部门的内部规定，不接受海外企业的询函
安联锐视 (301042.SZ)	报告期境外销售收入回函金额占当期境外收入比例分别为 92.04%、89.36%和 71.36%	1、部分境外客户认为回复函证并不是法定义务，按照其商业习惯未予回复；2、部分境外客户的采购规模较小，未予回复；3、发行人主要客户为海外客户，2019 年度和 2020 年函证程序实施

		期间，受海外新冠肺炎疫情尚未得到有效控制影响，存在客户居家办公、物流不畅的情况，导致回函比例有所降低
格力博 (创业板在审)	报告期回函金额占比分别为17.40%、17.75%、12.84%和14.85%	主要由于主要客户如 Lowe's、Amazon 等由于自身内控或法务要求，未予以回函，而相关客户报告期收入占比较高

由上表可见，境外客户由于自身内控、法务或商务习惯原因拒绝回函属于常见情况。

报告期内，一些回函配合度较低的客户的销售额较报告期初有所增加（如 Lumber Liquidators、MOHAWK INDUSTRIES, INC），导致整体回函比例在报告期内有所下降。

同时，受国外疫情影响，部分国外客户从 2021 年中开始居家办公，工作效率不如以往，用于处理回函事务的工作时间及回函积极性有所下降。此外，报告期内多次函证，也导致后期部分客户在主观上对回函处理的积极性降低，这进一步导致了回函比例在报告期内呈现下降趋势。因此部分客户在前期能积极回函，而到了后期则未回函（如 Flooret LLC、Internationales Parkett Centrum）。

综上，报告期内回函比例大幅下降具有合理性。

（三）针对未回函差异执行的具体核查程序及收入最终核查比例

针对回函不符以及未回函的函证，保荐机构、申报会计师执行了替代程序，包括核对原始的会计凭证、订单、出库单据、物流信息、报关单、提单、期后回款，并与相关收入及应收账款余额进行对比分析，验证函证金额的准确性。报告期内中介机构对所有客户回函差异的原因进行核查，对未回函部分、回函差异部分执行替代程序后，未见异常情况。

收入最终核查比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收入已发函未回函金额	79,025.55	45,474.99	10,755.08
未回函已执行替代程序金额（1）	79,025.55	45,474.99	10,755.08
收入发函已回函金额（2）	237,074.50	177,345.58	159,625.07
收入核查金额（3=1+2）	316,100.05	222,820.57	170,380.15
营业收入（4）	318,098.65	224,305.65	172,775.58
收入最终核查比例（5=3/4）	99.37%	99.34%	98.61%

除发函及替代性程序外，公司还对报告期主要客户进行了实地走访或视频访谈，具体访谈比例如下：

单位：万元、家、%

项目	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
	金额	占比	家数	占比	金额	占比	家数	占比	金额	占比	家数	占比
A、现场走访	190,746.75	61.42	14	53.85	126,641.84	57.31	14	56.00	109,161.54	64.28	11	52.38
其中：走访境外客户中国办事处 ^{注1}	190,606.53	61.37	12	46.15	126,150.58	57.09	10	40.00	109,112.76	64.25	10	47.62
走访境内客户经营场所 ^{注2}	140.22	0.05	2	7.69	491.26	0.22	4	16.00	48.78	0.03	1	4.76
B、视频访谈 ^{注3}	119,829.87	38.58	12	46.15	94,323.28	42.69	11	44.00	60,660.02	35.72	10	47.62
其中：视频访谈境外客户总部	119,781.11	38.57	11	42.31	94,232.48	42.65	10	40.00	60,660.02	35.72	10	47.62
视频访谈境内客户	48.76	0.02	1	3.85	90.80	0.04	1	4.00	-	-	-	-
访谈合计①=A+B	310,576.62	100.00	26	100.00	220,965.13	100.00	25	100.00	169,821.56	100.00	21	100.00
营业收入②	318,098.65				224,305.65				172,775.58			
走访金额占比③=①/②	97.64				98.51				98.29			

注：1、走访境外客户中国办事处，是由于公司海外客户集中在美国等疫情较为严重区域，无法实地走访其海外总部，因此对其在中国设有办事处的（中国办事处日常负责与公司对接海外总部采购事宜），中介机构人员实地走访其中国办事处，其中部分客户中国办事处访谈时也接入了总部人员进行了访谈确认。境外客户访谈提纲涉及询问境外客户的经营状况，以及观察中国办事处办公场所的运营状况。中介机构将上述境外客户中国办事处走访方式作为境外总部实地走访的替代程序，该类客户的访谈金额及家数计入“走访境外客户中国办事处”。

2、走访境内客户经营场所，中介机构实地走访了经营场所并进行了客户访谈，并在走访时查看客户实际经营状况。

3、视频访谈中，接受中介机构访谈的人员主要为日常对接发行人业务的采购负责人员，熟悉与公司的交易情况。中介机构访谈时，对于访谈对象身份的真实性，通过以下方式核查：①要求对方提供名片、工作证、身份证或者护照等身份证明文件；②核查客户出具的访谈授权书中被授权人信息与访谈对象身份信息是否相符；③查看发行人业务人员与其之间的邮件、微信沟通记录。

4、上述表格中统计的“现场走访”及“视频访谈”金额与审核问询函回复统计数据存在差异，各期差异数分别为 27,436.95 万元、38,937.97 万元和 482.76 万元，占访谈总额比例分别为 16.16%、17.62%和 0.16%，系审核问询函回复中误将视频访谈境外客户总部的客户 MANNINGTON MILLS, INC 和 THE AMTICO COMPANY LIMITED 的 2019 年和 2020 年的收入合计金额 27,436.95 万元、38,937.97 万元统计进 2019 年、2020 年“现场走访”金额；2021 年误将走访中国办事处客户 SHAW FLOORS INDIA PVT LTD.、Flooring One Source 和阿姆斯壮（中国）投资有限公司的 2021 年收入合计金额 482.76 万元统计进 2021 年“视频访谈”金额。

报告期公司客户集中度较高，各期前五大客户收入占比就分别达到 89.61%、

83.33%和 82.22%。公司各期收入大于 500 万元的家数分别为 16 家、14 家、19 家，数量较少，各期收入大于 100 万元客户家数分别为 22 家、29 家、36 家，也较集中，因此中介机构的走访客户数量能够覆盖报告期较高的收入比例。

在现场走访或视频访谈中，中介机构均通过了解客户的基本情况、合作背景、产品采购及对外销售情况、交易模式、合同履行情况、是否有纠纷、关联关系或其他利益关系等信息，对客户自身业务开展及与发行人交易真实性等情况进行了确认。此外，中介机构也通过查询客户年度报告、官方网站等公开披露资料，中国出口信用保险公司出具的客户基本情况报告等途径对客户经营状况、业务开展情况进行了解。

中介机构现场访谈和视频访谈客户中，均未发现异常情况。

二、发行人的获客方式及不同方式对应收入占比，发行人获客方式与同行业可比公司是否存在显著差异

（一）发行人的获客方式及不同方式对应收入占比

报告期，公司根据客户不同的国别属性分别建立了内销部和外销部对外进行产品营销与市场推广，产品销售均采用直销模式。报告期公司主要通过自主营销获客，也存在少量居间商协助获客的情况，上述获客方式的具体情况如下：

1、自主营销获客

公司通过行业展会、上门拜访、接待来访、邮件、电话等形式自主与客户建立业务联系后，直接同客户签订合同/订单，并负责后续的款项回收及客户关系维护等事宜。

2、居间商协助获客

居间商协助公司对接下游客户资源，向客户推介公司产品，促成公司与客户之间形成业务合作。公司通过在行业内或特定区域拥有资源优势的居间商合作，拓展自己的渠道资源，增强市场开拓能力，加快款项的回收，以提升公司整体的竞争力。

报告期各期，上述不同获客方式对应客户实现的销售收入及占营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

自主营销获客	255,575.66	80.34%	180,940.75	80.67%	159,151.49	92.11%
居间商协助获客	62,522.99	19.66%	43,364.90	19.33%	13,624.09	7.89%
合作居间商数量（家）	5		5		5	

公司具有独立的销售人员和渠道，报告期通过居间商协助获客方式取得收入金额及占比整体较低，不存在主要依赖居间商实现销售收入的情况，居间商协助获客模式对公司不存在重大影响。2019 年和 2020 年居间商协助获客收入占比较 2018 年上升主要系相关客户随着与公司合作的深入，订单量快速增长所致，具有合理性。报告期公司与居间商合作稳定，各期合作的居间商均无变化。

（二）发行人获客方式与同行业可比公司是否存在显著差异

对于以出口销售为主的公司，由于国外市场在文化背景、合作模式、交易习惯等方面与国内存在一定差异，加上其通常缺乏完善的海外营销网络，因此通过第三方机构开拓海外市场是以出口销售为主的公司的一种常见获客方式，能够有效弥补海外渠道短板，快速切入目标海外市场。

在公司同行业可比公司中，海象新材除通过自主营销获客外，也存在通过居间商介绍获客的情况。根据海象新材招股说明书的描述，其通过居间商介绍取得 BEAULIEU、MACRO-UNIVERSE ENTERPRISES LTD、LA HARDWOOD FLOORING INC、FLOORING LIQUIDATORS INC 等重要客户的订单，此模式下的客户主要系通过居间商 SUN SHINE INTERNATIONAL INCORPORATION LIMITED（以下简称“SUN SHINE”）介绍开展合作。2017-2019 年，海象新材向 SUN SHINE 作为居间商介绍的客户的销售占比分别为 9.41%、26.47%、35.87%。居间业务模式作为一种辅助获客方式对海象新材的发展也起到了积极作用。

爱丽家居未在招股说明书中对是否通过第三方获客以及相关内容进行披露说明，仅在与同行业上市公司销售费用-市场推广费（销售渠道费用）比较中提到由于自主品牌业务规模及投入相对较小及主要客户相对稳定等原因，导致其市场推广费用低于同行业可比公司。

另外，创业板在审企业安徽森泰木塑集团股份有限公司（以下简称“森泰股份”，已上市委会议审核通过）和美新科技股份有限公司（以下简称“美新科技”），与公司产品材料及业务模式近似，也存在相似的销售模式，具体情况如下：

公司名称	主营业务	佣金/居间服务内容
------	------	-----------

森泰股份	高性能木塑复合材料、新型石木塑复合材料及其制品和应用的出口销售	产品及市场开发、客户推介、订单下达、货款催收、客户维护等工作
美新科技	主要从事塑木复合材料及其制品的研发、生产和境外销售	支付部分地区的客户介绍佣金，佣金计费主要依据公司与当地客户签署的销售订单金额

由上可见，同行业可比公司中也存在借助居间商渠道辅助获客的情况。因此，发行人获客方式符合行业惯例，与同行业可比公司不存在显著差异。

三、居间商与发行人建立合作关系过程中涉及到的第三方是否与发行人存在关联关系或其他利益关系，是否存在商业贿赂的情形

公司与居间商建立合作的情况如下：

居间商名称	合作时间	建立合作方式	合作关系过程中涉及到的第三方的情况	合作原因	居间商是否与发行人存在关联关系	建立合作关系过程中是否涉及与发行人存在关联关系或其他利益关系的第三方、第三方是否与发行人存在业务往来、资金往来
A	2017年	行业展会结识	A 参加上海 Dometex 行业展会，寻求商业机会，看到公司展台后，与公司主动进行商务联系	认可公司的产品及行业知名度，协助公司开拓北美市场	否	否
B	2017年	朋友介绍	B 系其客户想采购 PVC 地板产品，其通过行业朋友 W 的设备工具类采购经理 G 了解到行业情况后，查找到了公司信息，主动与公司接触	通过朋友介绍和网络查找了解到公司情况后联系公司开展业务	否	否
C	2019年	行业展会结识	C 系其参加上海 Dometex 行业展会，寻求商业机会，看到公司展台后，与公司主动进行商务联系	在美国对中国加征关税后，帮助客户寻找中国以外地区的供应商，了解到天振股份有在越南设厂，便引荐给客户，促成双方的合作	否	否
D	2019年	朋友介绍	D 系其拥有一些欧洲及北美洲客户资源，通过其行业朋友 P 的销售负责人 T 了解到公司后，主动与公司接触询问是否	经朋友介绍认识，协助公司在北美洲和欧洲地区进行推广	否	否

			有推广需求			
E	2014年	朋友介绍	E系其客户想采购PVC地板产品，在其与安吉当地企业Z业务往来中，通过该公司业务人员F了解到公司系行业龙头且在安吉当地后，主动与公司联系接触	客户想采购PVC地板产品，经朋友介绍了解到公司将客户推荐给公司	否	否

居间商通过行业展会与公司直接接触，或由其业内朋友介绍了解到公司情况后与公司主动联系，协助公司开拓海外市场，向公司推介下游客户。

发行人与居间商建立合作关系过程中涉及到的第三方与发行人不存在关联关系或其他利益关系，报告期发行人与上述第三方之间不存在业务往来，发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与上述第三方之间不存在资金往来。

在居间业务模式下，发行人与居间商签订佣金协议后，由居间商帮助公司寻找客户信息，促成业务合作。在此过程中，公司仅同居间商及客户进行协商谈判，并与客户直接签订合同/订单，不涉及其他有关联关系或其他利益关系的第三方，亦不存在商业贿赂情形。

发行人已建立了《货币资金及银行管理制度》、《费用报销管理制度》等内控制度，从费用报销、资金管理等方面防范商业贿赂等不正当竞争行为的出现。发行人主要销售负责人员也均承诺遵守廉洁从业相关规定，在业务开展中不得施行商业贿赂等不正当竞争行为，也不得有其他利益安排或资金往来。

对于居间商，公司在与其签订的佣金协议中均明确，居间商行使居间服务，应当遵守当地法律法规，不得采取夸大宣传、贿赂、欺诈等不正当商业行为。

居间商也均在出具的声明函中说明：“不存在通过商业贿赂或其他不正当竞争方式，帮助公司获取客户的情况；居间商及其董事、监事、高级管理人员和关键经办人员与公司、公司股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和关键经办人员不存在任何关联关系或利益安排；居间商及其董事、监事、高级管理人员和关键经办人员与负责推广的客户不存在关联关系或任何利益安排。”

公司严格遵守相关的法律法规，与居间商无除支付居间服务费外其他资金往来，公司不存在通过居间商支付居间费用对客户进行商业贿赂的情形，不存在委托居间商向客户或客户的关键经办人员进行直接或间接的商业贿赂以及变相利

益输送的情况。

因此，居间商与发行人建立合作关系过程中涉及到的第三方与发行人不存在关联关系或其他利益关系，报告期发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与上述第三方之间不存在资金往来，不存在商业贿赂的情形。

报告期内，公司各年计提和支付的佣金金额如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
计提佣金金额（1）	949.50	585.80	266.80
银行账户实际支付给居间商的佣金金额 ^注 （2）	976.73	268.67	204.82
计提与支付差额（3）=（1）-（2）	-27.23	317.14	61.98
应付佣金余额变动	-27.23	317.14	61.98

注：实际支付给居间商金额根据当年公司银行流水统计汇总，与应付账款-佣金明细科目对应记载的发生额一致。

发行人在确认收入当期计提对应佣金费用。根据《企业会计准则第 14 号-收入》第二十八条规定：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）”。根据发行人与居间商的协议约定，居间商的协议核心义务为“负责落实交易的最终形成”，发行人向居间商支付的佣金系根据居间商促成的交易金额或数量乘以居间费率计算，属于增量成本，即“不取得合同就不会发生的成本。因此，发行人在确认收入当期计提对应佣金费用的会计处理符合《企业会计准则》的要求。

报告期内，各年计提和支付的佣金存在差异主要原因：一方面公司的佣金费用是在客户收入确认当期根据约定的佣金费率计提，报告期公司不存在佣金跨期计提的情况，而实际向居间商支付佣金时点为收到客户对应款项之后，存在时间性差异；另一方面，为督促居间商持续为公司进行推广，公司会延后向居间商支付一部分佣金。经同居间商访谈或邮件确认，报告期双方的合作中不存在争议、纠纷或诉讼。

根据同行业可比公司公开披露信息显示，海象新材与森泰股份的佣金计提时点也均在收入确认当期，并且各年计提佣金和支付佣金金额也都存在一定程度差异，与发行人情况类似，具体如下：

单位：万元

公司	佣金计提时点	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海象新材	公司根据居间人介绍客户当期销售额,按居间协议所约定的佣金比例,计提佣金	佣金费用金额	555.22	937.35	767.80
		支付佣金金额	340.99	720.62	669.66
		计提和支付差异	214.23	216.73	98.14
森泰股份	于销售实现时按月及时计提居间费用	佣金费用金额	1,024.19	671.88	432.17
		支付佣金金额	894.40	603.90	187.24
		计提和支付差异	129.79	67.98	244.93

综上,报告期公司不存在跨期计提佣金的情况,计提佣金与支付佣金金额存在差异具有合理性,与同行业可比公司情况较为一致。

除按合同约定支付佣金以外,报告期发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与居间商之间不存在其他资金往来。

四、居间商提供服务价格的公允性,与同行业可比公司是否存在显著差异

报告期内,公司主要根据居间商促成的销售额或销量,在收到客户回款后,按照协议约定的比例或系数向居间商支付佣金,居间费率的具体情况如下:

居间商名称	约定的居间费率
A	根据不同的客户,按照促成交易金额的 1-5%或根据交易的数量按 0.1-0.5USD/平方米支付佣金
B	按照促成交易金额的 1%支付佣金
C	根据不同的客户,按照促成交易的数量按 0.1-0.5USD/平方米支付佣金
D	按照促成交易金额的 5%支付佣金
E	按照促成交易金额的 4%支付佣金

由上表可见,公司的居间费率在 1-5%或 0.1-0.5USD/平方米。公司与居间商约定的居间费率系公司综合考虑居间商具体提供服务的内容、预期实现销售的规模、居间商对实现收入的影响等因素并根据双方的谈判情况最终确定,各居间商约定的居间费率系双方商业谈判的结果,能够体现其在公司与客户合作中的作用,具有商业合理性。

公司与 D 和 E 约定的居间费率较高,主要系上述两家公司在欧洲地区拥有一定市场资源,而公司欧洲地区客户较少,希望能够通过其开拓欧洲市场,因此给予较高费率。

公司已建立了居间费用相关管理制度,对居间费率的制定和审批做出了明确

规定，要求公司与居间商的居间费用制定需综合考虑居间商具体提供服务的内容、预期实现销售的规模、居间商对实现收入的影响、对公司的战略意义、同行业费率情况等因素后制定，经销售总监和总经理分别审批后方可执行。

同行业可比公司海象新材、爱丽家居、森泰股份和美新科技关于居间业务收费的披露情况如下：

公司名称	居间商名称	居间费率
海象新材	SUN SHINE	按销售金额的 1%向 SUN SHINE 支付居间服务报酬
爱丽家居	未披露	未披露
森泰股份	SJO International Ltd	固定居间费用率：按销售金额扣除运费及保费后乘以固定费用率 2.5%或 3.5%、5%结算，不同渠道订单的费用比例不一样
	Sam K Morris	固定居间费用额：对于不同产品，按实际销量乘以固定费用额 0.35\$/m ² 、0.45\$/m ² 结算
	F.M.S(H.K.) GROUP COMPANY LIMITED、香港新意科技有限公司	主要为固定居间费用率：普通产品按实际销售金额乘以固定费用率 10%结算；部分为差额居间费用：部分特殊产品与居间业务方约定相关产品基础价格，由居间业务方进行业务开拓，依据最终达成销售价格与协议约定价格差额乘以销量确认应结算居间业务费用
	中山市居家传奇商贸咨询服务中心	固定居间费用率：按销售货款收回当天即期汇率计算的销售金额再乘以固定费用率 1%
	MERIT GREEN LIMITED	主要为差额居间费用：普通产品与居间业务方约定相关产品基础价格，由居间业务方进行业务开拓，依据最终达成销售价格与协议约定价格差额乘以销量确认应结算居间业务费用；部分为固定居间费用率：部分特定订单按实际销售金额乘以固定费用率 3%结算
	AGRO PRODUKTE AG	差额居间费用：与居间业务方约定相关产品基础价格，由居间业务方进行业务开拓，依据最终达成销售价格与协议约定价格差额乘以销量确认应结算居间业务费用
美新科技	未披露	佣金计费主要依据公司与当地客户签署的销售订单金额（具体内容未披露）

因此，通过对比可见，同行业可比公司披露的居间费服务价格定价方式与公司相同，以客户的销售金额或数量乘以费率为主，且各居间商对应的不同客户约定的费率亦各有不同。由上表可见，对比公司的居间费率在 1-5%或 0.1-0.5USD/平方米，除少数情况外，同行业可比公司居间费率也主要在 1-5%之间或 0.5USD/平方米以内，与公司的居间费率区间不存在显著差异，公司的居间费率属于正常范围。

由于公司与同行业可比公司居间推广的客户、产品不同，居间费率又是各自

独立商业谈判的结果，公司与同行业可比公司居间费率存在差异具有合理性，但不存在显著差异。

报告期，公司与同行业可比公司根据居间费用及对应客户收入等信息计算出的平均居间费率为：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海象新材	1.00%	1.00%	1.00%
爱丽家居	未披露	未披露	未披露
森泰股份	4.29%	4.71%	3.96%
美新科技	未披露	未披露	未披露
公司	1.52%	1.35%	1.96%

注：海象新材招股说明书披露其与 SUN SHINE 2017-2019 年居间费率为 1%，之后公开披露的文件中未见更改，假定其费率不变。爱丽家居和美新科技未披露相关信息。

由上表可见，报告期公司平均居间费用率处于同行业可比公司中间水平，与同行业可比公司不存在显著差异。

综上，报告期公司向居间商支付的市场居间费系双方依据所提供的服务内容协商确定，系商业谈判的结果，服务价格定价合理、公允，与同行业可比公司居间费率存在差异具有合理性，但不存在显著差异。

【核查程序和核查意见】

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师实施了以下核查程序：

1、对公司报告期重要客户履行了函证、走访程序，对回函有差异及未回函的客户执行了替代程序，执行了收入循环测试、截止性测试等核查程序，查询了报告期发行人报关清单，通过年度报告、中国出口信用保险公司出具的客户基本情况报告、官网等途径查询重要客户基本信息，访谈了发行人销售负责人员，以此核查了发行人销售收入及应收账款的真实性、准确性，并了解回函比例下降的原因；

2、对公司销售人员进行了访谈，查阅发行人销售明细，了解发行人的获客方式及不同获客方式对应的收入及变化原因；

3、查阅同行业可比公司招股说明书和年度报告等公开披露文件，对比居间模式和居间费率情况；

4、查阅了公司内控制度、销售人员承诺函、佣金合同、居间商声明函等资料，核查了发行人、发行人控股股东、实际控制人及发行人董事、监事、高级管理人员的资金流水，对居间商、客户及公司销售人员进行了访谈，获取了建立合作关系过程中的第三方的信息，并通过天眼查、中国出口信用保险公司出具的基本情况报告核查第三方信息，确认与居间商建立业务合作的情况，居间业务模式中各方之间是否存在关联关系，佣金的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在商业贿赂及其他利益关系，是否存在其他资金往来等事项。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：报告期内发行人回函比例大幅下降具有合理性，发行人与主要未回函客户的交易真实准确，不存在争议、纠纷以及诉讼等情况；发行人获客方式符合行业惯例，与同行业可比公司不存在显著差异；居间商与发行人建立合作关系过程中涉及到的第三方与发行人不存在关联关系或其他利益关系，报告期发行人与上述第三方之间不存在业务往来，发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与上述第三方之间不存在资金往来，不存在商业贿赂的情形；报告期公司佣金的会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在跨期计提佣金的情况，计提佣金与支付佣金金额存在差异具有合理性，除按合同约定支付佣金以外，报告期发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与居间商之间不存在其他资金往来；报告期发行人居间商的服务价格定价合理、公允，具有商业合理性，公司的居间费率属于正常范围，与同行业可比公司居间费率存在差异具有合理性，但不存在显著差异。

（以下无正文）

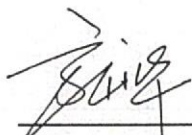
（本页无正文，为浙江天振科技股份有限公司《关于浙江天振科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读关于浙江天振科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市发行注册环节反馈意见落实函的回复的全部内容，确认本次落实函回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长签名：


方庆华

浙江天振科技股份有限公司



2022年8月2日

(本页无正文，为安信证券股份有限公司《关于浙江天振科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页)

保荐代表人签名：

唐斌

唐 斌

肖江波

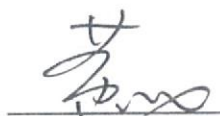
肖江波



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读本次浙江天振科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复的全部内容，了解落实函回复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，本次落实函回复不存在虚假记载、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。

董事长签名：



黄炎勋



安信证券股份有限公司

2022年8月2日