

关于对纳思达股份有限公司

《中国证监会行政许可项目审查

一次反馈意见通知书》

相关问题的会计师意见

目录

问题 1.....	1
问题 6.....	8
问题 7.....	28
问题 8.....	48
问题 9.....	65
问题 10.....	76
问题 11.....	82
问题 12.....	95
问题 13.....	111
问题 14.....	121
问题 15.....	126
问题 16.....	137
问题 17.....	145
问题 18.....	153
问题 19.....	159
问题 20.....	169
问题 21.....	181
问题 23.....	186



关于对纳思达股份有限公司
《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》
相关问题的会计师意见

信会师函字[2021]第 ZM0013 号

中国证券监督管理委员会：

由纳思达股份有限公司（以下简称“公司”）转来贵部《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》(211170 号)奉悉，本所对反馈意见通知书中须由会计师发表意见的问题答复如下：

问题 1：申请文件显示，1) 本次交易拟募集配套资金不超过 50 亿元。2) 2015 年、2017 年上市公司曾两次募集资金。截止 2020 年 12 月 31 日，尚未使用的募集资金合计 81,479.43 万元。3) 2017 年非公开发行股票募投的“激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目”计划使用募集资金 50,000 万元，尚有 15,104.41 万元未使用，投资进度为 69.79%。4) 2017 年非公开发行股票募投的“智能化生产改造项目”，尚有 4.21 亿元募集资金未使用，投资进度仅为 14.36%。5) 本次交易关联方现金对价支付金额为 12.83 亿元，占全部现金对价的 80.99%；交易对方现金对价占承诺利润总额的 98.80%，其中关联方现金对价占承诺利润总额的 80%。请你公司：1) 结合 2017 年公司非公开发行股票的募投项目“激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目”、“智能化生产改造项目”的进展情况，及与本次募投项目“高性能高安全性系列激光打印机研发及产业化项目”在产品类型、适用领域、技术先进性等方面的差异，补充披露本次募投项目的必要性。2) 补充披露本次交易以高比例现金对价支付上市公司实际控制人及关联方的原因和必要性，是否有利于有效约束相关承诺方，保障业绩补偿承诺充分履行，是否存在不当利益输送，是否有利于保护上市公司和中小股东利益。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、结合 2017 年公司非公开发行股票的募投项目“激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目”、“智能化生产改造项目”的进展情况，及与本次募投项目“高性能高安全性系列激光打印机研发及产业化项目”在产品类型、适用领域、技术先进性等方面的差异，补充披露本次募投项目的必要性

上市公司已在重组报告书“第五章 发行股份情况”之“三、募集配套资金”之“（七）募集配套资金的必要性”之“3、结合 2017 年公司非公开发行股票的募投项目‘激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目’、‘智能化生产改造项目’的进展情况，及与本次募投项目‘高性能高安全性系列激光打印机研发及产业化项目’在产品类型、适用领域、技术先进性等方面的差异，补充披露本次募投项目的必要性”章节中补充披露以下内容：

（一）“激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目”、“智能化生产改造项目”的进展情况

1、激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目

激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目实施主体为上市公司全资子公司珠海纳思达打印科技有限公司，主要用于建设打印机一期首期制造基地，其中包括建设综合性办公楼、打印机设备生产基地的搬迁扩建工程和园区公共管理及服务中心项目。项目拟使用募集资金 50,000 万元，截至 2021 年 6 月 30 日已使用 34,786.30 万元。目前项目基建已基本完成，永久用电、永久用水相关设施已经施工完成，厂房的内装修在进行中，预计今年第四季度相关设施陆续投入使用。

该项目建成后，主要用于珠海纳思达打印科技有限公司为利盟国际代工 A4 彩色激光打印机及其原装耗材产品，可形成年产 60 万台打印机和 180 万支原装耗材产能。

2、智能化生产改造项目

智能化生产改造项目实施主体为上市公司，项目通过引入通用耗材智能化控制生产线及相关配套系统和软件，对墨盒生产线、硒鼓生产线和注塑生产线

进行智能化升级改造。该项目拟使用募集资金 49,118.75 万元，截至 2021 年 6 月 30 日已投入 7,052.60 万元，已基本完成智能化生产改造。该项目投入使用金额少的原因：（1）因耗材产品升级换代较快的原因，使部分智能化改造设备及零部件未能列入原定的募集资金使用计划中，无法使用募集资金投入。（2）智能化生产改造项目涉及的部分设备为非标产品，需要二次开发，无法外购，公司通过采购零部件自行组装方式解决，进一步优化了生产工艺流程，节降了支出。因上述原因，剩余募集资金拟不再投入该项目，后续将根据公司生产经营需求进行安排并履行相应的审批程序。

（二）前次募投项目与本次募投项目在产品类型、适用领域、技术先进性等方面的差异

激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目、智能化生产改造项目和高性能高安全性系列激光打印机研发及产业化项目的主要差异如下表所示：

项目名称	产品类型	适用领域	技术参数	技术先进性
激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目	利盟品牌打印机和原装耗材	项目建成后，主要用于为利盟国际代工 A4 彩色打印机及其原装耗材，该系列产品主要销往利盟国际全球商用渠道	产品主要为利盟国际旗下 24 速左右 A4 彩色激光打印机及其原装耗材	产品为利盟国际现有产品，本项目主要在国内建立生产线以降低成本
智能化生产改造项目	通用耗材	项目对墨盒生产线、硒鼓生产线和注塑生产线进行智能化升级改造，以降低生产成本。上述生产线主要生产通用耗材，通过纳思达渠道销往通用耗材市场	产品主要为适配各种机型的通用墨盒和硒鼓	本项目为现有生产线的智能化升级改造，以降低生产成本
高性能高安全性系列激光打印机研发及产业化项目	奔图品牌打印机和原装耗材	项目建成后将用于生产 A4 和 A3 系列高性能高安全性激光打印机及其原装耗材，该等产品主要针对国内信创市场，同时也将完善奔图电子产品线	产品主要为自主知识产权的 20 速以上 A4 彩色激光打印机、20 速以上 A3 黑白彩色激光打印机和 20 速以上 A3 彩色激光打印机及其原装耗材	项目建成后，将填补奔图电子现有产品线在 A3 黑白激光打印机、A4 彩色激光打印机等中高端产品领域的空缺，提升奔图电子自主研发实力并完善产品线

奔图电子与利盟国际虽然同样生产销售打印机和原装耗材，但两者在品牌、产品定位、销售渠道和技术专利等多方面均存在差异。利盟国际注册地和主要

生产经营场所均位于美国，其产品以中高速激光打印机为主，在欧美等发达国家具有较强的市场竞争力，其传统优势业务领域为该等发达国家市场的银行、学校、政府机构、保险、大型企业等渠道。奔图电子注册地和主要生产经营场所均位于中国，其产品以中低速激光打印机为主，在国内、俄罗斯等新兴市场国家具有较强的市场竞争力，尤其在国内信创市场具有较强的竞争优势。本次交易完成后，奔图电子与也将与利盟国际一样成为上市公司的子公司，上市公司在制定两个品牌发展战略时亦将充分考虑发挥双方的协同效应，但由于利盟国际和奔图电子所在地法规等限制，利盟国际有关专利技术、客户供应商清单等均无法与上市公司共享，而不同品牌在不同国家市场的竞争力也越来越受到国际政治因素的影响，利盟国际和奔图电子在未来发展中也必须面对上述因素并予以应对。

具体到前次募投项目与本次募投项目而言，前次募投项目中的激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目主要用于建立国内生产基地为利盟国际代工、降低生产成本，其产品将通过利盟国际销售渠道主要销往欧美等市场，符合上市公司收购利盟国际后积极实施成本节降的发展战略。而本次募投项目高性能高安全性系列打印机研发及产业化项目主要形成奔图电子自主高性能高安全性系列打印机及原装耗材产能，该等产品将通过奔图电子销售渠道主要销往信创市场和其他市场。该项目的实施可有效提升奔图电子自主研发实力，完善打印设备产品线，符合奔图电子打造自主领先的打印设备供应商的发展战略，有助于加速打印设备国产化，助力国家信息安全保障体系建设。因此，前次募投项目与本次募投项目在建设目的、产品类型和适用领域等方面均存在显著差异，本次募投项目的建设具有必要性。

二、补充披露本次交易以高比例现金对价支付上市公司实际控制人及关联方的原因和必要性，是否有利于有效约束相关承诺方，保障业绩补偿承诺充分履行，是否存在不当利益输送，是否有利于保护上市公司和中小股东利益

上市公司已在重组报告书“第一章 本次交易概述”之“十、补充披露本次交易以高比例现金对价支付上市公司实际控制人及关联方的原因和必要性，是否有利于有效约束相关承诺方，保障业绩补偿承诺充分履行，是否存在不当利益

输送，是否有利于保护上市公司和中小股东利益”章节中补充披露以下内容：

（一）本次交易现金对价支付安排和原因

本次发行股份及支付现金购买奔图电子 100%股权交易总对价为 660,000.00 万元，其中股份支付对价为 501,599.97 万元，占总对价的 76.00%，现金支付对价为 158,400.03 万元，占总对价的 24.00%，所有交易对方所获现金对价占总对价比例相同。

本次交易的支付对价依据中联评估对标的资产出具的《资产评估报告》评估结果，经交易各方协商确定。本次交易的支付安排为交易各方协商谈判确定，本次交易现金对价比例的设置，主要是因为本次交易的交易对方均为个人或有限合伙企业，普遍存在因本次交易缴纳个人所得税的需求，另外部分交易对方也存在一定流动性需求。交易各方已在《购买资产协议补充协议二》中约定，就本次交易中获得的上市公司支付的现金对价，交易对方优先用于支付其在本次交易中涉及的相关税款。本次交易履行了必要的董事会、股东大会审议程序。上市公司董事会审议本次交易事项时，关联董事基于当前关联交易情况已回避表决，也未曾代理其他董事行使表决权。上市公司股东大会审议本次交易事项时，关联股东已回避表决。

因此，本次交易的支付对价依据评估结果确定，现金支付比例的安排由交易各方协商确定，具备商业合理性。本次交易履行了必要的审议程序和回避表决程序，不存在不当利益输送的情况。

（二）本次交易对业绩补偿承诺方的约束机制和承诺履行的保障措施

本次交易中，除 2020 年 4 月入股的财务投资者外，其他交易对方均已作出业绩补偿承诺，业绩承诺期为 2021 年至 2023 年。业绩承诺各方以其所获得的全部交易对价为业绩承诺提供补偿义务。承担业绩承诺的交易对方所获对价占交易总作价的比例如下：

单位：万元	
承担业绩承诺的交易对方所获对价	583,084.51
交易总对价	660,000.00
承担业绩承诺交易对方所获对价占比	88.35%

上述业绩承诺安排能够有效降低重组完成后标的公司业绩不达预期的风险，有利于保护上市公司及中小股东的权益。

本次交易中，业绩承诺各方均已对本次交易取得股份的锁定安排和不通过质押在本次交易中获得的股份等方式逃废补偿义务做出承诺。其中，汪东颖、李东飞、曾阳云承诺在本次发行股份上市之日起 36 个月届满和其本人业绩补偿义务已履行完毕并实现分期解锁之前不得转让。根据上述股份锁定安排，汪东颖、李东飞、曾阳云未解除锁定的股份能够较好的保障其业绩补偿义务的履行。以下分别假设业绩承诺期内奔图电子每年实现的净利润为业绩承诺当年的 0%、25%、32.5%、50%。在前述情景假设下，分别测算业绩承诺方需支付的业绩补偿金额，进而测算当期尚未解锁股份对业绩补偿义务的保障情况，具体测算情况如下：

各年实现当年业绩承诺比例	锁定股份保障倍数		
	2021 年	2022 年	2023 年
0%	3.02	1.59	0.44
25%	4.03	2.38	1.03
32.5%	4.48	2.73	1.29
50%	6.05	3.96	2.21

在上表所列情形中，仅当 2021 年、2022 年和 2023 年每年实现业绩均为当年承诺业绩 0% 的极端情况下，2023 年锁定股份无法完全保障当年业绩承诺补偿的支付。在各期实现业绩不低于当期承诺业绩 25% 时，汪东颖、李东飞、曾阳云锁定股份均能保障业绩承诺补偿的支付。

除汪东颖、李东飞、曾阳云外的其他业绩承诺方承诺在本次发行股份上市之日起 12 个月届满（取得标的公司股权时间与通过本次交易取得的上市公司股份时间间隔不足 12 个月的为 36 个月届满）和其本人业绩补偿义务已履行完毕并实现分期解锁之前不得转让，分期解锁比例为第一年 30%，第二年 30%，第三年 40%。根据上述股份锁定安排，除汪东颖、李东飞、曾阳云外的其他业绩承诺方未解除锁定的股份能够较好的保障其业绩补偿义务的履行。以下分别假设业绩承诺期内奔图电子每年实现的净利润为业绩承诺当年的 0%、25%、32.5%、50%。在前述情景假设下，分别测算该等业绩承诺方需支付的业绩补偿

金额，进而测算当期尚未解锁股份对业绩补偿义务的保障情况。为谨慎起见，测算未考虑业绩承诺方因取得标的公司股权时间与通过本次交易取得的上市公司股份时间间隔不足 12 个月需锁定 36 个月的情形，具体测算情况如下：

各年实现当年业绩 承诺比例	锁定股份保障倍数		
	2021 年	2022 年	2023 年
0%	3.02	1.59	0.44
25%	4.03	2.21	0.91
32.5%	4.48	2.46	1.05
50%	6.05	3.32	1.42

在上表所列情形中，仅当 2021 年、2022 年和 2023 年每年实现业绩均为当年承诺业绩 0%、25% 的极端情况下，2023 年锁定股份无法完全保障当年业绩承诺补偿的支付。在各期实现业绩不低于当期承诺业绩 32.5% 时，除汪东颖、李东飞、曾阳云外的其他业绩承诺方锁定股份均能保障业绩承诺补偿的支付。考虑到奔图电子在信创市场的领先地位、覆盖全国各个省份和全球七十多个国家和地区的广阔的销售网络和稳定的客户群体、以及打印机行业“打印机+耗材”的稳定盈利模式，预计出现该极端假设情境的风险较小。各业绩承诺方业绩承诺的履行能力有较好的保障。

因此，本次交易对业绩承诺方的约束机制能够有效保障业绩补偿承诺的充分履行，有利于保护上市公司和中小股东利益。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的程序主要包括：

(1) 查阅上市公司前次募集资金项目的可行性报告及本次募投项目的可行性分析报告，结合前次募集资金项目实施的情况，并与奔图电子的管理层及研发人员访谈，以识别前次募集资金项目及本次募投项目的关键参数及产业化的差异；

(2) 与公司管理层访谈，并结合交易的情况对股东个人所得税费进行初步测算，分析交易安排的合理性。

2、经核查，会计师认为：

(1) 公司上述关于“激光打印机高端装备智能制造一期工程首期项目”、“智能化生产改造项目”的进展情况和前次募投项目与本次募投项目在产品类型、适用领域、技术先进性等方面差异情况的说明与会计师在核查过程中了解的情况没有重大不一致；会计师认为本次募投项目符合上市公司和标的公司发展战略，具有必要性；

(2) 本次交易的支付对价依据评估结果确定，现金支付比例的安排由交易各方协商确定，具备商业合理性。本次交易履行了必要的审议程序和回避表决程序，不存在不当利益输送的情况。本次交易对业绩承诺方的约束机制能够有效保障业绩补偿承诺的充分履行，有利于保护上市公司和中小股东利益。

问题 6：申请文件显示，1) 奔图电子由上市公司实际控制人汪东颖、李东飞、曾阳云于 2014 年 12 月成立。2015 年 4 至 5 月，赛纳科技将旗下打印机耗材业务和打印机整机业务分别售与上市公司和奔图电子。2) 2019、2020 年，奔图电子向关联方（上市公司及其子公司）采购商品、接受劳务的金额分别占营业成本的 52.46%、37.63%，向关联方出售商品、提供劳务金额分别占当期营业收入的 13.76%、6.33%。请你公司：1) 补充披露赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产并由此新增关联交易的原因与合理性，以及此项安排对奔图电子独立性的影响，是否存在关联方利益输送。2) 结合 2018 年-2020 年奔图电子关联交易金额、占比及其变动，补充披露前述拆分及承接安排对报告期奔图电子经营业绩的影响。3) 补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性，中介机构对报告期内奔图电子相应业绩和财务数据真实性的核查手段、核查结论。4) 说明报告期收入、利润较大幅度增长是否主要来源于关联方，并测算剔除关联方交易后的经营业绩情况，进一步说明标的资产的业务独立性。请独立财务顾问和会计师进行核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产并由此新增关联交易的原因与合理性，以及此项安排对奔图电子独立性的影响，是否存在关联方利益输送

上市公司已在《重组报告书》“第十一章 同业竞争与关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）本次交易前标的公司的关联方和关联交易情况”之“2、赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产的相关情况”之“（1）赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的公司的原因”中补充披露如下内容：

（一）赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产并由此新增关联交易的原因及合理性

1、因拓展完善业务链和降低关联交易比例的需要，上市公司发行股份购买赛纳科技打印机耗材业务

上市公司在 2014 年重大资产重组完成后，成为集研发、生产与销售为一体的集成电路设计企业，主要产品为打印耗材芯片，产品应用领域相对集中，易受下游环节影响，抗风险能力有限。随着销售规模扩大、产品种类增多、业务国际化增强，需要拓展并完善产业链，提升自身盈利能力和抗风险能力；同时为了降低上市公司与赛纳科技之间的关联交易比例，上市公司于 2015 年通过发行股份购买资产的方式，完成了对赛纳科技通用耗材业务全部经营性资产、负债和赛纳科技持有的经营通用耗材业务子公司全部股权的收购。

2、赛纳科技打印机整机业务尚处于亏损状态，上市公司购买赛纳科技耗材业务时未同时购买其打印机整机业务

赛纳科技的打印机整机业务包含打印机整机本身以及对应的原装耗材业务。打印机行业的盈利模式为剃须刀模式，打印机整机本身的利润有限，主要通过后期与整机匹配的原装耗材获取利润。上市公司发行股份购买赛纳科技通用耗材业务时，赛纳科技的打印机整机业务尚处于起步阶段，打印机整机产品的尚未在市场形成较强的品牌效应，产品竞争力不强，同时由于彼时赛纳科技

的打印机所拥有的市场保有量有限，无法通过后续原装耗材的销售为其带来利润，导致赛纳科技的打印机整机业务自成立以来至上市公司发行股份购买赛纳科技通用耗材业务时一直处于亏损状态。

在上述情况下，如果赛纳科技打印机业务注入上市公司则不利于提高上市公司的盈利能力，不利于保护上市公司中小股东的利益。

3、赛纳科技将打印机整机业务注入奔图电子的原因

(1) 为提高打印机整机业务的运营效率和依靠自主品牌发展信创市场业务，赛纳科技将打印机整机业务注入奔图电子

2015 年中国信创市场开始起步，赛纳科技除从事打印机整机业务外，还从事耗材、集成电路、物业管理等，业务范围较广。为提高打印机整机业务的运营效率，同时依托自主技术和民族品牌抓住信创市场发展机遇，促进其打印机业务的快速发展，赛纳科技股东成立专门从事打印机业务的主体奔图电子承接赛纳科技的打印机整机业务。

(2) 为解决赛纳科技股东在打印机整机业务上投资理念分歧，成立奔图电子承接赛纳科技打印机整机业务

赛纳科技从 2007 年开始布局打印机整机业务，但打印机整机行业技术壁垒高，核心技术被国外厂商所垄断，自主研发相关技术所需时间长、投资金额大。赛纳科技虽持续对打印机整机业务进行研发投入和市场推广，但直至 2014 年底，其打印机整机业务仍处于亏损状态，在此背景下赛纳科技部分股东不愿对打印机整机业务继续投入，股东之间的投资理念产生了分歧。

鉴于上述投资理念的分歧，2014 年 12 月，赛纳科技股东中仍然看好打印机整机业务的股东，出资设立奔图电子，并通过奔图电子继续对打印机整机业务进行投资，其他股东则放弃对奔图电子出资。

2015 年 4 月，奔图电子与赛纳科技签署《珠海奔图电子有限公司与珠海赛纳打印科技股份有限公司关于打印机资产业务的收购协议》，赛纳科技向奔图电子转让与从事打印机生产相关的存货、固定资产和长期股权投资等资产及业务，将其打印机整机业务注入奔图电子。

4、赛纳科技拆分其打印机业务注入奔图电子时，标的资产与上市公司不存在大量关联交易

赛纳科技拆分其打印机业务注入奔图电子时，标的资产与上市公司之间的关联交易主要为日常经营相关的打印机耗材零件采购、耗材销售等，但关联交易规模较小，具体情况如下：

交易类型	年度	关联交易主体	关联交易内容	关联交易金额（万元）	占比营业收入/营业成本
关联销售	2015	纳思达股份有限公司	销售打印机整机和耗材	3.78	0.03%
		珠海艾派克微电子有限公司	销售打印机整机和耗材	0.71	0.01%
		珠海格之格数码科技有限公司	销售耗材	143.91	1.33%
	2016	纳思达股份有限公司	销售打印机整机和耗材	11.22	0.04%
		珠海艾派克微电子有限公司	销售打印机整机和耗材	0.60	0.002%
	2017	纳思达股份有限公司	销售打印机整机和耗材	8.76	0.02%
关联采购	2015	纳思达股份有限公司	采购辊类零件和注塑件	153.65	1.20%
	2016	纳思达股份有限公司	采购辊类零件和注塑件	846.64	2.41%
	2017	纳思达股份有限公司	采购辊类零件和注塑件	1,053.20	1.84%
		利盟国际	采购打印机整机和耗材	2,192.40	3.82%

说明：1、2018年后的关联方交易，详见本题第二问的回复。

2、2015年-2017年数据未经审计

5、上市公司收购利盟国际后，为实现双方业务互补，发挥协同效应，上市公司与标的公司产生关联交易

上市公司于2016年收购美国高端打印机生产企业利盟国际前，上市公司不从事原装打印机整机及耗材业务，与奔图电子的关联交易主要为向奔图电子销售打印机通用耗材及耗材零配件、向奔图电子采购原装打印机及耗材，关联交易金额和同类业务占比均较小。

奔图电子作为国内自主研发打印机的生产商，其在国内打印机市场有较好的口碑、较高的市场占有率和较为完善的销售渠道。但奔图电子主要生产

速打印机，为满足其客户对中高速打印机的需求，奔图电子需对外进行采购补齐产品线，并在加以改造之后对外出售，利盟国际作为全球高端打印机品牌，正好能满足奔图电子这一需求。利盟国际则主要生产中高端打印机，在欧美等发达国家具有较强的市场竞争力和较为完善的销售渠道，需要对外采购中低速打印机补齐产品线，满足其客户对中低速打印机的需求。可见，奔图电子和利盟国际在产品和客户方面均有互补性。

因此，奔图电子从 2017 年 2 月开始向上市公司的打印机业务子公司利盟国际采购较大金额的打印机及原装耗材，利盟国际从 2018 年 12 月开始向标的公司采购较大金额的打印机及原装耗材，双方通过互为 ODM 方式进行采购和销售，能够补齐对方的产品线，或充分利用自身占据优势的区域市场，以实现协同效应。

6、标的公司经营业绩改善后，为解决上市公司与标的公司存在的同业竞争和关联交易问题，增强上市公司盈利能力，上市公司筹划本次重大资产重组

(1) 本次重组将从根本上解决上市公司与奔图电子的同业竞争问题，降低关联交易比例

①本次重组将从根本上解决上市公司与奔图电子的同业竞争问题

在上市公司收购利盟国际后，为解决上市公司与实际控制人控股的奔图电子之间存在的同业竞争问题，上市公司在 2017 年 12 月与奔图电子股东签署《托管协议》，受托对奔图电子进行统一管理，托管期为 3 年。2020 年 12 月 29 日，上市公司与奔图电子实际控制人汪东颖、李东飞、曾阳云签署了新的《托管协议》，有效期至标的公司成为纳思达全资子公司之日止。上市公司实际控制人同时承诺，在该次委托管理的基础上，公司实际控制人将在完成委托管理后三年内，进一步根据奔图电子打印机业务的经营情况推进消除实际控制人与公司之间的同业竞争的计划。本次交易将从根本上解决上市公司与奔图电子的同业竞争问题。

②本次交易有利于上市公司规范和减少关联交易

本次交易前后，上市公司关联采购金额占营业成本的比例、关联销售金额

占营业收入的比例如下表：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	交易前	交易后	交易前	交易后	交易前	交易后
关联采购情况	11,684.70	4,114.62	26,723.02	15,400.44	28,337.28	12,172.47
营业成本	647,409.15	725,659.19	1,323,534.17	1,425,833.79	1,501,778.01	1,545,975.43
占营业成本的比例	1.80%	0.57%	2.02%	1.08%	1.89%	0.79%
关联销售情况	53,448.12	2,854.26	63,026.60	5,820.94	59,241.18	3,802.61
营业收入	990,732.02	1,117,525.62	1,958,518.50	2,111,556.11	2,329,584.53	2,402,082.68
占营业收入的比例	5.39%	0.26%	3.22%	0.28%	2.54%	0.16%

根据上市公司2019年度审计报告、2020年度审计报告、2021年1-6月财务数据（未经审计）和立信会计师出具的备考审阅报告，本次重组完成后，上市公司2019年度、2020年度和2021年1-6月关联采购和关联销售占比都将下降，有利于上市公司规范和减少关联交易。

（2）标的公司盈利能力较强，本次交易将增强上市公司盈利能力

本次交易将丰富上市公司盈利增长点，增强上市公司盈利能力的可持续性和稳定性。标的公司近年来经营业绩持续改善，盈利能力较强，经审计的财务报表显示，2019年、2020年和2021年1-6月，标的公司分别实现营业收入149,642.64万元、225,189.33万元和186,342.70万元，归属于母公司股东的净利润分别为20,105.36万元、28,285.72万元和35,081.42万元，标的公司业务增长能力较强，通过收购标的公司，能够提升上市公司盈利能力，符合上市公司全体股东的利益。

根据上市公司2019年年报、上市公司2020年报、上市公司2021年1-6月财务数据、立信会计师事务所出具的备考审阅报告，本次交易完成后，上市公

司 2020 年及 2021 年 1-6 月的营业收入、归属母公司股东的净利润、基本每股收益等指标均有所增厚或提升，有利于增强上市公司盈利能力，更好地维护中小股东的利益：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	实际数	备考数	增幅	实际数	备考数	增幅
营业收入	990,732.02	1,117,525.62	12.80%	1,958,518.50	2,111,556.11	7.81%
净利润	56,570.74	84,028.10	48.54%	-15,049.89	4,029.51	126.77%
归属于母公司所有者的净利润	42,588.44	73,934.66	73.60%	8,794.43	32,065.35	264.61%
基本每股收益	0.3963	0.5935	49.76%	0.0819	0.2599	217.33%

综上，标的公司经营业绩改善后，上市公司筹划本次重大资产重组，将从根本上解决上市公司与标的公司存在的同业竞争，减少关联交易问题，增强上市公司盈利能力，有利于上市公司的长远发展。

（二）赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产不影响奔图电子的独立性，不存在关联方利益输送

1、奔图电子的业务经营具有较强独立性

标的公司奔图电子在本次交易前具有独立的法人资格，具有独立运营所需的资产，具备运营所需的完整业务体系，并配备相应的机构和人员，已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策。本次交易前标的公司的财务、业务、人员、机构均独立于上市公司，不存在依赖上市公司的情形。

2、上市公司与标的资产的关联交易定价公允，不存在关联方利益输送

上市公司与标的公司之间的关联交易定价公允，不存在关联方利益输送，关联交易的定价公允性具体详见本题回复之“三、补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性，中介机构对报告期内奔图电子相应业绩和财务数据真实性的核查手段、核查结论”之“（一）补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性”之“2、奔图电子对上

市公司关联销售的定价公允性”和“3、奔图电子对上市公司关联采购的定价公允性”。

二、结合 2018 年-2020 年奔图电子关联交易金额、占比及其变动，补充披露前述拆分及承接安排对报告期奔图电子经营业绩的影响

上市公司已在《重组报告书》“第十一章 同业竞争与关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）本次交易前标的公司的关联方和关联交易情况”之“2、赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产的相关情况”之“（2）前述拆分及承接安排对报告期奔图电子经营业绩的影响”中补充披露如下内容：

（一）2018 年-2020 奔图电子关联交易金额、占比及其变动

奔图电子 2015 年从赛纳科技承接拆分的原装打印机业务，自行研发、生产及销售奔图打印机及其耗材，与上市公司延续拆分之前的一些业务往来，纳思达及其子公司在需要时向奔图电子采购少量办公用的打印机，奔图电子向纳思达采购注塑件和辊类零件等原材料材料（此类业务以下简称为“2014 年分拆业务原有的业务延续”）。2016 年 11 月，纳思达完成对利盟国际的收购，增加了打印机整机和原装耗材业务，与奔图电子产生同业竞争。为解决同业竞争问题，奔图电子的股东将奔图电子托管给上市公司，为整合纳思达及奔图电子在原装打印机生产及销售方面的资源，发挥协同效应，双方互为 ODM 方式进行采购，以促进纳思达及奔图电子的共同发展（此类业务以下简称为“2014 年分拆业务后新增的业务模式”）。因此 2015 年奔图电子打印机业务从赛纳科技分拆出来后与上市公司新增的业务模式主要为向上市公司每年支付托管费，以及上市公司子公司利盟国际互为 ODM 方式采购，其余奔图电子与上市公司的交易均为分拆前的业务模式延续。

2018年-2021年6月不同业务类型的关联方交易金额、占比及对当期经营业绩的影响如下：

单位：万元

交易内容	2021年1-6月	占同类交易的比例	2020年度	占同类交易的比例	2019年度	占同类交易的比例	2018年度	占同类交易的比例
1、采购商品/接受劳务								
关联交易小计	50,918.36	37.89%	59,208.50	35.53%	57,023.21	45.52%	19,775.39	28.84%
其中：2014年分拆业务原有的业务延续	2267.82	1.69%	3,949.67	2.37%	2,325.11	1.86%	1,386.15	2.02%
2014年分拆业务后新增的业务模式	48,650.54	36.20%	55,258.83	33.16%	54,698.10	43.66%	18,389.24	26.82%
2、销售商品/提供劳务								
关联交易小计	4,535.09	2.43%	14,261.05	6.33%	20,602.27	13.77%	3,305.95	5.15%
其中：2014年分拆业务原有的业务延续	2,346.00	1.26%	921.65	0.41%	499.68	0.33%	2,443.66	3.81%
2014年分拆业务后新增的业务模式	2,189.09	1.17%	13,339.40	5.92%	20,102.59	13.43%	862.29	1.34%
3、其他								
托管费用	1,486.74	100.00%	1,650.32	100.00%	754.72	100.00%	47.17	100.00%
房屋租金费用及物业费	916.84	47.05%	1,736.78	54.33%	1,364.20	65.00%	853.24	81.47%
借款利息支出			770.07	25.21%	3,194.32	98.96%	1,586.76	100.00%
支付担保服务费			366.00	100.00%				
支付技术使用费							1,711.70	100.00%
资产处置收益			2.80	100.00%	1,009.22	84.01%		
小计	2,403.58		4,525.97		6,322.45		4,198.87	

交易内容	2021年1-6月	占同类交易的比例	2020年度	占同类交易的比例	2019年度	占同类交易的比例	2018年度	占同类交易的比例
其中：2014年分拆业务原有的业务延续	916.84		2,506.85		4,558.52		4,151.70	
2014年分拆业务后新增的业务模式	1,486.74		2,019.12		1,763.93		47.17	
占收入比例	1.29%		2.01%		4.23%		6.34%	
其中：2014年分拆业务原有的业务延续	0.49%		1.11%		3.05%		6.27%	
2014年分拆业务后新增的业务模式	0.80%		0.90%		1.18%		0.07%	
4、长期资产受让								
小计	0.43	0.02%	267.17	10.67%	104.81	13.20%	0.00	0.00%
其中：2014年分拆业务原有的业务延续			265.36	10.59%	104.81	13.20%	0.00	0.00%
2014年分拆业务后新增的业务模式	0.43	0.00%	1.81	0.07%	0.00	0.00%	0.00	0.00%

（二）上述拆分业务及承接业务对当期业绩影响的说明

1、采购商品/接受劳务

由上表可知，奔图电子关联方采购商品、接受劳务的交易金额逐年上升，主要原因系奔图电子业务发展较快，在国内外市场的销售渠道日益完善，对能够补齐其产品线的利盟国际产品采购量上升。

2、销售商品/提供劳务

奔图电子关联方销售商品、提供劳务的交易金额在 2019 年有大幅的上升、2020 年及 2021 年 1-6 月有所下降，主要原因是：（1）奔图电子打印机品牌效应陆续显现，纳思达下属子公司增加了对奔图电子耗材的采购需求；（2）奔图电子自 2018 年末开始接受利盟国际的 ODM 采购业务，2020 年由于疫情的原因，利盟国际自身销量受到影响，导致 2020 年对奔图电子的 ODM 采购金额下降；2021 年 1-6 月，奔图电子根据市场的需求，降低了向利盟国际采购。2014 年拆分后业务延续的业务发生额占比较小，是根据各公司需求进行交易，不具有可比性。

3、其他

奔图电子其他交易主要是向赛纳科技支付的利息支出、融资担保费用及租赁费用，向纳思达支付的托管费用，其中：

（1）奔图电子由于 2014 年至 2018 年的盈利能力较弱，未能取得对外融资，则通过赛纳科技提供资金，并以赛纳科技的融资成本为基础确定公允利率进行利息；2019 年开始，奔图电子的盈利能力随着业务的快速增长，逐渐通过自身获取经营所需的资金，降低了对赛纳科技的融资需求，对其支付的利息支出逐年下降，对经营业绩的影响逐年下降；

（2）奔图电子向赛纳科技（含珠海赛纳物业服务有限公司）支付的租赁及物业费用是参考周边市场租赁价格定价及按照实际使用面积进行结算的支出，随着奔图电子的业务扩张，所需的生产、办公空间增加，导致此类费用呈逐年上升的趋势；

(3) 奔图电子向上市公司支付的托管费业经纳思达董事会及奔图电子的股东会审批，托管费的计算方式为：每年固定托管费 50 万元+奔图电子当年实现的净利润×5%。因奔图电子盈利能力逐年增强，奔图电子向上市公司支付的托管费呈逐年上升趋势。

4、资产受让业务

奔图电子 2020 年新增的采购，是根据自身业务发展需求购置的固定资产，属于偶发性交易，资产受让收入总额为 267.17 万元，按照 5 年折旧期，10%的残值率计算，购买资产产生的折旧费用约为每年 48.09 万元，对当期业绩影响较小。

三、补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性，中介机构对报告期内奔图电子相应业绩和财务数据真实性的核查手段、核查结论

上市公司已在《重组报告书》“第十一章 同业竞争与关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）本次交易前标的公司的关联方和关联交易情况”之“2、赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产的相关情况”之“（3）奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性、定价公允性及中介机构的核查情况”中补充披露如下内容：

（一）补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性

1、奔图电子与上市公司之间关联交易的决策程序合规性

上市公司已根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《上市公司关联交易实施指引》等有关法律、法规、规范性文件，在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等内部规范性文件中就关联交易决策程序进行了明确的规定。

从 2015 年至今，上市公司与奔图电子之间的关联交易均履行了关联交易审议程序和信息披露义务，在董事会、股东大会审议涉及与标的公司发生的关联

交易时，均履行了关联董事、关联股东的回避表决程序，独立董事就关联交易相关事项均发表了独立意见，来确保关联销售的合理性和定价公允性。因此，奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序具有合规性。

2、奔图电子对上市公司关联销售的定价公允性

奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，奔图电子存在向上市公司旗下的利盟国际、格之格等关联方销售商品的情况。其中，2015年-2017年奔图电子不存在向利盟国际销售商品的情况，对上市公司的关联销售占比较小。

(1) 关联销售定价方式公允

奔图电子向关联方利盟国际销售的产品主要为 ODM 方式生产的打印机和原装耗材，向关联方格之格销售的产品主要为打印机兼容耗材。奔图电子向利盟国际和其他 ODM 客户销售打印机和原装耗材的定价方式均为成本加成模式，在生产成本的基础上，依据市场竞争状况、客户资信情况、订单采购规模、双方合作情况等多种因素，确定适当的利润率，由生产成本和利润率确定产品销售价格。

奔图电子向格之格销售打印机兼容耗材产品时会事前确定好产品在格之格各级经销商和终端用户处的销售价格，以此销售价格减去给格之格一定比例渠道销售费用后的价格作为向格之格销售兼容耗材产品的销售价格，定价方式公允、合理。

(2) 关联销售毛利率水平适中

奔图电子向利盟国际和其他 ODM 客户销售打印机和原装耗材的定价方式均为参考商用市场同类产品的价格和产品成本的基础上，依据市场竞争状况、客户资信情况、订单采购规模、双方合作情况等多种因素确定产品销售价格。因利盟国际和格之格是奔图电子报告期内订单规模较大的客户，因此奔图电子向其销售产品时会有一定价格优惠。从产品销售毛利率上看，奔图电子向利盟国际和格之格销售打印机和耗材的毛利率与无关联第三方相比差异不大，总体定价公允。2019年度、2020年度和2021年1-6月奔图电子向利盟国际和格之

格与其他非关联第三方销售的销售毛利率情况如下：

单位：万元

关联方名称	年份	项目	收入	成本	毛利率
利盟国际	2019年	向利盟国际销售 ODM 模式打印机及耗材	17,390.81	16,357.94	5.94%
		向无关联第三方销售 ODM 模式打印机及耗材	854.42	771.03	9.76%
	2020年	向利盟国际销售 ODM 模式打印机及耗材	8,329.80	7,086.60	14.92%
		向无关联第三方销售 ODM 模式打印机及耗材	1,769.23	1,472.16	16.79%
	2021年 1-6月	向利盟国际销售 ODM 模式打印机及耗材	6,005.92	5,365.24	10.67%
		向无关联第三方销售 ODM 模式打印机及耗材	1,040.90	913.19	12.27%
格之格	2019年	向格之格销售兼容耗材	2,354.83	-	40%-50%
		向无关联第三方销售兼容耗材	2,400.46	-	60%-70%
	2020年	向格之格销售兼容耗材	3,717.47	-	40%-50%
		向无关联第三方销售兼容耗材	2,379.50	-	50%-60%
	2021年 1-6月	向格之格销售兼容耗材	1,947.44	-	40%-50%
		向无关联第三方销售兼容耗材	112.73	-	50%-60%

通过上表分析可知，2019年度、2020年度和2021年1-6月，奔图电子向利盟国际和格之格销售产品的毛利率与向其他非关联第三方销售同类产品的毛利率基本一致，关联销售定价公允。2019年奔图电子向利盟国际以ODM模式销售打印机及耗材的毛利率为5.94%，低于以ODM模式向其他无关联第三方销售打印机及耗材的毛利率9.76%，原因是2019年利盟国际向奔图电子采购的产品中打印机整机占比较高，而打印机行业的盈利模式为剃须刀模式，打印机整机毛利率低而耗材毛利率高，利盟国际2019年向奔图电子的打印机整机采购量占比较高，导致当年向利盟国际销售产品的毛利率低于其他无关联第三方。奔图电子向格之格销售兼容耗材的毛利率低于向无关联第三方销售兼容耗材的毛利率，原因是无关联第三方向奔图电子采购的耗材产品中，毛利率较高的瓶装碳粉产品占比较高，导致奔图电子向格之格销售兼容耗材产品的毛利率低于无关联第三方。

因此，奔图电子对与上市公司之间的关联销售均采用市场定价机制，关联

销售定价公允。

3、奔图电子对上市公司关联采购的定价公允性

奔图电子承接赛纳科技打印机整机业务以来，存在向纳思达、利盟国际等关联方采购商品的情况。其中，2015年-2017年奔图电子向对上市公司的关联采购占比较小。

(1) 奔图电子的关联采购以市场化方式定价，利盟国际具有完善的定价制度

奔图电子向利盟国际采购打印机和耗材的价格为市场化谈判方式确定，奔图电子从2017年3月开始与利盟国际经历了长达半年的谈判定价过程，确定双方都可接受的价格区间。上市公司虽持有利盟国际51%的股份，但利盟国际另外49%的股份由少数股东持有，其日常生产经营由职业管理团队进行，上市公司不干预利盟国际日常经营和销售定价过程。

利盟国际对奔图电子和其他无关联第三方采用相同的定价原则和定价流程。由奔图电子与利盟国际亚太区域销售团队以市场化方式谈判定价后，按照该价格填写价格申请单发送至利盟国际与业务部门独立的全球定价中心审批，由利盟国际的定价中心根据打印机生命周期对耗材的需求、产品组合、经营成本、市场策略、竞争格局、市场数据判断是否接受奔图电子对打印机和耗材的采购报价，利盟国际与业务部门独立的全球定价中心审批通过后，奔图电子才可按照该采购价向利盟国际下订单采购，该定价流程可保障奔图电子关联采购的价格公允性。

奔图电子向纳思达采购耗材零件的价格也是以市场化谈判方式确定，纳思达根据其公司章程和内部制度，与奔图电子之间的交易履行了相应的关联交易决策程序后，才向奔图电子销售耗材零件，因此，两者之间的关联交易价格公允。

(2) 从打印机整机来看，奔图电子的打印机整机关联采购价格与其他无关联第三方相比具有公允性

奔图电子向上市公司打印机主体利盟国际采购的打印机整机产品的类别、

单价、数量、金额及上市公司销售同类产品的单价、数量金额对比如下表：

产品型号	指标	2021年1-6月	2020年	2019年
A型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	393.27	284.44	334.21
	奔图电子采购均价（美元/台）	-	261.25	-
B型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	211.80	156.53	168.88
	奔图电子采购均价（美元/台）	194.33	186.84	202.32
C型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	389.99	268.87	277.72
	奔图电子采购均价（美元/台）	467.37	433.69	464.44
D型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	267.90	279.83	186.19
	奔图电子采购均价（美元/台）	259.19	288.28	241.64
E型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	2,323.37	2,447.41	1,870.04
	奔图电子采购均价（美元/台）	2,749.15	2,581.57	2,581.57
F型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	1,112.76	1,296.48	1,114.07
	奔图电子采购均价（美元/台）	1,874.96	1,760.67	-
G型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	1,923.22	2,056.85	2,282.64
	奔图电子采购均价（美元/台）	3,165.76	2,874.56	2,582.75
H型打印机	其他客户采购均价（美元/台）	1,827.06	1,167.10	1,472.23
	奔图电子采购均价（美元/台）	2,142.66	2,012.05	-

报告期内，奔图电子向利盟国际采购不同类型打印机产品的价格基本保持稳定。其中，奔图电子采购的A型打印机2020年的采购均价略低于其他无关联客户，B型打印机和D型打印机2021年1-6月的采购均价略低于他无关联客户，但都较为接近。奔图电子向利盟国际采购的其他机型价格均高于无关联第三方，主要原因系利盟国际在对打印机产品定价时，会综合考虑客户采购的耗材带来的回报，利盟国际在欧美等地的部分优质客户打印耗材需求量较大，耗材回报较高，利盟国际向其销售的打印机产品价格会有一定优惠，而奔图电子作为利盟国际在亚太地区的新客户，该类机型的耗材需求尚未大量增长，因此利盟国际向奔图电子销售的部分机型平均售价高于其他无关联第三方。总体而言，奔图电子向利盟国际采购打印机的定价具有公允性。

（1）从打印机耗材来看，奔图电子的打印机耗材等产品关联采购价格与其他无关联第三方相比具有公允性

由于利盟国际的打印机耗材产品在容量、规格、参数等方面种类较多，因此二者价格无法直接比较，利盟国际向奔图电子及其他非关联客户销售打印机耗材产品的总体毛利率对比如下：

公司	2019年	2020年	2021年1-6月
上市公司向奔图销售打印机耗材毛利率	84.47%	74.00%	81.38%
上市公司向其他非关联客户销售打印机耗材毛利率	73.69%	71.76%	75.18%

由上表可知，上市公司向奔图电子销售打印机耗材产品的毛利率与上市公司向其他非关联客户销售打印机耗材产品的毛利率差异不大，价格具有公允性。

由于纳思达的打印机零件和耗材零件只向奔图电子销售，无法与无关联第三方的销售价格进行比较。纳思达具有较为规范的关联交易决策制度，在履行了相应的关联交易决策程序后，才向奔图电子销售打印机和耗材零件。因此，两者之间的关联交易价格公允。

因此，奔图电子的关联采购价格与其他无关联第三方相比具有公允性。

综合以上分析，奔图电子承接赛纳科技打印机业务以来，与上市公司之间的关联交易决策程序具有合规性，关联交易价格具有公允性。

(二)会计师对报告期内奔图电子相应业绩和财务数据真实性的核查手段、核查结论

1、针对上述问题，会计师的核查手段主要包括为：

- (1) 获取上市公司与奔图电子的关联交易相关的审批制度及审批的方案；
- (2) 获取上市公司、奔图电子的交易数据，识别可比公司及产品，分析定价差异的合理性及真实性；
- (3) 结合上市公司、奔图电子销售利润，分析是否存在异常毛利的事项，识别关联销售、采购的公允性。
- (4) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价该类控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效；

(5) 获取费用的明细表与报表数据核对，并进行同期比对，识别异常变动的事项及原因，结合截止测试，确认费用列支的完整性及合理性；

(6) 实施细节性测试，随机选样费用样本及异常、大额的费用发生额，追查至费用列支的结算单据、发票、合同及付款单据，确认费用列支的真实性；

(7) 向客户发函确认交易金额，针对回函有差异和未回函的客户执行了替代程序，通过检查订单、发货单、销售发票以及银行流水等资料，验证销售收入的真实性和准确性。

(8) 对重要客户进行访谈或实地走访：调阅奔图电子主要客户工商信息，以了解该等客户的基本信息,根据了解到信息，判断主要客户向奔图电子采购的商业逻辑是否合理，以及采购规模是否与其自身经营规模相匹配，同时对奔图电子主要客户进行实地走访，以进一步了解其与奔图电子的整体合作情况、合同签订及执行情况、价格确定、货款支付、未来合作展望及关联关系等，实地走访报告期主要经销商客户的销售情况。

(9) 实施真实性测试：对奔图电子报告期内收入进行真实性测试，各期抽取发生额较大的业务，从销售合同、客户订单、明细账追查至对账单、随货同行单、发票等。

(10) 实施截止性测试：抽取报告期内奔图电子资产负债表前后营业收入明细账追查至随货同行单、销售发票等资料，未发现跨期确认收入的情况。

(11) 银行流水核查：检查是否存在未纳入核算的银行账户及查看客户回款的进账单回单等原始单据，取得奔图电子的银行账户开立清单，以确定奔图电子是否将所有的资金流均纳入了财务核算范围内。

2、会计师的核查结论

经核查，会计师的核查意见为：

(1) 上市公司已根据《公司法》、《证券法》、《深圳交易所股票上市规则》等有关法律、法规和规范性文件履行审批、公告等程序，上市公司与奔图电子之间关联方交易的决策程序符合规定。

(2) 上市公司、奔图电子分别按照内部审批流程、定价制度确定关联方交易价格，与可比的非关联方交易价格未有明显差异。会计师认为，上市公司及奔图电子的关联交易定价公允。

四、说明报告期收入、利润较大幅度增长是否主要来源于关联方，并测算剔除关联方交易后的经营业绩情况，进一步说明标的资产的业务独立性

(一) 奔图电子在报告期收入、利润大幅增长的构成情况

1、奔图电子在报告期收入增长的情况

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入（万元）	186,342.70	225,189.33	149,642.64	64,011.25
其中：				
关联方销售（万元）	8,924.07	14,261.05	20,602.27	3,305.95
非关联方销售（万元）	177,418.63	210,928.28	129,040.37	60,705.30
其中：				
关联方销售占比	4.79%	6.33%	13.77%	5.16%
非关联方销售占比	95.21%	93.67%	86.23%	94.84%

2、奔图电子在报告期利润增长的情况

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入毛利（万元）	64,830.95	67,270.90	40,659.36	12,522.12
其中：				
关联方销售（万元）	1,419.00	3,627.61	1,805.88	1,873.72
非关联方销售（万元）	63,356.27	63,643.29	38,853.48	10,648.40
其中：				
关联方销售毛利占比	2.19%	5.39%	4.44%	14.96%
非关联方销售毛利占比	97.73%	94.61%	95.56%	85.04%

(二) 剔除关联交易的经营业绩情况为：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	177,418.63	210,928.28	129,040.37	60,705.30
营业收入增长比例	68.23%	63.46%	112.57%	-
营业收入毛利（万元）	63,356.27	63,643.29	38,853.48	10,648.40

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入毛利增长比例	99.10%	63.80%	264.88%	-
毛利率	35.71%	30.17%	30.11%	17.54%

说明：2021年1-6月的增长比例是2021年1-6月乘以二后与2020年数据比较计算所得。

根据上表数据，奔图电子收入及利润大幅增长主要源于非关联交易，奔图电子非关联方业务的收入及毛利占比超过90%，不存在收入及利润增长依赖关联方的情形，奔图电子的业务具有独立性。

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 访谈公司管理层，获取交易相关的决策文件及协议，梳理历史分拆业务安排；

(2) 获取上市公司及奔图电子历年的审计报告，梳理历年的关联方交易数据，了解关联交易的背景及性质，分析交易规模发生变化的合理性；

(3) 实施收入核查程序，调查主要客户的背景、股东构成，是否存在关联方，并进一步确认、识别关联方交易，以确认剔除关联方交易后的业绩情况。

2、经核查，会计师认为：

(1) 赛纳科技将打印机业务拆分后分别注入上市公司与标的资产基于合理的商业安排，由此新增的关联交易具有必要性与合理性，此项安排不影响奔图电子独立性，不存在关联方利益输送。

(2) 上市公司已根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等有关法律、法规和规范性文件履行审批、公告等程序。奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，上市公司与奔图电子之间关联方交易的决策程序符合规定。上市公司、奔图电子分别按照内部审批流程、定价制度确定关联方交易价格，与可比的非关联方交易价格未有明显差异，上市公司及奔图电子的关联交易定价公允。

(3) 标的资产报告期内收入及利润大幅增长主要源于非关联交易，非关联方业务的收入及毛利占比超过90%，不存在收入及利润增长依赖关联方的情形，

标的资产业务具有独立性。

问题 7：申请文件显示，1) 2014 年末上市公司实际控制人汪东颖、李东飞、曾阳云成立奔图电子，并于 2015 年 4 月以 1.11 亿元承接赛纳科技打印机业务。2) 最近三年奔图电子多次增资扩股，其中两次引入外部投资者，2019 年 8 月增资时整体估值为 12.36 亿元，2020 年 4 月增资时整体估值为 51 亿元，与本次估值 66 亿元相比，16 个月增值 433%，8 个月增值 30%。3) 除获得股份支付外，2019 年 8 月、2020 年 4 月增资方通过本次交易获得现金收益比例分别为 112%、30%。4) 上市公司资金缺口约 39.42 亿元，本次交易支付现金 15.84 亿元拟通过配套募集资金解决。请你公司补充披露：1) 前述 1.11 亿元收购价格的定价依据，并结合 2015 年 4 月至本次交易评估基准日，标的资产所在行业发展水平、市场份额、竞争力、技术水平、专利商标、产品种类、人员构成、业务规模、业绩表现等方面变化情况，说明与本次交易作价差异的原因，说明奔图电子估值在 6 年内增长 60 倍的合理性。2) 2019 年 8 月、2020 年 4 月增资原因和背景、估值依据，结合问题 1) 中相关变化情况，说明本次估值在短时期内大幅增长的合理性，是否符合同行业可比公司估值变化通常水平，进一步说明本次估值合理性。3) 通过本次现金对价获益较高的 2019 年 8 月增资方，与上市公司、标的资产、及实际控制人等是否存在关联关系。4) 结合上述增资方短期收益较大，及本次交易现金对价支付、配套募集资金使用的相关安排，补充披露交易会否对上市公司流动性造成不利影响，是否有利于改善上市公司财务状况、增强持续盈利能力。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、前述 1.11 亿元收购价格的定价依据，并结合 2015 年 4 月至本次交易评估基准日，标的资产所在行业发展水平、市场份额、竞争力、技术水平、专利商标、产品种类、人员构成、业务规模、业绩表现等方面变化情况，说明与本次交易作价差异的原因，说明奔图电子估值在 6 年内增长 60 倍的合理性。

上市公司已在重组报告书“第六章 标的资产评估情况”之“三、董事会对标的资产评估合理性以及定价公允性的分析”之“（七）奔图电子 2015 年 1.11 亿元收购赛纳打印机业务的定价依据，并结合 2015 年 4 月至本次交易评估基准日，标的资产所在行业发展水平、市场份额、竞争力、技术水平、专利商标、产品种类、人员构成、业务规模、业绩表现等方面变化情况，说明与本次交易作价差异的原因，说明奔图电子估值在 6 年内增长 60 倍的合理性”章节中补充披露以下内容：

（一）奔图电子 2015 年受让赛纳科技打印业务资产的定价依据

赛纳科技于 2007 年开始成立奔图打印机项目，开始激光打印机技术的研发工作，于 2010 年正式推出了第一台自主研发打印机，2011 年开始进军全球市场，2012 年奔图双面打印机 P3000 系列产品成功上市，2015 年奔图四合一 M6600、可扩展纸盒 P3500 产品上市，标志着奔图 A4 黑白激光桌面打印机产品体系全线完善。截至 2014 年奔图电子成立，赛纳科技已在奔图打印机业务进行了较大投入，积累了一定的技术与业务基础。

根据奔图电子与赛纳科技于 2015 年 4 月签订的《关于打印机业务资产的收购协议》，奔图电子以赛纳科技打印机业务 2014 年 12 月 31 日的相关存货、固定资产、长期股权投资等资产业务的账面价值 1.12 亿元为定价依据，经过渡期调整后以 1.11 亿元对价购买了赛纳科技打印机业务相关资产。

（二）2015 年 4 月至评估基准日，奔图电子整体实力大幅提升，估值随业绩提升具有合理性

1、打印机行业发展平稳，奔图电子远超行业平均发展水平

项目/年度	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
全球打印机市场出货量增速	-4.0%	-1.1%	-0.9%	-4.6%	-2.5%
中国打印机市场出货量增速	10.7%	7.7%	4.6%	-1.4%	8.7%

项目/年度	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
奔图电子打印机出货量增速	44%	39%	52%	69%	54%
奔图电子全球市场份额（销量）	0.9%	1.3%	1.6%	2.1%	4.0%

数据来源：赛迪顾问

根据赛迪顾问数据，近年来全球打印机行业已进入成熟发展阶段，市场总量基本平稳。中国地区打印机行业历史期间增速略高于全球市场。而与行业相比，历史期间奔图在打印机出货量增速方面连续多年逆行业高速增长，市场份额逐年提升。

2、2015年至2020年企业技术水平与专利技术类无形资产积累在此期间有明显提升

(1) 奔图电子技术发展过程

时间	里程碑事件	研发能力	研发成果
2015年	首次掌握了A4黑白中低速平板及ADF激光扫描及复印技术、传真技术、Android & iOS APP开发技术、Airprint & Mopria移动打印技术等。	掌握了A4黑白中低速激光打印机关键设计技术。	发布了22ppmA4黑白激光打印机单功能、多功能、传真机等全系列产品并配套发布了Android和iOS系统奔图打印APP软件。
2016年	首次掌握了A4黑白中高速平板及ADF激光扫描及复印技术、传真技术、大容量粉盒开发技术等。	掌握了A4黑白中高速黑白激光打印机关键设计技术。	发布了30/33ppm A4黑白激光打印机单功能、多功能、传真机等全系列产品。
2017年	1.首次掌握了A4黑白主控SoC关键设计技术、触摸屏控制技术、双面扫描技术、U盘打印技术、密码打印、Google云打印技术、身份证复印自动纠偏技术、红头文件双色打印技术等； 2.首次掌握了国产系统下国产驱动、状态监视器、扫描应用软件等开发能力，并掌握了安全功能开发技术。	1.掌握了A4黑白中高速激光打印机全套关键设计技术 2.掌握了A4黑白主控SoC 3.掌握了触摸屏、双面扫描、U盘打印等多项关键技术	1.发布了33ppmA4黑白激光打印机旗舰机产品 2.10多款机型通过了国产送测并进入目录 3.完成了SoC MPW流片
2018年	掌握了能源之星3.0技术、A4黑白LSU关键设计技术、低成本A4黑白主控SoC关键设计技术、驱动一键安装技术、安全增强功能开发技术等	掌握了能源之星3.0、A4黑白LSU、安全增强等关键技术	发布了A4黑白主控SoC芯片、A4黑白LSU关键零件并正式导入量产，显著提升了关键零部件国产化率
2019年	掌握了A4彩色及A3彩色产品数据控制板开发技术、A4红黑双站双色专用打印技术；	1.掌握了A4彩机数据控制板开发关键技术； 2.掌握了A3复印机数据控制板开发关	1.完成了A4彩色及A3彩色打印机样机开发 2.完成了A4红黑双站双色专用打印机机开发； 3.发布了低成本A4黑白主

时间	里程碑事件	研发能力	研发成果
		键技术；	控 SoC 产品。
2020 年	1.掌握了 A4 黑白中高速打印机开发技术 2.掌握了 A4 彩色打印机引擎及数据开发技术；	掌握了 A4 黑白中高速整机设计、A4 彩机引擎和数据控制等关键技术	1.完成了 40ppmA4 黑白单功能打印机 2.18ppmA4 彩色单功能打印机量产；

(2) 奔图电子专利情况

奔图电子前身赛纳科技打印机业务于 2007 年开始进行打印机技术研发，至 2021 年 6 月末，奔图电子打印机相关专利技术数量在国内处于领先水平。

年度	专利类型/数量		
	发明	实用新型	外观设计
2009	5	-	-
2010	9	-	2
2011	10	12	3
2012	14	1	1
2013	12	4	2
2014	11	13	9
2015	22	10	12
2016	34	9	15
2017	32	14	3
2018	31	8	9
2019	5	13	5
2020	2	10	15
2021	-	-	2
合计	187	94	78

注：截至 2021 年 6 月 30 日，奔图电子及其控股子公司共取得并拥有 257 项境内专利以及 102 项境外专利；表中专利时间按照申请年份进行分类。

(3) 奔图电子商标权情况

截至 2021 年 6 月 30 日，奔图电子商标权情况如下表所示：

时间	商标权
截至 2021 年 6 月 30 日已取得商标	151 项
截至 2021 年 6 月 30 日拟转让商标	81 项
截至 2021 年 6 月 30 日商标合计	232 项

(4) 2015 年至 2020 年间，奔图电子产品结构不断完善。在此期间，A4 系列从黑白单功能打印机开始，不断研发推出 A4 黑白多功能、A4 彩色机，A4 中高速段黑白、彩色机型，A3 系列黑白、彩色机型。奔图电子产品系列结构不断丰富，功能不断升级。

时间	产品线里程碑
2015 年	1、在 2015 年之前主推中低端黑白机产品：2016 系列、2013 单功能系列产品； 2、2015 年发布 2013 多功能系列产品，完成中低端明星产品全产品线布局，满足家庭、中小型企业客户的需求。
2016 年	3012 系列产品升级，实现大容量粉盒、多页多功能进纸器和多次选配纸盒需求，满足中型企业的客户需求大容量打印负荷需求。
2017 年	1、5103 系列产品上市，实现中端产品的全配置销售，满足中小企业企业需求。首次实现自动双面打印、鼓粉分离降、NFC 等技术，打造第二款流量产品； 2、导入彩机和中高端产品线，首次增加彩机及 40PPM 产品线，同时也开启了 MPS，自助打印等功能，满足中高端用户产品需求。
2018 年	1、导入彩机和中高端产品线的多功能产品，实现产品线补齐，满足客户需求； 2、在 5103 多功能机器系列基础上增加了旗舰款，实现 DADF 双面扫描功能，触摸屏，U 盘打印/扫描等功能，实现高端产品配置补充。
2019 年	1、导入 A3 产品线，包括黑白机和彩机的单功能/多功能产品，奔图开始切入 A3 市场； 2、导入中高速彩机及黑白机产品线，实现原有中高速彩机及黑白机产品线更新升级； 3、首次导入扫描仪产品，补充了高速扫描仪产品线，补齐输入设备产品线。
2020 年	1、导入 24ppm 低端彩机，进一步丰富彩机产品线，拓展销售市场； 2、导入 55ppm A3 多功能彩机，补充 A3 产高端产品线； 3、5103 系列产品升级，发布 60 页多功能进纸器 SN3320 和大容量粉盒的 MPS 系列产品，实现产品的针对性客户群体需求升级。

(5) 奔图电子 2015 年至 2020 年员工数量、专业结构、受教育变动情况

2015 至 2020 年间，奔图电子专业、技术、操作类职能的员工数量增幅明显，奔图电子本科、专科及以上的员工数量也有明显增幅。

其中，员工数量及专业结构变动情况如下表所示：

年度	人数	操作	管理	技术	营销	运营	职能	专业
2015 年	291	29	33	44	99	26	33	27
2016 年	442	48	35	184	86	23	38	28
2017 年	634	213	35	193	98	30	35	30
2018 年	936	404	26	218	129	34	95	30

年度	人数	操作	管理	技术	营销	运营	职能	专业
2019年	1253	572	36	264	166	36	135	44
2020年	1771	914	40	341	247	39	135	55

员工受教育程度与人数变动情况如下表所示：

年度	人数	硕士	本科	专科	高中	技校	职高	中专	初中
2015年	291	7	132	97	7	2	2	18	26
2016年	442	16	224	116	15	1	1	27	42
2017年	634	16	225	142	26	1	2	73	149
2018年	936	18	278	192	39	2	3	63	341
2019年	1253	30	375	238	33	2	3	81	491
2020年	1771	32	497	325	38	2	12	152	713

(6) 奔图电子 2015 年至 2020 年企业业务规模变动情况

2015 年至 2020 年之间，奔图电子产能变动情况如下表所示：

单位：万台/万支

项目/年度	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
打印机	27.7	28.2	45.5	72.5	120	180
粉盒系列	21.7	39.2	130	264.8	350	500

生产型资产变动情况如下表所示：

单位：套

项目/年度	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
生产型资产数量	594	597	791	921	981	1,783

根据上述数据，奔图电子 2015 年至 2020 年打印机、耗材产能、生产型资产规模在期间有明显提升。

(7) 奔图电子 2015 年至 2020 年企业经营业绩变动情况

单位：万元

项目/年度	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
总资产	18,147.92	16,628.17	27,825.68	56,660.27	135,057.16	186,169.93
增长率%	-	-8.37%	67.34%	103.63%	138.36%	37.85%
净资产	-15,981.65	-26,477.05	-18,204.57	-12,059.43	10,105.86	103,074.55

项目/年度	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
增长率%		-65.67%	31.24%	33.76%	183.80%	919.95%
总收入	10,834.41	29,932.29	56,341.58	64,011.25	149,642.64	225,189.33
增长率%	-	176.27%	88.23%	13.61%	133.78%	50.48%
净利润	-15,989.74	-10,505.09	-7,581.36	-739.77	20,105.36	28,285.72
增长率%		34.30%	27.83%	90.24%	2817.79%	40.69%

奔图电子 2015 年至 2020 年业绩表现在 6 年间均有显著上涨，经营情况持续向好。

综上所述，奔图电子打印机业务的相关研发投入早在 2007 年即开始，并不断实现了技术突破，截至 2014 年底，已累计投入约 5 亿元。2015 年奔图电子按照账面值收购打印机相关业务，属于同一控制下的内部转让，估值较低。2015 年后，奔图电子市场份额、竞争力、技术水平、专利商标、产品种类、人员构成、业务规模、业绩表现等大幅提高，奔图电子估值随着业绩不断提升而提升，并于 2019 年及 2020 年分别获得独立第三方投资。本次重组根据奔图电子实际情况，并结合未来发展规划，采用收益法评估值 66.03 亿，经协商后定价 66.00 亿。2015 年至 2020 年，奔图电子基本面发生根本变化，从发展前景未知的初创企业成长为被市场认可的高成长企业，估值逻辑发生根本变化，估值提高具有合理性。

二、2019 年 8 月、2020 年 4 月增资原因和背景、估值依据，结合问题 1) 中相关变化情况，说明本次估值在短时期内大幅增长的合理性，是否符合同行业可比公司估值变化通常水平，进一步说明本次估值合理性。

上市公司已在重组报告书“第六章 标的资产评估情况”之“三、董事会对标的资产评估合理性以及定价公允性的分析”之“（八）2019 年 8 月、2020 年 4 月增资原因和背景、估值依据，说明本次估值在短时期内大幅增长的合理性，是否符合同行业可比公司估值变化通常水平，进一步说明本次估值合理性”章节中补充披露以下内容：

（一）2019 年 8 月增资原因、背景与估值依据

1、增资背景

经过多年发展，奔图电子在 2019 年实现打印机销量突破 100 万台，市场对奔图电子产品需求高涨，奔图电子股东及管理层为保障满足企业公司快速发展的资金需求，同意引入二位财务投资人严亚春、蔡守平。2019 年 8 月，奔图电子股东 与严亚春、蔡守平蔡、严二人与奔图电子股东签署了《关于奔图电子有限公司之投资协议》，经各方约定，同意在符合投资协议一约定条件的情况下，由投资人蔡守平、严亚春共同向奔图电子注入增资款合计 3,000 万元。

2、定价依据

蔡守平、严亚春经与奔图电子各股东沟通后，本次投融资双方综合考虑到奔图电子前期股东已连续投入超过 10 年，直接投入资金超过 5.7 亿元，并在初创阶段提供了大量资金支持，经过多年发展，奔图电子产品初步受到市场认可，并已接近盈亏平衡，最终以投后 12.36 亿元确认交易。

由于奔图电子在该轮融资的时点，净资产为负数，且未实现盈利，常用的对比估值水平的价值比率中，仅 PS 适用。可比公司与奔图电子在该轮融资时点的 PS 倍数如下：

公司简称	市销率 PS(TTM) (2018 年 12 月 31 日)
深科技	0.53
中国长城	1.51
浪潮信息	0.48
广电运通	2.62
御银股份	5.02
新北洋	4.28
中科曙光	2.90
平均值	2.48
奔图电子	1.93

从 PS 倍数看，奔图电子融资估值略低于可比上市公司，该轮融资与可比公司估值倍数相差不大，具有一定的合理性。

3、增资及股权结构变动情况

行为	投资方	投资额	估值
增资	严亚春、蔡守平	3,000 万元	投后 12.36 亿元

(1) 增资前奔图电子股权结构情况

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	汪东颖	6,832.0000	6,832.0000	33.3730
2	曾阳云	600.0000	600.0000	2.9310
3	李东飞	3,000.0000	3,000.0000	14.6540
4	吕如松	3,802.0000	3,802.0000	18.5720
5	严伟	1,236.0000	1,236.0000	6.0380
6	余一丁	730.0000	730.0000	3.5660
7	孔德珠	946.8000	946.8000	4.6250
8	陈力	200.0000	200.0000	0.9770
9	珠海奔图丰业	532.3567	532.3567	2.6000
10	珠海奔图和业	1,141.6385	1,141.6385	5.5770
11	珠海奔图恒业	651.1683	651.1683	3.1810
12	彭秉钧	300.0000	300.0000	1.4650
13	刘钢	300.0000	300.0000	1.4650
14	况勇	100.0000	100.0000	0.4880
15	马丽	100.0000	100.0000	0.4880
合计		20,471.9635	20,471.9635	100.0000

(2) 增资后股权结构情况

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	汪东颖	6,832.0000	6,832.0000	32.4060
2	曾阳云	600.0000	600.0000	2.8460
3	李东飞	3,000.0000	3,000.0000	14.2300
4	吕如松	3,802.0000	3,802.0000	18.0340
5	严伟	1,236.0000	1,236.0000	5.8630
6	余一丁	730.0000	730.0000	3.4620
7	孔德珠	946.8000	946.8000	4.4910
8	陈力	200.0000	200.0000	0.9490
9	珠海奔图丰业	605.0572	605.0572	2.8700

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例(%)
10	珠海奔图和业	1,155.9645	1,155.9645	5.4830
11	珠海奔图恒业	663.1713	663.1713	3.1450
12	彭秉钧	300.0000	300.0000	1.4230
13	刘钢	300.0000	300.0000	1.4230
14	况勇	100.0000	100.0000	0.4740
15	马丽	100.0000	100.0000	0.4740
16	严亚春	341.1959	341.1959	1.6180
17	蔡守平	170.5979	170.5979	0.8090
	合计	21,082.7868	21,082.7868	100.0000

(二) 2020年4月增资原因、背景与估值依据

1、增资背景

2019年,奔图电子业绩保持高速增长,相比2018年,打印机销量增长68%,净利润从2018年亏损约740万元增长至盈利约2亿元。考虑到我国信创市场需求将继续增长,为保障公司快速成长所需资金,奔图电子于2020年决定引入财务投资人珠海横琴金桥、北京君联晟源和珠海永盈。

2019年底,奔图电子与珠海横琴金桥、北京君联晟源和珠海永盈进行接洽,并于2020年初初步达成投资意向。上述三家财务投资人于2020年3月完成资金募集等相关工作,并于2020年4月完成股权交割,成为奔图电子股东。

2、定价依据

该轮融资主要基于奔图电子2019年的净利润与一定市盈率,由交易各方协商谈判确定。奔图电子与可比公司PE倍数对比如下:

公司简称	市盈率 PE (TTM) (2019年12月31日)
深科技	50.87
中国长城	40.86
浪潮信息	41.79
广电运通	30.54
御银股份	62.32
新北洋	24.98

公司简称	市盈率 PE (TTM) (2019 年 12 月 31 日)
中科曙光	52.45
平均值	43.40
奔图电子 PE	25.50

从 PE 倍数看，奔图电子融资估值水平低于可比上市公司，考虑到上市公司具有股权流动性优势，该轮融资估值具有一定合理性。

3、增资及股权结构变动情况

行为	投资方	投资额	估值
增资	珠海横琴金桥、北京君联晟源、珠海永盈	6 亿元	投后 51 亿元

(1) 增资前奔图电子股权结构情况

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	汪东颖	5,882.0000	5,882.0000	27.9000
2	曾阳云	600.0000	600.0000	2.8460
3	李东飞	3,000.0000	3,000.0000	14.2300
4	吕如松	3,802.0000	3,802.0000	18.0340
5	严伟	1,236.0000	1,236.0000	5.8630
6	余一丁	730.0000	730.0000	3.4620
7	孔德珠	946.8000	946.8000	4.4910
8	陈力	200.0000	200.0000	0.9490
9	珠海奔图丰业	605.0572	605.0572	2.8700
10	珠海奔图和业	1,155.9645	1,155.9645	5.4830
11	珠海奔图恒业	663.1713	663.1713	3.1450
12	彭秉钧	600.0000	600.0000	2.8460
13	况勇	100.0000	100.0000	0.4740
14	马丽	100.0000	100.0000	0.4740
15	严亚春	341.1959	341.1959	1.6180
16	蔡守平	170.5979	170.5979	0.8090
17	汪栋杰	800.0000	800.0000	3.7950
18	陈凌	150.0000	150.0000	0.7110
合计		21,082.7868	21,082.7868	100.00

(2) 增资后股权结构情况

序号	股东名称/姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例(%)
1	汪东颖	5,882.0000	5,882.0000	24.6170
2	曾阳云	600.0000	600.0000	2.5110
3	李东飞	3,000.0000	3,000.0000	12.5550
4	吕如松	3,802.0000	3,802.0000	15.9120
5	严伟	1,236.0000	1,236.0000	5.1730
6	余一丁	730.0000	730.0000	3.0550
7	孔德珠	946.8000	946.8000	3.9630
8	陈力	200.0000	200.0000	0.8370
9	珠海奔图丰业	605.0572	605.0572	2.5320
10	珠海奔图和业	1,155.9645	1,155.9645	4.8380
11	珠海奔图恒业	663.1713	663.1713	2.7750
12	彭秉钧	600.0000	600.0000	2.5110
13	况勇	100.0000	100.0000	0.4190
14	马丽	100.0000	100.0000	0.4190
15	严亚春	341.1959	341.1959	1.4280
16	蔡守平	170.5979	170.5979	0.7140
17	汪栋杰	800.0000	800.0000	3.3480
18	陈凌	150.0000	150.0000	0.6280
19	珠海横琴金桥	1,499.3425	1,499.3425	6.2750
20	北京君联晟源	1,077.6151	1,077.6151	4.5100
21	珠海永盈	234.1603	234.1603	0.9800
合计		23,893.9047	23,893.9047	100.00

(三) 前次增资与评估基准日估值变化具有合理性

1、奔图电子报告期业绩大幅增长：

(1) 经营情况大幅改善

单位：万元

项目	2020年	增速	2019年	增速	2018年
营业收入	225,189.33	50.48%	149,642.64	133.78%	64,011.25
归属于母公司所有者的净利润	28,285.72	40.69%	20,105.36	100.27%	-739.77

(2) 打印机及耗材销量逐年增加

单位：万台、万支

项目		2020年	增速	2019年	增速	2018年
打印机	全球市场销量	177.27	54.31%	114.88	70.45%	67.40
	中国市场销量	118.28	83.92%	64.31	64.22%	39.16
耗材	全球市场销量	246.97	67.96%	147.04	71.24%	85.87
	中国市场销量	166.19	68.76%	98.48	79.54%	54.85

2、奔图电子估值合理性

(1) 奔图电子估值逻辑变动具有合理性

奔图电子共涉及4次估值，简要过程如下：

①2015年4月，赛纳科技将资产转让至奔图电子，为同一控制下的两家公司之间的资产转让，以账面价值定价，并未进行评估；

②2019年8月，奔图电子首次引入二位财务投资人，估值主要参考其历史期间的投入；

③2020年4月，奔图电子已于2019年实现净利润约2亿元，基于奔图电子良好的发展前景，与三家财务投资人达成一致，以投后51亿元进行增资；

④本次交易以2020年12月31日评估基准日，采用收益法进行评估，奔图电子的评估值为66.03亿元，经交易各方友好协商，最终定价66亿元。

奔图电子实现较大规模盈利以来的市场化估值主要为2020年4月增资形成的51亿元估值，以及本次交易的66亿元估值，相比前次增资，本次交易估值增长约29%。2020年4月的增资估值主要基于2019年奔图电子的业绩；相比2019年，奔图电子2020年收入增长约50%，净利润增长约41%。奔图电子的估值随业绩增长而提高，而估值提高比例略低于业绩增长速度，具有合理性。

(2) 与行业可比公司估值倍数对比情况

公司简称	2019年PE(TTM)	2020年PE(TTM)	2021年上半年PE(TTM)
深科技	50.87	32.63	28.84
中国长城	40.86	59.93	41.54

公司简称	2019年 PE (TTM)	2020年 PE (TTM)	2021年上半年 PE(TTM)
浪潮信息	41.79	26.65	25.33
广电运通	30.54	36.73	37.29
御银股份	62.32	57.46	68.15
新北洋	24.98	33.88	32.46
中科曙光	52.45	60.38	49.63
平均值	43.40	43.95	40.46
奔图电子估值计算口径	采用 2020 年 4 月投后估值及 2019 年净利润计算	参考 2020 年出售定价及 2020 年净利润计算	参考奔图电子出售定价及 2020 年 7 月-2021 年 6 月净利润数据计算
奔图电子 PE	25.50	23.32	11.90

备注：

- 1、表中所选可比公司为“Wind 电脑与外围设备”上市公司中硬件制造、销售类企业。
- 2、由于可比公司半年报数据尚未发布，可比公司 2021 年 6 月 30 日市盈率数据利用 6 月 30 日市值及 2020 年 2-4 季度及 2021 年 1 季度净利润计算。
- 3、奔图电子 2021 年 6 月 30 日市盈率数据使用重组估值及 2020 年 3-4 季度及 2021 年 1-2 季度净利润计算。

从上表可以看出，可比公司 2019 年、2020 年及 2021 年 6 月份平均市盈率基本平稳，平均值在 42.61 倍左右。整体来看，奔图电子的市盈率水平呈现下降趋势。2020 年融资及 2021 年出售的市盈率相差不大，2021 年 6 月底市盈率倍数下降，主要由于奔图电子 2021 年上半年业绩实现情况大幅好于预期。

总体而言，奔图电子估值倍数相对稳定，且业绩增长较快，具有合理性。

三、通过本次现金对价获益较高的 2019 年 8 月增资方，与上市公司、标的资产、及实际控制人等是否存在关联关系

上市公司已在重组报告书“第三章 交易对方基本情况”之“四、其他事项说明”之“（八）通过本次现金对价获益较高的 2019 年 8 月增资方，与上市公司、标的资产、及实际控制人等是否存在关联关系”章节中补充披露以下内容：

（一）2019 年 8 月增资方的基本情况

2019 年 8 月，投资人严亚春、蔡守平共同向奔图电子注入增资款 3,000 万元，其中：（1）严亚春以 2,000 万元的投资取得奔图电子出资额 341.1959 万元，即持有奔图电子 1.626%的股权；（2）蔡守平以 1,000 万元的投资取得奔图电子

出资额 170.5979 万元，即持有奔图电子 0.813%的股权。

2019 年 8 月，彭秉钧与刘钢签署《关于珠海奔图电子有限公司股权转让协议》，刘钢将其所持有的奔图电子 1.423%的股权以 309 万元的价格转让给彭秉钧。

彭秉钧、严亚春和蔡守平的基本信息、任职情况和对外投资已在重组报告书“第三章 交易对方基本情况”之“二、本次交易对方具体情况”章节中披露。

（二）彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司不存在关联关系

根据《公司法》、《深圳证券交易所股票上市规则》和《企业会计准则》对关联交易的相关规定，彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司、标的公司和实际控制人不存在关联关系，具体情况如下：

1、彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司不存在关联关系

彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司不存在关联关系，具体情况如下：

序号	关联关系标准	是否构成前述标准	具体情况
1	直接或间接持有上市公司 5%以上股份	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未直接或间接持有纳思达股份
2	上市公司的董事、监事、高级管理人员	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未在纳思达任职
3	上市公司控股股东的董事、监事、高级管理人员	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未在纳思达控股股东赛纳科技任职
4	上述 1 和 2 项人士关系密切的家庭成员，包括父母，配偶及其父母，兄弟姐妹及其配偶，配偶的兄弟姐妹，成年子女及其配偶和子女配偶的父母；	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平不属于直接或间接持有纳思达 5%以上股份股东及纳思达董监高关系密切的家庭成员，亦不属于赛纳科技董监高关系密切的家庭成员
5	因与上市公司或者其关联人签署协议或者作出安排，在协议或者安排生效后，或者在未来十二个月内，具有上述情形之一的	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未与纳思达或者其关联人签署协议或作出安排，在协议或者安排生效后，或者在未来十二个月内将具有构成上述 1-4 项关联关系标准的情形。
6	过去十二个月内，曾经具有上述情形之一的。	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平在过去十二个月内亦不具有上述 1-4 项情形。

2、彭秉钧、严亚春和蔡守平与标的公司不存在关联关系

彭秉钧、严亚春和蔡守平与标的公司不存在关联关系，具体情况如下：

序号	关联关系标准	是否构成前述标准	具体情况
1	直接或间接持有公司 5%以上股权	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平直接持有奔图电子股权比例分别为 2.49%、1.41%和 0.71%，除此之外未直接或间接持有奔图电子股权
2	公司的董事、监事、高级管理人员	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未在奔图电子任职
3	公司控股股东的董事、监事、高级管理人员	否	奔图电子控股股东为自然人，故不适用
4	上述 1 和 2 项人士关系密切的家庭成员，包括父母，配偶及其父母，兄弟姐妹及其配偶，配偶的兄弟姐妹，成年子女及其配偶和子女配偶的父母；	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平不属于直接或间接持有奔图电子 5%以上股份股东及奔图电子董监高关系密切的家庭成员
5	因与公司或者其关联人签署协议或者作出安排，在协议或者安排生效后，或者在未来十二个月内，具有上述情形之一的	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平未与奔图电子或者其关联人签署协议或作出安排，在协议或者安排生效后，或者在未来十二个月内将具有构成上述 1-4 项关联关系标准的情形。
6	过去十二个月内，曾经具有上述情形之一的。	否	彭秉钧、严亚春和蔡守平在过去十二个月内亦不具有上述 1-4 项情形。

3、彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司和标的公司实际控制人不存在关联关系

彭秉钧、严亚春和蔡守平不属于汪东颖、李东飞和曾阳云关系密切的家庭成员，包括父母，配偶及其父母，兄弟姐妹及其配偶，配偶的兄弟姐妹，成年子女及其配偶和子女配偶的父母。彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司和标的公司实际控制人汪东颖、李东飞和曾阳云不存在关联关系。

结合上述增资方短期收益较大，及本次交易现金对价支付、配套募集资金使用的相关安排，补充披露交易会否对上市公司流动性造成不利影响，是否有利于改善上市公司财务状况、增强持续盈利能力

四、上市公司已在重组报告书“第三章 交易对方基本情况”之“四、其他事项说明”之“（九）结合上述增资方短期收益较大，及本次交易现金对价支付、配套募集资金使用的相关安排，补充披露交易会否对上市公司流动性造成不利影响，是否有利于改善上市公司财务状况、增强持续盈利能力”章节中补充披露以下内容：

（一）本次交易对上市公司流动性的影响

1、本次交易的付款安排

根据公司与交易对方签署的《购买资产协议》和《购买资产协议补充协议》，本次交易现金对价在本次配套融资到账后 15 个工作日内由上市公司向标的公司全体股东支付；如本次配套融资因中国证监会未批准而未能实施或中国证监会批准后但发行失败的，则由上市公司在新增股份发行结束后或发行失败后的 15 个工作日内以自有或自筹现金向标的公司全体股东支付现金对价；如本次配套融资所募集的资金不足以支付现金对价，则由上市公司在使用募集资金支付现金对价的同时由上市公司以自有或自筹现金向标的公司全体股东支付不足部分。

因此，公司拟优先使用配套融资资金支付现金对价，在配套融资未能实施或募集资金不足的情况下，公司拟使用自有资金或自筹资金支付或补足本次交易的现金对价。

2、自有资金或自筹资金支付现金对价的可行性

（1）自有资金

截至 2021 年 6 月 30 日，公司账面货币资金、其他流动资产中的理财产品余额合计为 61.57 亿元；其中，因抵押、质押、冻结或其他原因对使用有限制的款项金额为 18.56 亿元；存放于募集资金专户，且拟专项用于前次募投项目投入的资金金额为 4.40 亿元；公司可用货币资金规模为 38.61 亿元。

根据公司 2020 年经营数据，公司日常经营所需最低货币资金保有量测算情况如下表所示：

单位：万元、次、天

财务指标	计算过程	纳思达
最低货币资金保有量（最低现金保有量）①	①=②÷③	140,967.61
2020 年度付现成本总额②	②=④+⑤-⑥	1,862,324.36
2020 年度营业成本④	④	1,323,534.17
2020 年度期间费用总额⑤	⑤	675,105.61
2020 年度非付现成本总额⑥	⑥	136,315.42
货币资金周转次数（现金周转率）③	③=360÷⑦	13.21
现金周转期⑦	⑦=⑧+⑨-⑩	27.25
存货周转期⑧	⑧	79.85
应收款项周转期⑨	⑨	48.48
应付款项周转期⑩	⑩	101.08

根据测算结果，公司日常经营所需最低货币资金保有量约为 14.10 亿元。

因此，扣除用途受限的资金以及公司日常经营所需保有的资金后，公司仍有 24.42 亿元资金可动用，足够支付本次交易的现金对价。

（2）银行借款

考虑到公司除日常经营外，仍有归还借款和投资等其他资金需求，公司亦考虑通过银行借款满足支付本次交易现金对价等需求。截至 2021 年 6 月 30 日，公司可用银行授信余额为 14.89 亿元。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司主要流动资产及受限情况如下表所示：

单位：万元

科目	账面价值	受限金额
现金及现金等价物	557,519.16	27,856.12
应收账款	269,794.33	116,599.23
存货	289,534.48	62,795.80
其他流动资产	112,584.61	34,555.80

除现有授信余额外，公司尚有 15.32 亿元应收账款、22.67 亿元存货等流动资产可用于抵质押进行流动资金贷款，公司可通过借款满足支付本次交易现金对价的需求。

因此，在配套融资未能实施或募集资金不足的情况下，公司可以通过自有资金或自筹资金支付或补足本次交易的现金对价。

（二）支付现金对价对公司财务状况和生产经营的影响

最近三年一期，公司主要财务指标如下表所示：

单位：万元

项目	2021年6月30日	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
资产总额	3,773,967.46	3,822,641.63	3,781,905.04	3,611,349.95
负债总额	2,463,566.08	2,605,315.90	2,822,918.46	2,754,885.67
资产负债率	65.28%	68.15%	74.64%	76.28%
项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	993,732.02	1,958,518.50	2,329,584.53	2,192,647.23
归属母公司所有者的净利润	44,644.71	8,794.43	74,433.02	95,070.05
经营活动现金流量净额	46,678.65	201,311.02	265,186.82	215,891.64

假设本次交易现金对价全部通过银行借款筹集，按6%年利率测算，公司财务费用每年将增加9,504.00万元。公司2018年至2020年平均归母净利润为59,432.50万元，平均经营活动现金流量净额为227,463.16万元，收购标的公司还将进一步增加公司盈利规模和经营活动现金流，财务费用的增加不会对公司盈利能力和现金流量产生重大不利影响。

假设本次交易现金对价全部通过银行借款筹集，按2021年6月30日公司资产总额和负债总额金额测算，借款后公司资产负债率将由65.28%上升至66.68%，上升幅度有限。

综上所述，使用自有资金或自筹资金支付现金对价对公司生产经营和偿债能力影响较小。本次交易完成后，基于标的公司的盈利能力和与上市公司的协同效应，预计上市公司的盈利能力和抗风险能力将进一步增强。本次现金对价的支付安排不会对公司正常生产经营及偿债能力造成重大不利影响。

（三）本次交易有利于上市公司改善财务状况，提升盈利能力

奔图电子是一家完整掌握打印机核心技术和自主知识产权，集打印机及耗

材的研发、设计、生产和销售为一体的企业，已全面构建从耗材到打印机整机生产的全产业链布局，其激光打印机在中国信息安全打印机领域处于领先地位，近年来经营业绩持续改善，发展前景良好。本次交易完成后，标的公司将成为上市公司的全资子公司，预计将提升上市公司的资产规模和净利润水平，有利于提高上市公司资产质量、增强上市公司的持续盈利能力和抗风险能力。经审计的财务报表显示，2019年、2020年和2021年1-6月，奔图电子分别实现营业收入149,642.64万元、225,189.33万元和186,342.70万元，归属于母公司股东的净利润分别为20,105.36万元、28,285.72万元和35,081.42万元，标的公司业务增长能力较强，通过收购标的公司，能够为上市公司盈利能力的增长提供新的驱动点，为上市公司未来业绩提供有力的保障，符合上市公司全体股东的利益。

根据上市公司2020年年度财务报告、2021年1-6月财务报表和立信会计师事务所出具的备考审阅报告，本次交易完成后，上市公司2021年1-6月营业收入实际数为993,732.02万元，备考数为1,117,525.62万元，增幅12.46%；归属于母公司净利润实际数为44,644.71万元，备考数为73,440.94万元，增幅64.50%；2020年的营业收入实际数为1,958,518.50万元，备考数为2,111,556.11万元，增幅7.81%；归属于母公司净利润实际数为8,794.43万元，备考数为32,065.35万元，增幅264.61%。

因此，本次交易后，上市公司在营收规模和盈利能力方面均能得到提升。这有助于提升上市公司未来的经营业绩，有利于上市公司的长远发展，增强公司盈利能力的可持续性和稳定性。

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 获取2015年4月交易的协议及清单，并与赛纳科技管理层访谈，确认交易的定价依据；

(2) 比对奔图电子2015年4月及现在的人员架构、经营业绩的情况，并向券商及评估师获取相关行业信息、估值关键参数，结合同行业公司近期估值

的情况，分析目前奔图电子估值所用参数的合理性；

(3) 访谈奔图电子目前的股东及通过公告信息平台进行背景调查，了解历次 2019 年以来股东增资的背景及相关谈判过程，分析增资定价的合理性。

2、经核查，会计师认为：

(1) 2015 年 4 月奔图电子以 1.11 亿元收购赛纳科技打印机相关资产，主要定价依据为账面价值。公司上述关于 2015 年 4 月至本次交易评估基准日的资产所在行业发展水平、市场份额、竞争力、技术水平、专利商标、产品种类、人员构成、业务规模、业绩表现变化情况，2019 年 8 月、2020 年 4 月增资原因和背景、估值依据及与本次交易作价差异的原因的说明，与我们在核查过程中了解的情况没有重大不一致，奔图电子本次估值具有合理性。

(2) 2019 年外部自然人财务投资者增资参照了企业历史投入成本等因素为作价依据，2020 年增资奔图电子估值依据均为基准日当年盈利情况以及一定市盈率水平作为作价依据。奔图电子 2015 年至 2020 年间，企业规模、市场份额、经营业绩均有明显提升，通过比对分析历史、行业、以及本次估值差异，奔图电子本次估值具备合理性。

(3) 会计师查阅了上市公司、标的公司及上市公司控股股东赛纳科技的工商档案、员工名册，查阅了交易对方的《股东调查表》，对其家庭关系、任职和投资情况进行比对，并对上市公司实际控制人进行了访谈。经核查，2019 年 8 月入股标的公司的投资人彭秉钧、严亚春和蔡守平与上市公司、标的公司和实际控制人不存在关联关系；

(4) 上市公司具备以自有资金或自筹资金支付现金对价的能力，支付现金对价不会对上市公司流动性造成重大不利影响，本次交易有利于改善上市公司财务状况、增强持续盈利能力。

问题 8：申请文件显示，1) 2020 年固定资产、无形资产均较 2019 年增长较大，为赛纳科技向奔图电子转让剩余的对应资产。2) 报告期内奔图电子向赛纳科技借款，2019 年末本金及利息 61,359.81 万元，2020 年余额为零。3) 2019 年、

2020年标的资产销售费用、管理费用占营业收入的比例约为5.75%、3.18%，预测期分别为6%、3%，而同期上市公司销售费用、管理费用占营业收入的比例约为10%、9%。请你公司：1) 补充披露2015年至2020年，转让上述资产的进度是否符合前期奔图电子从赛纳科技独立时的相关安排，2019年末未转让完毕的相关资产对奔图电子日常经营的影响，转让时间较长的原因，相关资产是否全部转让完毕，生产经营是否依赖赛纳科技。2) 补充披露奔图电子自成立以来，向赛纳科技借款的具体原因，借款的金额、期限、利率、归还等具体情况，奔图电子的日常流动资金是否依赖赛纳科技。3) 结合前述资产转让进度缓慢、奔图电子销售费用率和管理费用率较上市公司较低的原因，补充披露报告期有关资产的折旧、摊销等成本费用是否准确归属于奔图电子，报告期收入、费用等会计核算的真实性、准确性和完整性，奔图电子是否具备独立经营、核算的能力。4) 结合预测期销售费用率和管理费用率与上市公司的可比情况，补充披露标的资产相关费用预测是否准确充分，估值是否存在虚高的情形。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露2015年至2020年，转让上述资产的进度是否符合前期奔图电子从赛纳科技独立时的相关安排，2019年末未转让完毕的相关资产对奔图电子日常经营的影响，转让时间较长的原因，相关资产是否全部转让完毕，生产经营是否依赖赛纳科技。

上市公司已在《重组报告书》中“第九章管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“(一)财务状况分析”之“1、资产结构分析”之“(6) 固定资产”补充披露下列内容：

2015年4月，基于奔图电子开展打印机相关业务生产需要和业务独立安排，赛纳科技向奔图电子转让打印机生产及经营业务相关的存货、固定资产、无形资产、商标、长期股权投资等资产及业务。

自2007年开始，赛纳科技开始投入打印机业务。2014年11月，赛纳科技开始申请自主研发课题，2015年4月该项目获得国家相关部门批准通过。由于项目筹备较早，依据项目规定，项目实施主体无法变更。因此，赛纳科技和奔

图电子约定采用奔图电子委托赛纳科技研发的方式继续推进此项目。该项目投入包含政府补助 8,000 万元，同时，奔图电子在 2016-2018 年共向赛纳科技支付此项目相关费用 8,438.30 万元，其中：2016 年奔图电子确认研发费用 3,570.79 万元，2017 年奔图电子确认研发费用 3,155.81 万元，2018 年奔图电子确认研发费用 1,711.70 万元。该研发项目于 2020 年完成项目验收，验收完成后，赛纳科技将该研发项目相关的资产和成果以零对价转让给奔图电子，由此导致资产转让时间较长。转让上述资产的进度符合前期奔图电子从赛纳科技独立时的相关安排。2020 年 12 月转让完成之后，相关资产已全部转让完毕。

2020 年 12 月，赛纳科技向奔图电子转让的相关资产情况如下：

单位：万元

资产类别	资产原值	转让时账面净值
固定资产	4,192.56	1,890.25
无形资产	2,719.21	1,922.10
长期待摊费用	336.65	164.07
低值易耗品	45.70	-
合计	7,294.12	3,976.42

由于上述资产属于项目研发支出，奔图电子已在 2016-2018 年向赛纳科技支付此项目相关费用并在当期确认研发费用，因此，双方达成共识，奔图电子在赛纳科技尚未进行资产移交程序前可根据需要使用相关资产。

相关资产在 2015 年 4 月至 2020 年 12 月期间折旧摊销情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 4-12 月	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
折旧摊销 总金额	46.51	78.82	335.15	731.28	1,033.34	1,059.77

相关资产在 2015 年 4 月至 2020 年 12 月期间折旧摊销总金额总体较小，特别是报告期内（2019-2020 年）与奔图电子利润总额对比，比例较小。

奔图电子生产经营不存在依赖赛纳科技的情形，主要是因为：

(1) 奔图电子于 2014 年 12 月成立，成立后，赛纳科技于 2015 年 4 月向奔图电子转让打印机生产及经营业务相关的存货、固定资产、无形资产、商标、

长期股权投资等资产及业务，此次转让后，奔图电子已具备打印机生产经营相关的主要资产和独立运营能力；

(2) 2015 年资产及业务转让之后，奔图电子持续深耕打印机业务，报告期内奔图电子已形成自身比较稳定的研发、采购、生产、销售及盈利模式，奔图电子拥有自身研发团队和核心技术人员，按公允价格向赛纳科技租赁办公场所，财务和机构独立；

(3) 2020 年资产转移时间较长及奔图电子无偿使用的原因主要是因为赛纳科技是研发项目的申请及实施主体，奔图电子在结算支出时计入了当期费用，同时，双方达成共识，奔图电子在赛纳科技尚未进行资产移交程序前可根据需要使用相关资产。

二、补充披露奔图电子自成立以来，向赛纳科技借款的具体原因，借款的金额、期限、利率、归还等具体情况，奔图电子的日常流动资金是否依赖赛纳科技。

上市公司已在《重组报告书》中“第九章管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“(一)财务状况分析”之“2、负债结构分析”之“(6)其他应付款”补充披露以下内容：

(一) 标的资产自成立以来向珠海赛纳科技股份有限公司借款情况

奔图电子自 2015 年 4 月开始，每年与赛纳科技签订最高额借款合同，并按照资金需求提款，按照实际提款额计息。

1、奔图电子与赛纳科技各年度签订的借款合同情况

年度	借款额度	借款合同生效日	截止日	计息条款
2015 年度	35,000.00	2015 年 4 月 1 日	甲方向乙方交付借款之日起至 2016 年 3 月 31 日	按人民银行公布的同期贷款基准利率支付利息，利率为 5.35%，后期根据银行基准利率调整
2016 年度	39,000.00	2016 年 4 月 1 日	自原合同约定的借款期限届满之日起一年（2017 年 3 月 31 日）	按人民银行公布的同期贷款基准利率支付利息，利率为 4.35%，后期根据银行基准利率调整
2017 年度	39,000.00	2017 年 4 月 1 日	2018 年 3 月 31 日	按人民银行公布的同期贷款基准利率支付利息，利率为 4.35%，后期根据银行基准利率调整

年度	借款额度	借款合同生效日	截止日	计息条款
2018年度	60,000.00	2018年4月1日	2019年3月31日	按人民银行公布的同期贷款基准利率支付利息，利率为4.35%，后期根据银行基准利率调整
2019年度	80,000.00	2019年4月1日	自实际提款日起不超过一年，最晚不超过2020年3月31日	2019年1月1日起乙方尚未偿还的借款及新增借款利率约为6.50%（不含税）；每笔借款利息自乙方实际提款日起算，应付利息=（实际提款额*贷款年利率*用款天数/360）*(1+税率)；乙方按季计收贷款利息，付息日为每季末最后一日

奔图电子与赛纳科技签订的借款合同，一年一签，主要更新借款额度及利息利率。

2、奔图电子向赛纳科技借款的金额、归还等具体情况

单位：万元

借款时间	借款	还款	本金余额	各期借款天数	加权借款金额
2015/4/1	5,000.00	0.00	5,000.00	274.00	3,753.42
2015/5/18	5,000.00	0.00	10,000.00	227.00	3,109.59
2015/5/25	6,000.00	0.00	16,000.00	220.00	3,616.44
2015/6/26	2,500.00	0.00	18,500.00	188.00	1,287.67
2015/7/1	2,500.00	0.00	21,000.00	183.00	1,253.42
2015/7/30	5,000.00	0.00	26,000.00	154.00	2,109.59
2015/11/12	3,000.00	0.00	29,000.00	49.00	402.74
2015年小计	29,000.00	0.00			15,532.88
2016/2/3	2,000.00	0.00	31,000.00	332.00	1,819.18
2016/4/28	600.00	0.00	31,600.00	247.00	406.03
2016/12/28	1,000.00	0.00	32,600.00	3.00	8.22
2016年小计	3,600.00	0.00			31,233.42
2017/1/24	900.00	0.00	33,500.00	341.00	840.82
2017/3/2	1,000.00	0.00	34,500.00	304.00	832.88
2017/4/10	10,000.00	0.00	44,500.00	265.00	7,260.27
2017/4/11	5,000.00	0.00	49,500.00	264.00	3,616.44
2017/4/13	10,000.00	0.00	59,500.00	262.00	7,178.08
2017/4/10	0.00	10,000.00	49,500.00	265.00	-7,260.27
2017/4/11	0.00	5,000.00	44,500.00	264.00	-3,616.44

借款时间	借款	还款	本金余额	各期借款天数	加权借款金额
2017/4/13	0.00	10,000.00	34,500.00	262.00	-7,178.08
2017/4/25	0.00	6,000.00	28,500.00	250.00	-4,109.59
2017/4/25	0.00	4,000.00	24,500.00	250.00	-2,739.73
2017/5/5	0.00	3,000.00	21,500.00	240.00	-1,972.60
2017/5/24	1,000.00	0.00	22,500.00	221.00	605.48
2017/7/25	1,000.00	0.00	23,500.00	159.00	435.62
2017/9/28	700.00	0.00	24,200.00	94.00	180.27
2017/10/27	1,000.00	0.00	25,200.00	65.00	178.08
2017/11/29	1,700.00	0.00	26,900.00	32.00	149.04
2017/12/27	300.00	0.00	27,200.00	4.00	3.29
2017 年小计	32,600.00	38,000.00			27,003.56
2018/1/25	1,200.00	0.00	28,400.00	340.00	1,117.81
2018/1/29	300.00	0.00	28,700.00	336.00	276.16
2018/3/26	0.00	11,500.00	17,200.00	280.00	-8,821.92
2018/3/26	0.00	11,000.00	6,200.00	280.00	-8,438.36
2018/3/26	19,000.00	0.00	25,200.00	280.00	14,575.34
2018/3/26	3,500.00	0.00	28,700.00	280.00	2,684.93
2018/3/29	1,700.00	0.00	30,400.00	277.00	1,290.14
2018/5/28	1,200.00	0.00	31,600.00	217.00	713.42
2018/7/24	2,000.00	0.00	33,600.00	160.00	876.71
2018/7/30	1,700.00	0.00	35,300.00	154.00	717.26
2018/8/21	0.00	1,000.00	34,300.00	132.00	-361.64
2018/8/21	1,000.00	0.00	35,300.00	132.00	361.64
2018/8/28	6,500.00	0.00	41,800.00	125.00	2,226.03
2018/9/26	0.00	700.00	41,100.00	96.00	-184.11
2018/9/26	700.00	0.00	41,800.00	96.00	184.11
2018/9/28	3,000.00	0.00	44,800.00	94.00	772.60
2018/10/15	300.00	0.00	45,100.00	77.00	63.29
2018/10/18	300.00	0.00	45,400.00	74.00	60.82
2018/10/18	100.00	0.00	45,500.00	74.00	20.27
2018/10/25	650.00	0.00	46,150.00	67.00	119.32
2018/10/25	400.00	0.00	46,550.00	67.00	73.42
2018/10/25	250.00	0.00	46,800.00	67.00	45.89

借款时间	借款	还款	本金余额	各期借款天数	加权借款金额
2018/10/29	2,000.00	0.00	48,800.00	63.00	345.21
2018/11/27	0.00	1,700.00	47,100.00	34.00	-158.36
2018/11/27	1,700.00	0.00	48,800.00	34.00	158.36
2018 年小计	47,500.00	25,900.00			35,918.36
2019/1/14	0.00	3,000.00	45,800.00	351.00	-2,884.93
2019/3/29	0.00	6,000.00	39,800.00	277.00	-4,553.42
2019/3/26	2,694.00	0.00	42,494.00	280.00	2,066.63
2019/3/28	24,000.00	0.00	66,494.00	278.00	18,279.45
2019/3/28	0.00	24,000.00	42,494.00	278.00	-18,279.45
2019/4/28	0.00	94.00	42,400.00	247.00	-63.61
2019/8/29	6,500.00	0.00	48,900.00	124.00	2,208.22
2019/8/29	0.00	6,500.00	42,400.00	124.00	-2,208.22
2019/8/22	2,500.00	0.00	44,900.00	131.00	897.26
2019/8/29	1,500.00	0.00	46,400.00	124.00	509.59
2019/10/30	2,000.00	0.00	48,400.00	62.00	339.73
2019/11/21	2,000.00	0.00	50,400.00	40.00	219.18
2019/11/22	2,000.00	0.00	52,400.00	39.00	213.70
2019/11/25	3,000.00	0.00	55,400.00	36.00	295.89
2019/12/24	15,000.00	0.00	70,400.00	7.00	287.67
2019/12/24	6,000.00	0.00	76,400.00	7.00	115.07
2019/12/25	0.00	15,000.00	61,400.00	6.00	-246.58
2019/12/25	9,000.00	0.00	70,400.00	6.00	147.95
2019/12/26	6,000.00	0.00	76,400.00	5.00	82.19
2019/12/18	0.00	15,000.00	61,400.00	13.00	-534.25
2019 年小计	82,194.00	69,594.00			45,692.06
2020/1/21	0.00	1,000.00	60,400.00	94.00	-257.53
2020/1/1	0.00	20,000.00	40,400.00	114.00	-6,246.58
2020/2/28	3,000.00	0.00	43,400.00	56.00	460.27
2020/3/20	0.00	22,000.00	21,400.00	35.00	-2,109.59
2020/3/28	8,000.00	0.00	29,400.00	27.00	591.78
2020/4/19	0.00	8,000.00	21,400.00	5.00	-109.59
2020/4/24	0.00	10,000.00	11,400.00	0.00	0.00
2020/4/24	0.00	11,400.00	0.00	0.00	0.00

借款时间	借款	还款	本金余额	各期借款天数	加权借款金额
2020 年小计	11,000.00	72,400.00			11,505.75

3、奔图电子各期承担的实际利率情况

单位：万元

年度	加权借款金额	当期利息支出	实际利率
2015 年度	15,532.88	805.13	5.18%
2016 年度	31,233.42	1,429.17	4.58%
2017 年度	27,003.56	1,190.32	4.41%
2018 年度	35,918.36	1,586.76	4.42%
2019 年度	45,692.06	3,194.32	6.99%
2020 年度	11,505.75	770.07	6.69%

奔图电子按照借款天数加权计算的本金，以及根据实际支付的利息支出计算的利率，与协议约定的基准利率及其波动范围基本一致。

4、报告期末，奔图电子应付赛纳科技的本金及利息余额情况

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
借款本金及利息	-	61,359.81	50,386.76

说明：由于奔图电子和赛纳科技对利息计算的差异，奔图电子提前支付利息费用 40.19 万元，导致 2019 年 12 月 31 日应付赛纳科技的本金及利息余额小于 2019 年 12 月 31 日本金余额 61,400.00 万元。

奔图电子已于 2020 年 4 月还清赛纳科技的借款本金及利息。

（二）奔图电子的日常流动资金对赛纳科技的依赖情况

2015-2018 年，奔图电子自身的盈利能力较弱，同时也未能通过外部融资取得日常经营所需资金；2019 年开始，奔图电子已陆续减弱对赛纳科技的依赖，其中：

（1）奔图电子的盈利能力及经营有明显改善，获取经营净现金流入能力同步增强，2018 年至 2020 年的主要指标汇总如下：

项目	计算公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入（万元）	A	225,189.33	149,642.64	64,011.25

项目	计算公式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润（万元）	B	28,285.72	20,105.36	-739.77
经营活动产生的现金流量净额(万元)	C	30,801.95	8,726.71	-20,542.22
净利润率	D=B/A	12.56%	13.44%	-1.16%
经营活动现金净额占收入的比例	E=C/A	13.68%	5.83%	-32.09%

(2) 随着自身财务状况和盈利能力的改善，奔图电子自 2019 年开始陆续获得外部融资，外部融资的情况汇总如下：

单位：万元

期间	项目	外部融资金额	其中：股权融资	其中：债权融资
2019 年度	财务投资者-蔡守平	1,000.00	1,000.00	-
2019 年度	财务投资者-严亚春	2,000.00	2,000.00	-
2019 年度	中国工商银行股份有限公司珠海吉大支行	17,500.00	-	17,500.00
2019 年度小计		20,500.00	3,000.00	17,500.00
2020 年度	财务投资者-珠海横琴金桥一期高端制造股权投资合伙企业(有限合伙)	32,000.00	32,000.00	-
2020 年度	财务投资者-北京君联晟源股权投资合伙企业(有限合伙)	23,000.00	23,000.00	-
2020 年度	财务投资者-珠海永盈投资合伙企业(有限合伙)	5,000.00	5,000.00	-
2020 年度	中国工商银行股份有限公司珠海吉大支行	5,000.00	-	5,000.00
2020 年度小计		65,000.00	60,000.00	5,000.00

奔图电子在报告期间，获取外部融资资金，并在 2020 年 4 月全部归还了对赛纳科技的本金及利息，奔图电子日常流动资金对赛纳科技已不存在依赖情形。

三、结合前述资产转让进度缓慢、奔图电子销售费用率和管理费用率较上市公司较低的原因，补充披露报告期有关资产的折旧、摊销等成本费用是否准确归属于奔图电子，报告期收入、费用等会计核算的真实性、准确性和完整性，奔图电子是否具备独立经营、核算的能力。

上市公司已在《重组报告书》中“第九章管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“（一）财务状况分析”之“1、资产结构分析”之“（6）固定资产”补充披露下列内容：

（一）赛纳科技 2020 年向奔图电子转让资产的原因及相关会计核算

赛纳科技 2020 年向奔图电子转让资产的原因参见本题第 1 问的回复。

由于赛纳科技是研发项目的申请及实施主体，奔图电子在结算支出时计入了当期费用，同时，双方达成共识，奔图电子在赛纳科技尚未进行资产移交程序前可根据需要使用相关资产。

综上，赛纳科技在 2020 年向奔图电子转让资产具有合理性；奔图电子在委托赛纳科技研发时确认研发费用，符合财务核算的谨慎性原则。赛纳科技在 2020 年资产转让给奔图电子前享有对资产的所有权，按照受益年限分期计提确认折旧费用符合企业会计准则的规定；奔图电子在接受转让资产前不具备确认折旧费用的条件，财务核算具有准确性、真实性及完整性。

（二）奔图电子销售费用率与管理费用率较上市公司较低的原因

1、上市公司与奔图电子销售费用率的对比

（1）上市公司销售费用率

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例
职工薪酬（含工资、福利费等）	64,467.08	6.51%	137,006.51	7.00%	145,048.85	6.23%
广告费及业务宣传费	8,261.79	0.83%	13,382.91	0.68%	10,005.78	0.43%
中介及外包服务费	2,935.11	0.30%	12,300.90	0.63%	13,730.63	0.59%
租赁及物业管理费	5,211.69	0.53%	9,456.47	0.48%	9,651.01	0.41%
办公费	5,168.06	0.52%	7,934.68	0.41%	13,356.14	0.57%
保险费（信用保险、财产保险）	1,060.94	0.11%	3,513.99	0.18%	3,307.74	0.14%
折旧摊销费	1,605.53	0.16%	3,103.61	0.16%	6,536.79	0.28%
差旅费	678.61	0.07%	2,771.08	0.14%	9,091.48	0.39%
市场费用	1,782.21	0.18%	2,449.02	0.13%	3,064.26	0.13%
运输费	558.81	0.06%	850.10	0.04%	54,242.41	2.33%
其他	5,439.17	0.55%	9,323.31	0.48%	12,998.83	0.56%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例
合计	97,168.99	9.81%	202,092.57	10.32%	281,033.93	12.06%

(2) 奔图电子销售费用率

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例
职工薪酬（含工资、福利费等）	2,756.34	1.48%	4,054.20	1.80%	2,728.28	1.82%
广告费及业务宣传费	545.33	0.29%	709.65	0.32%	363.61	0.24%
中介及外包服务费	155.01	0.08%	62.05	0.03%	14.11	0.01%
租赁及物业管理费	308.44	0.17%	397.64	0.18%	184.98	0.12%
办公费	201.89	0.11%	295.43	0.13%	269.68	0.18%
保险费（信用保险、财产保险）	48.77	0.03%	161.46	0.07%	129.15	0.09%
折旧摊销费	40.32	0.02%	22.15	0.01%	6.94	0.00%
差旅费	168.71	0.09%	396.16	0.18%	602.22	0.40%
市场费用	1,502.19	0.81%	976.05	0.43%	965.79	0.65%
运输费	4,049.89	2.17%	3,796.69	1.69%	1,750.15	1.17%
其他	1,325.80	0.71%	2,080.47	0.92%	1,538.03	1.03%
合计	11,102.68	5.96%	12,951.94	5.75%	8,552.94	5.72%

(3) 销售费用率差异

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度
职工薪酬（含工资、福利费等）	5.03%	5.20%	4.40%
广告费及业务宣传费	0.54%	0.37%	0.19%
中介及外包服务费	0.21%	0.60%	0.58%
租赁及物业管理费	0.36%	0.31%	0.29%
办公费	0.41%	0.27%	0.39%
保险费（信用保险、财产保险）	0.08%	0.11%	0.06%
折旧摊销费	0.14%	0.15%	0.28%
差旅费	-0.02%	-0.03%	-0.01%
市场费用	-0.63%	-0.31%	-0.51%

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度
运输费	-2.12%	-1.64%	1.16%
其他	-0.16%	-0.45%	-0.47%
合计	3.85%	4.57%	6.35%

从上述表格可看出，上市公司及奔图电子销售费用占收入的比例差异主要是由于奔图电子与上市公司所处的发展阶段及运营模式的差异导致的，其中：

(1) 上市公司职工薪酬占比高于奔图电子的占比：上市公司合并范围内超过 100 个主体，其中重要子公司利盟国际及其子公司分布在北美、欧洲及澳洲；奔图电子合并范围内共有 10 个主体，主要管理团队及运营团队在境内，境内的人均薪酬水平低于境外的人均薪酬水平，故上市公司职工薪酬占比高于奔图电子的占比；

(2) 上市公司的广告费及业务宣传费占比高于奔图电子的占比：上市公司的广告费支出主要是重要子公司利盟国际确认的费用，其为打印机原装厂商，定位于境外高端打印机市场，市场化程度较高，广告宣传需求及效果较大；奔图电子处于成长阶段，更侧重于技术的研发及投入，广告投入的需求较小，故上市公司的广告费及业务宣传费占比高于奔图电子的占比；

(3) 上市公司的中介及外包服务费占比高于奔图电子的占比：上市公司的中介及外包服务费主要是重要子公司利盟国际委托第三方提供的软件服务等支出，为应对新会计准则实施而相应进行软件升级换代的成本等；

(4) 上市公司的租赁及物业管理费占比高于奔图电子的占比：上市公司是一家全球性的公司，境外有研发、生产、销售功能的主体，主要分布在美国、加拿大、墨西哥、欧洲、菲律宾、澳洲及日本等；奔图电子主要的运营及管理团队在境内，境外主要是销售功能的分支机构，规模及投入低于上市公司，故上市公司的租赁及物业管理费占比高于奔图电子的占比。

2、上市公司与奔图电子管理费用率的对比

(1) 上市公司管理费用率

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例
职工薪酬（含工资、福利费等）	33,832.38	3.40%	105,383.51	5.38%	73,014.17	3.13%
折旧摊销费	19,450.13	1.96%	33,526.67	1.71%	45,880.95	1.97%
中介及外包服务费	9,464.77	0.95%	24,265.93	1.24%	26,790.17	1.15%
股权激励费用	4,620.19	0.46%	11,254.54	0.57%	6,254.13	0.27%
租赁及物业费	2,092.37	0.21%	3,756.19	0.19%	3,589.55	0.15%
其他	20,458.16	2.06%	10,646.02	0.54%	5,940.74	0.26%
合计	89,917.99	9.05%	188,832.86	9.64%	161,469.71	6.93%

(2) 奔图电子管理费用率

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度	
	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例	金额	占收入的比例
职工薪酬（含工资、福利费等）	2,263.97	1.21%	4,409.00	1.96%	3,121.48	2.09%
折旧摊销费	55.30	0.03%	49.50	0.02%	39.35	0.03%
中介及外包服务费	0.00	0.00%	-	-	-	-
股权激励费用	0.00	0.00%	26.84	0.01%	24.11	0.02%
租赁及物业费	209.30	0.11%	259.58	0.12%	214.76	0.14%
其他	346.30	0.19%	760.96	0.34%	608.44	0.41%
托管费	1,486.74	0.80%	1,650.32	0.73%	754.72	0.50%
合计	4,361.61	2.34%	7,156.22	3.18%	4,762.86	3.18%

(3) 管理费用率差异

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度
职工薪酬（含工资、福利费等）	2.19%	3.42%	1.05%
折旧摊销费	1.93%	1.69%	1.94%
中介及外包服务费	0.95%	1.24%	1.15%
股权激励费用	0.46%	0.56%	0.25%
租赁及物业费	0.10%	0.08%	0.01%
其他	1.87%	0.21%	-0.15%
托管费	-0.80%	-0.73%	-0.50%
合计	6.71%	6.46%	3.75%

从上述表格可看出，上市公司及奔图电子管理费用占收入的比例差异主要是由于公司规模及架构的差异导致的，其中：

(1) 上市公司职工薪酬占比高于奔图电子的占比：一方面上市公司合并范围内超过 100 个主体，其中重要子公司利盟国际及其子公司分布在北美、欧洲及澳洲；奔图电子合并范围内共有 10 个主体(含 2 个新设、未实质运营的主体)，主要管理团队及运营团队在境内，境内的人均薪酬水平低于境外的人均薪酬水平，故上市公司职工薪酬占比高于奔图电子的占比；另一方面上市公司在 2020 年度实施辞退计划，确认辞退费用 1.98 亿元，占收入的比例为 1.01%，故上市公司职工薪酬占比高于奔图电子的占比；

(2) 上市公司折旧摊销费用占比高于奔图电子的占比：上市公司折旧摊销费用主要为境外自有物业的折旧费用、并购时确认的客户关系及日常管理适用的软件摊销，合计金额 33,477.37 万元，占收入的比例为 1.74%；奔图电子办公场所是通过租入赛纳科技的房产取得，折旧摊销费用主要是办公设备、财务软件的折旧摊销费用，故上市公司折旧摊销费用占比高于奔图电子的占比；

(3) 上市公司中介及外包服务费占比高于奔图电子的占比：上市公司整体税务处理较复杂，同时涉及到资本市场的要求，对外支付的咨询、中介机构费用较高；奔图电子列支的费用主要为日常年检所支付的中介费用，故上市公司中介及外包服务费占比高于奔图电子的占比。

综上，奔图电子与上市公司的销售费用率及管理费用率差异，主要来自奔图电子与上市公司所处的发展阶段、公司规模及运营模式的差异，具有合理性。报告期有关资产与奔图电子的规模匹配，报告期有关资产的折旧、摊销等成本费用准确归属于奔图电子。

(三) 奔图电子具备独立经营、核算的能力

在组织架构方面，奔图电子分别设有研发部、产品部、渠道部、市场部、网络销售部、法务部、仓储物流部、质量管理部等功能部门及行政部门，能满足公司独立运营的需求；在内控管理方面，奔图电子不断建立、完善公司的内控制度及作业流程，能更好地控制公司的运营风险；在市场开拓方面，奔图电

子与上市公司的目标市场及客户存在差异，结合自身产品特点及经营战略进行市场布局及运营；在财务核算方面，奔图电子配有具备胜任能力的人员及完善的财务核算软件，按照企业会计准则规定及公司的制度进行核算。

综上，奔图电子具备独立经营、核算的能力，搭建的组织架构及执行的制度能保障奔图电子报告期收入、费用等会计核算的真实性、准确性和完整性。

四、结合预测期销售费用率和管理费用率与上市公司的可比情况，补充披露标的资产相关费用预测是否准确充分，估值是否存在虚高的情形。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（3）期间费用预测”补充披露下列内容：

（一）奔图电子与上市公司销售费用、管理费用差异原因及合理性

奔图电子与上市公司相关费用率差异原因请参阅本题第三小问的回复。

（二）奔图电子预测期销售费用、管理费用预测情况

单位：万元

项目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
营业收入	149,642.64	225,189.33	324,209.83	435,893.78	542,509.26	589,187.33
销售费用	8,552.94	12,951.94	19,480.68	25,579.15	32,100.58	34,943.83
销售费用率	5.72%	5.75%	6.01%	5.87%	5.92%	5.93%
管理费用	4,762.86	7,156.22	11,073.91	13,889.11	16,688.89	17,595.52
管理费用率	3.18%	3.18%	3.42%	3.19%	3.08%	2.99%
项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
营业收入	617,197.24	631,892.18	629,303.91	621,991.48	615,087.32	615,087.32
销售费用	37,477.58	37,987.20	37,259.02	35,792.56	35,080.99	35,080.99
销售费用率	6.07%	6.01%	5.92%	5.75%	5.70%	5.70%
管理费用	17,972.74	18,235.71	18,152.61	17,945.26	17,572.37	17,572.37
管理费用率	2.91%	2.89%	2.88%	2.89%	2.86%	2.86%

从上表可见，本次奔图电子销售费用、管理费用预计按照企业业务实际发展需要及主营业务增长情况进行预测，销售费用率和管理费用率比较稳定，且预测期销售费用、管理费用预测金额相比报告期金额有明显增长。

另外，通过对比 2021 年全年以及上半年奔图电子销售费用、管理费用情况可以看出，预测期首年度企业上述费用实际发生额与预测基本相符，如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月实际发生	2021 年全年预测
销售费用	11,102.68	19,480.68
销售费用率	5.96%	6.00%
管理费用	4,361.61	11,073.91
管理费用率	2.34%	3.40%

综上，奔图电子预测期间销售费用、管理费用预测基本合理，不存在估值虚高的情形。

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的程序主要包括：

(1) 与赛纳科技的管理人员进行访谈，了解资产转移安排的背景及研发项目的基本情况；结合 2020 年转让的资产清单，分析资产转移安排的合理性

(2) 获取奔图电子的组织架构图及人员清单，并对人员劳动关系予以抽查，与公司独立运营的标准进行比对；

(3) 获取奔图电子历年审计报告，整理赛纳科技借款的信息及历年财务数据，分析奔图电子对赛纳科技资金的依赖情况；

(4) 获取并了解奔图电子的内部管理制度及流程，并针对重要流程进行控制测试，以确认内部管理制度及流程的合理性及有效性；实地查看资产的运营情况，获取关键生产设备产能情况，结合奔图电子当期的生产量、销量，分析设备的完整性及产能的匹配性。

(5) 比对上市公司及奔图电子的销售费用、管理费用列支的情况，结合大额费用抽查及截止测试执行情况，识别奔图电子费用列支的完整性、真实性及准

确性；

(6) 分析奔图电子报告期的财务数据变动情况，结合奔图电子的经营情况分析变动的合理性，并获取相关的支持文件。

2、经核查，会计师认为：

(1) 2015 年至 2020 年，转让上述资产的进度符合前期奔图电子从赛纳科技独立时的相关安排；相关资产在 2015 年 4 月至 2020 年 12 月期间折旧摊销总金额总体较小，特别是报告期内（2019-2020 年）与奔图电子利润总额对比，比例较小；相关研发项目于 2020 年完成项目验收，验收完成后，赛纳科技将该研发项目相关的资产和成果以零对价转让给奔图电子，由此导致资产转让时间较长；2020 年 12 月转让完成之后，相关资产已全部转让完毕；报告期内奔图电子已形成自身比较稳定的研发、采购、生产、销售及盈利模式，生产经营不存在依赖赛纳科技的情形。

(2) 2015-2018 年，奔图电子自身的盈利能力较弱，且未能通过外部融资取得日常经营所需资金；2019 年开始，奔图电子的盈利能力有明显改善，可通过外部融资的方式及自身的经营积累满足日常经营所需的资金，并在 2020 年全部偿还了对赛纳科技的本金及利息，奔图电子日常流动资金对赛纳科技已不存在依赖情形。

(3) 奔图电子委托赛纳科技研发相关的资产已在委托研发各期确认了相关支出并支付了对价，则双方达成共识，奔图电子在赛纳科技尚未进行资产移交程序前可根据需要使用相关资产；奔图电子在接受转让资产前不具备确认折旧费用的条件，财务核算具有准确性、真实性及完整性，奔图电子具备独立经营、核算的能力。

(4) 本次奔图电子销售费用、管理费用预测所参考的历史期间销售费用、管理费用实际发生情况与我们在核查过程中获取的信息没有重大不一致。

问题 9：申请文件显示，1) 奔图电子报告期收入、毛利以 A4 系列打印机为主，通过后期原装耗材(刀片)获取主要利润，报告期耗材毛利率 51.45%-56.48%。

2) 耗材销量与打印机市场机器保有量密切相关, 奔图电子打印机市场保有量已达到 500 万台左右。3) 纳思达的打印机零件和耗材零件只向奔图电子销售。请你公司: 1) 结合报告期标的资产以打印机为主要毛利贡献的情况, 补充披露奔图电子以原装耗材(刀片)获取主要利润的可行性。2) 补充披露报告期市场保有量的估算依据及合理性, 结合耗材的平均消耗速度, 补充披露标的资产预测期耗材的销售量与打印机市场保有量及增量预测的匹配性。3) 对比上市公司旗下公司耗材产品的毛利率水平, 补充披露奔图电子耗材毛利率的合理性。4) 补充披露奔图电子向上市公司采购打印机零件和耗材零件的必要性、定价依据及合理性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复:

一、结合报告期标的资产以打印机为主要毛利贡献的情况, 补充披露奔图电子以原装耗材(刀片)获取主要利润的可行性

上市公司已在《重组报告书》中“第六章 标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“(八) 奔图电子以原装耗材(刀片)获取主要利润的可行性”中补充披露下列内容:

“剃须刀”模式是打印显像行业的主要盈利模式, 对激光打印机、数码复印机、多功能一体机的终端用户来说, 打印机的投入是一次性的, 但硒鼓却是耗材, 在使用过程中需要经常更换, 且毛利较高。因此, 品牌打印机整机厂商在耗材上获得的利润会超过销售整机所获得的利润。鉴于通过销售耗材赚取利润是原装整机厂商实现丰厚利润的重要手段, 行业内逐步形成了“低价卖整机, 高价卖耗材”的特有经营模式。原装整机厂商多通过在产品上设置壁垒来阻止兼容耗材厂商的竞争, 这在一定程度上促使原装耗材始终维持着较高的销售价格。而耗材销量的多少直接与市场中打印机保有量成正比关系, 因此随着奔图电子打印机销量、市场保有量的增长, 其耗材销量会逐年上涨, 而耗材高毛利的特性使得未来其对利润贡献逐步增加。具体如下:

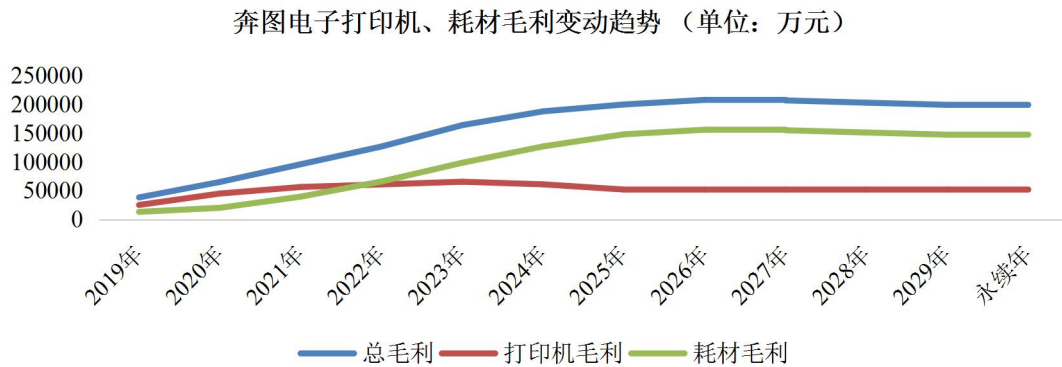
1、奔图电子报告期间及预测期毛利构成情况

单位: 万元

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
总毛利	38,157.81	65,001.56	95,770.43	126,640.91	163,797.98	187,711.32
打印机毛利	25,065.95	44,909.72	56,279.52	60,753.95	65,386.78	60,885.05
占比%	65.70%	69.10%	58.80%	48.00%	39.90%	32.40%
耗材毛利	13,091.87	20,091.85	39,490.91	65,886.96	98,411.21	126,826.28
占比%	34.31%	30.91%	41.23%	52.03%	60.08%	67.56%
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
总毛利	199,663.26	207,611.06	206,665.25	202,739.86	198,973.78	198,973.78
打印机毛利	51,826.16	51,826.16	51,826.16	51,826.16	51,826.16	51,826.16
占比%	25.96%	24.96%	25.08%	25.56%	26.05%	26.05%
耗材毛利	147,837.10	155,784.90	154,839.09	150,913.70	147,147.61	147,147.61
占比%	74.04%	75.04%	74.92%	74.44%	73.95%	73.95%

注：表格中总收入、毛利为打印机业务与耗材业务收入总和，不包含其他业务收入及毛利。

由上表可以看出，报告期奔图电子打印机平均毛利占比约为 67.40%，耗材毛利占比平均水平为 32.61%，主要毛利贡献为打印机；预测期，耗材毛利占比逐步从 41.23% 上升至 73.95%。具体变动如下图：



2、相对打印机销量，打印机保有量呈现长尾增长效应

电脑及外围配套设备，通常按照 5 年期折损年限预计，根据奔图电子市场及技术人员估计，打印机的使用年限通常也为 5 年。奔图电子根据实践经验，按照当年 100%、次年 90%、第三年 60%、第四年 40%、第五年损耗完毕的折损率，计算打印机市场保有量。根据上述计算逻辑，奔图电子的打印机保有量计算如下：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
打印机销量（万台）	114.88	177.27	227.10	287.20	334.62	334.63

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
打印机保有量（万台）	214.83	338.79	482.53	643.91	800.27	898.95
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2029年
打印机销量（万台）	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63
打印机保有量（万台）	951.44	970.42	970.42	970.42	970.42	970.42

从上表可以看出，奔图电子预测的打印机销量增长期间为2021年-2023年，2024年后打印机销量保持稳定，而打印保有量的增长期间则为2021年-2026年，2027年后保持2026年水平。呈现上述打印机保有量长尾增长效应的主要原因是奔图电子近年来年销量一直处于增长状态，2023年预测的销量为销量顶点，而2024年后年销量虽然不变，但是仍然大于2022年及以前年度的销量，2024年-2026年新卖出的打印机量大于2019年-2021年卖出打印机销量，因此打印机保有量会进一步上升一段时间。

打印机保有量的长尾增长，将带动耗材的持续增长，从而提高耗材的收入占比，逐步形成耗材为主要利润来源的局面。预测期耗材销量情况具体如下：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
打印机销量（万台）	114.88	177.27	227.10	287.20	334.62	334.63
市场保有量（万台）	214.83	338.79	482.53	643.91	800.27	898.95
耗材销量（万支）	147.04	246.97	454.02	682.16	956.53	1,205.90
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
打印机销量（万台）	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63
市场保有量（万台）	951.44	970.42	970.42	970.42	970.42	970.42
耗材销量（万支）	1,380.60	1,424.13	1,386.92	1,347.38	1,311.20	1,311.20

3、耗材的收入占比提高，逐步成为主要利润来源

奔图电子打印机保有量的增长周期长于销量增长周期，将带动耗材销量及收入占比的提高。而耗材产品毛利率一直保持较高水平，通过对比利盟国际以及奔图电子的耗材产品毛利可以看出耗材产品销售毛利基本维持在50%以上的较高水平。奔图电子高毛利的耗材收入占比逐步提高，利润来源将逐步转化为耗材销售。奔图电子高毛利的耗材收入占比逐步提高，利润来源将逐步转化为耗材销售。

4、谨慎预测打印机毛利率，也凸显耗材为主要利润来源

预测期间奔图电子的规模将会进一步扩大，规模效应将会进一步凸显。然而，管理层考虑到市场竞争的加剧，为保障奔图电子打印机与竞品相比拥有持续的市场竞争优势，预测的奔图电子打印机业务毛利率持续降低。打印机毛利率的降低，奔图电子利润来源进一步体现为耗材销售。

综上，随着打印机销量以及市场保有量提升，耗材销量及收入占比将大幅提升，同时，谨慎考虑预测期打印机毛利率，也将凸显耗材为主要利润来源的趋势。奔图电子在预测期间以原装耗材（刀片）获取主要利润具备可行性。

二、补充披露报告期市场保有量的估算依据及合理性，结合耗材的平均消耗速度，补充披露标的资产预测期耗材的销售量与打印机市场保有量及增量预测的匹配性

上市公司已在《重组报告书》中“第六章 标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（九）报告期市场保有量的估算依据、奔图电子预测期耗材的销售量与打印机市场保有量及增量预测的匹配性”中补充披露下列内容

（一）市场保有量估算依据以及合理性

市场保有量的估算过程、依据及结果详见本题第一小问答复内容。

（二）奔图电子耗材销量与打印机保有量、打印机保有量增量的匹配性

1、打印机及耗材销量预测情况

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
打印机销量（万台）	114.88	177.27	227.10	287.20	334.62	334.63
市场保有量（万台）	214.83	338.79	482.53	643.91	800.27	898.95
耗材销量（万支）	147.04	246.97	454.02	682.16	956.53	1,205.90
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
打印机销量（万台）	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63	334.63
市场保有量（万台）	951.44	970.42	970.42	970.42	970.42	970.42
耗材销量（万支）	1,380.60	1,424.13	1,386.92	1,347.38	1,311.20	1,311.20

从上图数据可以看出，耗材销量与打印机保有量正相关，趋势基本一致，

具有匹配性。

2、耗材平均消耗速度，与行业水平具有匹配性

耗材消耗速度一般与打印机保有量有关，为了解耗材消耗速度，设定以下公式：

$$\text{耗材平均消耗速度} = \text{耗材年度销量} / \text{打印机期初保有量}$$

耗材平均速度表示市场上在利用的一台打印机，一年消耗的耗材数量。采用期初保有量的主要原因是，当期销售的打印机在当期产生耗材销售的比例受到当期销售时点及打印机自带硒鼓的影响较大，而打印机期初保有量较好的排除了该因素影响。

根据赛迪顾问数据，计算的主流打印机品牌耗材平均消耗速度如下：

报告期奔图与其他品牌耗材销量/打印机保有量比率

耗材销量/打印机保有量	2019年	2020年
惠普	1.88	/
佳能	2.05	1.75
兄弟	1.95	1.68
联想	0.24	0.22
京瓷	2.12	1.81
理光	4.08	3.72
利盟	3.56	2.88
平均	2.27	2.01
奔图电子	0.73	0.76

数据来源：赛迪报告

注：耗材平均消耗速度=耗材年度销量/打印机期初保有量

根据上图，2019年、2020年主流打印机厂商耗材平均消耗速度为2.14，即全行业平均每台打印机每年耗材2.14支硒鼓。

奔图电子2019、2020年耗材销量/累计装机量分别为0.73及0.76，呈现逐步上涨趋势，但低于行业主流打印机厂商平均2.14的水平。

预测期奔图电子耗材销量/打印机保有量保持在0.97-1.24之间，预测期奔图

打印机耗材销量/打印机保有量比率始终低于行业耗材消耗率的平均水平，预测较为谨慎，与行业具有匹配性。具体如下：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
耗材销量/保有量	0.73	0.76	0.97	1.07	1.16	1.19
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
耗材销量/保有量	1.24	1.24	1.20	1.17	1.14	1.12

注：奔图电子原装耗材平均消耗速度

综上，根据奔图电子打印机销量、市场保有量的预测数据，结合行业耗材平均消耗速度对比，奔图电子耗材销量与打印机保有量、打印机保有量增量具有匹配性。

三、对比上市公司旗下公司耗材产品的毛利率水平，补充披露奔图电子耗材毛利率的合理性

上市公司已在《重组报告书》中“第六章 标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（十）奔图电子耗材毛利率的合理性”中补充披露以下内容：

（一）报告期上市公司耗材产品的毛利率水平以及奔图电子耗材产品毛利率水平

对比报告期上市公司耗材产品的毛利率水平以及奔图电子耗材产品毛利率水平，奔图电子兼容耗材的毛利率略高于上市公司通用耗材的毛利率；奔图电子原装耗材的毛利率低于上市公司原装耗材的毛利率，从耗材的综合毛利率来看，两者水平没有显著差异，且两者毛利率的变动趋势相符。

（二）报告期奔图电子与上市公司原装耗材毛利率差异的原因

报告期奔图电子与上市公司原装耗材毛利率差异的原因主要是：

1、奔图电子是2019年开始业务迅速增长，主要定位于境内商用市场及信创市场，品牌溢价未能完全显现；上市公司原装打印机品牌优势较明显，主要定位于境外的中高端市场，品牌溢价较高；

2、奔图电子与上市公司及耗材的定价策略存在差异，奔图电子的打印机销售毛利率高于上市公司打印机的销售毛利率，而原装耗材销售毛利率低于上市公

司原装耗材的销售毛利率；奔图电子的耗材毛利率及与上市公司耗材毛利率的差异具有合理性。

综上，2019年、2020年，随着奔图电子的发展，原装打印机及耗材销售增长，原装打印机及耗材的整体毛利率与上市公司的整体毛利率分别为逐渐缩小，毛利率的变动趋势及差异与各自的经营情况相符，耗材毛利率差异具有合理性。

四、补充披露奔图电子向上市公司采购打印机零件和耗材零件的必要性、定价依据及合理性

上市公司已在《重组报告书》“第十一章 同业竞争与关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）本次交易前标的公司的关联方和关联交易情况”之“3、本次交易前标的公司关联交易的必要性、合理性与公允性”之“（2）关联采购的必要性、合理性和价格公允性”中补充披露如下内容：

（一）奔图电子向上市公司采购打印机零件和耗材零件的必要性

1、奔图电子报告期内向上市公司采购打印机零件和耗材零件的主要内容

奔图电子报告期内向上市公司采购的打印机和耗材零件主要有辊类零件、注塑件和芯片，报告期内三种产品的采购金额如下表：

单位：万元

品类	2019 采购金额	2020 采购金额	2021 上半年采购金额
辊类	905.89	528.34	-
注塑件	742.72	1,163.02	1,014.85
打印机芯片	45.61	1,530.59	1,173.12

2、奔图电子报告期内向上市公司采购打印机零件和耗材零件的必要性

（1）向上市公司采购辊类和注塑件的必要性

纳思达作为国内打印机行业的领先企业，经过多年的发展，在打印机和耗材相关的零部件方面积累了较强的技术优势，产品性能较好。且上市公司打印机和耗材产品每年出货量均位于行业领先地位，规模优势较强，相关零部件产品的生产成本优势明显，符合奔图电子对零部件质量和成本的需求。此外，奔图电子开始从事打印机业务时，产品生产和销售规模有限，所需的辊类和注塑

件采购规模较小，且打印机行业对零部件的参数保密性要求较高，寻求长期稳定的辊类和注塑件供应商存在一定难度，而上市公司可发挥协同效应，满足奔图电子对零部件供应稳定性和零部件参数保密性的要求。

随着奔图电子产品销量的增长和生产规模的提升，辊类和注塑件采购规模大幅提升，议价能力提高，与奔图电子在辊类和注塑件生产供应方面有合作意愿的零部件供应商增多。可满足奔图电子要求的辊类和注塑件供应商已不止上市公司一家，奔图电子会同时向上市公司和其他零部件供应商采购辊类和注塑件，并通过相互比价来确定采购规模和采购价格。其中，报告期内奔图电子向上市公司采购的注塑件比例较低，向上市公司采购的辊类比例逐年下降，2021年已不再向上市公司采购辊类零件。奔图电子报告期内向上市公司及其他供应商采购的辊类和注塑件的金额和数量比例情况如下表：

品类	年度	向上市公司采购金额比例	向其他家采购金额比例	向上市公司采购数量比例	向其他家采购数量比例
辊类	2019年	42.12%	57.88%	27.74%	72.26%
	2020年	15.67%	84.33%	6.53%	93.47%
	2021年上半年	-	100.00%	-	100.00%
注塑件	2019年	5.40%	94.60%	9.34%	90.66%
	2020年	5.46%	94.54%	1.32%	98.68%
	2021年上半年	6.01%	93.99%	9.78%	90.22%

(2) 向上市公司采购打印机芯片的必要性

在集成电路行业，部分芯片设计企业为更多将自身精力集中在产品定义、系统架构、技术开发等方面，会委托芯片设计服务企业为其提供量产服务。量产服务是指芯片设计服务企业根据芯片设计企业的需求委托晶圆厂进行晶圆制造、委托封装厂及测试厂进行封装和测试，并提供以上过程中的生产管理服务，最终交付给芯片设计企业芯片产品。

奔图电子虽掌握打印机 SoC 芯片的核心技术并拥有打印机 SoC 芯片的集成电路布图权，但为提高运营效率，降低与晶圆厂和芯片封测厂的对接成本，聚焦精力用于产品研发，需要芯片设计服务企业为其提供芯片量产服务，由芯片设计服务企业根据奔图电子提供的 SoC 芯片电路图向下游的晶圆厂和封测厂下

量产订单，向其交付芯片产品，SoC 芯片的核心技术及其知识产权仍由奔图电子掌握。

由于 SoC 芯片是打印机整机关键零部件，对于打印机的保密性和安全性重要性较高，因此奔图电子需为其提供芯片量产服务的企业对芯片的产品信息严格保密。而奔图电子与上市公司旗下的艾派克微电子合作对其 SoC 芯片的产品信息保密更有利，出于保护自身商业秘密和知识产权的需求，奔图电子向上市公司子公司艾派克微电子采购芯片量产服务，由艾派克微电子根据奔图电子提供的 SoC 芯片电路布图向下游的晶圆厂和封测厂下量产订单后向其交付芯片产品。

3、奔图电子报告期内向上市公司采购打印机零件和耗材零件的定价依据及合理性

(1) 辊类零部件的定价依据及合理性

奔图电子经过多年的发展，产品生产规模大幅增长，与奔图电子有合作意愿的零部件供应商增多，奔图电子与上市公司的辊类零部件采购价格依据市场化谈判方式定价。由于辊类零部件属定制化生产产品，奔图电子会依据对辊类零部件生产成本的了解，根据成本加成法定价，同时参考其他供应商的供应报价，在预计的生产成本基础上加 5%-10% 的利润来确定对上市公司辊类零部件的采购价格，定价依据具有合理性。报告期内奔图电子向上市公司及其他供应商采购的各类辊类零件的均价对比如下：

单位：元/个

品类	2019		2020	
	向上市公司采购均价	向其他供应商采购均价	向上市公司采购均价	向其他供应商采购均价
2013 充电辊	4.91	2.50	4.91	2.80
2013 显影辊	7.98	5.36	6.70	5.36
5103 充电辊	6.90	3.90	6.90	3.90
5103 显影辊	8.00	5.36	8.00	5.36

奔图电子开始从事打印机业务时，寻求稳定的辊类零件供应商存在一定难度，而上市公司可满足奔图电子对零部件价格、供应稳定性和参数保密性的要

求。随着奔图电子生产的规模的扩大，其他价格优势强于上市公司的辊类零件供应商也愿意与其合作，该类厂商能够以低于上市公司的供货价格向奔图电子供应辊类零件。但其他厂商可供应的辊类零件，需经测试满足质量和安全性的要求后才可替换原上市公司供应的辊类零件，因此奔图电子替换上市公司供应的辊类零件需要一定时间。报告期内，奔图电子向上市公司采购的辊类零件占比逐年下降，2021年已不再向上市公司采购辊类零件。

(2) 注塑件的定价依据及合理性

注塑件加工行业一般按照注塑机的吨位大小来确定单台注塑机的加工费，根据单台注塑机的不同吨位确定的加工费为机台加工费率。奔图电子采购的注塑件为定制化产品，会同时向多家注塑件供应商采购，对其采购的注塑件，均采用行业通行的机台加工费率确定注塑件的采购价格，定价依据具有合理性。其中，奔图电子向上市公司和其他注塑件供应商支付的机台加工费率如下表：

机台吨位/T	机台加工费率（元/小时，含税）
100 以下	60
100-150	75
150-200	85
200-300	110
300-400	150
400-500	200
550-650	250

(3) 打印机芯片采购价格的定价依据及合理性

由于奔图电子打印机 SoC 芯片的集成电路布图权归属于奔图电子，艾派克微电子向奔图电子提供的为芯片生产的量产服务。艾派克微电子依据奔图电子提供的 SoC 芯片的电路布图，向下游的晶圆厂和封测厂下量产订单，艾派克微电子向奔图电子获取的毛利为量产服务费，在奔图电子芯片代工和封测所需的成本基础上，加上依据市场行情确定的量产服务费率来确定向奔图电子销售打印机芯片的价格。2019 年和 2020 年，艾派克微电子向奔图电子收取的量产服务费率分别为 45.00%和 38.98%，与提供芯片定制服务的上市公司芯片量产服务费率基本一致，定价依据具有合理性。其中，可提供芯片量产服务的上市公

司芯片量产服务费率如下表：

公司名称	2019年	2020年
智原	52.76%	47.31%
创意电子	32.96%	30.00%
世芯	37.19%	32.59%
芯原股份	13.66%	12.67%
国芯科技	61.39%	71.21%
平均值	39.59%	38.76%
艾派克微电子	45.00%	38.98%

数据来源：国芯科技招股说明书

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 访谈奔图电子的生产计划部及采购部的相关人员，了解奔图电子向上市公司采购打印机及耗材零件的情况，分析其必要性；

(2) 了解上市公司及奔图电子对此采购业务的定价流程，分析其定价的公允性；

(3) 获取奔图电子历年销售明细，分析产品及渠道销售比例及毛利贡献情况，并与上市公司原装打印机业务的财务数据进行比对。

2、经核查，会计师认为：

(1) 根据报告期内标的资产各项业务的毛利贡献情况，奔图电子以原装耗材（刀片）获取主要利润具有可行性。

(2) 对比上市公司旗下公司耗材产品的毛利率水平，奔图电子耗材的毛利率具有合理性。

(3) 奔图电子向上市公司采购打印机零件和耗材零件具有必要性，采购辊类零件和打印机芯片根据成本加成模式定价，采购注塑件根据市场化谈判方式定价，定价依据具有合理性。

问题 10：申请文件显示，奔图电子自主品牌销售境内市场中，直销主要通过京东平台上开设自营网店，经销分为商用市场和信创市场；自主品牌销售境外市场为商用市场。主营业务收入中，信创市场和商用市场占比 80%以上。请你公司补充披露标的资产：1) 报告期境内商用市场和信创市场下，A3、A4 系列产品各自的销售金额及占比，并说明变动情况。2) 京东直销平台 A3、A4 系列产品各自的销售金额及占比情况，售后退货情况、相关收入核算的准确性。3) 直销产品与经销模式下产品是否存在外观、核心零部件、性能等方面的差异，毛利率差异对比。4) 境内经销模式商用和信创市场下，产品是否存在外观、核心零部件、性能、定价方式等方面的差异，毛利率差异对比。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、报告期境内商用市场和信创市场下，A3、A4 系列产品各自的销售金额及占比，并说明变动情况

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”补充披露下列内容：

奔图电子报告期境内商用市场一类、二类系列产品及其他产品各自的销售金额及占比如下表所示：

单位：万元

类别	境内商用市场					
	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一类系列	2,177.36	4.56%	1,139.85	1.96%	203.48	0.61%
二类系列	45,491.02	95.32%	56,748.99	97.71%	32,893.75	99.00%
其他	58.07	0.12%	191.74	0.33%	130.31	0.39%
合计	47,726.45	100.00%	58,080.58	100.00%	33,227.54	100.00%

由上表可知，报告期内，奔图电子商用市场一类、二类系列产品收入均上升，整体而言，一类、二类系列产品收入占比较为稳定，一类系列产品占比较小但占比逐年上升，主要是因为奔图电子加强了一类打印机的销售。

奔图电子报告期境内信创市场一类、二类系列产品各自的销售金额及占比如下表所示：

单位：万元

类别	境内信创市场					
	2021年1-6月		2020年		2019年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
一类系列	20,140.37	21.34%	21,422.28	20.44%	7,443.65	11.75%
二类系列	73,651.85	78.04%	82,634.89	78.85%	55,307.10	87.30%
其他	579.50	0.61%	749.56	0.72%	600.94	0.95%
合计	94,371.72	100.00%	104,806.73	100.00%	63,351.69	100.00%

由上表可知，报告期内，奔图电子信创市场一类、二类系列产品收入均上升，2020年，境内信创市场一类系列产品销售占比上升8.69个百分点，主要是因为信创市场业务快速发展，对高端打印机的需求增加，奔图电子一类系列产品销售收入随之增加。2021年1-6月，一类、二类系列产品的销售占比变动较小。

二、京东直销平台 A3、A4 系列产品各自的销售金额及占比情况，售后退货情况、相关收入核算的准确性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“4、销售模式”补充披露下列内容：

（一）京东直销平台 A3、A4 系列产品各自的销售金额及占比情况，售后退货情况

奔图电子在京东直销平台一类、二类系列产品各自的销售金额及占比情况、售后退货情况如下表所示：

类别	2021年1-6月			
	销售金额（万元）	占比	退货金额（万元）	退货率
一类系列	0.66	0.16%	-	-
二类系列	423.62	99.54%	7.60	1.79%
其他	1.29	0.30%	-	-
合计	425.57	100.00%	7.60	1.79%

类别	2020 年			
	销售金额(万元)	占比	退货金额(万元)	退货率
一类系列	-	-	-	-
二类系列	762.42	99.76%	9.03	1.18%
其他	1.82	0.24%	-	-
合计	764.24	100.00%	9.03	1.18%
类别	2019 年度			
	销售金额(万元)	占比	退货金额(万元)	退货率
一类系列	-	-	-	-
二类系列	118.40	99.14%	1.80	1.52%
其他	1.02	0.86%	-	-
合计	119.43	100.00%	1.80	1.52%

注：京东平台向消费者承诺，若商品完好，消费者可在签收商品之日起七天内申请“7天无理由退货”（按照签收后的第二天开始计算时间）。

报告期内，奔图电子京东直销平台的销售收入占营业总收入的比例分别为0.08%、0.34%和0.23%，退货率分别为1.52%、1.18%和1.98%，收入占比较小，且退货率较低。

（二）奔图电子对京东直销平台收入的会计核算

京东直销平台为奔图电子在京东平台上开设的自营店。奔图电子在京东平台上接受终端客户的订单，并根据客户所在的地理位置安排自行快递发货或委托京东发货，通过自营店直接向终端客户销售。考虑到历史退货率较低，对于京东直销业务，奔图电子在货物发出时确认收入并结转成本，若客户退货，则冲减营业收入。

三、直销产品与经销模式下产品是否存在外观、核心零部件、性能等方面的差异，毛利率差异对比

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”补充披露下列内容：

（一）直销产品与商用市场经销模式产品的差异

1、产品差异

奔图电子直销主要通过京东和亚马逊电商平台开展，电商平台系列产品与经销模式下的商用市场产品无明显差异。

2、毛利率差异

2019-2020年，奔图电子商用市场经销毛利率及电商市场毛利率相对稳定，2021年1-6月，商用市场打印机毛利率提升，主要是因为奔图电子提高了部分境内商用市场打印机的售价，同时，随着打印机保有量的提升，高毛利率的硒鼓销量增加，销售收入占比也进一步增加。2021年1-6月，奔图电子电商市场毛利率较提升，主要是因为境外电商市场打印机售价提升。

报告期内，电商销售的毛利率整体高于商用市场，主要系渠道不同所致，电商销售产品直接面向终端消费者，而经销模式下的商用市场产品通过经销商销往终端市场，渠道仍需留存一定利润。

（二）直销产品与信创市场经销模式产品的差异

报告期内，奔图电子直销产品与信创市场产品的差异具体分析参见本问题回复之“四、境内经销模式商用和信创市场下，产品是否存在外观、核心零部件、性能、定价方式等方面的差异，毛利率差异对比”。

四、境内经销模式商用和信创市场下，产品是否存在外观、核心零部件、性能、定价方式等方面的差异，毛利率差异对比

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“4、销售模式”补充披露下列内容：

（一）商用市场与信创市场产品的差异

商用市场与信创市场的产品为两套体系的产品，产品型号也不相同。在外观方面，商用市场产品的外观与信创市场产品相比无较大差异。在核心零部件方面，出于保密性和安全性的考量，信创市场的核心零部件如 SoC、LSU 的自主化率更高，产品需要通过安全性和保密性适配测试，而商用市场的产品无保密性要求，故也会使用较多的外购核心零部件。在性能方面，信创市场产品更

突出安全性，产品需要适配国产化生态系统，如国产化操作系统及软件；商用市场产品更突出成本和易用性，如移动打印、WiFi直连等功能。在定价方式方面，商用市场的定价主要参考竞争对手的产品定价，信创市场产品的终端价格受政府指导价格的影响。

（二）毛利率差异

报告期内，信创市场产品的毛利率整体高于商用市场，主要是因为：①为满足信创市场对安全性、保密性的要求，信创市场打印机需适配国产化操作系统及软件，在设备前期适配过程需要付出一定的成本及投入时间；②信创市场打印机的质保期通常为3年，而商用市场打印机的质保期为1年，质保期的延长增加了打印机厂商的售后服务成本；③信创市场客户通常有上门维护机器的需求，且对服务的及时性要求更高，打印机厂商的售后服务成本进一步增大；④目前信创生态仍具有复杂性，例如，当信创客户的电脑操作系统升级后，原有打印机设备的驱动程序等都需随着电脑操作系统的升级而升级，同时还需满足信创客户对保密性的要求，因此只能人工实施升级工作，这进一步造成了服务成本的增加，故在产品出售时给予一定毛利溢价。

五、会计师核查意见

1、针对上述问题，会计师核查的程序主要包括：

(1) 获取奔图电子在报告期的销售明细数据，结合销售细节测试情况，确认销售收入分类的准确性；

(2) 了解奔图电子的京东平台业务流程及相关管理制度，以判断内控管理的合理性；执行控制测试，检查销售与收款相关内控设计和执行情况，以确认奔图电子管理制度的有效性；执行细节测试，获取京东平台销售记录并进行随机选样，核对物流单、交易截图、订单号、金额等交易信息，与SAP系统的交易记录核对，以确认收入确认的完整性、准确性；获取报告截止日后销售记录，识别是否存在异常、大批量迹象，以确认收入确认的合理性；

(3) 与奔图电子产品部、市场部相关人员访谈，了解奔图电子在报告期内产品结构变化的情况，及不同市场对产品技术要求的差异及定价策略。

2、经核查，会计师认为：

(1) 报告期内，奔图电子境内商用市场一类、二类系列产品销售金额均上升，一类、二类系列产品销售占比整体保持平稳；奔图电子境内信创市场一类、二类系列产品销售金额均上升，2020 年一类系列打印机销售占比增加 8.69 个百分点，主要系信创市场对高端打印机的需求增加所致。

(2) 奔图电子在京东直销平台销售的产品主要为二类系列产品，报告期内，京东直销平台的退货率较小，故在发货后确认收入，发生退货后冲减收入。

(3) 奔图电子电商直销产品与经销模式下商用市场产品在外观、核心零部件、性能等方面不存在明显差异；电商直销产品的毛利率高于经销模式下商用市场的毛利率，主要系渠道不同所致。

(4) 境内经销模式商用和信创市场下，奔图电子产品在外观、核心零部件、性能、定价方式及毛利率等方面存在差异，差异系所面向的市场不一致所致，具有合理性。

问题 11：申请文件显示，1) 2020 年，奔图电子信创市场和商用市场销售收入增长较快。2) 2019 年、2020 年奔图电子预提费用(销售返点等)分别为 2,245.72 万元、4,548.78 万元。请你公司补充披露：1) 奔图电子在国内信创市场的主要销售产品、主要竞争对手和竞争优势、市场份额，国内信创市场的市场容量与评估预测的匹配性。2) 报告期信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、订单签订周期、产品交付时间、款项回收情况、后续耗材订单签订，新客户的获取方式、客户稳定性。3) 预提费用(销售返点等)的计算依据、支付情况，是否符合行业惯例，与报告期营业收入、销售费用等会计科目的匹配性，及相关会计处理。4) 信创市场订单获取方式及合规性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、奔图电子在国内信创市场的主要销售产品、主要竞争对手和竞争优势、市场份额，国内信创市场的市场容量与评估预测的匹配性

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收支预测”补充披露以下内容：

（一）奔图电子在信创市场的主要销售产品

奔图电子在信创市场主要销售打印机及耗材，2018年、2019年、2020年及2021年1-6月，奔图电子信创市场一类、二类打印机及耗材销量如下：

产品类型/年度	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
一类打印机（万台）	0.60	0.65	0.20	0.02
一类硒鼓（万支）	0.97	1.11	0.43	0.05
二类打印机（万台）	24.27	25.76	17.99	3.58
二类硒鼓（万支）	27.66	30.72	12.97	0.55
打印机销量合计（万台）	24.87	26.41	18.19	3.60
硒鼓销量合计（万支）	28.64	31.83	13.40	0.59

奔图电子自2018年开展信创业务以来，2019年、2020年信创市场打印机销量增长率分别为405.28%、45.19%，2018年、2019年、2020年和2021年1-6月，奔图电子信创市场的主要产品为二类打印机，二类打印机销量占打印机总销量的比例分别为99.44%、98.90%、97.58%和97.59%。

（二）奔图电子在信创市场的竞争对手

信创市场打印机供应厂商主要包括：奔图电子、联想、立思辰信息安全、天津光电、中国长城、得力、中船汉光和宜联。

联想为我国电脑及相关电子设备制造商，其打印业务产品主要包括黑白、彩色激光打印机、扫描器、针式打印机及3D打印以及打印机耗材产品，其部分产品已入选信创打印机供应商名录。

立思辰信息安全主要为行业用户提供安全解决方案，主要产品包括安全外设产品、安全管控软件等，部分产品已入选信创打印机供应商名录。

天津光电是我国较早开始研发信息安全打印机产品的厂商，为信创打印机市场主要供应商之一。

中国长城信创产品主要以数据中心、服务器、电脑为主，打印机等电脑外围设备占比较低，其信息安全产品主要应用于各级政府部门以及金融、能源、交通、医疗等关系到国计民生的重要行业。

得力近年来开始进入打印机细分市场，部分产品入选信创市场打印机供应商名录。

中船汉光主要从事打印、复印等静电成像耗材及成像设备的研发、生产和销售，主要产品为墨粉、OPC 鼓、信息安全复印机、特种精密加工产品，其中墨粉和 OPC 鼓是打印机、复印机、多功能一体机的核心消耗材料，其打印业务主要集中于打印机耗材端。

宜联总部位于江西宜春，2020年宜联打印机入围国家信息化应用创新名录，是打印机信创市场供应商之一，目前宜联信创打印机型号主要包括 EGP3001N、EGM3001AN 以及 EGM3001N 三种。

（三）奔图电子在信创市场竞争优势明显

1、技术优势

经过多年发展，奔图电子掌握了打印机各级源代码和软固件核心技术，拥有自主可控的 SoC、LSU 等关键零部件，以及具有自主知识产权的打印机引擎。2006年起奔图电子开始分析和排查打印机行业专利，并绘制出自身的专利地图，建立了自己的基础专利技术平台，开发了自有创新专利。

2、自主品牌优势

作为我国打印机自主品牌的重要代表，奔图电子凭借自主可控的核心技术，较早开始进行国产化适配工作，为国内打印设备行业的国产化奠定了重要基础，在逐步发展的过程中知名度不断提升，形成了较高的自主品牌价值及声誉，积累了丰富的信创市场客户资源，在信创市场具有一定先发优势。

3、全产业链布局及成本控制优势

奔图电子已构建从耗材到打印机整机生产的全产业链布局，主要产品包括二类黑白激光打印机、二类彩色激光打印机、一类黑白激光打印机、一类彩色激光打印机等。

奔图电子位居“打印耗材之都”珠海，随着我国打印机和耗材产业制造水平的不断提升，珠海及其周边地区也成长为全球著名的产业基地，具备完善的打印产业链。依托珠海良好的产业集群优势，奔图电子展现出良好的成本控制能力。

（四）奔图电子信创市场份额方面占有相对优势

奔图打印机入选信创市场信息安全激光打印机产品型号名录的数量占据优势，为信创市场安全可靠适配测试中技术含量排名前列的品牌。奔图电子曾多次服务国家高层战略会议、活动，圆满完成国家级保密服务保障任务，供应至信创市场的激光打印机功能齐全、运行稳定，受到了国家相关信息安全监管机构的好评。

（五）我国信创市场市场容量

根据东兴证券及公开资料，我国信创市场以“863”计划为起点，共经历了“觉醒”、“起步”、“加速”、“可靠”和“整体布局”五个阶段，形成了以国家和科研机构为引导，大型国有企业和民营企业为实践突破的信创产业新局面。我国信创产业行业渗透可大致分为三个层面：（1）党政、金融行业产业；（2）电信、交通、电力、石油、航天产业；（3）教育、医疗等其他关键领域产业。2019年至今，以党政为主的“2+8”（党政+八大行业）开始全面升级自主化和可控化信息产品，目前信创产业在我国尚处于前期阶段，未来市场空间较大。

PC 与激光打印机均属于成熟行业，近年来 PC 与激光打印机的行业出货量基本平稳。根据 IDC 2018 年至 2020 年中国市场 PC 以及激光打印机出货量数据，我国市场 PC 与激光打印机配比率平均水平约为 5.5 左右，即 5.5 台 PC 配备一台激光打印机。根据赛迪顾问数据，2020 年中国政府 PC 年采购量约为 488.9 万台，由此估算政府在预测期间对激光打印机年需求量约为 90 万台。此外，考虑到金融、电信、交通等八大行业的需求释放预计不低于信创市场，信创市场激光打印机市场规模预计不低于 200 万台。

(六) 相比外部机构信创市场预测，奔图电子预测增速及增长期间更为谨慎

奔图电子信创市场盈利预测主要数据如下：

年份	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年及以后
收入（万元）	113,750.51	135,636.89	160,743.40	157,789.69	148,396.40
收入增长率	32.1%	19.2%	18.5%	-1.8%	-6.0%
销量（万台）	30.03	39.11	48.98	48.99	48.99
销量增长率	18.5%	30.2%	25.3%	1.84%	5.95%

由上表可知，奔图电子信创市场的销量增长期间为2021-2023年，2024年后，销量不再增长；而收入增长区间也为2021年-2023年，2024至2025年略有下降，2024年、2025年收入下降的主要原因是未考虑销量增长，而谨慎考虑了打印机价格下降。

工信部《中国信创产业发展白皮书（2021）》及海比研究院均对信创市场进行了预测，其中《中国信创产业发展白皮书（2021）》预计2023年信创市场规模将超过万亿元，而海比研究院对2025年信创市场规模的预测数据仅为7,911亿元。相比之下，海比研究院数据更为保守，而海比研究院分析认为，信创市场增长周期将达到5年，且复合增长率为37.4%。奔图电子信创市场打印机收入预测增长期仅为三年，且销量的三年复合增长率为27.71%，收入的复合增长率为18.87%，相关预测数据较为谨慎。

2021年1-6月，奔图电子信创市场打印机销售收入为82,659.90万元，打印机出货量为24.87万台，2021年6月末，奔图电子信创市场打印机在手订单约16.20万台，预计2021年打印机全年销量将超过40万台，高于奔图电子盈利预测中预测的信创市场2021年30万台的销量，考虑到以党政为主的“2+8”开始全面升级自主化和可控化信息产品，信创市场的发展空间较大，盈利预测中稳定阶段的48.9万台年销量预测具有谨慎性。

综上，奔图电子作为国产自主安全可控打印机制造商，在信创市场具有一定的竞争优势，其信创市场预测数据与行业发展趋势匹配，具有合理性。

二、报告期信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、订单签订周期、产品交付时间、款项回收情况、后续耗材订单签订，新客户的获取方式、客户稳定性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”补充披露下列内容：

（一）报告期信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、订单签订周期、产品交付时间、后续耗材订单签订

奔图电子 2019 年信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、产品交付时间如下表所示：

序号	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中： 打印机 (台)	其中： 耗材 (个)	每年下订 单次数	产品交付时间 (天数)
1	信创客户十七	二类系列的打印机	12,629.94	37,368	-	22	收到全额货款后 20 个工作日内发货
2	信创客户二	二类系列的打印机及耗材	7,645.58	22,795	11,853	107	供应商自收到货款之日起 3 天内发货
3	信创客户十八	二类系列的打印机及耗材	3,918.54	10,126	5,767	35	如有库存，则在收到货款后第二天发货
4	信创客户三	二类系列的打印机及耗材	1,768.27	3,864	1,795	30	自收到货款之日起 3 天内发货
5	信创客户一	二类系列的打印机及耗材	1,558.31	4,343	84	7	收到货款之日起 3 日内发货
6	信创客户十九	二类系列的打印机及耗材	1,550.17	8,200	500	8	自收到货款之日起 3 天内发货，若无法在上述时间内发货，采购商同意按照供应商调整的供货时

序号	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中： 打印机 (台)	其中： 耗材 (个)	每年下订 单次数	产品交付时间 (天数)
							间供货
7	信创客户 二十	二类系 列的打 印机及 耗材	1,533.29	3,151	1,934	29	自收到货款之日起3天内发货，若无法在上述时间内发货，采购商同意按照供应商调整的供货时间供货
8	信创客户 二十一	二类系 列的打 印机及 耗材	1,495.26	3,458	7,527	81	自收到货款之日起3天内发货，若无法在上述时间内发货，采购商同意按照供应商调整的供货时间供货
9	信创客户 四	二类系 列的打 印机及 耗材	1,479.54	4,069	2,093	59	自收到货款之日起3天内发货，若无法在上述时间内发货，采购商同意按照供应商调整的供货时间供货
10	信创客户 二十二	二类系 列的打 印机及 耗材	1,462.68	2,735	163	7	收到货款之日起3天内发货

奔图电子2020年信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、产品交付时间如下表所示：

排名	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中：打 印机(台)	其中：耗 材(个)	每年下 订次数	产品交付时间 (天数)
1	信创客户 二	二类系 列的打 印机	9,168.27	27,490	3,119	122	收到货款之日起3日内发货
2	信创客户 一	二类系 列的打 印机	6,210.21	12,888	2,575	28	收到货款之日起3日内发货

排名	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中:打 印机(台)	其中:耗 材(个)	每年下 订单次 数	产品交付时间 (天数)
3	信创客户 十一	二类系 列的打 印机及 耗材	5,316.37	14,158	3,291	116	收到货款之日 起3日内发货
4	信创客户 五	二类系 列的打 印机	4,876.16	13,460	20,807	66	收到货款之日 起3日内发货
5	信创客户 十二	二类系 列的打 印机	4,574.98	12,588	411	25	收到货款之日 起3日内发货
6	信创客户 十三	二类系 列的打 印机	4,164.18	10,382	125	33	收到货款之日 起3日内发货
7	信创客户 三	二类系 列的打 印机及 耗材	3,375.44	10,267	4,798	41	收到货款之日 起3日内发货
8	信创客户 十四	二类系 列的打 印机	3,312.17	12,809	2,542	68	收到货款之日 起3日内发货
9	信创客户 十五	二类系 列的打 印机及 耗材	2,840.84	8,413	1,230	28	收到货款之日 起3日内发货
10	信创客户 十六	二类系 列的打 印机	2,748.72	6,505	3167	28	收到货款之日 起3日内发货

奔图电子 2021 年 1-6 月信创市场下前十大客户、主要采购产品种类、产品交付时间如下表所示:

排名	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中:打 印机(台)	其中:耗 材(个)	每年下 订单次 数	产品交付时间
1	信创客户 一	一类、二 类系列 的打印 机	9,721.22	26,244	6,501	49	收到货款之日 起3日内发货

排名	客户名称	主要采购产品	销售额 (万元)	其中:打 印机(台)	其中:耗 材(个)	每年下 订单次 数	产品交付时间
2	信创客户 二	二类系 列的打 印机	7,346.71	19,869	2,107	62	收到货款之日 起3日内发货
3	信创客户 三	二类系 列的打 印机	6,130.72	18,088	5,038	29	收到货款之日 起3日内发货
4	信创客户 四	二类系 列的打 印机	3,765.07	12,148	2,363	26	收到货款之日 起3日内发货
5	信创客户 五	二类系 列的打 印机	3,311.25	7,455	18,451	68	收到货款之日 起3日内发货
6	信创客户 六	二类系 列的耗 材	3,222.52	-	89,289	24	收到货款之日 起3日内发货
7	信创客户 七	二类系 列的打 印机	3,034.03	9,128	3,573	46	收到货款之日 起3日内发货
8	信创客户 八	二类系 列的打 印机	2,947.23	10,396	64	26	收到货款之日 起3日内发货
9	信创客户 九	二类系 列的打 印机	2,901.29	9,140	38	11	收到货款之日 起3日内发货
10	信创客户 十	二类系 列的打 印机	2,890.75	8,431	1,571	15	收到货款之日 起3日内发货

说明：信创客户六仅销售耗材。

奔图电子与信创市场的客户通常每年签订一次框架合作协议，然后通过具体订单明确需求数量和交货时间，从投标到开始供货的周期最短为1个月，最长为3年，常见的周期为招标后3-6个月内下订单并供货。上述表格列示奔图电子在各报告期信创市场前十大客户下订单的次数，体现其订单签订周期。

信创市场的客户采购打印机一般通过集成商以项目的形式实施，后期的耗材则从信创市场的经销商采购，则奔图电子上述前十大信创市场客户的打印机

及耗材销量占比存在较大差异，信创市场后续耗材订单签订的情况可通过信创市场整体打印机及耗材的销量情况体现，销量情况汇总如下：

产品大类	2021年1-6月	2020年度	2019年度
打印机（万台）	24.87	26.40	18.19
耗材（万支）	28.64	31.83	13.40
耗材/打印机	1.15	1.21	0.74

耗材销量相较于打印机的销量通常具有滞后性，报告期内，信创市场以较快速度发展，奔图电子在信创市场的销量不断增加，打印机保有量也不断增加；由于信创市场需安装原装耗材，随着打印机保有量的增加，信创市场耗材的销量也不断增加。

（二）款项回收情况

奔图电子信创市场客户主要采取预付货款的形式采购产品，根据奔图电子与信创市场客户签订的订单条款，客户通常需在奔图电子确认订单之日起3天内将订单所涉及款项全额支付，奔图电子通常自收到货款之日起3日内发货。因此，奔图电子在信创市场的款项回收及时。

（三）信创市场新客户的获取方式及客户稳定性

奔图电子获取信创市场客户的方式主要包括招投标、参加展会、客户拜访及信创生态合作伙伴介绍等。

报告期内，奔图电子信创市场前十大客户重合率不高，主要原因是：2019年，信创市场由中央统筹定点及试点开展，而2020年及2021年1-6月，信创市场在各省逐渐开展，奔图电子在新增省份拓展了新客户，新客户销售金额较高，原有客户销售金额的相对排名下降，前十大客户名单也随之发生变动。除中国长城科技集团股份有限公司将与奔图电子的合作主体由深圳中电长城信息安全系统有限公司更换为了湖南长城计算机系统有限公司，报告期原有前十大信创市场客户仍为奔图电子的客户。整体来看，奔图电子信创市场客户的变动具有合理性。

三、预提费用（销售返点等）的计算依据、支付情况，是否符合行业惯例，与报告期营业收入、销售费用等会计科目的匹配性，及相关会计处理。

上市公司已在《重组报告书》中“第九章 管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“（一）财务状况分析”之“2、负债结构分析”之“（5）其他应付款”补充披露以下内容：

（一）销售返点的计算依据及支付情况，是否符合行业惯例

奔图电子针对不同的市场在返点结算周期、计提比例及形式有差异，整体返点的计算依据汇总如下：

（1）常规返点：与经销商签订合同，确定返点的比例及销量，销售员定期提供计提表格给财务人员，财务人员根据合同条款复核后在账面确认返点；

（2）特殊返点：根据市场的情况，在不同的区域、机型以单独方案政策的方式给予经销商返点；此类返点的方案需先通过审批，业务人员先根据方案预估返点金额，提供给财务人员复核后在账面确认返点。

奔图电子信创市场较少使用返点激励政策，返点主要存在于商用经销市场。商用市场 2020 年的常规返点政策如下：对于打印机整机，奔图电子与客户签约时制定月度签约额和季度签约额，若达到签约额，则奔图电子根据达成情况给予返点奖励，明星型/流量型打印机的月度和季度返点比例为 1%，增值型打印机的月度和季度返点比例为 2%。商用市场的特殊返点，随着区域、机型、季节性等因素的不同而各有差异。商用市场的返点计算方式为：返点奖励=经销商客户实际进货额*返点比例。

根据每个客户的具体返点方案，奔图电子每月预估返点金额，如果有季度签约额，还会根据季度数据在季度末额外预估返点金额。如果客户有返点余额且在当月提货，则在提货时以抵扣货款的形式兑付返点，如果客户有返点余额但当月未提货，则不兑付。奔图电子的返点计提及兑付与上市公司纳思达的模式一致。

2020 年 12 月 31 日，奔图电子预提费用中销售返点的余额为 2020 年末尚未兑付的金额；截止 2021 年 3 月 31 日，此销售返点已全部兑付。

（二）与报告期营业收入、销售费用等会计科目的匹配性及相关的会计处理

1、与报告期营业收入、销售费用等会计科目的匹配性

报告期内，奔图电子返点金额占对应收入的比例分别为：

项目	2021年1-6月	2020年	2019年
返点金额（万元）	2,240.18	5,438.40	4,975.55
对应收入的金额（万元）	132,079.03	163,675.06	72,883.70
返点占收入的比例	1.70%	3.32%	6.83%

奔图电子的返点金额随着收入增长而增长，随着奔图电子的品牌效应凸显，返点比例也根据市场竞争情况进行了调整，比例有所下降。

综上，奔图电子返点金额占收入的比例与合同约定的返点比例及特殊返点方案较为一致，返点确认金额及其对应的收入具有匹配性。

2、返点相关的会计处理

具体会计处理如下：

（1）确认销售返点：

借：销售费用

贷：其他应付款-预提费用

（2）客户实际兑付：

A、转销其他应付款及销售费用

借：其他应付款-预提费用

贷：销售费用

B、同时冲减应收账款及营业收入

借：营业收入

应交税费-应交增值税（销项税）

贷：应收账款

四、信创市场订单获取方式及合规性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“4、销售模式”补充披露以下内容：

信创市场的订单主要通过参与招投标活动获取，政府机构开展政府采购的招投标，信创市场的集成商、代理商在获取招投标方案后，若集成商、代理商选定奔图电子产品作为参与投标的产品，则奔图电子作为打印机品牌厂商将配合集成商、代理商提供招投标相关的文件，若中标，则奔图电子出货给集成商、代理商，由集成商、代理商出货给终端市场。

奔图电子内部制定了《员工廉洁自律规定》，对于信创市场需履行招投标程序的打印机订单，奔图电子已履行招投标程序。此外，奔图电子与信创市场客户通常会同步签署《廉洁自律协议书》作为合同附件，《廉洁自律协议书》中约定甲方（标的公司）和乙方（合同相对方）均应遵守廉洁自律，乙方任何人员不得向甲方任何员工私下直接或间接赠送礼金、物品、有价证券或采取其他变相手段提供不正当利益，如有违反，可解除双方所签协议停止双方合作，且乙方需支付相应违约金。

五、会计师核查程序和核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 与奔图电子管理层访谈，了解奔图电子的主要竞争对手及信创市场信息；通过与独立财务顾问及评估机构沟通，了解信创市场容量的信息及评估预测关键参数的确定依据；

(2) 获取奔图电子信创市场的主要客户签订的合同及具体销售订单，梳理关键交易条款，与公司的回复进行比对；获取应收账款明细表，并结合银行对账单发生额，确认回款情况的合理性；

(3) 了解奔图电子的销售返点政策及内部审批流程；获取销售返点的计提清单及期末尚未兑付的清单，抽样获取不同客户的销售合同或订单、当期经审批的返点政策，结合销售收入数据，重算应确认的销售返点金额并进行比对；审

查期后其他应付款预提费用发生额，分析是否有异常的发生额，并抽查期后兑付的发生额，以识别是否存在跨期确认的情况；

(4) 访谈奔图电子相关部门，了解信创市场订单获取的形式及程序，并审阅相关资料。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子在信创市场销售的主要产品为二类打印机及其硒鼓；信创市场竞争对手包括联想、立思辰、天津光电、中国长城、得力、中船汉光和宜联；奔图电子的竞争优势包括技术优势、自主品牌优势、全产业链布局及成本控制优势；我国信创市场仍有一定发展空间，信创市场对打印机的需求量在未来三年保持一定增长，而奔图电子在信创市场中的份额具有优势，因此，本次评估预测中关于信创市场的预测与信创市场容量及增速相匹配。

(2) 奔图电子信创市场前十大客户的主要采购产品包括打印机，奔图电子与客户签订年度框架合作协议后，客户按需求下单；奔图电子信创市场的货款回收情况良好；信创市场客户的获取方式主要是参与招投标、展会、已有的合作客户介绍；报告期奔图电子前十大信创客户重合率相对较低，主要是因为随着信创市场的进一步发展，奔图电子拓展了新的信创客户。

(3) 奔图电子销售返点的计算依据为合同签订的条款及实际的销量，返点确认金额及其对应的收入具有匹配性；2020年末预提的销售返点已于2021年一季度全部支付。奔图电子的返点计提及兑付与上市公司纳思达的模式一致。

(4) 奔图电子信创市场的订单主要由参与招投标活动、参加展会、客户拜访及信创生态合作伙伴介绍获取，订单获取方式合法合规。

问题 12、申请文件显示，2019 年、2020 年，奔图电子境内市场和境外市场销售收入金额均呈增长趋势。境外市场分为亚马逊网店直销、经销。请你公司补充披露：1) 标的资产在境外市场的竞争力和市场份额，A4 系列产品外销的主要地域分布、销售渠道、与境内市场定价以及毛利率的差异，A3 系列产品未产生境外收入的原因，未来是否具备开拓境外市场、获取境外订单的能力，评估预测

中是否谨慎考虑。2) 报告期亚马逊网店直销的产品种类、销售数量、金额及占比, 网点直销的售后退货情况、相关收入核算的准确性。3) 预测期境外销量和收入的预测依据, 是否充分考虑海外疫情的持续性影响。4) 中介机构对标的资产境外收入真实性、准确性的核查手段、核查方式及其充分性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复:

一、标的资产在境外市场的竞争力和市场份额, A4 系列产品外销的主要地域分布、销售渠道、与境内市场定价以及毛利率的差异, A3 系列产品未产生境外收入的原因, 未来是否具备开拓境外市场、获取境外订单的能力, 评估预测中是否谨慎考虑。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“(三) 收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“(1) 营业收支预测”补充披露下列内容:

(一) 奔图电子在境外市场具有一定的竞争力

1、奔图电子已掌握打印机核心技术, 中低速产品存在一定性能优势

经过多年发展, 奔图电子掌握了打印机各级源代码和软固件核心技术, 拥有自主可控的 SoC、LSU 等关键零部件, 以及具有自主知识产权的打印机引擎。2006年起奔图电子开始分析和排查打印机行业专利, 并绘制出自身的专利地图, 建立了自己的基础专利技术平台, 开发了自有创新专利。

奔图电子不断推进产品优化升级, 开发了移动 APP 打印、一键驱动安装、证件复印自动纠偏、票据复印自动加深等差异化功能, 持续提升用户打印体验。凭借对核心技术的全面掌握和应用以及对用户体验的重视, 奔图电子的产品性能和用户体验持续加强。

奔图电子在产品策略上, 更加重视性能对比, 在同级别产品上核心参数通常优于竞品, 从而通过较同级别竞品更高的 DPI (像素点数)、更快首页输出时间、具备 wifi 功能等亮点吸引顾客。

以 22PPM 系列单功能打印机竞品参数为例，奔图电子主要产品性能优于其他竞品，信息对比如下图所示：

海外 20PPM 系列单功能打印机参数对比				
型号	PantumP2500W	HPLaserJetProM15a	HPLaserJetProM15w	BrotherHL-1202R
打印速度(二类)	22ppm	18ppm	18ppm	20ppm
首页输出时间	<7.8s	<8.4s	<8.4s	<10s
每月负荷周期	15,000	8,000	8,000	N/A
分辨率 (dpi)	1200×1200	600×600	600×600	2,400x600
打印机语言	GDI	PCLmS;URF;PWG	PCLmS;URF;PWG	GDI
处理器速度	600MHz	500MHz	500MHz	200MHz
储存卡	128MB	8MB	16MB	1MB
Wifi	Yes	No	Yes	No
双面打印	Manual	Manual	Manual	Manual
硒鼓类型	One-Piece	One-Piece	One-Piece	Separate
硒鼓容量	1600pages	500pages	500pages	N/A
硒鼓寿命	1600pages	1000pages	1000pages	1500pages

奔图电子 22PPM 打印机在首页输出时间上短于竞品惠普和兄弟，其它参数如每月负荷周期、分辨率、储存卡、WiFi 功能、硒鼓容量和寿命、Wifi 功能等优于竞品。

以 30PPM 系列多功能打印机竞品参数为例，奔图电子主要产品性能优于其他竞品，信息对比如下图所示：

海外 30PPM 系列多功能打印机参数对比								
型号	Pantum M6700D	Pantum M7100DW	Brother DCP-L2540DW	Brother HL-L2390DW	Brother DCP-L2530DW	Brother DCP-L2510D	Brother DCP-L2550DW	Brother HL-L2395DW
打印速度(二类)	30	33	30	30	30	30	34	34
首页输出时间	<7.8s	<8.2s	/	<8.5s	<8.5s	<8.5s	<8.5s	/
每月负荷周期	60,000	60,000	/	15,000	/	/	15,000	15,000
打印机语言	GDI	PCL5e,PC L6,PS,PDF	PCL6,BR-Script3	GDI	/	GDI	BR-Script3, GDI,PCL6, PDF	/
处理器速度	525MHz	525MHz	/	600MHZ	600MHZ	600MHZ	600MHZ	600MHZ

海外 30PPM 系列多功能打印机参数对比								
型号	Pantum M6700D	Pantum M7100DW	Brother DCP-L2540DW	Brother HL-L2390DW	Brother DCP-L2530DW	Brother DCP-L2510D	Brother DCP-L2550DW	Brother HL-L2395DW
储存卡	128MB	256MB	32MB	64MB	64MB	64MB	128MB	128MB
连接方式	USB	USB/Net/WiFi	USB/Net/WiFi	USB/WiFi	USB/WiFi	USB	USB/Net/WiFi	USB/Net/WiFi
双面打印	自动	自动	自动	自动	自动	自动	自动	自动
扫描类型	Flatbed	ADF	ADF	Flatbed	Flatbed	Flatbed	ADF	Flatbed
硒鼓类型	Separate	Separate	Separate	Separate	Separate	Separate	Separate	Separate
硒鼓容量	1.5K/3K/6K	1.5K/3K/6K	1.2K/2.6K	1.2K/3K	1.2K/3K	1.2K/3K	1.2K/3K	1.2K/3K
硒鼓寿命	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000

奔图电子的 33PPM 多功能产品在首页输出时间、每月负荷周期、内存、硒鼓容量等参数上优于竞品，具有一定比较优势。

综上所述，奔图电子中低速产品核心参数存在一定竞争优势，在境外市场具有竞争力。

2、奔图电子关注竞品市场价格，持续保持较高的用户接受度

全球激光打印机平均销售单价数据

单位：元/台

厂商	2020 平均单价	2019 平均单价
惠普	2,606.43	2,553.37
兄弟	1,692.94	1,410.70
联想	1,440.54	1,141.49
奔图电子	1,026.88	1,065.34

注 1：表中 2020 年数据援引自赛迪顾问数据，其余年度价格计算依据各年度行业总收入、总单价对应 2020 年各品牌占比进行估算。

注 2：可查询到的其他品牌平均销售单价远高于表中数据，不具有可比性，因此不再列示。

奔图电子产品主要为中低速打印机品牌，与同类竞品相比，奔图电子全球价格低于惠普、兄弟和联想，在全球打印机市场，具有一定的价格优势，更亲近用户，保持较高的用户接受度。

3、奔图电子为产品经销利润留存较高获利空间，有利于奔图电子快速成长

奔图电子依托自身良好的成本控制能力，采取了具有竞争力的经销商合作

方式。经销客户销售奔图电子产品可获得的利润率相比其他厂商具备一定优势，通过此具有竞争力的经销商合作方式，奔图电子在境外市场的核心经销商渠道快速拓展，为奔图电子的持续快速增长提供动力。

（二）报告期境外二类产品销量、市场份额、销售渠道、定价及毛利率等情况

1、报告期境外二类产品销量、市场份额、毛利率情况

境内外打印机及耗材价格不同，因此毛利率存在一定差异。

二类系列在境外销售区域主要包括俄罗斯、中东非、亚太、欧洲、美洲，具体情况如下：

市场	产品	项目	2021年1-6月	2020年	2019年
俄罗斯	打印机	销量（台）	183,690.00	342,533.00	195,912.00
		市场份额	-	21.80%	11.20%
	耗材	销量（支）	105,072.00	135,299.00	88,759.00
		市场份额	-	小于1%	小于1%
中东非	打印机	销量（台）	31,088.00	28,613.00	21,535.00
		市场份额	-	2.10%	1.00%
	耗材	销量（支）	77,389.00	69,979.00	62,755.00
		市场份额	-	小于1%	小于1%
亚太	打印机	销量（台）	44,154.00	30,140.00	57,680.00
		市场份额	-	1.70%	0.90%
	耗材	销量（支）	78,889.00	87,741.00	70,890.00
		市场份额	-	小于1%	小于1%
欧洲	打印机	销量（台）	48,115.00	50,069.00	27,192.00
		市场份额	-	0.60%	0.30%
	耗材	销量（支）	93,019.00	99,698.00	79,155.00
		市场份额	-	小于1%	小于1%
美洲	打印机	销量（台）	56,736.00	125,391.00	203,230.00
		市场份额	-	1.30%	0.50%
	耗材	销量（支）	70,648.00	393,123.00	174,385.00
		市场份额	-	小于1%	小于1%

注：市场份额根据赛迪顾问报告提供的市场规模数据计算，赛迪顾问报告尚未出具2021年

信会师函字[2021]第ZM0013号 纳思达股份有限公司重组问询函回复

1-6月数据。

2、奔图电子报告期分渠道境外收入及销量情况

奔图电子境外业务渠道主要分为直销、经销与 ODM 三种，销售情况如下：

期间		2021年1-6月		2020年度		2019年度	
产品	渠道模式	销量(万台/万支)	收入(万元)	销量(万台/万支)	收入(万元)	销量(万台/万支)	收入(万元)
打印机	直销	2.12	1,743.10	2.48	1,795.62	0.45	265.54
	经销	34.26	17,632.00	50.37	25,532.63	33.62	15,739.20
	ODM	5.47	4,751.85	6.14	5,891.32	16.49	16,407.04
	合计	41.85	24,126.95	58.99	33,219.58	50.57	32,411.78
硒鼓	直销	1.52	553.20	1.37	472.70	0.34	124.18
	经销	40.98	7,263.16	48.71	8,899.69	36.24	7,266.28
	ODM	16.83	1,254.07	30.69	2,438.71	11.98	983.77
	合计	59.33	9,070.43	80.77	11,811.10	48.55	8,374.23

3、境内外产品定价及毛利率差异分析

(1) 境内外产品均按照当地市场行情实时调整价格，定价模型相同

总体来看，奔图电子产品境内外定价模式相同。境内外产品定价时，均首先参考当地竞品市场价格，并根据不同市场推出产品所在市场的接受程度及推广程度，适时调整价格，保障相应产品能够获得较高的市场竞争力和用户亲和度。

以奔图电子主要机型 22PPM 单功能打印机为例，该款打印机在国内商用市场的出货价为 490 元，高于海外其他地区同机型的打印机。而国内市场的原装二类耗材均价为 160 元，低于其他海外地区的原装二类耗材均价。具体如下表所示：

市场区域	产品系列	产品类型	2020年平均单价(元/台)
中东非区	22PPM 单功能	二类黑白	255
亚太区	22PPM 单功能	二类黑白	340
欧洲区	22PPM 单功能	二类黑白	301
俄语区	22PPM 单功能	二类黑白	343
美洲区	22PPM 单功能	二类黑白	387

市场区域	产品系列	产品类型	2020年平均单价（元/台）
国内商用市场	22PPM 单功能	二类黑白	490

地区	产品系列	2020年平均单价（元/支）
中东非区	原装二类耗材	215
亚太区	原装二类耗材	247
欧洲区	原装二类耗材	222
俄语区	原装二类耗材	162
美洲区	原装二类耗材	249
国内商用市场	原装二类耗材	160

（2）境内外打印机及耗材毛利率明显不同

奔图电子定价通常参照市场竞品价格水平，由于境内外打印机及耗材价格不同，因此毛利率存在一定差异。

（3）境内外盈利模式不同，但盈利空间趋于均衡

国内市场打印机毛利率较高，而耗材毛利率较低；境外市场则与之相反。中国打印机通用耗材市场发达，因此打印机厂商在耗材上的利润空间低于境外市场，在打印机上的利润空间要求相对较高。境外市场兼容耗材不发达，打印机厂家通常都采用剃刀的盈利模式，采用分离价格销售产品，以较低的价格销售打印机，然后用较高的原装耗材定价获取利润。

形成上述局面的主要原因在于不同市场的消费能力、消费理念以及知识产权保护制度不同，导致打印机厂商的商业模式不同。同时，奔图电子在不同市场的发展阶段不同，对于新进入市场，奔图电子通常会采用优惠价格打开市场的策略，导致其产品短期内毛利率较低，然后随着奔图电子在当地市场的发展，其毛利率也将逐渐恢复到正常水平。

总体来看，打印机厂商会根据不同市场的实际情况，形成打印机与耗材之间的平衡盈利空间。

（三）奔图电子境外一类业务处于布局中，盈利预测未考虑境外一类业务

截至本核查意见出具之日，奔图电子尚未展开境外一类销售的主要原因是

奔图电子当前境外市场的一类服务体系处于建立中。一类系列产品主要针对企业级客户，销售重点在于具备完善、专业的服务体系，每个项目从售前至销售期至售后都需要配备专业人员服务，奔图电子当前在海外市场还处于组建一类服务团队的阶段。

当前奔图电子在海外市场的一类系列产品尚未开展销售，一类系列业务在海外的推广是否成功具有一定的不确定性，因此，出于谨慎性考虑，盈利预测未考虑境外一类系列产品未来收入。

奔图系列产品在海外各大地区都有较为完善的渠道，具备开拓境外一类系列产品市场及获取订单的能力，根据奔图电子销售规划：奔图电子一类系列产品将先在亚太、欧洲和中东非市场上市并重点推广，亚太市场如泰国有较好的标案渠道可以推进；中东非区域的突尼斯、摩洛哥、阿尔及利亚等现有客户都有比较好的标案渠道可以推进；欧洲市场对一类系列产品的需求量较大，现有市场如西班牙、意大利和法国都有做一类系列产品的销售渠道和代理商。因此，奔图电子一类系列产品未来具备开拓境外市场、获取境外订单的能力。

二、报告期亚马逊网店直销的产品种类、销售数量、金额及占比，网点直销的售后退货情况、相关收入核算的准确性。

上市公司已在《重组报告书》中“第四章标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“4、销售模式分析”补充披露下列内容：

1、报告期亚马逊网店直销的产品种类、销售数量、金额及占比，网点直销的售后退货情况

类别	2021年1-6月				
	金额（万元）	占比	销售数量 （万台/万支）	退货金额 （万元）	退货率
打印机	1,743.10	75.63%	2.12	175.54	10.07%
硒鼓	553.20	24.01%	1.52	20.83	3.76%
其他	8.20	0.36%	0.08	0.57	6.89%
合计	2,304.50	100.00%		196.93	8.55%
类别	2020年				

	金额（万元）	占比	销售数量 （万台/万支）	退货金额 （万元）	退货率
打印机	1,795.62	78.77%	2.48	93.87	5.23%
硒鼓	472.70	20.74%	1.37	12.69	2.68%
其他	11.19	0.49%	0.12	0.28	2.50%
合计	2,279.50	100.00%		106.84	4.69%
类别	2019 年				
	金额（万元）	占比	销售数量 （万台/万支）	退货金额 （万元）	退货率
打印机	265.54	67.56%	0.45	22.87	8.61%
硒鼓	124.18	31.59%	0.34	2.06	1.66%
其他	3.34	0.85%	0.04	0.07	2.02%
合计	393.06	100.00%		24.99	6.36%

注：亚马逊向消费者承诺，保持出售时原状且配件齐全的商品，消费者可在商品送达之日起 7 日或 30 日内享受无理由全款退货。奔图电子适用的承诺天数为 30 日。

奔图电子在亚马逊平台销售收入占 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月营业收入的比例分别为 0.26%、1.01%及 1.24%，亚马逊平台退货金额对奔图电子整体的收入及利润影响较小。

2、奔图电子对亚马逊网店销售收入的会计核算

亚马逊网店为奔图电子在亚马逊平台上开设自营店，直接向终端客户销售；奔图电子在亚马逊平台上接受终端客户的订单，并根据客户的位置分别安排自行快递发货或委托亚马逊发货。亚马逊平台给客户的承诺退货期限最长为 30 天，奔图电子每月按照亚马逊平台提供的结算报告确认收入。奔图电子对亚马逊网店销售收入的会计核算符合企业会计准则相关规定。

三、预测期境外销量和收入的预测依据，是否充分考虑海外疫情的持续性影响。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收支预测”补充披露下列内容：

奔图电子境外销量及收入预测数据如下表所示：

产品		2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
打印机	收入(万元)	55,811.98	65,837.22	77,373.10	77,373.10	77,373.10
	销量(万台)	81.22	99.36	121.25	121.25	121.25
耗材	收入(万元)	19,479.01	34,300.63	58,057.58	86,234.26	108,720.11
	销量(万支)	118.40	188.53	299.38	417.31	514.12
产品		2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
打印机	收入(万元)	77,373.10	77,373.10	77,373.10	77,373.10	77,373.10
	销量(万台)	121.25	121.25	121.25	121.25	121.25
耗材	收入(万元)	116,225.74	118,186.22	114,601.05	110,995.26	110,995.26
	销量(万支)	546.81	554.16	536.63	519.69	519.69

(一) 预测期境外销量和收入的预测依据

1、历史期境外市场高速增长

奔图电子 2021 年至 2023 年海外打印机出货量由 81.22 万台增长至 121.25 万台，预测期前三年复合增长率为 14.29%，低于历史期三年复合增长率 27.85%。

2、多层次市场销量增长分析

依照奔图电子在境外不同市场的渠道铺设及市场发展情况，奔图电子的境外销售市场可划分为三种类型，具体如下：

市场类型	区域	国家	市场开拓情况
成熟市场	俄罗斯	俄罗斯	奔图电子已基本覆盖俄罗斯的主流经销商，产品销售区域已基本遍布俄罗斯全境县级以上城市，市场渠道及销售区域已建设到成熟阶段。
成长市场	美洲	美国、加拿大、阿根廷、巴西等	奔图电子覆盖这些国家部分主流经销商，产品销售区域覆盖部分城市。
	欧洲	意大利、土耳其、以色列、罗马等	
	亚太	印度、泰国等	
	中东非	南非等	
拟开拓市场	美洲	墨西哥、哥伦比亚	奔图电子与这些国家部分主流经销商正在磋商，规划未来开展业务。
	欧洲	法国、英国、德国、波兰	
	亚太	越南、澳大利亚	
	中东非	摩洛哥、阿尔及利亚、阿联酋、埃及	

(1) 成熟市场-俄罗斯销量增长分析

对于俄罗斯市场，由于奔图电子在该地区市场开拓较早，经过多年发展，奔图电子于 2020 年实现俄罗斯主流经销商的基本覆盖，产品销售区域也已基本遍布俄罗斯全境县级以上城市，市场渠道及销售区域已建设到成熟阶段。根据管理层对俄罗斯市场的分析，未来销量增长主要来自以下三个方面：

①2020 年新导入的二级经销商，正式进入销售期

2020 年，奔图电子在俄罗斯市场签约的一级经销商某客户在 2020 年将奔图产品拓展到其俄罗斯全部下级销售渠道；一级经销商某客户 2019 年新导入，2020 年正式将奔图电子打印机铺开至二级经销商渠道。上述客户为奔图电子导入约 1,800 家二级经销商，新导入的二级经销商在 2020 年尚未达到稳定销售状态，并且多数仅销售了几个月的时间。2021 年后，这部分二级经销商将带来整体销量的提升。

②丰富产品类型，提高细分市场销量

截至 2020 年，奔图电子在俄罗斯销售的产品规格型号约 12 种，预计 2021 年开始，奔图电子在俄罗斯市场新增 5 种型号打印机产品，满足多层次的客户需求，带动销量的提升。

③加强渠道下沉，深度绑定二级经销商

奔图电子在俄罗斯市场未来将进一步优化经销渠道管理，明确经销商层级关系及市场管理权限，通过进一步优化二级经销门店利润留存制度，推行“三方绑定模式”，通过与销售渠道代理商签约、优化核心客户及店面绑定促销与利润分配标准，加强渠道下沉，形成更精准的销售激励政策，进一步提高销量。

奔图电子 2021 年开始在俄罗斯执行销售三方绑定方案，根据 2021 年上半年俄罗斯市场业绩来看：①打印机业务上半年已绑定 71 家二级经销商，深度绑定二级经销商 2021 年上半年总体打印机销量 9.8 万台，同比 2020 年上半年 6.0 万台的业绩大幅上升 63%；②耗材业务上半年已累计绑定 69 家二级经销商，深度绑定二级经销商 2021 年上半年总体耗材销量 5.0 万支，同比 2020 年上半年 2.8 万支的业绩大幅上升 80%。

综上所述，三方绑定方案有效激发了经销商的销售热情，为奔图电子在俄罗斯的业绩持续增长提供动力。

(2) 成长型市场销售增量分析

对于成长型市场，奔图电子覆盖这些国家部分主流经销商，产品销售区域覆盖部分城市。成长型市场未来销量增长主要依靠以下四个方面：①丰富产品类型，提高细分市场销量；②导入具有可行性的核心渠道，带来销量增长；③开拓尚未发售产品的区域，提高产品增量；④依托电商平台，快速提高销量（仅考虑线上业务已成规模的美国市场）。

以美国市场为例，其主要计划如下表所示：

区域/年份	模式	2020年	2021年	2022年	2023年
美国	线上	2020年开始启动美国市场，电商环境良好，全年销售2.4万台，同比实现4倍以上的增长	电商继续发力，作为销售的主要贡献者，从现有的2家点拓展到4家店，加大线上平台活动及推广	电商持续快速增长，刺激流量增长，重视用户体验，补全产品线，提升单店销量至2万台以上	电商流量快速增长，品牌口碑持续向好，产品匹配市场倾向，单店平均年销售达到3万台，同时规划新增1家店，全年预计销售15万台
	线下	线下开始跟零售渠道客户开启合作，客户资源不够优良，销售能力有限	除了维护之前的客户外，积极开发新客户，导入G&P、沃尔玛、BestBuy等大型连锁零售客户，全年预计销售1万台	维护老客户的前提下，补全沃尔玛、BestBuy产品线，加大铺货至相关客户20%以上的店面。全年预计销售3万台	渠道在沃尔玛及Bestbuy等扩展到30%的店面，同时进入Staples、Office depot、Costco等更多的办公及零售卖场；与渠道分销商达成合作，开始拓展分销渠道。预计全年销售4万台

报告期及预测期美国市场业绩预测如下：

单位：台

项目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
线上销量	4,453	24,115	70,000	100,000	130,000
线下销量	645	1,965	10,000	30,000	40,000

由于奔图电子当前在美国市场处于前期核心渠道铺设完毕，快速提量的阶段，2021年上半年业绩已大幅超越2020年全年业绩。考虑到打印机行业下半年销售占比高的季节性特点，2021年预测销量具有较高可实现性。

考虑到美国和中国都具备较为完善的电商生态，美国激光打印机市场销量

规模约为中国的 60%，奔图电子美国线上销售的扩大具有可实现性。

(3) 待开拓市场销量分析

针对该类市场，奔图电子与这些国家部分主流经销商正在磋商，规划未来开展业务。该类市场主要为市场规模大于 10 万台，但报告期奔图电子在该类市场尚处于规划开发阶段。奔图电子在该类市场发展主要依靠参考当地市场特点，以及借鉴其它市场的成功经验，从而逐步构建核心渠道、开拓市场、拓展核心渠道、拓展分销渠道。

待开拓市场尚具有一定不确定性，盈利预测出于谨慎性考虑，未考虑这类市场未来的销量。

3、2021 年上半年境外销售情况良好，预测具有可实现性

激光打印机行业通常存在一定季节性特征，下半年收入在全年收入中的占比较高，情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	83,374.82	45.34%	27,539.89	12.34%	28,156.15	19.02%
二季度	100,509.00	54.66%	45,781.84	20.51%	40,935.41	27.65%
三季度	-	-	53,571.93	24.00%	32,335.36	21.84%
四季度	-	-	96,326.36	43.15%	46,620.87	31.49%
合计	183,883.83	100.00%	223,220.02	100.00%	148,047.79	100.00%

奔图电子 2021 年 1-6 月境外累计打印机销量 41.85 万台，占比全年预测销量的 51.53%，全年预测业绩具有可实现性。

综上，奔图电子预测期境外的业绩增长依据，主要来自于历史增长情况，以及较为明确的细分市场产品品类增加、销售渠道和销售区域的开拓规划和执行。

(二) 疫情带动居家办公需求，对打印机行业影响较小

1、疫情期间全球打印机销量变化不大，奔图电子仍保持高速增长

根据赛迪顾问数据，受新冠肺炎疫情影响，全球激光打印机 2020 年前两个

季度的销量、销售额均有不同程度的下滑。随着疫情逐渐得到控制，且市场对于激光打印机等高端打印机认可度的持续提升，全球激光打印机在 2020 年第三季度、第四季度的销量、销售额均得到快速增长。总体来看，疫情对全球打印机销量影响较小。奔图电子和全球市场打印机销量情况如下：

项目/年份	2019 年	2020 年	2021 年 1-6 月
奔图电子合计（万台）	114.88	177.27	129.85
全球市场合计（万台）	3,238.63	3,208.79	/

2、疫情期间奔图电子经营情况分析

2020 上半年，奔图电子销售受到疫情影响较大，整体出货量较少，但相比于海外竞品供应链管理，奔图电子良好的供应链管理优势也推动了奔图电子销售增长，疫情期间奔图电子进入了美国沃尔玛、加拿大 Costco 等主流零售平台销售，新开发了如孟加拉、尼泊尔、越南、摩洛哥、阿尔及利亚、埃及、阿联酋等众多亚非市场国家新客户。

随着 2020 年下半年的疫情逐步常态化，带动了居家办公等需求增加，境外市场如欧美等地区的远程办公理念推动商用打印机销量提高，这种需求持续到了 2021 年上半年，预计未来还会继续保持。短期看在部分疫情严重地区如印度，可能会对奔图电子销售业绩造成影响，但长远来看疫情逐步改变人们的远程办公理念，带动家用中低速激光打印机的需求，为打印机行业带来长期向好的影响。疫情期间奔图电子海外业绩情况如下表所示：

单位：台

区域/销售	打印机		
	2020 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	同比增长
欧洲区	19,362	34,950	81%
中东非区	9,480	30,108	218%
美洲区	16,259	44,170	172%
亚太区	11,369	34,442	203%
俄语区	109,392	145,334	33%
合计	165,862	289,004	74%

总体来看，疫情期间停课及家庭办公促进了中小型打印设备需求的增加，

奔图电子相关产品很好的满足了市场需求，整体销量呈增长态势，各地区销量大幅增加。

3、各区域政府应对疫情情况分析

不同细分市场采取了不同的疫情防控措施，同时，受到疫情影响，居家办公理念出现逐步深入人心的趋势，对于一类商用打印机的市场可能存在一定不利影响，而对于适合家用的二类打印机，则存在一定的有利影响，总体上，疫情对于全球打印机市场的影响较小。

四、中介机构对标的资产境外收入真实性、准确性的核查手段、核查方式及其充分性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收支预测”补充披露以下内容：

奔图电子境外收入在 2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月的收入分别为 42,514.95 万元、46,273.00 万元及 34,163.81 万元，占主营业务收入的比例分别为 28.72%、20.73%及 18.58%。

针对报告期内境外收入主要是奔图国际对外销售给经销商实现的，会计师执行的核查程序主要包括：

（1）了解销售与收款业务相关的内控管理制度及流程，包括销售订单/合同签订、销售发货、收入确认及销售收款等；

（2）获取销售明细表，对客户分层进行审查、选样，获取销售合同或销售订单对应的报关单、装箱单、发票、银行回款记录等细节测试资料进行核查；

（3）向客户发函询证报告期的销售金额、未付款余额；

（4）选取主要的客户进行访谈，并了解客户向终端客户销售的情况；

（5）获取报告期末应收账款明细表，结合当期销售情况及合同约定的信用期分析结存余额及账龄的合理性；

(6) 审查期后回款情况，分析是否存在回款异常情形。

针对奔图美国、奔图荷兰及奔图香港，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 获取当地仓库的清单及库存明细，与奔图电子 SAP 系统数据进行核对，确认境外库存的完整性；

(2) 获取第三方物流系统的结存明细及盘点报告，分别与 SAP 系统数据核对，以确认存货的真实性；

(3) 获取销售明细并选取样本，核查销售合同或销售订单对应的送货单、发票、银行回款记录等细节测试资料；

(4) 通过分析奔图电子出口的数量、存库结存数量，分析当期销售实现的合理性。

(5) 获取亚马逊平台销售记录，分析销售数据合理性。

五、会计师核查意见

经核查，会计师认为：

1、奔图电子境外一类业务处于布局中，出于谨慎性考虑，盈利预测未考虑境外一类业务是合理的。

2、亚马逊平台退货金额对奔图电子整体的收入及利润影响较小；奔图电子对亚马逊网店销售收入的会计核算符合企业会计准则相关规定。

3、奔图电子预测期境外的业绩增长依据，主要来自于历史增长情况，以及较为明确的细分市场产品品类增加、销售渠道和销售区域的开拓规划和执行；预测期境外销量和收入的预测考虑了海外疫情的持续性影响，具有谨慎性。

4、奔图电子境外收入具有真实性、准确性。

问题 13：申请文件显示，报告期奔图电子利用关联方格之格在国内的经销渠道提高耗材分销能力，和上市公司 2017 年收购的利盟国际互为 ODM 方式进行采购和销售。2019 年、2020 年向利盟国际采购均为 5 亿元以上。请你公司补

充披露：1) 报告期标的资产向利盟国际采购、销售的产品种类、定价依据及合理性，采购金额远高于销售金额的原因及合理性。2) 报告期奔图电子的各产品销售数量是否包含 ODM 的数量，按自主销售、ODM 销售模式披露各系列产品的销售数量，并说明同一产品在自主销售、ODM 销售模式下定价差异及合理性。3) 标的资产是否为利盟国际的唯一 ODM 供应商，本次交易完成后，标的资产是否将继续与利盟国际互为 ODM。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、报告期标的资产向利盟国际采购、销售的产品种类、定价依据及合理性，采购金额远高于销售金额的原因及合理性

上市公司已在《重组报告书》中“第十一章 同业竞争与关联交易”之“二、本次交易对关联交易的影响”之“（二）本次交易前标的公司的关联方和关联交易情况”之“3、本次交易前标的公司关联交易的必要性、合理性与公允性”中补充披露下列内容：

（一）报告期内标的公司向利盟国际采购的主要产品、定价依据及合理性

1、标的公司报告期内向利盟国际采购的主要产品情况

标的公司经过多年发展，在国内打印机市场积累了较好的口碑、较高的市场占有率和较为发达的销售渠道，其主要产品为中低速打印机，为满足客户对中高速打印机的需求，标的公司对利盟国际采购中高速打印机及原装硒鼓来补齐产品线，并在加以改造之后对外出售。报告期内奔图电子向利盟国际采购的主要产品类别及产品数量如下表：

产品类型	2021年1-6月采购量 (台/支)	2020年采购量(台/ 支)	2019年采购量(台/ 支)
一类黑白打印机	1,008	2,798	671
一类彩色打印机	4,445	5,669	1,404
二类黑白打印机	24,192	21,420	756
二类彩色打印机	61,947	64,338	65,241
一类硒鼓	22,834	51,855	15,121

产品类型	2021年1-6月采购量 (台/支)	2020年采购量(台/ 支)	2019年采购量(台/ 支)
二类硒鼓	435,770	485,483	532,070

2、奔图电子报告期内向利盟国际采购产品的价格公允性

(1) 标的公司报告期内向利盟国际采购产品的定价依据

利盟国际在对报告期内向奔图电子销售的打印机整机和耗材产品进行定价时，主要基于市场化谈判方式确定。利盟国际在对报告期内向奔图电子销售的打印机整机产品进行定价时，会考虑与打印机整机产品配套的原装耗材未来可带来的回报，来确定对标的公司销售打印机产品的价格。利盟国际在对报告期内向奔图电子销售的打印机耗材产品进行定价时，主要基于向奔图电子销售的打印机耗材产品可获得的毛利率水平进行定价。奔图电子与利盟国际亚太区域销售团队以市场化方式谈判定价后，按照该价格填写价格申请单发送至利盟国际与业务部门独立的全球定价中心审批，由利盟国际的定价中心根据打印机生命周期对耗材的需求、产品组合、经营成本、市场策略、竞争格局、市场数据判断是否接受奔图电子对打印机和耗材的采购报价，利盟国际与业务部门独立的全球定价中心审批通过后，奔图电子才可按照该采购价向利盟国际下订单采购。

(2) 标的公司报告期内向利盟国际采购产品的价格公允性

① 标的公司报告期内向利盟国际采购打印机整机产品的价格公允性

标的公司报告期内向利盟国际采购打印机整机产品的价格公允性详见本回复第6题第三问之“（一）补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性”之“3、奔图电子对上市公司关联采购的定价公允性”之“（2）从打印机整机来看，奔图电子的打印机整机关联采购价格与其他无关联第三方相比具有公允性”。

② 标的公司报告期内向利盟国际采购打印机耗材产品的价格公允性

标的公司报告期内向利盟国际采购打印机耗材产品的价格公允性详见本回复第6题第三问之“（一）补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性”之“3、奔图电子

对上市公司关联采购的定价公允性”之“从打印机耗材来看，奔图电子的打印机耗材等产品关联采购价格与其他无关联第三方相比具有公允性”。

综上，标的公司报告期内向利盟国际采购产品的定价依据为市场化方式确定，定价依据具有合理性，采购产品的价格具有公允性。

（二）报告期内奔图电子向利盟国际销售的主要产品、定价依据及合理性

1、报告期内奔图电子向利盟国际销售的主要产品情况

奔图电子向利盟国际销售的主要产品情况如下表：

年度	产品	数量（台/支）
2019年	二类打印机	164,922
	二类原装硒鼓	119,767
2020年	二类打印机	61,420
	二类原装硒鼓	306,890
2021年上半年	二类打印机	54,721
	二类原装硒鼓	160,813

2、报告期内奔图电子向利盟国际销售产品的定价依据及合理性

奔图电子向利盟国际销售的产品主要为 ODM 方式生产的二类打印机和二类原装硒鼓。奔图电子向利盟国际和其他 ODM 客户销售打印机和原装耗材的定价方式为在参考商用市场同类产品的价格的基础上，依据市场竞争状况、客户资信情况、订单采购规模、双方合作情况等多种因素确定产品销售价格。

报告期内标的公司向利盟国际销售产品的定价公允性详见本回复第 6 题第三问之“（一）补充披露奔图电子从赛纳科技承接打印机整机业务以来，与上市公司之间关联交易的决策程序合规性和定价公允性”之“3、奔图电子对上市公司关联销售的定价公允性”。

综上，标的公司报告期内向利盟国际销售产品时会在商用市场同类产品的价格的基础上依据市场竞争状况、客户资信情况等多种因素定价，定价依据具有合理性，销售产品的价格总体具有公允性。

（三）报告期标的资产向利盟国际采购金额远高于销售金额的原因及合理

性

1、国内打印机市场近年来日益增长，标的公司在国内打印机市场的产品销售增长迅速，对可补齐其产品线的利盟国际打印机产品的采购需求随之增长

(1) 标的公司在国内市场的销售业绩大幅增长

随着标的公司产品市场竞争力的提升和国内激光打印机市场的增长，标的公司，从2019年到2020年，标的公司一类和二类打印机产品及硒鼓的销售量大幅增长，具体情况如下表：

产品	指标	2021年上半年	2020年度	2019年度
一类打印机	销量（台）	6,580	6,758	2,085
	增长率	94.73%	224.12%	-
一类硒鼓	销量（支）	19,517	15,555	4,989
	增长率	150.94%	211.79%	-
二类打印机	销量（台）	1291,971	1,765,918	1,146,719
	增长率	46.32%	54.00%	-
二类硒鼓	销量（支）	3,001,263	4,097,056	2,528,315
	增长率	46.51%	62.05%	-

说明：2021年1-6月的增长比例是2021年1-6月年度化的数据计算

(2) 随着奔图电子在国内市场的发展，其销售渠道内对中高端打印机的需求日益提升，奔图电子需对利盟国际采购中高端打印机补齐其产品线

奔图电子经过多年发展，其产品在国内打印机市场的口碑和市场占有率日益提升，销售渠道的覆盖范围逐步扩大，其销售渠道内的客户对中高端打印机产品的需求量日益提升。但奔图电子的优势产品主要为中低速打印机，而利盟国际在中高速打印机产品有较强的产品优势，为满足其国内销售渠道的客户日益增长的中高端打印机产品的市场需求，标的公司对利盟国际采购部分中高速打印机及原装硒鼓来补齐产品线，并在加以改造之后对外出售。奔图电子在国内市场的快速发展带来的销售渠道内中高端打印机产品需求的提升，导致奔图电子对利盟国际的中高端打印机和原装硒鼓的采购规模较大。

2、欧美地区打印机市场已进入成熟状态，打印机销量趋于稳定，且利盟国际受疫情影响，在欧美市场打印机销售受到影响，对奔图电子采购需求较小

利盟国际经过多年的发展，在欧美等发达国家具有较强的市场竞争力和较为发达的产品销售渠道，而利盟国际的优势产品主要为中高速打印机，奔图电子在中低速激光打印机及原装耗材具有较强的市场竞争力，为满足其销售渠道内客户对中低速打印机的需求，利盟国际以 ODM 方式向奔图电子采购中低速打印机及原装耗材来补齐产品线，发挥协同效应。

由于欧洲和美国打印机市场经过多年的发展已进入成熟状态，市场规模较为稳定，新增打印机需求有限。因此利盟国际虽然会为满足其销售渠道内的客户对中低速打印机的需求而向标的公司进行采购来补齐产品线，但由于欧美打印机市场整体需求不及国内打印机市场，利盟国际对标的公司的打印机及原装耗材采购量有限。

此外，2020 年利盟国际的主要销售区域欧洲和美国市场受新冠疫情的影响，社会商业活动减少，打印需求下降，利盟国际的产品销售受到影响。因此，利盟国际 2020 年的经营业绩较 2019 年出现下滑，营业收入从 2019 年的 26.05 亿美元下降至 2020 年的 20.02 亿美元，降幅为-23.15%。新冠疫情对利盟国际主要销售区域的不利影响，导致了其对奔图电子采购量的下降。

3、标的公司与利盟国际互相采购的产品档次不同，单价存在差异

利盟国际的优势产品主要为中高速打印机及原装耗材，奔图电子的优势产品主要为中低速打印机及原装耗材，为补齐产品线和发挥协同效应，奔图电子向利盟国际采购中高速打印机及原装耗材，产品单价较高，而利盟国际则向奔图电子采购中低速打印机及原装耗材，产品单价较低。标的公司向利盟国际采购的产品单价高于利盟国际向标的公司采购的产品单价。

综合以上分析，因奔图电子和利盟国际各自的优势产品和优势市场区域存在差异，因此双方通过互为 ODM 方式采购打印机和原装耗材来补齐产品线，发挥协同效应，但因利盟国际的主要市场区域欧美地区的打印机市场已进入成熟状态，新增打印机需求不及国内，且利盟国际受到疫情影响，对奔图电子采购需求较小。此外，因双方互相采购的产品档次不同，奔图电子对利盟国际采购产品的单价高于利盟国际向奔图电子采购产品的单价。可见，标的公司与利盟国际之间采购金额的差异主要因双方所在的市场区域成熟程度不同和疫情影响导致的需求量差异，以及互相采购产品的单价差异所造成，具有合理性。

二、报告期奔图电子的各产品销售数量是否包含 ODM 的数量，按自主销售、ODM 销售模式披露各系列产品的销售数量，并说明同一产品在自主销售、ODM 销售模式下定价差异及合理性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“4、销售模式分析”中补充披露下列内容：

（一）报告期奔图电子的不同模式下的销售数量

1、奔图电子的各产品以自主品牌和 ODM 模式对外销售的产品数量

报告期奔图电子的各产品销售数量包含以 ODM 模式销售的产品数量，按照自主销售、ODM 销售模式的各系列产品销售数量情况如下表：

产品	指标	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
打印机	自主品牌销量（台）	1,134,970	1,510,684	868,793
	ODM 销量（台）	163,581	261,992	280,011
硒鼓	自主品牌销量（支）	1,514,842	1,930,116	1,210,261
	ODM 销量（支）	333,050	539,534	260,102
其他	自主品牌销量（个）	303,989	451,394	549,542
	ODM 销量（个）	3,480	4,650	3,360

2、奔图电子与利盟国际互为 ODM 的合作模式

（1）奔图电子采购利盟国际产品后的加工处理

上市公司自 2016 年完成对利盟国际的并购后，为了整合原装打印机及耗材业务，奔图电子与利盟国际有较大的交易金额，奔图电子主要以 ODM 的形式向利盟国际采购打印机，并供货于信创市场。基于信创市场对产品信息安全要求，奔图电子对采购自利盟打印产品进行了从内到外的二次开发，完成国产化全新升级，主要的工作包括：

①固件方面：屏蔽 Wi-Fi、传真、U 盘打印、Airprint、Mopria、Google Cloud Print、Mac 和 Linux 系统支持等商用产品功能模块，确保信息不泄密；部分型号同时增加了密码打印、有线网络端口和 USB 端口权限控制、内存清零、外网访问预警相关安全保障功能。

②软件方面：全自主开发针对利盟产品打印机的国产打印、扫描驱动软件、扫描应用软件、状态监视器，全面适配国产 CPU、操作系统、流式、版式软件；相关软件由奔图电子制作光盘，并放置到机器包装中。

(2) 奔图电子与利盟国际的关联方交易规模

①奔图电子向利盟采购

随着奔图电子自主研发和生产能力的增强，报告期内向利盟国际采购的比例呈下降趋势，各年采购情况汇总列示如下：

关联方	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
奔图电子向利盟国际采购金额（万元）	46,276.64	53,336.45	54,509.87	46,276.64
其中：打印机数量（万台）	9.25	7.19	11.32	9.25
奔图电子采购总额（万元）	125,562.71	141,739.18	103,907.48	125,562.71
占奔图电子的采购比例	36.86%	37.63%	52.46%	36.86%
利盟国际的销售总额（万元）	685,033.75	1,380,091.21	1,795,964.71	685,033.75
奔图电子采购金额占利盟国际销售比例	6.76%	3.86%	3.04%	6.76%

②奔图电子向利盟销售

关联方	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

关联方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
奔图电子向利盟国际销售金额（万元）	5,989.26	8,348.01	17,390.81	696.77
其中：打印机数量（台）	54,721	64,121	164,922	4,814
奔图电子销售总额（万元）	183,883.83	224,686.55	149,287.94	64,003.99
占奔图电子的销售比例	3.26%	3.72%	11.65%	1.09%
利盟国际的采购总额（万元）	355,465.48	621,123.38	849,114.99	790,980.22
奔图电子销售金额占利盟国际采购比例	1.68%	1.34%	2.05%	0.09%

奔图电子向利盟国际销售的比例不超过 5%，对奔图电子在报告期的业绩影响较小。

（3）奔图电子向利盟国际采购的商品对外销售的情况

①利盟国际产品占奔图电子整体销售的情况

分类	2021年1-6月	2020年度	2019年度
1、整体销售数量（万台/万支）			
打印机	129.86	177.27	114.88
其他	30.75	45.60	55.29
硒鼓	184.79	246.97	147.04
总计	345.39	469.83	317.21
2、利盟国际的产品经加工后出售的数量（万台/万支）			
打印机	10.72	11.90	7.08
其他	1.60	1.81	1.64
硒鼓	23.92	26.81	12.47
合计	36.24	40.53	21.19
3、利盟国际产品占整体销售数量的比例（万台/万支）			
打印机	8.25%	6.71%	6.16%
其他	5.20%	3.98%	2.96%
硒鼓	12.94%	10.86%	8.48%
综合	10.49%	8.63%	6.68%

②利盟国际产品占奔图电子信创市场销售的情况

产品大类	2021年1-6月	2020年度	2019年度
1、信创市场的销售数量			
打印机	24.87	26.40	18.19
硒鼓	28.64	31.83	13.40
合计	53.51	58.24	31.59
2、利盟国际的产品经加工后出售的数量			
打印机	10.05	10.67	6.64
硒鼓	16.47	18.63	7.91
合计	26.51	29.30	14.55
3、利盟国际产品占信创市场销售数量的比例			
打印机	40.40%	40.40%	36.49%
硒鼓	57.50%	58.52%	59.04%
综合	49.55%	50.30%	46.05%

(二) 同一产品在自主销售、ODM 销售模式下定价差异及合理性

1、奔图电子在自主销售和 ODM 销售模式下不存在相同产品

奔图电子在 ODM 销售模式下的打印机和耗材产品系根据不同客户的定制化需求生产的定制化产品，奔图电子以 ODM 模式销售给不同客户的打印机和耗材产品之间，以及 ODM 模式销售的产品和自主品牌销售的产品之间在规格、参数、性能、技术等方面并不相同，因此奔图电子在自主销售和 ODM 销售模式下不存在相同的产品。

2、奔图电子在自主销售、ODM 销售模式下的定价依据不存在显著差异，且具有合理性

(1) 在商用市场和信创市场奔图电子以市场化方式定价

在信创市场上，打印机和耗材产品的销售价格均会由国家通过信创领域专家与各厂商谈判确定信创市场不同产品的目录价，与 ODM 模式和商用市场的产品定价不具有可比性。在商用市场上，奔图电子自主生产的产品和从利盟国际采购的产品的销售价格均以市场化方式依据竞争因素定价，在综合考虑不同型号、性能产品的市场竞品价格等竞争因素来确定。

(2) ODM 销售模式下奔图电子会综合考虑多种因素定价

在 ODM 销售模式下，奔图电子向 ODM 客户销售打印机和耗材产品时，会综合考虑商用市场价格、成本及订单规模等因素确定，整体而言，ODM 客户平均采购量高于商用市场客户，毛利率低于商用市场。

综上，奔图电子在自主销售和 ODM 销售模式下不存在相同产品。奔图电子自主生产的产品和从利盟国际采购的产品在信创市场均依据信创市场的价格指导目录定价，与 ODM 模式和商用模式产品定价不具有可比性。奔图电子自主生产的产品和从利盟国际采购的产品在商用市场均根据竞品价格等市场竞争因素定价，而 ODM 销售模式的产品价格会在商用市场价格的基础上，考虑成本及订单规模等因素有所调整，与自主销售下的商用市场定价依据不存在显著差异。

三、标的资产是否为利盟国际的唯一 ODM 供应商，本次交易完成后，标的资产是否将继续与利盟国际互为 ODM

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“7、与利盟国际互为 ODM 情况”中补充披露以下内容：

奔图电子是利盟国际二类打印机及原装耗材的唯一 ODM 供应商，但并非利盟国际的唯一 ODM 供应商。利盟国际除了以 ODM 方式向奔图电子采购打印机及原装耗材外，还向其他打印机厂商以 ODM 方式采购一类打印机及原装耗材。本次交易完成后，奔图电子短期内将继续与利盟国际互为 ODM 方式采购打印机及原装耗材，以发挥协同效应，促进双方业绩增长，双方之间的交易仍会遵循严格的关联交易内部决策和定价程序。但奔图电子目前还在与除利盟国际外的其他打印机厂商进行 ODM 采购合作，长期将视业务发展的需要确定是否继续以 ODM 方式向利盟国际采购打印机及原装耗材。

四、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的程序主要包括：

（1）获取奔图电子与上市公司交易的相关文件，并了解关键交易条款及交易谈判的情况，分析互为 ODM 的合理性；

(2) 获取奔图电子与上市公司同类交易的数据，分析产品类型及交易数量的可比性及定价差异的合理性。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子报告期向利盟国际采购产品的价格基于市场化谈判方式确定，销售的产品价格在商用市场同类产品价格的基础上依据多种因素确定，定价依据具有合理性，采购金额远高于销售金额的原因系国内和欧美市场需求量不同和相互采购产品的价格存在差异，具有合理性。

(2) 报告期奔图电子的各产品销售数量包含 ODM 的数量，同一产品在自主销售、ODM 销售模式下定价差异不存在显著差异，且具有合理性。

问题 14：申请文件显示，奔图电子 2020 年末存货金额较 2019 年末增长，主要是为了应对信创市场需求以及奔图电子业务规模增长，备货增加。2020 年对库龄较长的存货等计提了存货跌价损失。请你公司：1) 补充披露标的资产备货数量与 2020 年末在手订单的匹配性，2020 年末库存商品的期后销售及回款情况。2) 结合库存商品的构成、产品更新换代速度，补充披露标的资产存货跌价损失的计提依据和充分性。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露标的资产备货数量与 2020 年末在手订单的匹配性，2020 年末库存商品的期后销售及回款情况

上市公司已在《重组报告书》“第九章 管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“(一)财务状况分析”之“1、资产结构分析”之“(5) 存货”补充披露下列内容：

(一) 奔图电子 2020 年末存货备货数量及在手订单的匹配性

奔图电子 2020 年末存货备货数量及在手订单的匹配性如下表所示：

存货类别	计量单位	备货数量	在手订单数量	订单覆盖率
原材料-电子类	个	6,488,206	不适用	不适用
原材料-元器件类	个	795,663	不适用	不适用

原材料-机电类	个	1,906,080	不适用	不适用
原材料-碳粉类	KG	19,888	不适用	不适用
原材料-其他	个	73,378	不适用	不适用
售后备件	个	41,677	不适用	不适用
成品-二类系列打印机	台	105,030	24,435	23.26%
成品-二类系列硒鼓	支	759,001	313,916	41.36%
成品-一类系列打印机	台	2,552	-	-
成品-一类系列硒鼓	支	41,510	-	-
成品-其他	个	2,614	3,000	114.77%

说明：订单覆盖率=在手订单数量/备货数量。

2020 年末，奔图电子期末备货数量多而在手订单匹配性弱的原因主要有：

1、应对信创市场的需求：奔图电子 2020 年信创市场的销售收入占总体收入比例为 46.95%，且信创市场未来仍是奔图电子的销售增长点。信创市场客户对产品交货期的要求较高，且未能给出预期订单需求，未能与奔图电子签订具有效力的订单，故奔图电子为了提升信创市场的品牌形象，基于对信创市场需求的预期进行生产计划，并相应准备对应的原材料。

2、提高供应链的抗风险能力：综合考虑中美贸易、疫情、供应商产能及原材料涨价等因素对奔图电子供应链潜在的消极影响，奔图电子在 2020 年末开始有计划地增加重要生产原材料的备货数量，原本将 3 个月的预计用量作为安全库存量，2020 年增加至 6 个月的预计用量。

（二）奔图电子 2020 年末库存商品期后销售及回款情况

奔图电子 2020 年末库存商品期后销售及回款情况如下表所示：

类别	1-6 月销售数量 (个/台)	2020.12.31 结存 数量	期后销售占期末 结存数量的比例	1-6 月不含税销 售额(万元)
一类打印机	6,580	2,596	253.47%	20,319.04
一类硒鼓	19,517	42,622	45.79%	1,999.35
二类打印机	1,291,971	233,956	552.23%	130,587.42
二类硒鼓	1,828,375	939,168	194.68%	29,365.02
其他	307,469	87,466	351.53%	1,613.00

合计	3,453,912	1,305,808	264.50%	183,883.83
----	-----------	-----------	---------	------------

截至 2021 年 6 月 30 日,奔图电子 2021 年 1-6 月期后销售的回款情况如下:

2021 年 1-6 月含税销售额 (万元)	期后回款 (含税, 万元)	回款比例
203,347.43	179,578.63	88.31%

奔图电子二类系列产品期后销售数量大于期末结存数量,原因主要是二类系列为奔图电子的主要机型,周转较快。一类系列为中高端机型,是奔图电子新推的产品,销售占比较小,期后销售数量占期末结存数量的比例仍处于正常周转期内。整体而言,奔图电子 2020 年末库存商品的期后销售及回款情况良好。

二、结合库存商品的构成、产品更新换代速度,补充披露标的资产存货跌价损失的计提依据和充分性

(一) 库存商品的构成

奔图电子 2020 年末库存商品构成汇总列示如下:

产品	金额 (万元)	比例
二类系列	54,777.07	88.26%
一类系列	6,968.29	11.23%
成品-其他	318.45	0.51%
合计	62,063.81	100.00%

由上表可知,奔图电子 2020 年末的库存商品主要为二类系列产品。

(二) 产品更新换代的速度

打印机行业是一个具有高技术壁垒的行业,产品更新换代需要较长时间的研发积累,则产品更新换代的速度受到技术研发的约束。报告期内,奔图电子的新机型更多是在原有机型的基础上进行功能完善,新机型的销售占比较低,主要产品系列未发生重大变化。

(三) 奔图电子存货跌价准备的计提情况

1、存货跌价准备的计提依据

奔图电子综合考虑实际经营过程中销售毛利情况、存货库存状况、存货库

龄等因素，关注存货是否存在成本高于可变现净值、毁损、陈旧或过时等减值现象，基于谨慎性原则确定存货跌价政策。具体情况如下：

①资产负债表日，当存货成本低于可变现净值时，存货按成本计量；当存货成本高于可变现净值时，存货按可变现净值计量，同时按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入资产减值损失。对存在明显减值迹象的存货计提跌价准备。

在识别存货是否存在减值迹象时，以资产负债表日当期具体产品型号的销售平均毛利为基础，考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素，认为当期销售毛利为负的产品型号存在明显减值迹象。以该存货的平均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。

平均售价估算方法：结合资产负债表日当期的平均售价确定。

②在进行存货成本与可变现净值比较测算以后，进一步对资产负债表日的在库不良品计提跌价。根据技术部门评估情况计提跌价准备：

- 1) 无维修价值或维修成本高于售价的全额计提；
- 2) 经维修可正常销售的，根据预计后续返工维修成本支出，计提跌价。

③对库龄超过 12 个月的存货计提跌价，公司出于应对业务规模增长，并且考虑到疫情对供应链的潜在影响，对重要生产原材料进行战略备料。公司内部管理制度对库龄较长的存货有定期检查、复检管理要求，但出于谨慎性考虑，仍对长库龄存货计提跌价。

2、奔图电子存货跌价准备的充分性

奔图电子 2020 年末存货跌价准备计提明细如下：

单位：万元

计提跌价类型	库存商品	半成品	原材料	周转材料	小计	占存货跌价的比例
可变现净值低于账面成本	120.92	-	-		120.92	5.65%
不良品	484.99	-	-	-	484.99	22.68%
呆滞存货	618.11	185.62	695.09	33.73	1,532.55	71.67%

合计	1,224.02	185.62	695.09	33.73	2,138.46	
存货原值	62,063.81	3,903.11	10,997.03	383.86	77,347.81	
占存货原值的比例	1.97%	4.76%	6.32%	8.79%	2.76%	

奔图电子 2020 年末按照其制定的存货跌价政策及制度分别确认存货跌价的金额，存货跌价准备占比较低，主要是因为奔图电子 2020 年末的存货主要是二类系列产品，而二类系列产品的销量高，期后销售实现情况较好，短期内跌价风险较低，根据其可变现净值所计提的跌价准备较小。并且奔图电子库存商品中硒鼓的占比也较高，由于硒鼓的毛利通常较打印机更高，其可变现净值显著高于成本，跌价风险较低。故整体来看，奔图电子存货跌价准备计提比例较低。奔图电子 2021 年 6 月 30 日的存货构成未发生异常变化，且 2020 年末的存货在 2021 年 1-6 月期间期后销售量及销售收入实现情况良好，存货跌价准备计提充分。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 与奔图电子管理层和相关部门访谈，了解奔图电子存货相关管理制度及日常管理工作；

(2) 获取奔图电子报告期内销售明细表，结合销售订单、发货单等支持性文件核实奔图电子产品毛利情况；

(3) 了解奔图电子存货跌价准备计提政策，获取报告期各期末跌价准备计提表，复核奔图电子存货跌价准备计提是否准确、合理、充分；

(4) 执行存货监盘程序，在监盘过程中关注存货的存放状态、流通情况，获取技术部门对在库存货状况说明，辨别是否存在减值迹象；

(5) 获取期后销售明细，分析期末存货实现销售情况，是否出现毛利异常的情况。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子存货与在手订单匹配性较弱主要是因为为满足信创市场需求而提前备货，同时为应对中美贸易战和疫情导致的供应链风险而增加了备货数量；2020 年末的存货期后销售及回款情况良好。

(2) 奔图电子库存商品主要为二类系列打印机及硒鼓；打印机行业壁垒较高，且较为成熟，产品更新换代的速度相对较慢；奔图电子综合考虑实际经营过程中销售毛利情况、存货库存状况、存货库龄等因素计提存货跌价准备，奔图电子存货跌价准备计提在所有重大方面与企业会计准则规定相符，存货跌价准备计提充分。

问题 15：申请文件显示，1) 奔图电子主要产品有黑白激光打印机、彩色激光打印机及与打印机配套的原装耗材。2) 奔图电子及其控股子公司共取得 319 项专利，其中境内专利 226 项，境外专利 93 项，部分已到期；拥有的中国境内商标 115 项，注册人为奔图电子或其控股子公司的中国境内域名 5 项、境外域名 54 项，大多数将于 2022 年前到期。请你公司补充披露：1) 奔图电子是否生产销售通用耗材，若有，报告期通用耗材的销售数量、金额及其占比，其生产销售的黑白激光打印机、彩色激光打印机是否能够安装适用通用耗材。2) 上述短期内到期的专利、商标、域名等无形资产，对奔图电子的经营及获取订单是否构成重大影响，续期是否存在实质性障碍；到期后，上述知识产权的可模仿性，对未来经营及竞争力的影响，并说明理由。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、奔图电子是否生产销售通用耗材，若有，报告期通用耗材的销售数量、金额及其占比，其生产销售的黑白激光打印机、彩色激光打印机是否能够安装适用通用耗材

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”之“6、兼容耗材生产情况”补充披露下列内容：

（一）奔图电子是否生产销售通用耗材

奔图电子不生产兼容其他厂商打印机的兼容耗材。考虑到一部分打印机用户对原装耗材的价格较为敏感，为获取这部分用户，奔图电子也会生产并销售

一定数量的兼容奔图品牌打印机的耗材，并将其销售给兼容耗材厂商格之格，以格之格品牌销售至终端市场。报告期内，此类耗材的销售数量、金额及其占比如下表所示：

项目	2021年1-6月		2020年		2019年	
	销量(支)	金额(万元)	销量(支)	金额(万元)	销量(支)	金额(万元)
兼容硒鼓	519,313	2,973.78	847,215	5,167.60	487,196	3,237.68
兼容硒鼓占比	28.10%	9.48%	34.31%	13.26%	33.13%	13.96%

（二）奔图电子生产销售的黑白激光打印机、彩色激光打印机是否能够安装适用通用耗材

打印机厂商通常通过芯片来防止通用耗材厂商生产兼容其打印机机器的通用耗材，通用耗材厂商破解及生产通用耗材需要一定的时间和成本，且不能侵犯打印机原厂的知识产权。随着奔图电子产品的升级和迭代，通用耗材厂商生产兼容奔图品牌打印机耗材的难度也随之加大，但奔图电子尚无法完全避免兼容耗材厂商生产和销售兼容奔图打印机的耗材。

二、上述短期内到期的专利、商标、域名等无形资产，对奔图电子的经营及获取订单是否构成重大影响，续期是否存在实质性障碍；到期后，上述知识产权的可模仿性，对未来经营及竞争力的影响，并说明理由

奔图电子及其控股子公司拥有知识产权中，已到期及短期内（2022年1月1日前）到期的境内专利共13项、境内注册商标共50项、境外注册商标1项、境内域名共3项、境外域名共25项。

1、专利

已到期及短期内到期的13项境内专利类型均系实用新型，具体如下：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	法律状态	取得方式	权利受限	对奔图电子的经营及获取订单是否构成重大影响	到期后是否续期
1	通风面板和图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120554010.1	2011-12-26	2012-08-08	专利权维持	受让取得	无	否	否
2	一种卡接装置和图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120491582.X	2011-11-30	2012-08-08	专利权维持	受让取得	无	否	否
3	一种扫描单元及包括该扫描单元的图像形成装置	奔图电子	实用新型	ZL201120409693.1	2011-10-25	2012-07-04	专利权维持	受让取得	无	否	否
4	一种扫描设备及包含该扫描设备的图像形成装置	奔图电子	实用新型	ZL201120387894.6	2011-10-12	2012-07-04	专利权维持	受让取得	无	否	否
5	一种定影排出单元、定影装置及图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120387927.7	2011-10-12	2012-07-04	专利权维持	受让取得	无	否	否
6	图像形成装置	奔图电子	实用新型	ZL201120382938.6	2011-10-10	2012-07-25	专利权维持	受让取得	无	否	否
7	一种定影装置及包含该定影装置的图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120363537.6	2011-09-23	2012-06-06	专利权维持	受让取得	无	否	否
8	纸张供给装置及包含该纸张供给装置的图像形成装置	奔图电子	实用新型	ZL201120357426.4	2011-09-22	2012-06-06	专利权维持	受让取得	无	否	否
9	一种图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120351813.7	2011-09-20	2012-06-06	专利权维持	受让取得	无	否	否
10	碳粉盒和成像装置	奔图电子	实用新型	ZL201120320521.7	2011-08-30	2012-04-25	专利权维持	受让取得	无	否	否

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	法律状态	取得方式	权利受限	对奔图电子的经营及获取订单是否构成重大影响	到期后是否续期
11	扫描装置和包含该扫描装置的多功能成像设备	奔图电子	实用新型	ZL201120295678.9	2011-08-15	2012-05-09	专利权维持	受让取得	无	否	否
12	一种碳粉盒及图像形成设备	奔图电子	实用新型	ZL201120295683.X	2011-08-15	2012-05-09	专利权维持	受让取得	无	否	否
13	图像形成装置	奔图电子	实用新型	ZL201120000721.4	2011-01-04	2011-08-03	专利权维持	受让取得	无	否	否

上述专利并未用于奔图电子对外交易（如转让、许可、质押融资等），该等专利不是奔图电子的核心技术以及并未在奔图电子主流产品上使用，对奔图电子的经营及获取订单不构成重大影响，上述专利到期后奔图电子将不再进行续期。上述专利非奔图电子核心技术，且使用该等技术的产品临近退市，对奔图电子未来经营及竞争力无重大不利影响。

2、商标

已到期及短期内将到期的注册商标中，以下第 1-3 项商标系主要实际使用的商标，对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响；其他商标为防御性商标，未实际使用，对奔图电子的经营及获取订单不构成重大影响。具体如下：

序号	商标	注册人	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	国别	对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响	是否续期	续期是否存在障碍
1		奔图电子	8833409	2	2011-12-14 至 2021-12-13	受让取得	中国	是	是	否

序号	商标	注册人	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	国别	对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响	是否续期	续期是否存在障碍
2	PANTUM	奔图电子	8833402	9	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	是	是	否
3	PANTUM	奔图电子	8833404	7	2011-12-28 至 2021-12-27	受让取得	中国	是	是	否
4	PANTUM	奔图电子	8833459	32	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
5	PANTUM	奔图电子	8833458	33	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
6	PANTUM	奔图电子	8833457	34	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
7	PANTUM	奔图电子	8833455	36	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
8	PANTUM	奔图电子	8833453	38	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
9	PANTUM	奔图电子	8833470	21	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
10	PANTUM	奔图电子	8833469	22	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
11	PANTUM	奔图电子	8833468	23	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
12	PANTUM	奔图电子	8833467	24	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
13	PANTUM	奔图电子	8833466	25	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
14	PANTUM	奔图电子	8833465	26	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
15	PANTUM	奔图电子	8833403	8	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否

序号	商标	注册人	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	国别	对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响	是否续期	续期是否存在障碍
16	PANTUM	奔图电子	8833400	11	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
17	PANTUM	奔图电子	8833399	12	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
18	PANTUM	奔图电子	8833398	13	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
19	PANTUM	奔图电子	8833397	14	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
20	PANTUM	奔图电子	8833451	40	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
21	PANTUM	奔图电子	8833408	3	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
22	PANTUM	奔图电子	8833407	4	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
23	PANTUM	奔图电子	8833405	6	2011-12-28 至 2021-12-27	受让取得	中国	否	是	否
24	PANTUM	奔图电子	8833476	15	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
25	PANTUM	奔图电子	8833473	18	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
26	PANTUM	奔图电子	8833471	20	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
27	PANTUM	奔图电子	8833464	27	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
28	PANTUM	奔图电子	8833463	28	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否
29	PANTUM	奔图电子	8833461	30	2011-11-28 至 2021-11-27	受让取得	中国	否	是	否

序号	商标	注册人	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	国别	对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响	是否续期	续期是否存在障碍
30	PANTUM	奔图电子	8833448	43	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
31	PANTUM	奔图电子	8833447	44	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
32	PANTUM	奔图电子	8833441	45	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	是	否
33	奔图	奔图电子	8781762	7	2011-11-14 至 2021-11-13	受让取得	中国	否	否	/
34	奔图	奔图电子	8762784	7	2011-10-28 至 2021-10-27	受让取得	中国	否	否	/
35	奔图	奔图电子	8284688	9	2011-06-14 至 2021-06-13	受让取得	中国	否	否	/
36	奔图	奔图电子	8284687	16	2011-05-14 至 2021-05-13	受让取得	中国	否	否	/
37	奔图	奔图电子	8284686	35	2011-06-21 至 2021-06-20	受让取得	中国	否	否	/
38	奔图	奔图电子	8284685	37	2011-11-21 至 2021-11-20	受让取得	中国	否	否	/
39	奔图	奔图电子	8762783	40	2011-10-28 至 2021-10-27	受让取得	中国	否	否	/
40	奔图	奔图电子	8762782	42	2011-10-28 至 2021-10-27	受让取得	中国	否	否	/
41	奔图	奔图电子	8781763	1	2011-11-14 至 2021-11-13	受让取得	中国	否	否	/
42	奔图	奔图电子	8284689	2	2011-05-14 至 2021-05-13	受让取得	中国	否	否	/
43	奔图	奔图电子	8762785	1	2011-10-28 至 2021-10-17	受让取得	中国	否	否	/

序号	商标	注册人	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	国别	对奔图电子的经营及获取订单具有较为重要的影响	是否续期	续期是否存在障碍
44		奔图电子	8762787	40	2011-10-28 至 2021-10-27	受让取得	中国	否	否	/
45		奔图电子	8781764	7	2011-11-14 至 2021-11-13	受让取得	中国	否	否	/
46		奔图电子	8068619	9	2011-05-21 至 2021-05-20	受让取得	中国	否	否	/
47		奔图电子	8762788	37	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	否	/
48		奔图电子	8762763	1	2011-11-21 至 2021-11-20	受让取得	中国	否	否	/
49		奔图电子	8068620	2	2011-02-28 至 2021-02-27	受让取得	中国	否	否	/
50		奔图电子	8781765	1	2011-12-21 至 2021-12-20	受让取得	中国	否	否	/
51		奔图电子	01458863	2,9,16	2011-04-16 至 2021-04-15	受让取得	台湾地 区	否	否	/

已到期及短期内将到期的注册商标中，除上述实际使用的三项商标外及第4-32项商标外，其他境内商标和境外商标到期后奔图电子将不再续期。拟续期注册商标不存在无法续期的实质障碍，不再续期的注册商标原因为已有相近似且实际使用的尚处于有效期内的商标或拟提请新的商标注册申请，故奔图电子决定不再续期该等注册商标对奔图电子未来经营及竞争力无重大不利影响。

3、域名

已到期及短期内将到期的域名中，实际使用的域名包括 pantum.cn、pantum.com、pantum.in，其他域名并未实际使用。标的公司线上销售方式主要是通过亚马逊、京东等第三方平台，上述实际使用的域名主要用于公司官网，标的公司官网主要用于简介标的公司、产品及服务等宣传目的，标的公司并未通过官网进行产品和服务销售，该等已到期及短期内将到期的域名对奔图电子的经营及获取订单不构成重大影响。截至本核查意见出具之日，已到期及即将到期的域名均已完成续期，具体情况如下：

(1) 中国境内域名

序号	域名	域名类型	域名持有人	注册日期	到期日期
1.	pantum.cn	国家顶级	奔图打印	2010-03-18	2023-03-18
2.	pantum.com.cn	国家二级	奔图打印	2010-03-18	2023-03-18
3.	奔图.中国	国家顶级	奔图打印	2010-05-06	2023-05-06

(2) 中国境外域名

序号	域名	域名类型	域名持有人	域名注册地	注册日期	到期日期
1.	pantum.com	国际顶级	奔图打印	国际	2003-10-28	2022-10-28
2.	pantum.ae	国家顶级	奔图电子	阿联酋	2011-12-25	2024-12-26
3.	pantum.com.sg	国家二级	奔图电子	新加坡	2012-07-10	2025-07-10
4.	pantum.in	国家顶级	奔图打印	印度	2010-04-20	2024-01-21
5.	pantum.co.rs	国家二级	Pantum International Limited	塞尔维亚	2012-07-11	2023-08-15
6.	pantum.hn	国家顶级	奔图电子	洪都拉斯	2011/-12-27	2024-12-27
7.	pantum.com.tr	国家二级	Pantum International	土耳其	/	2024-06-26

序号	域名	域名类型	域名持有人	域名注册地	注册日期	到期日期
			Limited			
8.	pantum.mn	国家顶级	Pantum International Limited	蒙古	2020-01-22	2024-01-22
9.	pantum.co.tz	国家顶级	Pantum International Limited	坦桑尼亚	2020-01-22	2025-01-22
10.	pantum.co.mz	国家顶级	Pantum International Limited	莫桑比克	2020-01-23	2024-01-23
11.	pantum.cm	国家顶级	Pantum International Limited	喀麦隆	2020-01-17	2025-01-17
12.	pantum.my	国家顶级	奔图电子	马来西亚	2012-02-24	2024-10-12
13.	pantum.co.uk	国家二级	Pantum International Limited	英国	2017-09-04	2024-09-04
14.	pantum.uk	国家顶级	奔图电子	英国	2017-05-29	2024-05-28
15.	pantum.com.ph	国家二级	奔图电子	菲律宾	2017-06-26	2024-06-03
16.	pantum.pa	国家顶级	Pantum International Limited	巴拿马	2019-05-09	2025-05-09
17.	pantum.com.pa	国家二级	Pantum International Limited	巴拿马	2019-04-30	2025-04-30
18.	pantum.ke	国家顶级	Pantum International Limited	肯尼亚	2020-01-22	2024-01-22
19.	pantum.cg	国家顶级	Pantum International Limited	刚果共和国	2020-01-22	2022-01-22
20.	pantum.com.lk	国家二级	Pantum International Limited	斯里兰卡	2012-07-18	2025-11-01
21.	pantum.pe	国家顶级	Pantum International Limited	秘鲁	2011-12-25	2024-12-27
22.	pantum.net.pl	国家二级	Pantum International Limited	波兰	2017-06-26	2024-06-15
23.	pantum.az	国家顶级	Pantum International Limited	阿塞拜疆	2020-01-05	2022-01-05
24.	pantum.et	国家顶级	Pantum International Limited	埃塞俄比亚	2020-01-23	2024-01-23
25.	pantum.ge	国家顶级	Pantum International Limited	格鲁吉亚	2020-11-25	2024-11-25

综上，上述短期内到期的专利、商标、域名等无形资产，除实际使用的三项商标外，其他短期内到期的专利、商标、域名等无形资产对奔图电子的经营及获取订单不构成重大影响，续期不存在实质性障碍，到期后对奔图电子未来经营及竞争力无重大不利影响。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

(1) 访谈奔图电子的研发部门及产品部，了解奔图电子打印机产品的技术优势及市场竞争对手的情况；

(2) 获取行业报告，了解打印机行业及信创市场的现状，分析奔图电子的净优势。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子生产适配于奔图品牌打印机的兼容硒鼓，并销售给格之格，以格之格品牌出售，奔图电子不生产兼容其他打印机品牌的硒鼓。奔图电子无法完全避免兼容耗材厂商生产和销售兼容奔图打印机的耗材，但随着奔图电子产品的升级和迭代，通用耗材厂商生产兼容奔图品牌打印机耗材的难度也随之加大。

(2) 上述短期内到期的专利、商标、域名等无形资产，除实际使用的三项商标外，其他短期内到期的专利、商标、域名等无形资产对奔图电子的经营及获取订单不构成重大影响，续期不存在实质性障碍，到期后对奔图电子未来经营及竞争力无重大不利影响。

问题 16：申请文件显示，标的资产积累了一批优质的经销商客户，信创市场位居国产品牌的领先地位，地处珠三角打印产业集群，同时打印机行业竞争格局激烈，更新换代速度快。请你公司补充披露：1) 报告期奔图电子的主要经销商客户、经销合同签订周期、销售数量、金额及占比，以及经销商稳定性，上述经销商是否仅销售奔图电子相关产品。2) 标的资产为经销商设置的销售激励方式及效果，经销模式的会计处理及收入核算准确性。3) 奔图电子所处地域及行业，信创市场的竞争对手；海外新兴市场的客户来源及稳定性。4) 打印机行业产品创新、

换代的方向及趋势，奔图电子是否具备资源、资金、技术的相关优势，未来产品创新的方向及计划。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、报告期奔图电子的主要经销商客户、经销合同签订周期、销售数量、金额及占比，以及经销商稳定性，上述经销商是否仅销售奔图电子相关产品

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”补充披露下列内容：

（一）主要经销商客户、经销合同签订周期、销售数量、金额及占比

报告期奔图电子的主要经销商客户、经销合同签订周期、销售数量、金额及占比如下表所示：

排名	客户名称	所属市场	2021年1-6月			
			打印机销量 (万台)	硒鼓销量 (万支)	销售额(万元)	销售占比
1	信创客户一	信创市场	2.62	0.65	9,721.22	5.79%
2	商用客户一	商用市场	10.72	5.41	8,203.19	4.88%
3	信创客户二	信创市场	1.99	0.21	7,346.71	4.37%
4	成都启航信息技术有限公司	信创市场	1.81	0.50	6,130.72	3.65%
5	商用客户二	商用市场	7.90	3.25	5,384.96	3.21%
主要经销商合计			25.04	10.03	36,786.80	21.90%
经销商合计			110.89	149.51	167,134.30	100.00%
排名	客户名称	所属市场	2020年度			
			打印机销量 (万台)	硒鼓销量 (万支)	销售额(万元)	销售占比
1	商用客户一	商用市场	14.47	5.23	10,337.63	5.21%
2	信创客户二	信创市场	2.75	0.31	9,168.27	4.62%
3	商用客户二	商用市场	10.93	3.51	8,741.37	4.40%
4	商用客户三	商用市场	7.93	4.45	8,219.40	4.14%
5	信创客户一	信创市场	1.29	0.26	6,210.21	3.13%
主要经销商合计			37.37	13.76	42,676.88	21.49%
经销商合计			147.61	190.99	198,550.78	100.00%

排名	客户名称	所属市场	2019 年度			
			打印机销量 (万台)	硒鼓销量 (万支)	销售额(万 元)	销售占 比
1	信创客户十七	信创市场	3.74	-	12,629.94	10.41%
2	信创客户二	信创市场	2.28	1.19	7,645.58	6.30%
3	商用客户二	商用市场	15.10	3.68	6,711.42	5.53%
4	商用客户三	商用市场	12.65	7.04	4,833.54	3.98%
5	商用客户一	商用市场	5.19	3.06	4,039.67	3.33%
主要经销商合计			38.95	14.97	35,860.15	29.56%
经销商合计			86.30	120.53	121,310.31	100.00%

注：上述经销商合计数包含境内商用经销市场、信创市场及境外经销市场。

奔图电子通常与经销商每年签订一次框架合作协议，而具体数量及交货期限视具体订单而定。

（二）奔图电子经销商的稳定性，主要经销商是否仅销售奔图电子相关产品

根据前述表格所列示的奔图电子 2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月的主要经销商，商用客户一、信创客户二和商用客户二在报告期内均为前五大经销商，商用客户三 d 在 2021 年 1-6 月虽然不是前五大经销商，但为合并层面第八大经销商。整体而言，奔图电子经销商客户较为稳定。

奔图电子主要经销商包括信创市场的经销商及商用市场的经销商，信创市场的签约核心经销商仅销售奔图电子的信创打印产品，同时也销售其他类型的信创产品。奔图电子商用市场的经销商一般同时销售行业其他品牌的产品，包括但不限于惠普、佳能、兄弟及爱普生等。

二、标的资产为经销商设置的销售激励方式及效果，经销模式的会计处理及收入核算准确性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”之“7、经销商客户情况”补充披露下列内容：

（一）标的资产为经销商设置的销售激励方式及效果

报告期内，奔图电子主要通过返点对经销商进行激励，返点的政策及计算方式详见第 11 题第（3）问的回复。

报告期内，奔图电子销售给经销商的产品数量及销售额的情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年
打印机销量（万台）	86.02	121.20	68.10
硒鼓销量（万支）	120.88	159.16	107.13
其他	29.73	44.36	54.79
收入（万元）	73,579.84	93,744.05	57,958.62
收入增长率	55.05%	61.74%	26.43%

注：因返点主要存在于商用市场，故上述数据仅为商用市场经销商数据。

返点对经销商的激励效果主要体现为销售给经销商的产品数量及销售额不断增长，故奔图电子对经销商的激励效果整体较好。

（二）经销模式的会计处理及收入核算准确性

报告期内，奔图电子对经销商的产品销售均为买断式销售，奔图电子不对其采购、销售等经营活动进行直接干涉或管理，经销商根据自身商业需求自主决定产品采购数量。

在境内经销模式下，奔图电子在签订销售合同（订单）、商品已送达经销商指定的交货地点、取得有经销商确认的结算单据时确认销售收入；境外经销模式下，奔图电子在签订销售合同、开具出口销售发票、货物已办理离境手续、取得出口报关单、客户确认单时按照报关金额确认销售收入。奔图电子经销模式的收入确认符合会计准则要求。

三、奔图电子所处地域及行业，信创市场的竞争对手；海外新兴市场的客户来源及稳定性

上市公司已在《重组报告书》中“第四章 标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”补充披露下列内容：

（一）奔图电子所处地域及行业

奔图电子总部位于广东省珠海市，其产品销往全国各个省份和全球七十多个国家和地区。奔图电子属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”，细分行业为“C3913 计算机外围设备制造”。

（二）信创市场的竞争对手

奔图电子信创市场的竞争对手详见问题 11 第 1 问回复之“（二）奔图电子在信创市场的竞争对手”。

（三）海外新兴市场的客户来源及稳定性

海外客户的来源包括：1）奔图电子在俄罗斯、印度、巴西、阿根廷等地区聘请了当地具有行业经验的业务人员和团队，也在北美、欧洲、中东非地区聘请兼职的海外顾问，这些人员负责当地市场的开拓和客户关系维护，同时，境内团队也会至各个市场进行业务对接，在疫情期间也会通过远程电话、视频会议、邮件等方式与海外客户保持沟通；2）主动搜索：奔图电子一方面通过领英平台搜索打印机关键词，与海外经销商的工作人员进行联系，并进而对接到海外经销商，建立业务联系，另一方面通过竞品官网公布的经销商名录和联系方式对接海外经销商客户；3）现有客户推荐。

奔图电子 2021 年 1-6 月海外市场的前五大客户如下：

序号	名称	销售额（万元）
1	Lexmark International, Inc.（合并）	5,989.26
2	LLC "DNS Logistic"	5,384.96
3	OCS-Center Ltd	4,194.19
4	KOLOK a Division of BidvestPaperplu	2,170.77
5	OOO "Haskel"	1,674.32

奔图电子 2020 年海外市场的前五大客户如下：

序号	名称	销售额（万元）
1	Lexmark International, Inc.（合并）	8,741.37
2	LLC "DNS Logistic"	8,365.22

序号	名称	销售额（万元）
3	OCS-Center Ltd	8,112.92
	OCS-Center Ltd-SKD	106.48
	合计	8,219.40
4	KOLOK a Division of BidvestPaperplu	2,379.88
5	OOO "Haskel"	2,250.66

奔图电子 2019 年海外市场的前五大客户如下：

序号	名称	销售额（万元）
1	Lexmark International, Inc.（合并）	17,390.81
2	LLC "DNS Logistic"	6,711.42
3	OCS-Center Ltd	4,180.47
	OCS-Center Ltd-SKD	653.07
	合计	4,833.55
4	KOLOK a Division of BidvestPaperplu	2,407.32
5	Supertron Electronics Private Limit	1,762.53

由上表可知，奔图电子海外市场前五大客户较为稳定，其中前四大海外客户在 2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月未发生变更。2019 年第五大海外客户 Supertron Electronics Private Limit 在 2020 年仍为公司客户，销售额位居海外客户第八。2020 年第五大客户 OOO "Haskel" 为当年新增的俄罗斯地区客户，新增原因为奔图电子在俄罗斯地区的业务不断拓展，与 DNS 和 OCS 的合作稳定，而 OOO "Haskel" 也是俄罗斯的知名打印机代理商，随着奔图电子在俄罗斯地区的销售规模的上升，奔图电子与 OOO "Haskel" 也展开合作。综上所述，总体而言，奔图电子海外市场的客户较为稳定。

二、打印机行业产品创新、换代的方向及趋势，奔图电子是否具备资源、资金、技术的相关优势，未来产品创新的方向及计划

上市公司已在《重组报告书》中“第九章管理层讨论与分析”之“三、标的公司的行业地位及核心竞争力”之“（三）打印机行业产品创新、换代的方向及趋势，奔图电子的资源、资金、技术的相关优势以及未来产品创新的方向及计划”补充披露下列内容：

（一）打印机行业产品创新、换代的方向及趋势

打印机行业属于成熟型行业，技术的升级和产品的迭代相较于新兴行业而言更慢，目前的产品创新日益朝着提升易用性、不断优化用户体验方向发展，如 WiFi 直连、移动 App 打印等。

另一方面，随着消费需求升级以及日渐增长的图形图像处理需求，越来越多的消费者倾向于使用彩色打印机。预计未来中国激光打印机市场的发展重心也将不断向彩色激光产品转移，彩色激光打印机市场预计仍将保持增长。并且，相较于欧美市场而言，目前中国彩色激光打印机的市场普及率还较低，因此彩色打印机仍具有较大发展空间。根据赛迪顾问预测，2025 年，彩色激光打印机销售额为 91.2 亿元，占激光打印机销售额的 32.7%。此外，未来 5 年，受国内市场对激光打印机消费水平提高、打印需求多元化等多重因素影响，中国一类激光打印机市场份额预计将逐年增加。

（二）奔图电子是否具备资源、资金、技术的相关优势

在资源方面，首先，奔图电子具备供应链资源优势。珠海及其周边地区也成长为全球著名的打印产业基地，具备完善的打印产业链，奔图电子距离周边的配套供应商较近，周边完善的配套产业链为奔图电子发展打印机全产业链业务奠定基础。其次，奔图电子具备客户资源优势，作为我国打印机自主品牌的重要代表，奔图电子为国内打印设备行业的国产化奠定了重要基础，是信息安全国产化打印机的主要供应商，具有丰富的信创市场客户资源积累。再者，奔图电子具有人力资源优势，奔图电子在打印机领域积累数十年，培育了打印机行业的相关人才，具有支持未来发展的人才储备。

在资金方面，2019 年末、2020 年末及 2021 年 6 月末，奔图电子货币资金账面价值分别为 35,494.80 万元、66,780.06 万元和 106,163.98 万元，2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月的营业收入分别为 149,642.64 万元、225,189.33 万元和 186,342.70 万元，净利润分别为 20,105.36 万元、28,285.72 万元和 35,151.07 万元，奔图电子账面资金较为充足，营业收入和净利润逐步提升，具备一定的盈利能力，现金流情况良好，产品的创新和换代具备资金来源支出。

在技术方面，奔图掌握了打印机各级源代码和软固件核心技术，拥有自主可控的 SoC、LSU 等关键零部件，以及具有自主知识产权的打印机引擎，能够持续为用户提供有竞争力的打印机产品。

（三）未来产品创新的方向及计划

打印机行业已有产品已较为成熟，奔图电子未来的产品创新主要围绕着提升用户体验方向发展，如提升打印机连接 WiFi 的速度、优化移动打印的功能、不断完善并充实产品线，并在多功能打印机方面不断发力等。此外，奔图电子未来也将推进对彩色打印机、一类等高性能和高安全性激光打印机的研究和开发。

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师执行的核查程序主要包括：

（1）获取奔图电子历年的销售明细，并对主要客户及其销售占比进行识别，分析其变动的原因；

（2）抽样审查主要客户的合同、销售订单、发货单、报关单等交易资料，已确认销售数据的真实性；

（3）与奔图电子管理层、人事部、产品部及研发部相关人员访谈，了解奔图电子自身的战略定位及具体计划，分析奔图电子未来产品创新计划的可行性。

2、经核查，会计师认为：

（1）奔图电子的经销商客户较为稳定，信创市场的签约核心经销商仅销售奔图电子的信创打印产品，同时也销售其他类型的信创产品。商用市场的经销商一般同时销售行业其他品牌的产品。

（2）奔图电子为经销商设置的激励方式主要通过返点的形式体现；经销收入的会计处理及收入核算在所有重大方面是准确的。

（3）奔图电子总部位于广东省珠海市，其产品销往全国各个省份和全球七十多个国家和地区。奔图电子细分行业为“C3913 计算机外围设备制造”；奔图电子在信创市场的竞争对手包括天津光电、立思辰、中国长城、得力、联想、宜联打印、

中船汉光；奔图电子海外新兴市场的客户主要来源于当地业务团队的客户资源开拓、通过领英和竞品官网主动搜索、现有客户的推荐；奔图电子海外市场的客户总体而言较为稳定。

(4) 打印机行业整体相对成熟，未来产品主要朝着提升易用性、不断优化用户体验及彩机、一类机方向发展；奔图电子具备发展新产品的供应链及客户资源、资金资源、技术优势；奔图电子未来的产品创新主要围绕着提升用户体验及彩机、一类机方向发展。

问题 17: 申请文件显示,1)奔图电子 2019-2020 年收入、净利润分别增长 50%、40%，而上市公司 2020 年收入、利润分别下降 15.33%、88.22%，营业利润为负，收购的利盟国际销量、收入、净利润等均下滑。2) 中国打印机市场销量规模 2016 年至今，5 年复合增长率为 4.8%。请你公司补充披露：1) 奔图电子 2018 年财务数据，并说明报告期业绩变动情况及原因，同步对重组报告书全文进行补充完善。2) 奔图电子报告期业绩增长较行业增长较快，且与利盟国际、纳思达报告期业绩下滑的趋势相反，其原因及合理性。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露奔图电子 2018 年财务数据，并说明报告期业绩变动情况及原因，同步对重组报告书全文进行补充完善

(一) 奔图电子 2018 年-2020 年业绩变动情况及原因

1、奔图电子 2018 年主要的财务数据汇总列示如下：

(1) 合并资产负债表

单位：万元

项目	金额
流动资产合计	55,100.72
非流动资产合计	2,866.66
资产总计	57,967.38

项目	金额
流动负债合计	71,425.07
非流动负债合计	334.69
负债合计	71,759.76
母公司所有者权益合计	-13,792.37
所有者权益（或股东权益）合计	-13,792.37
负债和所有者权益（或股东权益）总计	57,967.38

（2）合并利润表

单位：万元

项目	金额
营业收入	64,011.25
营业成本	51,489.12
利润总额	-737.24
净利润	-739.77

2、奔图电子报告期业绩变动的情况及原因

（1）奔图电子报告期业绩变动的情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入（万元）	225,189.33	149,642.64	64,011.25
营业成本（万元）	157,918.44	108,983.28	51,489.12
毛利（万元）	67,270.90	40,659.36	12,522.12
净利润（万元）	28,285.72	20,105.36	-739.77
收入增长率	50.48%	133.78%	---
毛利率	29.87%	27.17%	19.56%
净利润率	12.56%	13.44%	-1.16%

（2）奔图电子报告期业绩变动的原因

奔图电子报告期业绩变动主要是由于信创市场的迅速增长导致。

从细分市场的经营数据来看，2018 年，奔图电子打印机和硒鼓的销量以商用市场为主，信创市场业务规模刚刚起步。2019 年，奔图电子打印机和硒鼓的整体销量较 2018 年均有较大提升，打印机整体销量提升 70.46%，硒鼓整体销量提升

71.24%，产品销量的提升带来奔图电子业绩的增长，其中：商用市场销量增长主要是因为奔图电子不断布局经销网络，积极拓展新客户渠道并深耕现有重要客户和渠道；信创市场迅速发展主要是因为2018年以来，受“华为、中兴事件”影响，国家为加快科技自立自强、推进产业链现代化，提出“2+8”（党政和八大行业）信创体系。随着信创市场的发展，奔图电子凭借其自主生产打印机的技术优势，在信创市场的销量快速增长。产品销量的提升使奔图电子的经营业绩提升。

从盈利模式来看，打印机行业具有显著的规模效应，耗材是打印机厂商盈利的重要来源，随着市场中打印机保有量的提升，打印机厂商的耗材回报率会有较大幅度提升。2018年，奔图电子打印机销量和市场保有量仍较小，硒鼓销量也较小，不足以覆盖其成本及费用，故净利润为负。2019年，随着奔图电子打印机销量的不断提升，市场上的奔图品牌打印机保有量不断上升，由于打印机在使用过程中需要不断消耗耗材（硒鼓），故奔图电子的硒鼓销量随着打印机出货量及打印机保有量的增长而增长，而原装耗材的毛利率通常较高，故奔图电子整体业绩也不断增长。此外，随着整体销量的上升，奔图电子打印机生产也呈现一定的规模效应，主流型号打印机产品的生产成本下降，进一步增厚其业绩。

从细分市场特点来看，为满足信创市场对安全性、保密性的要求，原装打印机厂商销往信创市场的打印机需适配国产化操作系统及软件，在设备前期适配过程需要付出较大的成本及时间，后期销售定价具有较好的竞争力，故信创市场打印机的毛利率相较于商用市场更高。奔图电子前期积极投入各项资源，较好地完成了适配工作，把握信创市场的时机，并取得较好的市场份额；奔图电子在信创市场打印机销量明显提升，促进了经营业绩的增长，故奔图电子在2019年扭亏为盈。

商用市场及信创市场占奔图电子在报告期销售收入比例均在45%以上，且信创市场有上涨的趋势；在2020年疫情期间，信创市场的收入增长放缓，商用市场因在家办公打印需求的增加，收入增长明显，减弱了疫情对奔图电子的消极影响，故奔图电子收入及毛利仍保持上涨的趋势。

（二）补充披露奔图电子2018年财务数据并同步对重组报告书全文进行补充完善

奔图电子 2018 年财务数据已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具了“信会师报字[2021]第 ZM10088 号”的审计报告。上市公司已在重组报告书“第十章 财务会计信息”之“一、本次交易标的公司的财务信息”中补充披露奔图电子 2018 年财务数据，并同步对重组报告书全文进行补充完善。

二、奔图电子报告期业绩增长较行业增长较快，且与利盟国际、纳思达报告期业绩下滑的趋势相反，其原因及合理性

（一）奔图电子报告期业绩增长较行业增长较快的原因及合理性

1、奔图电子报告期内业绩增速较行业增长较快

根据赛迪顾问数据，2016 年至今国内激光打印机市场销量规模 5 年复合增长率为 4.8%，2020 年销量约为 1,776 万台，销售额约为 321 亿元，较 2019 年分别增长 4.2%和 3.1%。奔图电子 2020 年打印机整机销量合计为 1,772,676 台，较 2019 年增长 54.31%，打印机整机销售收入合计 182,032.42 万元，较 2019 年增长 48.73%，2021 年 1-6 月打印机整机销量合计为 1,298,551 台，较 2020 年 1-6 月增长 73.27%，2021 年 1-6 月打印机整机销售收入合计 150,906.45 万元，较 2020 年 1-6 月增长 192.86%，报告期内经营业绩增长较行业增长较快。

2、与国内激光打印机市场的传统打印机巨头厂商相比，奔图电子进入较晚，销售基数较低

惠普、佳能等传统打印机巨头厂商上世纪即开始从事打印机业务，而奔图电子的前身为赛纳科技的打印机事业部，从 2015 年开始从事打印机业务，业务起步较晚，与传统打印机巨头厂商相比在国内打印机市场的销售基数较低。根据赛迪顾问数据，奔图电子与其他厂商在国内打印机市场的销售量和销售金额对比如下：

单位：万台

厂商	2016 年 销量	占比	2017 年 销量	占比	2018 年 销量	占比	2019 年 销量	占比	2020 年 销量	占比
惠普	441.7	30.0%	528.6	33.4%	587.8	35.5%	578.0	35.4%	616.9	34.7%
佳能	175.9	12.0%	205.0	12.9%	236.8	14.3%	238.3	14.6%	247.6	13.9%
联想	89.8	6.1%	99.5	6.3%	113.3	6.8%	118.8	7.3%	120.7	6.8%
兄弟	89.6	6.1%	107.5	6.8%	116.2	7.0%	106.8	6.5%	120.4	6.8%

厂商	2016年销量	占比	2017年销量	占比	2018年销量	占比	2019年销量	占比	2020年销量	占比
奔图	16.8	1.1%	23.0	1.5%	26.0	1.6%	34.6	2.1%	68.6	3.9%
京瓷	32.2	2.2%	38.3	2.4%	37.9	2.3%	34.1	2.1%	33.1	1.9%
柯美	17.3	1.2%	22.0	1.4%	20.9	1.3%	19.7	1.2%	22.8	1.3%
施乐	71.7	4.9%	72.0	4.5%	44.7	2.7%	23.8	1.5%	20.8	1.2%
理光	15.7	1.1%	16.4	1.0%	16.4	1.0%	14.5	0.9%	17.3	1.0%
OKI	12.9	0.9%	10.9	0.7%	9.3	0.6%	6.2	0.4%	9.7	0.5%
利盟	2.6	0.2%	4.9	0.3%	5.3	0.3%	4.2	0.3%	4.3	0.2%
其他	504.8	34.3%	456.3	28.8%	442.2	26.7%	454.7	27.8%	493.8	27.8%

单位：亿元

厂商	2016年销售额	占比	2017年销售额	占比	2018年销售额	占比	2019年销售额	占比	2020年销售额	占比
惠普	55.3	20.0%	71.3	23.9%	81.3	25.4%	76.6	24.8%	79.2	24.7%
施乐	37.2	13.4%	42.0	14.1%	34.6	10.8%	30.3	9.8%	37.1	11.6%
佳能	25.9	9.4%	26.9	9.0%	31.6	9.9%	30.5	9.9%	30.7	9.6%
柯美	18.2	6.6%	19.1	6.4%	21.4	6.7%	22.6	7.3%	21.8	6.8%
理光	13.3	4.8%	14.0	4.7%	14.4	4.5%	15.5	5.0%	15.2	4.7%
京瓷	10.5	3.8%	13.0	4.4%	15.5	4.9%	13.9	4.5%	14.6	4.6%
兄弟	10.7	3.9%	12.2	4.1%	14.6	4.6%	13.0	4.2%	13.8	4.3%
联想	10.5	3.8%	11.4	3.8%	12.6	3.9%	13.1	4.2%	12.8	4.0%
奔图	1.0	0.4%	1.5	0.5%	1.9	0.6%	2.3	0.7%	4.6	1.4%
利盟	1.6	0.6%	2.1	0.7%	2.7	0.8%	4.4	1.4%	3.2	1.0%
OKI	3.0	1.1%	2.4	0.8%	2.1	0.7%	1.5	0.5%	2.1	0.7%
其他	89.4	32.3%	82.6	27.7%	87.0	27.2%	85.3	27.6%	85.5	26.7%

3、奔图电子已掌握打印机核心技术，产品性能持续改善，市场竞争力日益提高

经过多年的发展，奔图电子目前已发展成为集打印机及耗材的研发、设计、生产、销售为一体的企业，成功掌握了打印机各级源代码和软固件核心技术，拥有自主可控的 SoC、LSU 等关键零部件，以及具有自主知识产权的打印机引擎。截至 2021 年 6 月末，奔图电子共有 257 项境内专利、102 项境外专利。奔图电子

还不断推进产品优化升级，开发了移动 APP 打印、一键驱动安装、钉钉云打印、身份证复印自动纠偏、票据复印自动加深等差异化功能，持续提升用户打印体验。凭借对核心技术的全面掌握和应用以及对用户体验的重视，奔图电子的产品性能和用户体验持续改善。此外，奔图电子已积累一定的规模优势，有助于其降低其打印机和耗材的单位产品生产成本，提高其向上游原材料供应商的议价能力，使奔图电子成本优势进一步突出，产品性价比提升。因此，奔图电子所生产打印机及耗材产品的市场竞争力日益提升。

4、奔图电子作为国内掌握打印机自主核心技术的厂商，在信创市场政策利好的支持下，信创市场业绩大幅增长

信息技术应用创新发展是一项国家战略，是数据安全、网络安全的基础，是“新基建”的重要内容，也是当今形势下国内经济发展的新动力，在国家信创政策的支持下，奔图电子作为国内掌握打印机自主核心技术的厂商，是信创市场发展的受益者。从 2018 年开始，国内信创市场开始放量，2020 年和 2021 年 1-6 月奔图电子在信创市场的业绩较以前年度大幅增长，2020 年奔图电子在信创市场的销售额为 104,806.73 万元，较 2019 年的 63,351.69 万元增长 65.44%，2021 年 1-6 月奔图电子在信创市场的销售额为 94,371.72 万元，较 2020 年 1-6 月增长 469.63%。

5、疫情影响下居家办公打印需求增加，推动了奔图电子在商用市场业绩的增长

受国内新冠肺炎疫情的影响，居家办公打印需求增加，而居家办公所需的中低速打印机为奔图电子的优势产品，居家办公打印需求的增加刺激了商用市场对奔图电子打印机产品的需求，因此奔图电子 2020 年和 2021 年 1-6 月在境内商用市场的产品收入较 2019 年大幅增长，2020 年奔图电子在境内商用市场的销售额为 58,080.58 万元，较 2019 年的 33,227.54 万元增长 74.80%，2021 年 1-6 月奔图电子在境内商用市场的销售额为 47,726.45 万元，较 2020 年 1-6 月的 35,157.53 万元增长 35.75%。

6、在现有盈利模式下，奔图电子打印机保有量不断上升，而打印机保有量会带动其耗材的销量，且耗材毛利率较高，改善了奔图电子报告期内的业绩

打印机行业具有一定的规模效应，其“剃须刀+刀片”式的盈利模式意味着不依靠主产品（剃须刀）盈利，而是通过耗材（刀片）获取主要利润，而打印机厂商所能获取的耗材回报与市场上的打印机保有量密切相关。

自 2010 年发布第一款激光打印机以来，奔图电子已历经十年的发展，市场保有量已达到 334.91 万台左右，打印机保有量的提升促进了奔图电子硒鼓销售额的提升。2020 年奔图电子的硒鼓销售业绩较 2019 年大幅增长，2020 年奔图电子的硒鼓销售量为 2,469,650 支，较 2019 年的 1,470,363 支增长 67.96%，2020 年奔图电子的硒鼓销售额为 38,968.72 万元，较 2019 年的 23,192.21 万元增长 68.03%。2021 年 1-6 月奔图电子的硒鼓销售量为 3,020,780 支，较 2020 年 1-6 月增长 172.77%；2021 年 1-6 月奔图电子的硒鼓销额为 31,364.37 万元，较 2020 年 1-6 月增长 102.58%。

综上，奔图电子受信创市场利好政策的影响和疫情下居家办公需求的增加，奔图电子在信创市场和商用市场的业绩均大幅增长，叠加奔图电子打印机市场保有量带动的硒鼓销售业绩的提升，推动了奔图电子报告期内业绩的大幅增长，且奔图电子从事打印机业务较晚，与老牌厂商相比销售基数较小，使得其业绩增幅快于行业整体增速。

（二）利盟国际、纳思达报告期业绩下滑的原因及合理性

1、欧美打印机市场已处于成熟状态，且受疫情影响，利盟国际 2020 年来经营业绩出现下滑

利盟国际的主要营业收入来自于欧洲和美国市场，欧美打印机市场经过多年的发展已进入成熟状态，市场规模较为稳定，新增打印机需求不及国内。此外，2020 年欧洲和美国受新冠疫情的影响，社会商业活动减少，居家办公增加，办公室打印需求下降。而利盟国际的打印机和耗材产品的客户群体以大企业客户为主，集中在金融、政府、教育、制造业等领域，其产品销售受疫情影响较大，其产品的市场需求自二季度开始受到明显影响，直至三四季度才缓慢逐步恢复。因此，

利盟国际 2020 年的经营业绩较 2019 年出现下滑，营业收入从 2019 年的 26.05 亿美元下降至 2020 年的 20.02 亿美元，降幅为-23.15%。

2、纳思达报告期内业绩下滑受利盟国际和汇兑损失的影响

纳思达 2020 年实现营业总收入约 195.85 亿元，较 2019 年同期下降约 15.93%，归母净利润约 8,794 万元，较 2019 年同期下降约 88.18%。纳思达业绩下滑的主要原因如下：第一，纳思达合并报表范围内子公司利盟国际受海外疫情影响，打印机业务在银行、学校、政府机构、保险、大型企业等主要业务领域受到了阶段性影响，销售收入和净利润较 2019 年有所下滑；第二，受 2020 年下半年人民币升值影响，纳思达产生大额汇兑损失，汇兑损失约为 7.7 亿元人民币，而 2019 年同期汇兑收益约 6,479 万元人民币，导致纳思达 2020 年的利润较 2019 年有所下滑。

综合以上分析，报告期内利盟国际的业绩下滑主要系欧美市场的行业趋势和新冠疫情的不利影响，纳思达的业绩下滑主要由子公司利盟国际业绩下滑和汇兑损失的影响造成。而奔图电子受产品市场竞争力提高、信创市场利好、疫情影响下居家办公需求增加、打印机市场保有量提升带来的硒鼓销售增长等因素的影响，2020 年的整体业绩大幅增长，且业绩增幅快于行业增幅。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

(1) 获取奔图电子历年审计报告及销售明细，分析奔图电子业绩增长的主要原因；

(2) 审阅上市公司报告期内年度报告，分析其业绩变动的原因；

(3) 结合奔图电子及上市公司的交易情况，分析关联方交易对业绩影响的情况。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子报告期业绩增长较行业增长较快具有合理性。

(2) 奔图电子受产品市场竞争力提高、信创市场利好、疫情影响下居家办公

需求增加、打印机市场保有量提升带来的硒鼓销售增长等因素的影响，2020 年的整体业绩大幅增长，且业绩增幅快于行业增幅。报告期内利盟国际的业绩下滑主要系欧美市场的行业趋势和新冠疫情的不利影响，纳思达的业绩下滑主要由子公司利盟国际业绩下滑和汇兑损失的影响造成。奔图电子报告期业绩增长较行业增长较快，且与利盟国际、纳思达报告期业绩下滑的趋势相反的原因具有合理性。

问题 18：申请文件显示，1) 核心技术对打印机厂商的经营至关重要，打印机行业研发模式主要包括合作开发、委托开发和自主开发模式。2) 奔图电子核心技术包括自主可控的主控 SoC 芯片，但 2020 年末预付长期资产购置款 5,034.91 万元，主要为因 SoC 开发需要，预付的知识产权许可费用。3) 奔图电子拥有黑白激光扫描单元 (LSU) 开发及量产化计算技术等 21 项核心技术，核心技术人员共有 5 人，未发生变化。请你公司补充披露：1) 奔图电子的主要研发模式，其中自主开发项目的占比情况，与上市公司打印机业务研发模式的可比性，是否具备资金、技术、人力等方面的资源进行完全独立研发，对研发成果是否拥有独占性，报告期知识产权是否与他人共享。2) 主控 SoC 芯片对核心竞争力的影响，预付知识产权许可费用的对象、许可期限、许可范围等相关情况，标的资产是否具备独立的 SoC 开发能力。3) 人均研发投入情况、人均实现销售金额等，并对比同行业上市公司相关指标，说明标的资产是否与同行业公司存在重大差异及其合理性；标的资产核心技术、竞争力是否依赖核心技术人员，本次交易对上述人员稳定性的影响，以及维护核心技术人员稳定性的措施。请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、奔图电子的主要研发模式，其中自主开发项目的占比情况，与上市公司打印机业务研发模式的可比性，是否具备资金、技术、人力等方面的资源进行完全独立研发，对研发成果是否拥有独占性，报告期知识产权是否与他人共享。

上市公司已在《重组报告书》中“第四章标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“1、研发模式”

补充披露下列内容：

奔图电子报告期内主要研发项目情况如下：

研发模式	2021年1-6月研发项目数量	2020年研发项目数量	2019年研发项目数量
自主开发	5	5	5
合作开发	2	1	2

报告期内，奔图电子研发模式主要包括自主开发和合作开发，其中以自主开发模式为主。上市公司打印机业务主体为利盟国际，利盟国际主要采用自主开发模式。奔图电子研发模式与上市公司打印机业务研发模式不存在重大区别。

奔图电子具备资金、技术、人力等方面的资源进行完全独立研发，主要是因为：

(1) 奔图电子具备资金资源：奔图电子报告期内持续加大研发投入，报告期内分别发生研发费用 8,355.89 万元、13,080.89 万元、8,114.70 万元，占当期营业收入的比例分别为 5.58%、5.81%、4.35%。奔图电子现金流量状况良好，报告期内经营活动产生的现金流量净额分别为 8,726.71 万元、30,801.95 万元、30,852.06 万元，现金及现金等价物净增加额分别为 4,243.21 万元、33,098.15 万元、24,068.96 万元；

(2) 奔图电子具备技术资源：奔图电子是一家掌握打印机自主核心技术的公司，成功掌握了打印机各级源代码和软固件核心技术，拥有自主可控的 SoC、LSU 等关键零部件，以及具有自主知识产权的打印机引擎，截至 2021 年 6 月末，奔图电子共有 257 项境内专利、102 项境外专利；

(3) 奔图电子具备人力资源：截至 2021 年 6 月末，奔图电子拥有一支 600 多人的研发团队，并拥有核心技术人员尹爱国、彭继兵、余成柱、陈泽福、王超作为研发管理和技术带头人，同时，奔图电子近年也非常重视研发技术人才的引进，建立人才梯队；

(4) 奔图电子目前研发模式以自主开发模式为主，同时也有合作开发模式，主要是因为合作开发模式可以帮助奔图电子更好地利用市场中成熟的专业服务提

供方提供的研发服务，让研发更加高效。

自主开发模式下，奔图电子对研发成果拥有独占性；合作开发模式下，奔图电子通常会与合作方事先签署协议约定奔图电子对研发成果拥有排他性权利，个别合作研发形成的知识产权会由奔图电子与合作方共同申请，截至本反馈意见回复出具之日，奔图电子与第三方共有的中国境内专利权共计 9 项，具体如下：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号
1.	图像形成控制系统及控制方法	奔图电子、深圳市添星办公自动化设备有限公司	发明专利	201810275252.3
2.	灰度图像背景处理建表方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201710073973.1
3.	用于平板扫描仪和自动进纸扫描仪的步进电机控制方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201610758568.9
4.	多通道协同工作的多比特 JBIG 编解码方法及编解码器装置	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201610883133.7
5.	一种多通道功率校准时间控制装置及方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201710013118.1
6.	一种用于多功能打印机芯片的扫描时序控制方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201710086046.3
7.	系统芯片中灰度图像背景处理装置及方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201710680949.4
8.	一种从 SOC 芯片到多种外部串行闪存加载代码的方法	杭州朔天科技有限公司、奔图电子	发明专利	201810171749.0
9.	一种具有搬送排出系统的前端装纸前端出纸打印机	南京华威办公设备有限公司、奔图电子	实用新型	201720717478.5

除上述个别共同申请的知识产权情形之外，报告期内奔图电子不存在许可他人使用知识产权或与他人共享知识产权的情形。

二、主控 SoC 芯片对核心竞争力的影响，预付知识产权许可费用的对象、许可期限、许可范围等相关情况，标的资产是否具备独立的 SoC 开发能力。

上市公司已在《重组报告书》中“第四章标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“1、研发模式”补充披露下列内容：

掌握主控 SoC 芯片对提高打印机业务核心竞争力具有重要作用，主要体现在：主控 SoC 芯片负责打印机文印信息的控制和处理，控制外围通信接口（USB、网

络等)、面板及打印机引擎,实现打印、扫描、复印、传真等功能,是对打印产品和文印信息安全非常重要的零部件。打印机主控 SoC 芯片是专用的超大规模芯片,不仅集成了通用的高速 CPU、高速 DDR、USB 等通用接口,更重要需自主开发打印控制、扫描控制、图像处理等专用 IP,相关专用 IP 的晶体管规模占比超过 SoC 的 50%。必须有多年的打印产品自主开发经验,才可能提出专用 IP 的需求和实现方案,技术门槛较高。

报告期内,奔图电子预付知识产权许可费用的对象、许可期限、许可范围等相关情况如下:

许可对象	许可内容及范围	许可作用	许可期限
福州新迪微电子有限公司	彩色 SoC SN3700 项目 IP 授权许可费用	图像旋转 IP	一次性永久许可
杭州朔天科技有限公司	彩色主控 SoC 芯片 IP 授权以及 IP 转让	基础外围接口 IP、系统 IP 等	一次性永久许可
上海国际科学技术有限公司	彩色 SoC SN3700 项目 IP 采购	DDR/USB/PCIe 等通用接口 IP	一次性永久许可
	彩色 SoC 项目 SYNOPSYS IP		
	FPGA 版	FPGA 验证硬件板	
深圳市米尔科技有限公司	SN3700 彩色 SoC 项目 SoCRATES Floating license 开发工具软件	通用总线 IP	一次性永久许可
智原微电子(苏州)有限公司	彩色 SoC SN3700 项目 IP 授权服务	ADC/LVDS 等通用接口 IP	一次性永久许可

奔图电子主控 SoC 芯片目前采取合作开发模式。奔图电子主要负责制定主控 SoC 芯片需求,提供打印机专用核心 IP,制定打印控制、扫描控制、图像处理需求规格和方案,负责芯片板级设计、色彩解析的核心算法、芯片验证测试 SoC 新品各阶段验证等。合作公司主要负责通用模块的开发,以及专用打印控制、扫描控制和图像处理 IP 的代码编程和实现。

奔图电子目前采取合作开发模式进行主控 SoC 芯片研发,主要是因为合作开发模式可以更好的利用市场上已经成熟的通用模块专业服务提供方的产品和服务,更加高效的完成相关研发工作。

奔图电子具备独立的 SoC 开发能力,主要体现在:(1)在主控 SoC 芯片研究开发过程中,奔图电子承担核心角色,合作方主要负责的是通用模块开发工作和代码编程及实现,合作方提供的服务在市场上不具有独家性;(2)奔图电子经

过多年投入，积累了主控 SoC 芯片研究开发重要的经验，截至 2021 年 6 月末奔图电子拥有一支 600 多人的研发团队，并拥有核心技术人员尹爱国、彭继兵、余成柱、陈泽福、王超作为研发管理和技术带头人，截至 2021 年 6 月末奔图电子共有 257 项境内专利、102 项境外专利，因此，奔图电子具备进行 SoC 独立开发的研究开发经验、资金、人才、技术等资源。

三、人均研发投入情况、人均实现销售金额等，并对比同行业上市公司相关指标，说明标的资产是否与同行业公司存在重大差异及其合理性；标的资产核心技术、竞争力是否依赖核心技术人员，本次交易对上述人员稳定性的影响，以及维护核心技术人员稳定性的措施。

上市公司已在《重组报告书》中“第四章标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（五）主要经营模式、盈利模式和结算模式”之“1、研发模式”补充披露下列内容：

奔图电子报告期内人均研发投入、人均实现销售收入情况及同行业对比情况如下：

（1）人均研发投入（研发费用/研发人员）对比

单位：万元

项目	2019 年	2020 年
证通电子（002197.SZ）	22.29	22.92
卫士通（002268.SZ）	22.46	26.62
威创股份（002308.SZ）	30.62	34.39
新北洋（002376.SZ）	25.05	23.80
朗科科技（300042.SZ）	30.03	28.55
同行业上市公司平均值	26.09	27.26
奔图电子	31.89	31.07

注 1：选取“Wind 电脑与外围设备”板块作为同行业上市公司，筛选经营范围可比，且 2019-2020 年营业收入规模相近，在 10-30 亿元的上市公司，共有 5 家，下同。

注 2：上述上市公司尚未公告 2021 年半年报。

（2）人均实现销售收入（营业收入/总人数）对比

单位：万元

项目	2019 年	2020 年
----	--------	--------

项目	2019年	2020年
证通电子(002197.SZ)	108.34	107.46
卫士通(002268.SZ)	94.13	106.65
威创股份(002308.SZ)	86.38	50.24
新北洋(002376.SZ)	52.35	51.17
朗科科技(300042.SZ)	275.46	343.93
同行业上市公司平均值	123.33	131.89
奔图电子	136.72	148.93

由上述表格可见，报告期内奔图电子人均研发投入和人均实现销售收入与同行业上市公司不存在重大差异，具有合理性。

截至2021年6月末，奔图电子拥有一支600多人的研发团队，核心技术人员尹爱国、彭继兵、余成柱、陈泽福、王超作为研发管理和技术带头人，但同时，奔图电子近年非常重视研发技术人才的引进，建立人才梯队，不断培养和引进优秀的人才，奔图电子也通过合作开发模式，利用外部优秀合作方的研究开发能力。因此，奔图电子核心技术、竞争力不存在依赖核心技术人员的情形。

5位核心技术人员均通过珠海奔图丰业投资中心(有限合伙)持股平台，间接持有奔图电子的股权，本次交易不会对上述人员稳定性构成不利影响。

奔图电子维护核心技术人员稳定性的措施主要包括：(1)股权激励，5位核心技术人员均通过珠海奔图丰业投资中心(有限合伙)持股平台，间接持有奔图电子的股权；(2)奔图电子给予核心技术人员有竞争力的薪酬；(3)核心技术人员均签署竞业禁止协议；(4)奔图电子注重给予员工关怀，关注员工在公司的职业发展和感受；(5)截至2021年6月末，奔图电子拥有一支600多人的研发团队，为核心技术人员提供了良好的团队配备。

四、会计师的核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

(1)与奔图电子的研发部门访谈，了解报告期研发项目的管理制度及项目开展情况；

(2) 比对同行业上市公司报告期的研发支出及构成，与奔图电子的情况进行比对分析，分析上市公司与奔图电子研发支出的可比性；

(3) 与奔图电子的人事部门及研发部门进行访谈，了解奔图电子对核心研发人员制定的政策及团队的搭建安排。

2、经核查，会计师认为：

(1) 报告期内奔图电子人均研发投入和人均实现销售收入与同行业上市公司不存在重大差异，具有合理性；

(2) 奔图电子核心技术、竞争力不存在依赖核心技术人员的情形；本次交易不会对上述人员稳定性构成不利影响，奔图电子通过股权激励、有竞争力的薪酬、签署竞业禁止协议、良好的团队配备等多方位措施，维护核心技术人员稳定。

问题 19：申请文件显示，报告期内，奔图电子 2020 年研发费用 13,080.89 万元，较上年增长 56.55%，主要为职工薪酬、设计费等增加，预测期研发费用不断增长。请你公司补充披露：1) 报告期内主要研发项目的名称、研发进度、各期研发支出、其中资本化与费用化相关依据及具体金额，各报告期研发人员人数、薪酬水平变化情况、与报告期内业务发展规模、研发项目或成果的匹配性，研发人员薪资的归集方法，研发费用金额及占比与上市公司打印机业务相比是否存在显著差异，研发费用确认是否真实、准确。2) 预测期研发费用与研发计划、研发团队扩张计划的匹配性，研发计划是否足以支撑未来收入增长和盈利预测，研发费用预测的合理性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、报告期内主要研发项目的名称、研发进度、各期研发支出、其中资本化与费用化相关依据及具体金额，各报告期研发人员人数、薪酬水平变化情况、与报告期内业务发展规模、研发项目或成果的匹配性，研发人员薪资的归集方法，研发费用金额及占比与上市公司打印机业务相比是否存在显著差异，研发费用确认是否真实、准确。

上市公司已在《重组报告书》中“第九章管理层讨论与分析”之“四、标的资产财务状况、盈利能力分析”之“（二）盈利能力分析”之“2、期间费用”之“（3）研发费用”补充披露下列内容：

1、报告期内主要研发项目的名称、研发进度、各期研发支出情况

（1）2019 年

单位：万元

序号	研发项目名称	研发进度	研发费用
1	打印机主控 SoC 软件研发及产业化	研究阶段	1,495.38
2	国产生态激光打印机研发	开发阶段	325.49
3	黑白激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	1,324.24
4	黑白激光打印机研发项目	研究阶段	1,981.78
5	自主控制板文印产品研发项目	研究阶段	1,080.72
6	移动打印 APP 研发	开发阶段	303.01
7	彩色激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	1,845.28
合计			8,355.89

（2）2020 年

单位：万元

序号	研发项目名称	研发进度	研发费用
1	打印机主控 SoC 软件研发及产业化	开发阶段	1,615.72
2	彩色激光打印机关键零部件研发项目	研究阶段	3,505.51
3	黑白激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	2,817.12
4	自主控制板文印产品研发项目	开发阶段	3,062.00
5	打印服务软件研发	研究阶段	1,188.51
6	黑白激光打印机研发项目	研究阶段	892.02
合计			13,080.89

(3) 2021年1-6月

单位：万元

序号	研发项目名称	研发进度	研发费用	开发支出	合计
1	彩色激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	2,150.56	387.20	2,537.76
2	彩色多功能激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	2.29	3,038.34	3,040.63
3	黑白激光打印机关键零部件研发项目	开发阶段	2,313.56	0.00	2,313.56
4	自主控制板文印产品研发项目	开发阶段	1,638.22	0.00	1,638.22
5	打印服务软件研发	开发阶段	1,442.82	0.00	1,442.82
6	彩色激光打印机研发项目	开发阶段	397.46	273.95	671.41
7	高端黑白激光打印机研发项目	开发阶段	169.79	71.97	241.76
合计			8,114.70	3,771.46	11,886.16

2018年，奔图电子依然处于亏损状态，经营活动产生的现金流量净额为负，在相关研发项目支出发生时点，未能合理判断奔图电子有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，当期费用化符合企业会计准则的规定；2019年，奔图电子盈利能力提升，也加大了研发投入，主要围绕打印机核心技术研发，在原装打印机竞争对手的强烈竞争压力和技术围蔽情况下，奔图电子考虑技术不确定性及谨慎性原则，相关研发项目支出计入当期损益，予以费用化；2020年，奔图电子盈利能力持续增强，为奔图电子进一步发展提供了较好的资产保障，以前年度的研发项目有序推进，并陆续验收，为进一步加强内部研发管理，奔图电子细化研发项目管理制度，规范研发支出的归集及资本化时点，开发工时登记系统，将研发人员的工时进行归集。综上，2018-2020年，奔图电子不存在研发支出资本化情形，主要是由于财务持续投入不确定性、技术成熟度、核算基础等原因所致，2021年，奔图电子开始具备进行研发支出资本化核算的条件和基础，仅对2021年以来新立项项目考察是否符合资本化条件。

开发支出对应项目情况如下：

单位：万元

项目名称	项目阶段	金额	资本化依据
彩色多功能激光打印机关键零部件研发项目	功能样机评审阶段	3,038.34	完成产品总体设计方案，形成设计开发评审报告
彩色激光打印机关键零部件研发项目	系统设计验证评审阶段	387.20	完成产品总体设计方案，形成设计开发评审报告
彩色激光打印机研发项目	功能样机评审阶段	273.95	完成产品总体设计方案，形成设计开发评审报告
高端黑白激光打印机研发项目	概要设计评审阶段	71.97	完成产品总体设计方案，形成设计开发评审报告
合计		3,771.46	

开发支出项目具体支出情况如下：

单位：万元

项目	彩色多功能激光打印机关键零部件研发项目	彩色激光打印机关键零部件研发项目	彩色激光打印机研发项目	高端黑白激光打印机研发项目	总计
设计费	3,715.22	360.90	7.68	3.84	3,087.64
职工薪酬	244.07	20.66	209.55	65.07	539.34
折旧费	36.21	2.51	15.49	-	54.22
租赁及物业管理费	35.36	1.27	23.31	2.24	62.17
无形资产摊销	2.87	0.51	3.00	-	6.37
其他	4.61	1.35	14.92	0.82	21.72
合计	3,038.34	387.20	273.95	71.97	3,771.46

设计费根据设计费用用途归集到具体项目；职工薪酬、折旧费、租赁及物业管理费、无形资产摊销根据项目工时比例分摊到具体项目。

设计费主要包括：

单位：万元

项目	金额
外购 SYNOPSIS IP（高速通信类 IP）	2,272.87
其他	814.77
合计	3,076.12

奔图电子根据企业会计准则相关规定，奔图电子《研发项目支出管理办法》等内部控制制度，明确研发项目研究阶段及开发阶段的划分，临界点为完成产品

总体方案设计。公司研发项目分为研究阶段和开发阶段，具体细分为立项和TR1-TR7，共八个里程碑，每个里程碑均要求完成特定成果才能进入下一阶段。

奔图电子研究开发项目的研究阶段和开发阶段区分情况如下：

①研究阶段：是指获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，该阶段具有计划性、探索性及不确定性等特点。产品规格评审阶段（TR1 阶段）、总体方案评审阶段（TR2 阶段）属于研究阶段。研究阶段支出应在发生时计入当期损益，予以费用化。

②开发阶段：是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等，该阶段已有的技术平台和已完成的研究阶段工作，在很大程度上具备了形成一项新产品或新技术的基本条件。因此，总体方案确定以后，开发经过概要设计评审阶段（TR3 阶段）、功能样机评审阶段（TR4 阶段）、系统设计验证评审阶段（TR5 阶段）、系统集成测试评审阶段（TR6 阶段）、中试验证评审阶段（TR7 阶段）这 5 个阶段后可进行量产，这 5 个阶段属于开发阶段。开发阶段的支出计入开发支出，产品量产后予以资本化。

奔图电子八个里程碑情况如下：

序号	项目阶段	里程碑	项目过程文件
1	研究阶段	立项	《产品需求说明书》、《立项报告》、《技术可行性报告》、《财务可行性报告》
2		TR1	《产品开发项目任务书》、《项目计划》、《产品规格说明书》、TR1《设计开发评审报告》
3		TR2	《产品总体设计方案说明书》、TR2《设计开发评审报告》
4	开发阶段	TR3	《产品模块规格说明书》、TR3《设计开发评审报告》
5		TR4	《功能样机测试报告》、TR4《设计开发评审报告》
6		TR5	《工程样机测试报告》、TR5《设计开发评审报告》
7		TR6	《工程样机测试报告》、TR6《设计开发评审报告》
8		TR7	《中试试制验证报告》、《定型检验报告》、TR7《设计开发评审报告》

奔图电子报告期内资本化项目处于开发阶段，符合《企业会计准则第 6 号-无

形资产》对于研发支出资本化的相关认定条件，具体情况如下：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性

奔图电子在总体方案评审阶段（TR2 阶段），已对研发项目的技术可行性进行评价，形成评审报告并经相关部门及管理層审批。

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图

奔图电子当前研发项目均紧贴实际业务需要，为投入市场销售或提高产品竞争力而进行，一般分为新产品开发与产品核心部件开发，研发项目在立项报告中已明确研发意图，奔图电子具有完成该无形资产并使用或出售的意图。

③无形资产产生经济利益的方式

奔图电子相关研发项目在研发完成后，进入产品量产阶段，通过产品销售实现经济利益的流入。奔图电子在立项阶段中的产品需求说明书及可行性报告中，对运用该无形资产生产产品的市场情况进行分析测算，论证了研发项目的技术、投入、知识产权等方面的可行性，详述了研发活动对提升公司产品竞争力的必要性，可行性研究报告与奔图电子实际销售业务证明市场上存在对该无形资产的需求。

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产

奔图电子报告期内业务规模持续扩大，营业收入持续较快增长，盈利能力较强，目前拥有一支 500 多人的研发团队，核心技术人员作为研发管理和技术带头人，截至 2021 年 6 月末，奔图电子共有 257 项境内专利、102 项境外专利。因此，奔图电子拥有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成相关研发项目的开发，并有能力使用或出售该无形资产。

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量

奔图电子制定了研发项目支出相关管理制度，明确研发活动各项费用定义与开支管理细则。奔图电子对能直接归属具体研发项目的支出单独核算，并对研发项目工时进行统计，合理区分有关费用在各个项目之间的分配。奔图电子能够可

靠计量归属于该无形资产开发阶段的支出。

同行业上市公司研发资本化情况如下：

单位：万元

上市公司	2020年末开发支出金额	2019年末开发支出金额	项目阶段	资本化依据
中国长城 (000066.SZ)	9,471.68	4,772.77	开发阶段	立项报告
中科曙光 (603019.SH)	23,206.14	13,299.59	开发阶段	未具体披露
新北洋 (002376.SZ)	2,279.15	1,605.43	开发阶段	未具体披露

2、各报告期研发人员人数、薪酬水平变化情况

报告期	平均人数	工资总额（万元）	平均工资(年/人；万元)
2019年	262	3,157.26	12.05
2020年	421	6,166.18	14.65
2021年1-6月	570	5,356.33	18.82
增长率-2020年与2019年	60.69%	95.30%	21.54%
增长率-2021年与2020年	35.39%	73.73%	28.43%

注：2021年与2020年的增长率是将工资总额年度化后处理进行计算，即用2021年月平均工资乘以12个月后的工资总额与2020年度的工资总额进行比对。表中列示的研发人员数量为研发费用及开发支出列示工资费用对应的月度平均人数。表中2021年1-6月工资总额包含研发费用和开发支出中包含的工资费用。

报告期内，奔图电子研发人员平均人数环比增长率分别为60.69%、35.39%，工资总额环比增长率分别为95.30%、73.73%，平均工资环比增长率分别为21.54%、28.43%。奔图电子在报告期内收入规模迅速增长，客户对产品及服务质量的要求提高；同时，为保持业务的持续增长，需有持续研发的能力及成果的产出，奔图电子增加了研发人员投入，招聘研发人员增加研发人数，并通过提升研发人员薪酬水平以招聘高技术人员及提升人员的稳定性，故奔图电子在报告期内研发人数、平均工资增长是与奔图电子经营情况相符，具有合理性。

3、研发人员薪资的归集方法，研发项目或成果情况

奔图电子研发人员薪资的归集方法：财务部门每月根据研发项目人员工时表，按照项目对所有参与研发的相关人员薪酬进行归集和分摊。

报告期内，奔图电子研发项目及成果汇总列示如下：

(1) 2019 年

序号	研发项目名称	对应的成果	应用的产品
1	打印机主控 SoC 软件研发及产业化	获得 5 个专利授权申请	A4 系列
2	国产生态激光打印机研发	获得 3C 证书	A4 系列、彩机； 扫描仪
3	黑白激光打印机关键零部件研发项目	获得 3C 证书，获得 1 个专利授权申请	A4 系列
4	黑白激光打印机研发项目	获得 3C 证书，获得 17 个专利授权申请	A4 系列
5	自主控制板文印产品研发项目	获得 9 个专利授权申请	A4 系列
6	移动打印 APP 研发	获得 3C 证书	A4 系列
7	彩色激光打印机关键零部件研发项目	获得 9 个专利授权申请	彩机

(2) 2020 年

序号	研发项目名称	对应的成果	应用的产品
1	打印机主控 SoC 软件研发及产业化	获得 2 个专利授权申请	A4 系列
2	彩色激光打印机关键零部件研发项目	获得 11 个专利授权申请	彩机
3	黑白激光打印机关键零部件研发项目	获得 3 个专利授权申请	A4 系列
4	黑白激光打印机研发项目	获得 3C 证书，获得 13 个专利授权申请	A4 系列
5	自主控制板文印产品研发项目	获得 8 个专利授权申请	A4 系列
6	打印服务软件研发	获得 6 个专利授权申请	A4 系列

(3) 2021 年 1-6 月

序号	研发项目名称	对应的成果	应用的产品
1	打印服务软件研发	获得 6 个专利授权申请	A4 系列

4、奔图电子研发费用金额及占比与上市公司打印机业务对比情况

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年		2019年	
	奔图电子	利盟国际	奔图电子	利盟国际	奔图电子	利盟国际
研发费用	11,886.16	41,136.46	13,080.89	84,389.58	8,355.89	105,593.18
营业收入	186,342.70	685,033.75	225,189.33	1,380,091.20	149,642.64	1,795,964.73
占比	6.38%	6.01%	5.81%	6.11%	5.58%	5.88%

说明：2021年1-6月的研发支出含开发支出投入。

奔图电子为原装打印的厂商，上市公司合并范围内业务包括通用耗材业务及原装打印机业务，其中原打印机业务为利盟国际事业部。为了提高可比性，奔图电子的研发费用占比与利盟国际的数据进行比对。

经对比，奔图电子在报告期内列支的研发费用率与利盟国际不存在显著差异。

6、研发费用确认是否真实、准确

奔图电子研发内控制度健全，已建立与研发项目对应的人、财、物管理机制，管理制度明确规定研发支出的开支范围和标准，各项制度能够有效执行。对研发费用的归集进行了分项审查，对研发开支用途、性质、金额进行了检查，均据实列支。研发费用确认真实、准确。

二、预测期研发费用与研发计划、研发团队扩张计划的匹配性，研发计划是否足以支撑未来收入增长和盈利预测，研发费用预测的合理性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（3）期间费用预测”补充披露下列内容：

1、奔图电子未来年度研发计划与研发费用

研发计划	2021年	2022年	2023年
主要研发项目	中高速 A4 黑白（4020）；低速 A4 彩机（1820）；自主彩色主控 SoC；国产	自主 A4 黑白产品（1款）；自主彩色主控 SoC；A3 安全复印机	自主 A4 黑白产品（2款）；自主彩色主控 SoC；A3 安全复印机

研发计划	2021年	2022年	2023年
	生态适配	开发；国产生态适配	开发；国产生态适配
研发团队人员数量	435人	555人	555人
研发费用合计	16,127.49万元	25,012.88万元	32,460.41万元
打印机销售量	2,271,037台	2,872,017台	3,346,174台
营业业务收入合计	324,209.83万元	435,893.78万元	542,509.26万元
净利润	40,301.04万元	51,378.91万元	68,653.65万元
研发费用增长率	23.29%	55.09%	29.77%
营业收入增长率	43.97%	34.45%	24.46%
预测净利润增长率	42.48%	27.49%	33.62%

奔图电子的核心零部件等底层的技术已经形成，后续的研发主要针对新品类的开发及国产信息化生态适配，研发费用的支出占收入比重相对平稳，盈利预测中研发费用的规模及收入占比都较为谨慎的考虑了上升，研发计划、研发团队扩张与盈利预测相匹配。

2、奔图电子研发投入与本次盈利预测的匹配性

(1) 奔图电子研发投入增速与营业收入增速对比情况：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入增长率	133.78%	50.48%	43.97%	34.45%	24.46%	8.60%
研发费用增长率	139.64%	56.55%	23.29%	55.09%	29.77%	13.42%
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
收入增长率	4.75%	2.38%	-0.41%	-1.16%	-1.11%	0.00%
研发费用增长率	6.20%	-2.12%	1.45%	-2.93%	-4.71%	0.00%

(2) 奔图电子研发费用占收入比重情况：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
研发费用占比	5.58%	5.81%	4.97%	5.74%	5.98%	6.25%
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
研发费用占比	6.33%	6.06%	6.17%	6.06%	5.84%	5.84%

综上，经过比对奔图电子研发费用增长率与主营业务收入增长率、研发费用

占比情况，奔图电子研发费用增长率与营业收入增速水平匹配、奔图电子报告期间与预测期研发费用占营业收入比重基本稳定。奔图电子研发费用预测具有合理性。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

(1) 获取公司研发项目的立项资料、支出明细及人员清单，抽查发生记录，确认研发支出的合理性；

(2) 获取上市公司打印机业务相关的研发支出数据，并与奔图电子的指标进行比对；

(3) 了解奔图电子预测数据的依据，并与历史数据比对，分析其合理性。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子在报告期内的研发费用率与利盟国际不存在显著差异；奔图电子研发费用确认真实、准确；

(2) 奔图电子研发费用增长率与营业收入增速水平匹配、奔图电子报告期间与预测期研发费用占营业收入比重基本稳定，奔图电子研发费用预测具有合理性。

问题 20：申请文件显示，1) 业绩承诺期内，标的资产 2021 年度、2022 年度、2023 年度的净利润预测增长率分别为 42.48%、27.49%、33.62%。而业绩承诺期过后，2024 年-2029 年的净利润预测平均增长率为 5.75%。奔图电子 100% 股权收益法评估值 66.03 亿元，评估增值 540.60%。2) 预测期奔图电子 A4 系列产品收入从 2021 年 29.38 亿增长至 2025 年 54.98 亿元；A3 系列产品收入从 2021 年 3.04 亿元增长至 2025 年的 6.74 亿元，且 A4、A3 系列产品均在 2030 年后保持较高预测收入。3) 未来五年全球以及中国打印机市场增速 1% 左右。请你公司：1) 补充披露报告期造成标的资产业绩增长的因素及其持续性影响，是否符合行业发展，与同类产品同行业公司的可比性，预测期保持高速增长的依据及合理性。2) 补充披露打印机行业商用和信创市场产品的预期可使用年限、打印机产品升级换代的

周期、耗材的消耗速度，说明预测的谨慎性，估值的合理性。3) 结合最近一期财务数据有关经营业绩的实现情况，补充披露标的资产 2021 年销售量、营业收入预测的可实现性。4) 补充披露预测期奔图电子各产品收入增长远高于行业增速，预测的谨慎性、估值的合理性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露报告期造成标的资产业绩增长的因素及其持续性影响，是否符合行业发展，与同类产品同行业公司的可比性，预测期保持高速增长的依据及合理性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收支预测”补充披露以下内容：

奔图电子主要业务市场分为境外市场、信创市场以及境内商用市场三类。

（一）境外市场业绩增长依据

境外市场预测数据、业绩增长依据及合理性详见本反馈意见回复第十二题第三小问相关回复。

（二）信创市场业绩增长依据

信创市场预测数据、业绩依据及合理性详见本反馈意见回复第十一题第一小问相关回复。

（三）境内商用市场业绩增长依据

奔图电子境内商用市场主要包括经销市场和线上平台，其对应的发展规划及增长依据有所不同。

经过多年发展，奔图电子主要产品已经基本覆盖全国，并获得经销商及终端用户认可，基于有效市场的产品经验及市场经验，奔图电子将通过增加产品品类、扩大市场覆盖区域、扩充销售渠道等措施，继续快速提升业绩。

1、增加产品品类，满足多层次客户需求

奔图电子目前处于成长期，相较于其他成熟打印机企业，奔图电子仍有部分打印机品类尚未覆盖，未来随着研发的持续投入，奔图电子将增加产品品类，覆盖更多的目标客户。

奔图电子已构建从耗材到打印机整机生产的全产业链，主要产品包括主要产品包括二类黑白激光打印机、二类彩色激光打印机、一类黑白激光打印机、一类彩色激光打印机等，然而在部分细分产品类型，奔图产品种类仍然有不少空间。奔图电子规划在 2021 年-2025 年推出 20 余款新型打印机产品。随着奔图电子产品线的增加，将匹配更多客户的需求，从而扩大其目标客户群体范围，提高销量。

2、加大经销商覆盖密度，扩大产品覆盖区域

奔图电子 2019 年中国市场经销渠道店面数量 2,257 家，其中原有店面 2,007 家，2019 年当年新增经销店面数量 250 家；截至 2020 年底奔图电子中国经销渠道店面数量 2,807 家，其中原有店面 2,257 家，当年新增店面 550 家。2020 年原有店面店均销量数据相比 2019 年增幅明显，如下：

地区	2019 年		2020 年	
	原有	新增	原有	新增
华北	404	87	491	101
华东	355	16	371	154
华中	329	77	406	97
西南	264	33	297	49
华南	293	-	293	60
西北	231	-	231	33
东北	131	37	168	56
总计	2,007	250	2,257	550

奔图电子销售网络已覆盖全国各个省份，但是目前在较多省份，覆盖的经销商密度较低，未来还有较大增长空间。未来年度，经销店面新增销量主要由华北、华东、华中、华南地区主要省市贡献增量。

2021 年奔图电子预计中国区实现经销店面数量 3,708 家，预计当年新增经销

店面数量 937 家。2022 年至 2023 年奔图电子预计经销渠道店面数量分别达到 4,618 家和 5,596 家，具体如下：

地区	2021 年		2022 年		2023 年	
	原有	新增	原有	新增	原有	新增
华北	592	159	751	148	899	165
华东	525	154	679	132	811	132
华中	467	121	588	186	774	154
西南	346	85	431	97	528	97
华南	353	255	608	165	773	190
西北	264	86	350	90	440	141
东北	224	77	301	92	393	99
总计	2,771	937	3,708	910	4,618	978

3、继续推进线上平台销售

奔图电子已在京东开设官方店铺，通过平台日常促销、重点产品推广引流、直播常态化等多种方式运营。预测期，奔图电子将继续通过增加线上产品销售品类，推动线上产品销售，并且，线上产品将通过提供远程内容打印、学习资料云打印、热敏和热打印、重点产品上门安装等功能服务与竞品形成差异化竞争，在保持较有竞争优势价格的前提下提供消费者更多的服务，从而积累品牌口碑，推动线上产品长期发展。

（四）核心技术、产业集群优势、信创市场机会、耗材的长尾盈利效应驱动奔图电子业绩持续增长

1、奔图电子核心技术相应情况、奔图电子产业集群优势详细情况、奔图电子信创市场机会，详见本反馈意见回复第十一题第一小问相关回复；

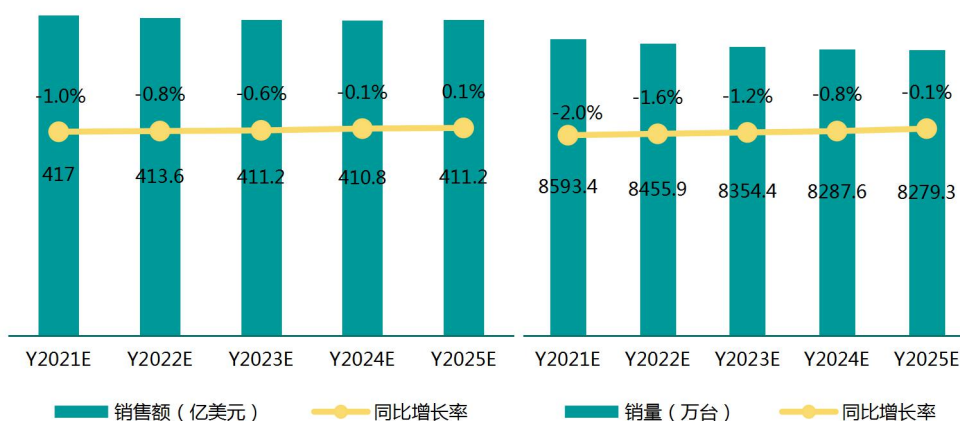
2、耗材的长尾盈利效应相应情况，详见本反馈意见回复第九题第一小问相关回复。

（五）奔图电子具备高于打印机行业平均增速的基本条件，高于行业平均增速具有合理性

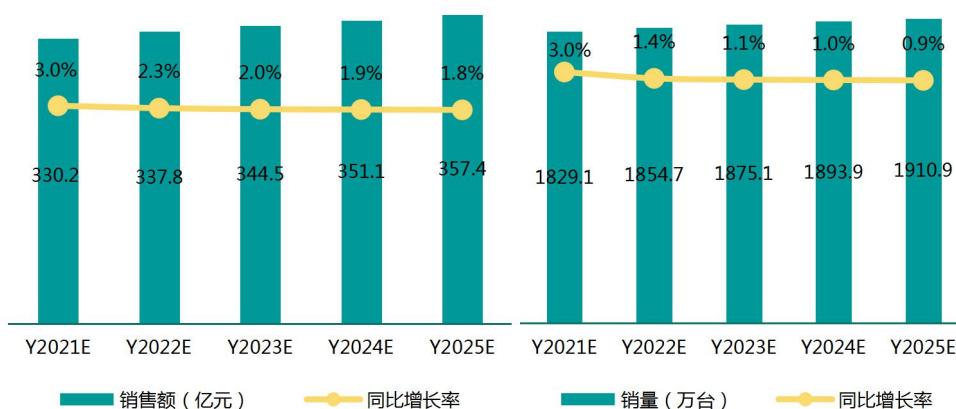
1、打印机行业平稳发展

根据赛迪顾问数据，未来年度全球打印机市场整体出货量与销售额将继续保持较为平稳的发展，中国打印机市场规模仍有一定发展空间。未来五年全球以及中国打印机市场发展展望情况如下：

全球打印机市场规模未来展望



中国打印机市场规模未来展望



数据来源：赛迪顾问

2、奔图电子高于行业增长速度

根据赛迪顾问数据，奔图电子与全球及中国打印机增速对比情况见下表：

项目/年度	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
全球激光打印机出货量增速	-3.10%	-0.40%	0.13%	-3.91%	-0.92%

项目/年度	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
中国激光打印机出货量增速	13.66%	10.38%	2.28%	-5.52%	3.10%
奔图电子打印机出货量增速	44.21%	38.77%	52.35%	70.46%	54.31%

数据来源：赛迪顾问

从上述数据可以看出，奔图电子历史增速高于行业水平。

3、奔图电子与行业内主要打印机企业发展阶段不同，高于行业增长具有合理性

(1) 奔图电子已具备产品大批量销售的先决条件

经过多年发展，奔图电子已掌握自有可控的打印机核心技术，形成了完善的打印机技术研发体系，并依托“打印之都”珠海的产业集群，建立了完善的生产体系，同时随着奔图电子各类产品不断推向市场，已初步构建了全球销售体系，具备了大批量销售产品，参与全球打印机行业竞争的先决条件。

(2) 奔图电子部分产品已经有效市场检验，具备全方面推广的先决条件

近年来，奔图电子打印机产品销量快速增长，奔图电子的相应产品也在中国、俄罗斯等国家大批量销售，这些国家销量的快速增长，充分表明奔图电子的产品对消费者具有吸引力。市场的充分认可，表明奔图电子的产品满足进一步全面推广的先决条件。

(3) 奔图电子成长空间大于成熟打印机企业

激光打印机行业属于成熟行业，行业格局较为稳定，由于行业技术含量较高，进入门槛较高，真正掌握核心技术的公司较少，行业集中度较高。根据赛迪顾问数据，2019-2020年，前三大品牌（惠普、佳能、兄弟）出货量占据全球销量的64.1%和68.7%。

厂商	2019年销量（万台）	占比	2020年销量（万台）	占比
惠普	1,246	38.5%	1,326	41.3%
兄弟	465	14.4%	539	16.8%
佳能	362	11.2%	340	10.6%
前三大合计	2,073	64.1%	2,205	68.7%

数据来源：赛迪顾问

奔图电子突破核心技术后，正式步入第一梯队打印机企业，参与全球竞争。由于发展阶段不同，奔图电子的成长空间明显大于成熟的打印机企业。这种差异主要体现在以下几方面：

(1) 销售渠道成长空间大于成熟打印机企业

在大部分地区，奔图电子覆盖的销售渠道较为有限，未来销售渠道的扩展空间仍然很大。而成熟的打印机企业基本已经覆盖所有主流销售渠道，并且销售多年，销量相对稳定，渠道增长空间较为有限，如北美地区，主流的经销商主要包括 G&P、沃尔玛、BestBuy、Staples、Office depot、Costco，未来奔图电子逐步将打印机推向这些经销商渠道，将直接受益于经销商密度的提升而带来销量增长。

(2) 产品销售区域成长空间大于成熟打印机企业

目前奔图电子覆盖的销售区域主要如下：

市场类型	区域	国家	市场开拓情况
成熟市场	俄罗斯	俄罗斯	奔图电子已基本覆盖俄罗斯的主流经销商，产品销售区域已基本遍布俄罗斯全境县级以上城市，市场渠道及销售区域已建设到成熟阶段。
成长市场	美洲	美国、加拿大、阿根廷、巴西等	奔图电子覆盖这些国家部分主流经销商，产品销售区域覆盖部分城市。
	欧洲	意大利、土耳其、以色列、罗马等	
	亚太	印度、泰国等	
	中东非	南非等	
拟开拓市场	美洲	墨西哥、哥伦比亚	奔图电子与这些国家部分主流经销商正在磋商，规划未来开展业务。
	欧洲	法国、英国、德国、波兰	
	亚太	越南、澳大利亚	
	中东非	摩洛哥、阿尔及利亚、阿联酋、埃及	

而各大成熟打印机企业的销售区域，几乎覆盖全球，目前基本稳定，未来新拓展销售区域的空间较小。销售区域的拓展，将直接为奔图电子带来高于行业的销售增量。

(3) 产品品类增加空间大于成熟打印机企业

各大成熟打印机企业，产品种类丰富，已经几乎覆盖所有主流类型，相对来说，奔图电子不断增加产品种类，将获得更多的客户空间，为奔图电子带来高于成熟打印机企业的增长空间。

综上，奔图电子与成熟打印机企业发展阶段不同，具备底层核心技术及完善的研发、生产及销售体系后，奔图电子的销售渠道、销售区域及产品品类的增长空间大于已经完全释放市场潜力的成熟打印机企业。奔图电子的增长高于行业平均水平，具有合理性。

(六) 与同类产品同行业公司的可比性情况对比

1、毛利率与净利率对比

奔图电子与可比公司毛利率及净利率对比分析情况如下：

证券简称	2019 毛利率	2020 毛利率	2019 净利润率	2020 净利润率
深科技	9.53%	11.33%	3.34%	6.37%
中国长城	24.67%	22.62%	10.75%	6.75%
浪潮信息	11.97%	11.70%	1.85%	2.39%
广电运通	38.98%	39.88%	13.60%	13.24%
新北洋	43.96%	37.69%	15.77%	10.12%
亚世光电	27.87%	24.54%	18.17%	18.58%
中科曙光	22.07%	22.13%	6.70%	8.73%
平均数	25.58%	24.27%	10.03%	9.45%
奔图电子	27.2%	29.9%	13.4%	12.6%

注：表中所选同行业上市公司为“Wind 电脑与外围设备”上市公司中硬件制造、销售类企业。

其他打印机厂商惠普、兄弟、联想未披露打印机业务毛利率和净利率情况。上述选择的同行业上市公司为“Wind 电脑与外围设备”上市公司中硬件制造、销售类企业，与奔图电子主营产品存在一定差异，2019-2020 年，奔图电子毛利率和净利率略高于可比上市公司平均水平。

2、产品综合平均价格对比分析

奔图电子与其他打印机厂商产品综合平均价格对比分析情况如下：

单位：元/台

厂商	2020 平均单价	2019 平均单价
惠普	2,606.43	2,553.37
兄弟	1,692.94	1,410.70
联想	1,440.54	1,141.49
奔图电子	1,026.88	1,065.34

注：表中 2020 年数据援引自赛迪顾问数据，其余年度价格计算的依据各年度行业总收入、总单价对应 2020 各品牌占比进行估算。

从上表分析，奔图电子打印机加权平均价格略低于其他打印机厂商，销售价格具有可比性。

二、补充披露打印机行业商用和信创市场产品的预期可使用年限、打印机产品升级换代的周期、耗材的消耗速度，说明预测的谨慎性，估值的合理性。

1、打印机产品可使用年限、更新换代年限及预测情况分析详见本反馈意见回复第九题第一小问相关回复。

2、耗材消耗速度及预测情况分析，详见本反馈意见回复第九题第二小问相关回复。

三、结合最近一期财务数据有关经营业绩的实现情况，补充披露标的资产 2021 年销售量、营业收入预测的可实现性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收入预测”补充披露下列内容：

项目/时间	2021 年预测	2021 年 1-6 月实际	已实现比例
打印机销量（万台）	227.10	129.85	57.2%
耗材销量（万支）	454.02	237.15	52.2%
营业收入（万元）	324,209.83	186,342.70	57.5%

项目/时间	2021年预测	2021年1-6月实际	已实现比例
净利润(万元)	40,301.04	35,151.08	87.2%

注：上述硒鼓销量不包含自主生产的打印机出厂时自带的硒鼓。

通过比对2021年1-6月份奔图电子打印机销量、耗材销量、营业收入、净利润数据与2021年全年预测数据，奔图电子上半年业绩实现情况较好，2021年全年预测具有可实现性。

四、补充披露预测期奔图电子各产品收入增长远高于行业增速，预测的谨慎性、估值的合理性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收入预测”补充披露下列内容：

（一）奔图电子各产品收入增长情况

奔图电子预测期各产品营业收入预测情况见下表：

单位：万元

项目	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
收入-二类系列	293,766.32	391,599.68	478,156.74	523,533.17	549,790.04
二类系列增长率	48.04%	33.30%	22.10%	9.49%	5.02%
收入-一类系列	30,443.51	44,294.10	64,352.52	65,654.16	67,407.20
一类系列增长率	34.93%	45.50%	45.28%	2.02%	2.67%
总收入	324,209.83	435,893.78	542,509.26	589,187.33	617,197.24
二类收入占比	90.61%	89.84%	88.14%	88.86%	89.08%
一类收入占比	9.39%	10.16%	11.86%	11.14%	10.92%
项目	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年及以后
收入-二类系列	563,336.71	561,247.31	554,363.55	547,830.39	542,634.27
二类系列增长率	2.46%	-0.37%	-1.23%	-1.18%	-0.95%
收入-一类系列	68,555.47	68,056.60	67,627.93	67,256.94	72,453.05
一类系列增长率	1.70%	-0.73%	-0.63%	-0.55%	7.73%
总收入	631,892.18	629,303.91	621,991.48	615,087.33	615,087.32
二类收入占比	89.15%	89.19%	89.13%	89.07%	88.22%

项目	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
一类收入占比	10.85%	10.81%	10.87%	10.93%	11.78%

（二）奔图电子业绩增长高于行业的原因

奔图电子的主要销售市场分为三类，即境外市场、信创市场及境内商用市场。

1、境外市场预测数据、业绩增长依据及合理性详见本反馈意见回复第十二题第三小问相关回复。

2、信创市场预测数据、业绩依据及合理性详见本反馈意见回复第十一题第一小问相关回复。

3、境内商用市场预测数据、业绩增长依据及合理性，详见本题第一小问相关回复。

4、奔图电子高于行业平均增速的原因分析，详见本题第一小问相关回复。

（三）盈利预测的谨慎性分析

奔图电子的盈利预测的编制主要基于自身基本情况、未来发展规划以及市场拓展情况，盈利预测的谨慎性主要体现在以下几个方面：

1、预测打印机单价连续5年下降

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年及以后
二类-打印机单价（元）	1,005.93	913.09	927.79	883.86	861.44	852.53	824.29
一类-打印机单价（元）	33,744.20	30,760.84	29,891.41	29,776.97	28,913.47	28,913.47	28,913.47

同行业竞品公司及奔图电子产品平均价格在2018-2020年期间处于稳定趋势，而预测期合理考虑产品单价的下降，预测具有谨慎性。

单位：元/台

厂商	2020年平均单价	2019年平均单价
惠普	2,606.43	2,553.37
兄弟	1,692.94	1,410.70

厂商	2020 年平均单价	2019 年平均单价
联想	1,440.54	1,141.49
奔图电子	1,026.88	1,065.34

注：表中 2020 年数据援引自赛迪顾问数据，其余年度价格计算的依据各年度行业总收入、总单价对应 2020 各品牌占比进行估算。

对应到具体产品，以奔图电子主要产品之一 20PPM 系列黑白打印机为例，其产品单价在报告期处于上升趋势，且销量持续大幅上升。预测期考虑到奔图系列产品在打印机这个存量市场份额的继续增加可能导致同系列打印机厂商间的价格竞争，因此，为了保证市场份额的提高，在预测期考虑单价持续下降从而保持市场价格对比竞品的优势。

2、预测的耗材消耗率低于行业平均水平

根据赛迪顾问提供的主流打印机厂商历年销售量数据，并参考前述打印机预期使用年限，2019-2020 年主流打印机厂商原装耗材平均消耗速度为 2.14，即全行业平均每台打印机每年耗材 2.14 支硒鼓。奔图电子 2019-2020 年原装耗材销量/累计装机量分别为 0.73、0.76，呈现逐步上涨趋势，但低于行业主流打印机厂商平均 2.14 的水平。

预测期奔图电子原装耗材销量/打印机保有量保持在 0.97-1.24 之间，预测期奔图打印机耗材销量/打印机保有量比率始终低于行业耗材消耗率的平均水平，预测较为谨慎，与行业具有匹配性。

3、信创市场具有长周期增长可能，而盈利预测仅谨慎考虑 3 年增长

工信部《中国信创产业发展白皮书（2021）》及海比研究院均对信创市场进行了预测，《中国信创产业发展白皮书（2021）》预计 2023 年信创市场规模将超过万亿，而海比研究院对 2025 年信创市场规模的预测数据仅为 7,911 亿。相比之下，海比研究院数据更为保守，而海比研究院分析认为，信创市场增长周期将达到 5 年，且复合增长率为 37.4%。奔图电子信创市场预测增长期为三年，相关预测数据较为谨慎。

4、未考虑境外一类业务及待开拓市场可能带来的销售

盈利预测未考虑正在开拓的境外一类业务，也未考虑目前正在洽谈中但尚未实现收入的国家及地区可能带来业绩增长，具有谨慎性。

（三）估值的合理性相关分析

奔图电子估值合理性分析，详见本反馈意见回复第七题第二小问相关回复。

五、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

（1）通过行业报告及相关政策，了解信创市场容量，分析奔图电子预测的合理性；

（2）审查奔图电子 2021 年 1-6 月的业绩情况，并与预测数据进行比对，分析 2021 年业绩实现的可能性；

2、经核查，会计师认为：

（1）奔图电子预测期保持高速增长的依据具有合理性。

（2）奔图电子打印机和耗材预测增速与奔图电子的发展趋势相符。

（3）结合奔图电子 2021 年 1-6 月的业绩情况，奔图电子 2021 年销售量、营业收入预测可实现性较高。

（4）预测期奔图电子各产品收入增长高于行业增速的预测与奔图电子的发展战略相符。

问题 21：申请文件显示，1）奔图电子主流 A3 打印机的销售价格为 10,000-35,000 以上不等，A3 硒鼓的销售价格为 500-2,500 元不等；主流 A4 打印机的销售价格为 450-2,500 元不等，A4 原装硒鼓的销售价格为 140-600 元不等。2）根据报告期的分产品销售金额和销量，A3 打印机销售均价约为 3 万元、A3 硒鼓销售均价约为 1100 元；A4 打印机销售均价约为 900 元，A4 硒鼓销售均价约为 100 元。3）预测期间主营业务收支按 A4、A3 系列预测。请你公司：1）补充披露标的资产报告期各产品销售均价与所披露的定价区间差异较大的原因。2）按 A4、

A3 系列打印机、硒鼓的销售量、单价量化标的资产营业收入预测，并结合在手订单、潜在客户拓展，补充披露销售量的预测依据、以及单价的预测依据，与报告期销售量、单价变动情况的匹配性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、补充披露标的资产报告期各产品销售均价与所披露的定价区间差异较大的原因。

上市公司已在《重组报告书》中“第四章标的公司基本情况”之“五、奔图电子主营业务情况”之“（六）主要产品的生产和销售情况”之“3、销售价格情况”补充披露下列内容：

奔图电子一类和二类打印机销售均价位于定价区间之中，销售均价在定价区间中位置的差异主要是因为一类和二类打印机报告期内销售的不同价格产品比例不同所致。奔图电子二类硒鼓销售均价与定价区间差异的原因主要是用于计算销售均价的销量包含随打印机一同销售的硒鼓，而这部分随机销售的硒鼓并不单独定价。剔除不单独定价的二类硒鼓后，二类硒鼓报告期内销售均价为 154.10 元、151.56 元、160.61 元，处于定价区间内。

二、按 A4、A3 系列打印机、硒鼓的销售量、单价量化标的资产营业收入预测，并结合在手订单、潜在客户拓展，补充披露销售量的预测依据、以及单价的预测依据，与报告期销售量、单价变动情况的匹配性。

上市公司已在《重组报告书》中“第六章标的资产评估情况”之“二、奔图电子评估基本情况”之“（三）收益法评估具体情况”之“3、净现金流量预测”之“（1）营业收入预测”补充披露下列内容：

（一）预测期间奔图电子按照 A4、A3 系列打印机、硒鼓产品划分口径，量化预测数据

1、预测期间打印机收入预测数据如下：

项目/年度	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

二类-打印机销量(万台)	114.67	176.59	225.59	285.20	332.10	332.11
一类-打印机销量(万台)	0.21	0.68	1.52	2.01	2.52	2.52
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
二类-打印机销量(万台)	332.11	332.11	332.11	332.11	332.11	332.11
一类-打印机销量(万台)	2.52	2.52	2.52	2.52	2.52	2.52

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
二类-耗材销量(万支)	146.54	245.41	449.16	672.81	939.52	1,187.47
一类-耗材销量(万支)	0.50	1.56	4.86	9.36	17.01	18.43
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
二类-耗材销量(万支)	1,358.94	1,401.34	1,364.52	1,325.39	1,289.57	1,289.57
一类-耗材销量(万支)	21.66	22.79	22.41	21.99	21.63	21.63

2、预测期间耗材收入预测数据：

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
二类-打印机单价(元/台)	1,005.93	913.09	927.79	883.86	861.44	852.53
一类-打印机单价(元/台)	33,744.20	30,760.84	29,891.41	29,776.97	28,913.47	28,913.47
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年
二类-打印机单价(元/台)	824.29	824.29	824.29	824.29	824.29	824.29
一类-打印机单价(元/台)	28,913.47	28,913.47	28,913.47	28,913.47	28,913.47	28,913.47

项目/年度	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
二类-耗材单价(元/支)	154.10	151.56	165.59	188.26	189.69	190.78
一类-耗材单价(元/支)	1,225.64	1,140.44	1,149.72	1,176.43	1,168.72	1,149.19
项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续年

二类-耗材单价 (元/支)	192.95	196.77	200.55	201.28	201.80	201.80
一类-耗材单价 (元/支)	1,058.65	1,056.60	1,052.40	1,052.67	1,053.25	1,053.25

注：预测期间 A4 打印机耗材综合单价上涨，主要受预测期间中东非、欧洲、美洲、亚太等耗材销售单价较高的国家市场销量占比上升，以及 A4 打印机耗材产品结构升级、新品更新换代带来的影响。

(二) 奔图电子 2021 年 6 月底在手订单情况

单位：万台/万支

产品/月份	2021 年 6 月底
二类打印机	36.80
二类硒鼓	17.69
一类打印机	0.46
一类硒鼓	0.13

截至 2021 年 6 月底，奔图电子打印机产品在手订单共计 37.26 万台，耗材产品在手订单 17.82 万支，2021 年 1-6 月奔图电子已实现打印机销量 129.86 万台，耗材销量 184.79 万支（不包含自主生产的打印机出厂时自带的硒鼓）。上述在手订单将主要在下半年完成，同时，奔图电子在下半年也将持续新增订单。

报告期内，奔图电子主营业务收入按季度分类情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	83,374.82	45.34%	27,539.89	12.34%	28,156.15	19.02%
二季度	100,509.00	54.66%	45,781.84	20.51%	40,935.41	27.65%
三季度	-	-	53,571.93	24.00%	32,335.36	21.84%
四季度	-	-	96,326.36	43.15%	46,620.87	31.49%
合计	183,883.83	100.00%	223,220.02	100.00%	148,047.79	100.00%

根据奔图电子报告期内季度收入情况，下半年对全年收入的贡献大于上半年。

综上所述，销售量预测依据具有合理性，与报告期内销售量变动情况具有匹配性。

（三）奔图电子未来潜在客户拓展计划

奔图电子未来潜在客户拓展计划详见本核查意见第十二题第三小问、第二十二题第一小问相关回复。

（四）奔图电子打印机、耗材，销量单价预测依据以及与报告期的匹配性

1、预测销量依据奔图电子实际市场规划估计，与报告期变动情况具有匹配性

奔图电子打印机、耗材预测期销量依据管理层制定的在境内外市场、商用市场、ODM 业务以及信创市场的业务布局以及营销策略进行估计，涉及主要市场地区的打印机、耗材销量预测过程详见本核查意见第十二题、第二十二题中相关答复内容。

报告期奔图电子二类、一类打印机、耗材在信创市场、境内外商用市场、ODM 业务板块均有明显增长，预测前期上述产品销量保持一定的增长态势，之后逐渐平稳。打印机、耗材销量预测与报告期变动情况基本匹配。

2、预测期打印机、耗材价格略低于报告期，与报告期具有匹配性

奔图电子打印机、耗材销售价格预测主要依据报告期产品价格水平、市场中竞品售价水平、以及企业未来新品上市的营销计划进行预测，结合奔图电子未来年度的业务部署，如本题前述所示二类打印机产品在预测期间售价水平相比报告期间有所下调，一类打印机价格预测期间略有下降。耗材产品中，二类耗材预测期间受海外市场主要利润来自耗材的营销策略的影响，致使二类耗材综合单价有所上升；一类打印机耗材产品单价相比报告期间总体平稳且略有下降。

总体来讲，奔图电子预测期间打印机、耗材价格预测情况与报告期变动情况相比基本匹配。

三、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

（1）获取奔图电子报告的销售明细表，并抽查主要客户的销售交易文件，以确定交易的真实性；

(2) 分析奔图电子的销售产品、客户、市场的构成及其变动，了解主要市场的定价情况，分析价格变动的合理性；

(3) 了解奔图电子预测的依据，并与历史的财务数据进行比对，分析其预测假设的合理性。

2、经核查，会计师认为：

(1) 奔图电子一类和二类打印机销售均价位于定价区间之中，销售均价在定价区间中位置的差异主要是因为一类和二类打印机报告期内销售的高低价格产品比例不同所致。奔图电子一类硒鼓和二类原装硒鼓销售均价与定价区间差异的原因主要是用于计算销售均价的销量包含随打印机一同销售的硒鼓，而这部分随机销售的硒鼓并不单独定价。

(2) 奔图电子预测期间打印机、耗材价格预测情况与报告期相比基本匹配。

问题 23：申请文件显示，1) 奔图电子办公及生产用地均为租赁房产，且多处租赁房产的产权人为赛纳科技，合计租用面积 60014.84 m²，占总租赁面积的 69.64%。2) 奔图电子 2019 年、2020 年租金支出为 129.27 万元、235.66 万元。3) 奔图电子有三处租赁的房产无产权证书。请你公司：1) 列表披露标的资产 2018 年以来房产租金金额及实际支付情况；如与租赁房产产权人存在关联关系，关联方租赁面积及租金占比，防止利益输送的具体措施及其执行情况。2) 结合同地段可比房产租金价格，补充披露前述租赁房产租金定价是否公允。3) 列表补充披露所有租赁房产的主要用途，及是否为奔图电子主要生产经营场所，短期租赁或即将到期租赁房产的续期进展，以及对无法续期风险的应对措施。4) 补充披露产权瑕疵租赁房产对租赁稳定性和奔图电子日常运营的影响。5) 补充披露标的资产是否基于房产租赁对赛纳科技存在重大依赖，交易后保持上市公司独立性的具体措施。请独立财务顾问、会计师和律师核查并发表明确意见。

公司回复：

一、列表披露标的资产 2018 年以来房产租金金额及实际支付情况；如与租赁房产产权人存在关联关系，关联方租赁面积及租金占比，防止利益输送的具体措施及其执行情况

(一) 奔图电子 2018 年以来房产租金金额及实际支付的情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
年度租金支出	1,833.14	3,197.01	2,098.73	1,047.35
其中：				
关联方支出	916.61	1,736.78	1,364.20	853.24
关联方支出占比	50.00%	54.33%	65.00%	81.47%

奔图电子每月计提租金及物业费支出，一般于次月支付；截止反馈意见回复日，报告期内列支的租金费用已全部支付。

(二) 奔图电子的关联方租金支出的情况

奔图电子租用赛纳科技的厂房及办公室、并向赛纳物业支付租赁物业管理费，2018 年以来关联方租赁面积及租金占比汇总如下：

1、2018 年租金支出汇总

房产分类	房号	面积(平方米)	月租金单价(元)	2018 年不含税租金(万元)	备注
办公室	A1 栋 4 楼	653.48	24.00	13.01	2018 年 9 月增加面积
办公室	A1 栋 5-6 楼	5,166.00	14.00	82.10	未装修，作为仓库使用
厂房	6 栋 1 楼	8,806.01	13.00	136.55	
厂房	6 栋 2 楼	9,923.40	13.00	102.27	2018 年 5 月开始承租
厂房	6 栋 3 楼	4,822.35	13.00	37.00	2018 年 8 月开始承租
厂房	6 栋 4 楼	10,088.84	13.00	51.99	2018 年 9 月开始承租
厂房	6 栋 5 楼	10,655.83	13.00	161.93	
厂房	G1 栋 10 楼	2,284.40	14.00	26.33	2018 年 5 月开始承租
宿舍	宿舍	6,672.13	20.00	128.06	

房产分类	房号	面积 (平方米)	月租金单 价 (元)	2018 年不含税租 金 (万元)	备注
合计				739.24	

说明:

- (1) 上述租金支出未包括物业管理费 (下表同);
- (2) 每月按照实际使用面积结算, 故租金支出与租赁面积计算的单价与月租金单价存在偏差 (下表同)。

2、2019 年租金支出汇总

房产分类	房号	面积 (平方米)	月租金单 价 (元)	2019 年不含税租 金 (万元)	备注
办公室	A1 栋 4 楼	4,115.68	24.00	77.83	
办公室	A1 栋 5 楼	1,944.22	21.00	30.62	2019 年 11 月退租
办公室	A1 栋 6 楼	1,539.00	21.00	54.19	2019 年 6 月开始, 减少了一半的面积
厂房	6 栋 1 楼	9,878.45	21.00	382.99	
厂房	6 栋 2 楼	9,923.40	21.00	187.55	
厂房	6 栋 3 楼	2,161.93	21.00	47.65	
厂房	6 栋 5 楼	10,088.70	21.00	198.57	
厂房	G1 栋 10 楼	2,284.40	21.00	43.18	
厂房	工业废品仓库 (第三间)	30.00	10.00	0.27	2019 年 4 月开始承租
宿舍	宿舍	9,352.92	21.00	187.14	
合计				1,209.99	

3、2020 年租金支出汇总

房产分类	房号	面积 (平方米)	月租金单 价 (元)	2020 年不含税租 金 (万元)	备注
办公室	A1 栋 1 楼	1,752.46	24.00	32.28	
办公室	A1 栋 4 楼	6,176.61	24.00	107.33	2020 年 8 月开始租
办公室	A1 栋 5 楼	972.11	35.00	23.82	2020 年 8 月退租
办公室	A1 栋 6 楼	5,265.77	35.00	78.15	2020 年 8 月开始租
厂房	6 栋 1 楼	9,878.45	21.00	248.94	
厂房	6 栋 2 楼	9,923.40	21.00	250.07	
厂房	6 栋 3 楼	7,928.28	21.00	185.47	
厂房	6 栋 5 楼	10,088.84	21.00	254.24	
厂房	G1 栋 10 楼	2,284.40	21.00	6.95	2020 年 2 月退租

厂房	工业废品仓库(第三间)	30.00	10.00	0.36	
宿舍	宿舍	13,318.19	21.00	344.72	
合计				1,532.33	

4、2021年1至6月租金支出汇总

房产分类	房号	面积(平方米)	月租金单价(元)	2021年1-6月不含税租金(万元)	备注
办公室	A1栋1楼	1,466.88	24.00	21.12	
办公室	A1栋4楼	3,726.68	24.00	53.66	
办公室	A1栋6楼	3,726.77	35.00	78.26	
厂房	6栋1楼	9,878.45	21.00	124.47	
厂房	6栋2楼	9,923.40	21.00	125.03	
厂房	6栋3楼	7,928.28	21.00	99.90	
厂房	6栋5楼	10,088.84	21.00	127.12	
厂房	工业废品仓库(第三间)	30.00	10.00	0.18	
宿舍	宿舍	13,316.69	21.00	167.53	
合计				797.27	

奔图电子向赛纳科技租入厂房、办公室，每年签订租赁合同，按照约定的租金单价及实际使用的面积进行结算，每月对账后开票。赛纳科技分别在2018年、2019年对部分房产上调租金单价，并予以通知。

(三) 奔图电子防止利益输送的具体措施及其执行情况

奔图电子了解上市公司向赛纳科技租入房产的单价，参照上市公司的单价及结算方式与赛纳科技结算每月的租金支出，以保证关联方交易价格的公允性；上市公司分别向赛纳科技租入厂房、办公室，每年度召开董事会并审议通过此关联方交易单价及规模，上市公司每月分别与赛纳科技、赛纳物业对账后开票结算；奔图电子向赛纳科技租入的房产与上市公司具有可比性，未存在通过关联方交易利益输送的情形。

二、结合合同地段可比房产租金价格，补充披露前述租赁房产租金定价是否公允

奔图电子向赛纳科技租入的物业位于珠海市珠海大道 3883 号，靠近珠海南屏工业园；经网页、微信方式查询珠海南屏工业园 2018 年至 2020 年的租金单价，每月每平方米单价在 13 至 28 元区间内；具体单价根据楼层、装修的情况进行调整；租金每月每平方米单价每年有 1 至 2 元的上调幅度。

经查询的周边物业的价格与赛纳科技收取的租金标准，不存在明显不公允的情况。

三、列表补充披露所有租赁房产的主要用途，及是否为奔图电子主要生产经营场所，短期租赁或即将到期租赁房产的续期进展，以及对无法续期风险的应对措施

上市公司已在重组报告书“第四章标的公司基本情况”之“四、主要资产权属、对外担保以及主要负债情况”之“（一）主要资产权属情况”之“1、固定资产基本情况”之“（2）租赁房产”补充披露如下：

截至 2020 年 12 月 31 日，奔图电子及其境内控股子公司签署并正在履行的租赁合同共计 26 份，2021 年 1 月至 6 月期间，前述 26 份租赁合同中的 5 份合同已终止，部分到期合同已完成续期，奔图电子及其境内子公司新增签署 4 份租赁合同；截至 2021 年 6 月 30 日，奔图电子及境内其控股子公司作为承租方签署并正在履行的租赁合同共计 25 份，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产地址	租赁房产所有人	租赁房产权属证书编号	租赁面积	租赁期限	主要用途	是否为主要生产经营场所	续期进展
1	奔图电子	赛纳科技	珠海市珠海大道 3883 号 1 栋 1 楼、4 楼、6 楼，6 栋 1 楼、2 楼、3 楼、5 楼	赛纳科技	粤房地权证珠字第 0100273577 号 粤（2017）珠海市不动产权第 0084137 号	44,574.71 m ²	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	生产车间及办公室	是	到期后续租
2	奔图电子	赛纳科技	珠海市珠海大道 3883 号宿舍 300 间	赛纳科技	粤房地权证珠字第 0100284349 号 粤房地权证珠字第 0100284350 号	12,524.62 m ²	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	员工宿舍	否	到期后续租
3	奔图电子	张彦慧	珠海市香洲区珠海大道 3888 号 18 栋 2204 层	张彦慧	粤（2017）珠海市不动产权第 0006519 号	87.02 m ²	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	员工宿舍	否	到期后续租
4	奔图电子	珠海凯利达供应链有限公司	珠海市香洲区南屏街道红东村西域码头凯利达仓库 4 号、6 号和 7 号仓库	西域（珠海保税区）物流有限公司	粤房地权证珠字第 0100278889 号	10,900 m ²	2020 年 11 月 1 日至 2021 年 7 月 31 日	仓库	否	到期后续租
5	奔图电子	珠海市瑞元文化传播有限公司	珠海市平沙振平东路 167 号 2 号楼 1/2/3/4/5 楼	珠海满立实业有限公司	粤房地权证珠字第 0200016343 号	19,292 m ²	2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日	仓库	否	已续租，新租期为 2021 年 7 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日

序号	承租方	出租方	租赁房产地址	租赁房产所有人	租赁房产权属证书编号	租赁面积	租赁期限	主要用途	是否为主要生产经营场所	续期进展
6	奔图打印	赛纳科技	珠海市珠海大道3883号1栋1楼、4楼	赛纳科技	粤房地权证珠字第0100273577号	1,310.55 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	办公室	是	到期后续租
7	奔图打印	赛纳科技	珠海市珠海大道3883号宿舍13间	赛纳科技	粤房地权证珠字第0100284349号 粤房地权证珠字第0100284350号	542.17 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	员工宿舍	否	到期后续租
8	奔图打印	珠海港百安物流有限公司	珠海市南屏科技园屏北一路11号2号楼1楼	中国人民解放军海军海南舰队	粤房地权证珠字第0100096940号	3,420 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	仓库	否	到期后续租
9	奔图打印	广东信源物业管理有限公司	广州市天河区天河北路898号信源大厦3310-3312号	中国邮政集团有限公司广东省分公司	粤(2020)广州市不动产权第02208085号	148.2 m ²	2018年12月17日至2021年12月16日	办事处办公室	否	到期后续租
10	奔图打印	杨懿石	上海市静安区恒丰路638号苏河一号写字楼710室	杨懿石	沪(2017)静字不定产权第012376号	147.2 m ²	2021年1月1日至2023年1月31日	办事处办公室	否	/
11	奔图管理	赛纳科技	珠海市珠海大道3883号1栋1楼、4楼	赛纳科技	粤房地权证珠字第0100273577号	316.53 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	办公室	是	到期后续租
12	奔图管理	珠海市助友商务服务有限公司	珠海市香洲区香工路18号9#(厂房)202房D区	珠海市助友商务服务有限公司	粤房地权证珠字第0100234644号	75 m ²	2019年10月1日至2021年6月30日	办公室	否	已续租,新租期为2021年7月1日至2022年6月30日
13	北京奔图电子	北京中关村软件园发展有限责任公司	北京市海淀区东北旺西路8号院9号二区3层304-1、304-2	北京中关村软件园发展有限责任公司	X京房权证海其字第012810号	986.44 m ²	2020年12月07日至2023年12月31日	办公室	是	/

序号	承租方	出租方	租赁房产地址	租赁房产所有人	租赁房产权属证书编号	租赁面积	租赁期限	主要用途	是否为主要生产经营场所	续期进展
14	北京奔图电子	庄胜（北京）房地产经纪有限公司	北京市西城区宣武门外大街6、8、10、12、16、18号10楼728-729单元	庄胜（北京）房地产经纪有限公司	X京房权证宣字第043682号、X京房权证宣字第043683号	170.32 m ²	2021年5月1日至2023年4月30日	办公室	是	/
15	北京奔图电子	北京庄胜房地产开发有限公司	北京市西城区宣武门外大街6、8、10、12、16、18号10楼730-731单元	北京庄胜房地产开发有限公司	京房权证市宣港澳台字第10223号	163.86 m ²	2021年5月1日至2023年4月30日	办公室	是	/
16	北京奔图电子珠海分公司	赛纳科技	珠海市珠海大道3883号1栋1楼、1栋4楼	赛纳科技	粤房地权证珠字第0100273577号	537.51 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	办公室	是	到期后续租
17	北京奔图电子珠海分公司	闫雨	成都市高新区天府二街138号3栋31层3108	闫雨	川（2018）成都市不动产权第0142714号	83.87 m ²	2020年2月1日至2022年1月31日	办事处办公室	否	/
18	北京奔图电子珠海分公司	上海甘雅投资管理有限公司	上海市长宁区虹桥路996弄71号5楼513室	上海英华纺织品有限公司	沪房地长字（2007）第014770号	90 m ²	2020年2月1日至2022年1月31日	办事处办公室	否	/
19	北京奔图电子珠海分公司	赛纳科技	珠海市珠海大道3883号宿舍5间	赛纳科技	粤房地权证珠字第0100284349号 粤房地权证珠字第0100284350号	208.75 m ²	2021年1月1日至2021年12月31日	员工宿舍	否	到期后续租
20	北京奔图电子珠海分公司	左闯、邹绍英	成都市高新区天府大道中段177号天鹅湖北苑25幢	左闯、邹绍英	成房权证监证字第4511558号	106.95 m ²	2020年3月9日至2021年3月8日	办事处员工宿舍	否	已续租，新租期为2021年3月9日至2022年3月

序号	承租方	出租方	租赁房产地址	租赁房产所有人	租赁房产权属证书编号	租赁面积	租赁期限	主要用途	是否为主要生产经营场所	续期进展
			1单元16楼7号房							月8日
21	北京奔图电子珠海分公司	李昶昂、李昶轩	广州市越秀区星垣东一巷5号A5栋2303房	李昶昂、李昶轩	/	104 m ²	2020年5月25日至2021年5月24日	办事处员工宿舍	否	已续租，新租期为2021年5月25日至2022年5月24日
22	北京奔图电子珠海分公司	张建国	上海市徐汇区中山西路1509弄2号901室	张建国	沪房地徐字(2013)第000677号	104.35 m ²	2020年4月9日至2021年4月8日	办事处员工宿舍	否	已续租，新租期为2021年4月9日至2022年4月8日
23	北京奔图电子珠海分公司	陈滨	丰台区嘉园三里甲10号楼2701	陈滨	京房权证丰私字第34251号	147.04 m ²	2020年10月13日至2021年10月12日	办事处员工宿舍	否	到期后续租
24	北京奔图电子珠海分公司	韩玲	武汉市武昌区中北路148号天源小区利园天仙阁B座1单元12层2号	韩玲	昌字第200416358号	116.07	2021年2月23日至2022年2月22日	办事处员工宿舍	否	/
25	北京奔图	北京通明湖信息城发展有限公司	北京市经济技术开发区科谷一街10号院信创园A区1号楼4层	北京通明湖信息城发展有限公司	京(2017)开不动产权第0025615号	1,268.11 m ²	2020年8月10日至2025年8月9日	办公室	是	/

对于上述列表内所列示的租赁期截至2021年12月31日的短期租赁或即将到期租赁房产，除第10项外，标的公司表示均会在对应的租赁合同到期后进行续租，不存在无法续租的实质风险。根据该等租赁物业的租赁合同相关约定，奔图电子就第1、2、4-8、13、15、19及23项租赁物业享有在租赁期满后同等承租条件下优先承租权利。租赁期内，标的公司及下属公司与出租方合作顺畅，不存在因租赁合同产生的纠纷。上述短期内到期的租赁物业对租赁标的并无特别要求，可替代性高，标的公司及下属公司所在区域存在其他可替代的物业，即使后续存在部分租赁物业无法续期的情况，标的公司会积极寻找其他替代性租赁物业且不存在实质障碍。

四、补充披露产权瑕疵租赁房产对租赁稳定性和奔图电子日常运营的影响

上市公司已在重组报告书“第四章标的公司基本情况”之“四、主要资产权属、对外担保以及主要负债情况”之“（一）主要资产权属情况”之“1、固定资产基本情况”之“（2）租赁房产”补充披露如下：

上述第 21 项租赁物业为回迁安置房，无产权证书，根据出租方提供的《杨箕村城中村改造回迁安置房摇珠分房摇珠结果确认书》，出租方对该等房屋有使用、出租等处分权利，前述产权瑕疵不影响租赁合同的效力，截至目前不存在因该租赁合同订立、履行导致的未决纠纷或经合理预期的潜在纠纷，奔图电子及其下属公司在该等租赁合同约定的租赁期限内可稳定使用该等租赁物业；前述拟到期续租的产权瑕疵租赁物业面积仅占总租赁物业面积比例约 0.11%，占比极低，主要用途系员工宿舍，并非标的公司的主要生产经营场所；前述租赁物业对租赁标的并无特别要求，可替代性高，标的公司及下属公司所在区域存在其他可替代的物业且寻找其他替代性租赁物业并不存在实质障碍；因此，该等产权瑕疵租赁房产不会对租赁稳定性和标的公司及其境内控股子公司的日常运营造成重大不利影响。标的公司及其境内控股子公司承租房屋存在未办理房屋租赁登记备案手续的情形，该等情形虽不符合《商品房屋租赁管理办法》第十四条的规定，在建设（房地产）主管部门责令限期改正且逾期不改正的情况下，可能面临被处以一千元以上一万元以下罚款的风险，但不影响租赁合同的效力，也不会对标的公司及其境内控股子公司的持续经营造成重大不利影响。

五、补充披露标的资产是否基于房产租赁对赛纳科技存在重大依赖，交易后保持上市公司独立性的具体措施

上市公司已在重组报告书“第四章标的公司基本情况”之“四、主要资产权属、对外担保以及主要负债情况”之“（一）主要资产权属情况”之“1、固定资产基本情况”之“（2）租赁房产”补充披露如下：

上述租赁物业中，标的公司自赛纳科技承租的物业用途主要位于珠海，用途涵盖生产车间、办公室及员工宿舍，租赁面积约占截至2021年6月30日总租赁面积约61.79%。根据《关于核准珠海赛纳科技股份有限公司打印机产业园一期建设项目的通知》（珠科工贸信[2011]684号）和《关于核准珠海赛纳科技股份有限公司打印机产业园一期建设项目的通知》（珠科工贸信资函[2014]133号），标的公司承租自赛纳科技的物业本身即被规划用于建设打印机产业园项目，项目用途涵盖一般厂房、耗材生产等，根据赛纳科技营业执照，赛纳科技的经营范围包括“不动产租赁、其他财产租赁”，赛纳科技向标的公司出租物业属于其正常商业经营行为；该等关联租赁价格系参照市场价格确定，定价公允；标的公司向赛纳科技租赁的生产场地为一般厂房，可替代性高，标的公司所在区域存在其他可替代的物业，即使后续无法继续租赁前述赛纳科技物业，标的公司会积极寻找其他替代性租赁物业且不存在实质障碍。因此，标的公司未基于房产租赁对赛纳科技存在重大依赖。

上市公司已在重组报告书“第八章交易的合规性分析”之“三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条规定”之“（二）本次交易有利于上市公司规范和减少关联交易和避免同业竞争，增强独立性”之“3、独立性”补充披露如下：

本次交易前，上市公司资产完整，在人员、采购、销售、业务、机构、财务等方面保持独立。本次交易的标的公司奔图电子具有独立的法人资格，具有独立运营所需的资产，具备运营所需的完整业务体系。本次交易前后，上市公司的控股股东不发生变化，上市公司将继续保持人员、采购、销售、业务、机构、财务等方面的独立性。上市公司控股股东及实际控制人出具了《关于保证上市公司独立性的承诺函》、《关于减少和规范关联交易的承诺函》、《关于避免同业竞争的承诺函》等长期有效的承诺，承诺于本次交易完成后，保证上市公司在人员、

资产、财务、机构及业务方面继续与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，保持上市公司在人员、资产、财务、机构及业务方面的独立性；上市公司将继续严格按照《公司章程》及其他相关内控制度要求履行关联交易的审议及重大关联交易审计程序；如上市公司控股股东及实际控制人违反前述承诺或《公司章程》等相关制度给上市公司造成损失的，则其应赔偿上市公司由此遭受的损失；前述上市公司控股股东及实际控制人出具的承诺、上市公司内部制度及赔偿机制等措施均有利于增强上市公司独立性。

综上所述，本次交易中奔图电子未基于租赁房产对赛纳科技存有重大依赖，本次交易后将提高上市公司资产质量、改善财务状况、增强持续盈利能力，上市公司将严格遵循公司内部治理中关于关联交易的相关制度，做到关联交易决策程序合规、合法，关联交易定价公允，结合赛纳科技对于关于独立性的承诺的履行，本次交易完成后将继续保持上市公司的独立性。

六、补充披露情况

上市公司已在重组报告书“第四章标的公司基本情况”之“四、主要资产权属、对外担保以及主要负债情况”之“（一）主要资产权属情况”之“1、固定资产基本情况”及“第八章交易的合规性分析”之“三、本次交易符合《重组管理办法》第四十三条规定”之“（二）本次交易有利于上市公司规范和减少关联交易和避免同业竞争，增强独立性”之“3、独立性”章节中补充披露上述相关内容。

七、会计师核查程序及核查意见

1、针对上述问题，会计师的核查程序主要包括：

（1）梳理奔图电子账面列支的租金支出，获取对应的租赁合同及相关产权资料，结合奔图电子提供的租赁合同进行比对；

（2）在公开信息平台查询产权信息，识别关联方租赁的事项；

（3）查询关联方出租房产周边的单价并进行比对，分析租金列支的合理性。

2、经核查，会计师认为：

1、奔图电子与赛纳科技的交易价格均有公允性，未存在通过关联方交易利益

输送的情形；

2、经查询周边物业的价格与赛纳科技收取的租金标准，前述租赁房产租金不存在明显不公允的情况；

3、租赁期截至 2021 年 12 月 31 日的短期租赁或即将到期租赁房产，奔图电子确认均会在对应的租赁合同到期后进行续租，不存在无法续租的实质风险。即使未来存在部分租赁物业无法续期的情况，标的公司会积极寻找其他替代性租赁物业且不存在实质障碍；

4、该等产权瑕疵租赁房产不会对租赁稳定性和标的公司及其境内控股子公司的日常运营造成重大不利影响；

5、标的公司未基于房产租赁对赛纳科技存在重大依赖，上市公司控股股东及实际控制人出具的承诺、上市公司内部制度及赔偿机制等措施均有利于增强上市公司独立性。

本专项说明报告仅供公司报送中国证券监督管理委员会关于对纳思达股份有限公司《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（211170 号）相关问题的会计师意见回复使用，不得用作任何其他目的，因使用不当造成的后果与注册会计师及所在的会计师事务所无关。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：
杜小强（项目合伙人）

中国注册会计师：
张之祥

中国注册会计师：
廖慕桃

中国·上海

二〇二一年八月三日