广东司农会计师事务所(特殊普通合伙) 关于《关于对广东绿岛风空气系统股份 有限公司 2021 年年报的问询函》的回复

深圳证券交易所创业板公司管理部。 定专字[2022]21007550040 号 深圳证券交易所创业板公司管理部。 (创业板年报问询函1 2022]第 332 号)(关于对广东绿岛风空气系统股份有限公司的 2021 年 报问询函8)(以下简称"公司"或"绿岛风")转来的贵部问询函 (制业板年报问询函1 2022]第 332 号)(关于对广东绿岛风空气系统股份有限公司的 2021 年 取问询函8)(以下简称"问询函")奉悉。对此、我们作了认真研究,并根据问询函的要求,对绿岛 风相长问题的情况说明如下: 1. 报告期内、公司实现营业收入 5.51 亿元,同比上升 33.74%,分地区看、华中、华北、西北 地区营业收入分别同比上升 51.47%,54.69%,59.29%,上升幅度高于其他地区。综合毛利率为 28.91%,同比下降 6.41 个日分点。

地区营业收入分别同比上升51.47%、54.69%、59.29%,上升幅度高于其他地区。综合毛利率为28.91%。同比下降6.41个百分点。
(1) 请给合行业环境。公司具体生产经营情况、主要客户变动情况等说明报告期内营业收人同比上升的原因及合理性。
(2) 请补充说明近两年前五大客户的基本情况,包括客户名称、销售内容。金额、回款情况、与公司、实际控制人、控股股东、董监高是否存在关联关系、如相关客户2021年销售金额同比发生较大变化的、说明原因及合理性。
(3) 请结合公司业务拓展、订单获取、主要客户情况等说明报告期内华中、华北、西北地区营业收入大幅上升的原因及合理性。
(4) 请结合公司业务拓展、订单获取、主要客户情况等说明报告期内中中、华北、西北地区营业收入大幅上升的原因及合理性。
(4) 请结合具体产品销售价格、成本变动等说明毛利率同比下降的原因及合理性。与同行业公司是否一致、如否、说明原因及合理性。公司在(招股说明书)中是否充分提示相关风险。请年申机构核查并发表明确意见。
回复:
(一)公司回复
(1) 请结合行业环境、公司具体生产经营情况、主要客户变动情况等说明报告期内营业收入同比上升的原因及查理性。
1、行业环境方面公司发行业质长等成,如民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等,这些应用领域的持续发展推动了室内通风系统产品需求的不断增长、据华经产业研究陈统计、近年来我国新风行业质长性显现,2013—2020年市场规模、不断增长、据华经产业研究陈统计、近年来我国新风行业质长性显现,2013—2020年市场规模、标简长、新风系统行业在国内处于快速成长期,在2021年中国新风系统销量预计将达 311 万套、同比增长 47.39%、销售预计将达 311 万套、同比增长 47.39%、销售预计将达 311 万套、同比增长 47.39%、销售预订计客。2017~2022年中国新风系统销量预计将达 311 万套、同比增长 47.39%、销售预订计客达到 C元、同比增长 46.23%。

2017~2022年中国新风系统销售统计



第12任「品生厂」到。公司 2021 中下半年增加生厂。 記字能的扩大。 3.公司主要客户变动情况 公司 2021 年度前十大客户的收入变动情况如下: 单位:万元

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

合计 12,722.60 3.890.46 30.58% Coll 中度管业收入较 2020 年度增长 13,911.39 万元,增长率为 33.74%。 公司 2021 年度前十大客户的销售额占营业收入比例为 30.13%,前十大客户的总体销售增长率为 30.58%,与公司营业收入增长保持同步。 江门市亿恒再生资和限公司是公司的钢材边角料销售商,销售额增长较快主要是公司本年产量增加相应钢材边角料增多,同时钢材采购单价上涨钢材边角料的收购价也相应上涨(2021 年 CSPI 国内钢材的角料销售额有所增长。 正约国本任务记录的,是不是一个企业,是

公司近两年前五十家户的基本情况加下,

조미보까-	十削丑人谷	尸的基本情况如	P:				
客户名称	成立时间	注册地址	注册资本(万元)	从事业务	股权结构	董监高	是 否 存 在 关 联 关系
广州建朝环境科 技有限公司	2012年5月31日	广州市白云区广州 大道北同和中路 28 号之一金圣大厦 10 楼	2,000	通风设备、 风口管道配 件等	王全 99%、王 匡 1%	王全(执行董事 兼总经理)、王 匡(监事)	否
广州杰泰贸易有 限公司	2003年7月1日	广州市天河区车陂 北街 29 号 502 室 (仅限办公)	300	通风设备	郝廷佳 55%、 吳康泉 45%	郝廷佳(执行董 事兼总经理)、 吴康泉(监事)	否
杭州风行机电设 备有限公司	2004 年 12 月 1 日	中国(浙江)自由贸 易试验区杭州市滨 江区西兴街道丹枫 路 788 号 1 幢 701 室	510	通风设备、 开关照明类 业务	张开泉 50%、 于雪艳 50%	于雪艳(执行董 事兼总经理)、 张开泉(监事)	否
杭州华哲科技有限公司	2010年4月 20日	浙江省杭州市滨江 区西兴街道丹枫路 788号1幢704室	1,500	通风设备、 开关照明类 业务	于 雪 艳 63.67%、张开 泉 33.33%、杭 州风行机电 设备有限公 司 3%	张开泉(执行董 事兼总经理)、 于雪艳(监事)	否
南京福将电气有限公司	2005 年 11 月 23 日	南京市建邺区应天 西路 168 号 10 幢 201 室	50	通风设备、 开关照明类 业务	张开泉 70%、 周小林 30%	周小林(执行董 事兼总经理)、 张开泉(监事)	否
南京绿装环境科 技有限公司	2019年3月 21日	南京市雨花台区风 集大道 15 号 61 幢 B03 栋 108 室	510	通风设备、 开关照明类 业务	张宇坤 70%、 王洪磊 15%、 张开元 15%	王洪磊(执行董 事)、张开元(监 事)	否
江门市亿恒再生 资源有限公司	2018 年 12 月 13 日	江门市新会区罗坑 镇芦冲村委会安和 后(土名)	100	再生资源回 收	陈茂盛 99%、 刘平花 1%	陈茂盛(执行董 事、经理)、刘平 花(监事)	否
长沙绿润电器贸 易有限公司	2016年4月1日	长沙市开福区沙坪 街道中青路 1318 号佳海工业园 B11 栋 603 房	50	通风设备	罗昕明 100%	罗昕明(执行董 事兼总经理)、 杨元香(监事)	否
苏州市德东五金 机电设备有限公 司	2002 年 11 月 19 日	苏州市城北西路 1599 号 D8 幢 105 室	50	通风设备	王银森 80%、 王颖 20%	王银森(执行董事)、王颖(监事)	否
深圳绿导风通风 系统有限公司 (曾用名:深圳市 风之都电器有限 公司)	2008 年 11 月 18 日	深圳市龙华区龙华 街道松和社区东吴 工业区厂房十一1 层	100	通风设备	胡家杰 100%	胡家杰(执行董 事、总经理)、张 海涛(监事)	否
分 特別囚	行 却 由 汎 /	系有限公司 杭州	化地址	F # IP /\ =1	古台石林口	カケケ四ハコ	古士妇

半世:カル							
客户名称	销售内容	2021 年销售额 (含税)	2021 年 回 款額	销售回款率	2020 年销售 額(含税)	2020 年 回 款額	销售回款率
广州建朝环境科技 有限公司	新风系列产品、风幕机	4,051.79	4,046.81	99.88%	3,933.85	4,239.11	107.76%
广州杰泰贸易有限 公司	新风系列产品、风幕机	3,511.42	3,192.10	90.91%	2,178.14	2,288.90	105.09%
杭州风行机电设备 有限公司、杭州华哲京 科技有限公司、南京级公司、 南京绿装环境科技 有限公司	新风系列产品、风幕机	2,142.48	2,139.12	99.84%	1,864.93	1,928.09	103.39%
江门市亿恒再生资 源有限公司	钢材边角料	1,675.42	1,675.42	100.00%	797.59	797.59	100.00%
长沙绿润电器贸易 有限公司	新风系列产品、风幕机	1,452.54	1,389.18	95.64%	1,071.59	1,160.43	108.29%
深圳绿导风通风系 统有限公司(曾用 名;深圳市风之都电 器有限公司)	新风系列产品、风幕机	1,371.67	1,451.80	105.84%	1,022.32	1,044.20	102.14%

名,深即而以之都电 苗,风畅和 富有限公司 [14,205.32] 13,894.43 [07,81% [10,868.42] 11,458.32 [105.43%] 公司 2020 年度和 2021 年度前五大客户的平均销售回款率分别为 105.43%和 97.81%,销售回款情况良好。公司近两年前五大客户销售金额变动较大的客户主要有广州杰参贸易有限公司和江门市亿恒再生资源有限公司,变动原因参见第 1 题第(1) 同的相关回复。 (3) 请结合公司业乡拓展、订单获取、主要客户情况等说即报告期内中中、华北、西北地区营业收入大幅上升的原因及合理性,上升幅度高于其他地区的原因及合理性。公司境内销售以经销模式为主,兼有部分直销。电商模式;公司境外销售以 ODM 模式为主。经销模式下,经销商创公司以买形形式采购产品后,通过买新式交易方式向下游进行销售,直接销售或通过分销商销售至以五金店、建材店,灯饰店、暖通店等为主的全国各地终端销售网点,或将产品销售至房地产公司,建筑公司,安装公司等在向公司以采购价的基础上增加合理主、经时的成本资本的企业,或者将上销售。直接销售或通过分销商销售至以五金店、建材店,灯饰店、暖通店等为主的全国各地终端销售网点,或将产品销售至房地产公司,建筑公司,安装公司等客户,或者销售至酒店,餐饮机构、工厂等需要自用公司产品的客户。在内销方面公司业务拓展的策略主要有。①下沉经销渠道,自行或与经销商共同扩展终端网点;②通过调请形象大使,广告推广,开设体验店等方式提升品牌在终端消费者中的知名度,增强"绿岛风"品牌的影响力。公司通过提升品牌影响力增加客户的下单量。公司开拓外销客户的主要该径分参加国内外的服会活动,通过广泛参加大中型展会向客户展示公司产品,提供产品技术规格,产品报价等,在展会上达成初步合作意向。在展会活动结束后,主要通过邮件,微信等社安软件方式与客户进行沟通获取订单。

单位:万元

分区	2021 年度销售額	2020 年度销售额	变动额	变动率
华东	16,752.63	12,728.89	4,023.74	31.61%
华南	18,926.70	14,237.73	4,688.97	32.93%
华中	4,245.01	2,802.62	1,442.39	51.47%
华北	5,614.25	3,629.45	1,984.80	54.69%
西南	3,562.38	2,725.55	836.83	30.70%
西北	1,601.81	1,005.59	596.22	59.29%
东北	613.70	543.33	70.37	12.95%
境外	3,829.01	3,560.94	268.07	7.53%
AH	EE 14E 40	41 224 10	12 011 20	23 749/

增长率较快主要是 2020 年度华中地区受新冠疫情影响销售额较低, 2021 年度销售额恢复所

业公司是否一致,如否;该阴原因及合理性。 公司在《招股说明书》中是否充分提示相关风险。 公司各类产品的销售单价、单位成本的变动情况如下; 单位:元

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

单位成本 566.16 480.66 17.79%
从上表可知,公司各类产品的毛利率均有不同幅度的下降,并且单位成本的增长率高于销售单价的增长率,公司毛利率同比下潜的主要原因是各类产品的单位成本上涨所影响。公司原材料采购主要包括钢材,五金塑料制品、电子元器件、电机、铜质漆包线、塑料原料、包装材料等。报告期内主要原材料采购金额情况如下,单位:万元

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

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

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

別級級金)

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

2021年度同行业公司毛利率	率变动情况如下:	
司行业可比公司	毛利率变动率	产品类别
乙利达	-3.35%	空调风机及配件
2峰环境	-3.49%	智能装备
可风股份	-8.43%	通风与空气处理系统设备
全盾股份	7.84%	通风与空气处理系统设备
2均	-1.86%	
2司	-6.41%	

| 2021年度公司毛利率变动方向与同行业公司变动一致。
(二)会计师意见
1、会计师核查过程
(1)访谈公司管理层,了解室内通风系统行业的行业环境、公司的经营情况。了解公司销售
收人增长的原因;
(2)向公司管理层了解本年主要客户收入变动较大的原因以及华中、华北、西北地区销售
收入增较快的原因。并判断其合理性;
(3)通过国家企业信用信息公示系统网站查询主要客户基本资料,包括成立时间、股权结构等;

等; (4)获取公司采购明细表,分析报告期内主要原材料平均采购价格的变动情况; 〔5)查阅同行业上市公司年度报告,获取经营业绩相关数据,并与公司财务数据进行比较

网等:
(4) 获取公司采购明细表,分析报告期内主要原材料平均采购价格的变动情况;
(5)查阅同行业上市公司年度报告,获取经营业缴相关数据,并与公司财务数据进行比较分析;
(6) 获取公司销售收人明细表,复核各类产品销售单价和销售成本的变动趋势,向公司管理层了解毛利率下降的原因,并判断其合理性。
2.会计师核查结论
经验查,我们认为,
(1)公司室内通风系统产品广泛应用于民用住宅、市政基建、商业场所、工业厂房等国民经济各个领域,这些应用领域的持续发展推动了室内通风系统产品需求的不断增长。本年公司加大产品推广为度,加大新客户的开拓,销售收入增长具有一定的合理性;
(2)公司近两年前五大客户与公司实际控制人、控股股东、重监高均不存在关联关系;
(3)公司近四年中地区、华北地区、西北地区的营业收入快速增长具有一定的合理性;
(4)公司毛利率同比下降主要是主要原材料采购价格上涨导致单位成本上涨,与同行业可比公司情况原对企业和发展,以101请给合行业特点。公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理性。
(1)请给合行业特点。公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理性。
(2)请询明运两年前十大经销商的基本情况。包括但不限于注册资本,成立时间、与公司的合作历史。本期交易金额毛利率期后回款及退货金额等,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、重监高是否存在关联关系,如相关经销商 2021 年销售金额同比发生较大变化的,说明原因发合理性。请会计师核查并发表意见。回复;
(一)公司回复
(1)请结合行业特点、公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理性、适合计师核查并发表意见。回复;
(一)公司回复,(1)请结合行业特点。公司产品特性、下游客户分布、同行业公司情况等说明公司采用经销模式的必要性和商业合理,20公司产品中销售模式,20公司产品的销售模式来开拓维护客户将产品主要应用于民用住宅、商业场所、20公司及经销为的销售模式来开拓维护客户将产品主要应用于民用住宅、企业分别公司产品,20公司充足的销售模式来开拓维护客户将产品,20公司系统经经销资值,不现实现代。20公司是有关键表现分,20公司是有关键表现分,20公司是有关键表现分,20公司是有关键表现分,20司是有关键表现分,20司是有关键数据,20公司是有关键表现分,20司是有关键表现分,20司是数据,20公司表现有数据,20公司表现有数据,20公司表现及公司表现在20分别,200分别的,200分别

. 上述上市公司具体情况如下:

公司名称	主要产品	经销收人报告期内占比	经销商数量	下游网点数量
公牛集团		2019 年 1-6 月 :86.41% 2018 年 :84.76%2017 年 : 84.81%	截至 2019 年 6 月 底 2,333 家	截至 2020 年 6 月底,公司已在全国范围内建立了近 75 万个五金渠道网点、近 12 万个专业建材及灯饰渠道网点及 18 万多个数码配件渠道网点
欧普照明			截至 2015 年末 2,162家	截至 2019 年末,全国流通网点数量超过 14 万个
三雄极光	绿色照明灯具、照明光源及照明控制类产品等	2019年:89.14% 2018年:89.13%2017年: 91.34%	350 多家	截至 2019 年末,公司在全国拥有 的销售终端已超过 20,000 家,其中 专卖店 4,000 多家,灯饰店达到 98 家,全国领航店 15 家
奥普家居	浴霸、集成吊顶、 集成墙面、晾衣 机、照明、集成灶、 新风系统等	2019年1-6月:75.06% 2018年:75.49%2017年: 85.80%	截至 2019 年末 921 家	截至 2019 年末, 公司拥有经销商 921 家, 经销商合计拥有专卖店 1,659 家
综上所述	.亿利达、南风形	份、金盾股份等大通	风行业上市公司	引产品专用性强、目标客户相

业特点。
(2)请说明近两年前十大经销商的基本情况。包括但不限于注册资本、成立时间、与公司的合作历史、本期交易金额 毛利率 期后回款及退货金额等,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高是各存在关联关系、如相关经销商 2021 年销售金额同比发生较大变化的,说明原及及净理性。
(①请说明近两年前十大经销商的基本情况,包括但不限于注册资本、成立时间、与公司的合作历史,与公司、控股股东、实际控制人、5%以上股东、董监高是否存在关联关系
公司近两年前十大经销商的基本情况如下:

客户名称	成立时间	注册资本(万 元)		股权结构		与公司的合作 历史	是否存在 关联关系
	31 ⊟	2,000	通风设备、风 口管道配件等		王全	2012年至今	否
5司	11 🖽	300	进风设备	45%		2003年至今	否
前州风行机电设备 有限公司	2004 年 12 月1日	510		张开泉 50%、于雪艳 50%		2004年至今	否
前州华哲科技有限 公司	20 🗆		通风设备、开 关照明类业务	于雪艳 63.67%、张开泉 33.33%、杭州风行机 电设备 有限公司 3%	张开泉	2015-2016 年至 今	
有京福将电气有限 公司	2005 年 11 月 23 日	50		张开泉 70%、周小林 30%		2005-2006 年至 今	否
有京绿装环境科技 首即公司	2019年3月	510		张宇坤 70%、王洪磊 15%、张开元 15%		2019年至今	否
た沙绿润电器贸易 有限公司				罗昕明 100%		2016年至今	否
	月 19 日	50	通风设备	王银森 80%、王颖 20%	王银森	2008年至今	否
深圳绿导风通风系 充有限公司(曾用 名:深圳市风之都 也器有限公司)	2008 年 11 月17日	50		胡家杰 100%	胡家杰	2009年至今	否
上海雷力电器有限 公司			进风设备	20%		2008年至今	否
直庆嘉代通风设备 有限公司		50	口管道配件等	50%	陶纲	2012年至今	否
山东高泰净化设备 与限公司	12 日	280	么	王燕 50%、庞作权 50%		2010年至今	否
合肥绿岛机电设备 有限公司	9 日	500	通风设备	顾倩倩 90%、叶涛 10%	顾倩倩	2013年至今	否
深圳市辉迅达实业 有限公司	1997年4月 15日	500	四米本口	连远雄 88.4%、深圳市 昱通达科技有限公司 11.6%	连远雄	2012 年至今	否

与公司合作时间较长,与公司控股股东、实际控制人、5%以上股 公司近两年期下入至明周司公司日下四四本人,司公司是20年代、 东、董监高均不否存在关联关系。 ②近两年前十大经销的本期交易金额、毛利率、期后回款及退货金额情况如下:

单位:万元	1×91 3E 190 (- C-)	11-1-1791/11		WE DRING OF SELECT	
⇒名称	2021年销售额	毛利率	退货金额	应收账款余额	期后回款
建朝环境科技有限公司	3,554.08	26.99%	-	107.74	107.74
H杰泰贸易有限公司	3,080.09	28.86%	2.97	-	-
H风行机电设备有限公司、杭州华哲 支有限公司、南京绿装环境科技有限 司、南京福将电气有限公司	1,880.01	36.43%	-	24.22	24.22
少绿润电器贸易有限公司	1,274.12	33.24%	-	-	-
H市德东五金机电设备有限公司	1,113.03	33.87%	-	-	-
川绿导风通风系统有限公司 (曾用 深圳市风之都电器有限公司)	1,102.00	35.69%	-	-	-
每雷力电器有限公司	1,062.88	36.38%	-	-	-
 夫嘉代通风设备有限公司	1,032.65	32.73%	11.92	19.39	19.39
下高泰净化设备有限公司	1,031.53	35.35%	-	-	-
巴绿岛机电设备有限公司	868.68	37.94%	-	13.45	13.45
川市辉迅达实业有限公司	678.54	19.33%	0.43	58.67	58.67

1000元,划归回默用记尽好。 ③如相关经销商 2021 年销售金额同比发生较大变化的,说明原因及合理性 公司近两年前十大经销商的销售额变动情况如下: 单位:万元

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

展刊市單迅达来业有限公司 678.54 877.72 -22.69% 15日.5日 1356215 1356215 2007的 1356215 2007的 2007的

项目	库存商品期末余額	在手订单覆盖库存金额	在手订单支持率
新风系列产品	3,980.28	757.55	19.03%
风幕机	1,226.81	192.38	15.68%
其他	538.57	113.28	21.03%
合计	5,745.65	1,063.21	18.50%
2021 年末公司在	F订单对库存商品的支	持率为 18.50%, 订单支持率	较低,主要原因是:1

2021年来公司在手订单对库存商品的支持率为18.50%。订单支持率较低,主要原因是;1)公司产品种类、型号和财格众多,具有"小批多样"的特点,为确定客户订单的交财及定制化需求,兼顾备货成本和生产效率、公司将产品具体划分为常规类、定做类、特殊类三种并提此安排、生产经营活动。对于常规产品、公司根据销售订单、安全库存量、并结合产品推广策略下达排产计划从而安排生产。对于定做产品和特殊产品,公司根据客户下达的销售订单安排生产。公司以常规类订单分主,定做和特殊类百,全可根据客户下达的销售订单安排生产。公司以常规类订单分金,定做和特殊类百,并引售淡季,而公司兼印季度的订单是数人,发告调整的第一季度由于受春节因素参响。原并销售淡季,而公司兼印季度的订单是数人,均是前级各项的第一季度由于受春节因素参响。原于销售淡季,和公司兼印季度的订单起及其交付率较高,相应加来在手订单重较少。30回交货周期较短、对于常规备货库存,从下达订单到货物送客客户指定的收货地点不得超过5天,相应在手订单数少。4)由于公司2021年上半年给公司报末存货的结构及变对情况如下:单位;万元

5 別	2021年12月31日		2020年12月31日	变动额	
2.759	账面余额	占比	账面余额	占比	災利額
(材料	4,505.25	34.03%	3,599.50	41.10%	905.75
E7 th fills	237.97	1.80%	152.18	1.74%	85.79
4成品	1,646.79	12.44%	1,199.61	13.70%	447.18
"成品	5,745.65	43.40%	3,582.02	40.90%	2,163.63
比商品	329.58	2.49%	26.46	0.30%	303.12
終托加工物资	647.53	4.89%	70.31	0.80%	577.22
K.值易耗品	124.54	0.94%	128.49	1.47%	-3.95
t	13.237.32	100,00%	8.758.57	100,00%	4,478.75

自排 13,27.32 100.00% 8,758.57 100.00% 4,478.75 报告期內公司存货结构总体上变动不大、2021 年末存货大幅上升主要是原材料、产成品和委托加工物资增长所致、增长的具体原因如下、1)公司本年生产量增加、相应原材料的储备有所增加。同时公司期末原材料主要是钢材、车年销材的平均采购单价较去年高、公司为了降低钢材成动对生产成本的影响,期末在价格合适时点也做了部分备货、放射东原材料增长软件。2)公司 2021 年度订单充足、2021 年度销售收入增长软件、上半年公司存在结构性缺货,为缓解结构性缺货的情况、公司在下半年公司新维生产人员,扩大产能进行提前备货、放期来产成品增长较快。3)2021 年末年公司新维生产人员,扩大产能进行提前备货、放期来产成品增长较快。3)2021 年末委托加工物资大幅增长的主要原因是公司期末向委外加工商中山市宝力钢材加工配送有限公司发了一批铁卷料进行金属分条加工,期末未完工收回人库所致。3)2021 年末委托加工物资大幅增长的主要原因是公司期末向委外加工商中山市宝力钢材加工配送有限公司发了一批铁卷料进行金属分条加工,期末未完工收回人库所致。10)请结合存货具体类别,库费和成新率、市场需求、主要产品价格变化趋势,存货跌价准备计提的合理性和系分性、存货操价准备计量比例是否处于比今进行。

平121:77	i					
库龄	2021年12月31日			2020年12月31日		
年版	金额	占比	存货跌价准备	金額	占比	存货跌价准备
1年以内	3,963.72	87.98%	8.50	3,111.95	86.46%	11.34
1年-2年	275.92	6.12%	0.09	337.62	9.38%	2.63
2年以上	265.62	5.90%	29.33	149.92	4.17%	28.23
合计	4,505.25	100.00%	37.92	3,599.50	100.00%	42.2
公司 2021 较长,霉烂变质料而产生大额; 报告期末2	年末原材料的原可能性较小,具果滞物料的情形 公司库存商品质	具有较强的通	用性,公司原	体长库龄情况 材料库龄主题 。	兄较少。公司) 要在1年以内	

库龄	2021年12月31日			2020年12月31日		
1中間4	金额	占比	存货跌价准备	金額	占比	存货跌价准备
1年以内	5,158.40	89.78%	208.89	2,915.01	81.38%	94.69
1年-2年	246.26	4.29%	13.19	470.24	13.13%	90.02
2年以上	340.99	5.93%	20.53	196.77	5.49%	73.48
会计	5 745 65	100.00%	242.62	3 592 02	100.00%	258 20

単位:兀/∜	Ŧ		
产品名称	2021 年平均销售价格	2020年平均销售价格	变动率
型号 1	46.93	41.99	11.74%
型号 2	112.60	105.34	6.89%
型号 3	415.35	376.89	10.20%
型号 4	55.32	52.27	5.85%
型号 5	557.99	503.62	10.80%
型号 6	40.18	37.08	8.36%
型号 7	343.08	308.49	11.21%
型号 8	33.85	31.01	9.16%
型号 9	941.98	847.32	11.17%
型号 10	3,363.98	3,345.68	0.55%

存货类别	账面余额	存货跌价准备	跌价准备计提比例
原材料	4,505.25	37.91	0.84%
在产品	237.97	-	-
半成品	1,646.79	-	-
产成品	5,745.65	242.62	4.22%
发出商品	329.58	-	-
委托加工物资	647.53	-	-
低值易耗品	124.54	-	-
合计	13,237.32	280.53	2.12%
	b跌价准备计提情况与同行 存货跌价准备的计提方法	亏业可比公司对比情况 :如下:	如下:
TELD 4-X5 BL (A VE-2/) L			

金盾股份 奥普家居

由于同行业公司盈峰环境和金盾股份承接工程建筑项目,存货构成与公司差异较大,为了降低存货跌价准备计提比例的对比影响程度,公司只与同行业公司对比库存商品跌价准备计

-	堤比例,对比情况如下:	
ſ	同行业可比公司	2021年末库存商品跌价准备计提比例
Ī	亿利达	10.62%
ſ	盈峰环境	2.28%
ſ	南风股份	0.95%
ſ	金盾股份	64.34%
Ī	平均	19.55%
ſ	公司	4.22%

公司库存商品跌价准备计提比例高于盈峰环境和南风股份,低于亿利达,总体来说处于后行业公司的中间水平。金盾股份库存商品跌价准备计提比例远高于同行业水平主要是伪装退障产品专项计提。剔除金盾股份的影响,同行业公司库存商品跌价准备计提比例为4.62%,与公司库存商品跌价准备计提比例基本一致。(二)会计师意见

(二)会计师意见 1,会计师核查过程 (1)获取公司 2021 年存货进销存明细表,向相关负责人了解存货结构变动及增长的原因; (2)对期末存货实施监盘程序,核实公司期末存货余额的真实性; (3)了解公司存货跌价准备计提致策及存货减值的测试方法,检查存货跌价准备计提效策及存货减值的测试方法,检查存货跌价准备 法是否合理: 《4)取得公司存货跌价准备计算表,复核管理层对可变现净值的估计以及存货跌价准备 以本计算过程,分析计提存货跌价准备的原因,测试公司存货跌价准备计提是否充分,合理: (5)查阅同行业可比公司的年度报告,了解并分析同行业可比公司存货跌价准备计提方 法,期末存货跌价准备计提比例与公司差异情况。 2、会计师核查结论 经核查,我们认为:
(1)公司期末存货增长较快具有合理原因;
(2)公司有货跌价准备补提政策符合企业会计准则,与同行业可比公司基本一致,存货跌价准备的计算过程准确,存货跌价准备的计提是充分的。
4、报告期末,公司预付帐款账面余额为0.13亿元,同比上升188.20%。请补充说明预付账载同比大幅上升的原因及合理性,主要预付账款产生的背景,交易对手的基本情况及其与公司是否存在关联关系,截至目前相关影项的结转情况,是否存在资金占用或对外财务资助的情况,公司在保持独立性、防范资金占用等方面的内部控制措施是否完善有效。请年审机构核查并发表明确意见。

回复: (一)公司回复 报告期末预付款项具体情况如下:

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	变动额	变动率
预付款项	1,286.42			188.20%
		的广告宣传费、软件数	き、货款、展位:	费等。
	款项具体情况如下:			
当				

単位:万元					
单位名称	预付款项 余额	占预付款项 比例	款项内容	采购内容	期后结转金额
江苏路铁文化传媒有限公 司	377.67	29.36%	广告宣传费	北京南站、重庆北站、上海虹桥 站、济南西站、广州南站高铁站 广告推广	377.67
广东用友软件有限公司	51.12	3.97%	软件使用费	U9 软件服务费、U9 多组织财务 合并报表软件许可费	-
广州市柯圣广告有限公司	47.17	3.67%	广告宣传费	深圳北站、广州南站、成都东站 高铁站广告推广	47.17
上海荷祥会展有限公司	40.36	3.14%	会展费	2022年上海新风展展位费用	40.36
佛山市南海远钻电器有限 公司	27.30	2.12%	货款	吊扇货款	27.30
合计	543.62	42.26%			492.50

注:期后结转金额截止月为 2022 年 4月 30 日。 公司 2021 年末前五大预付款主要是广告宣传费, 软件费和展会费, 并且期后已基本结转。 公司 2021 年末前五大预付款主要是广告宣传费, 软件费和展会费, 并且期后已基本结转。

供应商	注册资本(万元)	成立时间	股权结构	董监高	是否存在: 联关系
江苏路铁文化传媒 有限公司	5,685.62	2013-03-06	何伟 26.16%、郑容丰 20.34%、赵 登舟 14.54%、孙曌 13.08%、南克 25 全众 42 全级 47 是 15.08%。南克 6 长 77.80%、 邱园元 7.26%、 张诚伟 52.82%、宁波梅山保税港区文勤伟 胜股权投资合伙企业 (有限合伙)2.63%、宁波梅山保税港区文勤命数据股权资合伙企业(有限合伙)2.23%	何伟 (总经理)、何 伟 (执行董事)、孙 嬰(监事)	
广东用 友软件有限 公司	500.00	1994-05-06	广东用友软件有限公司 90.00%、 深圳用友软件有限公司 10.00%	蔡隆平(经理)、符 小贤 (执行董事)、 孙淑嫔(监事)	否
广州市柯圣广告有 限公司	3,000.00	2004-03-11	广州市柯圣广告有限公司 90.00%、广州汇智信息科技合伙 企业(有限合伙)10.00%		
上海荷祥会展有限 公司	100.00	2019-12-23	CHC EXHIBITION PTE.LTD. 70.00% , LINKEDWISE PTE. LTD.30.00%		否
佛山市南海沅钻电				周鹏英 (执行董事	

佛山市南海运钻电 图有限公司 公司期末主要预付款项供应商与公司不存在关联关系,不存在资金占用或对外财务资助 的情形、公司在保持独立性、防范资金占用等方面的内部控制措施完善有效。 (二)会计师意见

(二)会计师意见 1、会计师核查过程 (1)获取公司期末的预付账款明细表,统计期末大额预付账款的对象,获取相关合同,检查 预付款项的内容,结算条款等; (2)通过国家企业信用信息公示系统检查公司预付前五大供应商的基本信息资料,包括注 册资本,成立时间,服权结构及重监高等信息,并与公司关联方清单进行核对; (3)对期末大额预付款项的发生额执行细节测试,检查合同、银行回单等原始凭证,核查交

册贷本,放立时间,散权结构及重益债券信息,并当公司天联力信率进行核对。
(3)对期未大额预付款项的发生额执行细节测试,检查告同、银行回单等原始凭证,核查交易背景的真实性;
(4) 族取预付款项期后结转明细表,核查大额预付账款期后的结转情况。
2.会计师核查结论
经核查,我们认为。
(1)公司 2021 年未预付款项金额较大主要是预付的广告宣传费、展会费和软件费,是公司正常的运营活动,具有商业合理性。
(2)公司期未大额预付款按照合同约定执行,预付款项供应商均与公司不存在关联关系,不存在资金占用成对外财务资助的情形。公司在保持独立性、防范资金占用等方面的内部控制措施完善有效。
5.报告期内、公司发生业务宣传费 0.32 亿元,同比上升 377.50%。请结合公司具体经营情况,为无说明业务宣传费大幅上升的原因及合理性,主要支付对象、金额及内容,是否存在通过业务宣传费的客户输送利益情况。请年审机构核查并发表明确意见。
[2] (一)公司回复公司 2021 年度销售费用业务宣传费用发生额为 3.185.58 万元,同比上涨 377.50%。公司业务宣传费的明细构成及变动情况统计如下:
单位:万元

变动金额 1,856.22 1,543.61 458.68 分商城礼品费用 1.43% 45.56 8.61 台服务费

| 3,185.58 | 100.00% | 667.14 | 100.00% | 2,518.44 | 公司 2021 年业务宣传费大幅增长,主要是因为户外广告费、品牌推广费和广告品费用大幅 公司 2021 年业务宣传费大幅增长、主要是因为户外广告费、品牌推广费和广告品费用大幅增长。
中外广告宣传方面的支出主要是公司在全国各地的建材域、灯饰域、家电域等销售市场区域的户外广告、高铁站点及高速路旁的立柱广告等的制作费用和租赁分摊费用。2021 年户外广告费大幅度上涨、主要是因为公司根据发展策略、加大对各地高铁站点的广告投水。品牌作"费主要是因为公司根据发展策略、加大对各地高铁站点的广告投水。品牌作"费主要是公司报告发展策略"加大对各地高铁站点的广告投水。品牌作"费主要总企业宣传片制作"媒体标广等费用,以及在天端,京东等电商平台上推广产品的费用。2021 年公司为了促进天猫。京东等电商平台的销售增长,加大了电商平台推广费用的投入,导致电商平台上的推广费同比增长较快。一一节品费用主要表公司为扩大宣传、统一后面形象、制作终端网点所使用的展起、展达。发现有、海报等广告用品。2020 年安新型冠状病毒感染肺炎疫情影响,国内各终端网点所在的五金市场、家居建材市场等人流密集的场所,营业时间受限、人流量较少,导致终端网点的展架,样品发出也大幅域少。因此 2020 年产出品费用偏低。2021 年度销行转、公司加大了对广告品的投入广告品费用大幅增长。公司2021 年度前五大业务宣传费的支付对象、金额及内容的情况如下:单位:万元

单位:万元			
供应商	金额	占 2021 年度业务 宣传费比例	支付内容
江苏路铁文化传媒有限公司	1,026.10	32.21%	高铁站广告费
广州市柯圣广告有限公司	298.74	9.38%	高铁站广告费
重庆京东海嘉电子商务有限公司	78.87	2.48%	电商平台推广费
青岛斑马影业有限公司	73.38	2.30%	形象大使费用
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	71.89	2.26%	电商平台推广费
A 3.1			

(1)获取公司销售费用明细账,统计业务宣传费明细构成; (2)选取适当样本对业务宣传费执行抽凭测试,查看合同、订单、发票、银行回单、广告牌照 (2)选取适当样本对业务直传致积13加元内则以是当日下, 片等原始凭证: (3)阿公司相关负责人了解业务宣传费变动原因,并判断其合理性。 2.会计师核查结论 经核查,我们认为; (1)公司的业务宣传费增长较快主要是在高铁站,电商平台推广增长较快,具有合理性。 (2)公司不存在通过业务宣传费向客户输送利益的情况。 广东司农会计师事务所(特殊普通合伙) 二〇二二年五月二十三日

申万宏源证券承销保荐有限责任公司 关于广东绿岛风空气系统股份有限公司 2021 年年报问询函回复之核查意见

回复:
——截止报告期末,察投项目"年产新风类产品 30 万台建设项目"投资进度为 10%, 项目达到预定可使用状态日期为 2022年6月30日。请补充说明公司上述项目期后进展情况,是否符合领期,如6、说明进展缓慢的原因,是否存在实施障碍。
——家发现目变更前,公司原募投项目"年产新风类产品 30 万合建设项目"计划投资 16,094.41 万元, 报投,募集资金逾割 516,094.41 万元。报及人募集资金逾割 516,094.41 万元。报及人募集资金逾割 516,094.41 万元。报及人募集资金为16,004.41 万元。报及人募集资金为16,004.41 万元。

拟投人募集资金金額 截至 2021 年 12 月 31 日募集资金已投金额 投资项目

设备购置和安装工程费用 8,506.85 149.56 铺底流动资金 预备费

合计 16.09.41 16.09.51 16.09.41 16.09.55 16.09.41 16.09.55

序号	投资项目	拟投人募集资金 金额	截至 2021 年 12 月 31 日募集资金已投金额	期后募集资金投入金 額	截至 2022 年 4 月 11 日募集资金已投金额
1	建筑工程及相 关费用	4,079.00	1,393.97	189.92	1,583.89
2	设备购置和安 装工程费用	8,506.85	149.56	4.38	153.94
3	铺底流动资金	3130.98	-	-	-
4	预备费	377.58	66.02	-	66.02
合计		16,094.41	1,609.55	194.30	1,803.85

经公司测算,该项目于 2022 年 6 月 30 日建成前需继续投入约 360.00 万元,用以支付建筑工程及购买设备等费用,项目建成预计使用募集资金总金额约为 2,163.85 万元(具体以实际结