



广东德尔玛科技股份有限公司

（佛山市顺德区北滘镇马龙村委会龙汇路4号之一）

关于广东德尔玛科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的发行注册环节反馈意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层）

2022年9月

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 8 月 23 日转发了中国证券监督管理委员会《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2022〕010837 号）（以下简称“反馈意见落实函”），中国国际金融股份有限公司作为保荐机构（主承销商）（以下简称“中金公司”、“保荐人”或“保荐机构”），与广东德尔玛科技股份有限公司（以下简称“德尔玛”或“发行人”）、发行人审计机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”、“申报会计师”）对反馈意见落实函所列问题回复如下，请予以审核。

除另有说明外，本回复报告中的简称或名词的释义与《广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）中的含义相同。

审核问询函所列问题	黑体、加粗
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改、补充	楷体、加粗

目录

问题1：关于收入核查	3
------------------	---

问题 1：关于收入核查

发行人的销售模式较为多样。目前以境内销售为主，并以线上销售为主，线下销售为辅。其中线上销售主要包括线上直销、电商平台及线上经销；线下销售主要包括线下直销、线下经销、线下代销及境内 ODM 业务；公司同时积极拓展境外业务，境外业务主要以境外线下经销为主。

信息系统审计报告显示，发行人相关信息系统主要为 OMS 系统，通过数据接口同步或公司运营人员手工导入来自各电商平台的原始销售订单，仓库人员根据经审核后的订单进行发货处理，相关物流信息通过数据接口或运营人员手工回传至原电商平台。OMS 系统已与用友 ERP 系统（以下简称 U9 系统）建立数据传输接口，其线上直销部分的出库信息将传输至 U9 系统。

请发行人说明（1）重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司、Century Field International Limited、ATLAS,LLC 等存货余额较大且周转时间较长的经销商的相关情况，包括当期销售和期末存货中主要的产品种类是否一致、发行人产品采购频率和单次采购量分布是否合理、采购规模与其业务规模是否匹配、期后退货情况；（2）信息系统审计发现 OMS 系统留存数据与平台订单数据存在差异，而 U9 系统财务数据来源于 OMS 系统，如何保证财务数据真实、准确、完整，是否存在补偿性内控程序及具体执行情况。

请保荐机构及申报会计师对上述情况进行核查，并说明（1）针对上述补偿性内控程序设计合理性及执行有效性的核查情况；（2）针对信息系统审计报告中发现的收件人地址及联系方式较多的买家中，除大额买家之外其他买家的核查情况；（3）验证 OMS 系统留存数据的完整性和准确性时，选取各财年不含税收入占比 5%以上的店铺作为样本，而非对全部店铺进行核查是否合理，取得的核查证据是否充分。

回复：

一、发行人说明

（一）重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司、Century Field International Limited、ATLAS,LLC 等报告期各期末存货余额较大且周转时间较长的经销商的相关情况，包括当期销售和期末存货中主要的产品种类是否一致、发行人产品采购频率和单次采购量分布是否合理、采购规模与其业务规模是否匹配、期后退货情况

1、报告期内公司向主要经销商的销售及主要经销商期末存货和库存周转情况

报告期内，公司向主要经销商各期的销售及主要经销商期末存货和库存周转情况如下：

单位：万元、天

年度	经销商名称	公司实现收入	期末库存情况	经销商库存周转天数 ¹
2022年 1-6月	Century Field International Limited	4,350.35	HKD3,476.93	94.48
	北京宝歌玛贸易有限公司	4,330.55	1,121.65	39.90
	欧派家居集团股份有限公司	4,318.80	624.93	28.15
	沈阳丽新贸易有限公司	4,204.17	542.61	19.99
	HONG KONG CHANG HUI COMMUNICATION LIMITED	4,175.72	USD46.41	9.62
2021 年度	HONG KONG CHANG HUI COMMUNICATION LIMITED	9,435.43	USD18.75	12.49
	Century Field International Limited	8,873.64	HKD3,870.94	126.24
	欧派家居集团股份有限公司	7,271.55	744.11	34.51
	黑龙江俄速通供应链管理有限公司	6,568.51	772.59	28.68
	ATLAS,LLC	3,796.24	USD250.77	152.98
2020 年度	Century Field International Limited	5,182.83	HKD2,746.19	128.40
	芜湖凡臣电子商务有限公司	4,155.21	373.68	35.73
	重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司	2,258.01	733.00	98.41
	西安美一天电器销售有限公司	1,953.27	136.80	13.74
	欧派家居集团股份有限公司	1,788.45	604.70	94.82
2019 年度	苏州市润活电子商务有限公司及佛山市润活电器科技有限公司	5,843.72	198.04	14.98
	芜湖凡臣电子商务有限公司	4,367.13	455.92	29.10
	Century Field International Limited	3,495.85	HKD1,356.86	86.54

年度	经销商名称	公司实现收入	期末库存情况	经销商库存周转天数 ¹
	上海毕钵罗贸易有限公司	1,284.98	146.25	63.46
	北京中奥通宇科技股份有限公司	1,258.18	146.57	41.78

注 1：经销商库存周转天数=365*（平均存货余额/当年存货出库金额）。

注 2：2022 年 1-6 月数据计算已年化处理。

报告期各期末，发行人存货余额较大且周转时间较长的主要经销商（期末库存平均在 500 万人民币及等值货币以上且库存周转天数平均在 3 个月以上）包括 Century Field International Limited、ATLAS,LLC、重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司。

2、报告期各期末存货余额较大且周转时间较长的经销商的相关情况，包括当期销售和期末存货中主要的产品种类是否一致、发行人产品采购频率和单次采购量分布是否合理、采购规模与其业务规模是否匹配、期后退货情况

报告期各期末，公司与 Century Field International Limited、ATLAS,LLC、重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司的主要交易情况如下：

（1）Century Field International Limited

单位：万元、次/年、万元/次

经销商名称	年度	公司实现收入	经销商期末库存金额	主要品类一致性	采购次数	单次采购量	相关产品占经销商采购规模占比	期后退货情况 ¹	期后存货结转比例 ²
Century Field International Limited	2022年1-6月/2022年6月末	4,350.35	HKD3,476.93	是，主要品类均为水健康类产品	14	310.74	50%-60%	-	76.73%
	2021 年度/2021 年末	8,873.64	HKD3,870.94	是，主要品类均为水健康类产品	23	385.81	60%-70%	-	100.00%
	2020 年度/2020 年末	5,182.83	HKD2,746.19	是，主要品类均为水健康类产品	22	235.58	50%-60%	-	100.00%
	2019 年度/2019 年末	3,495.85	HKD1,356.86	是，主要品类均为水健康类产品	17	205.64	50%-60%	-	100.00%

注 1：期后退货情况统计截至 2022 年 9 月 13 日。

注 2：期后存货结转比例统计截至 2022 年 9 月 13 日。

Century Field International Limited（以下简称“Century Field”）成立于2003年，Century Field 在公司收购飞利浦水健康业务前已与飞利浦保持了长期合作关系，2018年公司收购飞利浦水健康业务后合作延续，为公司境外线下经销商，主要销售产品包括家居生活、消费电子及个人护理产品，业务覆盖中国香港及澳门地区，销售品牌包括飞利浦、惠普（存储产品）、博朗等。Century Field 通常会维持较高的库存水平，主要原因包括：①Century Field 主要下游客户为中国香港及澳门地区的线下家电零售商，下游客户对其库存水平有一定要求；②境外客户从下单到收到货物通常需要的周期较长。

产品品类方面，报告期内公司向其销售的主要产品品类为水健康类产品，经销商期末库存亦主要为水健康类产品，两者具有一致性；采购频率和单次采购量方面，Century Field 报告期内年采购次数分别为 17 次、22 次、23 次和 14 次，单次采购量分别为 205.64 万元、235.58 万元、385.81 万元和 310.74 万元，伴随合作的逐渐深入，采购次数及单次采购量整体呈现增长，报告期内采购频率一般为 1-2 次/月，分布合理；采购规模方面，报告期内公司向其销售相关产品占其总采购金额分别为 50%-60%、50%-60%、60%-70%和 50%-60%，飞利浦品牌作为 Century Field 主要经销的品牌，所占比重较大，其向公司采购规模与其实际业务规模相匹配，报告期各期末，除 2022 年 6 月末期后销售时间较短外，该经销商相关存货均已全部结转；期后退货方面，报告期内 Century Field 无期后退货情况。

（2）ATLAS,LLC

单位：万元、次/年、万元/次

经销商名称	年度	公司实现收入	经销商期末库存金额	主要品类一致性	采购次数	单次采购量	相关产品占经销商采购规模占比	期后退货情况 ¹	期后存货结转比例 ²
ATLAS,LLC	2022年1-6月/2022年6月末	493.88	USD25.04	是，主要品类均为家居环境类产品	5	98.78	0%-10%	-	100.00%
	2021 年度/2021 年末	3,796.24	USD250.77	是，主要品类均为家居环境类产品	16	237.27	0%-10%	-	100.00%
	2020 年度/2020 年末	1,715.92	USD199.57	是，主要品类均为家居环境类产品	8	214.49	0%-10%	-	100.00%
	2019 年度/2019 年末	324.08	-	是，主要品类均为家居环境类产品	2	162.04	0%-10%	-	100.00%

注 1：期后退货情况统计截至 2022 年 9 月 13 日。

注 2：期后存货结转比例统计截至 2022 年 9 月 13 日。

ATLAS,LLC 成立于 2015 年，2018 年开始与企业合作，为公司境外线下经销商，业务覆盖俄罗斯、东非及西非等地区，主要经销品牌包括石头、Mamibot 等。ATLAS,LLC 通常会维持较高的库存水平，主要原因为境外客户从下单到收到货物通常需要的周期较长。

产品品类方面，报告期内公司向销售的主要产品品类为家居环境类产品，经销商期末库存亦主要为家居环境类产品，两者具有一致性；采购频率和单次采购量方面，ATLAS,LLC 报告期内年采购次数分别为 2 次、8 次、16 次和 5 次，单次采购量分别为 162.04 万元、214.49 万元、238.27 万元和 98.78 万元，伴随合作的逐渐深入，2019-2021 年度采购次数及单次采购量呈现增长态势，2022 年 1-6 月受俄乌冲突及主要销售品类季节性影响，采购次数及单次采购量相对较低，目前采购频率一般为 1-2 次/月，分布合理；采购规模方面，报告期内公司向销售相关产品占其总采购金额为 0%-10%，ATLAS,LLC 经销品牌较多，公司产品为其经销品牌之一，其向公司采购规模与其实际业务规模相匹配，报告期各期末该经销商相关存货均已全部结转；期后退货方面，报告期内 ATLAS,LLC 无期后退货情况。

（3）重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司

单位：万元、次/年、万元/次

经销商名称	年度	公司实现收入	经销商期末库存金额	主要品类一致性	采购次数	单次采购量	相关产品占经销商采购规模占比	期后退货情况 ¹	期后存货结转比例 ²
重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司	2022年1-6月/2022年6月末	-	-	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
	2021 年度/2021 年末	611.28	43.74	是，主要品类均为水健康类产品	15	40.75	0%-10%	-	100.00%
	2020 年度/2020 年末	2,258.01	733.00	是，主要品类均为水健康类产品	14	161.29	0%-10%	-	100.00%
	2019 年度/2019 年末	795.22	193.84	是，主要品类均为水健康类产品	15	53.01	10%-20%	-	100.00%

注 1：期后退货情况统计截至 2022 年 9 月 13 日。

注 2：期后存货结转比例统计截至 2022 年 9 月 13 日。

重庆圆申顺电子商务有限公司及重庆润青阳科技有限公司（以下简称“圆申顺及润青阳”）分别成立于 2014 年和 2018 年，圆申顺及润青阳在公司收购飞利浦水健康业务前已与飞利浦进行合作，2018 年公司收购飞利浦水健康业务后合作延续，为公司境内线上经销商，主要经销品牌包括海尔、小熊等，主要经销渠道为天猫、京东等线上平台。圆申顺及润青阳 2020 年末存货水平相对较高主要系该经销商 2020 年销售增长较快，备货相应较多，2021 年度伴随该经销商销售产品布局的战略调整，对德尔玛产品的销售有所减缓，2022 年上半年，伴随该经销商自身对经销品牌布局的调整，不再经销德尔玛产品。

产品品类方面，2019-2021 年度公司向其销售的主要产品品类为水健康类产品，经销商期末库存亦主要为水健康类产品，两者具有一致性；采购频率和单次采购量方面，圆申顺及润青阳 2019-2021 年度年采购次数分别为 15 次、14 次、15 次，单次采购量分别为 53.01 万元、161.29 万元和 40.75 万元，采购频率一般为 1-2 次/月，分布合理；采购规模方面，2019-2021 年度公司向其销售相关产品占其总采购金额分别为 10%-20%、0%-10%和 0%-10%，圆申顺及润青阳经销品牌较多，公司产品为其经销品牌之一，其向公司采购规模与其实际业务规模相匹配 2019-2021 年度各期末该经销商相关存货均已全部结转；期后退货方面，2019-2021 年度圆申顺及润青阳无期后退货情况。

综上所述，针对报告期各期期末存货余额较大且周转时间较长的主要经销商，报告期内产品品类销售及库存具有一致性，采购频率和单次采购量分布合理，采购规模与相关公司的实际业务规模相匹配，且无期后退货情况，相关业务的合作与开展具备合理性。

（二）信息系统审计发现 OMS 系统留存数据与平台订单数据存在差异，而 U9 系统财务数据来源于 OMS 系统，如何保证财务数据真实、准确、完整，是否存在补偿性内控程序及具体执行情况

1、如何保证财务数据真实、准确、完整，是否存在补偿性内控程序及具体执行情况

用友 U9 系统（以下简称“U9 系统”）为公司的 ERP 系统，主要支持财务核算和财务报告工作，并能够支持销售管理、存货管理、采购等业务流程。

富润网店管理系统（以下简称“OMS 系统”）为公司的线上业务订单管理系统，能够通过与电商平台数据对接或原始订单导入的方式获取电商平台的订单信息，对线上直销业务消费者客户下达的订单进行管理。

消费者在天猫、京东等电商平台下单后，相关原始订单信息同步至 OMS 系统，订单发货后 OMS 系统将订单发货信息传输至电商平台并同步至 U9 系统。

线上直销模式下，公司的收入确认政策如下：（1）对于公司可获取终端消费者确认收货时间的，消费者收货后在电商平台点击“确认收货”或电商平台自动确认收货后公司确认收入；（2）对于电商平台未提供终端消费者确认收货时间的，在满足无理由退货期限后（3 天运输期+7 天无理由退货期）公司确认收入。

消费者的具体签收信息等体现在电商平台导出的流水账单等单据中，因此公司线上直销以电商平台导出的流水账单等单据作为收入确认依据，根据不同平台导出流水账单等单据的时间，公司财务部每周或每月将电商平台导出的流水账单等单据与 U9 系统中的相关数据进行匹配后方可确认收入。

公司已经建立了信息系统相关的有效控制，但是由于 OMS 系统的发货时间与电商平台流水账单中消费者确认收货时间存在时间性差异、消费者已退款但公司未收到退货、补差价等原因，OMS 系统与电商平台订单数据存在一定差异，进而导致 U9 系统数据与电商平台订单、电商平台资金流水之间存在一定差异。

公司财务人员根据电商平台导出的流水账单，与 U9 系统中的相关数据进行匹配，当匹配成功，则确认收入；当订单已完成发货但消费者尚未签收确认时，该笔订单不会体现在电商平台流水账单中，则不确认收入，待消费者完成签收确认并取得电商平台流水账单时再进行收入确认。

少数情况下，由于消费者已退款但公司未收到退货、补差价等原因，电商平台导出的流水账单等单据与 U9 系统中的相关数据无法完全匹配，该等订单无法进行收入确认的账务处理，财务人员将会与业务人员进行沟通并与平台确认，确认差异原因后在 U9 系统中进行调整，保证公司进行收入确认的订单与电商平台的订单一致。

综上所述，OMS 系统数据对财务核算起到了基础支持作用，部分情况下 OMS 系统数据与平台订单数据存在一定差异，导致 U9 系统的财务数据与平台数据存在一定差异，但公司线上直销的收入确认以电商平台导出的流水账单等单据为依据，通过电

商平台导出单据与 U9 系统财务数据的匹配核对能够保证公司收入确认的准确性，该等补偿性控制程序在公司财务核算过程中有效执行，能够确保公司财务核算的真实性、准确性和完整性。

2、使用 OMS 系统数据进行 IT 审计多维度数据分析的原因及合理性

如前文所述，OMS 系统的主要功能为线上业务订单的管理，留存了包含订单号、买家名称、付款时间、交易金额、发货时间、商品信息、收货人、收货地址、收货人联系方式、快递物流单号等较多重要信息；U9 系统、电商平台账单中的订单信息相对较少，U9 系统主要包括订单号、单据日期、产品名称、数量、价格、财务收入确认等信息，电商平台账单主要包括订单号、时间、产品名称、收入金额等信息，且不同平台账单所包含的信息维度也存在差异。因此，OMS 系统中的订单信息更为全面和完整，能够支持更多维度和更全面的数据分析，更充分地核查线上直销买家是否存在异常。

同时，中介机构对 OMS 系统留存数据与电商平台订单数据、电商平台资金流水明细数据执行了双向核对的程序，对 OMS 系统执行整体控制测试程序，将 OMS 整体数据与财务收入数据进行测算与核对，验证了 OMS 系统数据的完整性和准确性，OMS 系统数据具备多维度数据分析的基础。

因此，中介机构选择使用 OMS 系统中的数据进行多维度分析，具有合理性。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、对相关经销商客户实施访谈及函证程序，获取并分析相关经销商客户进销存资料，了解公司产品在对方业务体系的占比及地位；
- 2、获取相关经销商客户下单信息，对采购频率、单次采购量等情况进行分析；
- 3、查询并分析相关经销商公开披露资料及数据；
- 4、获取 OMS 系统、U9 系统的相关介绍资料，了解其基本情况；
- 5、访谈 IT 部门、财务部门相关人员，了解 OMS 系统、U9 系统的基本情况、数据传输情况、财务收入确认的具体方法及补偿性内控程序；

6、查阅天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《广东德尔玛科技股份有限公司信息系统审计报告》，了解发行人信息技术系统相关控制、OMS 系统与 U9 系统的对接情况、OMS 系统数据情况等 IT 审计核查情况；保荐人聘请致同会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人的信息系统进行了专项核查，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《广东德尔玛科技股份有限公司信息系统核查报告》，对发行人信息技术系统相关控制、OMS 系统与 U9 系统的对接情况、OMS 系统数据情况等进行了核查；

7、选取与电商平台数据存在差异的订单样本执行穿行测试，检查平台订单、发货单、物流签收单、平台流水账单、收入确认凭证等单据，评价相关内部控制设计是否合理并得到执行，并实施控制测试以确定相关内部控制运行是否有效；

8、查阅 OMS 系统订单信息、U9 系统明细信息、平台账单明细信息，了解其订单信息的差异；执行 OMS 系统留存数据与电商平台订单数据、电商平台资金流水明细数据双向核对的程序，对 OMS 系统执行整体控制测试程序，将整体 OMS 数据与财务收入数据进行测算与核对，验证 OMS 数据的完整性和准确性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、针对报告期各期末存货余额较大且周转时间较长的主要经销商，报告期内产品品类销售及库存具有一致性，采购频率和单次采购量分布合理，采购规模与相关公司的实际业务规模相匹配，且无期后退货情况，相关业务的合作与开展具备合理性；

2、OMS 系统数据对财务核算起到了基础支持作用，部分情况下 OMS 系统数据与平台订单数据存在一定差异，导致 U9 系统的财务数据与平台数据存在一定差异，但公司线上直销的收入确认以电商平台导出的流水账单等单据为依据，通过电商平台导出单据与 U9 系统财务数据的匹配核对能够保证公司收入确认的准确性，该等补偿性控制程序在公司财务核算过程中有效执行，能够确保公司财务核算的真实性、准确性和完整性；

3、OMS 系统中的订单信息更为全面和完整，能够支持更多维度和更全面的数据分析，更充分地核查线上直销买家是否存在异常，同时 OMS 系统数据具备完整性和准确性，具备多维度数据分析的基础，使用 OMS 系统数据进行多维度数据分析具备

合理性。

三、请保荐机构及申报会计师对上述情况进行核查，并说明（1）针对上述补偿性内控程序设计合理性及执行有效性的核查情况；（2）针对信息系统审计报告中发现的收件人地址及联系方式较多的买家中，除大额买家之外其他买家的核查情况；（3）验证 OMS 系统留存数据的完整性和准确性时，选取各财年不含税收入占比 5% 以上的店铺作为样本，而非对全部店铺进行核查是否合理，取得的核查证据是否充分。

（一）针对上述补偿性内控程序设计合理性及执行有效性的核查情况

1、核查程序

针对补偿性内控程序，保荐人及申报会计师主要执行了如下程序：

（1）访谈公司 IT 部门、财务部门相关人员，了解 OMS 系统、U9 系统的基本情况、数据传输情况、财务收入确认的具体方法及补偿性内控程序；

（2）查阅天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《广东德尔玛科技股份有限公司信息系统审计报告》，了解发行人信息技术系统相关控制、OMS 系统与 U9 系统的对接情况、OMS 系统数据情况等 IT 审计核查情况；保荐人聘请致同会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人的信息系统进行了专项核查，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《广东德尔玛科技股份有限公司信息系统核查报告》，对发行人信息技术系统相关控制、OMS 系统与 U9 系统的对接情况、OMS 系统数据情况等进行了核查；

（3）选取与电商平台数据存在差异的订单样本执行穿行测试，检查平台订单、发货单、物流签收单、平台流水账单、收入确认凭证等单据，评价相关内部控制设计是否合理并得到执行，核查收入确认与平台订单、平台流水账单的一致性。

2、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

发行人线上直销的收入确认以电商平台导出的流水账单等单据为依据，通过电商平台导出单据与 U9 系统财务数据的匹配核对能够保证公司收入确认的准确性，该等补偿性控制程序在公司财务核算过程中有效执行，能够确保公司财务核算的真实性、准确性和完整性。

（二）针对信息系统审计报告中发现的收件人地址及联系方式较多的买家中，除大额买家之外其他买家的核查情况

一般而言，线上直销买家的收货地址、联系方式为 1 个，部分线上直销买家存在收货地址为家庭及公司等 2 个的情况、收件人联系方式为个人及工作等 2 个的情况，因此，将 3 个以上（含 3 个）收货地址或 3 个以上（含 3 个）联系方式的买家界定为收件人地址及联系方式较多的买家。

报告期内，公司不同收货地址数量或收件人联系方式数量的买家情况如下：

单位：人

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	交易人数	占比	交易人数	占比	交易人数	占比	交易人数	占比
1个及2个收货地址	946,105	97.85%	2,307,363	98.69%	1,983,054	99.33%	1,459,887	99.38%
3个以上（含3个） 收货地址	20,759	2.15%	30,659	1.31%	13,409	0.67%	9,069	0.62%
1个及2个联系方式	962,177	99.52%	2,323,681	99.39%	1,987,172	99.53%	1,462,901	99.59%
3个以上（含3个） 联系方式	4,687	0.48%	14,341	0.61%	9,291	0.47%	6,055	0.41%

整体而言，报告期内，公司线上直销买家的收货地址及收件人联系方式集中于 1 个及 2 个，无明显异常。公司线上直销买家中 3 个以上（含 3 个）收货地址的买家占交易总人数的比例分别为 0.62%、0.67%、1.31%和 2.15%，3 个以上（含 3 个）联系方式的买家占交易总人数的比例分别为 0.41%、0.47%、0.61%和 0.48%，整体占比较小。

剔除大额买家后，公司收件人地址及联系方式较多的买家交易情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
交易人数（人）	20,803	31,151	13,495	9,127
交易金额（万元）	6,516.51	6,119.12	1,978.15	1,060.86
交易笔数（万笔）	16.20	22.35	10.46	6.67

2021 年《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》发布并实施，出于个人信息安全 and 数据安全的目的，2021 年年中开始各电商平台陆续采用不同加密机制对消费者订单中买家名称、收货人联系方式、收货地址等个人信息进行加密处理，从而导致数据统计存在一定偏差：（1）原来相同的联系方式或收货地址加

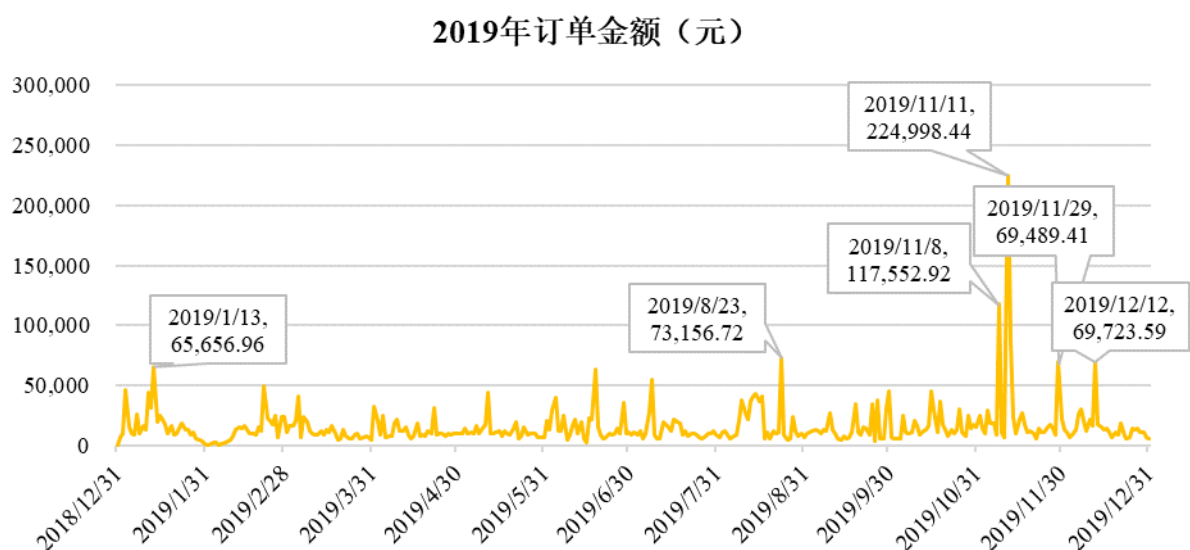
密后变为不同加密字符，数据统计时识别为不同联系方式或收货地址；（2）不同买家名称加密后变为相同加密字符，数据统计时识别为同一买家。上述两个原因导致 2021 年以来收件人地址及联系方式较多的买家人数、交易金额和交易笔数增长较快。

针对上述收件人地址及联系方式较多的买家，保荐人及申报会计师会同 IT 审计师进一步执行以下核查程序：

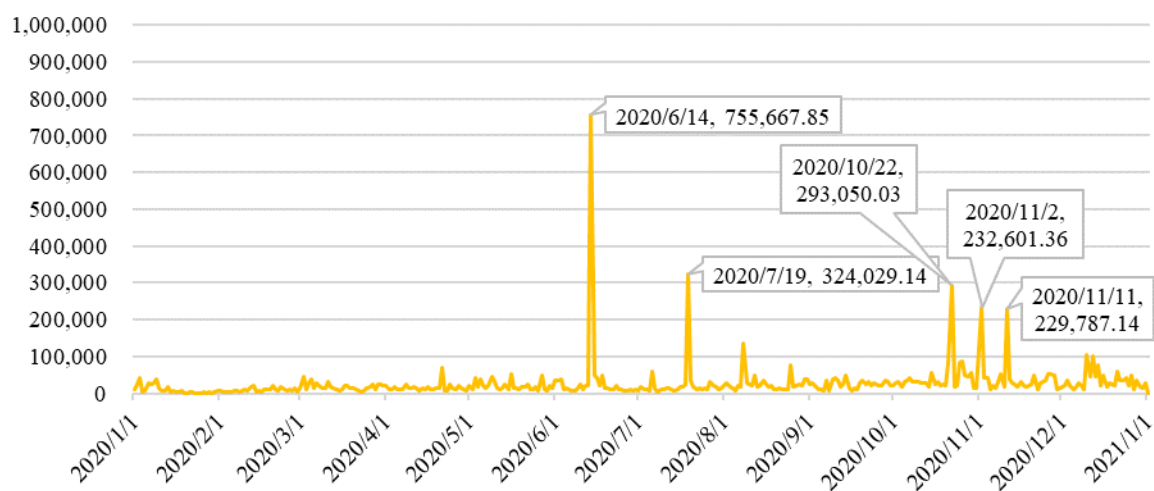
1、分析性程序

（1）交易日分布分析

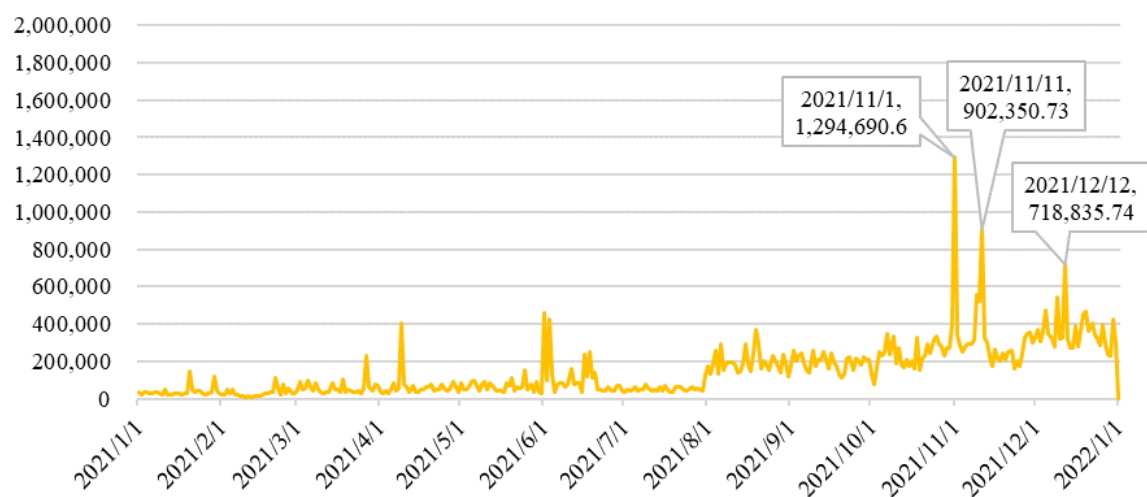
根据订单付款时间对样本数据每日交易金额进行统计，核查是否存在单日交易量异常且无合理原因的情形，具体统计分析如下：



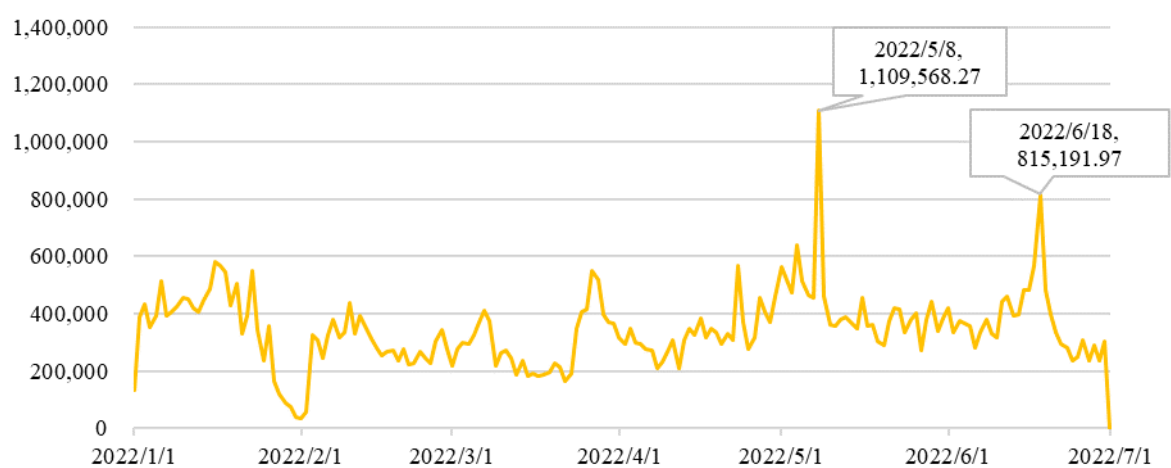
2020年订单金额（元）



2021年订单金额（元）



2022年1-6月订单金额（元）



根据上述统计分析，2019 年，样本买家主要集中在“双十一”、“双十二”等电商活动日进行交易；2020 年，样本买家主要集中在“双十一”、“双十二”等电商活动日进行交易，7 月 19 日主要系天猫活力节活动的影响，6 月 14 日主要系辛巴的直播活动推广效果较好，其他交易金额较高的日期主要系“6·18”、“双十一”及其前期的活动促销；2021 年，样本买家主要集中在“双十一”、“双十二”等电商活动日进行交易；2022 年 1-6 月，样本买家主要集中在“6·18”电商活动日进行交易，5 月 8 日主要系直播推广活动的影响。因此，样本买家的单日交易金额无异常。

（2）年交易金额分组分析

对样本买家年交易金额进行按交易金额段分组分析，核查样本买家年交易金额分布情况，具体分析如下：

1）2019 年度

当期交易金额段	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人数占比	金额占比
500元（含）以下	4,181	14,620	130.38	45.81%	12.29%
500-1,000元（含）	2,793	13,128	194.80	30.60%	18.36%
1,000-10,000元（含）	2,034	25,438	450.99	22.29%	42.51%
10,000-100,000元（含）	119	13,486	284.68	1.30%	26.84%
合计	9,127	66,672	1,060.86	100.00%	100.00%

注：样本不包括年交易金额 10 万元以上的大额买家，因此无 10 万元以上的交易金额段。

2）2020 年度

当期交易金额段	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人数占比	金额占比
500元（含）以下	4,860	18,365	151.19	36.01%	7.64%
500-1,000元（含）	4,099	18,928	291.34	30.37%	14.73%
1,000-10,000元（含）	4,324	49,767	1,031.74	32.04%	52.16%
10,000-100,000元（含）	212	17,540	503.89	1.57%	25.47%
合计	13,495	104,600	1,978.15	100.00%	100.00%

注：样本不包括年交易金额 10 万元以上的大额买家，因此无 10 万元以上的交易金额段。

3) 2021 年度

当期交易金额段	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人数占比	金额占比
500元(含)以下	7,870	27,140	249.66	25.26%	4.08%
500-1,000元(含)	8,414	34,785	612.41	27.01%	10.01%
1,000-10,000元(含)	14,103	124,763	3,753.48	45.27%	61.34%
10,000-100,000元(含)	764	36,814	1,503.58	2.45%	24.57%
合计	31,151	223,502	6,119.12	100.00%	100.00%

注：样本不包括年交易金额 10 万元以上的大额买家，因此无 10 万元以上的交易金额段。

4) 2022 年 1-6 月

当期交易金额段	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人数占比	金额占比
500元(含)以下	3,209	11,726	109.49	15.43%	1.68%
500-1,000元(含)	4,015	17,301	296.38	19.30%	4.55%
1,000-10,000元(含)	12,302	88,287	3,781.34	59.14%	58.03%
10,000-100,000元(含)	1,277	44,646	2,329.30	6.14%	35.74%
合计	20,803	161,960	6,516.51	100.00%	100.00%

根据上述统计分析，报告期内，样本买家年交易金额主要集中在 1 万元以下区间，人数占比分别为 98.70%、98.43%、97.55%和 93.86%，样本买家的购买金额相对较高，主要原因系该等样本买家存在分销、赠送、代家人或朋友购买等情况，其购买通常超出自用量。

(3) 单笔交易金额分组分析

对样本买家单笔交易金额进行分组统计，以核查其分布情况及样本买家单笔交易金额是否符合常规买家行为，具体分析如下：

1) 2019 年度

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
200元(含)以下	8,732	56,230	481.44	522.62	45.38%
200-500元(含)	3,813	8,414	266.64	699.29	25.13%
500-1000元(含)	661	1,244	84.04	1,271.47	7.92%

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
1000-5000元（含）	266	690	139.38	4,369.20	13.14%
5000-10000元（含）	37	67	48.38	13,074.83	4.56%
10000元以上	19	25	40.98	21,567.07	3.86%
合计	/	66,670	1,060.86	/	100.00%

2) 2020 年度

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
200元（含）以下	12,921	84,768	794.36	573.13	40.16%
200-500元（含）	6,584	15,842	528.93	803.36	26.74%
500-1000元（含）	1,067	1,766	127.61	1,195.96	6.45%
1000-5000元（含）	1,131	1,968	333.08	2,699.18	16.84%
5000-10000元（含）	67	105	75.39	11,252.21	3.81%
10000元以上	49	66	118.79	24,242.63	6.01%
合计	/	104,515	1,978.15	/	100.00%

3) 2021 年度

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
200元（含）以下	27,239	145,645	1,403.31	494.80	22.93%
200-500元（含）	19,701	60,789	2,266.29	1,150.34	37.04%
500-1000元（含）	5,896	9,132	726.26	1,231.78	11.87%
1000-5000元（含）	4,943	7,505	1,376.36	2,579.87	22.49%
5000-10000元（含）	148	237	166.80	11,270.50	2.73%
10000元以上	78	107	180.10	23,089.63	2.94%
合计	/	223,415	6,119.12	/	100.00%

4) 2022 年 1-6 月

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
200元（含）以下	18,234	88,219	890.34	488.29	13.66%
200-500元（含）	14,972	50,725	2,068.98	1,381.90	31.75%

单笔交易金额区间	交易人数 (个)	交易笔数 (笔)	交易金额 (万元)	人均交易金额 (元/人)	金额占比
500-1000元(含)	6,678	11,313	954.77	1,429.73	14.65%
1000-5000元(含)	6,597	11,487	2,461.50	3,731.25	37.77%
5000-10000元(含)	92	126	78.42	8,524.10	1.20%
10000元以上	29	38	62.49	21,549.44	0.96%
合计	/	161,908	6,516.51	/	100.00%

根据上述统计分析,报告期内,样本买家单笔交易金额主要集中在 500 元以下,2020 年以来单笔交易金额在 1,000 元以上的交易呈增长趋势,主要系公司推出了较多单价在 1,000 元以上的净水器、智能马桶盖、洗地机等产品并加大推广力度,导致该等产品销量大幅增长,与公司实际业务情况相符。

(4) 收货地域分析

按照样本买家地址所属省份对收货地域分布情况进行统计,以核查集中分布地域以及公司业务主要分布地域是否符合电商业务主要分布地域,具体分析如下:

1) 2019 年度

序号	省份	交易人数(人)	交易笔数(笔)	交易金额(万元)	交易金额占比
1	广东	3,112	12,208	268.32	25.29%
2	浙江	1,721	3,583	65.66	6.19%
3	山东	1,822	4,141	63.27	5.96%
4	北京	1,594	3,538	55.18	5.20%
5	上海	1,454	3,213	52.95	4.99%
6	江苏	1,659	3,591	51.71	4.87%
7	四川	2,148	4,298	45.21	4.26%
8	黑龙江	921	2,201	38.18	3.60%
9	辽宁	1,559	3,789	36.92	3.48%
10	湖南	1,173	2,020	30.66	2.89%
其他		6,271	24,832	352.80	33.26%
合计		/	67,414	1,060.86	100.00%

2) 2020 年度

序号	省份	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（万元）	交易金额占比
1	广东	4,055	15,523	405.61	20.50%
2	江苏	4,077	9,412	137.33	6.94%
3	山东	2,992	7,271	124.72	6.31%
4	浙江	2,697	6,068	113.33	5.73%
5	辽宁	2,616	5,832	99.25	5.02%
6	北京	2,484	5,128	90.45	4.57%
7	河北	2,309	4,589	84.28	4.26%
8	黑龙江	1,747	3,465	81.59	4.12%
9	上海	2,056	3,993	76.69	3.88%
10	安徽	2,017	3,707	72.45	3.66%
其他		9,687	40,540	692.45	35.00%
合计		/	105,528	1,978.15	100.00%

3) 2021 年度

序号	省份	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（万元）	交易金额占比
1	广东	10,791	31,352	938.29	15.33%
2	江苏	8,908	17,163	478.69	7.82%
3	山东	7,355	14,886	385.15	6.29%
4	浙江	6,987	12,524	346.21	5.66%
5	河南	5,244	9,686	259.68	4.24%
6	北京	5,322	9,132	252.36	4.12%
7	四川	5,764	9,419	246.95	4.04%
8	上海	5,335	9,121	243.57	3.98%
9	辽宁	4,951	8,642	236.78	3.87%
10	河北	5,167	8,950	233.39	3.81%
其他		22,872	92,749	2,498.04	40.82%
合计		/	223,624	6,119.12	100.00%

4) 2022 年 1-6 月

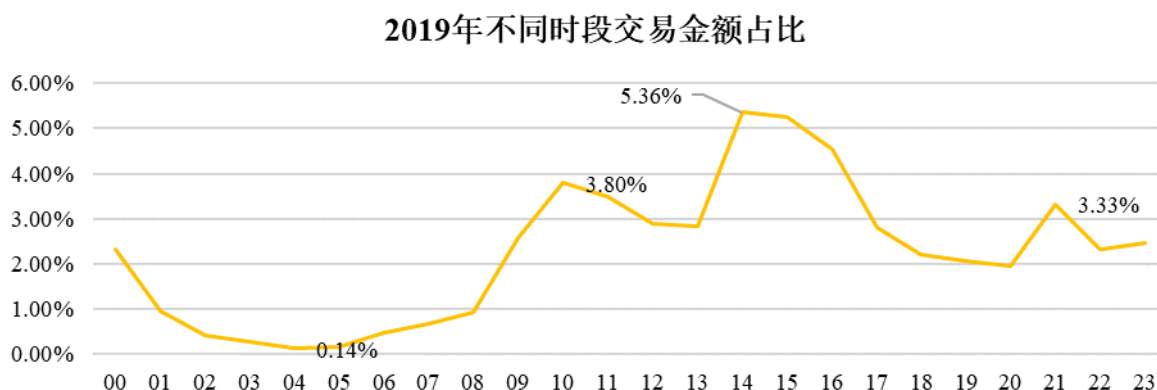
序号	省份	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（万元）	交易金额占比
1	广东	7,590	18,870	725.36	11.13%

序号	省份	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（万元）	交易金额占比
2	江苏	6,924	12,086	558.50	8.57%
3	山东	6,111	11,122	417.20	6.40%
4	北京	4,627	7,096	368.15	5.65%
5	浙江	5,172	8,237	351.85	5.40%
6	四川	5,050	7,717	322.98	4.96%
7	上海	3,614	5,232	315.97	4.85%
8	河南	4,331	7,376	277.92	4.26%
9	河北	4,296	6,920	268.38	4.12%
10	湖北	4,039	5,708	250.48	3.84%
其他		18,076	71,593	2,659.72	40.82%
合计		/	161,957	6,516.51	100.00%

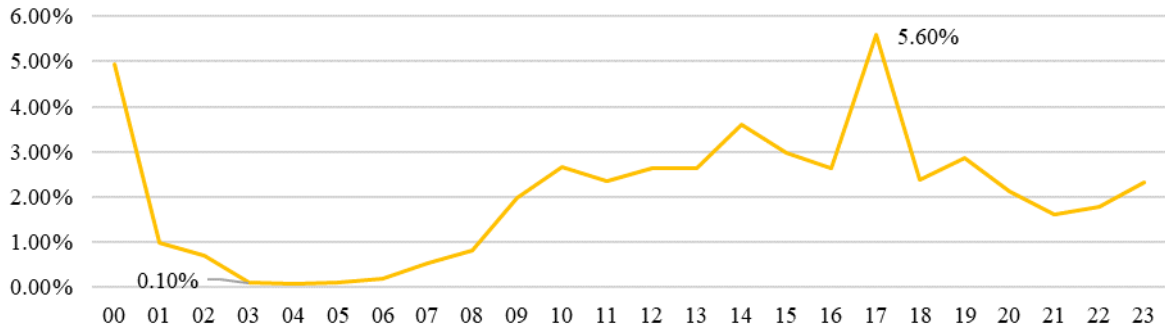
根据上述统计分析，报告期内样本买家收货地址主要集中在前 10 大省份，交易金额占比分别为 66.74%、65.00%、59.18%和 59.18%，其中，交易金额占比较高的省份包括广东省、江苏省、山东省和浙江省等经济相对较发达且人口相对较多的地区，与电商行业消费者主要分布地域基本相符。

（5）交易时间分布分析

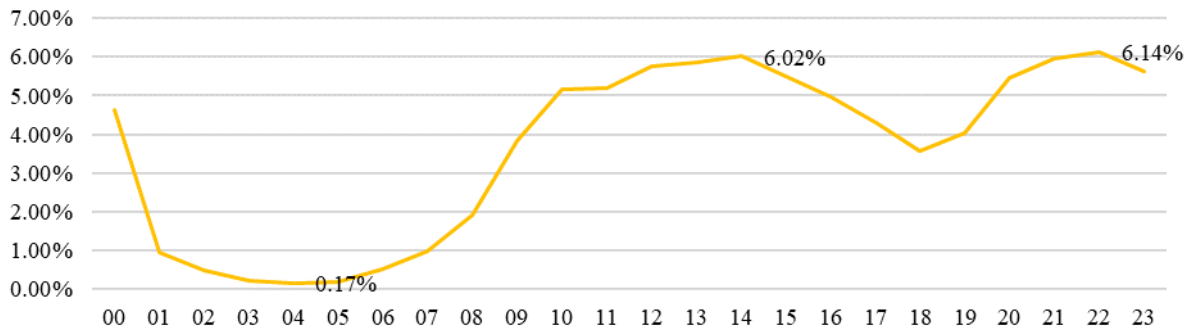
根据样本买家的付款时间信息，按 24 小时制统计买家付款时间集中情况，以核查是否存在非日常买家购买时间点的情况，进一步验证买家行为的真实性，具体如下：



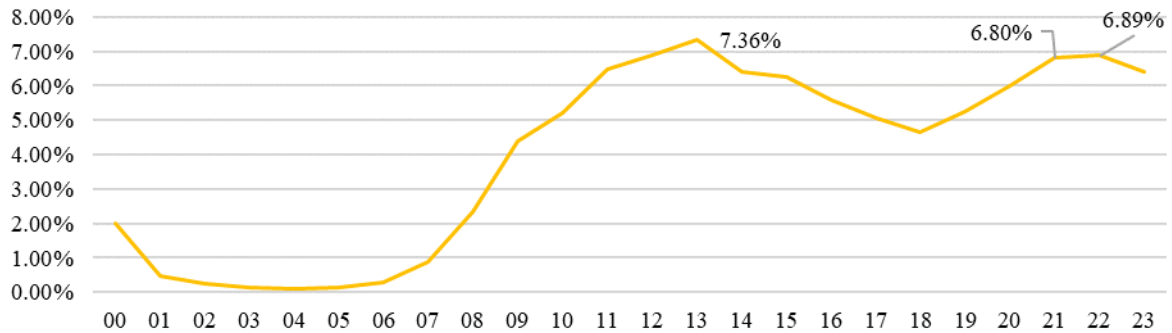
2020年不同时段交易金额占比



2021年不同时段交易金额占比



2022年1-6月不同时段交易金额占比



根据上述统计分析，2019 年样本买家的交易时间主要集中于 0 时、10 时、14-16 时及 21 时，该等时点通常为电商活动时点以及样本买家集中消费时点；2020 年样本买家的交易时间主要集中于 0 时及 17 时，其中 0 时主要为“聚划算”等活动集中时点，17 时集中交易主要原因系 6 月 14 日辛巴的直播活动推广效果较好；2021 年样本买家的交易时间主要集中于 0 时、12-14 时、20 时-23 时等时间，该等时点通常为电商活动时点、直播时点以及样本买家集中消费时点；2022 年 1-6 月样本买家的交易时间主要集中于 12 时-13 时、21 时-22 时，其中 12 时-13 时主要系团购订单及礼品订单影响，

21 时-22 时为电商活动时点。

（6）短时间交易情况分析

根据买家付款时间信息，按每 10 分钟统计成交订单的买家数、交易笔数和交易金额，并以交易金额降序排列，以核查是否存在短时间内买家集中交易的情况，具体分析如下：

1）2019 年度

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2019-11-29 16:00:00-16:09:59	3	9	39,914.00
2019-11-12 14:30:00-14:39:59	2	4	35,355.00
2019-01-03 14:20:00-14:29:59	1	1	30,420.00
2019-09-30 15:30:00-15:39:59	3	10	30,361.00
2019-07-08 09:40:00-09:49:59	1	1	29,900.00
2019-11-08 16:20:00-16:29:59	3	4	24,274.32
2019-11-12 15:20:00-15:29:59	1	1	23,800.00
2019-11-11 00:00:00-00:09:59	92	108	17,653.98
2019-04-22 16:00:00-16:09:59	1	2	17,580.00
2019-05-11 14:20:00-14:29:59	1	2	17,000.00
2019-05-11 18:10:00-18:19:59	1	1	16,900.00
2019-08-23 21:10:00-21:19:59	48	142	16,433.50
2019-06-18 12:30:00-12:39:59	4	21	15,530.40
2019-07-07 19:00:00-19:09:59	2	7	14,980.00
2019-11-11 00:10:00-00:19:59	54	67	13,771.69
2019-01-13 13:40:00-13:49:59	3	8	13,745.40
2019-11-11 00:20:00-00:29:59	29	31	12,735.92
2019-10-09 19:00:00-19:09:59	3	3	12,636.00
2019-04-09 15:00:00-15:09:59	2	3	12,146.60
2019-10-05 18:20:00-18:29:59	1	1	11,979.00
2019-02-21 09:20:00-09:29:59	1	3	11,940.00
2019-12-10 11:40:00-11:49:59	1	1	11,863.00
2019-06-28 21:00:00-21:09:59	57	120	11,776.50
2019-10-18 16:30:00-16:39:59	3	5	11,415.82
2019-09-18 10:40:00-10:49:59	2	3	11,405.60

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2019-11-11 23:30:00-23:39:59	7	8	10,961.21
2019-11-04 13:30:00-13:39:59	1	2	10,940.00
2019-09-29 23:20:00-23:29:59	1	1	10,900.00
2019-02-23 14:30:00-14:39:59	3	4	10,565.09
2019-08-23 21:20:00-21:29:59	31	83	10,450.00
2019-08-27 22:30:00-22:39:59	1	1	10,428.00
2019-06-18 12:20:00-12:29:59	4	8	10,216.50
2019-07-08 14:20:00-14:29:59	3	3	9,954.80
2019-11-29 15:10:00-15:19:59	2	2	9,528.95
2019-11-08 15:50:00-15:59:59	6	8	9,481.47
2019-11-11 11:10:00-11:19:59	6	7	9,380.09
2019-11-11 23:40:00-23:49:59	5	9	9,378.59
2019-06-04 12:50:00-12:59:59	2	4	9,196.00
2019-06-11 14:40:00-14:49:59	3	5	9,161.00
2019-11-13 14:30:00-14:39:59	1	1	9,150.00
2019-11-08 16:00:00-16:09:59	4	7	8,905.87
2019-06-28 21:10:00-21:19:59	41	92	8,808.50
2019-01-13 14:00:00-14:09:59	4	9	8,708.80
2019-06-13 18:20:00-18:29:59	1	1	8,625.00
2019-11-11 21:10:00-21:19:59	4	5	8,568.58
2019-11-17 12:50:00-12:59:59	2	2	8,518.90
2019-08-23 21:00:00-21:09:59	34	82	8,307.00
2019-01-19 15:30:00-15:39:59	1	1	8,234.00
2019-11-05 17:40:00-17:49:59	1	4	7,960.00
2019-06-07 10:30:00-10:39:59	2	5	7,842.00
前50名短时间点交易金额			699,688.08
2019年交易总额			10,608,577.82
金额占比			6.60%

2) 2020 年度

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2020-06-14 17:40:00-17:49:59	400	456	657,024.00

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2020-07-19 19:10:00-19:19:59	157	182	239,396.16
2020-10-22 00:00:00-00:09:59	90	103	119,817.71
2020-11-02 00:00:00-00:09:59	56	64	97,435.00
2020-10-22 00:10:00-00:19:59	83	95	94,348.96
2020-04-21 02:00:00-02:09:59	1	2	59,500.00
2020-07-06 09:50:00-09:59:59	2	2	46,624.60
2020-10-25 23:30:00-23:39:59	25	29	46,469.00
2020-11-11 00:00:00-00:09:59	49	59	41,918.64
2020-08-08 14:20:00-14:29:59	95	100	41,061.50
2020-07-19 18:10:00-18:19:59	290	349	38,511.00
2020-01-03 14:10:00-14:19:59	2	3	38,108.80
2020-10-21 12:50:00-12:59:59	5	6	37,743.00
2020-08-25 19:50:00-19:59:59	309	315	37,723.00
2020-06-14 17:50:00-17:59:59	20	24	33,120.00
2020-12-16 20:40:00-20:49:59	3	5	31,516.50
2020-11-01 00:30:00-00:39:59	29	35	31,217.18
2020-05-27 10:30:00-10:39:59	1	1	30,000.00
2020-11-26 19:50:00-19:59:59	1	1	29,900.00
2020-05-03 07:30:00-07:39:59	1	1	28,600.00
2020-10-29 12:10:00-12:19:59	2	2	27,449.00
2020-11-02 00:20:00-00:29:59	243	323	27,249.26
2020-10-15 13:40:00-13:49:59	279	370	27,149.67
2020-08-08 13:40:00-13:49:59	140	161	27,068.45
2020-11-09 00:00:00-00:09:59	25	33	25,517.00
2020-11-02 00:10:00-00:19:59	244	276	24,913.00
2020-12-14 16:20:00-16:29:59	3	12	24,744.00
2020-08-31 18:50:00-18:59:59	1	1	24,009.00
2020-03-11 12:40:00-12:49:59	1	1	23,767.00
2020-12-13 17:30:00-17:39:59	2	3	23,563.00
2020-09-07 15:40:00-15:49:59	2	3	22,916.00
2020-08-30 23:00:00-23:09:59	133	137	22,752.00
2020-11-11 00:10:00-00:19:59	30	33	22,636.37
2020-08-08 14:30:00-14:39:59	47	50	20,928.50

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2020-12-10 00:20:00-00:29:59	24	34	19,663.44
2020-11-11 00:30:00-00:39:59	17	21	19,487.33
2020-10-22 20:00:00-20:09:59	150	153	18,207.00
2020-10-25 11:30:00-11:39:59	199	262	18,009.80
2020-12-26 16:50:00-16:59:59	1	1	17,970.00
2020-12-24 18:40:00-18:49:59	2	3	17,759.00
2020-11-27 17:10:00-17:19:59	1	1	16,744.00
2020-12-21 18:10:00-18:19:59	1	2	16,695.00
2020-11-01 00:00:00-00:09:59	25	27	16,608.90
2020-11-02 00:40:00-00:49:59	138	138	16,554.04
2020-01-09 18:50:00-18:59:59	1	1	16,547.00
2020-11-21 19:40:00-19:49:59	2	2	16,042.00
2020-07-19 19:20:00-19:29:59	13	14	15,997.88
2020-08-25 20:00:00-20:09:59	124	132	15,827.00
2020-12-14 16:10:00-16:19:59	1	1	15,595.00
2020-09-14 16:30:00-16:39:59	4	4	15,468.70
前50名短时间点交易金额			2,397,873.39
2020年交易总额			19,781,528.55
金额占比			12.12%

3）2021 年度

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2021-04-09 20:30:00-20:39:59	433	448	222,017.00
2021-11-01 00:30:00-00:39:59	163	199	201,235.87
2021-03-27 19:50:00-19:59:59	88	97	144,466.00
2021-06-01 00:00:00-00:09:59	97	124	143,126.93
2021-11-11 00:00:00-00:09:59	140	153	124,907.07
2021-08-19 20:50:00-20:59:59	543	586	99,102.00
2021-11-01 00:40:00-00:49:59	100	113	81,085.53
2021-08-20 09:00:00-09:09:59	418	435	73,951.00
2021-05-29 23:30:00-23:39:59	4	4	64,199.75
2021-06-16 00:00:00-00:09:59	65	76	58,577.14

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2021-11-01 00:00:00-00:09:59	96	102	55,120.88
2021-03-02 00:00:00-00:09:59	2	42	53,951.57
2021-05-20 14:50:00-14:59:59	3	3	50,708.00
2021-11-02 00:00:00-00:09:59	13	20	49,236.01
2021-11-09 21:30:00-21:39:59	171	174	49,175.00
2021-11-10 23:00:00-23:09:59	51	52	46,886.29
2021-11-01 00:50:00-00:59:59	53	58	46,569.09
2021-05-25 12:00:00-12:09:59	2	2	46,524.00
2021-08-19 21:00:00-21:09:59	268	275	46,244.52
2021-06-03 21:40:00-21:49:59	23	23	45,977.00
2021-10-03 20:50:00-20:59:59	255	262	44,158.00
2021-08-04 21:00:00-21:09:59	257	260	43,571.68
2021-01-29 10:20:00-10:29:59	1	1	41,650.00
2021-10-09 17:30:00-17:39:59	33	33	41,599.00
2021-06-03 21:50:00-21:59:59	22	23	41,513.06
2021-04-09 22:00:00-22:09:59	44	45	41,045.80
2021-12-16 18:30:00-18:39:59	34	46	40,166.00
2021-11-11 00:30:00-00:39:59	60	63	38,459.70
2021-05-12 14:20:00-14:29:59	2	2	38,443.00
2021-08-30 12:30:00-12:39:59	4	5	37,870.00
2021-11-01 17:50:00-17:59:59	39	41	37,588.00
2021-02-21 22:50:00-22:59:59	25	25	37,475.00
2021-11-11 00:10:00-00:19:59	61	66	37,377.91
2021-08-06 17:00:00-17:09:59	127	129	37,154.90
2021-11-22 15:20:00-15:29:59	9	9	35,063.60
2021-05-25 11:30:00-11:39:59	3	8	34,789.80
2021-12-16 18:40:00-18:49:59	30	39	34,255.50
2021-04-28 23:10:00-23:19:59	3	3	34,215.26
2021-11-01 01:10:00-01:19:59	26	31	33,677.46
2021-11-11 02:10:00-02:19:59	33	33	32,043.32
2021-11-01 20:00:00-20:09:59	39	39	31,075.96
2021-06-03 22:00:00-22:09:59	20	21	30,602.71
2021-11-10 19:50:00-19:59:59	31	31	30,409.40

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2021-12-12 00:00:00-00:09:59	56	59	29,825.38
2021-11-01 01:00:00-01:09:59	29	30	29,195.78
2021-12-12 23:40:00-23:49:59	36	44	29,137.39
2021-08-06 22:20:00-22:29:59	27	28	28,685.02
2021-04-11 18:20:00-18:29:59	1	1	28,604.00
2021-06-18 00:00:00-00:09:59	22	27	28,171.96
2021-06-25 16:30:00-16:39:59	1	3	27,879.00
前50名短时间点交易金额			2,758,764.24
2021年交易总额			61,191,248.02
金额占比			4.51%

4) 2022 年 1-6 月

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2022-05-08 15:40:00-15:49:59	202	207	190,946.67
2022-05-08 15:50:00-15:59:59	196	202	163,843.45
2022-05-08 14:40:00-14:49:59	328	354	62,659.08
2022-05-16 21:40:00-21:49:59	11	13	43,514.44
2022-03-25 23:30:00-23:39:59	172	181	42,677.57
2022-05-08 19:50:00-19:59:59	50	50	42,524.26
2022-02-10 09:40:00-09:49:59	12	20	40,428.68
2022-05-08 12:30:00-12:39:59	602	658	39,733.60
2022-02-10 09:30:00-09:39:59	15	22	36,405.79
2022-05-31 20:00:00-20:09:59	21	25	35,819.27
2022-01-18 21:30:00-21:39:59	38	38	34,666.10
2022-01-17 11:10:00-11:19:59	12	14	32,725.27
2022-04-14 14:00:00-14:09:59	6	6	31,274.96
2022-01-06 21:40:00-21:49:59	35	35	30,115.78
2022-03-07 14:00:00-14:09:59	6	6	27,862.35
2022-03-11 13:00:00-13:09:59	11	35	27,192.03
2022-05-26 23:10:00-23:19:59	12	14	26,769.70
2022-05-29 13:00:00-13:09:59	228	230	25,199.28
2022-02-14 11:10:00-11:19:59	10	13	25,061.65

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
2022-02-28 12:20:00-12:29:59	11	11	23,712.88
2022-05-08 14:30:00-14:39:59	179	183	23,382.36
2022-06-08 21:40:00-21:49:59	118	120	23,096.34
2022-01-18 22:50:00-22:59:59	22	25	22,331.94
2022-01-11 15:10:00-15:19:59	10	10	22,289.82
2022-04-23 09:50:00-09:59:59	126	130	22,007.15
2022-05-29 20:40:00-20:49:59	157	160	21,668.82
2022-04-22 23:20:00-23:29:59	9	9	21,639.93
2022-05-04 20:00:00-20:09:59	15	19	21,576.91
2022-01-06 21:30:00-21:39:59	25	25	21,469.70
2022-01-06 13:00:00-13:09:59	25	25	21,336.24
2022-05-08 20:00:00-20:09:59	29	30	21,211.82
2022-05-24 13:20:00-13:29:59	11	20	21,201.38
2022-02-26 13:40:00-13:49:59	18	21	21,158.91
2022-05-08 23:20:00-23:29:59	31	32	21,057.56
2022-01-10 22:10:00-22:19:59	25	25	20,848.66
2022-05-05 13:40:00-13:49:59	14	41	20,392.72
2022-01-10 22:00:00-22:09:59	31	31	20,179.38
2022-01-20 23:10:00-23:19:59	18	19	19,418.39
2022-03-07 14:40:00-14:49:59	11	11	19,082.86
2022-05-04 12:20:00-12:29:59	80	83	19,022.74
2022-06-09 10:10:00-10:19:59	161	161	18,978.92
2022-06-17 14:10:00-14:19:59	12	13	18,975.51
2022-06-18 21:00:00-21:09:59	25	25	18,957.80
2022-04-23 08:50:00-08:59:59	125	126	18,838.98
2022-06-01 11:40:00-11:49:59	35	40	18,712.37
2022-05-11 22:00:00-22:09:59	14	15	18,548.15
2022-06-18 22:10:00-22:19:59	24	24	18,320.57
2022-04-23 14:00:00-14:09:59	10	10	18,261.83
2022-06-18 23:20:00-23:29:59	18	18	18,065.23
2022-05-09 20:50:00-20:59:59	82	92	18,023.73
前50名短时间点交易金额			1,593,189.53
2022年1-6月交易总额			65,165,126.31

短时交易时段	交易人数（人）	交易笔数（笔）	交易金额（元）
金额占比			2.44%

根据上述统计分析，报告期内样本买家短时间交易主要集中于“双十一”、“双十二”、“6·18”等常规电商活动日，除常规电商日外的其他时间节点主要系直播以及分销类买家在某个时间点的大额订单导致。

（7）商品集中度分析

按商品编码对样本买家购买商品的集中度情况进行分析，以核查是否存在集中交易的商品，具体分析如下：

1）2019 年度

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
德尔玛喷雾喷水平板拖把	10,301	60.92	59.14	5.74%
吸尘器VC20	1,577	57.80	366.49	5.45%
DX700吸尘器	3,846	50.07	130.20	4.72%
德尔玛手持式挂烫机	2,534	35.37	139.58	3.33%
德尔玛去球粘毛两用修剪器	5,210	26.85	51.54	2.53%
德尔玛滑盖式自动喷香机	5,193	25.87	49.82	2.44%
德尔玛便携式电热水杯	1,660	25.59	154.15	2.41%
德尔玛蒸汽拖把	838	25.37	302.76	2.39%
DX115C吸尘器	2,971	23.44	78.91	2.21%
德尔玛上加水加湿器DEM-SJS600	1,186	22.98	193.79	2.17%
其他	101,376	706.59	69.70	66.61%
合计	136,692	1,060.86	77.61	100.00%

2）2020 年度

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
VC01手持无线吸尘器	5,806	155.97	268.63	7.88%
德尔玛蒸汽拖把	3,802	122.48	322.15	6.19%
DX700吸尘器	9,369	117.09	124.97	5.92%
自动喷香机DEM-PX831	8,340	106.79	128.04	5.40%

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
飞利浦牌AUT2002/00型净水器	566	79.00	1,395.80	3.99%
飞利浦家用净水器AUT2015	416	55.13	1,325.25	2.79%
DX115C吸尘器	6,364	50.79	79.80	2.57%
德尔玛芳香喷雾罐DEM-HC6663	9,381	46.15	49.19	2.33%
德尔玛多功能蒸汽熨烫机DEM-HS200	1,909	42.42	222.23	2.14%
德尔玛喷雾喷水平板拖把	7,265	40.27	55.43	2.04%
其他	130,528	1,162.07	89.03	58.75%
合计	183,746	1,978.15	107.66	100.00%

3) 2021 年度

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
德尔玛无线吸尘器	15,120	602.17	398.26	9.84%
飞利浦眼部按摩仪	11,401	525.11	460.58	8.58%
德尔玛洗地机	3,089	493.12	1,596.36	8.06%
飞利浦家用净水器AUT3043	2,779	277.30	997.83	4.53%
德尔玛加湿器	25,222	218.74	86.73	3.57%
德尔玛无线吸尘器	6,081	165.35	271.91	2.70%
德尔玛手持挂烫机	8,421	158.14	187.80	2.58%
德尔玛吸尘器	10,281	143.29	139.38	2.34%
飞利浦鲸鱼座净水器	714	138.52	1,940.04	2.26%
德尔玛家用大吸力手持式无线吸尘器	3,181	120.86	379.94	1.98%
其他	288,629	3,276.53	113.52	53.55%
合计	374,918	6,119.12	163.21	100.00%

4) 2022 年 1-6 月

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
德尔玛洗地机套装	4,849	777.87	1,604.19	11.94%
飞利浦水通道蛋白富锶免安装净水器	3,151	770.40	2,444.93	11.82%
飞利浦膝盖按摩器	14,606	689.11	471.8	10.57%

商品名称	销售数量 (件)	销售金额 (万元)	平均售价 (元/件)	金额占比
德尔玛无线吸尘器	9,611	381.37	396.81	5.85%
飞利浦鲸鱼座净水器	1,283	222.10	1,731.12	3.41%
德尔玛家用大吸力手持式吸尘器DX700	14,094	203.96	144.72	3.13%
PPM3201NBK/93 飞利浦牌按摩披肩	6,142	201.06	327.35	3.09%
飞利浦按眼部按摩仪器	4,464	199.96	447.93	3.07%
PPM3201NGY/93 飞利浦牌按摩披肩	4,512	179.13	397.01	2.75%
飞利浦净水器600G	1,431	137.45	960.52	2.11%
其他	223,353	2,754.10	123.31	42.26%
合计	287,496	6,516.51	226.66	100.00%

根据上述统计分析，样本买家购买的产品均为当年度主要热销商品，未见明显异常。

2、抽样电话访谈并获取订单截图等单据

针对上述收件人地址及联系方式较多的买家，保荐人及申报会计师会同 IT 审计按如下抽样方法形成 1,600 个样本，以进行电话访谈并获取订单截图等单据：

买家类型	抽样方法
收货地址且联系方式5个（不含）以上的买家	1、2019-2021年及2022年1-6月各期交易金额前150个买家 2、除上述买家外，2019-2021年及2022年1-6月各期随机抽100个买家
其他多个收货地址或联系方式的买家	1、2019-2021年及2022年1-6月各期交易金额前100个买家 2、除上述买家外，2019-2021年及2022年1-6月各期随机抽50个买家

1) 抽样电话访谈

针对上述抽样买家，保荐人、申报会计师设计了访谈问卷进行电话访谈，主要了解 and 确认抽样买家是否购买过相关产品、具体用途、存在多个收件人联系方式或收货地址的原因、是否存在刷单、是否存在关联关系等内容。

保荐人及申报会计师的抽样电话访谈结果如下：

项目	数量
样本总量	1,600
剔除无效号码后的电话总量	1,164

项目	数量
接通	510
完成至少一个问题	245
完成全部回访问题	157

注 1：无效号码主要为无法解密号码及重复号码。

注 2：2021 年《中华人民共和国个人信息保护法》《中华人民共和国数据安全法》发布并实施，出于个人信息安全 and 数据安全的目的，各电商平台陆续采用不同加密机制对消费者订单中收货人联系方式等个人信息进行加密处理，并设定不同解密规则，部分消费者收货人联系方式无法获得。

根据抽样电话访谈结果，存在多个收件人地址或联系方式的买家主要系代家人、朋友、同事等购买，或者购买后进一步分销、赠送客户、公司采购等，具备合理性。

2) 获取订单截图等单据

除抽样电话访谈外，保荐人及申报会计师进一步获取了抽样样本买家的订单等平台单据，核查相关交易是否完成。

3、核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

存在多个收件人地址或联系方式的买家交易特征无明显异常，交易具备真实性，多个收件人地址或联系方式主要系代家人、朋友、同事等购买，或者购买后进一步分销、赠送客户、公司采购等原因，具备合理性。

（三）验证 OMS 系统留存数据的完整性和准确性时，选取各财年不含税收入占比 5%以上的店铺作为样本，而非对全部店铺进行核查是否合理，取得的核查证据是否充分

保荐人、申报会计师、IT 审计在执行 OMS 系统留存数据与电商平台订单数据、电商平台资金流水明细数据双向核对的程序时选取了收入占比 5%以上的店铺作为具有代表性且覆盖比例较高的样本。除此之外，保荐人、申报会计师、IT 审计也通过对 OMS 系统执行整体控制测试程序、将整体 OMS 数据与财务收入数据进行测算与核对，对 OMS 系统留存数据的完整性和准确性进行了验证，具体分析如下：

1、发行人线上直销店铺数量较多，执行双向核对程序时选取收入占比 5%以上的店铺样本具有代表性、覆盖比例较高

报告期内，发行人线上直销店铺数量较多，但线上直销交易相对集中于部分店铺，其余店铺交易量较小，因此执行 OMS 系统留存数据与电商平台相关数据的双向核对程序时以收入占比 5%以上作为筛选标准，同时部分店铺收入占比虽未达到 5%，但交易增长较快且占比接近 5%，基于谨慎性原则也将该等店铺纳入双向核对的核查范围，比如 2021 年的飞利浦健护盾按摩器材专卖店（抖音）。按上述标准筛选后的店铺样本如下：

期间	店铺名称
2019年度	德尔玛旗舰店、德尔玛小米科技、华帝卫浴旗舰店
2020年度	德尔玛旗舰店、飞利浦飞鱼专卖店、德尔玛小米科技、飞利浦水护盾专卖店、德尔玛禾米专卖店、飞利浦卫浴旗舰店、薇新旗舰店、华帝卫浴旗舰店
2021年度	德尔玛旗舰店、薇新旗舰店、飞利浦净水旗舰店、飞利浦飞鱼专卖店、飞利浦水护盾专卖店、德尔玛厨房电器旗舰店、飞利浦卫浴旗舰店、德尔玛小米科技、德尔玛抖音商城、飞利浦水健康（抖音）、飞利浦健护盾按摩器材专卖店（抖音）
2022年1-6月	德尔玛旗舰店、飞利浦净水旗舰店、德尔玛抖音商城、飞利浦水健康（抖音）、飞利浦健护盾按摩器材专卖店（抖音）、鱼美抖音小店

上述样本店铺的合计收入占线上直销收入的情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
样本店铺收入合计	23,549.92	45,552.06	39,095.45	16,488.11
线上直销收入	33,440.45	58,013.10	46,451.27	25,028.15
占比	70.42%	78.52%	84.16%	65.88%

由上表可见，报告期内，样本店铺占线上直销收入的比例分别为 65.88%、84.16%、78.52%和 70.42%，占比较高，因此执行 OMS 系统留存数据与电商平台相关数据的双向核对程序时选取收入占比 5%以上的店铺具有代表性、覆盖比例较高。

2、通过整体控制测试核查了发行人 OMS 系统整体内部控制的有效性，发行人信息系统相关控制能够保证 OMS 系统数据的完整性和准确性

保荐人、申报会计师、IT 审计对发行人的整体 OMS 系统执行了整体控制测试及业务系统穿行测试程序：

（1）一般控制测试

一般控制测试包括信息技术治理、运营维护管理、系统开发及变更管理，经核查，发行人信息系统相关的组织架构和职能部门、相关制度、职责权限等相关一般控制已经建立并有效执行。

（2）应用控制测试

应用控制测试包括输入项控制、流程处理控制、输出项控制、角色及授权管理、接口控制、日志管理，经核查，发行人信息系统相关的应用控制已经建立并有效执行。

（3）业务系统穿行测试

抽取部分店铺进行穿行测试，经核查，发行人相关信息系统能够保证数据传递的完整性和有效性。

因此，通过上述测试，发行人已建立线上直销业务相关的信息系统管理体系和流程，制定了信息系统相关制度并有效执行，能够规范信息系统操作，同时发行人配备了基本的运维管理和网络安全措施以支持发行人线上销售业务平稳运行，能够通过信息系统相关控制保证 OMS 系统数据的完整性和准确性。

3、通过 OMS 系统订单测算的收入与财务审定收入核对验证 OMS 系统数据的完整性和准确性

如前所述，公司线上直销收入确认以电商平台导出的流水账单等单据为依据，通过电商平台导出单据与 U9 系统财务数据的匹配核对能够保证 U9 系统的收入确认与电商平台数据的一致性，因此保荐人、申报会计师、IT 审计将 OMS 系统订单测算的不含税收入和财务审定收入进行了核对以验证 OMS 系统留存数据的完整性和准确性，核对情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
OMS系统订单测算的不含税收入	32,377.69	60,729.14	45,695.01	26,075.54
财务审定收入	33,440.12	58,013.10	46,451.27	25,028.15
差异率	-3.18%	4.68%	-1.63%	4.18%

报告期内，OMS 系统订单测算的合计不含税收入与财务审定合计收入的差异率为

1.19%，差异率较小，差异原因主要包括时间性差异、消费者已退款但公司未收到退货、补差价等，具有合理性。

因此，发行人 OMS 系统订单测算的不含税收入与财务审定收入的差异率较小，且差异具有合理性，OMS 系统的数据具备完整性和准确性。

综上所述，保荐人、申报会计师、IT 审计执行 OMS 系统留存数据与电商平台相关数据的双向核对程序时选取收入占比 5%以上的店铺样本具有代表性、覆盖比例较高；同时，保荐人、申报会计师、IT 审计也执行了整体控制测试、核对了 OMS 系统订单测算的收入与财务审定收入，上述程序能够验证发行人 OMS 系统留存数据的完整性和准确性。因此，执行双向核对程序时选取收入占比 5%以上的店铺而非选择全部店铺具备合理性，保荐人、申报会计师、IT 审计执行的核查程序能够验证 OMS 系统留存数据的完整性和准确性，取得的核查证据充分。

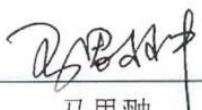
（本页无正文，为广东德尔玛科技股份有限公司关于《关于广东德尔玛科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

广东德尔玛科技股份有限公司



（本页无正文，为中国国际金融股份有限公司对《关于广东德尔玛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文件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：


马思翀


余 燕


中国国际金融股份有限公司
2022 年 9 月 24 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于广东德尔玛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文件的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解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，本次审核问询函的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、法定代表人：

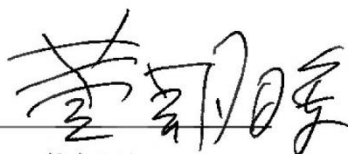

沈如军



保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读《关于广东德尔玛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文件的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解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，本次审核问询函的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。

首席执行官：


黄朝晖

中国国际金融股份有限公司

